

BÖLÜM 5

INSTAGRAM'DA PAYLAŞILAN ŞARKI SÖZLERİNDE TEŞBİH SANATI: POPÜLER KÜLTÜR VE EDEBİYAT İLİŞKİSİ

Rumeysa Nur KARAGÖZ ARAS¹

İletişim biçimleri, teknolojik gelişmelerin etkisiyle tarih boyunca sürekli değişim göstermiştir. Sözlü kültürden yazılı kültüre, oradan da dijital kültüre uzanan bu süreçte, bireylerin duygu ve düşüncelerini ifade etme yolları da çeşitlenmiştir. Özellikle XXI. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sosyal medya platformları, bireylerin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde kendilerini ifade ettikleri en önemli alanlardan biri olmuştur (Güzel, 2020). Bu nedenle Instagram, fotoğraf ve video paylaşımına dayalı bir mecra olmanın ötesinde kullanıcıların kimlik inşa süreçlerini, gündelik duygu durumlarını ve sosyal ilişkilerini yansıttıkları kültürel bir alan olarak değerlendirilebilmektedir (Kaya, 2021).

Instagram'ın en çok tercih edilen özelliklerinden biri kullanıcıların yirmi dört saat sonra silinen story paylaşımlarıdır. Bu özellik, bireylerin kalıcı bir içerik üretme kaygısı taşımadan kendilerini kısa süreli olarak ifade etmelerine imkân sağlamaktadır. Kullanıcıların bu kısa süreli paylaşımlarında dikkat çeken en önemli unsurlardan biri ise şarkı sözleridir. Şarkı sözleri, bireylerin duygularıyla birlikte kültürel bilincini de taşıdığı düşünüldü-

¹ Doktora Öğrencisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, ATATÖMER Öğr. Gör., rumiedebiyat@gmail.com, ORCID iD: 0000-0001-6858-1671.

formlarında veyahut şarkılarda nasıl yer aldığı incelenebileceğı gibi bu tür çalışmalar edebiyat ve dijital alanlardaki çalışmalara katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Adorno, Thedor W., (2021). Kùltür Endüstrisi- Kùltür Yönetimi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akyüz, K. (1994). Modern Türk Edebiyatının Ana Çizgileri. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Berğç, H. N. (2021). Anadolu Nazar İnancı ve Nazarlıklar. Hars Akademi, 5. Aydın Uğurlu ve Geleneksel Sanatlar Özel Sayısı. 170-187.
- Budge, K. (2017). Object in Focus: Museum Visitiors and Instagram. Curator: The Museum Journal. 67-85.
- Coşkun, E. & Şener, B. (2023). Televizyon ve Sosyal Medya Reklamlarında Müzik Kullanımına İlişkin Bir Değerlendirme. Medya ve Kùltürel Çalışmalar Dergisi. 91-106.
- Dönmez, H. P. (2025). Sosyal Medya ile Sanat Eserinin Dönüşümü. Kadim Akademi Sosyal Bilimler Dergisi. 25-40.
- Evin, S. (2025). Dijital Kùltür ve Kimlik İnşası. Ankara: İksad Yayınevi.
- Gezer & Çelik (2017). Mizah Ekseninde İroni Çerçevesinde Anlam İlişkileri ve Ayşe Kilimci'nin Hikayelerinde Mizahi Dil. Cur Res Soc Sci. 98-114.
- Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Neliğı, Gelişimi ve Kullanım Alanları Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. Sosyolojik Düşün Yayınları. 93-112.
- Kaya, S. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Kimlik İnşası Sürecinde Kùltürel Faaliyet ve Sanat ile İlgili Paylaşımalarının Rolü. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communcation. 1403-1420.
- Orhanoğlu, H. (2010). Sanat Eserinde İmgecilik ve Edip Cansever'in Şiirinde Gerçeküstü İmgeler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum.
- Özdemir, Z. & Çetinkaya, A. (2015). Türkiye'de Sosyal Medyada Kimlik İnşası: Özçekim Kullanımı. Turkish Studies.
- Saraç, Y. (2016). Klasik Edebiyat Bilgisi: Belâgat. İstanbul: Gökkuş Yayınları.
- Şen, Ü. S. (2016). İnsan ve Toplum Ekseninde Müzik Estetiğı Kavramı. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi.