

Dijitalde yeni benlik aranıyor: Cinsiyetsizlik söylemleri üzerine bir çalışma

Searching for a new self in the digital world: A study on genderlessness discourses

Merve Özdemir¹ 

Figen Kayış² 

¹ Doç. Dr., Yozgat Bozok Üniversitesi,
Yozgat, Türkiye,
merve.ozdemir@bozok.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9169-3807

² Dr., Bağımsız Araştırmacı, Aksaray,
Türkiye, figen.kara89@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6702-1285

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Merve Özdemir,

Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat,
Türkiye, merve.ozdemir@bozok.edu.tr

Öz

Benlik kavramı kişinin kendine yönelik görüşlerini ifade eder. Kişinin yapmış olduğu yüklemeler, benliğin nasıl algılandığını ortaya koymaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve büyük bir hızla yayılması, dijital teknolojilerinde gündelik hayata kolaylıkla girmesini sağlamıştır. Tablet, telefon, bilgisayar gibi birçok dijital teknoloji araçları kişilerin kendi öz sunumlarını ve benliklerini de sanal ortamdan sergilemeye imkân tanımaktadır. Özellikle sosyal medya uygulamalarının; arkadaşlık kurma, yeni bir kimlik ve benlik sunumu ortaya koyma, profil yaratmaya izin verme, sosyalleşme ihtiyacını giderme ve iletişim kurmaya veren yapısı çok fazla bireyin bu kanalları kullanmasını beraberinde getirmektedir. Son dönemde cinsiyetsizlik kavramının influencerlar tarafından yayılması, sosyal medya üzerinden benliğin kurgulanma şekillerine bir yenisinin daha eklendiğini göstermektedir. Bu çalışmada göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak influencerların cinsiyetsizlik üzerine yapmış oldukları görseller incelemeye alınmıştır. Göstergebilim yöntemi; göstergelerin ardındaki anlamın çözülmesinde, işaretlerin yorumlanmasında önemli veriler sunmaktadır. Bu sebeple çalışmada cinsiyetsizlik söylemlerine vurgu yapan ve bunları görsel şekilde sunan iki influencerın içerikleri ele alınmıştır. Elde edilen bulgulara göre influencerların cinsiyetsizlik söylemlerine dair vurgu yaptığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Benlik, Dijitalleşme, Cinsiyetsizlik

Jel Kodları: Z0, D18, Z19

Abstract

The concept of self-expresses a person's views on himself/herself. The uploads a person makes to himself/herself show how the self is perceived. The development and rapid spread of communication technologies have made digital technologies easily enter daily life. Many digital technology tools such as tablets, phones, and computers have created an environment allowing people to present their self-presentations and selves virtually. Mainly because social media applications allow for making friends, creating a new identity and profile, and meeting the need for socialization. Their structure allows for communication, which brings about the use of these channels by many individuals. The recent spread of the concept of genderlessness by influencers especially shows that a new one has been added to how the self is constructed through social media. In the method section, this study discussed Instagram, one of Turkey's most used social media platforms. Two influencers with the highest number of followers in Turkey and Europe, who emphasize genderlessness discourses, were examined within the sample. According to the findings, influencers emphasize genderlessness discourses.

Keywords: Self, Digitalization, Genderlessness

Jel Codes: Z0, D18, Z19

Atıf/Citation: Özdemir, M., & Kayış, F.,
Dijitalde yeni benlik aranıyor:
Cinsiyetsizlik söylemleri üzerine bir
çalışma, bmij (2024) 12 (3): 535-551 doi:
<https://doi.org/10.15295/bmij.v12i3.2421>

Extended Abstract

Searching for a new self in the digital world: A study on genderlessness discourses

Literature

Self refers to a person's perception of themselves. In this perception, people can describe themselves with many concepts, such as beautiful, ugly, successful or unsuccessful. Self also provides data on how people outside see us. Self-constitutes an integral part of a person's progress towards becoming an individual. This process goes hand in hand with both psychological and sociological elements. Many views that argue that the self is not independent of the social environment argue that social structure is vital in shaping the self. The increase in digital developments has changed the form of communication. Daily communication is mainly carried out in a virtual environment rather than face-to-face. People also share about how they perceive and present their bodies. One of the critical issues observed in these shares is the emphasis on genderlessness. The fact that virtual platforms are made felt and used every passing day shows that selfhood has entered the axis of digitalization. The most enjoyed and most used Instagram account was examined in this study. For this reason, the two influencer accounts with the highest number of followers were examined in terms of genderlessness shares in the study.

Research subject

This study examines the transformation of the self in the digital environment. In doing so, it examines how genderlessness, one of the concepts discussed recently, is perceived and presented. Instagram, where people spend the most time, has been examined in this context. The two influencer accounts with the highest followers worldwide and in Turkey have been examined. Digital self-presentations' emphasis on genderlessness has been examined with categories such as clothing, discourse, use of space, behavioural patterns, personal appearance, and feminine or masculine presentation.

Research purpose and importance

This study will use the semiotic analysis to examine how influencers spread the emphasis on genderlessness and share it through Instagram, one of their social media accounts. Although there are studies on this subject in English literature, few Turkish publications exist. It is thought that the issue of genderlessness discourses, which has become widespread in the world recently and especially in America and Europe, is essential for societies.

Contribution of the article to the literature

This study is vital in creating awareness about the increasing discourse of genderlessness and the risks and negative situations that will arise from the positive spread of this discourse and its reaching the masses, primarily through social media.

Design and method

Research type

This study used the semiotic analysis method to examine the Instagram accounts of two influencers who emphasize genderlessness and have the highest number of followers. Semiotics is one of the methods that play an essential role in analyzing visual presentations. Semiotics is a method that provides data on the relationship and communication of a person with their environment.

Research problems

It is seen that the genderless discourses that have started in the world recently are trying to create more neutral bodies by eliminating the characteristics of women or men. While it has been seen that this situation has been presented with a positive perspective in America and European countries recently, this study tries to open a perspective that this perception should be considered with all its risks and disadvantages.

Data collection method

This study addresses self-perception through Instagram, which is among the digital applications. It provides data on self-perception in the posts made in digital environments, in which a person perceives and imagines himself/herself. From this perspective, some phenomena that base self-perception on genderlessness posts will be examined in the method section of the study. The photographs they share will examine how the determined phenomena present themselves in the context of genderlessness. For this reason, semiotic analysis will be conducted in the method section of the study.

Quantitative/qualitative analysis

Semiotic analysis, one of the qualitative research methods, was used in this study.

Results of the article

One of the most striking features of our period is that it is a digital age. This age, which we can also call the digital age, allows individuals to construct and present their identities more flexibly than ever. In this context, according to the concept of genderlessness, fluid gender is emphasized by going beyond traditional gender norms, and that gender is not a fixed category but a multidimensional experience that can change over time. Fluid gender refers to an approach where individuals' gender identities cannot be reduced to a fixed category and where various gender expressions can be adopted and experienced. Digital environments often appear as platforms that support this fluidity, allowing individuals to present their gender expressions in various and complex ways through visual, written and performative elements. Both influencers used an exaggerated and striking visual language. This can lead to questioning traditional beauty standards and gender norms, a new aesthetic understanding and the emergence of several negative situations. Both phenomena strive to show, through make-up, clothing and poses, that gender is not a fixed category but a fluid and multidimensional experience. Both profiles aim to construct a new identity by breaking the stereotypes of gender roles.

Suggestions based on results

Hopefully, this study will lead to other studies and support the investigation of the reasons for the increase in genderless societal performances. It is also recommended that more studies be conducted on this subject in Turkish literature.

Limitations of the article

This study was limited to Instagram, the social media application where most of the time is spent. In addition, the two influencers most closely followed were examined within the sample.

Giriş

Benlik, kişinin kendine yönelik algısını ifade eder. Bu algıda kişi; kendini güzel, çirkin, başarılı veya başarısız gibi birçok kavramla tarif edebilir. Benlik aynı zamanda dışarıdan insanların bizi nasıl gördüğüne dair de veriler sunar. Birey olma yönünde ilerleyen kişinin önemli bir parçasını benlik oluşturmaktadır. Bu süreç hem psikolojik hem sosyolojik unsurlarla paralel gitmektedir. Benlik sosyal çevreden bağımsız gelişmemektedir. Dolayısıyla toplumsal yapı, benliğin şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir.

Dijital gelişmelerin artması, iletişimin biçimini değiştirmiştir. Gündelik hayatta iletişim daha çok yüz yüze değil sanal ortamdan gerçekleşmeye başlamıştır. İnsanlar dijital ortamlar üzerinden bedenlerini nasıl algıladıklarına, nasıl sunduklarına dair de paylaşımlar yapmaktadır. Bu paylaşımlarda gözlenen önemli konulardan biri cinsiyetsizliğe yapılan vurgudur. Sanal platformların her geçen gün varlığını hissettirip kullanılması, benliğin de dijitalleşmenin eksenine girdiğini göstermektedir. Sosyal medya üzerinden cinsiyetsizliğin parıltılı bir dünya ile ilişkilendirilmesi ve doğal bir yaratım olan kadınlığa ve erkeklığe yönelik nötr beden algısının sunumu tartışılan bir konudur.

Cinsiyetsizlik söylemleri son dönemde hızla artmaktadır ve bunun yayılımında sosyal medya önemli bir rol oynamaktadır. Son dönemde dünyada yaygınlaşan ve özellikle Amerika'da ve Avrupa'da gittikçe artan cinsiyetsizlik söylemlerine dair konunun toplumlar açısından irdelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Yine Paris Olimpiyatlarının açılışında kullanılan görsellerinde bu anlamda büyük bir yankı uyandırdığı görülmektedir. Birçok görüş tarafından cinsiyetsizlik söylemlerinin meşrulaştırıldığı ifade edilmiş ve Paris Olimpiyatlarının bunu büyük bir görsel şölen eşliğinde sunduğu belirtilmiştir.

Bu çalışmada influencerların cinsiyetsizlik vurgusunu nasıl yaptığı, bunu görüntüler üzerinden nasıl sunduğu ele alınmıştır. Çalışmada nitel yöntem içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini erkek olup kadınlığı performe eden aynı zamanda akışkan cinsiyet sergileyen fenomenler oluştururken, örneklemini ise cinsiyetsizlik üzerine vurgu yapan Kerimcan Durmaz ve James Charles oluşturmaktadır. Bu iki fenomenin seçilme amacı birinin Türkiye'de diğeri ise Amerika'da yüksek takipçili akışkan cinsiyete vurgu yapan fenomenler olmasıdır. Arama motorlarında da bu isimlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu açıdan fenomenlerin paylaştıkları fotoğraflar göstergebilim yardımıyla analiz edilmiştir. Bu konuyla ilgili İngilizce literatürde çalışmalar olduğu görülse de Türkçe'de ilgili konuya dair yayınlara pek rastlanmamıştır.

Benlik algısı

Benlik, kişinin kendini algılayış biçimi, zihninde kendine dair oluşturduğu algı olarak açıklanabilmektedir. Benlik, kişinin kendine yönelik yapmış olduğu yüklemeler, geçmiş yaşantıları, gelecek hedefleri, sosyal rollerin zihninde temsil edilmiş biçimini yansıtmaktadır. İnsanın kendisine ait algılayışı ve bakış açısı, hafızada kendisiyle ilgili belli veriler oluşturduğunu gösterir (Aydın, 1996: 41). Benlik aynı zamanda kişinin psikolojik yapısında, birbirleriyle ilişkili tutumlarında meydana gelen gelişimsel bir oluşturmaktır. Kişinin tutarlılığını ve bu tutarlılıklarının çevreyle olan ilişkisini açıklamada benlik yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla kişinin tutumlarının açıklanmasında, benlik önemli bir rol oynar (Şerif ve Şerif, 1996: 580-581).

Benlik; kişinin olmak istediği gibi değil, olduğu haliyle kendini algılaması ve tanıtmasıdır. Kişinin kendine yönelik gördüğü çirkin, akılsız, güzel, sevimli, yetenekli, zeki gibi söylemleri benliğe olumlu veya olumsuz atıfta bulunduğunu gösterir. Sağlıklı bir ruh hali, gerçek benlik ve ideal benlik arasındaki dengeye bağlıdır. İnsanın var olan benlik yapısının farkında olup buna göre hareket etmesi, toplumsal açıdan da mutlu olmasını sağlamaktadır. Aksi takdirde kişinin toplumsal ilişkileri olumsuz etkilenecek kaygı ve huzursuzluklar baş göstermektedir (Güney, 2018).

Rogers'a göre benlik, kişinin kendisiyle ilgili düşüncelerini, kanaatlerini ve algılama sürecini tanımlar. Benlik bilinci; iyi, kötü veya orta olabilir. Bunun yanı sıra benlik bilinci her zaman doğruları yansıtmayabilir. Yetenekli olduğu halde kişi kendini yeteneksiz görebilir veya yeteneksiz bir kişi kendini yetenekli görebilir. Kişiler genellikle olumlu ve gelişmiş bir benlik geliştirme çabası içindedirler (Rogers'tan aktaran: Cüceloğlu, 2019: 425). Benlik kavramı kendi içerisinde benlik imajı, ideal benlik ve benlik saygısı gibi çeşitli faktörleri barındırır. Benlik imajı, kişinin kendisiyle ilgili düşüncelerini ve algılarını kapsar. Benlik imajı, hayal edilen ile var olan arasında bir uyumsuzluk yaratılmaması durumudur. İmaj kavramı çevreden ve toplumdan bağımsız düşünülemez. İdeal benlik ise kişinin olmak istediği benliktir. İdeal benlik ile gerçek benlik arasında çok ciddi farklılıkların bulunmaması önem arz etmektedir. İdeal benlikle gerçek benlik arasındaki fark ne kadar azsa kişinin alacağı doyum bir o kadar yüksek olabilmektedir. Benlik saygısı ise kişinin benlik imajıyla ideal benliği

arasında oluşan duyguları temsil eder (Demirbilek, 2021: 71). Benlik saygısı kişinin kendine yönelik yaptığı olumlu yükleme olarak tarif edilebilir. Kişinin benlik imgesini beğenmesi, benimsemesi, onaylaması, kendinden hoşnut olması, kendine değer verip sevmeye layık olduğunu hissetmesi benlik saygısını olumlu yönde destekler (Özmen, 1996: 10).

Benlik hakkında ön plana çıkan diğer bir kavram ise ayna benliktir. Ayna benlik; duygu, düşünce ve davranışlarımızın çevremiz tarafından nasıl değerlendirildiğini ifade eder. Kinch tarafından yapılan bir araştırmada çevremizin bizi nasıl değerlendirdiği ortaya konulmaktadır. Belirtilen araştırmada beş yüksek lisans öğrencisi ayna benliğin kişide nasıl değişim yaratacağını öğrenmek amacıyla bir çalışmaya başlar. Bu araştırmada sınıfın en pasaklı kızı denek olarak seçilir. Yapılan çalışmada kız öğrenciye "en güzel kız" olduğu ifade edildiğinde davranışlarında bir değişim olup olmayacağı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Bunun için beş erkek öğrenci aralarında kura çekerek kız öğrenciyle buluşmak istediğini söyler. Her buluşmada kız öğrenciye çok güzel olduğu ifade edilerek davranışları gözlemlenmeye başlanır. Birkaç hafta içinde kız öğrencinin davranışlarında yavaş yavaş değişiklik olduğu; saçını daha sık taradığı, kıyafetlerini ütüyerek giydiği, saç biçimini değiştirdiği ve moda uygun giyindiği görülmektedir. Dördüncü erkek randevu almak istediğinde ise kız öğrencinin bu randevuyu reddettiği ve araya başka erkeklerin girdiği görülmektedir (Güney, 2018: 195-196). Dolayısıyla benliğin oluşmasında çevrenin önemli bir etkisi ve rolü olduğu ifade edilebilir.

Benlik; kişinin kendine yaptığı olumlu ve olumsuz yüklemeleri, yeteneklerini, toplumda kabul görmesini, fiziksel görünüşü olarak kendini kabul ettirmesi gibi çeşitli konularla ilişkilidir. Benlik konusunu detaylı olarak inceleyen ilk kişi William James'tir. James'a (1890) göre benliğin üç yönü bulunmaktadır. Bunlar: Maddesel benlik, sosyal benlik ve ruhsal benliktir. Maddesel benlik; benliğin en iç kısmının beden tarafından oluşturulduğunu ifade eder. Bedene dair tüm uzuvlar maddesel benliğin içerisinde yer alır. Sosyal benlik; bireyin çevresine ve sosyalleştiği kişilere atıfta bulunur. Sosyal ilişkilerde kişilere dair belli imgeler bulunur. Bu imgelerden herhangi birine yapılan olumlu veya olumsuz yükleme, karşısındaki benliğine de doğrudan etki eder. Son olarak ruhsal benlik ise kişinin mahrem dünyasına işaret eder.

Sosyal kimlik kuramı; benliği toplumsal bir bağlamda ele almaktadır. Buna göre kişi, üyesi olduğu gruba göre benliğini şekillendirmektedir. Kişi kendini içinde bulunduğu gruba göre konumlandırmaktadır. Ayrıca kişi, üyesi olduğu grup ve karşıt gruplar sayesinde imajını olumlu veya olumsuz olarak biçimlendirir (Billig ve Tajfel, 1971: 49). Freud ise benlik kavramı için ego kelimesini kullanmıştır. Bilinçdışı, zihinsel süreçlerin açıklanmasında önemli bir role sahiptir. Freud, zihni açıklayan üç kavram öne sürmüştür. Bunlar id, ego ve süperego'dur. İd, bireyin ilkel yanı olup bireyde talepkâr bir yapı yaratır. Ego ise zihnin akılcı kısmıdır ve çevreyle uyumun sağlanmasında önemli bir işleve sahiptir. Süperego ise ahlaki davranışların gerçekleşmesini desteklemektedir (Yılmaz, 2016: 82-85).

Abraham Maslow (1954) ise insan ihtiyaçlarının belli basamaklara ayrıldığını belirtmiş ve ihtiyaçlara göre öncelik sırası belirlemiştir. İnsan öncelikle fizyolojik ihtiyaçlarını gidermekte, daha sonra güvenlik, sevgi, saygınlık ve kendini gerçekleştirme gibi çeşitli ihtiyaçlarını gidermektedir. Bu sayede kişi, en son safha olan kendini gerçekleştirme basamağına geldiğinde ise benliğini gerçekleştirir.

Birey olma yönünde ilerleyen kişinin önemli bir parçasını benlik oluşturmaktadır. Bu süreç hem psikolojik hem de sosyolojik unsurlarla paralel gitmektedir. Benliğin sosyal çevreden bağımsız olmadığını savunan birçok görüş, toplumsal yapının benliğin şekillenmesinde önemli bir rolü olduğunu savunur. Kişinin ben kimim? ve ben ne istiyorum? gibi sorularının temelinde bulunan benlik süreci, sosyalleşmeyle birlikte farklılık gösterebilmektedir.

Dijitalde benlik kavramı

Dijital gelişmelerin gün geçtikçe artması, iletişimin şeklini değiştirmiştir. Gündelik hayatta dijitalleşmenin yoğun etkileri görülmekte ve insan ilişkilerinin bu yönde farklılaştığı gözlemlenmektedir. Yüz yüze gerçekleştirilen iletişim şekli yerini dijital ortamlardan gerçekleştirilen iletişime bırakmıştır. Sanal platformların her geçen gün varlığını hissettirip kullanılması, benliğinde dijitalleşmenin eksenine girdiğini göstermektedir.

Teknolojik gelişmelerin 20. yy. sonrasındaki hızlı değişimi toplumlar üzerinde de birtakım farklılıklar yaratmıştır. İletişim teknolojilerini doğrudan etkileyen dijitalleşme olgusu, bireylerin gündelik ilişkilerini, kültürünü (Çelik, 2020: 6) hayatı algılayışını ve hatta benlik kurgusunu dahi yeni bir şekle büründürmüştür. Zaman ve mekân kavramının ortadan kalktığı dijital ortamda kişiler var olan benliklerinin dışında kendilerine ideal bir benlik oluşturmakta ve bu da beraberinde yeni kimlik arayışlarını getirmektedir. İletişim teknolojilerinin gündelik hayatımızı bu denli büyük bir hızla sarması

gerçekliğin algılanış biçimini de etkilemektedir. Bilgisayar, tablet, akıllı telefonlar dijitalleşmenin hayatımıza girmesinde büyük bir rol oynamaktadır. İnsanların bu cihazlara bu kadar kolay erişmesi güncelini de buna göre kurgulamasını beraberinde getirmektedir.

Toma ve Hancock'a (2010) göre kişilerin kurduğu iletişim, kullandıkları kanala göre değişkenlik gösterir. Kişiler yüz yüze iletişim kurduğunda iletişimin yapısı daha dinamik ve somut bir yapıda bulunmaktayken, dijital ortamda daha statik bir şekle bürünmektedir. Dolayısıyla yüz yüze ve sanal ortamdaki gerçekleştirilen iletişim yapısında derin bir yarıklık bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında online benliğin sunumu daha çok fotoğraf ve video paylaşımıyla gerçekleşmektedir. Ayrıca dijital kanallar sözel ve yazılı iletişimde sanal benliğin aktarıcıları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalara göre sosyal medya hesaplarında aktarılan online benlik sunumunun gerçeklikten uzak, yalan veya abartılı olması hali tanıdık çevrede güven sorunu yaratmaktadır (Karakuyu ve Eğinli, 2023: 2814). Dolayısıyla sosyal medyada yapılan paylaşımlar kişinin takipçileri tarafından bir güven problemi oluşturabilmektedir.

Sanal ortamda yapılan benlik sunumunda kişiler gerçek kimliklerinin sadece kendi istedikleri yanını yansıtmakta ve bunun da genellikle kişilerin olumlu yönleri olduğu ortaya çıkmaktadır. Kişinin sahip olduğu olumsuz yönleri ise çok az sayıda yansıttığı veya hiç yansıtmadığı görülür. Sosyal ağ uygulamaları sayesinde kişiler çevreleriyle kurdukları sözel veya görsel iletişimde "kusursuzlaştırma" yöntemini kullanmakta ve sanal benliklerini buna göre kurgulamaktadır (Hepekiz ve Gökalliler, 2019: 768-779). Bu kusursuzlaştırma; teknik, mekân, kullanılan eşyalar, ses efektleri ve Photoshop gibi uygulamalar sayesinde kolaylıkla gerçekleştirilir. Bunun yanı sıra yüz yüze iletişimde ilk seferde ortaya konan bir söylemin geri alınması zorlaşırken, sanal ortamda üretilen söylemler tekrar tekrar silinerek paylaşılabilir. Bu da kusursuzluğu yakalayana kadar paylaşımların tekrarlanabildiğini gösterir. Dijital dünyada bir şey ne kadar çok anlatılırsa o şey o kadar gerçekmiş gibi algılanmaya başlanır. Dolayısıyla benlikler dahi kamu tüketimi için dijital dünyaya sunulur (Niedzviecki, 2010: 150).

Goffman (1956), benlikle ilişkili olarak performans kavramını kullanır. Performans; bir kişinin belirli bir grup önünde, belirli bir süre boyunca gerçekleştirdiği faaliyetlerin bütünüdür. Bu performans sırasında mobilya, dekor, fiziksel düzen, sahne ve sahne aksesuarları kişiye yardımcı olan ekipmanlar arasındadır. Goffman'a göre kişiler gündelik hayatlarında birtakım performanslar sergiler ve bu performanslar bir tiyatro oyununa benzetilir. Gündelik hayatta kişi; benlik, aktör, performans, görünüm gibi çeşitli temsillerle kendini var etmektedir. Bu sayede kişiler seçtikleri rollerle strateji ve taktik kullanarak tiyatral yeteneklerini gerçekleştirirler. Dolayısıyla bireyin tiyatral alandaki rolü ile gündelik hayatı iç içe geçmektedir. Goffman, gündelik hayatta roller gerçekleştirilirken tıpkı tiyatro sahnesinde olduğu gibi kişilerin izlendiğini ve bu izlenime göre performanslarını gerçekleştirdiklerini belirtir. Ortaya konulan performans ise benlik sunumuyla eşleştirilir (Goffman'dan aktaran: Özal, 2019: 56). Benlik sunumu sırasında oyuncular sıklıkla, oynadıkları rolü elde etmek için ideal nedenlere sahip olduklarını ve rol için ideal niteliklere dair donanımlarını belirtir (Goffman, 1956: 29).

Kişiler gündelik hayatta taktığı maskelerle benlik sunumunu ortaya koyar. Benlik sunumu esnasında birey o ortama en uygun maskeyi seçmekte ve aldığı olumlu, olumsuz dönütlerle benliğinde değişimler yaratmaktadır. Dolayısıyla dijitalleşmeyle birlikte önemli hale gelen sosyal medya platformları, benlik sunumlarının ve hikâye anlatımlarının önemli temsil mekanlarını oluşturur (Paslanmaz, 2019: 35). Dijital ortamın etkileşime izin veren yapısı, gerçeklik olarak sunulan benliği gerçek bir hale büründürmektedir. Bu da insan algısını önemli ölçüde şekillendirir. Diğer bir deyişle kurgusal olanı somut bir hale dönüştürmektedir.

Goffman'ın (1956) belirttiği gibi kişi, tıpkı tiyatro sahnesinde takındığı roller gibi dijitalde de kendine farklı bir benlik yaratmaktadır. Kişinin hiç var olmayan özellikleri varmış gibi gösterilerek gerçek benliği ile ideal benliği arasında uçurum yaratılır. Bu sebeple kişi hem kendi benliğine yabancılaşmakta hem de tanıdık sosyal ilişkilerinde güven sorunu yaşamaktadır. Sosyal hayatın rutini haline gelen dijital ortamlarda en çok kullanılan aletler; bilgisayar, akıllı telefon, İpod gibi araçlardır. Sosyal yaşamı çoktan ele geçiren bu araçlar Güney Kore gibi ülkelerde bir zorunluluk niteliği taşımakta ve seçme özgürlüğü kişilere tanınmamaktadır. İnsanlar sosyal hayatlarını dijital ortamda paylaşıp paylaşmama kararını verememekte ve bu durum bir tercih meselesi olarak görülmemektedir. Güney Kore'de kişisel sunumun dijital ortamda yapılmaması sosyal ölüm olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla içsel benliğin kamusal alanda teşhir edilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Sosyalleşme oyunu içerisinde dikkat çekme, tanınma ve takdir kazanma duygusu, benliğin farklı şekilde sunulmasını da beraberinde getirmektedir (Bauman ve Lyon, 2016: 43-45).

20. yüzyılın benliğin sunum biçimleri açısından bir dönüm noktası taşıdığı görülmektedir. Tüketim kültürünün ön planda olduğu bu dönem, benliğin planlanmasını ve izlenim yaratma sürecini ön plana çıkarmıştır. Bunu sağlayan en önemli unsur ise internetin gelişimi olmuştur. Bireyin benliğini istediği

gibi adeta bir oyunmuş gibi değiştirmesi, post modern benlik durumunu ortaya koyar. Post modern benlik tam olarak kişinin bedenini, konuşma biçimini, cinsiyet kavramına yönelik yaklaşımını, giyim tarzını bilinçli bir şekilde yönetmesine imkân tanır. Dolayısıyla kendilerini fotoğraflarıyla ortaya koyan kişiler, güzellik sektöründe çalışan modeller ve oyuncular durumuna konur. Yine kişiler, bedenleri yarıştırmaya hale gelerek bedenlerini istedikleri konuma sokabilirler (Illioz, 2018: 118-121).

Dünya'nın birçok yerinde devam eden kadın ve erkek çalışmalarına günümüzde sosyal medyanın da etkisiyle "cinsiyetsiz olma", "cinsiyetsizleştirme" kavramları eklenmiştir. Bedenlerin yarıştığı sosyal medya dünyasında, toplumsal inşa söylemlerinin de bir yandan cinsiyetsizlik üzerinden ifade edildiği görülmektedir. Unisex kavramı heteroseksüel olmayan, azınlıkta kalan cinsiyetleri içine alan bir yapıya sahiptir. İnsan sadece bedenin değil, aynı zamanda benliğin de kendisidir. Bu sebeple yeni bir cinsiyetsizlik inşası benliğin ve kimliğin yeniden tanımlanışını da beraberinde getirmektedir (Yaşar ve Akbaş, 2020). Sosyal medya ise bu yeninin sunulduğu adres olarak kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir.

Cinsiyetsizlik kavramı

İngilizce olarak genderless yani cinsiyetsizlik hem kadın hem de erkek haliyle tam olarak uyumluluk sağlanmaması olarak tarif edilir. Diğer bir deyişle kişi, her iki cinsiyetle de ilişkilendirilen özellikleri tam olarak gerçekleştirilememektedir (Merriam Webster, 2024). Tıp literatüründe ise cinsiyetsiz kimlik ve cinsiyet kimliği ayrımını yapmak için çeşitli terimler kullanıldığı görülmektedir (Tatar, 2019: 3-4):

Intersex: Biyolojik olarak cinsel kimliği ayırt etmede yetersiz kalma durumudur. Sadece cinsel organlardaki anormallikler değil, cinsel kimliğinde bu doğrultuda farklılık gösterdiği görülür. Intersex bireyler; kadın veya erkek herhangi bir kimliğe ait olmadan yaşayabilmektedir.

Gender-Fluid (Akışkan Cinsiyet): Bu kavramda ise bireylerin herhangi bir cinsiyet kimliğinde sabit olmadığı görülür. Diğer bir deyişle kişi, bazen sosyal çevresiyle daha fazla erkek olurken, başka bir gün daha fazla kadın olabilmektedir.

Toplumsal cinsiyet rollerinde kadın ve erkeğin yanı sıra özellikle sosyal medyada kendini gösteren akışkan cinsiyetler, bireylerin iki cinsiyet arasındaki akışkanlığını tarif eder. Bu açıdan bakıldığında bazı kişilerde toplumdaki kadın veya erkek cinsiyet kodlarının dışında, her ikisi de olunabileceğine dair bir davranış ve düşünce gelişimi mevcuttur. Vermont Üniversitesinde cinsiyet tanımlarının arasına cinsiyetsiz seçeneğinin eklendiği ve sadece "he" ve "she" kavramları değil, aynı zamanda akışkan yani cinsiyetsiz kimlikleri tanımlamak için "they" seçeneği eklendiği de görülmektedir (Civan, 2020). Amerikalı oyuncu ve şarkıcı Miley Cyrus ise kendini akışkan cinsiyette hissettiğini şu şekilde ifade etmektedir: "Kendimi erkek ya da kadın olmakla bağdaştıramıyorum, partnerimin de bağdaştırması gerekmez". Oyuncu Susan Sarandon ise müzisyen oğlu Miles Robbins için "Elinde çizgilerin dışını boyayacak ne kadar çok renkli kalem varsa o kadar heyecanlı oluyor" (Dönmez, 2015) ifadelerini kullanarak, durumun normal olduğunu ve bunun bir çeşitlilik yarattığını iddia etmektedir.

Kulaga ve Cedrola (2022) tarafından yapılan bir araştırma; Y ve Z kuşağındaki kişilerin cinsiyet rolleri algısının daha ılımlı olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle Instagram fenomenlerinin bu hususta ikna açısından belirleyici bir role sahip olduğu görülmüştür. BBC'de yapılan bir habere göre ise genç kuşak ailelerin çocuklarına kız veya erkek gibi tanımlayıcı özellikler öğretmediğini ve çocukların kendi cinsiyet eğilimlerini kendilerinin belirlenmesine yönelik bir eğitim süreci gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. Özellikle İngilizce konuşan ebeveynlerin bu durumu desteklediği belirtilirken ebeveynlerin amacının toplumda cinsiyeti nötrleştirmek olduğu belirtilmektedir. Bu duruma ise "cinsiyete açık ebeveynlik" adı verilmektedir (Savage, 2022).

Cinsiyetsizlik kavramının günümüzde bu denli görünür olması pek çok sektör aracılığıyla da gerçekleşmektedir. Bu sektörlerin en önemlisini ise moda oluşturmaktadır. 60'lı yıllarda Avrupa ve Amerika'da başlayan cinsiyetsiz moda akımı, toplumların büyük ölçüde unisex kavramını telaffuz etmesini beraberinde getirmiştir. Unisex moda hem kadınlar hem de erkeklerin bir ürünü giyebileceğini tarif eder. Cinsiyetsiz modanın toplumun tüm katmanlarına yayılmasında rol oynayanlar ise ikonlar, moda tasarımcıları ve markalar olduğu belirtilebilir (Tatar, 2019). Yine hem geleneksel medyanın hem de yeni medyanın bu akımın yayılmasında ciddi bir etkisi olduğu görülmektedir. Günümüzde sosyal medyanın insan hayatına büyük bir hızla girmesi, cinsiyetsizliğe dair söylemlerinde bu kanal üzerinden devam ettiğini göstermektedir. Özellikle influencerların kendi profilleri üzerinden hem giyimlerinde hem davranışlarında hem de söylemlerinde cinsiyetsizlik üzerine vurgu yapması, konunun kitlelere hızla yayıldığını göstermektedir. Sosyal medyada cinsiyetsizliğe vurgu yapan influencerlar bunu bir modernite, ayrıcalık ve ilerlilik olarak sunmakta ve kendi benliklerini bu sayede pekiştirmektedir.

Araştırmanın yöntemi

Bu çalışma benlik algısını dijital uygulamalar arasında yer alan Instagram üzerinden ele almayı amaçlamaktadır. Kişinin kendini nasıl algıladığı ve tasavvur ettiği, dijital ortamlarda kendini nasıl sunduğu benlik algısına yönelik veriler sunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında benlik algısını cinsiyetsizlik paylaşımları üzerine kuran bazı fenomenler, çalışma bağlamında ele alınmıştır. Belirlenen fenomenlerin kendini cinsiyetsizlik bağlamında sunuş şekli, paylaştığı fotoğraflar üzerinden incelenmiştir. Bu sebeple çalışmanın yöntem kısmında göstergebilimsel analiz yapılmıştır. Çalışmada sosyal medya uygulamalarından Instagram incelemeye alınmıştır. Instagram'ın seçilmesinin sebebi ise dünyada Instagram'ın favori sosyal medya uygulaması (Kemp, 2024) olmasıdır. Türkiye'de de en keyifli zaman geçirilen sosyal medya uygulaması Instagram'dır (Kayış, 2024). Instagram, görsel ağırlıklı bir sosyal medya platformu olup, bireylerin bu platformda dijital benlik sunumlarını fotoğraf ve videolar aracılığıyla gerçekleştirdiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum çalışmanın amacı olan Instagram'daki cinsiyetsizlik eğilimlerin ortaya konması açısından önemlidir.

Çalışmanın evrenini erkek olup kadınlığı performe eden aynı zamanda akışkan cinsiyet sergileyen fenomenler oluştururken, örneklemini ise cinsiyetsizlik üzerine vurgu yapan Kerimcan Durmaz ve James Charles oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem belirlenirken amaçlı rasgele örnekleme kullanılmıştır. Kadınlığı performe eden erkek fenomenlerin hesapları incelenmiş ve yüksek takipçi sayısına sahip hesaplar bu anlamda belirlenmiştir. Hesaplar seçilirken Türkiye ve Amerika'daki en popüler 200 fenomen (Viral pitch, t.y) arasından kadınlığı performe eden erkek influencerların instagram hesaplarına bakılmış ve yüksek takipçi sayısına sahip fenomenler örnekleme alınmıştır. İki fenomenin seçilmesinde birinin Türkiye'de diğersinin ise Amerika'da yüksek takipçi sayısına sahip olması ve akışkan cinsiyete vurgu yapması belirleyici olmuştur.

Çalışmada göstergebilim yöntemi kullanılmıştır. Göstergebilim, nitel araştırma yöntemi içerisinde kullanılmaktadır. Göstergebilim temelde metnin çözümlenme sürecini ifade eder. Bir müzik notası, reklam afişi, tiyatro gösterisi, görseller gibi birçok konu göstergebilimin alanına girmektedir. Görünen anlamın ardındaki anlama odaklanan göstergebilim; mit, metafor ve kodlarla tekrar anlamı inşa eder (Civelek ve Türkay, 2020: 772).

Göstergebilim, simge ve semboller aracılığıyla bütünü anlamlandırmamıza katkı sağlayan bir yöntemdir (Ergül, 2021). Göstergebilim, kişinin çevresiyle kurduğu ilişki ve iletişimi düzenleyen ve süreci anlamlandırmayı sağlayan bir yöntemdir. Göstergebilimin temelinde gösterge bulunur. En basit anlamıyla gösterge, kendi dışındaki şeyi temsil eder. Gösterge, gösteren ve gösterilen ile bir araya gelerek anlam çözümlenmesini kolaylaştırır (Dingil ve Boydaş, 2021). Gösteren göstergenin duyu organlarıyla algıladığımız yönüne karşılık gelirken, gösterilen ise zihnimizde oluşan imajları temsil etmektedir. Göstergebilim, dil aracılığıyla parçalar arasında bir bütünlük kurulmasını sağlar (Moran, 2022: 189-190). Göstergebilim alanında önemli veriler ortaya koyan kişiler ise Pierce, Saussure ve Barthes yer almaktadır. Barthes'a göre göstergebilim, anlamlandırmaları sağlar ve bir biçimler bilimidir. Göstergebilim; gösterenle gösterilen arasında bir bağlantı kurar. Örneğin; bir dergi kapağında Fransız üniforması giymiş bir siyahi asker, Fransız bayrağına doğru asker selamı veriyor. Buradaki görsel, Fransa'nın bir sömürge imparatorluğu olduğunu ve rengi fark etmeksizin tüm oğulları bayrağın altında bağlılıkla birleştirdiğini göstermektedir. Burada bir göstergebilim söz konusudur. Gösteren; siyahi bir Fransız asker selamı, gösterilen ise; amaçlı bir şekilde gösterilen Fransızlık ve askerlik kavramıdır (Barthes, 2003: 185).

Gösterge diğer yandan düz ve yan anlamlara sahiptir. Düz anlam mesajın şifrelenmemiş açıkça görülebilen kısmıdır. Yan anlam ise metinde veya görselde gizlenmiş mesajları içerir. Yan anlam içerisinde metafor ve mitler bulunmaktadır. Bu sebeple metin, görsel veya videolarda yan anlamlar görünen mesajın arkasında farklı veriler bulundurulabilmektedir. Göstergeler, gösteren ve gösterilen olmak üzere iki özelliğe sahiptir. Dil ise toplumsal iletişimi sağlamada önemli bir role sahiptir (Demir vd., 2022: 190-191).

Bulgular

Influencerların Instagram hesabı incelendiğinde kendilerine dair isimleri, iletişim adreslerinin verildiği görülmektedir. Ayrıca biyografi kısmında reklam ve tanıtım hususunda da bilgiler bulunmaktadır. Çalışmada sosyal medya uygulamalarından en çok kullanılan Instagram tercih edilmiş olup buradaki influencerların dijital ortamdaki benlik sunumlarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında takipçi sayısı en fazla olan ve cinsiyetsizlik vurgusu yapan iki influencer örneklem dahilinde incelenmektedir.

Kerimcan Durmaz

Kerimcan Durmaz'ın Instagram profili incelendiğinde 11 Mayıs 2024 tarihine kadar 610 post paylaştığı ve toplam takipçi sayısının 3.9 M olduğu görülmektedir. Görsellik üzerine kurulu olan Instagram'da profil fotoğrafı kişiyi tanımlayan en önemli görsellerden biridir (Sepetçi ve Birsen, 2023: 1265-1266). Kerimcan Durmaz'ın kaslı, güçlü ve atletik bir erkek profilini yansıtan fotoğraf kullandığı görülmektedir. Burada gösterge kişinin kendisiyken düz anlam vücut yapısı olarak ortaya çıkmaktadır. Yan anlama göre ise sportif, maskülen, güçlü ve kaslı anlamlarını çağrıştırmaktadır. Dolayısıyla gösterilen unsurunda bir erkeklik vurgusu olduğu görülmektedir. Kerimcan Durmaz'ın son zamanlarda şarkıcılık kariyerine başlamasıyla attığı postlarda kendini daha maskülen bir benlik sunumu ile takipçilerine sunduğu görülmektedir. 6 Nisan'dan 10 Mayıs'a kadar attığı postlarda giydiği kıyafetler daha çok motorcu kıyafetleri, deri kıyafetler ve spor kıyafetlerden oluşmaktadır. Özellikle spor salonunda çekilmiş fotoğrafları ve şarkıcılık kariyerinde kullanılan motorcu ve deri ağırlıklı kıyafetleri ön plana çıkmaktadır. Yine bu tarihlerdeki paylaşımlarında maskülen yapının ağırlıklı olarak kullanıldığı görülse de yüzündeki estetik ve dolgulu dudak yapısı tamamen yok olmamıştır. Kerimcan Durmaz profilinde sportif, şarkıcı ve seyahati seven, gezgin izlenimi yaratmaktadır. Bu da Goffman'ın (1956) belirttiği gibi kişilerin kendi izlenimini yaratarak takipçilerine sunduğu ifadesini desteklemektedir. Kerimcan Durmaz'ın son zamanlarda yüzündeki botoksları büyük ölçüde erittiği, abartılı makyaj yapmadığı, sakal bıraktığı ve sesini kalınlaştırarak tespih kullanmaya başlaması (Alanya Postası, 2024) maskülen görüntü yaratmaya başladığını göstermektedir. Birey, üyesi olduğu gruplara karşı kendisinin özel ve eşsiz olduğunu perforce eder. Karakterinin parçası olan rutinler belirsizleştirilerek idealize yönler ön plana çıkarılır (Goffman, 1956: 31). Bu durum sosyal medyada fenomenlerinin kendilerini takipçilerine beğendirme ve oluşturdukları benlikleri kabul ettirme çabası içerisine girdiklerini göstermektedir (Gulmammadzade ve Işıklı, 2020: 77). Tıpkı Goffman'ın bahsettiği tiyatro sahnesindeki aktör olma durumuyla eş değer bir durum yaratılır. Tiyatro sahnesi ana aktör oyuncular ve seyircilerden oluşmaktadır. Sosyal medyadaki benlik sunumunda ise yine ana aktör olarak Kerimcan Durmaz'ın karşımıza çıktığı ve kendi benlik sunumunu dijital ortamdan yaratmaya çalıştığı görülür. Kerimcan Durmaz'ın takipçileri tiyatro sahnesindeki kalabalık izleyici kitlesine denk gelirken, postlarda yapılan yakın arkadaş, aile gibi unsurlar ise yan oyuncuları oluşturmaktadır. Dolayısıyla burada düz anlam kalabalık ortamlar iken, yan anlam ise Kerimcan Durmaz'ın sosyal ve çevresi tarafından sevilen biri olduğu vurgusudur. Bu görsellerde gösterilen esas şey ise yalnız olunmadığı, arkadaşları ve dostları tarafından kabul gördüğü ifadesidir.



Kerimcan Durmaz'ın 30 Ekim 2023 tarihi ve öncesindeki postlarına bakıldığında ise maskülen ağırlıklı değil feminen ağırlıklı paylaşımlar yaptığı görülmektedir. Gulummadzada ve Işıklı'ya (2020) göre artan takipçi sayısına göre benlik sunumu yön ve şekil değiştirebilir. Kullanıcılar gerçekte olmayan idealize edilmiş bir benlik sunumu yaratabilirler. Kerimcan Durmaz'ın profilindeki feminen yapıdan maskülen yapıya geçişte bu durumu örneklendirmektedir. Yine literatürde yer alan akışkan cinsiyet kavramına bu durum karşılık gelmektedir. Öncesinde yapılan paylaşımlarda giydiği kıyafetler, topuklu ayakkabı kullanımı ve kıyafetler üzerinde kullanılan aksesuarlar, pırlantalı takılar feminen vurgusunu destekler niteliktedir. Paylaşılan tüm postlarda sahne şovları ve başarıları, kendi yüzünü ve bedenini yakından paylaşması, estetikli yapısı ve yoğun makyaj kullanımı, her postta mutlu olduğuna dair bir duygu belirtisi göstermesi benlik sunumunun önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Kerimcan Durmaz'ın klip videolarından yaptığı paylaşımların sıklığı dikkat çekmektedir. Kliplerden paylaştığı video ve fotoğraflarda yine feminen bir yapının olduğu ortaya çıkmaktadır. Peruk takılması, pırlantalı kolye ve küpeler kullanılması, ojeli tırnaklar, yoğun makyaj kullanımı, temiz, bakımlı ve pahalı mekân paylaşımları, ışıltılı dünya vurgusu, kişisel görünüşün sunumu yine feminenliğe yapılan atfa dikkat çekmektedir. Yine bu görsellerin yan anlamında feminenlik vurgusu ağır basmaktadır. Bu da cinsiyetsizlik vurgusunu tarif eden akışkan cinsiyeti örneklendirmektedir. Profildeki görsellerin gösterdiği noktalardan biri de cinsiyet kimliklerinin kaygan bir şekilde sunuluyor olmasıdır (Civan, 2020). Bu da cinsiyet kimliğinin sabit ve durağan bir yapıda olmadığını göstermektedir. Bu sebeptir ki Kerimcan Durmaz'ın ilk paylaşımlarında daha çok feminen bir kimlik vurgusu varken, son paylaşımlarında daha çok maskülen bir yapı ortaya çıkmaktadır. Bu da profile cinsiyetsizliğe atıfta bulunan bir yapı ortaya çıkarmaktadır. Bu fotoğraflardaki düz anlamı peruk, aksesuar, kadın giysisi, yoğun makyaj kullanımıyken, yan anlamı ise feminenlik oluşturmaktadır. Dolayısıyla Kerimcan Durmaz'ın bu paylaşımlarda cinsiyetsizliğe vurgu yaptığı görülmektedir. Bir yandan erkeklik performe edilirken diğer yandan kadınlığın da yoğun bir şekilde performe edildiği görülmektedir.



Kerimcan Durmaz'ın Instagram hesabındaki paylaşımlara bakıldığında çoğunlukla kendini tek başına sunup bilinçli poz verdiği, zaman zaman da arkadaşlarıyla fotoğraflarda yer aldığı görülmektedir. Bu durum kendisini sosyal olarak da sunduğunun göstergesidir. Yine Goffman'a göre bireyin daha fazla kişiyle bir arada bulunması günlük yaşamdaki sosyalleşmeye ve iletişime önem verdiğini ifade etmektedir. Bu fotoğrafta kişiler göstergelyi oluşturmaktadır. Masa, sofrası ve yiyecekler düz anlamı oluştururken, sosyallik, arkadaşlık, samimiyet ise yan anlamı oluşturmaktadır (Gözüaçık, 2019: 63-65).



Paylaşılan fotoğraflar arasında genellikle şov, parti, iş odaklılık, güzellik, yakışıklılık, sportif, gezmeyi seven, sosyal, pahalı mekanlar, estetikli vücutlar, akışkan cinsiyet algısı, maskülen veya feminenlik gibi çeşitli kategoriler yer almaktadır. Guy Debord'a (1996) göre gösteri haline gelen her şey kendini yüksek bir olumlama içerisinde sunar. Diğer bir deyişle "görünen şey iyidir, iyi olan şey de görünürdür." Kerimcan Durmaz'ın yapmış olduğu tüm paylaşımlarda kendini olumladığı ve mutlu pozlar verdiği görülmektedir. Sosyal medyanın ise bu gösteri unsurunun en önemli mekânı olduğunu söylemek mümkündür. İnsanlar için takipçileri tarafından nasıl algılandığı onların benlik sunumlarının şeklini belirler. İnsanlar kendi benliklerini idealize ederek, belli özelliklerini daha da vurgulayarak sosyal medyada olumlu intiba oluşturmaya çalışır (Şahan, 2013: 10-11). Goffman (1956) ise bu süreci izlenim yönetimi olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla benliğin sunumunda bir seçicilik söz konusu olduğu için yaratılan bu durum seçici benlik adını almaktadır (Şahan, 2013: 10-11). Burada düz anlam eğlence, şov, pahalılık iken, yan anlam da ise parıltılı yaşam tarzına vurgu yapılmaktadır. Kerimcan Durmaz bu tarz içeriklerle ünlü oluşuna ve bunun getirisi olan yaşam tarzına dair de veriler sunmaktadır.

Tablo 1: Kerimcan Durmaz'ın Fotoğraf Paylaşımlarının Göstergebilimsel Analizi

Kerimcan Durmaz'ın Fotoğraflarına Dair Göstergebilimsel Analiz		
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN	
Fotoğraf	Düz Anlam	Yan Anlam
Kerimcan Durmaz	Sahne iletişimi, reklam ve tanıtım faaliyetleri	İş piyasasında hareketlilik
Kerimcan Durmaz	Kaslı, güçlü ve atlet giyilmesi	Sportif, maskülen, erkeksi
Kerimcan Durmaz	Botoksların eritilmesi, abartılı makyaj yapılmaması, sakal bırakılması ve sesin kalınlaştırılarak tespah kullanılmaya başlanması	Maskülen, erkeksi bir imaj
Kerimcan Durmaz ve Çevresi	Yakın arkadaş ve aile paylaşımı	Sosyal ve yalnız olunmadığı vurgusu
Kerimcan Durmaz	Peruk, kadın aksesuarı, kadın giysisi, yoğun makyaj kullanım	Feminenlik vurgusu
Kerimcan Durmaz ve Çevresi	Masa, sofrası ve yiyecek paylaşımı	Sosyallik, arkadaşlık, samimiyet
Kerimcan Durmaz	Eğlence, şov, pahalı mekân paylaşımları	Parıltılı hayat vurgusu ve zenginlik

Benliğin önemli mekanlarından olan sosyal medya, fiziksel temasta bulunulmayan, yüz yüze gelinmeyen bir alan olduğu için benliğin gerçek dışı da olsa rahatlıkla sunulmasına imkân tanımaktadır. Sosyal medya sunduğu teknik olanaklar, ses ve kurgu efektleri, ışık gibi daha birçok imkanla kusursuz güzellik algısının sanaldan yaratılabileceği hissini insanlara aşılacaktır. Bu sebeple kişiler çok rahat kusursuz kadınlık veya erkeklik görüntüsü yaratabilmektedir. Cinsiyetsizliğe dair paylaşımlarda vurgulanan erkeklik sunumun yanı sıra gizil bir feminen vurgusu da ön plana çıkmakta ve sosyal medyanın olanakları sayesinde görüntüler çok daha farklı bir şekilde kişinin benliğini yansıtabilmektedir. Ersoy'a (2014) göre tüketim toplumunda insanların giydikleri kıyafetler, kullandıkları aksesuarlar belli sınıfa veya gruba üye olmaya çalıştıklarını göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında Kerimcan Durmaz'ın her ne kadar son aylarda yaptığı paylaşımlarda maskülen bir vurgu ön planda olsa da önceki paylaşımlarında açık ve gizil bir feminenlik vurgusu olduğu görülmektedir. Bu durum ise akışkan cinsiyet kavramının fenomenler üzerinden kitlelere yayıldığını gösterir. Dijitalde oluşturulan benlik ise cinsiyetsizliği destekleyen yapıları içerisinde barındırır.

James Charles

James Charles'ın Instagram'da son paylaşımını 1 Ağustos 2024 tarihinde yaptığı ve takipçi sayısının 2 Ağustos 2024 tarihine kadar 20,2 M olduğu görülmektedir. Bu tarihe kadar yapmış olduğu paylaşımlarda toplamda 1264 post paylaşmıştır. James Charles paylaşımlarında sahne iletişimi, reklam ve tanıtım faaliyetleri gibi linkler vererek kendisi için iş piyasasında bir etkileşim yaratmayı hedeflemektedir. Bunun yanında profilinde makyaj sanatçısı olduğunu da ifade etmektedir. Sosyal medya, kişilerin birbirleriyle etkileşim kurduğu bir alandır. Instagram kullanıcıları kendini tanıtmak amacıyla da sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu sayede kişisel kimlik oluşumu ve kendini tanıtmaya faaliyetleri Instagram üzerinden ön plana çıkmaktadır (Alhabash ve Ma, 2017: 4) Sosyal medya sayesinde insanlar kendi kişisel markalarını oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca sosyal medyanın ilişki ve network kurmaya izin veren yapısı, küresel markalarında ilgisini çekmektedir (Sarıkaya, 2023). Bu sayede influencerlar hem markalarla iş birliği yapmakta hem de takipçilerine bir ürünün veya hizmetin pazarlamasını yapmaktadır.

James Charles'ın yaptığı paylaşımlara bakıldığında akışkan cinsiyete yönelik paylaşımlarının olduğu görülmektedir. Paylaşımları bir yandan erkekliğe yönelik göndermeler içerirken diğer yandan kadının idealize edilmiş bedeniyle sunumlarının gerçekleştiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında içeriklerin yoğunluklu olarak oldukça renkli tonlarda yaptığı makyajlar gerek iş gerek gezme amaçlı seyahatler, babalar günü paylaşımı, ürün tanıtımı, kişisel tanıtım ve markalama, sevgililer gününe dair paylaşım, toplumsal duyarlılığa dair paylaşımlar, spor kıyafetlerle çekilmiş fotoğraflar, Noel paylaşımları, kadın bedenine özenilerek yapılan paylaşımlar ve maskülen formda kullanılan görseller dikkat çekmektedir. Paylaşılan çalışmalarda James Charles'ın fotoğraflarında gittikçe artan bir şekilde kadın bedeninin sunumuna dair paylaşımların ön plana çıktığı görülmektedir. Burada düz anlam estetik bir beden sunumuyken, yan anlam ise idealize edilen kadın bedenidir. Diğer bir deyişle, feminenliğin gösterilen olarak ortaya konduğu söylenebilmektedir. Erotizm vurgusu, takma kirpik takılması, dolgu ve botoks yapılması, makyaj kullanımı, omuz ve göğüs dekoltesinin sıklıkla verilmesi, bacakların kadın formunda sunularak bacak boyunun uzatılması gibi çeşitli görseller kadın vücudunun idealize edildiğini ortaya koymaktadır ve yine gösterilen olarak feminenliğe vurgu yapıldığı görülmektedir. Ayrıca içeriklerde erotizmi vurgulamak amacıyla küvet, banyo, deniz, havuz gibi çeşitli alanlarda paylaşım yapılmaktadır. Burada düz anlam küvet, banyo, deniz, havuz iken yan anlam erotiklik vurgusudur.



James Charles'ın Instagram profili incelendiğinde; geniş bir takipçi kitlesine sahip ve cinsiyet konusunda cesur adımlar atan bir figür olduğu söylenebilir. İşaretlerin anlam üretimi ve yorumlanması üzerine odaklanan bir disiplin olan göstergebilimde; görsel işaretlerin, özellikle de fotoğrafların, cinsiyet kimliğinin ifade edilmesinde önemli bir rolü olduğunu belirtmek mümkündür. İşaretler, nesnelere, fikirleri veya kavramları temsil eden herhangi bir şey olabilir. Fotoğraflar, kişilerin kendilerini nasıl gördükleri ve başkalarına nasıl görünmek istedikleri konusunda oldukça güçlü mesajlar verebilmektedir. James Charles'ın profilinde, cinsiyetin sabit bir kategori değil, zaman içinde

değişebilen, sosyal ve kültürel faktörlerden etkilenen bir durum olarak vurgulandığı akışkan cinsiyet kavramını benimsediği görülmektedir. Charles'ın fotoğraflarında düz anlam olarak bakıldığında canlı ve çarpıcı renkleri sıklıkla kullandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Yan anlamda ise pembe, mavi, mor gibi geleneksel olarak cinsiyetle ilişkilendirilen renklerin bir araya getirilmesi, cinsiyet ikiliğini aşan bir kimliğin vurgulanmasına olanak sunmaktadır. Genellikle tercih ettiği renkler pastel tonlar, canlı renkler ve neonlar gibi dikkat çekici renklerdir. Bu renkler, genç ve enerjik bir imaj yaratılmasına olanak sunarken aynı zamanda cinsiyet stereotiplerini de sorgulamaktadır. Charles, geleneksel olarak kadın veya erkek olarak kodlanan pozları bir araya getirerek cinsiyet normlarının dışına çıkmaktadır. Hem feminen hem de maskülen özelliklerin bir arada kullanılması, cinsiyetin değişken ve akışkan bir yapı olduğuna vurgu yapmaktadır. Takılar, kostümler ve özellikle makyaj gibi aksesuarların, Charles'ın fotoğraflarında önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bu aksesuarlar, cinsiyet ifadesinin yaratıcı ve kişisel bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Charles'ın profilinde, rujlar, far paletleri, fırçalar gibi makyaj araçları sıklıkla kullanılmaktadır. Bu, onun bir makyaj sanatçısı olduğunu ve bu alana odaklandığını göstermektedir.



Charles'ın fotoğraflarında farklı dönemlere ve kültürlere ait kostümler kullanılarak cinsiyetin tarihsel ve kültürel olarak inşa edildiği görülmektedir. Bu kostümler, aynı zamanda cinsiyetin kişisel bir ifade aracı olduğunu da ortaya koymaktadır. Instagram profilinde bulunan fotoğraflarında genel olarak kendine güvenen ve çekici bir vücut dilinin kullanıldığı görülmektedir. Bu da takipçilerine bilinçli bir şekilde güçlü ve özgür bir kadın ya da erkek imajı sunmayı amaçladığı anlamına gelebilir. Abartılı kıyafetleri, aksesuarları ve saç stilleriyle dikkat çekmektedir. Sosyal medyada kendisinin moda ve stil konusunda öncü bir figür olarak sunmaya çalıştığı şeklinde yorumlanabilir.



Tablo 2: James Charles'ın Fotoğraf Paylaşımlarının Göstergibilimsel Analizi

James Charles'ın Fotoğraflarına Dair Göstergibilimsel Analiz		
GÖSTEREN	GÖSTERİLEN	
Fotoğraf	Düz Anlam	Yan Anlam
James Charles	Sahne iletişimi, reklam ve tanıtım faaliyetleri	İş piyasasında hareketlilik
James Charles	Ürünlerde marka paylaşımı	Markaların tanıtımı ve pazarlanması
James Charles	Estetik bir kadın bedeni sunumu	İdealize edilen kadın bedeni, Feminenlik vurgusu
James Charles	Erotizm, takma kirpik takılması, dolgu ve botoks yapılması, makyaj kullanımı, omuz ve göğüs dekoltesinin sıklıkla verilmesi, bacakların kadın formunda sunulması bacak boyunun uzatılması	Feminenlik vurgusu
James Charles	Hem feminen hem de maskülen özelliklerin bir arada kullanılması	Akışkan cinsiyet vurgusu
James Charles ve çevresinin paylaşımı	Arkadaş ve aile	Sosyallik vurgusu

Göstergibilimsel bir bakış açısıyla James Charles'ın Instagram profili incelendiğinde, onun sadece bir makyaj sanatçısı olmadığı aynı zamanda cinsiyet normlarını sorgulayan bir figür olarak paylaşımlar yaptığı açıklıkla görülmektedir. Profilindeki her görselin, her kelimenin ve her hareketin belirli bir mesajı iletebilmek ve hedef kitlesini etkileyebilmek amacıyla özenle seçildiğini belirtmek mümkündür. Fotoğraflarında kullandığı yazı fontu ve stili genç bireylere hitap eden, eğlenceli ve enformel bir görüntü vererek benliğini sunmayı amaçlamaktadır. Arkadaşları ve sosyal çevresiyle olan fotoğraf ve videoları aracılığıyla, takipçileriyle bağ kurarak kişisel hikayesini anlatabilmesi ve akışkan cinsiyet vurgusunu yapabilmesi daha kolay bir hale gelmiştir.

Sonuç

İçinde bulunduğumuz dönemin en çarpıcı özelliklerinden biri dijital bir çağ olmasıdır. Dijital dönem de diyebileceğimiz bu çağ kişilere kimliklerini daha önce hiç olmadığı kadar esnek bir şekilde inşa etme ve sunma imkânı vermektedir. Bireyler dijital ortamda kendi benliklerini tekrar tekrar şekillendirmekte ve benliklerini idealize etmektedir. Tıpkı bir tiyatro sahnesinde bulunduğu gibi kişiler, kendilerinde var olmayan özellikleri ortaya koymakta ve olumlu imajlarla seyircilere sunmaktadır. Çevrenin onayının önemli bir hale geldiği dijital ortamlarda, izleyici kitlesinin beğenisini kazanmak önem arz etmektedir. Benliğin de temel unsurları arasında yer alan "değer yükleme", bu durumun şekillenmesini sağlamaktadır. Bireysel bir kavram gibi görünen benlik kavramı, toplumsallaşmadan bağımsız düşünülememektedir. Bu yüzden dijitalleşme, iletişimin tüm boyutlarını etkilemiş ve kişilerin kendini sunuş şeklini dahi değiştirmiştir.

Bu çalışmada, cinsiyetsizlik kavramına göre akışkan cinsiyetin, geleneksel cinsiyet normlarının dışına çıkarak, cinsiyetin sabit bir kategori değil, zaman içinde değişebilen ve çok boyutlu bir deneyim olduğu vurgulanmaktadır. Akışkan cinsiyette, bireylerin cinsiyet kimlikleri sabit bir kategoriye indirgenmemekte, çeşitli cinsiyet ifadelerinin benimsenebileceği ve deneyimlenebileceği ifade edilmektedir. Dijital ortamlar da çoğu zaman bu akışkanlığı destekleyen, bireylerin cinsiyet ifadelerini görsel, yazılı ve performatif unsurlar aracılığıyla çeşitli ve karmaşık şekillerde sunmalarına olanak tanıyan platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyada paylaşılan her içerik göstergibilimsel anlamda bir işaret olarak düşünülebilmekte ve bu işaretler, belirli anlamlar taşıyarak belirli mesajlar vermektedir. Buna göre, Türkiye'de oldukça popüler bir sosyal medya fenomeni olan Kerimcan Durmaz'ın Instagram profilinde genellikle abartılı kıyafetler, makyajlar ve pozlar kullandığı görülmektedir. Bu görsel dil, cinsiyet normlarını zorlayarak, cinsiyetin sınırlarının esnek olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, kullanılan dil ve mizah, toplumsal cinsiyet rollerine dair kalıpları kırarak, bu fenomenin yeni bir kimlik inşa etmesine olanak tanımaktadır. Aynı şekilde daha geniş bakılacak olursa ABD'li bir makyaj sanatçısı ve şarkıcı olan James Charles, LGBTQ+ topluluğunun önemli bir figürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Instagram profilinde, cinsiyet normlarını aşan çeşitli makyaj stilleri ve kıyafetler kullanılmaktadır. Göstergibilimsel anlamda kullanılan bu görsel dil, cinsiyetin akışkan ve çok boyutlu olduğunu vurgulamaktadır. Aynı zamanda, bu fenomenin takipçileriyle kurduğu samimi ilişki, cinsiyet kimliğiyle ilgili konularda taraftar toplayabileceğini de göstermektedir. Kerimcan Durmaz ve James Charles'ın Instagram profilleri, göstergibilimsel bir analizle incelendiğinde her iki profilin de abartılı ve dikkat çekici bir görsel dil kullandıkları açıktır. Bu,

geleneksel güzellik standartlarının ve cinsiyet normlarının sorgulanmasına, yeni bir estetik anlayışın ve olumsuz birtakım durumların ortaya çıkmasına neden olabilir. Her iki fenomen de makyaj, kıyafet, aksesuar ve pozlar aracılığıyla, cinsiyetin sabit bir kategori olmadığını, akışkan ve çok boyutlu bir deneyim olduğunu göstermeye çabalamaktadır. Ayrıca her iki fenomen de ünlü olduktan sonra şarkıcılığa geçiş yapmış ve sahne performanslarını sergilemeye başlamıştır. Her iki profil de toplumsal cinsiyet rollerine dair kalıpları kırarak, yeni bir kimlik inşa etmeyi amaçlamaktadır. Kerimcan Durmaz, abartılı maskülen ve feminen özelliklerini bir araya getirerek, cinsiyetin tek bir yapıya indirgenemeyeceğini vurgulamaktadır. James Charles ise erkeklere atfedilen özelliklerle çelişen bir imaj yaratarak, cinsiyet normlarının ne kadar esnek olduğunu göstermektedir. Kerimcan Durmaz'ın profilinde kadınlık performansı yer alırken, William James'te LGBT paylaşımları da buna ek olarak paylaşılmaktadır. Kerimcan Durmaz, belli bir tarihten sonra doğrudan erkek profili oluştururken, James ise bazen erkek bazen kadın olarak paylaşımlarına devam etmektedir.

Sonuç olarak bu durum, dijital çağda benlik kavramının ne kadar karmaşık ve çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Dijital benlik konusu cinsiyetsizlik kavramıyla paralel olarak Türkiye'deki çalışmalarda pek fazla ele alınmamıştır. Dünyada artan cinsiyetsizlik vurgusundan Türkiye'de etkilenmektedir. Bu çalışmanın yapılacak diğer çalışmalara öncülük etmesi ve toplumdaki cinsiyetsizlik performanslarının çoğalmasının nedenlerinin araştırılmasında destekleyici olması ümit edilmektedir. Ayrıca Türkçe literatürde bu konuyla ilgili daha fazla çalışma yapılması önerilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The authors declared that this study has received no financial support.

Yazar Katkıları / Author Contributions:

Fikir/Kavram/Tasarım - *Idea/Concept/ Design*: M.Ö, F.K. Veri Toplama ve/veya İşleme - *Data Collection and/or Processing*: M.Ö. Analiz ve/veya Yorum - *Analysis and/or Interpretation*: F.K. Kaynak Taraması - *Literature Review*: M.Ö., Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: M.Ö., F.K. Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: M.Ö, F.K., Onay - *Approval*: M.Ö, F.K.

Kaynakça / References

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media + Society*, 1-13.
- Aydın, B. (1996). Benlik kavramı ve ben şemaları. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 41-47.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2016). *Akışkan gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Barthes, R. (2003). *Çağdaş söylenler*, İstanbul: Metis Yayınları

- Billig, M., Tajfel, H. (1971). Social categorization and similarity in intergroup behaviour, *European Journal of Social Psychology*.
- Civan, Y. (2020, 05 29). *The Magger*. Cinsiyet Kimliği ve Cinsel Yönelim: LGBTI+ Terminolojisi: <https://www.themagger.com/cinsiyet-kimligi-ve-cinsel-yonelim-nedir/#:~:text=Son%20zamanlarda%20%C3%A7ok%20fazla%20kar%C5%9F%C4%B1m%C4%B1za%20erkek%20ayr%C4%B1m%C4%B1n%C4%B1%20kabul%20etmiyorlar>. adresinden alındı
- Civelek, M., Türkay, O. (2020). Göstergibilimin kuramsal açıdan incelenmesine yönelik bir araştırma, *Alanya Academic Review Journal*, *Alanya Academic Review Journal*, 4(3), 771-787.
- Cüceloğlu, D. (2019). *İnsan ve davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çelik, A. K. (2020). Benlik sunumu bağlamında sosyal ağ platformları: Instagram Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demir, E., Kandemir, B., & Temur, C. (2022). Parag Khanna "Yeni Dünya Düzeni: Yeni Yükselen Güçler 21. Yüzyılda Dünyayı Nasıl Belirliyor?" Kitap Kapağının Göstergibilimsel Analizi. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 5(2), 187-199.
- Demirbilek, E. Z. (2021). Erving Goffman'ın benlik kurami çerçevesinde izlenim yönetimi ve kişilerarası iletişime etkisi üzerine bir değerlendirme. *Anasay*, (16), 65-80.
- Dingil, M., & Boydaş, O. (2021). Göstergibilimin toplumsal alandaki analizi. *Smart Journal*, 23-28.
- Dönmez, S. (2015, 08 23). *Seksle ilgili çizgileri büken yeni kavram Akışkan cinsiyet*. Cumhuriyet Gazetesi: <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/seksle-ilgili-cizgileri-buken-yeni-kavram-akiskan-cinsiyet-350847> adresinden alındı
- Ergül, N., (2021). Göstergibilimsel imge analizi: "Muhsinbey film afişi örneği". *International Journal Of Social, Humanities And Administrative Sciences*, 7(44), 1608-1612.
- Ersoy, E. (2014). Tüketim aynasında göz'e yansıyan seyirlik ve sembolik kimlikler. *Sosyoloji Konferansları*, 47-74.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*, University of Edinburgh Social Sciences Research Centre, Edinburgh.
- Gözüaçık, S. (2019). Dijital toplumlarda benlik sunumu. *Yüksek Lisans Tezi*. Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gulmammadzada, U., & Işıklı, Ş. (2020). Instagram'da Benlik Sunumu: Takipçi Etkisi Üzerine Dramaturjik Bir İnceleme. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 74-104.
- Güney, S., (2018). Sosyal psikoloji, Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Hepekiz, İ., & Gökaliiler, E. (2019). Sosyal medya aracılığıyla yaratılan kişisel markalar ve benlik sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(43), 761-781.
- Illioz, E. (2018). Soğuk yakınlıklar duygusal kapitalizmin şekillenmesi, İletişim Yayınları.
- James, W. (1890). *The principle of psychology*, Volume 1, Henry Holt Co, United States of America.
- Karakuyu, E., & Eğinli, A. (2023). Sosyal medyada benlik sunumu: Instagram'da influencer'ların benlik sunumunda sözsüz davranış unsurlarına yönelik bir araştırma. *Academic Social Resources Journal*, 2813-2822.
- Kayış, F. (2024). Sosyal onayın değişimi sürecinde sosyal medyanın rolü. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. Erişim Adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Erişim Tarihi: 08.08.2024.
- Kulaga, B., & Cedrola, E., (2022). Gender stereotype and influencers' role in genderless fashion, 5th International Conference on Gender Research, Porto.
- Maslow, A., (1954). *Motivation and personality*, Harper & Row Publishers.
- Moran, B. (2002). *Edebiyat kuramları ve eleştirisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Özal, F. (2019). Yeni medya'da benlik sunumu: İnstagram örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özmen, Ç. (1996). 17-21 yaş arasında Elazığ-Malatya yetiştirme yurdunda kalan gençlerde "Benlik saygısı gelişimi". *Yüksek Lisans Tezi*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Paslanmaz, İ. (2019). Uçucu hikayelerde benliğin sunumu: Instagram Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Postası, A. (2024, 04 20). Kerimcan Durmaz'ın şimdiki halini gören şaşırıyor. Alanya Postası: <https://www.alanyapostasi.com.tr/magazin/kerimcan-durmazin-simdiki-halini-goren-sasip-kaliyor/> adresinden alındı
- Sarıkaya, B. F. (2023). *Z-Kuşağı influencer olmak istiyor mu?* Konya: Eğitim Yayınevi.
- Savage, M. (2022, 01 03). BBC. <https://www.bbc.com/worklife/article/20220929-the-parents-raising-their-children-without-gender> adresinden alındı
- Sepetçi, N. E., & Birsen, H. (2023). Çevrimiçi izlenim yönetimi stratejileri: Influencerların sosyal medya kullanımlarına yönelik nitel bir analiz, *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 13, 1260-1281.
- Şahan, H. G. (2013). Lokasyon bazlı sosyal ağlar aracılığıyla selektif benlik sunumu. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şerif, M., & Şerif, C. (1996). *Sosyal psikolojiye giriş II*. İstanbul: Sosyal Yayınları.
- Tatar, B., (2019). Modada cinsiyetsizlik kavramının etkileri, *Yüksek Lisans Tezi*, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü
- Toma, C. L., & Hancock, J. (2010). Looks and Lies: The Role of Physical Attractiveness in Online Dating SelfPresentation and Deception. *Communication Research*, 335-351.
- Viral, P. (T.Y). Top 200 Influencers in United States of America, <https://viralpitch.co/topinfluencers/top-200-instagram-influencers-in-us/> adresinden alındı.
- Viral, P. (T.Y). Top 200 Influencers in Turkey, <https://viralpitch.co/topinfluencers/instagram/top-200-instagram-influencers-in-turkey/> adresinden alındı.
- Webster, M. (2024). <https://www.merriam-webster.com/dictionary/genderless> adresinden alındı.
- Yaşar, K. K., & Akbaş, M., (2020, 04 10). Röportaj, Nihayet. <https://www.gzt.com/nihayet/cinsiyetsiz-kimlikler-kendi-tahakkumunu-uretiyor-3547097> adresinden alındı
- Yılmaz, H. A. (2016). Bir derleme: Benlik kavramına ilişkin bazı yaklaşımlar ve tanımlamalar. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (48), 79-89.