

SOSYAL MEDYA FENOMENLERİNİN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARINDA
KÜLTÜREL KODLARIN TEMSİLİ:

DİJİTAL KÜLTÜR VE KİMLİK İNŞASI

Sünbül EVİN
Doç. Dr. Osman Vedüd EŞİDİR

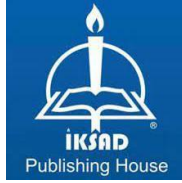


**SOSYAL MEDYA FENOMENLERİNİN INSTAGRAM
PAYLAŞIMLARINDA KÜLTÜREL KODLARIN TEMSİLİ:
DİJİTAL KÜLTÜR VE KİMLİK İNŞASI**

Sünbül EVİN

Doç. Dr. Osman Vedüd EŞİDİR

DOI: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.15164117>



*Not: Bu çalışma yazarlardan Sünbül Evin'in; Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsünde Doç. Dr. Osman Vedüd Eşidir danışmanlığında hazırlanan "Sosyal Medya Fenomenlerinin Instagram Paylaşımlarında Kültürel Kodların Temsili" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Bu çalışma Fırat Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında desteklenmiştir. Proje Numarası: İF.25.02 (This Project is supported by Fırat University Research Fund Project Number: İF.25.02)

Copyright © 2025 by iksad publishing house

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic Development and Social

Researches Publications®

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

TÜRKİYE TR: +90 342 606 06 75

USA: +1 631 685 0 853

E mail: iksadyayinevi@gmail.com

www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2025©

ISBN: 978-625-378-211-5

Cover Design: İbrahim KAYA

April / 2025

Ankara / Türkiye

Size: 16x24cm

YAZARLAR

Sünbül EVİN

Lisans öğrenimini İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde, yüksek lisans eğitimini Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim dalında tamamladı.

Doç. Dr. Osman Vedüd EŞİDİR

1977 yılında doğdu. Lisans öğrenimini İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde, yüksek lisans öğrenimini Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi programında, doktora öğrenimini İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik programında tamamladı. Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı'ndan (ÜAK) doçentliğini Gazetecilik ve Medya Çalışmaları alanında aldı. Aralarında 32. Gün, Pana Film, TRT İstanbul Haber Merkezi, Basın İlan Kurumu Genel Müdürlüğü ve Sağlık Bilimleri Üniversitesi'nin de bulunduğu farklı yerlerde çalıştı. Halen Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-2029-4758>

İÇİNDEKİLER

YAZARLAR.....	1
İÇİNDEKİLER.....	3
ÖNSÖZ.....	5
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	7
TABLOLAR LİSTESİ.....	7
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ.....	7
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	9
1. GİRİŞ.....	11
Sosyal Medya, Instagram, Femoneler, Kültürel Kodlar (Mevcut Örnek Çalışmalar).....	16
2. MATERYAL VE METOD.....	20
2.1. Gösteren, Gösterilen ve Gösterge.....	21
2.2. İkon İndeks Simge.....	22
2.3. Mitler.....	22
2.4. Anlam Örüntüsü (Düz Anlam ve Yan Anlam).....	22
2.1. Göstergebilim.....	25
2.2. Araştırmanın Önemi.....	28
2.3. Araştırmanın Amacı.....	29
3. KÜLTÜREL DEĞİŞİM KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ.....	30
SOSYAL MEDYA VE KÜLTÜREL DEĞİŞİM.....	33
Sosyal Medya ve Ünlülük Kültürü.....	36
BULGULAR.....	38
1. Burak Özdemir (CZN Burak).....	39
2. Nusret Gökçe.....	47
3. Hande Erçel.....	56
4. Mesut Özil.....	64
5. Burak Özçivit.....	72

*SOSYAL MEDYA FENOMENLERİNİN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARINDA KÜLTÜREL
KODLARIN TEMSİLİ: DİJİTAL KÜLTÜR VE KİMLİK İNŞASI | 4*

SONUÇLAR.....	81
KAYNAKLAR.....	88

ÖNSÖZ

Sosyal medya hayatımıza girdiği ilk günden itibaren etkisini arttırarak kullanım sahasını genişletmiştir. Sosyal medya platformlarından özellikle Instagram dünyanın hemen her yerinde birçok kişi tarafından kullanılmasıyla birlikte birçok kişisel ve toplumsal veriyi de beraberinde barındırmaktadır. Bu veriler hayatın birçok alanına etki etmesiyle önem arz etmektedir. Bu önem çerçevesinde tüm bu etki bir inceleme sahası meydana getirip çalışmamızın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu çıkış noktasından hareketle sosyal medya fenomenlerinin kullanım pratiklerinin kullanıcılar üzerindeki etkisi araştırılmaya çalışılmıştır.

Kültürel değişim ve dönüşümün son yıllarda hızla artması her alanda olduğu gibi sosyal medya üzerinden de yaşanmaktadır. Bu araştırmada temel amaç sosyal medya da dikkat çeken fenomen olarak adlandırılan Instagram kullanıcılarının paylaşımları ile hitap ettikleri kitledeki sosyo- kültürel değişimi saptamaktır. Çalışma, Instagram fenomenlerinin paylaşımlarının içerik, sosyal, kültürel, maddi ve manevi toplumsal, bireysel, psikolojik, milli ve manevi bakımından ele alarak, bu paylaşımların kültürel etkisini ön plana çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda değer yargıları, yaşam biçimi, tüketim alışkanlıkları özele inilerek araştırılmıştır.

Sosyal medya kullanıcılarının büyük kısmının takip ettiği, paylaşımlarını yorum ve beğeni ile değerlendirdiği fenomen olarak adlandırılan ve büyük kitlelere hitap eden kişisel veya kurumsal sayfalar mevcuttur. Özellikle kişisel sayfaların ve bu sayfalardan paylaşılan kişisel deneyim, bilgi, birikim ve tüm içerikler dolaylı veya doğrudan etkileşimde bulunan tüm kullanıcıları etkilemektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının Instagram üzerinden yürüttükleri kullanım pratikleri, takip ettikleri sayfalar, kişiler ve bu sayfa ve kişilerin gönderilerini beğenme ve yorumlama yapılan çalışmaya temel oluşturmaktadır. Çalışmayı en çok takipçisi olan 5 Türk Instagram

kullanıcısının en çok beğeni 5 gönderisi ile özele indirgeyerek kültürel olarak kodların temsili saptanmaya çalışılmıştır. Yürütülen bu çalışma neticesinde ortaya konulan veriler göstermektedir ki takipçiler sahip oldukları sosyal, kültürel ve toplumsal değerlerin yanında kendilerine sunulan içerikleri de benimseme eğiliminde olmuşlardır. Kendi hayat pratiklerini yansıtın yansıtmasın takip edilen ünlülere duyulan hayranlık her geçen gün artmaktadır. Takipçi sayısı ve beğenilerden hareketle ortaya çıkan sonuç, her ne olursa olsun takip edilen ünlüler ile etkileşimin devam ettiği ve özellikle de kültürel olarak etkilenmenin yaşandığı gerçeğidir.

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Peirce’ın Göstergebilim Şeması27

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. En çok takipçisi olan 5 Türk İnstagram Kullanıcısı..... 38

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Foto 1. Burak Özdemir (CZN Burak) İnstagram profil görüntüsü.....39

Foto 2. Burak Özdemir’ in en çok beğeni alan İnstagram paylaşımı.....40

Foto 3. Burak Özdemir (CZN Burak) en çok beğeni alan 2. İnstagram gönderisi..... 41

Foto 4. Burak Özdemir (CZN Burak) en çok beğeni alan 3. İnstagram gönderisi..... 43

Foto 5. Burak Özdemir (CZN Burak) en çok beğeni alan 4. İnstagram gönderisi..... 44

Foto 6. Burak Özdemir (CZN Burak) en çok beğeni alan 5. İnstagram gönderisi..... 46

Foto 7. Nusret Gökçe’ nin İnstagram profil görüntüsü..... 48

Foto 8. Nusret Gökçe’ nin en çok beğeni alan İnstagram paylaşımı.....49

Foto 9. Nusret Gökçe’ nin en çok beğeni alan 2. İnstagram gönderisi.....50

Foto 10. Nusret Gökçe’ nin en çok beğeni alan 3. İnstagram gönderisi.... ..52

Foto 11. Nusret Gökçe’ nin en çok beğeni alan 4. İnstagram gönderisi53

Foto 12. Nusret Gökçe’ nin en çok beğeni alan 5. İnstagram gönderisi.....55

Foto 13. Hande Erçel’ in İnstagram profil görüntüsü.....56

Foto 14. Hande Erçel’ in en çok beğeni alan İnstagram gönderisi.....57

Foto 15. Hande Erçel’ in en çok beğeni alan 2. İnstagram gönderisi.....59

Foto 16. Hande Erçel’ in en çok beğeni alan 3. İnstagram gönderisi..... 60

Foto 17. Hande Erçel’ in en çok beğeni alan 4. İnstagram gönderisi..... 62

Foto 18. Hande Erçel’ in en çok beğeni alan 5. İnstagram gönderisi..... 63

Foto 19. Mesut Özil' in Instagram profil görüntüsü.....	64
Foto 20. Mesut Özil' in en çok beğeni alan Instagram gönderisi.....	65
Foto 21. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 2. Instagram gönderisi.....	67
Foto 22. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 3. Instagram gönderisi.....	68
Foto 23. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 4. Instagram gönderisi.....	70
Foto 24. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 5. Instagram gönderisi.....	71
Foto 25. Burak Özçivit' in Instagram profil görüntüsü.....	73
Foto 26. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan Instagram gönderisi.....	74
Foto 27. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 2. Instagram gönderisi.....	76
Foto 28. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 3. Instagram gönderisi.....	77
Foto 29. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 4. Instagram gönderisi.....	78
Foto 30. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 5. Instagram gönderisi.....	80

SİMGELER VE KISALTMALAR

Simgeler

A4 : 210 mm x 297 mm boyutunda kağıdı temsil eder

Kısaltmalar

TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
YEK	: Yayın Etiği Kurulu
TTK	: Türk Tarih Kurumu
BTK	: Bilgi Teknolojileri Kurumu

1. GİRİŞ

Günümüz sosyal ağ dünyasında haber alma, iletişim kurma artık vazgeçilmez, anlık ve hızlı olarak sürdürülmektedir. Tüm bireyler sahip oldukları imkanlar çerçevesinde içinde buldukları sosyo-kültürel yapıyı gözetmeksizin bu sürece dahil olmaktadır. Sosyal medya, internet ile bağlantısı olan her bir bireyin hayatına girdiğinden beri öncelikle açılan kişisel sayfalar ile bu yeni dünyanın etkileşimine ve dönüşümüne dahil olabilmektedir. Karşılıklı etkileşimin söz konusu olduğu bu platform beraberinde kültürel değişim, dönüşüm ve hatta yabancılaşmayı da getirmektedir. Sosyal medya ve bu çalışmanın özelinde ele alınan Instagram da bulunan yüzlerce gönderi ve bu gönderilere yapılan yüzlerce beğeni ve yorum göz önünde bulundurulduğunda birçok alanda olduğu gibi sosyo-kültürel alanda da dikkatleri üzerine çekecek farklılıklar ortaya koymaktadır. İnternet temelli sosyal medya, çift yönlü bir etkileşim sağladığından yeni pratiklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Sosyal medya platformlarının hayatın her alanında olduğu gibi kültürel ve sosyal alanda da kullanımının artmış olması beraberinde kültürel değişim ve dönüşümü de getirmiştir (Özdemir, 2019: 407). Kullanım amacı, kullanım süresi ve karşılıklı etkinin meydana gelme düzeylerinde sosyal medya kullanım pratiklerinin etkisi kendini göstermektedir. Bu pratikler karşılıklı etkileme ve etkilenme düzeylerini arttırmıştır. İnternet herkesin var olması için ve kendini gerçekleştirebilmesi için ehlileştirilmiş ve bu çerçevede yapılandırılmış bir ortam olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu mecra da herkes kendine bir yer bulabilmekte ve herkese özgür bir hareket alanı sağlanabilmektedir (Foster ve McChesney, 2011: 57-90).

Sosyal medya özellikle internetin her alanda ulaşılabilir olmasıyla her konuda olduğu gibi kültürel değişim ve dönüşüme de etki etmeye başlamış ve her geçen gün bu etkisini arttırarak devam etmiştir. Kullanım alanlarındaki pratiklerin artması kültürel olarak da kendini hissettirmektedir. Sosyal medya

ile oluşan bu yeni kültürel pratik içinde birey, kitle iletişim araçlarında olduğu gibi sadece izleyici ve okuyucu olarak ve aynı zamanda kullanıcı pozisyonundadır. Sosyal medyanın sağlamış olduğu bu eşsiz fırsat, gerek bireye gerekse toplumlara sadece metin ve hikayelere alıcı kalmayıp aynı zamanda kendi metin ve hikayelerini oluşturma, bu hikayeleri başkaları ile paylaşma, hangi konuda olursa olsun tartışma olanağı bulma imkanı sunmaktadır. Bu yeni medya ortamı geleneksel medya ortamının sunduğu tek yönlü ve doğrusal iletişimden öte çift yönlü ve doğrusal olmayan bir iletişimsel süreç sunar (Özdemir, 2019: 407). Karşılıklı etkinin ortaya çıkmasıyla her türlü bilgi paylaşımı olanaklı hale gelmektedir. İnsan kendi oluşturmuş olduğu ve yapılandığı bu platformda hareket özgürlüğünü arttırmış olup, iletişim etkisini artırma fırsatı yakalamıştır.

Sosyal hayatta var olan özgürlük ve iletişimsel alanı sosyal medya ile artan birey, oluşturmuş olduğu bu yeni dünya da seçimlerini yapmakta daha özgür, istediği her bilgiye ulaşma da daha serbest ve istediği kişi veya kişiler ile iletişim kurmada daha fazla fırsata sahiptir. Karşılıklı iletişim ve etkinin fazlasıyla olanak sağladığı bilgiye ulaşım kolaylığı etkileşim sürecine da olumlu anlamda etki etmiştir. İletişim süreci büyüdükçe kapsayıcılıkta artmaktadır. Artan kapsayıcılıkla beraber sürece dahil olan kullanıcı sayısı da her geçen gün artmaktadır.

Bagdikian'a (2016) göre 21. Yüzyıl insanı iki dünya arasında yaşamakta ve bu dünyaları arasında ciddi bir etkileşim kurmaktadır. Bu dünyalardan biri doğal olarak bir akışının bulunduğu ve hepimizin paylaştığı dünya, diğeri ise bireyin kendisinin özgürlük sınırlarını belirlediği ve yapılandığı yeni medya yani sosyal medya dünyasıdır (Bagdikian, 2016: 44).

İnsan doğası gereği, biyolojik, psikolojik ve sosyal boyutları çerçevesinde kültürel bir varlıktır. İnsan ortaya koyduğu davranışsal pratiklerinden dolayı çevresini etkilemekte ve çevresinden etkilenmektedir

(Ashman ve Hull, 1999: 15). Bu etki her alanda ve konuda kendini göstermekle beraber kültürel etkiler olarak da varlığını devam ettirmektedir. Bu nokta da çalışmamızın problemini ve çıkış sorunsalını oluşturan kullanıcıların bu yeni medya dünyasındaki kültürel kodlardaki temsillerin kendilerinde ne ölçüde değişim ve dönüşüm sağladığını ortaya koymaktır.

Karşılıklı iletişim ve etkinin her türlü aktarıma olanak sağladığı sosyal medya, özellikle kültürel aktarım süreçlerine de aracılık etmektedir (Şahin, 2011: 245). Etkileşimin kaynağını oluşturan ve bir bütünlük ifade eden kültür (Özdemir, 2019: 126), tüm aktarımların temelinde bulunmasıyla her dönemde gerek toplumsal gerekse bireysel olarak güçlü bir etkiye sahip oluşturmaktadır. Etki ve aktarım gücü diğer platformlarla kıyaslanamayacak kadar yüksek olan sosyal medya, yeni bir yaşam biçimi ve yeni bir kültürel yaklaşım ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya artık binlerde kullanıcısı olan yeni bir kültürel ürün ortaya çıkarmıştır (Arık, 2013: 101).

Bu kültürel ürüne dolaylı veya doğrudan katkı sağlayan her bir kullanıcı, kültürel aktarım sürecine dahil olmaktadır. Bu aktarım gerçekleşirken kültürel kodlarında etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Kültürel kodlar, bir kültürün veya sosyal grubun kimliğini açıklayan ve karmaşık öğeler, değerler ve anlamlar bütünüdür. Bir kültürün eşsiz özelliklerini anlamlandırmak, davranışı, iletişimi ve sosyal etkileşimleri etkilemek için bir çerçeve görevi görürler. Kültürel kodlar, tarihsel, dilsel ve sosyal bağlamlarda oldukça köklü ve kültürel kimliğin oluşumunda ve korunmasında çok önemli bir etkiye sahiptir.

Çalışmanın konusunu oluşturan kültürel aktarım sürecinin sonucunda yaşanan değişim ve dönüşüm her sosyal medya kullanıcısı özellikle de Instagram kullanıcıları için kaçınılmaz olmaktadır. Instagram kullanıma başlanıldığı günden bugüne yaşadığı etkisel dönüşüm ile her bir kullanıcı için farklı pencereler açmaktadır. Bilgi edinme, iletişim sağlama, arkadaşlık, her

türlü kişi ve sayfaya ulaşma imkânı bulma, Instagram'ın kullanıcılara sunduğu farklı pencerenin geniş çerçevesini oluşturmaktadır.

İnternetin her yerde ulaşılabilir olmasıyla birlikte sosyal medya kullanıcıları sayısında artış yaşanmış ve bu artış ile aktif kullanıcı sayısı da yükselmiştir. Özellikle Instagram'ın aktif kullanımın her geçen gün artmasıyla, insanlar bu mecradan yaşamlarına dair bilgilerinin, tecrübelerini ve her türlü konuya dair görüşlerini paylaşma imkânı bulmuşlardır. Tüm kullanıcılar özellikle takipçisi az olan "ünlü olmayan" kullanıcılar kendilerine ait bilgi ve deneyimleri, hayatlarına dair tecrübeleri paylaşarak daha fazla görünür olma ve takipçiye ulaşma imkanına sahip olmuşlardır. Instagram üzerinden bu alanda hedeflerine ulaşan ve belli bir markaya dönüşen kullanıcılar Instagram fenomeni olarak kullanım pratiklerini sürdürmektedirler. Bu kullanıcılar düzenli içerik paylaşımına yaparak etkileşim oranlarını üst düzeyde tutmayı amaçlamaktadırlar (Yıldırım ve Eldeniz, 2022: 402). Instagram üzerinden etkileşim düzeylerini her geçen gün arttıran fenomenler, sosyal medyanın kültürel belirleyicilik gücünden yararlanmanın yanı sıra aynı zamanda tanınırlıklarını ve etki düzeylerini de arttırmışlardır. Bu tanınırlık ve etki düzeyi yüz yüze değil sosyal medya üzerinden kendini göstermektedir. Instagram fenomenleri hakkındaki her türlü bilgiye artık Instagram üzerinden ulaşılmaktadır (Arık, 2013: 98). Kullanıcıların büyük kitleler halinde takip ettiği sosyal medya fenomenleri, farklı konularda günlük deneyimlerini takipçileri ile paylaşarak etki düzeylerini katlamaktadırlar. Bu etki düzeyi ile beraber Instagram fenomenleri kendilerini takip eden kullanıcıların gerek sosyal medya kullanım pratiklerinde gerekse de sosyal yaşam pratiklerinde değişim meydana getirmektedirler (Ünlü ve Zeybek, 2020: 73).

Sosyal medya fenomenlerinin düzenli olarak paylaştıkları içeriklere, takipçilerin yorum yapma, beğenme ve yeniden paylaşma imkânı sunan Instagram, sosyal medya fenomenleri için tanınırlık ve etki düzeylerini

arttırmada bir araç haline gelmiştir (Baycu ve Meriç, 2019: 1214). Bu imkân ile birlikte takipçilerinde sosyal medya ve hayatlarında yaşanan pratiklerde değişim ve etki kaçınılmaz olmuştur. Instagram'dan her türlü deneyim ve bilgilerini paylaşan sosyal medya fenomenleri, takipçilerinde hayranlık uyandırmakta ve benzer statüyü yakalamak çabası uyandırmaktadır. Bu da beraberinde gerek sosyal hayatta yaşama kültürel olarak değişim, yaşam pratiklerinde dönüşüm ortaya çıkarmıştır (Akyazı, 2018: 94).

Sosyal medya üzerinden ortaya konulan yeni yaşam tarzı, bireyselliği ön plana çıkararak ben merkezli bir dünyanın dönüşümüne olanak sağlamakta ve özgürleşme ve sınırları olmaksızın ilerlemeyen bir bir değişim ve dönüşümüne aracılık etmektedir (Funk, 2007: 11-13). Sosyal medyanın bu nokta da sunmuş olduğu bu yapaylık ve sanallık ortamı insanın doğal ve sosyal hayatı ile bağlarını zayıflatarak düşünsel sürecindeki gerçeklik algısına da etki etmektedir. İnsan sanal dünya içerisinde duygularının ve düşüncelerinin tamamen soyutlaştığı ve anlamsızlaştığı bir sürecin içinde kendini bulmaktadır. Medya ve hatta sosyal medya tüm bunlarla da yetinmeyip hakikat tasavvurumuza da karışmakta, etkilemekte ve hatta sanal dünya ile gerçek dünyanın gerçekliklerinin karışmasına sebep olmaktadır. Bu durumda beraberinde farkında olmaksızın kültürel değişim ve dönüşümü getirmektedir (Göka, 2017: 22).

Çalışmanın konusunu oluşturan bu yaşanan kültürel değişim ve kültürel kodların temsili, Instagram üzerinde en çok takipçisi olan 5 Türk sosyal medya kullanıcısının en çok beğeni alan 5 gönderisi incelenerek araştırılmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde metodoloji ile ilgili bilgiler verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde kültürel değişim kavramı ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde sosyal medya ile yaşanan kültürel değişim açıklanarak Instagram'ın etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Dördüncü bölümde toplanan veriler ortaya konularak görseller üzerinden analizler yapılmıştır. Bu bölümde sosyal medya fenomenlerinin en

çok beğeni alan gönderilerindeki var olan konu ele alınarak değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde bulgular kısmında elde edilen bilgilerin kültürel olarak temsili kodlardan ne derece etkilenmiş ve dönüşümler saptanmaya çalışılmıştır.

Sosyal Medya, Instagram, Femoneler, Kültürel Kodlar (Mevcut Örnek Çalışmalar)

Sosyal medya, içinde bulunduğu toplumun sosyokültürel yapısı üzerinde bir takım etkilerde bulunurken aynı zamanda ondan etkilenmektedir. Çalışmanın konusu oluşturan Instagram fenomenlerinin kendi sayfalarındaki paylaşımları aracılığıyla toplumdaki belli başlı kültürel kodlara atıfta bulunarak, takipçilerini etkileme ve paylaşımlarının konusunu oluştururken kültürel kodlardan etkilenme sürecini yaşamaktadırlar. İnternetin son yıllarda aktif olarak kullanılması ve bu doğrultuda sosyal medya takipçiliğinin artması sonucu azımsanamayacak bir kitle söz konusu olmuştur. Bu nedenle sosyal medyanın, Instagram'ın, fenomenlerin, bu süreçteki rolünü ele alan bir çok çalışma vardır. Bu çalışmalara göz attığımızda;

Müge Örs (2018) “İnternet Fenomenlerini Neden Takip Ediyoruz? Tüketici-Fenomen İlişisini Güçlendiren Nedenlerin Ampirik Bir Çalışma İle Değerlendirilmesi” adlı çalışmasında fenomenlerin takip edilme nedenleri ve fenomenleri takipçilerinin gözünde analiz edildiğinde hangi değişkenlerin etkisi olduğunu incelemiştir. Araştırmada kolayda örnekleme metoduyla gerçekleştirilen araştırmada, online anket yöntemiyle tüketicilere ulaşılmış ve toplamda 207 kullanılabilir anket elde edilerek analizler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda fenomenlerin takip edildikleri kitleler üzerinde uzmanlık, liderlik, kişilik gücü olarak etki bıraktıkları ve takipçileri tarafından aileden biri ya da yakın arkadaşları olarak görüp tavsiyelerine uydukları görülmüştür. Takipçisi fazla olan fenomenler marka yöneticilerinin dikkati çekmekte ve markalarının tanıtımını yapıp marka bilinirliğini arttırabilmek

için önemli bir fırsat olarak görülmektedir sonucuna varılmıştır. Çalışmalarımız fenomenlerin takipçi sayıları üzerinde yapılan kısmı ile örtüşse de kapsam ve kullanılan yöntem bakımında farklılaşmaktadır.

Emre Biçici (2018) çalışmasında “Ayna Olarak Instagram” sosyal medyanın kişilerin iletişim şekillerini değiştirdiğini ve Instagram’da kendilerini bir sembole dönüştürerek görseller üzerinden kendilerini ifade ettiklerini belirtmiştir. Çalışma Lacan’ın “Ayna Evresi”, Roland Barthes’ın göstergebilimi, “Kapitalizmin Mitleri” kavramı ve postmodern tüketim çerçevesinde incelenmiştir. Biçici’ nin çalışmadaki amacı bireylerin Instagram’da yapmış oldukları paylaşımlarda kendilerini nasıl ifade ettiklerini anlamaktır. Çalışmanın sonucunda Instagram kullanıcıları için takipçi sayısı ve paylaşımlarının beğeni sayısının uygulama içerisinde statü belirtisi olduğunu ve paylaşımlardaki beğeni sayısının görselin içeriğiyle doğru orantılı olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca kullanıcıların gerçekte olmasa da uygulama içerisinde kendilerine bir hayat kurduklarını ve gittikleri mekanlarda konum bildirerek bir sınıfa mensup oldukları imajını vermektedirler. Çalışma bu anlamda kısmen çalışmamızla örtüşse de kullanılan yöntem bakımında farklılaşmaktadır.

Birol M. & Bakır Z. N. (2019). Yaptıkları araştırmada, Instagram üzerinde paylaşımda bulunan 15 fenomenin kendi alanlarına yönelik 5 kategoriye (Mutfak ve Yeme-İçme Kültürü, Gündem ve Komedi, Cilt Bakımı ve Makyaj, Stil ve Moda, Sağlık) içerecek biçimde başlıklar altında toplanarak incelemeye alınmıştır. Çalışmanın sonucunda, fenomenlerin çeşitli paylaşımları üzerinden insanları görsel unsurlar kullanarak nasıl etkilediği ve görsellerine kodlanan anlamların da birbiriyle nasıl etkileşimde bulunduğu karşılaştırılarak tespit edilmiştir. Bu çalışmadan farklı olarak takipçi sayısı en çok olan 5 Türk fenomeni baz alan bu çalışmada benzer sonuçlara ulaşılmış ve fenomenlerin takipçi kitlesini yaşam döngülerinde etkileyip ve yön verdiği konusunda hem fikir olunduğu görülmüştür.

Semra Özdemir (2019) çalışmasında bireylerin Instagram’ı aktif kullanmaya başlamasıyla yeme içime kültüründeki değişiklikleri ve bu değişikliğe neden olan faktörleri üzerine araştırma yapmıştır. Çalışmasında kültürel olarak önceleri yenilen yemeklerin gösterilmesi doğru bulunmazken günümüzde gidilen mekan ve yenilen yemeklerin teşhir edildiğini ve bu konuda kültürel olarak yemek yeme ihtiyacının uğradığı değişim ele alınmaktadır. Çalışmada yöntem olarak literatür tarama yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda bireylerin zorunlu ihtiyaç olan yemek yeme eyleminin artık bir araç haline geldiği ve paylaşılan yiyecekler üzerinde kişilerin kimliklerini yansıttığı, hangi sosyal sınıfa dahil olduğu hatta nere ne yenmesi gerektiği konusunda bilgiler içererek bireyleri etkilediği görülmüştür. Çalışma Instagram kullanıcılarının yemek paylaşımlarına yüklediği anlam konusunda kültürel değişimi araştırmış ve çalışmamızla bu konuda farklılaşmıştır.

Hakan Saraç (2019) “Bir milletin kültürel belleğinin şifreleri: Kod kültürleri” adlı çalışmasında birlikte yaşayan toplumların zaman içerisinde kendine özgü bir kültür oluşturduklarını ve bu kültürün sonraki nesillere aktarımı ise kültürlerin kendi içlerinde dille oluşturdukları kültürel kodlarla mümkün olduğunu ifade etmiştir. Çalışmada Teliya’nın ekolünün belirlemiş olduğu yaklaşım temelinde, kültürel kodlar incelenmiştir. Sonuç kısmında bir milletin kendini ifade etmede ve yaşam döngüsünde kültürel kodların önemini vurgulamıştır. Çalışmalarımız kültürel kodların önemi noktasında örtüşse de kültürel kodların kullanım alanı noktasında ayrılmaktadır.

Oğuzhan Kayapınar (2022) “Bir Referans Grubu Olarak Sosyal Medya Fenomenlerinin Marka İmajı Üzerindeki Etkisi” adlı yüksek lisans tez çalışmasında bir referans grubu olarak tanımladığı fenomenlerin markaların imajını etkileyip etkilemediğini ortaya koymayı, ayrıca fenomenlerin paylaşımlarında kullanıcıların demografik özelliklerinin etkilenme düzeyinde ve marka imaj algılarında değişkenlik gösterip göstermediğini belirlemeyi

amaçlamaktadır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş, veri toplamak için online anket tekniğinden yararlanılarak 354 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırmanın sonucunda fenomenlere duyulan sempati, güvenilirlik, uzmanlık, çekicilik boyutları fenomenin tanıttığı markanın imajını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmalarımız fenomenlerin takipçi sayılarının fazla olması ve takipçilerinin fenomenlerden etkilenmesi konusunda benzerlik gösterse de çalışma yöntemi ve kapsamı konusunda farklılaşmaktadır.

Yeşim Onbaşıoğlu (2022) tarafından yazılan “Sosyal Medyaya Yeni Bir Kültürel Kodlama Biçimi Olarak Bakmak: Tiktok Örneği” adlı yüksek lisans tez çalışmasında; yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte sosyal medya platformlarından biri olan Tik Tok’ta video paylaşımlarının kültür endüstrisi bağlamında kültürel olarak ne tür içeriklerle kodlanarak toplumsala yansıdığı ve bu yansımanın sonucu olarak kültürün nasıl metalaşarak dolaşım odaklı ve ticari hale geldiğini ele almıştır. Elde edilen verilerin analizinde nitel araştırma modellerinden olan betimsel analiz yöntemini kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda; Tik Tok platformu üzerinden okunmaya çalışılan bu çalışma kitlenin olduğu her yerde endüstriyel anlamda kültürün güncellenerek değişime ve dönüşüme uğrayıp çağın teknolojilerine göre yeniden yorumlanacağını belirtmiştir, Instagram fenomenlerinin paylaşımlarında kültürel kodların temsili konusuna değinen çalışmalarımız bu noktada farklılaşmaktadır.

Gülten Sevda SIRSAT tarafından yazılan (2023) “Influencerlar Ve Güzellik Algısı; Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tez çalışması kapsamında niteliksel bir araştırma gerçekleştirilerek sosyal medyada Influencer ve ortaya konulan güzellik algısının ne olduğu ve nasıl algılandığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, Influencerlara ait incelenen paylaşımlarda katılımcılar fotoğrafları “doğal olmama” ve “abartılı” olarak tanımlamıştır. Ayrıca güzellik algısında aşırı

makyaj yapılmasının veya filtre kullanımının doğallığın önüne geçerek olumsuz bir tepki oluşturduğu kanaatine varılmıştır. Instagram fenomenlerinin takipçilerini güzellik algısı konusunda etkileyip, yaşamlarında güzel olma kriteri olarak fenomenleri örnek aldığı sonucuna varılan çalışmamızla bu konuda farklılaşmaktadır.

Mert Burak Özdemir (2024) “Türkiye’de Sosyal Medya Fenomenlerinin Toplumsal Yaşam Üzerindeki Etkileri Ve Eğitim Faktörünün Süreçteki Kritik Rolü” adlı çalışmasında Türkiye’deki sosyal medya fenomenlerinin yaşam üzerinde etkisi ve bu etkinin eğitim faktörüyle şekillenmesini konun almıştır. Çalışmada literatür tarama yöntemini kullanmıştır. Sonuç olarak fenomen kültürüne çok dikkat edilmesi gerektiğini, kültürel aktarımın yaşanmasında artık fenomenlerin etkisinin çok büyük olduğu ve konunun kültürel kodları kapsayacak şekilde yeniden ele alınması gerektiği önemine vurgu yapılmıştır. Fenomenleri takip eden gençlerde lüks yaşama özenme, kendi bedenini beğenmeme, hızlı bir şekilde zenginleşme isteği bulgularına ulaşılmış, bu konunun fenomenlerin denetimi ve bilinçli ebeveyn tutumlarıyla kontrol altına alınabileceği sonucuna varılmıştır.

2. MATERYAL VE METOD

Nitel araştırma yöntemi özellikle sosyal bilimlerde çalışan ve araştırmalarını sosyal bilimlere yoğunlaştıran bilim insanları ve araştırmacılar tarafından kullanılır. Bu nokta da katılımcılar araştırmacılar için önem arz etmektedir. Katılımcıların yorumları nitel araştırmanın vazgeçilmezidir. Bu bağlamda nitel araştırma da katılımcıların hayat deneyimleri, sosyal yorumları ve alanda sürdürdükleri pratikler konunun aslına uygun verilerin ortaya konmasında önemli rol oynar (Seggie ve Bayyurt, 2015: 1-2).

Nitel çalışmalar, yöntem ve metodoloji olarak katlanarak gelişen tümevarım bir şekilde olup çalışmacının topladığı veriler ile şekillenir. Araştırmacının bu süreçte takip ettiği yol, elde ettiği verileri şekillendirmek üzerine kuruludur (Creswell, 2013: 22). Tam bu bağlamda nitel araştırma,

insanların gerek bireysel olarak gerekse toplumsal olarak ortaya koydukları anlamlar ile ilgilenir. İnsanların çevrelerini, hayatlarını, tüm sosyal yaşam pratiklerini kısaca dünyayı nasıl anlamlandırdıkları ve ne tür deneyimler ortaya koyduklarını ele alır (Merriam, 2015: 13).

Yapılan çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Göstergebilimin öncülerinden Roland Barthes, popüler kültürel metin çözümlemeleri ile ilgili çalışmaları ve geliştirdiği göstergebilim yaklaşımı, iletişim bilimcilerin yoğun ilgisini çekmekte ve araştırmalarda başvurulan kaynakların ilk sıralamasında gelmektedir. Yapısalcı yaklaşımı nedeniyle, göstergebilim alanındaki çalışmalarının, göstergeyi gösteren ve gösterilen bir yapı olarak sunan Saussure ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Fakat farklı olarak Barthes, göstergebilim çalışmalarında imgeler üzerine odaklanmıştır. Barthes'ın çözümlemelerinde bütün yapılar genel olarak metin merkezli konumunda olup metinlerin içeriğinde göstergeler ve bu göstergeler yoluyla oluşan anlamlar aracılığıyla topluma ve bireye dair birçok bilgi çözümlenmektedir. Barthes'ın anlamlama merkezi yönelimi göstergebilime dayanır (Güngör, 2013: 232).

Araştırmanın analizi ekseninde, amaçlı örneklem yöntemi kullanılarak belirlenen, toplamda 5 Instagram fenomeninin 5'şer görseli ele alınmış ve her bir görselin kendi içerisindeki göstergebilimsel analizi bu çalışmanın genel çerçevesini oluşturmuştur. Başka bir ifadeyle, 5 Instagram fenomenin toplamda 15 görseli üzerinden inceleme yapılmıştır. Göstergebilimsel analizin uygulandığı bu çalışmada, Barthes'ın gösterge dizgesini oluşturan örüntülerin açıklanabilmesi için aşağıdaki ana unsurların açıklanmasına gereksinim duyulmaktadır.

2.1. Gösteren, Gösterilen ve Gösterge

Göstergebilimde okuyucu olarak nitelenen izleyicidir ve metin üzerinde dikkat toplanırken iletişim sürecindeki okuyucu aktif bir rol alarak kendi

tutum duygu ve deneyini getirerek metnin anlamını da yaratmaktadır. Bu anlamın içerisinde üç öge yerini bulmaktadır: 1) Gösterge (işaret), 2) Gösterilen (işaretin işaret ettiği), 3) Gösteren (işareti kullananlar) (Erdoğan,2014: 310).

2.2. İkon İndeks Simge

Doğrudan doğruya belirttiği şeyi gösteren, canlandıran ve temsil eden görüntü göstergesi ya da ikon olarak adlandırılmaktadır (Çağlar, 2012: 25).

2.3. Mitler

Barthes'a göre mitler taşıdığı özellikler ile egemen sınıfa hizmet eden iletişim sistemleridir. Mit, bir nesne, kavram ya da düşünce değildir; bir anlamlandırma biçimidir. Sürekliliğin mitsel üretimde olduğunu belirten Barthes, kendisinden önce üretilen mitlerin yeniden üretmek için işlevsellik kazandığını dile getirir (Barthes, 1998: 107).

2.4. Anlam Örüntüsü (Düz Anlam ve Yan Anlam)

Barthes'ın ortaya koymuş olduğu düzanlam (denotation) ve yananlam (connotation) kavramların göstergelerin analizi açısından oldukça yararlı bir yaklaşımdır. Bu bağlamda, düzanlam göstergenin işaret ettiği şey; yananlam ise gösterge ile kültürel çağrışımları arasındaki farklılıklar olarak tanımlanmaktadır (Parsa ve Parsa, 2002: 57).

Çalışmanın metodolojisi sosyal medya platformlarından instagramın takipçi sayısı en yüksek olan fenomenlerin paylaşımlarında ortaya koydukları anlam çerçevesinde diğer kullanıcılarda özellikle takipçilerinde meydana gelen kültürel etkinin saptanması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda aşağıdaki araştırma soruları ve hipotezler ele alınarak çalışma şekillendirilmiştir.

Araştırma Soruları:

1. Sosyal medya fenomenlerinin Instagram'ı kültürel değişim özelinde nerede ve nasıl konumlandıkları,
2. Sosyal medya fenomenlerinin Instagram'ı nasıl kullandıkları:
 - Kullandıkları dil açısından
 - Kullandıkları amaçlar bakımından
 - Kullanım sıklığı açısından
 - Değinilen konular bakımından
3. Sosyal medya fenomenlerinin Instagram'ı açıklık, etkileşimlik, çift taraflılık, geniş kitlelere yayılım vs. ‘ ’ noktalarında kullanıp kullanmadıklarını araştırılmaktadır.

Varsayımlar:

Sosyal medya fenomenleri, Instagram'ı kültürel değişimi teşvik eden bir platform olarak konumlandırmaktadır.

Instagram'da paylaşım yapan sosyal medya fenomenleri, içeriklerinde kültürel değişimi destekleyen mesajlara ağırlık vermektedir.

Instagram fenomenlerinin paylaşımları özendirici içeriktedir.

Instagram'da var olan paylaşımların kültürel ve toplumsal benzerlikleri ilgi çekiciliğini arttırmaktadır.

Instagram'da takip edilen hesapların paylaşımları kültürel değişim ve dönüşüme neden olmaktadır.

Evren ve Örneklem:

We are social 2024 raporuna göre 2024 başı itibarıyla dünyada 5,04 milyar sosyal medya kullanıcısı var ve bu sayı hızla büyümeye devam etmektedir. Instagram ise dünya genelinde “favori” sosyal medya platformu unvanını elinde bulundurmaktadır. Instagram, sunduğu genel özellikler ve geniş bir kitle tarafından aktif kullanılması sebebiyle bu çalışma Instagram özelinde yürütülmüştür. Araştırmanın evreni Türk vatandaşı olan sosyal

medya fenomenleridir. Araştırmanın örneklemini ise Instagram fenomenleri kapsamında da çalışmanın çerçevesini çizmek ve belli bir grubu detaylı olarak inceleyebilmek için sosyal medya fenomeni kabul edilen ve en çok takipçisi olan 5 Türk Sosyal Medya Fenomeni olarak belirlenmiştir.

Kapsam ve Sınırlılıklar: Bu çalışmanın örneklemini, en çok takipçisi olan 5 Türk sosyal medya fenomeninin en çok yorum ve beğeni alan 5 Instagram gönderisi ile sınırlandırılarak kategorize edilmiştir. Çalışma, Instagram fenomenlerinin 1 Ocak 2023 tarihinden 1 Aralık 2024 tarihine kadar olan paylaşımlarını ele almaktadır. Instagram 6 Ekim 2010 yılında ilk paylaşımını yapmış fakat ülkemizde internetin aktif olarak kullanılması ve fenomenlerin şekillenmesi son yıllarda ivme kazanmıştır. Bu nedenle 01.01.2023 01.12.2024 tarihinde yapılan paylaşımlar analiz edilmek üzere derlenmiştir.

Veri toplama: Sosyal medya araçlarından Instagram görsel olarak mesaj iletme özelliği ön planda olduğundan ve temsil çalışmalarında ideal bir yöntem olduğu için bu çalışmada nitel araştırma yöntemi göstergebilim kullanılmıştır.

Verilerin toplanma süreci, en çok takipçisi olan 5 Türk Instagram kullanıcısının en çok beğeni ve yorum alan 5 gönderisi ile özele indirgenerek 1 Ocak 2023 tarihinden 1 Aralık 2024 tarihine kadar olan paylaşımlarının toplanmasıyla başlamıştır. Bu fenomenler (Burak Özdemir (CZN Burak), Nusret Gökçe, Hande Erçel, Mesut Özil, Burak Özçivit) paylaşımlarını kamuya açık sundukları için kolaylıkla her bir paylaşım için analiz yapılmış ve paylaşımların özellikleri belirlenmiştir. Bu özellikler nitel araştırma yöntemine bağlı durum çalışması deseni kullanılarak belirlenmiştir.. Desen; araştırma sorularını, verilerini ve sonuçta ulaşılan bulguları birbirine bağlayan mantıksal bir kurgudur (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 280)

Verilerin Analizi: Burada göstergelerin toplumsal olarak ele alınması kuramından yola çıkılarak analiz oluşturulmuştur. Bu nokta da göstergelerin Birinci Düzey (Denotatif Anlam): Göstergenin açık ve yüzeysel anlamı analiz edilmesi ve İkinci Düzey (Konotatif Anlam): Göstergenin taşıdığı kültürel, ideolojik veya duygusal anlamları incelenmiştir.

2.1. Göstergebilim

İnsan diğer insanlara ifade etmek istediği her türlü duygu, düşünce, bilgi, hayat pratiği ve durumu göstergeler ile belli bir anlam çerçevesinde iletir. Bu göstergeler hayatımızı oluşturan ögeler bütünüdür. Göstergebilim, tüm bu ögeleri ele alarak insanın insan ile, insanın doğa ile etkileşimini bir anlam çerçevesinde açıklayarak, bu anlamların katman biçimini ortaya koyar (Yaylagül, 2015: 12). Göstergebilim, bir bütünde var olan anlam katmanlarını ve bu katmanların nasıl oluştuğunu inceler. Bu anlam katmanlarının hangi anlamlar içerdiğini bir üstdil vasıtasıyla dizgeleştirerek açıklamaya çalışır (Rıfat, 1982: 16). Bu bağlamda göstergebilim anlamsal üretimi inceleyen ve açıklamaya çalışan disiplinler ötesi bir alandır. Burada anlam bir şekil, logo, resim, fotoğraf, bir reklam veya bir bina görseli olabilir. Özellikle 1960 yılından sonra hızlı bir şekilde gelişme gösteren göstergebilim reklam, iletişim, sanat ve pazarlama alanlarında bilinçli olarak kullanılmıştır (Parsa ve Olgundeniz, 2014: 1). İletişimin ve insan düşüncesi göstergeler etrafında şekillenerek anlam katmanlarını oluşturmaktadır. Bu anlam katmanları yine göstergeler işlenir ve göstergeler ile anlamlı bir bütün halini almaktadır. Biçim ve içerik arasındaki anlamsal bağlantı göstergeler ile şekillenmektedir (Güneş, 2013: 334). Göstergelerin anlamlandırılma çabası tarihsel olarak bir arka plana sahip olup kavramsal olarak her dönemde açıklanmaya çalışılmıştır. Bu açıklama çabaları göstergebilimi günümüzdeki şeklini almasına yardımcı olmuştur.

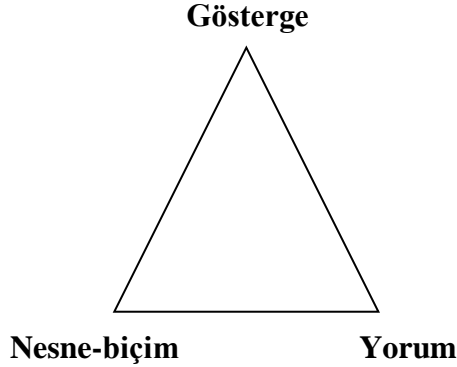
Çağdaş anlamda göstergebilimin ortaya çıkması 20. yüzyıl ile birlikte Amerikalı Charles Sanders Peirce ve dilbilim çalışmalarının öncülerinden İsviçreli Ferdinand de Saussure ile başlamıştır. Saussure göstergebilim kavramını toplumsal hayat içerisinde göstergeleri inceleyen ve anlamlandırma çabasında olan bir kavram olarak ifade etmiştir (Bircan, 2015: 18). Saussure, göstergelerin niteliklerini derinlemesine analiz etme çabasına girmiştir. Analizleri ile göstergelerin göstergebilimsel olarak ortaya koyduğu yargıları ifade etmeye çalışmıştır. Bu bağlamda Saussure, göstergebilimi toplumsal olarak ele alırken, Peirce göstergebilimi mantıksal olarak açıklamaya çalışmıştır. Bu iki bağlam birbirinden bağımsız düşünülemez (Özgür, 2006: 7). Göstergeler hem toplumsal anlamları itibariye hem de mantıksal çıkarımlarından hareketle anlam kazanır. Göstergebilim insanın içinde yaşadığı dünyayı, süreçleri, toplumsal yapıyı anlamayı ve anlamlandırmayı amaçlamaktadır. Göstergebilim varoluşumuz içerisindeki çerçeveyi anlamaya çalışmaktadır (Rıfat, 1996: 18)

Göstergebilimin Avrupa'daki öncüsü Saussure olmasına rağmen Göstergebilimsel olarak ilk kuramsal çalışmayı yapan kişi Peirce' dir. Peirce, dil dışı göstergelerden ola çıkarak, dilin bu göstergeler içindeki yerini ifade etmeye çalışmıştır. Tüm olguları içeren bir kuram tasarlayan Peirce, mantıkla örtüştürdüğü bu kurama semiotic adını vermiştir. Göstergebilimin her türlü kuram için bir başvuru alanı olduğunu ifade eden Peirce, genel bir çerçeve oluşturmuştur (Yaylagül, 2015: 13). Peirce' nin ortaya koyduğu mantıksal olarak ele alınan ve bütün olguları kapsayan kuram, olay ve olgulara mantıksal bir çerçeve ortaya koymuştur (Bircan, 2015: 18).

Pierce göstergeleri ikon (icon), simge (index) ve belirti (symbol) olmak üzere üçe ayırmıştır .Bu üç kavram kesin **hat**larla birbirinden ayrılmayacak olsalar da; ikon, gösteren ile gösterilenin çok yakın benzerlik taşıdığı bir göstergedir. Simge, gösterenin gösterilenle bir neden-sonuç

ilişkisi içinde olduğu göstergedir. Belirti ise, gösterenin gösterilenle nedensiz bir ilişki içinde olduğu göstergedir (Yazıcı, 2007:23)

Şekil 1.1. Peirce’ın Göstergebilim Şeması



Barthes ise göstergebilimin temelinde anlam olduğunu belirtir. Barthes'e göre tüm dizgeler birer anlamlama dizgesini oluştururlar. Dil/söz, gösteren/gösterilen, dizi/dizim, anlam/yananlam karşıtlıklarını göstergebilimin başlıca çözümleme araçları olarak benimser.

Göstergebilim, göstergeleri inceleyerek ortaya koyduğu düşünce çerçevesinde göstergelerin anlam kazanmadaki kat ettikleri yol, bilimsel olarak ifade ettikleri çıkarımlar, toplumsal ve bireysel olarak karşılıkları birer bütün olarak ele alır. Göstergebilimsel yaklaşımda anlam geri plana itilerek bir çıkarım yapılamaz. Göstergebilim anlamsal olarak göstergeleri yorumlar ve ifade eder (Güneş, 2013: 335). Anlama ile ilgili her konuyu göstergebilimin içine almak mümkündür. Göstergebilim, ögeler ile dünyayı tanıma, dilin anlamlandırılması ve hem kişisel hem toplumsal olarak karşılıklı verilen mesajları anlamlandırma ve bu mesajların temsiliyetini ortaya koyma çalışmalarında kendine yer bulmaktadır (Özgür, 2006: 27).

Göstergebilim analiz sürecinde üç önemli nokta karşımıza çıkmaktadır. Bunlar gösterge, gösterilen ve göstergedir. Bu üç öge göstergebilimsel çözümlemenin temel yapı taşlarını oluşturmaktadır (Rıfat, 1992: 25). Bu temel argümanlar ışığında göstergebilim dikkatini öncelikle görüntü veya metne yoğunlaştırır. Görüntü veya metin içerisinde ilk bakışta görünen ve fark edilenin dışında gizli kalmış ve üstü kapalı anlam içeriklerini yakalamayı amaçlamaktadır. Burada özelden genele, öznelikten nesnelığe, bilinenden bilinmeyene ve somuttan soyuta bir anlam yolculuğu söz konusudur. (Rıfat, 2000: 87).

Bireyler – kişiler arasındaki tüm iletişimsel süreçlerde de süreçlerde de göstergeler sıklıkla kullanılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında göstergebilimsel analizde ortak göstergelerin yakalanma çabası vardır. (Parsa, 2007: 114-116). Ortak anlamsal değerleri taşıyan, aynı durumları ifade eden, herkesin anlamsal olarak ortak karar kıldığı ve ne anlama geldiği göstergeler kitlelere sunulmakta veya belirli göstergeler sürekli tekrarlanarak ortak göstergebilimsel kodların oluşması sağlanmaktadır (Rıfat, 2000: s.167).

2.2. Araştırmanın Önemi

Instagram, küresel kültürel etkileşim ve anlayışın geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu platform, dünya çapında milyonlarca kullanıcıya ev sahipliği yaparak, farklı kültürlerden insanların birbirleriyle etkileşime geçmesini ve kültürel sınırları aşmasını sağlar. Instagram'ın sağladığı bu geniş etki yelpazesi, kültürel dinamiklerin anlaşılması ve geliştirilmesi için benzersiz fırsatlar sunmasıyla birlikte, beraberinde getirmiş olduğu bu sınırsız etki ve ifade özgürlüğü değişim dönüşümleri de beraberinde getirmektedir. Bu değişimlerde sosyal medya fenomenleri önemli rol oynamaktadır. Sosyal medya fenomenlerinin takipçi sayılarının artması ve yaptığı paylaşımların beğenilmesi fenomenler için çok önemlidir. Bu çalışmada, etkiyi sağlayabilmek ve toplumun her tabakasındaki takipçilerin

dikkatini çekebilmek için yoğun olarak kullandıkları kültürel kodların rolüne vurgu yapılmıştır. Bu araştırma yapılırken , sosyal medya fenomenlerinin sosyal ağlar, özellikle Instagram paylaşımlarındaki kültürel kodların temsilini saptamaya çalışılmıştır.

Sosyal medya kullanıcıları Instagram üzerinden takip ettikleri kişilerin, en çok hangi gönderini beğenmiş? Bu gönderilerin içeriği ve konusu ne? gibi soruların cevaplarının aranacağı çalışma sonucunda elde edilecek veriler, Instagram üzerinden paylaşım yapan takipçisi yüksek olan kişiler hakkında bilgi vermesi, hangi paylaşımın hangi kültürel kodla desteklenip beğenildiğini saptanması açısından önemli bir yere sahiptir. Takipçisi yüksek bu kişilerin sosyal medya kullanım pratikleri sonucunda ortaya koydukları ürün, gönderi etkileşim düzeyleri dikkate alınarak değerlendirilmeye tabi tutulacaktır. Bu değerlendirme sonucunda ortaya çıkacak veriler ile kültürel olarak kodların temsili vurgulanmaya çalışılıp literatüre katkı sağlanması açısından önemlidir.

2.3. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada temel amaç sosyal medya da dikkat çeken fenomen olarak adlandırılan Instagram kullanıcılarının paylaşımları ile hitap ettikleri kitlenin karşılıklı olarak kültürel kodları kullanıp birbirlerini ne ölçüde etkilediklerini ve Instagram fenomenlerinin paylaşımlarının içerik, sosyal, kültürel, maddi ve manevi toplumsal, bireysel, psikolojik, milli ve manevi bakımından ele alarak, bu paylaşımlarda kültürel kodların etkisini ön plana çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda değer yargıları, yaşam biçimi, tüketim alışkanlıkları özele inilerek araştırılmıştır. Bu çalışma, en çok takipçisi olan 5 Türk sosyal medya fenomeninin en çok yorum ve beğeni alan 5 Instagram gönderisi ile sınırlandırılarak kategorize edilerek problemin çözümüne katkı sunulması amaçlanmaktadır.

Çalışma, sosyal medya ünlülerinin yani sosyal medya da en çok takipçisi olan kişilerin paylaşımlarının bu kişileri takip eden ve gönderiler ile etkileşimde bulunan kişilerdeki kültürel kodların ne ölçüde etkili olmaktadır? sorusuna üzerine tasarlanmıştır. Bu doğrultu da Instagram’da en çok takipçisi bulunan 5 Türk kullanıcının yani ünlünün Instagram paylaşımlarını paylaştıklarında, takipçisi olan kitlenin de bu fenomenleri takip etmede ve paylaşımlarını beğenmede kültürel kodların temsili saptamak amaçlanmaktadır.

3. KÜLTÜREL DEĞİŞİM KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

Kültür, TDK’ da ‘milletin yüzyıllar boyunca ilgi, algı, tutum ve davranışlarla tezahür eden yaşam biçimi, maddi ve manevi değerler toplamı olup nesilden nesle bir miras olarak aktarıla gelmiştir.’ şeklinde ifade edilir.

Kültür özellikle son yüzyıllarda önemli bir kavram ve çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür, geçmişten gelen belli bir düzen ve kurallar silsilesi içinde yaşamayı, bir medeniyet içinde yer bulmayı, bilgili olmayı yaşadığı çağın farkında olmayı, geçmişten aldığı toplumsal ve bireysel öğeleri harmanlayarak yaşamına entegre etmesi gibi unsurları ifade ederek anlam kazanmaktadır. Kültür, tarih içerisinde şekillenme sürecinde birbirinden farklı yaşamları ve sosyal pratikleri harmanlayarak tanım kazanmaktadır (Ertürk ve Sivritepe, 2017: 249). Sosyal hayattaki kişinin ailesi ile, toplumun diğer fertleri ile ve kendi iç dünyası ile kurduğu iletişimde kültür kendine yer bulmaktadır. Kişi yetiştiği toplumun özelliklerini bünyesinde barındırarak kültürel sürece katkı sağlamaktadır. Katkı sağladığı kültüre etkileme ve kültürden etkilenme konumundadır.

Günümüzde birçok kişinin kullanım alanına giren ve günlük olarak dile oturan modern ve modernleşme kavramları sanayi devriminden bugüne

değişerek ve dönüşerek gelmektedir. Geleneksel sanayi devrimi öncesi toplumlarda yaşanan kültürel olarak değişimler sanayi devrimi ile birlikte yeni bir kültürel yapı ile modern hayata geçişi sağlamıştır. Bu süreçte toplumların bünyesinde yer alan değişim ve dönüşümler etkisini artırarak kültürel anlamda da kendisini hissettirmişlerdir. Bu değişim ve dönüşüm kültürel anlamda aktarımdan, sosyal hayattaki yaşam pratiklerine, ilişki biçimlerine, karşılıklı anlaşılma şekline yani maddi manevi tüm unsurları bünyesinde barındırmaktadır (Baransel, 1974: 75-76).

Kültür aynı dönemde yaşamış, aynı sosyal pratiklere sahip, aynı kavramsal içeriğe sahip ve her konu da aynı duyarlılıkta olan toplum bütününde tezahür bulur. Ortak hayat görüşüne, aynı değer yargılarına sahip kişiler toplumsal yapı içerisinde aynı kültüre mensup ve aynı kültürün taşıyıcısı konumundadırlar. Etkileşimlere kaynaklık eden ve bir bütün ve ürün ortaya koyan kültür, zaman içinde olgunlaşarak özgürleşir (Özdemir, 2019: 126). Aynı kültüre mensup kişiler gerek iletişimsel süreçlerde gerek toplumsal yaşam içinde aynı pratiklerde bulduklarından kültürel anlamda aynı ürünü ve çıkarımları ortaya koymakta ve benzer kültürel taşıyıcılık görevini üstlenmektedirler. Tarihsel süreç içinde aynı kültürel aktarıma mensup olan bireyler toplumsal olarak kültürel etki düzeyleri de benzer durumdadır. Maddi ve manevi sahip olunan tüm değer yargılarından ortak hareket etme durumu, kültürün zaman içerisinde şekillenmesine ve dönüşmesine aracılık etmiştir.

Kültürel değişim, insanların deneyimleri neticesinde meydana gelen ve şekillenen, kültürel aktarım ve paylaşım ile ileri taşınan bir süreçtir. Bu süreçte sözlü ve sözsüz olarak, basılı ve elektronik olarak, sanayi öncesi ve sonrası olarak ve son olarak dijital çağda beslenen kültürel değişim ve dönüşüm her zaman dilimi içinde kendine özgü bir biçim bularak bir etkileşim ortamı meydana getirmiştir (Özdemir, 2019, 129). 20. yüzyılın son dönemiyle birlikte de özellikle kitle iletişim araçlarının her alanda kendini göstermesiyle

kültürel değişim, etkileşim ve dönüşüm hız kazanmıştır. Bu gelişmeler beraberinde, farklı yaşam daha hızlı bir şekilde tarzlarının tanınmasını ve benimsenmesini, hayat pratiklerindeki farklılığın daha yoğun ortaya çıkmasını, farklı siyasi, sosyal, kültürel yapıların benimsenmesini beraberinde getirmiştir. Önceki dönemlerden farklı olarak inançlar, fikir ve düşünceler daha çabuk hem bireysel hem de toplumsal olarak alışkanlıkları değişim göstermiştir (Taylan ve Arklan, 2008: 86). Kültürel değişim, günümüzde yaşadığımız dijital dünyanın varlığı ile hem maddi hem manevi hem milli hem de karakteristik olarak farklılık kazanmıştır. Bu farklılığın oluşmasında medya ve sosyal medyanın etkisi yadsınamaz (Şahin, 2011: 249).

Hayatın her alanında gerek ekonomik gerek toplumsal gerek sosyal olsun değişimlerde büyük etkisi olan küreselleşmenin etkilediği en önemli noktalardan biride hiç kuşkusuz kültürdür. Küreselleşme - küresel kültür bünyesinde devasa bir kitle kültürü taşımaktadır. Bu küresel kitle kültürü görüntünün ve görselleşmenin egemenliğindedir. Gün geçtikçe egemenliğini ve yoğunluğunu arttıran bu küresel kitle kültürü her toplumda değişim ve dönüşüme öncülük edecek güçtedir (Hall S. , 1998: 48-52). Özetle, bugünkü küreselleşme, kültürel farklılıklar eliyle işlemektedir. Hem medya hem de sosyal medya özelindeki gelişmeler, iletişimsel süreçlerde ki duvarları kaldırarak her alanda etkileşimin artmasına öncülük etmiştir. Kültürel anlamda da karşılıklı etkinin ön plana çıkmasıyla küresel bir kitle kültürü meydana gelmiştir. Kendi kültürel varlıklarından sıyrılan her bir birey bu küresel kitle kültürünün bir ferdi haline gelmiştir (İrge, 2012: 65). Bir birine son derece geçişken ve karmaşık bir hal alan kültür, beraberinde zayıflamış benlikler ve yaşamlar getirmektedir (Hall 1. , 1995: 108). Sosyal medya da özellikle Instagram'da kullanıcılar bu küresel kitle kültürüne çok kolay dahil olabilmekte, kendine burada çok daha özgür bir etki alanı bulabilmektedirler. Bu süreçte kendi

kültürel değerlerinden bağımsız hareket eden Instagram kullanıcılarının kültürel değişimi yaşaması kaçınılmaz bir hal almaktadır.

Sosyal medya çağında bu dijital dönemde yaşanan değişim ve dönüşüm kültürel bellekte de değişim ve yeniden yapılanma meydana getirmiştir. Her bir kullanıcının sosyal becerisi ile örtüşen ve kişinin sosyal hayatı ile uyumlu bir hale gelen sosyal medya, dijital dünya da kültürel hafızanın değişip yeniden yapılanmasına kapı aralamıştır. Toplumsal çevre de var olan tüm değer ve özellikler kültürel olarak değişim gösterip ileri taşınmaktadır. Yeniden yapılandırılan kültürel değişim ve dönüşüm her alanda ve dönemde farklı araçlar kullanmaktadır. Günümüzde bu araç, sosyal medyadır. Her dönemde araçlar değişiklik gösterse de kültürel bellek değişip dönüşerek her dönemde farklı bir kimlik kazanarak varlığını devam ettirir (Kandemir, 2022: 87-88). Kültürel değişimde küresel kültürel bellek özellikle sosyal medya kullanıcılarını bu değişim ve dönüşüm sürecine dahil etmekte ve karşılıklı etki sürecine sokmaktadır. Yaşanan değişim ve dönüşüm neticesinde sosyal medya kullanıcıları özellikle Instagram hesapları üzerinden sahip oldukları kültürel değerlerden farklı bir yapıda hareket etme pratiği edinmektedirler.

SOSYAL MEDYA VE KÜLTÜREL DEĞİŞİM

Sosyal medya, kullanıcıların tüketim alışkanlıklarını, kullanım pratiklerini oluşturulan içerikler vasıtasıyla aktarmalarını sağlamıştır. Sahip olduğu aktarım ve etki gücü ile sosyal medya kültürel anlamda da etki gücüne sahiptir (Baycur ve Karaca, 2021: 271). Sosyal medya bu etki gücünü internete ulaşım imkanının olduğu her yerde zamandan ve mekândan bağımsız olarak kullanıcılara dolaşımda olma imkânı sunar. Çift yönlü iletişim ve etkileşim imkânı sunan sosyal medyada her bir kullanıcı tem içerik üreticisi hem de tüketici konumundadır. Sosyal medya iletişimde ve içerik üretiminde az maliyetle çok kişiye ulaşma imkânı sunduğundan kullanıcı sayısını hızlı bir şekilde yukarı çekmektedir. Tüm unsurları dile getiren ve çekinmeden her durumu eleştirme imkânı sunan sosyal medya bu yapısı

itbarıyla vazgeçilmez bir noktadadır (Yıldırım, 2022: 403). Her bireyin artık sosyal medya hesabının olma ihtiyacı hissetmesi, takip ettiği kişi ve sayfaların paylaşımlarından güncel olarak haberdar olma çabası sosyal medyayı aktif ve yoğun bir mecraya haline getirmiştir. Tüm yoğunluğa rağmen hızlı bilgi akışının sağlanması, etkileşimin kesilmeden sürekli devam etmesi sosyal medyanın sürekli yukarı eğilim ile hareket etmesine öncülük eder.

Sosyal medya tüm bilgi, değer ve içeriklerin iletiildiği, dönüştüğü ve dolaşıma sokulduğu etkili bir mecraadır. Her bir kullanıcı kendi kullanım pratikleri ölçüsünde sahip olduğu özgürlük alanını değerlendirerek kendine yeni alanlar oluşturmakta ve bu alanı tüm bilgilerin paylaşımı ve akışı için kullanmaktadır. Bilgilerin yanında sahip olduğu sosyal, toplumsal, tarihi ve kültürel değerlerini buraya yansıtmaktadır. Sosyal medya internetin olduğu her yerden ulaşılma imkânı sunduğundan, tüm bu değer yargıları dünyanın her yerinde karşılık bulma ihtimalini bünyesinde barındırır. Bu karşılık çift yönlü etkileşim ile sağlanmaktadır. Özellikle kültürel değerler bu karşılıklı etkileşim ile değişim ve dönüşüme uğrayarak yeniden yapılandırılır. Sosyal medya yeniden yapılandırılma sürecinde kültürün aktarılmasından ve her bir kullanıcı için yeniden tanımlanmasına zemin hazırlar. Bu tanımlama takipçisi çok olan sosyal medya fenomenleri ve ünlülerin paylaşım ve etkileşiminde daha fazla karşılık bulmaktadır.

Sosyal medya fenomenleri özgür sosyal medya ortamında varlıklarını her geçen gün hissettirerek kendilerine özgü sayfalarında oluşturdukları alan içinde düzenli olarak paylaşım ve etkileşimde bulunmaktadır. Yaptıkları paylaşımlar ile günlük hayat pratiklerini, fikir ve düşüncelerini, benimsedikleri kültürel değer yargılarını takipçileri ile paylaşmaktadırlar. Paylaştıkları tüm içerikler belli bir karşılık bulmakta ve takipçilerini sosyal ve kültürel olarak etkilemektedir. Sosyal medya fenomenleri takipçi sayılarının çokluğu ve görünürlüklerinin yüksek olması, onların paylaşımları ile takipçilerini etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olmasına imkân

vermektedir. Bu etkinin ve gücün farkında olan sosyal medya fenomenleri düzenli paylaşımlar ve içerikler üreterek etki alanlarını artırma amacındadırlar. Buna imkân sağlayan sosyal medya mecralarının başında Instagram gelmektedir (Ünlü ve Zeybek, 2020: 73-74).

Etkileşimlilik ve etki gücünün yüksek olması, bilgi ve içerik akış yoğunluğunun diğer araçlarla kıyaslanamayacak kadar yüksek olması sosyal medyayı değişim ve dönüşüme aracılık etmek için ön plana çıkarmaktadır. Sosyal mecralar, kişisel telefon ve bilgisayar kullanımının her geçen gün hızla artması, internete ulaşımın yaygınlaşarak kolaylaşması büyük sanal ağları, kendine özgü pratik ve deneyimleri sunarak yeni bir kültürel yapı ve hayat biçimi ortaya çıkarmıştır. Tüm değer yargılarından bağımsız ve tüm öğelerden sıyrılan sosyal medya kişiye kendi dünyasını kendi tanımlama imkânı sunmaktadır. Gerçek hayattaki tanımlamalardan referans alınarak yeni kültürel objeler oluşturularak temsil gücü artırılmıştır (Arık, 2013 : 101-102). Meydana gelen bu ağ toplumu, sürekli aktif olan ve mekânsal olarak sınırı olmayan bir alan sunmaktadır. Mesafelerin tamamen ortadan kaybolduğu, uzaklık kavramının olmadığı bu mecra içerisinde bireyin önünde uçsuz bucaksız bir alan bulunmaktadır (Süllü, 2018: 131-132). Mesafelerin olmadığı ve her türlü aktarımın anlık olarak gerçekleştiği bu alanda geleneksel hayat pratiklerinden dijital modern pratikleri geçiş kolay olmuştur. Sosyal medyanın geçiş ve aktarım yetkisini geleneksel medyadan aldığından itibaren hızlıca bir kültürel bellek inşası ve aktarımı sağlanmıştır. Kültürel bellek her ne kadar geçmişle bağlantılı olsa da sosyal medyadaki kültürel değişim ve dönüşüme tamamı ile engel olamamaktadır. Bu noktada kültürel değerlerin korunması ve yaşatılması, gücünü muhafaza etmesi ve geleceğe aktarılması için toplumsal hafıza varlığını hissettirse de bu yeni kültürel inşa karşısında zayıflamaktadır (Kandemir, 2022: 88).

Sosyal medya son yıllardaki etkisi ve hızla büyüyen gücü ile kuşaklar arası kültürel farklılığı ve değişimi fazlasıyla arttırmıştır. Daha önceki

dönemlere nazaran kültürel geçişlerde önceki kuşağın etkisi git gide azalmaktadır. Sosyal medya önceki dönemlerde var olup süre gelen kültürel süreçleri ve geçişleri daha tartışabilir özgür bir ortam sunarak yeniden üretimi ele almaktadır. Günümüzde var olan sanal ortamdaki dijital kültür tüm kimlikleri barındırma özelliğine sahip olmasıyla her kesimden kullanıcının dahil olmasını kolaylaştırmıştır. Her dahilde değişen ve dönüşen sosyal medya kültürel anlamda da farklı bir yapının ortaya çıkmasına temel oluşturmuştur (Özdemir, 2019: 128). Sosyal medya özelinde yaşanan tüm bu küresel kültürel değişim ve dönüşüm, bilişim çağında temel yaşam pratiklerini de ciddi mana da etkilemekte ve var olan tüm sınırları da ortadan kaldırarak son derece geçişken bir alan sunmaktadır (İrge. 2012: 73). Sosyal medya sunduğu çeşitli ve özgür bilgi kanalları ile var olan değişim ve dönüşüm dinamiğini kültürel olarak sağlamaya devam etmektedir (Ölçekçi, 2020: 50). Sosyal medya meydana getirdiği kültürel dönüşüm ile değişen dünyanın yeni yüzü olarak, sunmuş olduğu kişisel dünyanın sınırlarını genişlettikçe gelecek vaat etmede güçlü bir alan halini almıştır. Her mesajın ve içeriğin yeniden üretilebilmesine olanak sağlayan sosyal medya kültürel yapı ve değerlerinde tekrar tekrar üretilmesine fırsat sunmaktadır (Çalışkan ve Mengiç, 2015: 258). Sosyal medyaya erişimin olduğu her alanda değişim kaçınılmaz bir hal almaktadır. Bu yeni dünyaya adım atan birey dahili veya harici olarak değişimin bir parçası olmaktadır. Özellikle kültürel öğelerin yeniden tasarlandığı mecra değişimin temelini oluşturmaktadır.

Sosyal Medya ve Ünlülük Kültürü

Sosyal medya ünlülerini, farklı konularda kendi kişisel tecrübelerine dayalı paylaşımlar yapan ve bu paylaşım ve içerikler ile geniş kitlelere ulaşan ve geniş kitleleri etkileyen kişiler olarak tanımlanır (Ünlü ve Zeybek, 2020: 72). Modern toplumda birey, sürekli olarak kendini gösterme gayretindedir. Modern toplumun değişmezleri arasında yer alan sosyal medya aracılığı ile

tüm sosyal pratiklerini burada yaşamaya başlarlar. Hayatların her alanında yeniden üretme ve var olan olguları yenileyerek sosyal medyada dolaşıma koyma sürekli görünür olma çabasında olan birey, tanınırlığını arttırmayı hedeflemektedir. Sürekli paylaşım yapan ve içerik yenileyen birey, görünürlüğünü arttırdıkça haz ve mutluluk duymaktadır. Bunun ötesinde bir ün kazanma ve şöhret sahibi olma çabası mevcuttur (Ünlü ve Filan, 2021: 45).

İnternet özelinde sosyal medya son yıllarda şöhret kültürünün hızla yayıldığı bir mecradır. Ünlü olma gayreti ile sosyal medya araçlarını aktif kullana kişiler, yeni şöhret araçlarından olan sosyal medyada sürekli aktif olma ve görünür olma çabasındadırlar. Bu ünlülük kültürü günümüzde sosyal medya özellikle Instagram ile kültürel yapıların sınırlarını belirlenmekte ve ünlü kişiler ile normal kullanıcılar arasında araç görevi görmektedir. Sosyal medya araçları kısa sürede kendi şöhretlerini, ünlülerini meydana getirerek tüm toplumsal yapıyı derinden etkilemiştir. Günümüzde pek çok sıradan kullanıcıya ünlü olma imkânı veren sosyal medya özellikle Instagram dinamik olarak sürekli yeni ünlüler çıkarma gücüne sahiptir (Arık, 2013: 109-111).

Sosyal hayatın her alanına etki eden ünlülük kültürü ve sosyal medya da şöhret, her türlü içeriğin pazarlanmasına da yol açmaktadır (Keçeci ve Karaca, 2022: 275). Dijital küresel kültür içinde var olan yeni bir benlik inşasının pazarlanması ve sosyal medya da oluşturulan bu benliğin geniş kitlelere ulaştırma çabası günümüz sosyal medya ünlülerinin, şöhretlerinin kabul görmesi ve sürdürülmesi için önemlidir (Özdemir, 2019: 410). Benlik pazarlaması takipçileri etkilemek için planlı olarak yürütülmekte ve sosyal medya hesabından farkındalık oluşturularak ünlülük sağlanması amaçlanmaktadır. Bu noktada ünlülerin sosyal medya paylaşımlarının kalıcılık ve etki düzeylerinin uzun olduğunu belirtmek gerekir (Bayçu ve Meriç, 2019: 1224). Bireyler özellikle sosyal medya da takip ettikleri ve hayranlık duydukları kişileri taklit etme çabasındadırlar. Bu sosyal medya ünlülerini kendilerine örnek almakta ve her türlü sosyal pratiklerini

uygulamaya çalışmaktadırlar (Akyazı, 2019: 97). Sosyal medya ünlülerinin özellikle Instagram üzerinden sağladıkları bu etki takipçi sayılarını her geçen gün arttırmakta ve görünür düzeylerini genişletmektedir. Son yıllarda sosyal mecraların ücretsiz kullanım imkânı sunmasıyla özellikle Instagram üzerinden çoğu kişi herhangi bir konu da ün kazanmaya çalışmaktadır. Başarılı olanlar etkisini ve takipçi sayısını artırarak aktif bir şekilde sosyal medya üzerinden içeriklerini üretmekte ve geniş kitlelere istedikleri mesajı vermektedirler.

BULGULAR

Bulgularda aşağıdaki tablo 1' de yer alan en çok takipçisi olan 5 Türk Instagram kullanıcılarının gönderileri mevcuttur.

Tablo 1: En çok takipçisi olan 5 Türk Instagram Kullanıcısı

İsim	Gönderi Sayısı	Takipçi Sayısı	Takip edilen
Burak Özdemir (CZN Burak)	2240	53.5 Milyon	198
Nusret Gökçe	2685	53.2 Milyon	336
Hande Erçel	760	31.5 Milyon	599
Mesut Özil	1656	28.3 Milyon	355
Burak Özçivit	490	25.4 Milyon	370

Yukarıdaki tabloda yere alan kullanıcıların en çok takipçisi olan ünlünün en çok beğeni alan gönderisinden başlanarak aşağı doğru inceleme yapılmıştır. Bu nokta da göstergelerin Birinci Düzey (Denotatif Anlam): Göstergenin açık ve yüzeysel anlamı analiz edilmesi ve İkinci Düzey (Konotatif Anlam): Göstergenin taşıdığı kültürel, ideolojik veya duygusal anlamları incelenmiştir.

1. Burak Özdemir (CZN Burak)

Burak Özdemir, Hatay Medeniyetler Sofrası isimli restoranların sahibi olup, aynı zamanda Instagram üreticisidir. 29 yaşındaki ünlü şef yaptığı yemek içerikli paylaşımlar ve sosyal sorumluluk projeleri ile dikkat çekmektedir.



Foto 1. : Burak Özdemir (CZN Burak) Instagram profil görüntüsü

Czn Burak' ın genel profil görüntüsü incelendiğinde takipçi sayısının yüksekliği göze çarpmaktadır. Öte yandan iletişim adresleri ve sahibi olduğu restoranların bilgisi profilinde yer almaktadır. Profil fotoğrafındaki temel gösterge gülen yüz takipçilerinde sempati uyandırmayı amaçlamıştır

Burak Özdemir' in en çok beğeni alan Instagram paylaşımının Göstergibilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Erkek ve kız çocuk

Gösterilen: Yemek dağıtan erkek ve dağıtılan yemeği alan kız çocuk

Düz Anlam: Yardımseverlik

Yan Anlam: Masumiyet

Görselde yoksul kişilere yemek yardımı yaparken görüntülenen Czn Burak bu gönderisi ile takipçileri tarafından 4.2 milyon beğeni almıştır. Yemek yardımı yapması, görselde çocukların bulunması ve yemeği çocukların alması takipçilerin dikkatini çeken unsurlar olmuştur.



Foto 2. Burak Özdemir' in en çok beğeni alan Instagram paylaşımı

Burak Özdemir' in kültürel olarak temellerimizde bulunan yardımseverlik içeren ve gönderiyi beğenen takipçilerinde masumiyet uyandıran paylaşımında, ilk dikkat çeken küçük çocuklar yüreklere dokunan bir kodun temsili olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal olarak yardımsever olmaması, duygusal içeriklere kayıtsız kalınmaması bu gönderinin yüksek sayıda beğeni alarak kültürel kodların temsili noktasında dikkatleri çekmektedir.

Özellikle yaptığı büyük porsiyonlu et yemekleri ile dikkat çeken ve iştah kabartan paylaşımları bulunan CZN Burak Özdemir, yemek kültürüne de bu minvalde yansıtmaktadır. Bu paylaşımlarda takipçiler tarafından

benimsenmektedir. Sadece Türkiye’ de değil özellikle fakir ülkelerde yardıma muhtaç ve bir kap yemeğe ulaşmakta ciddi mana da sıkıntı yaşayan toplumlarda da yemek yardımında bulunan ve bu yardımları Instagram hesabında paylaşan CZN Burak Özdemir bu nokta da yardımseverlik noktasında kültürel kodların temsilini sağlamıştır.

Burak Özdemir’ in en çok beğeni alan 2. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Erkek

Gösterilen: Hasta yatağında bakan erkek

Düz Anlam: Hastalıktan dolayı damar yolundan tedavi alan erkek hasta

Yan Anlam: Duygusal gösterim



Foto 3. Burak Özdemir’ in en çok beğeni alan 2. Instagram gönderisi

Hasta olduğunu paylaştığı bu görselde, hastane yatağında elinde damar yolunu göstererek takipçilerine duygusal olarak bir paylaşım yapmıştır ve 3.5 milyon beğeni ile karşılık bulmuştur.

Paylaşımında sürekli güler yüzlü ve neşeli göstergeler ile karşımıza çıkan Burak Özdemir, bu paylaşımında hasta olduğunu belirten bir gösterge ortaya koyarak takipçilerin duygusal anlamda dikkatini çekmiş ve yüreklere dokunarak bir hassasiyet oluşturmuştur. Kendisinin takipçilerinin sağlığına ne kadar önem verdiklerini ve duygusal olarak bir temsilin oluştuğunu söylemek mümkündür. En yüksek beğeni alan ikinci gönderide de anlaşılacağı üzere CZN Burak Özdemir duygusal anlamda bir kültürel kodun temsilini yaptığını ifade edebiliriz.

CZN Burak Özdemir' in Instagram sayfasının büyük kısmına bakıldığından güler yüzlü olduğu paylaşımları dikkat çekmektedir. Bu güler yüzlülüğünün yanında sosyal sorumluluklarda bulunarak yardım faaliyetlerinde bulunması takipçileri tarafından dikkat çekici ve takdir edici bulunmaktadır. Bu sebepten hastalanıp zor bir anını paylaştığı bu görseli takipçilerin duygusal tarafına hitap ederek yüksek sayıda beğeni almasına öncülük etmiştir. Bu görselde de gösterge bilimsel analizde ortaya çıkan unsurlar incelendiğinde duygusallık ve zor bir gününe destek olması bağlamında kültürel kodların temsilini görmek mümkündür.

Burak Özdemir' in en çok beğeni alan 3. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Erkek, kadın ve kız çocuk

Gösterilen: Yemek dağıtan erkek ve dağıtılan yemeği alan kız çocuk

Düz Anlam: Yardımseverlik

Yan Anlam: Masumiyet ve Sevgi



Foto 4. Burak Özdemir' in en çok beğeni alan 3. Instagram gönderisi

Czn Burak Özdemir' in çocuklara yemek dağıtırken çekilen ve takipçileri tarafından 3.2 milyon beğeni alan görselinde küçük çocukların ön planda olması dikkat çekmektedir.

Bu paylaşımına da gösterebilimsel analizin temel unsurlarını ele alarak baktığımızda yine kültürel olarak sahip olduğumuz yardımlaşma, masumiyet ve saflık kodlarının temsilini görmekteyiz. Bu unsurların toplumumuzdaki hemen her Instagram kullanıcısı tarafından ilgi çekici bulunduğu ve dikkat edildiği görülmektedir. Gerek düz anlamda gerek yan anlamda takipçilerinin gönderinin temel amacını anlamlandırdıkları ve bu doğrultu da bu gönderiyi yüksek beğeni ile ön plana çıkardıklarını söyleyebiliriz.

CZN Burak Özdemir, Hayatın her alanında paylaşımı, yardımseverliği, iyiliği ve güzelliği ön plana çıkararak hesabından yaptığı paylaşımlar ile kültürel anlamda temel kodlara değinmeyi başarmıştır.

Burak Özdemir' in en çok beğeni alan 4. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve Nesne

Gösteren: Erkek, erkek çocuk ve oyuncak

Gösterilen: Oyuncak dağıtan erkek ve oyuncak alan erkek çocuk

Düz Anlam: Yardımseverlik

Yan Anlam: Masumiyet ve sevgi



Foto 5. Burak Özdemir' in en çok beğeni alan 4. Instagram paylaşımı

Görselde Burak Özdemir' in yine küçük çocuklara hediye dağıtırken çekilen görüntüsü takipçileri tarafından 3.2 milyon beğeni alarak dikkat çekmektedir. Çocukların ve Burak Özdemir'in kadrajdaki samimi görüntüsü ön plandadır.

Bu paylaşımında da görüldüğü üzere ünlü bir yemek markasının ve restoran zincirinin sahibi olan CZN Burak Özdemir, sahip olduğu imkanlardan yardıma muhtaç kişilerinde istifade etmesini ihmal etmemektedir. Bu paylaşımcı ve yardımsever tutumu kullanıcılarında dikkatinde kaçmayarak, temsil ettiği değerlerden karşılık bulmuştur. Temel gösterge ve sunduğu temel anlam incelendiğinde gösterge ve gösterilenin anlamsal karşılığını bulduğunu ifade edebiliriz.

Bu görselde dikkat çeken göstergelerden biri de çocukların kıyafetlerinin eski ve ayağındaki terlikler veya ayakkabısız oluşları. CZN Burak Özdemir sosyal medya özelliklede çalışmamızın konusu olan Instagram üzerinden elde ettiği ünün ve şöhretin olumlu getirilerini sürekli özellikle çocuklar ile paylaşmaktan geri durmamaktadır. Bu anları da takipçileri ile paylaşarak bir farklılaştırma oluşturmayı başarmış ve kültürümüzde var olan yardımseverlik gibi temel bir kodun göstergesini ortaya koymuştur.

Burak Özdemir' in en çok beğeni alan 5. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Erkek ve tepsi

Gösterilen: Filistin bayrağı renkleri ve şeklinde yapılmış tatlı

Düz Anlam: Hüzün ve Üzgünlük

Yan Anlam: Destek olma



Foto 6. Burak Özdemir' in en çok beğeni alan 5. Instagram gönderisi

Bu görselde Filistin'e destek olmak için hazırladığı bir tatlıyı Filistin bayrağı renklerine boyayarak 2.9 milyon beğeni almıştır. Görseldeki Filistin bayrağı renkleri ve Filistin' in acısını ifade etmek için oluşturulan üzgün yüz ifadesi dikkatleri çekmektedir.

CNZ Burak Özdemir' in takipçilerinin büyük çoğunluğu dini değerlere bağlı ve bunu Instagram kullanım pratikleri ile ifade eden bir kitle olduklarını görmekteyiz. Özellikle son bir yılda zulümler ile yüreğimizi dağlayan Filistin meselesi çalışmamızda da güçlü bir gösterge ve düz anlam ile kültürel kodların temsili ile dikkat çekmektedir. CZN Burak Özdemir' in bu nokta da yaptığı paylaşım göstergebilimsel analiz ile ele alındığında güçlü bir temsile sahip olduğunu görmekteyiz.

Burak Özdemir (CZN Burak)' ın gönderileri göstergebilimsel analiz ile incelendiğinde takipçilerinin duygusal yanına hitap ettiği ve göstergeleri içerisinde takipçilerinin de daha çok duygusal olan ve geleneksel kültürümüzde yer alan yardımlaşma, dayanışma ve merhamet içerikli paylaşımlara beğeni gösterdiği ortaya konmuştur. Sosyal meselelere değinmeye çalışan Burak Özdemir' in paylaşımlarındaki göstergeler dikkat çekmektedir. Çocuklara hediye dağıtması, büyük kazanlarda yemek yaparak dağıtması ve yine ön plana çocukları alarak duygusal olarak takipçilerinin beğenisini kazanmaya çalışmıştır. Kültürel kodların temsili noktasında ve bu temsillerin ve kodların takipçiler tarafından karşılık bulmasıyla kültürel ve toplumsal yapıda ki yerini sağlamlaştırmaktadır.

2. Nusret Gökçe

1983 yılında Erzurum'da dünyaya gelen Nusret Gökçe, uzun süre kasap çırağı yaptıktan sonra “ete fısıldayan adam” olarak ünlenen ve milyonlarca takipçisi olan bir fenomene dönüşmüştür. Nusret, etle dans eşliğinde onu keserek show yapmakta ve müşterisi ya da takipçilerine çektiği videolarla bunu paylaşmaktadır. Nusret Gökçe, kasap ve kendi adıyla olan Nusr-Et Steakhouse restoranlarının sahibidir. 41 yaşındaki ünlü şefin, 2013'ten beri paylaşımlarını yapsa da özellikle 2015 yılından sonra takipçi sayısı ve beğenilerindeki artışla daha geniş bir kitleye ulaştığı görülmektedir. instagram paylaşımlarında yaptığı ünlü tuzlama hareketi ile kısa sürede ikon haline gelmiştir. Dünya çapında ünlü olan ve birçok sosyal medya kullanıcısı tarafından Nusret'in kendi oluşturduğu tuz dökme hareketi fenomenleşmiş, kendiyile özdeşleşmiş ve pek çok kişi tarafından taklit edilmiştir.



Foto 7. Nusret Gökçe' nin Instagram profil görüntüsü

Nusret Gökçe'nin profil görüntüsü incelendiğinde profil fotoğrafı kendisi ile özdeşleşen tuzlama hareketi olduğunu görmekteyiz. 53.2 milyon takipçi ile geniş bir takipçi yelpazesi olan Nusret Gökçe'nin profil açıklamasında iletişim bilgisi bulunmaktadır. Profil fotoğrafındaki temel göstergenin, bir marka olarak karşımıza çıkan ve kendisi ile özdeşleşen tuz serpme hareketi olduğunu görmekteyiz.

Kasaplık mesleği ile ünü dünyaya yayılan Nusret Gökçe, kendi adını verdiği ve başta İstanbul olmak üzere dünyanın birçok şehrinde (Örn; New York vs.) kurduğu restoran zinciri ile tanınmaktadır.

Nusret Gökçe' nin en çok beğeni alan Instagram paylaşımının Göstergibilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: İki Erkek ve yemek

Gösterilen: Yemek masası

Düz Anlam: Yemeğin sunulması

Yan Anlam: Lüks gösterim , hayranlık uyandıran bir ünlünün Nusret tarafından restoranında görülmesinin şaşkınlığı ve mutluluğu. Restoranın ünlüler tarafından tercih edildiği anlamları çıkarılmaktadır.



Foto 8. Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan Instagram paylaşımı

Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan Instagram paylaşımı incelendiğinde bir masa başında et yemeği tuzlanmış ve restoranın o günkü misafiri ünlü Hollandalı futbolcu Mephis Depay ile çekilen fotoğraf 1.1 milyon beğeni alarak dikkat çekmiştir.

Dünyaca ünlü kişileri ağırlaması ve bu anları Instagram hesabında takipçileri ile paylaşması işle dikkat çeken Nusret, bu gönderisinde yine Hollandalı Futbolcu Mephis Depay ve kendisi gösterge olarak dikkat çekmektedir. Takipçilerinin lüks ortamları, lüks ve pahalı et yemeklerine olan ilgisi gösterge, gösterilen ve düz anlam ile incelenen gönderinin yüksek sayıda beğeni alması ile ortaya çıkmaktadır. Pek çok ülkede yabancı kullanıcılar, ünlüler, iş ve siyaset insanları tarafından bu eylem sembolik hale gelerek onların sempatisi kazanılmaya çalışılmıştır. Ünlü şef ve fenomenin

kendisi ile özdeşleşen ve çok ciddi şekilde olumlu anlamda karşılık bulan yaptığı bu hareket ikonunu görmek için dahi yemek yemeye gelenler bulunmaktadır.

Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan 2. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: İki kadın ve et yemeği

Gösterilen: Et yemeğinden akan yağ ve ona bakan kadınlar

Düz Anlam: Yemeğin sunulması

Yan Anlam: Lezzet, etin sunum sırasındaki hayranlık dolu bakışlar.



Foto 9. Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan 2. Instagram gönderisi

Instagram gönderisi incelendiğinde yağ damlayan, iyi pişmiş, lezzetli bir et ön plana alınarak takipçilerin dikkati ve beğenisi kazanılmaya çalışılmıştır.

En çok beğeni alan 2. Gönderide de yine insanın iştahını kabartan ve dikkat çeken pişmiş ve yağlı bir et gösterge olarak ön plana çıkmaktadır. Bu gönderide ele alınan yan anlam kültürel kodların temsili noktasında taşıyıcı görevi görmektedir.

Ünlü şef ve sosyal medya fenomeni Nusret Gökçe'nin çoğu kez kendi yaptığı ve takipçileri tarafından lezzetli bulunan yemeklerin detaylı görselini sürekli paylaşmıştır. Bu görselde de gösterilen içerikte yağları damlayan ve lezzeti belirten kızarmış bir etin dikkat çekiciliği vurgulanmıştır. Lüks yemek içeriklerine özendirici yapılan bu paylaşımlar, kültürel değişim ve dönüşüm noktasında önem arz etmektedir. Özendirici içerikler, sosyal ve ekonomik statüyü görmezden gelen durumları ortaya çıkarmaktadır. Lüks kıyafetli misafirler, lüks mekan, yemeğin sergilendiği lüks bir masa, yemeğin görselini almaya çalışan son model telefonlara sahip kişiler dikkat çekici unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan 3. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: Nesne

Gösteren: Çuval

Gösterilen: Yardım Çuvalları

Düz Anlam: Çocuk kıyafet yardım çuvalları

Yan Anlam: Yardım



Foto 10. Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan 3. Instagram gönderisi

Instagram gönderisi 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş merkezli depremlerinden hemen sonra deprem bölgesine gönderilmek üzere hazırlanan yardım paketlerini içermektedir. Nusret Gökçe'nin toplumsal konulara duyarlı olması takipçilerinin beğenisini kazanmıştır.

Gösterge ve gösterilenden çıkarılan düz ve yan anlama bakıldığında toplumumuzun yaşanan asrın felaketine duyarlılık göstermesi, bir hassasiyet ortaya koyması ve aynı duyarlılığı ve hassasiyeti gösteren Nusret' in bu paylaşımı da dikkat çekmektedir. Özellikle de düz anlamda ortaya çıkan çocuk kıyafetleri duyarlılığı arttıran bir unsurdur.

Nusret Gökçe' de CZN Burak Özdemir gibi elde ettiği maddi gücü zor dönemlerden geçen depremzedeler için seferber ederek yardımda bulunmuş

ve bu durumu da takipçileri ile paylaşmıştır. Bir depo ürünün depremzedelere gönderilmek üzere hazırlandığının paylaşıldığı görsel Ünlü şef ve Instagram fenomeni Nusret Gökçe'nin, yardımsever bir toplum olduğumun kültürel kod ve temsilini ortaya çıkarmaktadır.

Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan 4. Instagram paylaşımının Göstergibilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: İki erkek

Gösterilen: Mutlu bir şekilde iki erkek

Düz Anlam: Poz veren iki erkek

Yan Anlam: Ünlü iki erkek



Foto 11: Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan 4. Instagram gönderisi

Görselde Nusret Gökçe'nin yanındaki ve aynı zamanda fotoğrafa Instagram üzerinden ortak paylaşım ile gönderide bulunan kişi Manchester City

futbol kulübünün İngiliz futbolcusu Phil Foden. Ünlü bir futbolcu ile birlikte gönderi paylaşması takipçilerin dikkatini çekmiştir.

Yine ünlü bir futbolcuyu paylaştığı ve restoranında ağırladığını göstergebilimsel analizde anladığımız Nusret, kültürel kodların temsili noktasında lüks hayata ve şöhrete özendirici içerikleri takipçilerinin de dikkatini çeken bir unsur olmuştur.

Özellikle dünyaca ünlü kullanıcılar, sporcular, sanatçılar ve birçok kullanıcı yemek yemekten öte Nusret Gökçe'nin ünlü tuzlama hareketini görmek, deneyimlemek ve yakından takip etmek için dünyanın farklı noktalarında bulunan restoranları ziyaret etmektedirler. Bu anların her birini özenle takipçileri ile paylaşan Ünlü Şef ve Instagram fenomeni Nusret Gökçe, gönderilerinde barındırdığı göstergeler ile lüks hayatı özendirici ve bu anlamda kültürel kodları etkileyici bir durumdadır.

Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Erkek, yemek, yemek bıçağı, tuz

Gösterilen: Yemeği tuzlayan erkek

Düz Anlam: Sunum yapan erkek

Yan Anlam: Lezzet,



Foto 12. Nusret Gökçe'nin en çok beğeni alan 5. Instagram gönderisi

Bu Instagram görselinde yine kendi restoranının mutfağında yaptığı yemeğe ünlü tuzlama hareketi yapmaktadır. Tuz tanelerinin belirginliği dikkat çeken bir diğer unsurdur.

Nusret Gökçe'nin gönderileri analiz edildiğinde takipçileri daha çok kendisi ile ünlünen yemek içeriklerine beğeni de bulunmuştur. Nusret Gökçe'nin restoranlarında sık sık ünlü sporcuları ağırlaması takipçilerinin bu yönde beğeni yapmasına neden olmuştur. Yaptığı işi sürekli ön planda tutarak takipçilerinin beğenisini kazanma çabasında olan Nusret Gökçe, düzenli aralıklar ile bu konu da içerik üretmeye devam etmektedir.

Toplumsal olarak yemek kültürümüzün zengin olması ve yemeğe düşkün olmamız gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, yemek kültürü anlamında farklı kodların temsilinde bulunan Nusret Gökçe takipçileri tarafından dikkat çekmektedir. Kuramsal kısımda dikkat çekilen kültürel

değişim - dönüşüm ve bu değişim – değişim dönüşüm çerçevesinde kültürel kodların temsili ortaya çıkmaktadır.

3. Hande Erçel

Hande Erçel, 24 Kasım 1993 yılında Balıkesir’de doğdu. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Geleneksel Türk Sanatları bölümünde okuyan Erçel, Kanal D’de yayınlanan Güneşin Kızları dizisinde canlandığı Selin karakteri ile adını duyurdu. Kariyerinde hızlı adımlarla ilerleyen oyuncu Çalıkluşu, Aşk Laftan Anlamaz, Güneşin Kızları, Hayat Ağacı ve Çılgın Dershane Üniversitede gibi yapımlarda yer aldı.

Türk oyuncu ve model olan 31 yaşındaki Hande Erçel birçok dizi ve filmde rol alarak tanınmıştır. Czn Burak Özdemir ve Nusret Gökçe gibi sadece Instagram’daki paylaşımları ile değil model ve oyuncu olduğundan televizyon ve magazin programlarından da tanınmaktadır. Bu tanınırlığını zaman içerisinde Instagram’a taşıyan oyuncu bu platformda da takip edilerek yüksek takipçi sayısına ulaşmıştır.



Foto 13. Hande Erçel’ in Instagram profil görüntüsü

Oyuncu ve model Hande Erçel daha çok televizyondan tanınmasına rağmen 31.5 milyon takipçi ile en çok takip edilen 3. Türk Instagram kullanıcısı konumundadır. Takipçileri sosyal medyadan da aktif olarak takibi bırakmamaktadırlar. Sade bir profili bulunan Hande Erçel'in sadece iletişim bilgilerini görmek mümkündür.

Hande Erçel'in en çok beğeni alan Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Kadın

Gösterilen: Göz ve saçlar

Düz Anlam: Fotoğraf çeken kadın

Yan Anlam: Estetik ve güzellik

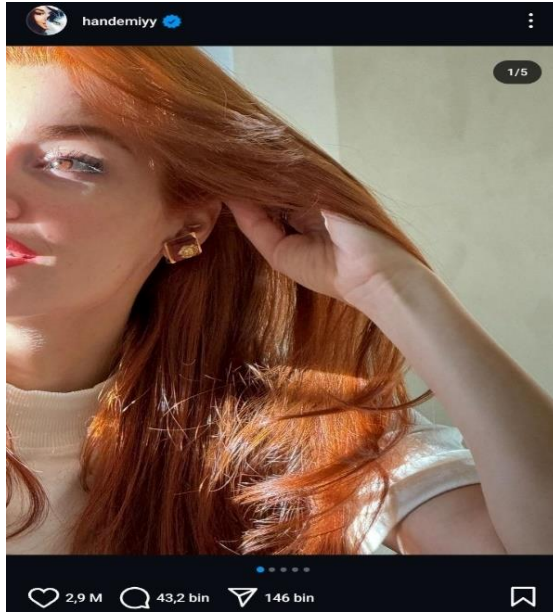


Foto 14. Hande Erçel' in en çok beğeni alan Instagram gönderisi

Hande Erçel paylaşmış olduğu çoklu Instagram gönderinde bulunan birinci fotoğraf dikkat çekerek 2.9 milyon beğeni almıştır. Oyunculuk ve

modellik mesleğini yansıtan pozu en çok beğeni aldığı Instagram gönderisi olmuştur.

Özellikle son dönem de Instagram kullanan genç kesimin beğenilme ve güzellik algılarının ön plana çıkarma isteği Hande Erçel' in en çok beğeni alan gönderisinin gösterebilimsel analizinde ortaya konmuştur. Bu paylaşımlar ile yeni bir güzellik algısının özendirilmesi ve yeni kültürel kodların temsili ortaya çıkmaktadır.

Fotoğrafın gösterebilimsel analizinde ortaya konduğu üzere, fotoğrafta beyaz bir tişört giyen Hande Erçel, kızıl saçlarını güneşe döndürerek gözleri ile de güneşi karşıladığı bir içeriği sunmuştur. Estetik yüz yapısının ortaya çıkması, kulağındaki yine pahalı ve estetiği tamamlayıcı küpe göstergeler arasındaki diğer unsurlardır.

Güzellik algısı ve sunumu üzerine paylaşımlarda bulunan oyuncu ve Instagram fenomeni Hande Erçel, paylaşımlarını estetik güzellik algısı üzerine yapmıştır. Lüks hayatın beraberinde getirdiği maddi imkânlar ile elde edilen bu yeni ve estetik üzerine kurulu güzellik algısı Hande Erçel' in takipçileri tarafından yeni bir rol model ortaya koymuştur.

Hande Erçel' in en çok beğeni alan 2. Instagram paylaşımının Gösterebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Kadın ve sandalye

Gösterilen: Siyah elbiseli kadın

Düz Anlam: Oda da sandalye de fotoğraf çeken kadın

Yan Anlam: Estetik ve güzellik



Foto 15. Hande Erçel' in en çok beğeni alan 2. Instagram gönderisi

Yine bir önceki gönderide olduğu gibi mesleğini yansıtan çoklu bir paylaşımda bulunan oyuncunun bu gönderisinde siyah kıyafeti dikkat çeken bir unsurdur.

Hande Erçel' in bu gönderisinde gösterge bilimsel olarak incelendiğinde gösteren ve gösterilen bizlere yan anlam olarak güzellik algısının değişerek doğallıktan estetikliğe kaydının ve kullanıcıların da bu konuda hassasiyet gösterdiklerini ifade etmektedir. Siyah kıyafetiyle oturmuş olduğu masa da elleri ile yine en çok beğeni alan gönderide olduğu gibi kıvılcımlı renkli saçlarını ön plana çıkararak güzellik algısını estetiksel açıdan yükseltme amaçlanmıştır. Beyaz led ışıklar ile aydınlanmış mekân arka göstergede lüks bir mekan olabileceği fikrini sunmaktadır.

Hemen her gönderide şöhretin ve beraberinde gelen maddi imkanların sunmuş olduğu bu yeni kültürel yapı içerisinde estetiksel güzelliği ön plana çıkaran oyuncu ve Instagram fenomeni Hande Erçel, takipçilerine yeni kültürel kodların temsilini sunmaktadır.

Hande Erçel' in en çok beğeni alan 3. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Kadın ve heykel

Gösterilen: Heykelin önünde ki gülümseyen kadın

Düz Anlam: Heykelin önünde fotoğraf çeken kadın

Yan Anlam: Tatil ve gezi fotoğrafı



Foto 16. Hande Erçel' in en çok beğeni alan 3. Instagram gönderisi

Tarihi bir bölgeyi ziyaretinde 8 adet çoklu Instagram gönderisi 2.5 milyon beğeni ile takipçilerinin dikkatini çekmiştir. Gönderi de tarihi yapının görselinde tümüyle görülmektedir.

Göstergebilimsel analiz incelemesinde tatil yapmanın, keyifli vakit geçirmenin ve bunların maddi refah düzeyi ile doğru orantılı olduğu yan anlam olarak ifade edilmektedir. Takipçiler bu yeni kültürel kodları alarak benimseyip yüksek beğeni ve takip ile kullanım pratiklerini ortaya koymaktadırlar.

Tüm gönderilerinde olduğu gibi bu gönderisinde de Hande Erçel, gülümseyen bir yüz, mutlu bir tavır ve içinde bulunduğu halden kaynaklı bir memnuniyet ortaya koymaktadır. Fotoğrafın temel göstergelerinde yaz kıyafeti, çanta, gözlük ve bileklik dikkat çekmektedir. Takipçileri bu gönderide de kendilerine rol biçerek aynı hayat tarzına yönelmenin yollarını bulma çabasındadırlar. Çünkü ortaya konulan hayat tarzı geleneksel kültürden sıyrılarak dijital çağın sunduğu yeni modern kültüre evrilmiştir.

Hande Erçel' in en çok beğeni alan 4. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Kadın ve pasta

Gösterilen: Pastaya gülümseyerek bakan kadın

Düz Anlam: Doğum günü kutlaması

Yan Anlam: Özel gün

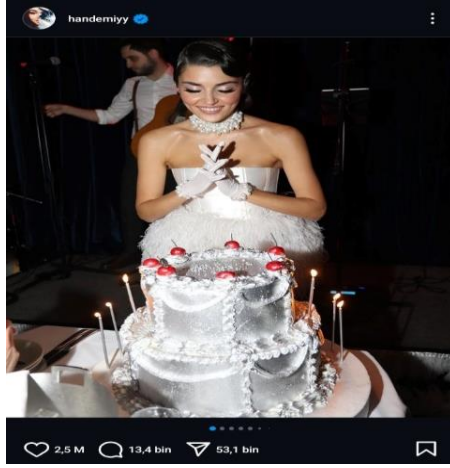


Foto 17. Hande Erçel' in en çok beğeni alan 4. Instagram gönderisi

Doğum gününü kutladığı görselleri takipçileri ile paylaşan Hande Erçel' in beyaz ağırlıklı görseli dikkat çekici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyuncunun bu özel günü takipçilerinin dikkatini çekerek yüksek beğeni almıştır.

Var olan şöhretin sürekli mutluluk getirdiği ve dikkat çekici olduğu bu paylaşımın göstergebilimsel analizi sonucunda kültürel kodlar ile temsil edilmektedir. Gösterilenin gülümseyerek ön planda olması bu durumu açıklamada dikkat çekicidir.

Görseldeki araka planda var olan sahne aletlerinden anlaşılacağı üzere, evinden hariç bir başka mekanda doğum günü kutlaması yapan Hande Erçel, çoğumuza göre abartılı ve pahalı beyaz bir kıyafet ve bu kıyafete ek beyaz bir boyunluk ve eldiven tercihi göstergesel anlamda karşımıza çıkarak dikkat çekmektedir. Takipçilerini bu yaşam formuna özendirici bir içerik olan görsel, yeni ve değişip dönüşen kültürel kodların temsilini ortaya koymaktadır.

Hande Erçel' in en çok beğeni alan 5. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Kadın ve Tekne

Gösterilen: Denizde tekne ile gezen kadın

Düz Anlam: Tatil de gülümseyen kadın

Yan Anlam: Mutluluk



Foto 18. Hande Erçel' in en çok beğeni alan 5. Instagram gönderisi

Bir gemi de çekilen çoklu Instagram gönderisini takipçileri ile paylaşan oyuncunun görsellerinde deniz ve mavi gökyüzünün yanında yine önceki gönderi de olduğu gibi beyaz tonlar ön plana çıkmıştır.

Hande Erçel' in Instagram da en çok beğeni alan 5 gönderisi incelendiğinde oyuncunun hem oyunculuk hem de modellik mesleğinden dolayı televizyondan tanındığından gönderileri de bu çerçevede şekillenmiş ve

takipçileri ile paylaşılmıştır. Gönderilerinde sürekli mutlu ifadelerin yer alması dikkat çekici başka bir unsurdur.

Oyuncu ve model Hande Erçel Instagram kullanım pratiklerinde mesleğinden esinlenerek takipçilerinin beğenisini kazanma ve etki oluşturmaya çalışmıştır. Hande Erçel' in en çok beğeni alan gönderilerinin Göstergibilimsel incelemesinde ortaya çıkan sonuçlar, doğal güzellik algısının yerini estetiksel güzelliğe bırakarak bu yönde kültürel kodlar ortaya koyduğunu göstermektedir.

4. Mesut Özil

Mesut Özil, on numara mevkisinde oynamış Türk asıllı Alman eski futbolcudur. Teknik becerileri, yaratıcılığı, pas becerileri ve vizyonuyla tanınan oyuncu, kendi kuşağının en iyi orta saha oyuncularından ve oyun kurucularından biri olarak kabul ediliyor. Aynı zamanda geniş orta saha oyuncusu olarak da görev yapmıştır.

Mesut Özil, Türk asıllı Alman emekli futbolcudur. 36 yaşındaki eski futbolcu kariyerine Almanya' da başlamış ardından İspanya ve İngiltere de forma giydikten sonra ülkemizde bir süre futbol oynadıktan sonra profesyonel futbol kariyerini noktalamıştır.



Foto 19. Mesut Özil' in Instagram profil görüntüsü

28. 3 milyon takipçi ile en çok takipçisi olan 4. Türk Instagram kullanıcısı olan Mesut Özil' in Instagram profil görüntüsü incelendiğinde eski futbolcu olduğu ve profil fotoğrafındaki 10 numara dikkat çeken unsurlardır. Oynadığı bir çok takımda ve Alman milli takımında 10 numaralı formayı giymesinden ve futbol sahasında 10 numara pozisyonunda oynamasından dolayı soy isminin yazılı olduğu 10 numaralı bir profil fotoğrafı kullanmıştır. Futbolcu formlarında genellikle sadece soy isim yazmaktadır.

Mesut Özil' in en çok beğeni alan Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Erkek

Gösterilen: Alkış çalan erkek

Düz Anlam: Veda eden erkek

Yan Anlam: Hüzün ve elveda



Foto 20. Mesut Özil' in en çok beğeni alan Instagram gönderisi

Mesut Özil' in en çok beğeni alan gönderisi 4.4 milyon beğeni profesyonel futbol kariyerini noktaladığını açıkladığı gönderisidir. Siyah bir fon kullanması hüznü bir vedayı ifade ederken, alkışladığı görseli kullanması da başarılarla dolu futbol kariyerini alkışlamasını ifade etmektedir.

Sosyal medya Instagram hesabından bu paylaşım yapan Özil, derinlemesine düşündükten sonra profesyonel futbol kariyerini noktalama kararı aldığını duyurdu. Yaklaşık 17 yıldır profesyonel futbolcu olma ayrıcalığı yaşadığını belirten Özil, "Bu fırsat için inanılmaz derecede minnettarım.

Futbol tutkusunun yüksek seviyelerde yaşandığı ülkemizde Mesut Özil' in futbola veda gönderisini göstergebilimsel analiz incelemesini yaptığımızda, hüznü ve vedanın yan anlam olarak ortaya çıkmaktadır. Duygusal eşığı yüksek Türk Toplumumuz tarafından bu durum dikkat çekerek yüksek beğeni almasında sebep olmuştur.

Mesut Özil' in en çok beğeni alan 2. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Erkek

Gösterilen: Dua eden erkek

Düz Anlam: Ramazan ayı tebrik edilmesi

Yan Anlam: Manevi duygular

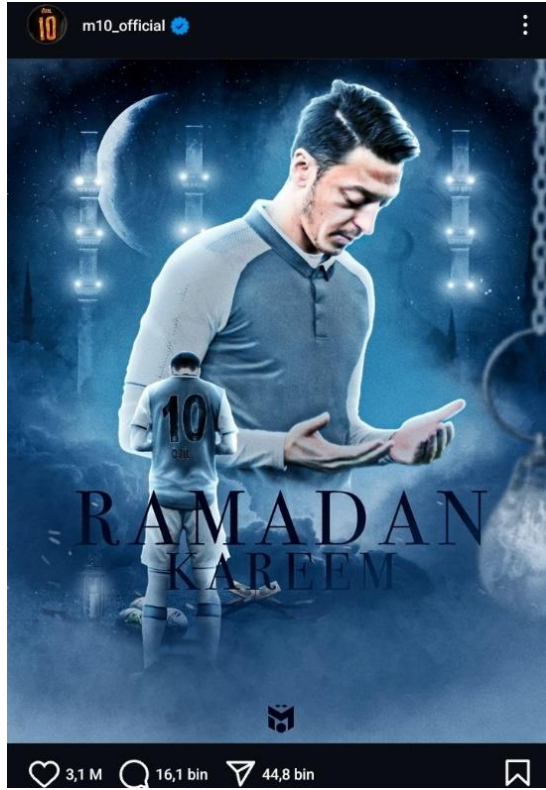


Foto 21. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 2. Instagram gönderisi

Mesut Özil' in Ramazan ayını kutlamasını içeren gönderisi manevi içeriği dolayısıyla 3.1 milyon beğeni alarak takipçilerin dikkatini çekmiştir. Mesut Özil' in ellerini açıp dua etmesi, Ramazan ayını simgeleyen cami ve ayın olması dikkat çekici diğer unsurlardır.

Mesut Özil, sosyal medya hesaplarından paylaştığı bu görselde ifade ettiği mesajda, "Ramazan rahmettir, berekettir, muhabbettir, mağfirettir. Ruhun ve beden arınması, dimağın berraklaşmasıdır. Dünyanın büyük bir imtihandan geçtiği bu dönemde, mübarek Ramazan-ı Şerif'in kalplerimize teselli olmasını, insanlığın ruhunu ve bedenini tüm bela ve şerlerden arındırmasını, özellikle tüm İslam alemine müjdeler getirmesini Cenab-ı Allah'tan diliyorum. Sağlıcakla kalın. Hoş geldin Ramazan." ifadelerini kullandı.

Ayrıca Mesut Özil, mesajında Arsenal formasıyla dua ederken görüldüğü bir görsel paylaştı.

Dini değerlerine bağlılığı yüksek olan toplumumuzda On Bir Ayın Sultanı olarak ifade edilen Ramazan Ayına yönelik bir paylaşım yapan Mesut Özil, bu paylaşımında dini ve kültürel kodların temsilinde bulunarak göstergebilimsel analiz sonucundan manevi ve dini değerlere bağlılığını belirterek yüksek sayıda beğeni almıştır.

Mesut Özil' in en çok beğeni alan 3. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: İki erkek

Gösterilen: Birbirlerini tebrik eden iki erkek

Düz Anlam: Gülümseyen iki erkek

Yan Anlam: Yıldız futbolcu



Foto 22. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 3. Instagram gönderisi

Bu gönderide Mesut Özil, İspanya' da Real Madrid takımında oynadığı dönemdeki takım arkadaşı Portekizli profesyonel futbolcu Cristiano Ronaldo ile olan görüntüsü takipçileri tarafından dikkat çekmiştir. Yüzündeki mutluluk ifadesi o dönemki memnuniyetini yansıtmaktadır.

Mesut Özil yaptığı paylaşımda: "Ronaldo yakın arkadaşım. Ayrıca dinime karşı saygılı. Ben Kur'an okuduğum zaman saygı gösteriyor. Kur'an duymak hoşuna gidiyor." İfadeleri ile dikkat çekmektedir. Bu temel göstergeler kültürel kodların temsilini yansıtarak takipçilerin yüksek beğenisini kazanmıştır.

Bu gönderinin göstergebilimsel analizi yapıldığından ortaya çıkan anlam futbol tutkusunun kodlarının kültürel temsilimizde kendine yer bulduğudur.

Mesut Özil' in en çok beğeni alan 4. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Erkek

Gösterilen: Stadyumda olan erkek

Düz Anlam: Futbol maçında seyirci olan eski futbolcu

Yan Anlam: Futbol bağlılığı



Foto 23. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 4. Instagram gönderisi

2.8 milyon beğeni alan görsel de Mesut Özil, futbolculuk kariyeri sonrası bir dünya kupası futbol müsabakasını takip ederken paylaşmış olduğu gönderi takipçileri tarafından dikkat çekmektedir. Gönderideki mutlu yüz ifadesi başka bir dikkat çekici unsurdur.

Aktif futbol hayatını noktalasa da futbol ve spor ile ilişkisini kesmeyen Mesut Özil, bu gönderisinde de özellikle son yıllarda sosyal medyanın kullanılmasıyla da daha fazla dikkat çeken futbol tutkusunun kodlarını temsil ettiğini görmekteyiz.

Katar’ da düzenlenen 2022 Dünya Kupasına seyirci olarak katıldığı bir müsabakanın tribünden görüntüsünü paylaşan eski futbolcu, güler yüzlü pozu ve sivil kıyafetleri dikkat çekmektedir. Gerek aktif futbol oynadığı dönemde gerekse sonrasındaki adımları takipçileri tarafından dikkatle takip edilen eski futbolcu, kitlesinin futbol tutkusunu ortaya koymakta bir göstergiyi temsil etmektedir.

Mesut Özil’ in en çok beğeni alan 5. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: İki erkek

Gösterilen: Birbirine sarılan iki erkek

Düz Anlam: Hırslı futbolcular

Yan Anlam: Yıldız futbolcular



Foto 24. Mesut Özil’ in en çok beğeni alan 5. Instagram gönderisi

Yine yukarı da olduğu gibi Real Madrid döneminde birlikte forma giydiği Portekizli futbolcu Cristiano Ronaldo ile olan gönderisi, takipçileri tarafından 2.7 milyon beğeni alarak dikkat çekmektedir. Mesut Özil' in görselde ki hırslı dikkat çeken bir başka unsurdur.

Mesut Özil' in en çok beğeni alan 5. Instagram gönderisinin göstergebilimsel analizi sonucu futbol tutkusunun hırsla ve coşku ile karşımıza çıktığını görmekteyiz. Göstergelerin ortaya koyduğu anlam futbol tutkusunun kültürel ve toplumsal temsillerinde karşımıza çıkmaktadır.

Mesut Özil' in en çok beğeni alan 5 görseli incelendiğinde, takipçileri tarafından futbolculuk kariyerini içeren ve dini konuları içeren gönderilerin ön plana çıkartılarak yüksek beğeniye ulaştıkları görülmektedir. Toplumsal olarak futbol bağlılığının yüksek olduğu bir gerçektir. Bu tutku, Türk Asıllı olan bir futbolcunun dünyanın en büyük kulüplerinde (Real Madrid, Arsenal vs.), dünyanın en büyük futbolcuları ile (Cristiano Ronaldo, Manuel Neuer vs.) oynamasıyla ve kültürel olarak her yerde kendilerine ait temsiller bulmasıyla göstergebilimsel olarak da analiz edildiğinde bu kültürel kodların temsilin sağlandığı görülmektedir.

5. Burak Özçivit

Burak Özçivit (d. 24 Aralık 1984, İstanbul), Türk oyuncu ve eski manken.

Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğrafçılık bölümünde okumaktadır. Aslen Gazianteplidir. Kazım İşmen Lisesi'nden mezundur (2001). 2003 yılı Best Model of Turkey yarışmasında gelecek vadeden seçilmiştir. Yarışmadan sonra Uğurkan Erez Ajans ile çalışmaya başlamıştır. 2005'te Best Model of Turkey yarışmasına yeniden katılmış ve Best Model of Turkey seçilmiştir. Buna bağlı olarak da Best Model of The World'e katılmış ve dünyanın en iyi ikinci mankeni olmuştur. İlk oyunculuk deneyimini Eksi 18 dizisinde genç komiser Murat'ı canlandırarak yaşamıştır.

Kasım 2007'de sinemalarda gösterime giren Musallat isimli sinema filminde rol almıştır. Kanal D'de yayınlanan ve yönetmenliğini Kartal Tibet'in yaptığı Zoraki Koca adlı dizide oynamıştır. 2008 yaz aylarında ise Baba Ocağı adlı dizide Güven adlı karakteri canlandırmıştır. Daha sonra Gossip Girl'den esinlenen Küçük Sırlar adlı dizide Çetin'i canlandırmıştır. 2011:2013 yılları arasında Muhteşem Yüzyıl dizisinde Malkoçoğlu karakterini canlandırmıştır. 2013 yılında ise Reşat Nuri Güntekin'in aynı adlı romanından uyarlanan Çalığışu dizisinde Kamran rolünü canlandırmıştır. Çalığışu'nda başrolü paylaştığı Fahriye Evcen'le yeniden, bir sinema filmi Aşk Sana Benzer ile beyaz perdeye dönmüştü. 2015 yılında başlayan ve 2017'de final yapan 2015 yılında Fahriye Evcen ile ilişkisi başladı.29 Haziran 2017 tarihinde, Sait Halim Paşa Yalısı'nda düzenlenen törenle evlendi. Burak Özçivit oyuncu ve eski mankindir. 40 yaşındaki oyuncu mankenlik geçmişi ve hala aktif olarak birçok dizi ve filmde rol almasından dolayı Instagram haricinde de televizyondan tanınan bir ünlüdür. Takipçileri zaten televizyondan tanıdıkları ünlü ismi Instagram'dan da aktif olarak takip etmektedirler.



Foto 25. Burak Özçivit' in Instagram profil görüntüsü

Hali hazırda 25.4 milyon takipçisi ile en çok takipçisi olan 5. Türk Instagram kullanıcısı olan Burak Özçivit' in Instagram profil görüntüsü

incelendiğinde sadece mail adresi iletişim bilgisi olarak vardır. Profil fotoğrafın estetiksel ve karizmatik bir bakışta olması göstergebilimsel olarak ortaya konan bir diğer unsurdur.

Burak Özçivit' in en çok beğeni alan Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Erkek, kadın ve balon

Gösterilen: Pembe balonlar önünde birbirine sarılan kadın ve erkek

Düz Anlam: Gülümseyen kadın ve erkek

Yan Anlam: Mutlu aile tablosu



Foto 26. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan Instagram gönderisi

Bir başka ünlü oyuncu Fahriye Evcen ile evli olan Burak Özçivit eşinin doğum gününe ait çoklu gönderiyi paylaştığı takipçilerinden 2.8 milyon beğeni alarak dikkat çekmektedir. Fotoğrafta ki mutlu aile tablosu takipçilerin dikkatini çekerek yüksek sayıda beğeni almıştır.

Oyuncu Burak Özçivit ve eşi yine oyuncu olan Fahriye Evcen' in paylaşıldığı ve en çok beğeni alan Instagram gönderisinin göstergebilimsel analizi yapıldığında, toplumsal yapımızın temel taşı olarak görülen mutlu aile tablosunun gösterge ve gösterilenler ile anlamsal olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocuk beklediklerinin anlaşıldığı gönderi, kültürümüzün temelini oluşturan çocuklu mutlu aile saadetinin temsilinin kodlarını göstermektedir.

Burak Özçivit'in en çok beğeni alan 2. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Erkek, Kadın, iki erkek çocuk, balonlar ve pasta

Gösterilen: Mutlu bir aile

Düz Anlam: Doğum günü kutlaması

Yan Anlam: Huzur



Foto 27. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 2. Instagram gönderisi

Çocuklarının doğum gününü paylaştığı bu mutlu aile tablosu gönderisi takipçilerinden 2.2 milyon beğeni alarak dikkat çekmiştir.

Çift, minik oğullarının doğum günü için özel bir kutlama da düzenledi. Sevimli doğum günü konsepti ve aile fotoğrafları sosyal medyada büyük ilgi görürken, takipçileri Kerem'in babası Burak Özçivit'e olan benzerliğini yorumlamadan geçemedi. Takipçileri bu ünlülerin yaşamlarından kendilerine pay biçmekte ve özendirici davranışlar sergilemektedir.

2017 yılında evlenen Fahriye Evcen ve Burak Özçivit, 2019 yılında ilk oğulları Karan'ı, 2023'te ise ikinci oğulları Kerem'i kucaklarına almıştı. Mutlu aile tablosu her paylaşımında kendini gösterirken, hayranları da bu sevgi dolu aileye beğeni yağdırmaya devam ediyor. Bu sevgi dolu içerikler incelendiğinde, mutlu aile tablosuna ait göstergeler kültürel kodlar olarak kendini göstermektedir.

Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 3. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan

Gösteren: Kadın

Gösterilen: Hamile mutlu bir kadın

Düz Anlam: Çocuk bekleyen bir kadın

Yan Anlam: Mutluluklarını paylaşılması



Foto 28. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 3. Instagram gönderisi

Eşi Fahriye Evcen'i paylaştığı bu görselde Burak Özçivit yeniden baba olmanın müjdesini takipçileri ile paylaşarak dikkat çekmiştir.

Fotoğraftaki temel gösterge beyaz renk karşımıza çıkıyor. Hem beyaz bir ortam hem Fahriye Evcen'nin beyaz kıyafeti dikkat çekmektedir. Beyaz

renk temizliği ve saflığı ifade eder. Bu noktada Beyaz masumiyet, temizlik ve saflığı sembolize eder. Huzur ve güven verdiği için gelinlikler, doktor önlükleri ve hatta dikkat ederseniz pek çok ilaç kutusu beyaz tercih edilir. Tıpkı siyah gibi her şey ile uyumlu olabilmesi, onu moda dünyasında sevilen renklerden biri yapıyor.

Tüm kültürlerde kutsal sayılan şeyler her zaman beyaz renk ile ifade edilir. Ayrıca güven ve temizliği çağrıştırmaları sebebiyle de, iç mekan dekorasyonlarının en vazgeçilmez rengi beyazdır. Beyaz renk, kombinlerde adeta boş bir kanvas görevi görür. Beyaz renkle yakışmayan hiçbir renk yoktur.

Burak Özçivit'in en çok beğeni alan 4. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Erkek, Kadın ve sandalye

Gösterilen: Sandalyeye oturmuş erkek ve ayakta olan kadın

Düz Anlam: Gülümseyen erkek ve kadın

Yan Anlam: Mutluluk



Foto 29. Burak Özçivit' in en çok beğeni alan 4. Instagram gönderisi

Yine yukarıdaki görsellerde olduğu gibi eşi ile verdiği pozunu takipçileri ile paylaşan Burak Özçivit, bu mutlu tablosu ile takipçilerinin dikkatini çekerek yüksek beğeni almıştır.

Görselin temel göstergeleri incelendiğinde beyaz tonların ağırlıklı olduğu bir oda da Burak Özçivit'in beyaz ağırlıklı kıyafetler tercih ettiği, eşi ise dikkat çekici bir siyah kıyafet tercih etmiştir. Çağlar boyunca matem duygusu ile özdeşleştirilen siyah rengin anlamı, giyimde saygınlık ve otoritedir. Bu sebeple özellikle politikacıların ve iş insanlarının siyah rengi sık sık tercih ettiği görülür. Siyah kıyafetler ayrıca kişinin üstün nitelikli bir görünüm kazanmasına da yardımcı olur. Öte yandan **Siyah** renk, gizlilikle, sırlarla ve bilinmeyenlerle ilgili bir renktir. Bu yönüyle gizemli bir hava estirir. Şeyleri bilinmezler sarmalına alır ve dünyadan gizler. **Siyah** renk, psikolojik olarak, insanı, dışsal duyguların etkisiyle ortaya çıkan stresten korur. **Siyah** rengin psikolojisine göre, kişinin kendisi ve dış dünya arasında bir bariyer yaratır, duygularını ve hislerini korurken rahatlık sağlar, kırılganlıkları ve kendine güvensizliğini gizler. Bu husustan dolayı tercihler takipçilerin dikkatini çekmiştir ve bir özentisi oluşturularak farklı bir kültürel kodun temsili ortaya çıkmıştır.

Burak Özçivit'in en çok beğeni alan 5. Instagram paylaşımının Göstergebilim Analiz incelemesi

Gösterge: İnsan ve nesne

Gösteren: Erkek, kadın, erkek çocuk, oyuncak ve pasta

Gösterilen: Gülümseyen erkek, kadın ve erkek çocuk

Düz Anlam: Erkek çocuğun doğum günü kutlaması

Yan Anlam: Mutluluk, mutlu aile tablosu



Foto 30. Burak Özçivit' in en çok beğeni aldığı 5. Instagram gönderisi

Yine yukarıda olduğu gibi çocuğunun doğum gününe ait gönderiyi takipçileri ile paylaşan Burak Özçivit, mutlu aile tablosu pozunu yineleyerek takipçilerinin dikkatini çekmeyi başarmıştır.

Burak Özçivit' in tüm gönderilerinin göstergibilimsel analizi yapıldığında kültürümüzde son derece önem verilen ve tüm düzenlerin üzerine kurulduğu mutlu aile tablosunu gösterge ve gösterilen üzerinden anlamsal olarak çıkarmak mümkündür. Bu kültürel temsil takipçilerin ve toplumun da dikkatini çekmektedir.

Burak Özçivit' in yaptığı paylaşımın göstergeleri incelendiğinde kırmızı renk dikkat çekmektedir. Kırmızı Renk, tutkuyu, aşkı ve enerjii ifade eder. Kırmızı rengin anlamı modada her zaman için çekicilik ve romantizm

olmuştur. Kırmızı renk giyinmeyi sevenlerin çoğu zaman kendilerini fiziksel özellikleriyle öne çıkarmayı seven, sağlam iradeli, güçlü ve gerçekçi, özgüvenli ve özgür ruhlu oldukları da söylenebilir. Kırmızı renk giyimde de aşk ve tutkuyu çağırır. Aşk, tutku, güç, öfke, macera, baştan çıkarma... Bildiğiniz ve anladığınız üzere en çekici, kışkırtıcı renktir. Dikkati çekmek özünde olduğundan reklam malzemelerinde sıklıkla tercih edilir. Bu yüzden yılbaşı ya da sevgililer günü, doğum günleri gibi özel günlerde kırmızı akla gelen ilk renktir. Burada da Burak Özçivit ve ailesi bir doğum gününde kırmızı ağırlıklı renkleri tercih etmişlerdir.

SONUÇLAR

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular, sosyal medya da en çok takipçisi bulunan kişilerin içeriklerinin belirli bir noktada ve konu da yüksek takipçiye ulaştığı tespit edilmiştir. Sosyal medya da en çok takipçisi bulunan Türk olan Czn Burak Özdemir duygusal ve sosyal konulara eğilerek takipçilerin desteğini kazanmıştır. Burak Özdemir (CZN Burak)' ın gönderileri incelendiğinde takipçilerinin duygusal yanına hitap ettiği ve takipçilerinin de daha çok duygusal olan ve geleneksel kültürümüzde yer alan yardımlaşma, dayanışma ve merhamet içerikli paylaşımlara beğeni gösterdiği ortaya konmuştur. Sosyal meselelere değinmeye çalışan Burak Özdemir' in paylaşımlarındaki göstergeler dikkat çekmektedir. Çocuklara hediye dağıtması, büyük kazanlarda yemek yaparak dağıtması ve yine ön plana çocukları alarak duygusal olarak takipçilerinin beğenisini kazanmaya çalışmıştır.

Nusret paylaştığı yemek içerikleri ile takipçilerinin beğenisini kazanmıştır. Nusret Gökçe' nin gönderileri analiz edildiğinde takipçileri daha çok kendisi ile ünlenen yemek içeriklerine beğeni de bulunmuştur. Özellikle kendi ile bütünleşen ve ikon haline gelen tuz serpme hareketiyle binlerce kez taklit edilmiş ve örnek alınmıştır. Nusret Gökçe'nin restoranlarında sık sık

ünlü sporcuları ağırlaması takipçilerinin bu yönde beğeni yapmasına neden olmuştur. Yaptığı işi sürekli ön planda tutarak takipçilerinin beğenisini kazanma çabasında olan Nusret Gökçe, düzenli aralıklar ile bu konu da içerik üretmeye devam etmektedir. Nusret Gökçe ve Burak Özdemir takipçi sayılarının artması ve paylaşımlarının beğenilmesiyle adeta bir marka haline gelmiştir. Takipçileri bu fenomenlerin mekanlarında yemek yemektense yedikleri yiyeceklerin ve restoranların konumunu paylaşarak kendilerini üst sınıfa mensup hissedip haz almaktadırlar. Önceleri yemek içme paylaşılmazken sosyal medyada artık öncelik fizyolojik ihtiyaç olan yemek değil show yapma olmuştur. Bu açıdan bakıldığında da kültürel kodlarda değişim söz konusu olmaktadır.

Hande Erçel oyuncu ve manken kimliğini sosyal medyaya yansıtarak takipçi ve beğeni kazanmıştır. Hande Erçel' in Instagram da en çok beğeni alan 5 gönderisi incelendiğinde oyuncunun hem oyunculuk hem de modellik mesleğinden dolayı televizyondan tanındığından gönderileri de bu çerçevede şekillenmiş ve takipçileri ile paylaşılmıştır. Gönderilerinde sürekli mutlu ifadelerin yer alması dikkat çekici başka bir unsurdur. Oyuncu ve model Hande Erçel Instagram kullanım pratiklerinde mesleğinden esinlenerek takipçilerinin beğenisini kazanma ve etki oluşturmaya çalışmıştır. Hande Erçel takipçilerinin gözünde adeta bir güzellik sembolü haline gelmiş ve güzel kadın böyle olur algısı yaratmıştır. Günümüzde estetik operasyonlarının artması ve toplumda güzellik algısının tek tip haline gelmesi bu açıklamayı destekler niteliktedir. Bireyler artık orijinal hallerinden mutlu olmayıp toplumun tarafından kabul görmüş ve beğeni sayısı oldukça fazla olan Hande Erçel gibi fenomenlerin fiziksel ve yaşantısal özelliklerini kendi hayatlarına empoze etme eğilimindedirler. Bu eğilimde kültürel kodlarda “dış güzelliği değil, iç güzelliği önemli” sözünün hükmünün kalmadığını ve kültürel kodların fenomenler tarafından evrimleşme sürecinde olduğunu göstermektedir.

Mesut Özil eski futbolcu olmasından ve son dönemde ülkemizde forma giymesinden dolayı yüksek takipçiye ve beğeniye sahip olmaktadır. Mesut Özil' in en çok beğeni alan 5 görsel, incelendiğinde, takipçileri tarafından futbolculuk kariyerini içeren ve dini konuları içeren gönderilerin ön plana çıkartılarak yüksek beğeniye ulaştıkları görülmektedir. Toplumlarda değişmesi en zor olan tutum ve inançlardır. Bir çok ünlü futbolcu olmasına rağmen Mesut Özil'in takipçi sayısının fazla olması takipçilerinin zihninde, bizden biri, efendi, saygılı, dindar sembollerini uyandırmasıdır. Buda gösteriyor ki takipçiler kendileri gibi olan fenomenlere eğilim göstermekte ve içten içe dini ve toplumsal değerler konusunda kültürel kodlara sahip çıkmaktadır.

Son olarak oyuncu Burak Özçivit paylaştığı mutlu aile görselleri ile takipçi ve beğeni sayısını arttırmıştır. Toplumlarda aile kavramı her zaman kutsal kabul edilmiştir. Öyle ki mutsuz olursa da bir evliliğin bitmesi toplum tarafından her zaman üzüntüyle , mutlu evliliklerde hep coşkuyla karşılanmıştır. Burak Özçivit gerek oynadığı filmler gerekse dizilerde aldığı rollerle geniş bir hayran kitlesine sahip olmuştur. Fakat Instagram hesabında en çok beğeni alan ailesiyle olan paylaşımlarıdır. Burada da görülüyor ki takipçiler; mutlu aile, hamile kadın, ailesini koruyan ve seven bir erkek sembollerine daha sempatik bir eğilimdir. Kültürel kodlar bu bakımdan değişkenlik göstermemiş ve takipçilerin aile kavramına olan sevgisi ve saygısı baskın çıkmıştır.

Çalışmamızda, sosyal medya fenomenlerinin kültürel anlamda temsil ettikleri kodların farklılaşmaya neden olduğu ve özellikle şuan da yaşadığımız dijital çağda kültürel kodların temsili noktasında değişim ve dönüşüme neden oldukları sorunsalından yola çıktık. Gelinek noktada literatür kısmında ve kuramsal kısımda ifade edildiği gibi her zaman dilimi yeni kültürel kodları beraberinde getirerek farklı temsiller ortaya koymaktadır. Geleneksel kültürel yapısı özellikle sosyal medya ile beraber yerini dijital kültürel yapıya

biraktığıdır. Dijital mecrada yaşanan ufak bir kesinti dahi sosyal hayatı çıkmaza sokacak düzeye getirmektedir. Nitekim 2 Ağustos 2024 tarihinde BTK (Bilgi Teknolojileri Kurumu) tarafından 10 Ağustos 2024 tarihine kadar Instagram'a erişim engeli gelmesiyle tatilini, dününü vs. tüm özel günlerini iptal eden ciddi bir kitle ile karşılaşıldı. Bu durum göstermektedir ki aktif Instagram kullanıcıları artık özel günlerini bireysel yaşamaktansa gösteriş haline getirerek haz almakta ve anı yaşamaktansa yaşanan anı göstermeyi tercih etmektedirler. Bu durum insanların özellikle de çalışmamızın konusunda ele aldığımız fenomen olarak adlandırılan kişilerin takipçi listesinde bulunan bireylerin geleneksel kültürel kodlardan ve bu kodların ortaya koyduğu temsillerden koptuğunu ortaya koymaktadır.

Sosyal medyanın özellikle de Instagram'ın geniş kültürel temsiller (yemek kültürü, yardımlaşma, iyilik, sosyal farkındalık, dini ve milli konular vs.) ortaya koyduğu belirtilmiştir. Özellikle yemek kültürünün ülkemizin her coğrafyasında farklı bir çeşitlilik içinde yaşatılması, yemek alanında açılan sayfaların CZN Burak Özdemir ve Nusret Gökçe gibi yüksek seviyelerde dikkat çekmesini sağlamıştır. Şöyle ki takipçi sayısı en fazla olan ilk 2 fenomenin yemek sektöründe olması paylaşımlarda yemek kültürünün önemli olduğu anlamına gelmektedir.

Bulgulardan yola çıkarak elde edilen sonuçlar Rıfat' ın (2000) ifade ettiği gibi ortak anlamsal değerleri taşıyan, aynı durumları ifade eden, herkesin anlamsal olarak ortak karar kıldığı ve ne anlama geldiği göstergeler kitlelere sunulmakta veya belirli göstergeler sürekli tekrarlanarak ortak göstergebilimsel kodların oluşması sağlanmaktadır (Rıfat, 2000: s.167). Bu kodların temsil seviyesi ve düzeyi arttıkça takipçiler tarafından dikkat çekmesi ve benimsenmesi ortaya çıkan bir sonuçtur. Sosyal medya ünlüleri bu kültürel kodların temsili ile değişim ve farklılaşmayı sağlamışlardır.

Sosyal medya ünlülerini, farklı konularda kendi kişisel tecrübelerine dayalı paylaşımlar yapan ve bu paylaşım ve içerikler ile geniş kitlelere ulaşan

ve geniş kitleleri etkileyen kişiler olarak tanımlanır (Ünlü ve Zeybek, 2020: 72). Her bir kullanıcının yani sosyal medya ünlüsünün takipçileri kendilerine sunulan içerikler doğrultusunda hareket etme eğilimi göstermişlerdir. Gerek paylaşılan duygusal ve sosyal öğeler gerek modern hayatı özendirici pırıltılı hayatları temsil eden öğeler gerekse de mutlu ve huzurlu aile tabloları kullanıcıları hep aynı kişilerin sunduğu aynı çerçevede ki gönderilerini beğenme sürecine itmiştir. Burada bir yönelme, Instagram ünlülerinin paylaşımlarına özenme ve kültürel anlamda bir temsil söz konusudur. Bu temsil göstergeler ile sunulur ve karşımıza çıkar. Bu göstergeleri açıklarken Rıfat (1996),Göstergeler hem toplumsal anlamları itibariye hem de mantıksal çıkarımlarından hareketle anlam kazanır. Göstergebilim insanın içinde yaşadığı dünyayı, süreçleri, toplumsal yapıyı anlamayı ve anlamlandırmayı amaçlamaktadır. Göstergebilim varoluşumuz içerisindeki çerçeveyi anlamaya çalışmaktadır (Rıfat, 1996: 18). Bu varoluşumuz içerisinde ekonomik, toplumsal ve kültürel bir takım değerler barındırarak zamanla yeni anlamlar kazanıp, değişip ve aktarılıp günümüze gelmiştir. Çalışmanın da ortaya koyduğu sonuç bu kültürel değişim ve sonucunda ortaya çıkan kodların temsili sosyal medya ve çalışmamızın alanı olan Instagram ile sağlanmaktadır.

Hayatın her alanında gerek ekonomik gerek toplumsal gerek sosyal olsun değişimlerde büyük etkisi olan küreselleşmenin etkilediği en önemli noktalardan biride hiç kuşkusuz kültürdür. Küreselleşme - küresel kültür bünyesinde devasa bir kitle kültürü taşımaktadır. Bu küresel kitle kültürü görüntünün ve görselleşmenin egemenliğindedir. Gün geçtikçe egemenliğini ve yoğunluğunu arttıran bu küresel kitle kültürü her toplumda değişim ve dönüşüme öncülük edecek güçtedir (Hall S. , 1998: 48-52). Özetle, bugünkü küreselleşme, kültürel farklılıklar eliyle işlemektedir.

Yürütülen bu çalışma neticesinde ortaya konulan veriler göstermektedir ki takipçiler sahip oldukları sosyal, kültürel ve toplumsal değerlerin yanında kendilerine sunulan içerikleri de benimseme eğiliminde olmuşlardır. Kendi

hayat pratiklerini yansıtsın yansıtmassın takip edilen ünlülere duyulan hayranlık her geçen gün artmaktadır. Takipçi sayısı ve beğenilerden hareketle ortaya çıkan sonuç, her ne olursa olsun takip edilen ünlüler ile etkileşimin devam ettiği ve özellikle de kültürel olarak etkilenmenin yaşandığı gerçeğidir. Binlerce gönderi içinde yukarıda bahsedilen başlıkların beğeni anlamında yüksek olması karşılıklı etkiyi ön plana çıkarmaktadır. Yaptıkları paylaşımlar ile günlük hayat pratiklerini, fikir ve düşüncelerini, benimsedikleri kültürel değer yargılarını takipçileri ile paylaşmaktadırlar. Paylaştıkları tüm içerikler belli bir karşılık bulmakta ve takipçilerini sosyal ve kültürel olarak etkilemektedir. Sosyal medya fenomenleri takipçi sayılarının çokluğu ve görünürlüklerinin yüksek olması, onların paylaşımları ile takipçilerini etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olmasına imkân vermektedir.

Baycur ve Karaca'nın (2021) ifadesi ile Sosyal medya, kullanıcıların tüketim alışkanlıklarını, kullanım pratiklerini oluşturulan içerikler vasıtasıyla aktarmalarını sağlamıştır. Sahip olduğu aktarım ve etki gücü ile sosyal medya kültürel anlamda da etki gücüne sahiptir (Baycur ve Karaca, 2021: 271) Sosyal medya da takip edilen kişilerin seçimi, paylaşılan gönderilerin içeriği ve ne ifade ettiği daima göz önünde bulundurulmalıdır. Sosyal medya da takipçisi çok olan ünlünün yaşamsal pratiklerinin bizlerin pratikleri ile örtüşüp örtüşmediği, paylaşılan içerik ile verilen mesajın tam olarak ne ifade ettiği ve görsel unsurların ne anlamlarda karşılık bulduğuna dikkat edilmelidir. Aksi durumda çalışmamızda da ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda kültürel kodların temsili noktasında bir değişim ve kültürel anlamda bir zayıflama kaçınılmaz olacaktır. Zamanla tek bir şekil ve düzen kazanan ve karmaşık bir hal alan kültürel yapı her türlü değişim ve dönüşüme açık olacaktır. Burada Hall (1995) ifadesi ile bir birine son derece geçişken ve karmaşık bir hal alan kültür, beraberinde zayıflamış benlikler ve yaşamlar getirmektedir (Hall 1. , 1995: 108). Bu zayıflamış benlikler ve yaşamlar her türlü müdahaleye açık ve özellikle sosyal medya da Pazar oluşturma, değişim dönüşüm sağlama

kolaylığı sunacaktır. Bu nokta da ortaya çıkan ve çalışmanın bulgularından da anlaşılacağı üzere değişim konusunda güçlü olan ünlülük kültürü kapsayıcılığını arttıracaktır. Sosyal hayatın her alanına etki eden ünlülük kültürü ve sosyal medya da şöhret, her türlü içeriğin pazarlanmasına da yol açmaktadır (Keçeci ve Karaca, 2022: 275).

Benlik pazarlaması takipçileri etkilemek için planlı olarak yürütülmekte ve sosyal medya hesabından farkındalık oluşturularak ünlülük sağlanması amaçlanmaktadır. Bu noktada ünlülerin sosyal medya paylaşımlarının kalıcılık ve etki düzeylerinin uzun olduğunu belirtmek gerekir (Bayçu ve Meriç, 2019: 1224). Çalışmanın bulgularının göstergibilimsel analizi sonucu ortaya çıkan sonucu Akyazı' nın (2019) ifadeleri ile nihayetlendirmek mümkündür. Bireyler özellikle sosyal medya da takip ettikleri ve hayranlık duydukları kişileri taklit etme çabasındadırlar. Bu sosyal medya ünlülerini kendilerine örnek almakta ve her türlü sosyal pratiklerini uygulamaya çalışmaktadırlar (Akyazı, 2019: 97).

KAYNAKLAR

- Aksoy, H., Gür, A., & Celep, E. (2021). Sosyal medya reklamları etkili midir? Algının ve tutumun satın alma niyetine etkisinde ünlü desteğinin aracı rolü: y kuşağı üzerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2340-2355.
- Aktaş, G., & Özden, M. (2020). Sosyo-kültürel değişim sürecinde kuşaklararası anneliğin dönüşümü: Denizli ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (51), 96-120.
- Arık, E. (2013). Siradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri. *İletişim ve Diplomasi*, (1), 97-112.
- Aslan, A., & Ünlü, D. G. (2016). Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: Instagram fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Ashman, K. ve Hull, G. (1999). Understanding Generalist Practice. *Social Work*, 15.
- Aymaz, G. (2018). İletişim araçlarının toplumsal tarihi için bir giriş. *Global Media Journal TR Edition*, 8(16), 124-139.
- Avcılar, M. Y., & Açar, M. F. (2017). Sosyal Medya Reklamlarında Ünlü Desteği Kullanımı: Mikro-Ünlülerin Yükselişi. 844-856.
- Akyazı, A. (2019). Sosyal Medya ve Tüketim İlişkisi: Popüler Ünlülerin Instagram Hesapları Üzerine Bir Araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 93-108.
- Bagdikian, B. (2016). Yeni Medya Tekeli. Ankara: Akılçelen Kitaplar.
- Bakırcı, M. (2020). Üç nesilde dinî ve kültürel değişim. *Tevilat*, 1(1), 155-186.

- Balcı, Ş., Bekiroğlu, O., & Delal, Ö. (2020). Sosyal Medyada Ünlü Takibi: Parasosyal Etkileşim ve Yalnızlık Bağlamında Bir Saha Araştırması. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 11(21).
- Baransel, A. (1974). Toplumsal ve Kültürel Değişme Olarak Modernleşme. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 75-90.
- Barthes, R. (1998). *Çağdaş Söylenler*. (Çev.: T. Yücel). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bayçu, S., & Meriç, D. (2019). Sosyal Medyada Ünlü Kullanımı: "Nusr-Et Steakhouse". *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1209-1228.
- Baydeniz, D., & Temel, M. (2022). Sosyal Medyanın Tüketim Kültürüne Etkisi: Instagram Örneği.
- Biçici, E.(2018). *Informatics and Communication Technologies Special Issue/İletişim ve Bilişim Teknolojileri Özel Sayı –Cilt/Vol: 9- Sayı/Num: 35*
- Bircan, U. (2015). Roland Barthes ve göstergebilim. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.
- Birol, M., & Bakır, Z. N. (2019). Instagram fenomenlerinin paylaşımları üzerinden göstergebilimsel bir inceleme. *The Journal of International Scientific Researches*, 4(2), 195-221.
- Bulunmaz, B. (2015). Yeni medyada nefret söylemi ve üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 73-88.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & yıldırım, E. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*. (10. b.) Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Creswell, J.W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma Ve Araştırma Deseni*. (3. b.) Ankara: Siyasal Kitapevi.

- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (50), 254-277.
- Çağlar, B. (2012). Bir iletişim biçimi olarak göstergebilim. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 22-34.
- Çevik, M. (2014). Kültürel değişim, gelenek ve Türk halk hikâyeciliği.
- Demirel, İ., & Sayar, A. G. T. E. (2019). Yeni Medya Çağında Kültürel Değişim. İletişim Çağında Dijital Kültür, 57.
- Erdoğan, İ. (2014). Medya Teori ve Araştırmaları. Ankara: Erek Yayınları.
- Ertürk, H. A., & Sivritepe, S. (2017). Kültürel Değişim Ve Nesiller: Kültüre Değişimin Nesiller Üzerindeki Rolü Üzerine Bir Saha Araştırması. *www.guvenplus.com.tr*, 246. Erişim Tarihi: 10.09.2024
- Evin , H. (2012). Yeni Denen Eski Bir Oyun: Küreselleşme. Elektronik Siyaset Bilimi Araştırmaları Dergisi, 3(1), 59-80.
- Foster, J. B. ve McChesney, R. W. (2011, October). The Internet's Unholy Marriage to Capitalism. *Montly Review*, 57-90.
- Funk, R. (2007). Ben ve Biz Postmodern İnsanın Psikanalizi. (Ç. Tanyeri, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Göka, E. (2017). İnternet ve Psikolojimiz. İstanbul: Kapı Yayınları.
- Gunes, A. (2013). Göstergebilim tarihi. *Humanities Sciences*, 8(4), 332-348.
- Güngör, N. (2013). İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Gümüş, S. (2023). Sosyal Medyanın Kamusal Alan Temsiliyeti Üzerine Bir Tartışma. 4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, (22), 21-48.
- Güneş, Sadık (2006), "Kitle Kültürü Demokrasi ve Medya", Enformasyon Toplumunun Putları, Ankara: Hece Yayıncılık, s.127
- Güney, E. (2020). Kültürel Değişimler İlişkisinde Post-Dijital Sanat: Sınır İhlalleri. *Journal of Arts*, 3(2), 129-142.

- Hall, I. (1995). Yeni Zamanların Anlamı. S. Hall, ve M. Jacques içinde, Yeni Zamanlar (A.Yılmaz, Çev.: 108). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hall S. (1998). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik. A. D. King içinde, Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi (G. Seçkin, ve Ü. H. Yolsal, Çev.: 48-52). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- İrge, N. F. (2012). Enformasyon toplumu ve toplumsal değişim sürecinde sosyal medya. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (17), 63-86.
- Kandemir, S. (2022). Kültürel Bellek Aktarıcısı Olarak Instagram: TRT Arşiv Örneği. *TRT Akademi*, 7(14), 82-103.
- Kayapınar, O.(2022). “Bir Referans Grubu Olarak Sosyal Medya Fenomenlerinin Marka İmajı Üzerindeki Etkisi” (Yüksek lisans Tezi) İnönü Üniversitesi.
- Keçeci, G. B., & Karaca, H. S. (2022). Reklamlardaki ünlülerden sosyal medyadaki fenomenlere: Influencer pazarlamasına bütüncül bir bakış. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 271-320.
- Kıran, A. (1990). Dilbilim-göstergebilim ilişkileri. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 1, 51-62.
- Kırtepe, S. (2014). Sosyo-Kültürel Değişme Ve Kitle İletişim Araçları. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(2), 237-256.
- Kıyan, Z., & Dikmen, E. Ş. (2019). Sosyal medyanın reklamcılıktaki rolü: Instagram üzerine bir araştırma. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 6(1), 121-146.
- Kilis, S., Rapp, C., & Gülbahar, Y. (2014). Eğitimde sosyal medya kullanımına yönelik yükseköğretim düzeyindeki öğretmenlerin algısı: Türkiye-Almanya örneklemini. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(3).

- Köktürk, Ş., & Eyri, S. (2013). Dilbilim ve göstergebilim: Ferdinand De Saussure ve göstergebilimi anlamak. *Sakarya Üniversitesi Fen-Edebiyat Dergisi*, 2, 123-136.
- Merriam, S. M. (2015). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (3.b.) Ankara: Nobel Yayınları.
- Mürütsoy, M., & Toksarı, M. (2021). Sosyal medya reklamlarında ünlü sporcu kullanımının tüketicilerin marka tutumu, pozitif e-wom ve satın alma davranışlarına etkisi: X, Y ve Z kuşağı üzerine Niğde ilinde bir araştırma. *Erciyes Akademi*, 35(1), 44-60.
- Necla, M. O. R. A. (2008). Medya ve kültürel kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14.
- Neuman, W. L. (2013). *Toplumsal Araştırmam Yöntemi* (6 b.). Ankara: Yayın Odası.
- Onbaşıoğlu Y. (2022) Sosyal Medyaya yeni bir kodlama biçimi olarak bakmak: Tiktok Örneği (Master Thesis, Fırat Üniversitesi(Turkey))
- Ölçekçi, H. (2020). Dijital iletişim ve küresel kültürel etkileşimin homojenleşme, kutuplaşma ve melezleşme süreçleri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(50), 146-163.
- Örs, M.(2018) “İnternet Fenomenlerini Neden Takip Ediyoruz? Tüketici-Fenomen İlişkisini Güçlendiren Nedenlerin Ampirik Bir Çalışma İle Değerlendirilmesi” İşletme Araştırmaları Dergisi Journal of Business Research-Turk 10/4 (2018) 187-209
- Özdemir, M. B.(2024) 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum / Education And Society In The 21st Century Cilt / Volume 13, Sayı / Issue 38, Yaz / Summer 2024 Araştırma Makalesi / Research Article Sayfa/Page : 335 - 353
- Özdemir, S. (2019) Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt / Vol.: 1 Sayı / Is.: 2 Yıl / Year: 2019 Sayfa / Pages: 21-32

- Özdemir, N. (2019). Kuşaklararasılık ve kültürel değişim. *Çocuk ve Medeniyet*, 4(7), 125-149.
- Özgür, A. (2006). Göstergebilim. *Erişim adresi: http://www.ahmetozgur.com/akademik/gostergebilim_2006.pdf. Erişim tarihi, 12, 2017.*
- Özen, İ. N. (2012). *İletişim bilimleri bağlamında sosyal medya ve sosyo-kültürel değişim (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey))*.
- Özcan, S. Y. (2023). Günümüz Kitle İdollerinin Kendilerini Sunma Tarzları: Instagram ve Twitter Örneklerinin İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (65), 51-70.
- Özdemir, S. (2019). Sosyal Medya Ünlüleri Üzerine Bir İnceleme: Türkiye’de Twitter Mikro Ünlüsü Olmak. *Moment Dergi*, 6(2), 406-427.
- Parsa, A., & As, E. A. (2021). Yeni medyanın postmodern anlatımı dijitografi: reels videolar. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2386-2401.
- Parsa, A. F., & Olgundeniz, S. S. (2014). İletişimde göstergebilim ve anlamlandırma sürecini örneklerle değerlendirme. *İletişim A*. İstanbul: Literatürk yayınları.
- Parsa, A. F. (2007). Görsel Okuryazarlık: Görselleri Okuma Değerlendirme Ve Yaratma Süreci. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (2), 111-127.
- Parsa, Seyide ve Parsa, Alev Fatoş (2002). *Göstergebilim Çözümlemeleri*, İzmir: Ege Üniversitesi Yayınevi
- Rıfat, Mehmet (1982). *Genel Göstergebilim Sorunları. Kuram ve Uygulama. Alaz Yayınları.*
- Rıfat, M. (2013). *Açıklamalı göstergebilim sözlüğü: kavramlar, yöntemler, kuramcılar, okullar. Türkiye İş Bankası.*
- Rıfat, M. (1992), *Göstergebilimin ABC’si. İstanbul: Simavi Yayınları.*
- Rıfat, M. (2000), *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları 2, İstanbul: Om Yayınları.*

- Saraç, H. (2019) . Bir milletin kültürel belleğinin şifreleri: Kod kültürleri. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (Ö6), 157-169. DOI: 10.29000/rumelide.648467
- Seggie, F. N. & Bayyurt, Y. (2015). *Nitel Araştırma Yöntem, Analiz ve Yaklaşımları*. Ankara: Anı Yayıncılık
- Sırsat, G. S.(2023) “Influencerlar Ve Güzellik Algısı; Instgram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma”. Akdeniz Üniversitesi: Yüksek Lisans Tezi
- Soğukdere, Ş. (2021). Toplumsal Krize Dönüşen Orman Yangınlarında Sosyal Medya Üzerinden Ünlü Aktivizmi: Şahan Gökbakar Örneği. *Sakarya İletişim*, 1(2), 242-264.
- Süllü, Z. (2018). Sözlü kültürden dijital kültüre iletişim ve iletişim araçlarının tarihsel kökenleri. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (1), 119-135.
- Şahin, K. (2011). Kültürel yozlaşmaya neden olan bir unsur olarak televizyon. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 243-277.
- Şahin, V. (2020). Refik Erduran’ın Romanlarında Sosyo-Kültürel Yozlaşma ve Yabancılaşma. *Littera Turca Journal of Turkish Language and Literature*, 6(3), 541-566
- Şimşek, S (2019). Sosyal Medya ve Sosyalleşme: Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma-Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği, Konya: Doktora Tezi.
- Taylan, H. H., & Arklan, Ü. (2008). Medya Ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 86.
- Tosun, E. K. (2007). *Küreselleşme sürecinde kentlerde mekansal, sosyal ve kültürel değişim: Bursa örneği* (Doctoral dissertation, Bursa Uludag University (Turkey)).
- Ünlü, S., & Filan, M. (2021). Veblen’in gösterişçi tüketim kavramı çerçevesinde sosyal medya: Instagram influencer’ları üzerine bir analiz. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 39-55.

- Ünlü, D. G., & Zeybek, B. (2020). Sosyal Medya Fenomeni ve Marka İşbirliği: İşbirliği Paylaşımına İlişkin Instagram Kullanıcı Yorumları Üzerinden Bir Değerlendirme. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 11(41), 72-95.
- Yaylagül, Ö. (2015). *Göstergebilim ve dilbilim*. Hece Yayınları ve Dergileri. Ankara
- Yıldırım, L., & Eldeniz, L. (2022). Sosyal Medya Ünlülerinin, Takipçi Davranışlarına Etkisi. *Yeni Medya*, 2022(13), 401-417.

İnternet Kaynakları

- <https://www.instagram.com/burakozcivit/> Erişim Tarihi: 25.09.2024
- <https://www.instagram.com/cznburak/> Erişim Tarihi: 25.09.2024
- <https://www.instagram.com/handemiyy/?hl=tr> Erişim Tarihi: 25.09.2024
- https://www.instagram.com/m10_official/ Erişim Tarihi: 25.09.2024
- https://www.instagram.com/nusr_et/ Erişim Tarihi: 25.09.2024
- TDK Sözlük <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 15.09.2024
- TTK <https://ttk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 15.09.2024



ISBN: 978-625-378-211-5