

PAPER DETAILS

TITLE: Gelenekten postmoderne kimlik inşası süreci ve yeni medya: Facebook örneği

AUTHORS: Ümit Hüseyin Girgin

PAGES: 202-230

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/469666>

Atıf - Reference: Girgin, Ümit Hüseyin (2018) Gelenekten postmoderne kimlik inşa süreci ve yeni medya: Facebook örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5): 202-230.

Gelenekten postmoderne kimlik inşa süreci ve yeni medya: Facebook örneği

Ümit Hüseyin Girgin *

Öz

Kimlik kavramı, günümüzde sosyal bilimler alanında en çok tartışılan, günümüz toplumlarını anlamak için en çok rağbet edilen kavramlardan biridir. Kimlik kavramı, 1970'li yılların sonlarından günümüze değin toplumsal yalıtılmışlık, yabancılaşma, çevre, etnisite araştırmaları, toplumsal cinsiyet, din, azınlık hakları ve göçler gibi birçok önemli alanda kullanılmaktadır. Geçmişten günümüze toplumlar ideolojik ve teknolojik yönden büyük değişim yaşamışlardır. Bundan dolayı bugünlerde kimlik kavramı konusunda belirgin bir dönüşüm gözlenebilmektedir. Geleneksel, modern ve postmodern dönemlere geçiş aşamasında gerçekleşen sosyo-kültürel ve ekonomik değişimlerden etkilenen kimlik kavramı, son olarak postmodern dönemin teknolojik ve bilişsel uzantısı olarak adlandırabileceğimiz "yeni medya" düzeni çerçevesinde yeni bir çeşitlilik ve değişkenliği deneyimlemektedir. Postmodern dönemde kimlik kavramı adeta içinde bulunulan dönemin ve onun teknolojik uzantılarının biçimini alarak "akışkan" bir hale gelmiştir. Bu çalışma, çok merkezli, çok parçalı "kimlik kavramının" geleneksel toplumlardan, günümüz postmodern toplumlarının uzantısı olan "yeni medya" düzenine kadar nasıl bir yapısal dönüşüm geçirdiğini sosyal paylaşım sitesi Facebook aracılığıyla ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Kimlik, modernizm, postmodernizm, yeni medya, Facebook

Identity construction process from tradition to postmodern and new media: The case of Facebook

Abstract

Identity Concept is one of the most discussed concepts in the field of social sciences today and one of the most popular concepts to understand today's societies. Identity concept has been used various important fields such as social isolation, alienation, environment, ethnicity research, gender, religion, minority rights and immigration from the end of 1970s to present. Societies have experienced major alteration in terms of ideological and technological way from past to present. Therefore, it can be observed a significant transformation about identity concept in these day. Identity concept, which is influenced by the socio-cultural and economic changes when take place in the transitional phase of traditional, modern and postmodern periods, is experiencing a new diversity and variety within the framework of the "new media" which we can finally call the technological and cognitive extension of the postmodern period. In the postmodern era, identity concept became a "fluid" by taking the form of the period and its technological extensions. This study aims to reveal, how multi-centered, multi-part "identity concept" has undergone a structural transformation from traditional societies to "new media" an extension of contemporary postmodern societies, through social networking site Facebook.

Keywords: Identity, modernism, postmodernism, new media, Facebook

Giriş

Günümüzde sosyal bilimler alanında en çok tartışılan, günümüz toplumlarını anlamak için en çok rağbet edilen kavramlardan birisi olan kimlik kavramı, Latince “aynı”

* Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, e-posta: umithuseyingirgin@gmail.com

anlamına gelen “idem” ve “tekrarlanarak” anlamına gelen “identidem” kelimelerinden türetilmiştir (Varol, 2014: 305). Kimlik kavramı en basit hali ile insanların “ben kimim” sorusuna vermiş oldukları yanıttır. Bununla birlikte birey, kendisine bu soruyu sorarken yalnızca iç dünyası ile değil dış dünya ile de bağlantı kurmak durumundadır. Kişinin iç ve dış dünyası ile kurmuş olduğu etkileşim kimliğin oluşumunda etkilidir. Kimlik, sadece kişinin kendi benliğiyle kurduğu bir iletişim değil öteki insanlarla kurduğu ilişki sonucunda kurulmaktadır.

Literatürde, kimlik konusunda birkaç temel kuramın yanında oldukça farklı açıklamalar ve modeller dikkati çekmektedir. Kimlik kavramının nasıl inşa edildiği hakkında iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar öznelci ve nesnelci yaklaşımlardır. “Öznelci yaklaşıma göre, kimlik tutarlı ve yaşam boyunca az çok aynı kalan gerçek bir bendir (özdür). Nesnelci yaklaşıma göre kimlik; organizmanın iç dinamikleri yanında bütün bir dış çevresiyle birlikte karşılıklı etkileşimler ve iletişim sonucu oluşmuş olan bir bütünlük, bir tutarlılık ve sürekliliktir” (aktaran Aşkın, 2007: 214). Sosyolojik kuramlar kimliğe nesnel olarak yaklaşmaktadır. Sosyolojik kurama göre birey, kimliğini organizmanın iç dinamiklerinin yanı sıra toplumsal yaşantıdaki dinamiklere göre de belirlemektedir. Henri Tajfel’in sosyal kimlik kuramında, birey içine doğmuş olduğu sosyal topluluğun etkisi altındadır. Bu topluluklar bireyin duygularını ve davranışlarını belirlemede etkilidir. Buna istinaden Tajfel, *Human groups and social categories: Studies in social psychology* (1981) isimli eserinde, Sosyal Kimliği “bireyin benlik algısının, bir sosyal gruba ya da gruplara üyeliğine dair bilgisinden, bu üyeliğe yüklediği değerden ve duygusal önemden kaynaklanan parçası olarak tanımlar (Tajfel, 1981: 255). Klasik sosyolojik anlayışın konusu olan bu görüşe göre kimlik, benlik ve toplum arasındaki etkileşim içinde oluşur. Bu bağlamda bireyin doğuştan bir özü bulunmaktadır fakat bireydeki bu öz kültürel unsurlarla birlikte biçimlenmektedir. Bu bağlamda kimlik, organizmanın iç ve dış dünyası arasında yani kişisel ve kamusal alan arasında bir köprü kurmaktadır (Hall, 1992: 276).

Tajfel ve Turner tarafından en temelde sosyal kimlik ve bireysel kimlik olarak iki alt kategoriye ayrılan insan benliğinde her iki kimlik birbiriyle sürekli etkileşim halindedir (Şimşek, 2002: 35-36). Hogg ve Abrams'a göre sosyal kimlik, kişinin bir sosyal kategoriye veya gruba ait olduğunun bilgisidir (aktaran Stets ve Burke, 2000: 225). Bir sosyal grup içerisinde bireyin beni ile benzer kişiler ben ile kategorize edilir ve grup içi olarak etiketlenir. Bireyin kendisinden farklı kişilerse ben ile kategorize edilmez ve öteki olarak sınıflandırılır (Stets ve Burke, 2000: 225). Sosyal kimlikte kişinin içinde bulunduğu toplulukla özdeşleşmesi söz konusudur. Bu bağlamda herhangi bir etnik kökene sahip olmak, bir dini benimsemek, bir meslek sahibi olmak o kimsenin toplumsal kimliğidir. Bireysel kimlik ise “bir kimsenin kim olduğuna, kendi niteliklerine ve konumuna ilişkin toplumsal-duygusal algısına tekabül eder” (Şimşek, 2002: 35). Bireysel kimlik, fiziksel ve zihinsel unsurları içine alırken, sosyal kimlik milliyet, sınıf, cinsiyet, din, meslek gibi sosyal kategorideki özellikleri içine almaktadır (Sözen, 1991: 97). Bireysel ve kolektif kimlikler arasında değişen koşullara göre yeniden üretilen dinamik bir yapı vardır. Birbirleri ile sürekli etkileşim halinde olan sosyal kimlik ve bireysel kimlik, kimlik inşasında etkilidir. Bu yüzden bireysel ve sosyal kimliği birbirinden ayrı olarak tasarlamak imkânsızdır (Şimşek, 2002: 31). Bu iki kategorizasyon, hiç kuşkusuz kişinin kimliğini belirlemede etkili olmaktadır. Kimlik kavramını tarihsel açıdan ele alan Hall'e (Hall, 1992: 276) göre, kimliğin inşa süreci, aydınlanma dönemi, sosyolojik özne ve postmodern özne olarak üç döneme ayrılmaktadır. Sosyal kimlik ve bireysel kimlik kavramları, Hall'un belirlemiş olduğu tarihsel çerçeve ile birlikte ele alındığında daha

aydınlatıcı olmaktadır. Her dönem kendi içinde farklı sosyo-kültürel dinamikleri belirler. Kimliğin bu iki alt kategorisi, içinde yaşanan dönemle yakın ilişki kurarak bireylerin, grupların vb. kimlik inşasında önemli rol oynamaktadır. Geleneksel toplumlarda kimlik bir bütünlük taşıırken, modernleşme ile birlikte kişinin kimliğini belirleyen paradigmaların tekilleşmeye ve bireyselleşmeye yöneldiği görülmektedir. Postmodern dönemde ise kimliklerin çeşitlendiği, sınır çizgilerinin belirsiz hale geldiği, akışkan bir yapıya büründüğü görülmektedir. Postmodern toplumlarda kimlik edinmek, geçmiş dönemlere nazaran çok daha kolay şekilde gerçekleştirilmektedir. Bundan dolayı sabit bir kimlikten söz etmek mümkün değildir. Dolayısıyla birbirinden farklı birbiri ile etkileşim içinde olan birden fazla kimlik vardır. “Bugünlerde aranan kimlikler giysi değiştirir gibi giyilebilen ve çıkarılabilen kimliklerdir” (Aşkın, 2007: 216). Kimlik inşası, içinde yaşanan dönemin düşünce yapısı ile yakından ilişkilidir. Günümüz dünyasında da kimlik kavramı ile neyin temsil edildiği, nasıl ve hangi yollarla inşa edildiği önemli bir sorundur. Postmodern dönemde bireylerin kendilerini ifade ettikleri, kim olduklarını tanımladıkları zemin oldukça kaygandır. Bu zemin üzerinde ayakta durmaya, sürekli olarak değişen eksene uyum sağlamaya çalışan birey, kimliğini sürekli değişen koşullara göre yeniden inşa etmek durumundadır. Postmodern sürecin bir uzantısı olan küreselleşme de kimlik zemininin kayganlaşmasına katkıda bulunmuştur. “Küresel sahneye taşınan sosyalleşme sürecinde çok değişkenli yapının etkisinde kalan kimlikler, farklı kültürlerle burun burunadır ve baskın kültürlerden aldıklarını içinde bulundukları toplumun kültürüne entegre eden yapı taşları gibidirler” (aktaran Bakıroğlu, 2013: 3). Buna ilaveten küreselleşmenin uzantısı olan iletişim ve bilişim sektöründeki gelişmelerin “yeni medya” olgusunu yaratması, sabit, durağan bir kimlik anlayışının yerini her bakımdan daha hareketli, akışkan ve çoğul-kimliklerin almasına neden olmuştur.

Günümüzde insan yaşamının her alanına sızan internet ve bilişim teknolojilerinin toplumsal uzantısı olan "yeni medya araçları" geleneksel medyanın sağladığı tek taraflı iletişim modelinin yerine, kullanıcıya kendisini ifade etme imkânı veren bir ortam sunmaktadır. Yeni medya araçlarının sunmuş olduğu paylaşım ağları sayesinde coğrafi sınırlara bağlı kalmaksızın kesintisiz iletişim kurma olanağı gerçekleştirilmektedir. 21. yüzyılda iyice yaygınlaşan iletişim ve bilişim teknolojilerinin etkisi, geleneksel ve modern toplumlarda sabit olan tüm değerleri yerinden edip kültürler arası etkileşimi kolaylaştırmış, toplumsal yapıları ve bu yapıları referans alarak kendisini kuran kimlik kavramının dayandığı temelleri dönüşüme uğratmıştır. Küreselleşme öncesinde temsil edilemeyen tüm kültürlerin temsili, yeni medya düzeninin oluşturmuş olduğu kodlar çerçevesinde temsil edilmektedir. Günümüzde, insan iletişiminin boyutu yeni medya araçları sayesinde çeşitlenmiş ve farklılaşmıştır. Farklı iletişim boyutları ve çeşitlilikleri içerisindeki birey, kendisini ifade etmek adına sosyal medya mecralarını kullanmaktadır. Bu bağlamda bireyin, sosyal medya mecralarında paylaştığı her şey, hem çevrimiçi hem de çevrimdışı yaşantısına ait birer göstergedir. Bu göstergeler bireyin kimlik inşasının bir ögesi ve aracı durumundadır. Bu araştırmanın amacı yeni medya ve onun özelinde de Facebook üzerinden kimlik yapılandırılmasının nasıl gerçekleştirildiği ve kimlik kavramının postmodern dönemde yeni medya mecrası üzerinden nasıl sunulduğunu ortaya koymaktır. Bu bağlamda çalışmada geleneksel, modern ve postmodern dönemlerde kimlik kavramı ile ilgili yaklaşımlar tartışılmış ve en nihayetinde postmodern toplumların yeni mecrası olan yeni medya düzeninde kimliğin birey ya da gruplar tarafından nasıl dışa vurulduğu Facebook özelinde incelenmiştir.

Kimlik kavramı

Kimlik, sosyal bilimler alanında birçok disiplin tarafından tanımlanmaya çalışılan, hakkında en çok tartışılan, en çok yazılan çok boyutlu bir kavramdır. Günümüzde farklı disiplinler tarafından ele alınmış olmasına karşın, tanımı üzerinde bir uzlaşma söz konusu değildir. Bu uzlaşmazlığın nedenlerinden birisi, teknolojik gelişimin hızlı yükselişine rağmen, dili kullanma gücünün insanlık tarihi baz alındığında halen çocukluk aşamasında olmasından kaynaklanmaktadır (Kılıçbay, 2003: 155). Bir diğer neden ise kimliğin verili bir yapıya sahip olmaması, (aktaran Özdemir, 2010: 12) her dönem farklılaşan yaşam pratiklerine göre sosyo-psikolojik, ekonomik, teknolojik ve kültürel boyutlarda yeniden üretilmesidir. Yeniden üretim, en nihayetinde kimlik olgusunu sabit, durağan bir öz olarak bırakmaktansa esnek ve çok biçimli bir kavram olarak yeniden yaratmakta ve anlamlandırmaktadır. Bu iki nedene kimlik kavramının aynı anda fiziksel, bilişsel ve toplumsal öğeleri içermesinin (Atak, 2011: 164) vermiş olduğu çok yönlülük eklenince tanım yapmanın zorluğu daha iyi anlaşılmaktadır. Yine de genel bir tanım yapmak gerekirse, toplumsal sistemin en temel yapı taşı olan kimlik kavramının, bireyin kendisi hakkındaki bilincine, başkasının gözünden nasıl algılandığına ve bu iki bilinç durumunu özümseyerek, benliğini nasıl yapılandığına dair bir davranışlar bütünü, bir oluş durumu olduğu söyleyenebilir. Bu oluş durumu, inanç, tutum, zihniyet, ahlak, değer yargıları gibi bireysel ve kolektif yaşam pratiklerini içinde barındırmaktadır. Kimlik, yüzeysel olarak, kişilerin, çeşitli büyüklük ve nitelikteki toplumsal grupların “kimsiniz, kimlersiniz?” sorusuna verdikleri cevaptır (Güvenç, 1993: 3). Bu tarz sorulara cevap veremeyen ya da genel anlamda düşünce dünyasından bihaber olan birisi için kimlik; o kişinin vatandaşlık bağı ve kim olduğunu dış dünyaya ispat etmesini sağlayan nüfus cüzdanındaki, ehliyetindeki ya da kurumsal kartındaki kimlik numarası olabilmektedir (Özdemir, 2010: 10). Rakamların kimliğin göstergesi haline geldiği bu ilişkiyi daha iyi açıklamak adına bir meta ve o metayı satın alacak müşteri arasındaki ilişkiyi örnek verebiliriz. Pazar ürünlerinin her birinin üzerinde kendilerini diğer ürünlerden ayıran bir fiyat aralığı ve barkod vardır. Bu göstergeler ürünün hem diğer ürünlerden ayrılabilmesini hem de kendi ürün grubu içinde homojenleşmesini sağlar. Nasıl ki herhangi bir malın üzerine yerleştirilmiş barkod numarası, söz konusu malın hangi kategori ve fiyat aralığında olduğunu gösteren bir gösterge (Özdemir, 2010: 10) ise kimlik kartındaki rakamlar da kişiyi öteki ile karşıtlığında tahmin edilebilir kılarak hangi cinsiyete, hangi ırka, hangi sosyolojik bağlama ait olduğunu gösteren, onu somut bir varlık durumuna sokan bir göstergedir. Barkod örneğinde metayı diğer ürünlerden ayıran şey; üzerindeki rakamların diğerlerinin üzerindeki rakamlardan en az bir farkla ayrılmasıdır. Bu fark, ürünün tüketici tarafından tanınmasına, kategorize edilmesine dolayısı ile de daha rahat seçilmesine olanak sağlar. Fakat daha da ilginç barkod ve fiyat aralıkları, o metayı üreterek pazara sunan kapitalistler için o ürün üzerindeki hakimiyetin bir göstergesidir. Kapitalist sistem tarafından üretilerek farklı barkod ve fiyat aralıkları ile piyasaya sürülen ürünler gibi, insanlar da doğmuş oldukları andan itibaren verili kültürün kendilerine empoze ettiği biçimde yaşamaya başlarlar. Bu durum aynı zamanda kişinin, mensubu olduğu grup içerisinde homojenize olmasına, bireyin değil grubun öne çıkmasına olanak sağlar. Nihayetinde bir insanın diğerlerinden farklı olduğunu göstermesi ve ötekinin gözünde bir anlam kazanması için kendisini diğerlerinden ayıran belirgin bir farklılığa sahip olması gerekmektedir. Bu farklılık aynı zamanda daha büyük bir türdeşleşmeyi de getirmektedir. Kılıçbay, kimlik kavramının bu ikilemini, hem kimliğin varoluşunu borçlu olduğu hem de bu varoluşu sürekli olarak sakatlayan bir paradoks olarak nitelendirmektedir (2003: 155). Kimlik kendisini ne olduğundan değil ne olmadığından hareketle ortaya koyarak, aynı anda ait olunan ve ait olunmayan, hem benzer hem farklı olunan bir yeri, bir konumu,

bir bağlamı tanımlamaktadır (Özdemir, 2010: 10). Bu bağlamda bir kimliği tanımlamanın onu bir diğer kimliğin varlığı ile sınırlamaktan, bu sınırlamanın da ancak diğeri ile olan etkileşim sonucu ortaya çıktığını belirtmek gerekmektedir. Bu ve bunun gibi çeşitli soruları içinde barındıran kimlik kavramının birey tarafından anlaşılması ancak “bireyin kendisini ne olarak tanımladığı ve konumlandığı ya da “kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu” sorularının cevaplanması ile çözüme kavuşturulabilir (Karaduman, 2010: 2887). Karaduman'a (2010:2887) göre bireyin kendisine sorduğu bu soruların özünde yatan şey; kişinin özsaygısını kazanma amacıyla herhangi bir gruba ya da topluluğa ait olma duygusudur. Bireyin bir topluluğa ait olması hem dışlanmışlık hissinin en aza indirgenmesi, hem o topluluk tarafından oluşturulan kolektif zihniyet içerisinde kendisini güvende hissetmesi, risklerin azalması dolayısıyla da insanın kendilik bilincine varışının bir ifadesidir (Bilgin, 2007). Fakat içine doğduğu kültürle özdeşleşmek durumunda olan birey için bu kavrayış, kendisini diğer grup üyelerinden ayıran eylemleri (duygu, yaratıcılık vb.) özümsemek değil, bu eylemleri kendi bütünlüğüne eklemeyi başaran topluluklarla özdeşleşmektir. Bu bağlamda kimlik sahibi olabilmek; bireyin kendi özgür iradesiyle belirlediği bir seçim değil, tam aksine kendisini içinde yaşadığı toplumsal koşullara göre belirleyen bir davranışlar ve duygular bütünüdür. Bu bütünlük durumu, topluluğun kendisini ötekilerden farklı kılma çabasının bir sonucudur. Bu bağlamda birey, grup tarafından temsil edilebilme uğruna kendi bireysel farklılıklarından vazgeçer. “Bir anlamda varlığımızı ve özgürlüğümüzü garantileyen grubumuz, aynı zamanda özgürlüğümüzün sınırlarını çizme hakkına da sahip olur” (Şimşek, 2002: 35). Başka bir deyişle daha büyük bir ötekine karşı temsil edilebilmek uğruna birey, gerçekte kendi benliğine ait olmayan biyolojik ve kültürel bir çok öge tarafından çevrenmektedir. “Belirli bir toplumsal kimliğe sahip olmak, belirli bir grupla, grubun diğer üyeleriyle aynı olmak demektir ve grupların bakış açısıyla şeyleri görmek anlamına gelir” (Stets ve Burke, 2000: 226). Tam da bu aşamada kimlik oluşumunun ikinci paradoksu ortaya çıkar (Kılıçbay, 2003). “Her özdeşlik alanının ötekilere göre konumlandırılması ve oluşturulmak zorunda olması negatif bir inşadır. Yani ne olunduğu değil, ne olunmadığı üzerine oturtulan, plansız, programsız, tutarsız, ancak tarihsel ve ekonomik olabilen, toplumsallığı her zaman yapay kalmaya, kurgulanmaya muhtaç olan sakat bir mimaridir” (Kılıçbay, 2003: 156). Bu sakat mimarinin var ettiği huzursuzluğu gidermenin yolu ise ait olunan yaşam alanı, grup, toplum, millet, ümmet vb. ile daha çok birleşme yoluna gitmek bir başka deyişle, bu sakat mimariyi toplumsal bir işbirliği zemininde görmezden gelmeye dayanmaktadır. Bu da ancak bireyin, bir yere ait olma ve kendini güvende hissetme ihtiyacını giderebilmek için bağlı bulunduğu kültürel konuma adapte olması olarak özetleyebileceğimiz aidiyet ilişkisi ile gerçekleşebilir. Farklılaşmanın kökeninde aidiyet kurulan grupla belli bir türdeşlik ilişkisi vardır. Bu türdeşlik ilişkisi ötekileştirilen diğer grupların kimliğinden bağımsız bir şekilde ele alınamaz. Bu da Bilgin'in (1995) altını çizdiği üzere bireyin ya da grubun asla zaman ve mekandan bağımsız tözsel bir kimliğe sahip olmadığını gösterir. Bu farklılaşmaların her biri birer sosyal kategorizasyondur. Aynı sosyal grubun içine dahil edilenler, dahil edildikleri sosyal grubun bir üyesi olurlar. Farklı sosyal gruptakiler ise birbirlerini öteki olarak konumlandırırlar. Benlik ve ötekilik üzerinden kurulan kimlikler bir grup içerisinde özdeşleşme yolu ile eritilirken grup dışındaki topluluklardan ekonomik, dinsel, etnik, cinsiyetsel farklılıklar gibi yollarla farklılaşmaktadır. “Ötekilik asgari düzeyde benzerlik gerektirmektedir. Çünkü bu benzerlik sayesinde özne kendisini diğerinden farklılaştırabilir. Kısaca öteki ilke olarak ‘biz’e şu veya bu ölçüde ‘karşıt’ bir konumda olmak zorunda olduğundan, biz’in yüceltilmesi onun alçaltılmasını içermektedir” (Bilgin,

2007: 179). Bu durum kimliğin bireysellik zemininde oluşmasını sağlarken, öteki üzerinden oluşturulan kimlik bir takım olumsuzluklar taşır. “Hogg ve Abrams’ın (1988) açıkça belirttiği gibi, bireylerin kendilerini yerleştirdikleri sosyal kategoriler, yapılandırılmış bir toplumun parçalarıdır ve yalnızca diğer zıt kategorilerle (örneğin, siyah vs beyaz) ilişkili olarak var olur; her biri az ya da çok güç, prestij, statü vb. vardır” (Stets ve Burke, 2000: 225). Bireyin kendisini bir öteki ile tanımlaması öncelikle en azından bir yanı ile benzer olmayı gerektirir. Bu benzerlik dışında diğer yönler farklılaşmalıdır. Kimlik öznenin ötekinin konumuna göre kendisine bakarak oluşturduğu tüm yaşam deneyimlerini içermektedir. Bununla birlikte bireyin kimlik oluşumunu kendisine bakarak tanımladığı öteki de kendi kimlik inşasını bir başka ötekiye bakarak aynı şekilde inşa etmiştir.

Günümüzde kimlik kavramı ile ilgili tartışmalar genel anlamda “aidiyet” ve “öteki” kavramları çerçevesinde sürdürülmektedir. Kimlik kavramıyla ilgili tartışmalar, özellikle kimlik kavramının nasıl inşa edildiği sorununu ön plana çıkarmıştır. Ancak Hall’un (1992) da belirttiği üzere tartışma, geleneksel “eski” kimliklerin gerilemesiyle ortaya çıkan, modern bireyi parçalayan “yeni” kimlikler üzerinde dönmektedir. “‘Kimliğin krizi’ olarak adlandırılan bu olay, modern toplumların merkez yapılarını ve süreçlerini yerlerinden oynatan ve bireylerin toplumsal dünyaya demir atmasına neden olan çerçeveleri baltalayan daha geniş bir değişim sürecinin parçası olarak görülüyor” (Hall, 1992: 274). Bununla birlikte, insanlık tarihi ile yaşıt olmasına karşın kimliğin bir kavram olarak ele alınması modernleşme ile başlamıştır. Gelenekselden postmoderne yaşanan bu değişim sürecini daha doğru irdeleyebilmek adına, modernizm ve postmodernizm kavramlarının ne olduğuna ve kimlik oluşumunda nasıl etkide bulunduğu bakmak gerekmektedir.

Modernizm

Geleneksel toplumlar, toplumsal yapılanma açısından bir soy ve kan birliği üstüne oturmaktadır. Bu toplumların yaşamını metafizik öğeler yönetmektedir. Aydınlanma çağı ile birlikte geleneksel toplumlarda, gündelik yaşamın nasıl sürdürülmesi gerektiğini belirleyen metafizik anlayışın yerini, nesnel/bilimsel düşünce almıştır. Aydınlanma, geleneksel toplum yapısının dayatmış olduğu metafizik düşüncenin yerine aklın ön plana geçtiği kesin doğruların araştırıldığı, evrensel ve sonsuz bir ilerleme şeklidir (Akça, 2011: 4). Aydınlanma, akıl ve onun uygulama araçları olan deney ve gözlem aracılığıyla en doğru bilgilere nasıl ulaşılabileceğini, toplum yaşamı da dahil olmak üzere insan yaşamını ilgilendiren her konunun en doğru şekilde nasıl düzenlenebileceğini göstermektedir. Bu çerçevede, Aydınlanma düşünürleri Orta Çağ’dan miras olarak geldiği varsayılan kusurları ve bozuklukları eleştirel şekilde ele almaya, düzeltmeye, iyilik adalet ve bilimsel bilgiyi yayarak toplumun ahlakını ve yaşayış tarzını düzeltmeye çalışmışlardır.

Geleneğe dayalı anlamlandırma mekanizmalarının işlevini yitirmesi, din ve metafizik temelli bakış açısının yerine akılcılığa ve bireyciliğe yönelik bakış açısının yüceltilmesine sebep olmuştur. Doğaya organik şekilde bağlanmış toplum yapısının dönüşmesi, yaşanan bilimsel gelişmeler, keşifler ve bu keşiflerin yaratmış olduğu etki, ortaçağın din merkezli toplum yapısının sona ermesinde ve modern toplumların oluşmasında etkili olmuştur. Modernizmle birlikte, doğanın insan düşüncesinin bir uzantısı olduğu fikri, doğanın insan eylemlerinin bir nesnesi olduğu fikrine dönüşmüştür. İnsan dünyaya düşünerek anlam vermekten vazgeçmiş, onun yerine dünyayı deneysel

düzlemde incelemeyi kendisine görev edinmiştir. Böylelikle doğa, insan düşüncesinin uzantısı halinden, bilim dünyası tarafından incelenen ve teknik gelişimlerle kendisini üretime açan bir nesne haline dönüşmüştür (Baudrillard, 1998). Geleneksel toplumlardan farklı olarak modernizm, “akılcılık” temelinde inşa edilmiştir. Modernizme göre akılcılık insanlığı evrensel gerçeğe götürebilecek yegane özelliktir.

Aydınlanma, rasyonalizm ve pozitivistin temelleri üzerinde yükselen modernizm, tüm bunların kendisine sağladığı meşruiyet zeminiyle modern toplum öncesindeki bütün toplumsal ve kurumsal yapıları dönüşüme uğratmıştır. Bu bağlamda modernizm öncesindeki toplumsal zihniyetin yerini, kapitalist ilişkilerle bezenmiş evrensel değerler, bireysel hak ve özgürlükler, uzmanlaşma, gelişmiş işbölümü ve mutluluk kavramları almıştır. Gelenek ile bağını koparan modern toplumlarda, katmanlardan oluşan sınıfların yerini tek bir ulus altında birleşen homojen ulus-devletler alırken, bireylerde de “Yerleşik inanç yapılarından bağımsız bir şekilde kendi görüş ve ilgileriyle paralel olarak toplumu kurma, değiştirme veya ona karşı çıkma doğrultusunda bir eğilim ortaya çıkmıştır” (Dunn, 1998: 53). Gelenekle ilgili olan her şeye isyan eden modern düşünce, ahlaki ve yararlı olanı etkisiz hale getirmektedir (aktaran Güven, 2015: 270). Güven, böylesi bir anlayışa dayanan modernite anlayışının tarihsel süreç içerisinde hem içeriden hem de dışarıdan birçok eleştiri aldığını, bundan dolayı sorgulandığını ve bu sorgulamanın modernitenin varsayımlarının reddedilmesini beraberinde getirdiğini belirtmektedir (Güven, 2015: 271). Postmodern anlayış bu varsayımları reddeden ve kendisini modernizmle karşıt şekilde konumlandıran yaklaşımlardan birisi olarak önem taşımaktadır.

Postmodernizm

İlk olarak mimari akımlar içerisinde sanatsal bir kavram olarak gelişen, sonrasında Charles Jencks tarafından 1977 yılında lanse edilen postmodernizm kavramı (Akay, 2010: 21) ilk kez 1939 yılında iki farklı düşünür tarafından kullanılmıştır. Bunlardan birincisi postmodern kavramını, modern laikliğin başarısızlığını ortaya koyma ve dine geri dönüş anlamında kullanan Teolog Bernard Iddings Bell iken diğeri *Bir Tarih Çalışması* (1947) adlı eserinde modern dönemin 1875'den sonra sona erdiğini ve yeni bir tarih evresine girildiğini belirtmekte ve bu döneme 'postmodern çağ' adını vermekte olan ünlü tarihçi Arnold J.Toynbee'dir (aktaran Güven, 2015: 272). Postmodernizm kavramının tüm yaşam biçimleri üzerindeki etkisi ise Jean François Lyotard'ın 1979 yılında Felsefe alanında yazdığı *La Condition Postmodern* isimli eser ile birlikte ilk kez ciddi bir biçimde sorgulanır olmuştur. Sözcük anlamı “tam şimdiden sonra gelen” (Apignanesi ve Garrat 1998: 17) olan postmodernizm kavramı, modernizmin dolayısıyla da modernizme yön veren tüm hareketlerin; Rönesans, Reform, Sanayi Devrimi ve en temelde de Aydınlanmanın getirmiş olduğu rasyonel düşüncenin – ki bu düşünce postmodern anlayışa göre yalnızca batı çıkışlı, totaliter, sezgiye yaratıcılığa, hayal gücüne uzak bir kavramdır (aktaran Çağlar, 2008: 376) - radikal bir eleştirisi olarak görmek mümkündür. Bu bağlamda sosyo-kültürel ve siyasi alanda farklı bir bakış açısı sunan postmodernizmi, (Çağlar, 2008: 369) modernlikle bir hesaplaşma ve “kuşkusuz içinde modernizm karşıtlığını ya da modernizm öncesini de barındıran” (Zeka, 1994: 10) bir kavram olarak ele almak mümkündür. “Postmodernlik hakikat, akıl, kimlik ve nesnellikten; evrensel ilerleme ya da kurtuluş düşüncesinden, bilimsel açıklamanın meşruiyet kaynağı olan büyük anlatılardan ve temel gerçeklikten kuşku duyan bir düşünce tarzıdır” (Eagleton, 2015: 370). Modernizmden epistemolojik ve estetik bir

kopuş olarak da tanımlanabilecek olan postmodernizm kavramı (Akay, 2010: 23) önüne almış olduğu post sözcüğünün taşıdığı “sonra, sonrası, ötesi” sayesinde modernizmin sonrası ya da modernizmin devamı olarak sanat, edebiyat, tiyatro, sinema, fotoğraf, felsefe, sosyoloji vb. ekseninde tartışılmakta (Möngü, 2013: 28) fakat yine de bu tartışmaların kavramı sabit bir tanım içerisine alamadıkları görülmektedir. Hatta kavramın en az hakkında konuşulanlar kadar tanımı olduğu görülmektedir (Armağan, 1995: 53). Tartışmaların herhangi bir görüş birliğine sahip olmamasına karşın bu konu hakkında literatüre kazandırılan eserler dahi postmodernizm üzerine konuşmanın, yazmanın ne kadar güncel, popüler ve önemsenen bir olgu olduğunu göstermektedir. Postmodernizmin fikirsel altyapısında birçok düşünürün fikri bulunmaktadır. Bu düşünürler arasında 19. yüzyıl ve 20. yüzyılı fikirleri ile derinden etkileyen Nietzsche ve Heidegger (Rosenau, 1998: 35-36) isimleri sayılabilir. Günümüz postmodern düşünürleri arasında ise Baudrillard, Lyotard, Deleuze/Guattari, Roland Barthes, Henri Lefebvre ve Guy Debord (Kellner, 1994: 230) yer alır.

Postmodernizmi tanımlayabilmenin en doğru koşullarından birisi modernizmle olan farklarını ortaya koyabilmekten geçmektedir. Bu bağlamda postmodernizm tanımını içeren maddeleri şu şekilde sıralayabiliriz; Modernizmde “akılcılık” insanlığı değişmez ve evrensel gerçeğe götürebilecek en belirgin özellik iken, postmodernizm mutlak gerçeklik kavramını reddederek bunların yerine “gerçekliği kendi bütünlüğü ve özerkliği içinde anlamaya çalışan” (Çağlar, 2008: 4) bir anlayışı ortaya koyar. Bu bağlamda evrensel bir gerçek ya da nihai bir doğru yol yoktur. Toplumu, iyi ve kötü, doğru ve yanlış gibi ikiye bölen anlayışlara karşı çıkılarak bunların yerine çoklu yapılar getirilir. Postmodernizmde, “heterojenlik, çokseslilik, bölünmüşlük kadar, bunların beraberinde getireceği yanlış anlamalar, yanlış çıkarsamalar, yanılgılar da olumlanmakta, hattâ meşruluk zemini olarak” (Zeka, 1994: 12) görülmektedir. Modernizmin en belirgin özelliği büyük anlatılara olan güven iken postmodern toplumlarda büyük anlatıların yerini yoğun bir şüphecilik almıştır. Sanat ise modernizmde baş tacı edilirken, postmodernizmde gündelik yaşamın bir parçası haline getirilmiştir (Kuspit, 2006). Ulus devletlerin milli birlik ve bütünlüğe dair yapılarının yerini, yerel toplulukların kimlik politikaları ve mikro politikalar almıştır. Farklılık ve çeşitlilik yüceltilerek, kültürel ve kimliksel çoğulluğun birlikte olmalarına önem verilmiştir (Akça, 2011: 2). Var olan farklılık kadar kendini ifade etme biçimi, kendini ifade etme biçimi kadar dil ve var olan dil kadar da haklılık ve meşruiyet biçimi bulunmaktadır. Bu bağlamda postmodern dönemde modernizme özgü, değerler alaşağı edilmiştir. Postmodern anlayış, hakikatin artık tanrı düşüncesi çerçevesinde biçimlenmediğini ve gerçeğin farklı perspektiflerden oluşturulabileceğini benimser. Gerçekliğin sonsuz şekilde yorumlanması sonucunda, “Bilim ve teknolojinin sonuçları hatta aydınlanma ve modernliğin temellerini oluşturan düşünce kategorileri dahi kurgusal, doğruluğu şüpheli bir boyuta indirgenmiştir” (aktaran Akça, 2011: 6). Süreç aklın ve mantığın ölçülerinin sorgulanmasına, evrensel bir gerçeklik anlayışının reddine değin devam etmiştir. Bu bağlamda insanlar ancak yorum yeteneğine sahip varlıklar olarak vurgulanmış. Evrensel hakikat ve doğru düşüncesi reddedilmiştir (Akça, 2011: 6). Postmodern söylemlerin en açık görüldüğü alanlardan birisi de kimliksel alandır (Güven, 2015). Postmodern dönemde kimliğin bir bütünlüğe sahip olduğunu savunan modern argümanlar, yerini çoğul kimliklerin ağırlıkta olduğu merkezsiz ve parçalı kimliklere bırakmıştır. Özne parçalanmıştır ve tüm nesneler üzerinde egemenlik sağlayan öznenin yerini, tek isteği yalnızca bir kişilik olan postmodern birey almıştır (Sarup, 2010: 257). Bu bağlamda, geleneksel toplumlardan postmodern dönemlere değin kimlik kavramının dönüşümlerini irdeleyebilmek ve kültüre

nasıl yansıdığını ele almak bir gerekliliktir. Bu bağlamda kimlik kavramının modernizm ve postmodernizm içerisindeki konumunu tartışmaya açmak gerekmektedir.

Modernizm ve kimlik

Kimlik olgusu çok yeni bir kavram değildir. Ancak kimlik krizi modernleşme süreci ile birlikte ortaya çıkmıştır. Bireysel ve sosyal kimlikler geleneksel toplumlarda da vardır. Ancak bu toplum yapısında kimlik sorunu, kimlik krizi, kimlik bunalımı yoktur (Kellner, 2001: 195). Bunun nedeni, geleneksel toplumlarda din, töre, akrabalık ilişkileri gibi unsurların nesilden nesile aktararak geleneksel kimliğin inşasına ve gelişimine yön vermesinden kaynaklanmaktadır (Şimşek, 2002: 31). Kimlik, geleneksel toplumda bu gibi öğelerin etkisi altındadır. Kişi kendisini mensubu olduğu din çerçevesinde tanımlamakta, kimliğini ve yaşam tarzını buna göre oluşturmakta ve sabitlemektedir (Güven, 2015: 273). Modern dönemde ise insanı çevreleyen öğelerin sayısı arttığından kimlik daha fazla devingen çok katlı bir hale gelmektedir. Geleneksel toplumlarda kan bağına dayalı cemaatsel kimlikler, Dunn'un belirttiği gibi genellikle doğumla birlikte verilmektedir (1998: 52-53). Modern toplumlarda insanın gelenekle olan bağlarının zayıflamasının bir sonucu olarak kimlik, doğumla birlikte verilen bir şey olmaktan çıkar. Kimlik, toplum içerisinde verilen bir takım roller, toplumsal iş bölümü ve bunların birbirleri ile iletişimi sonucunda inşa edilen bir kavrama dönüşür. Kimliğin inşa edilen bir kavram haline gelmesiyle birlikte bireysellik artmış, toplumsal yaşamın merkezine girmiştir. Geleneksel toplumlarda gelenek yolu ile aktarım sağlandığından, topluluk üyeleri arasında farklılaşma ve kendini bireysel anlamda ifade etmek zorlaşmaktadır. Gelenek ile bağı koparan modern toplumda birey, grup bağlarının zayıflamasıyla kolektif değerlerini yitirirken, kendisine verili olarak zerk edilen tüm bu değerleri daha büyük bir toplumsal grup içerisinde, bir ulus şemsiyesi altında içselleştirmektedir. “Kolektif kimlik belirli bir alanda kök salmış bir takım grupların (etnik toplulukların) diğer gruplardan farklarını ortaya koyma, vurgulama talebi” (Bilgin, 1995: 59) olarak değerlendirilebilir. Kolektif kimlik geçmişe dönük olan sembollerden kolektif bellekten hareketle inşa edilir. Modernizm ise bu geçmişe yönelik simgeler, semboller ve inançların yerine rasyonalizme dayalı evrensel bir insan modeli getirerek kolektif kimliğe ait ritüelleri yok saymıştır. Böylelikle gelenekten gelen özellikler büyük ölçüde dönüşürken grup ve topluluğa ait özdeşleşmeler yerini, modern toplumdaki meslek, kurumsal yapı, ulus-devlet gibi makro ölçekli özdeşleşme alanlarına bırakmıştır. Modern toplumlarda önce geleneksel olan çözülür sonra yerel olanların üstüne bir üst-akıl getirilerek kimlikler ideolojik çerçevede homojenize edilerek yeniden üretilir. Amaç, modernizmin sunmuş olduğu değerler çerçevesinde evrensel bir kimliğe sahip özne oluşturmaktır. Evrensel bir özne fikri ise bireyin kişisel deneyimleri ve yaşantısına ağırlık veren psikolojik yaklaşımlarla temellendirilir. Bu bağlamda kimlik inşası, Freud'dan Erikson'a kadar, çocukluk döneminden itibaren ele alınan ve yaşamın diğer evrelerinde de dönüşüm geçiren bir olgu olarak ele alınmıştır. Modern dönemdeki en küçük toplumsal grup olan aile bu bağlamda çok önemli bir yer teşkil eder. “kendine güven, özsaygı, değerlilik duyguları gibi kavramlar ve kimliğin tanımlanmasında hayati derecede önem arz eden ben kimim sorularına” en başta aile içerisinde cevap aranır ve alınan cevaplar doğrultusunda kimlik gelişimi şekillenir.

Modern toplumda kimlik oldukça devingen, çok katlı ve yeniliklere açık hale gelmiştir. Geleneksel kimliğin bütün özellikleri büyük ölçüde dönüşmesine karşın Kellner'ın da belirttiği üzere “kimliğin kararlı hususiyetleri modern zamanlarda da büyük

ölçüde korunmaktadır” (2001: 207). Yani kimlikler halen sabit, sınırlı ve katı bir görünüm sergilemektedir (Güven, 2015: 271). Dolayısı ile her ne kadar geleneksel kültürle aradaki bağ kopmuş olsa da zihniyetsel anlamda halen geleneksel kültüre ait normlar görenekler, mevcut roller arasında bir etkileşim bulunmaktadır. Bu etkileşim bir yandan kimliklerin görece sınırlandırılmış ve sabit oluşunu gösterirken bir yandan da, yenilerle eskilerin biraradalığına vurgu yapar. Kimlik bu bağlamda daha fazla yapı üzerinden temsil edilmeye başlanmıştır. “Bu yapıların her biri kendisine benzemeyen bir diğeri için ötekidir. Bu yüzden modern toplumlarda birey kendisini bir “öteki” kimliği üzerinden kurmaktadır. Öteki kimliği üzerinden kurulan kimlikler bir seçim ve tercih sonucudur” (Güven, 2015: 274). Dolayısı ile “öteki” Kellner’ın da belirttiği gibi modernitenin kurucu ögesidir (2001: 196). Toplumsal işbölümü ve uzmanlaşmanın temelini oluşturduğu modern toplumlarda birey kendisini içsel olarak toplumda inşa ederken, dışsal olarak dışarıdakine bakarak inşa etmektedir. Bir topluluğu oluşturan bireyler arasında belli bir takım benzeşimler inanç, simgesel ilişkiler, kültür, zihniyet gibi öğeler tarafından oluşturulur. Ortak bir kültüre ve zihniyete sahip bireyler bu ortak değerler yolu ile kendilerini bir gruba ait hissederler. Bu değerlere sahip olmayan ya da içselleştirmeyenler ise bu değere sahip olanlar tarafından ötekileştirilir. Kimliğini ötekinin bakışında oluşturan birey, bu bakışın altında ötekinin yapmış olduğu tüm seçimleri dışlayarak kendi özgünlüğünü ortaya koymak istemektedir. Modern dönem ile birlikte geleneksel toplumlardan farklı olarak her bireye, kendisini sahip olduğu kimlikle özdeşleştirebileceği roller, statüler ve meslek grupları verilmiştir. Bütün bu rolleri oluşturan ise modern devlet yapısıdır. 20. yüzyıl bir ulus inşasını içerir. Modernizmle birlikte imparatorluklar ve feodal yapının sonuna gelirken, toplum tarafından devletin varlığına ve siyasi yapısına katılım artar. Bu dönemde toplum, kendisini modernizmin getirdiği ulus-devlet yapısına göre biçimlendirdiği için “milli kimlik”, “milli devlet”, “milli kültür” gibi ideolojik söylemler önem kazanmıştır. “Milli kültür, sosyal mirasa ve tarihi derinliğe gönderme yaparken, milli kimlik ise bu kültür üzerine inşa edilmesi düşünülen milli bir şahsiyet ve milli bir ruha gönderme yapmaktadır. Milli kimlik kavramının aynı zamanda milliyetçilik ve milletleşme kavramlarını da kapsadığı varsayılmakta, böylece inşa süreci geniş bir perspektiften analiz edilmektedir” (Sağır, 2009: 2). Bu bağlamda modern devlet, bireyin kendisini onun istekleri ve bakışı doğrultusunda tanımladığı büyük öteki, modern devlet paradigmasının dışına çıkmış topluluklar, gruplar vb. ise öznenin kendisini onlardan ayırt ederek, ötekileştirdiği, kendi yaşam alanından çıkardığı ötekidir (Zizek, 2004). Devletin güdümünde kendi kimliğini oluşturan birey için aidiyet kimlik oluşumunda etkin bir unsur iken, farklı toplulukları ötekileştirmek farklılaşmak anlamında önemlidir. Bu bağlamda, ulus-devletin özneye bakışı üzerinden kimliğini oluşturmak ve bu bakış açısına sahip olmayan grup ve bireylerden farklılaşmak bireyin toplum içerisinde sağlam bir yer edinmesinin koşuludur. Modernizm, kimliğin bir çimento gibi oluşmasına ve insanları geleceğe ve mutluluğa yönelik kolektif bir amaç doğrultusunda toparlayabilmesinden kaynaklanmaktadır. Modernizm her ne kadar öteki kavramına dayandırılrsa da homojen bir bütün olarak değerlendirilen toplumun geleceğe yönelik kolektif inançlarının bir izdüşümüdür. Modern dönemin genel anlamda hayal kırıklığı yaratması, geleceğe yönelik umut vaat eden söylemlerinin başarısızlıkla sonuçlanması, Batı medeniyetinin özgüveninin altüst olmasına neden olmuştur. Özgüveni altüst olan Batı medeniyeti modern değerleri oluşturan tüm öğeleri eleştirel ve negatif bir gözle sorgulamaya başlamıştır. Bu sorgulama sonucunda modernizme ait bütüncüllük, yerini çoğulculuk, farklılık, çeşitlilik gibi söylemleri barındıran postmodern döneme bırakmıştır.

Postmodernizm ve kimlik

Tarihsel süreç içerisinde, geleneksel toplumlardan postmodern toplumlara dek her türlü alanda yaşanan köklü dönüşüm, iletişim bilimlerinden sanata, sanattan insan ilişkilerine kadar birçok ilişki biçimini dönüştürmüştür. Bu dönüşümün tam orta noktasında yer alan kimlik kavramı da bu durumdan fazlası ile etkilenmiştir. Toplumlar gelişip karmaşıklaştıkça kimlik kavramı ve onu tanımlamanın yolları da çeşitlenmiştir. Postmodern dönemin içermiş olduğu özellikler doğal olarak kimlik kavramının ele alınış yönteminin de dönüşümüne yol açmıştır. Kimlik tanımlamalarındaki kırılma postmodern toplumla başlamıştır (Aydın, 1999: 11). Aydın'a göre 20. yüzyılın son çeyreğine kadar kimlik tanımlamalarında ulusal değerler referans alınırken sonraki yıllarda kimlik referansları cemaat, halk, cinsel grup, kurgusal ya da somut küçük gruplara vb. kaymıştır. Postmodern dönemde ulus kimliği yerine tek kültür ve tek kimlik bağlamı öne çıkarılmıştır.

Kimliğin topraktan bağımsızlaşmasını ve ortak anlam dünyalarının parçalanmasını içeren bu süreçte ulusal kültür, vatandaşlık ve kamusal alan kavramları anlamlarını yitirmiş, toplumsal bazda ulus cemaate dönüşmüş ve sanal mekanlar ve cemaatler temelinde kimlik, “eş-ırk, eş-cinsiyet, eş-yerellik, eş-tüketim, gibi küresel mekanı dikey kesen kavramlarda” belirlenir olmuştur (Akça, 2011: 15).

Modern dönemin savaşlarla ve büyük hayalkırıklıklarıyla sona ermesinin ardından Batı medeniyeti özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında hızlı bir toparlanma sürecine girerek birçok alanda modern toplumların amaç edindiği refah düzeyinin ötesine geçmeyi başarmıştır. Bu refah düzeyi tutturulduğunda ise modern toplumları birarada tutan kolektif zihniyet ortadan kalkmıştır. Nesne ve gösterge sayıları önünde sınırsız haklar edinen modern birey ise kendisini tanımlayan kimliksel bağlardan sıyrılarak önemli toplumsal ve ahlaki sorunlarla karşılaşmıştır (Adanır, 2008: 77). Böylelikle toplumsal yaşantının merkezine büyük anlatılarla oluşturulan bir kimlik kavramı değil geleneksel ve modern dönemden farklı olarak oldukça esnek ve kaygan temellere dayanan (Güven, 2015: 266) söylemlerle belirlenen, parçalanmış ve çoğul bir kimlik kavramı oturmuştur. Zygmunt Bauman, *Bireyselleşmiş Toplum* (2005) isimli eserinde, kimlik sorununun artık geçmişteki gibi olmadığını, sorunların boyut değiştirdiğini belirtmektedir. Bauman, bu durumu şu örnekle açıklığa kavuşturur. Modernleşme sürecinde kimlik arayan kişi, uçsuz bucaksız çöllerde, kum fırtınaları sırasında kutsal tapınağa ulaşmaya çalışan bir hac yolcusu gibidir. Oysaki postmodern dönemde kimliğini arayan kişi, bir gezgin ya da turisttir. Hac yolcusu, kum fırtınalarının her gün sil baştan yarattığı yollarda izini kaybetmeden ilerlemeye çalışmaktadır. Çünkü yol ne kadar karmaşık olursa olsun hac yolcusunun ulaşmak istediği hedef değişmez. Modern insan da tıpkı hac yolcusu gibi ne kadar çetrefilli yollardan geçerse geçsin kendine sunulan değerleri içselleştirerek bir kimlik bütünlüğüne ulaşmayı düşünmektedir. Modern toplumda kimlik, uzun uğraşlar sonucunda elde edilebilen, ulaşılması gereken hedeftir. Bu yüzden modern kimliklerin değişimi çok hızlı gerçekleşmemektedir. Diğer yandan örneğin ikinci öznesi gezgin, sürekli dünyayı dolaşmakta, birbirinden farklı mekânları ziyaret etmekte dolayısıyla birçok farklı kimlikle temas etmektedir. Postmodern dönemde kimlik, ulaşılması gereken bir hedef değil, bir süreliğine refakat edilen sonrasında terk edilen bir yol arkadaşına benzer. Değişken, parçalı, dağınık ve değişimlere açıktır. Kellner da benzer şekilde postmodern dönemde kimliği kuran unsurun “muğlaklık” olduğunu belirtmektedir (Kellner, 2001: 211). Bu bağlamda postmodernizmde kimlik, sabitlenen değil sürekli olarak yer değiştiren akışkan bir olgudur ve modernizmin sabitlerinden kaçınmaktadır. Postmodern kimlik inşası modern dönemin aksine sağlam temeller üzerine inşa

edilmemiştir. Belirsizlik, çeşitlilik, heterojenlik, görecelilik, farklılık ve parçalanmışlık özellikleri içerir. Modernizme ait olan kolektif unsurların yerini cinsiyet, ırk gibi farklılıklara bağlı tikel kimlikler almıştır. Bu bağlamda kimlikler değişken, çabuk kabul edilebilen ve çabuk terk edilebilecek şekildedir. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi kimliklerin bu şekilde inşa edilmesine katkıda bulunmaktadır. Kimlik, çevrimiçi ortamda parçalı, akışkan ve yeniden inşa edilebilirdir (Karaduman, 2010: 2897). Bu bağlamda, modernizmin çizmiş olduğu rasyonel ve bütüncül kimlik tanımlamasının dışına çıkarak, farklılık ve heterojenlik çerçevesinde biçimlenmiştir (Möngü, 2013: 34). Çağdaş kültürde birliğin ve kimliğin yokluğuna işaret eden (aktaran Çağlar, 2008: 383) postmodern dönemde birey, kendisini her gün değişen şartlara göre tekrar var etmektedir. Birey kendi yaşamı ile ilintili seçimleri kendisi yaparak kimliğini yeniden üretim süreci içerisinde sınırsız sayıda tekrar üretir. Kellner'in deyişi ile “Bu çoklu, özgürce seçilen ve kolayca kullanılıp atılan postmodern kimlik anlayışı, modern kimliklerde sahip olunan ve tümüyle farklı özne konumlarının sergilendiği çok geleneksel imajlara ilginç biçimde tezat teşkil edebilir” (2001: 208).

Fakat bu durum; modern dönem boyunca evrensel söylemin benimsenmesi ve Avrupa'lı olmayan bakış açılarını yadsıdığı ırkçı bir üst anlatı dolayımı ile kendi dışında olan kültürler, gruplara ve toplumlara karşı uyguladığı ötekileştirme, dışlama, hor görme gibi tutumların yanında ırkların kültürlerin, cinsiyetin kendine özgürlüğünü kabul ettiği ve hiç bir varlığın diğeri üzerinde tahakküm kuramayacağını belirttiği ve eşit temsiliyetin benzeşmenin yerini aldığını savunduğu için bir tezat değil aksine özgürlüğün ve kişiliğin bireyin ve toplulukların kendi denetiminde yaratıldığının bir göstergesidir (aktaran Selçuk, 2012: 82).

Dolayısıyla ilke olarak bütün yaşam biçimlerine izin verilmekte; hiçbir yaşam biçiminin bir diğerini izinsiz kılacak kadar baskın olmasına ise izin verilmeyen postmodern evrende “farklılık” artık sadece kerhen kabul edilen bir şey olmaktan öte yüksek bir pozitif değer rütbesine de çıkarılmaktadır (Bauman, 2003: 131). Farklılıkların ve melez kültürlerin bu denli yüceltildiği kültürel ortamda, modern dönemden arta kalan ulus-devlet yapıları olumsuz etkilenir. Milliyetçilik ideolojisi çerçevesinde ortaya çıkan yapılar, postmodernizme eşlik eden küreselleşme kavramı ile birlikte “görünüş, imaj, beden politikaları, hız akışkanlık, hızlı dönüşüm” çerçevesinde bölünmeye uğrayarak yerini ırk, cinsiyet, etnisite gibi tikel kimliklere bırakmıştır (Karaduman, 2010: 2886-2899). Farklı ve melez kültürlerin biraradallığını savunan ve milli devlet anlayışını yıpratıcı postmodern dönemde kimlik kavramı bir büyük anlatı, bir söylence ve modernizmin bir yanılsaması olarak ele alınır. Modern dönemde öteki kuramına göre kurulan kimlik düşüncesi yerini ötekinin de kabülünü içeren daha ilerici bir bakış açısına bırakır. Postmodern süreç ile birlikte kimlik kavramı, modernizmin sunmuş olduğu “kendini bilen ve her şeye hakim evrensel değerlerden sıyrılarak, çoklu bir kimliğe, çeşitliliğe ve evrensel özne anlayışının yerine tercih edilen tikellikler üzerinden inşa edilmektedir” (Selçuk, 2012: 78). Baudrillard'a (1998) göre postmodern dönemde kimlik sadece bir yanılsamadır. Bunun nedeni postmodern dönemin tüketim kültürü ile iç içe olması ve bu dönemde imgelerin, tüketimin sabit bir kimlik ve kültür oluşumunun önüne geçmesidir.

Postmodern toplumlar, bilgi ve hizmet üretiminin yoğun olduğu toplumlardır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu gelişmelerin uluslararası boyutlarda yaygınlık kazanması küreselleşme kavramını ortaya çıkarmıştır. Küreselleşme ile birlikte daha önce herhangi bir platformda kendisini ifade dahi edemeyen kültürler kendilerini yeni bir düzlemde temsil etmeye başlamış, daha önce hiç ayak basılmamış coğrafyalar televizyon ve internet sayesinde evlerin içine konuk olmuş, iletişimi sağlayan mesajlar,

düşünceler, konuşmalar zaman ve mekân sıkıntısı olmadan dünyanın farklı yerlerinde herkese ulaşmıştır. Bu teknolojik gelişmeler kültürel alana da yansımış, yeni kültürlerin ortaya çıkması ve yeniden üretimi ile sonuçlanmıştır. Küreselleşme ile birlikte kimlik ve kültür eksenli tartışmalarda küresel-tikel ilişkisi ön plana çıkarılmıştır (Akça, 2011: 13). Postmodern dönemle birlikte kimliği inşa eden en küçük yapı taşı olan aileden, en büyüğü olan ulusa değin tüm gruplar yok olma ve yozlaşma süreci ile karşı karşıya kalmıştır. Bundan dolayı birey toplum içerisindeki konumunu belirlemekte zorlanmaya başlar. Bireyin kendisini hiç bir yere ait hissedememesi, kendisini ifade edeceği daha büyük gruplara, cemaatlara, etnik gruplara vb. girmesine neden olmaktadır. Ulus devletler varlığını sürdürmesine karşın hem devleti oluşturan toplumun kültürel yapısı değişmekte hem de ulus devletler postmodern söylemler ve çoğulculuk temelinde parçalanmaktadır. Küreselleşmenin bir uzantısı olan yeni medya araçları ve sosyal paylaşım ağları da zaman-mekân ve bilgi ortamını değiştirerek bu sürece katkıda bulunmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarına üye olan kişilerden beklenirse, Bekiroğlu ve Hülür'ün de belirttiği üzere, "bu parçalanmış kimliği sergilemek ve sanal öteki tarafından yüceltilmesini sağlamaktır" (2016: 158). Bu bağlamda kimlik kavramının serüvenini daha iyi irdeleyebilmek adına kavramın yeni medya düzeninde nasıl temsil edildiğini incelemek gerekmektedir.

Yeni medya ve kimlik

Yeni medya, 1830'lardaki bir takım gelişmelere dayanan iki ayrı tarihsel yörüngenin birleşimini temsil etmektedir. Bu iki yörüngenin birleşimini temsil eden süreç, Charles Babbage'in "analitik makine" ve Louis Daguerre'in "dagerotip"i icadı ile başlamıştır. "Analitik makine"nin icadı ile başlayan süreç 20. yüzyıl ortasında sayısal verilere ilişkin hesaplamaları daha verimli bir şekilde gerçekleştiren modern dijital bilgisayarların gelişmesine kadar sürerken, dagerotipin icadı ile başlayan süreç, görüntü dizileri, sesler, metinler, fotoğraf, film vb. depolanmasına olanak veren modern medya teknolojilerinin gelişimine kadar devam etmiştir. Bu iki gelişimin mevcut bilgisayarlar tarafından sayısal verilere dönüştürülmesiyle, yeni medya oluşmuştur (Manovich, 2001: 44). Yeni medya, medya içeriklerini etkileşimli olarak dijital veriye çevirebilen web 1,0'dan sonra çift yönlü bilgi paylaşım olanağı sunan web 2.0 özelliğine sahiptir. Kavram, kendisine içkin olan ismi almadan önce yerine "dijital medya, bilgisayar dolayimli iletişim gibi kavramlar kullanılmış olsa da 2000'li yıllardan başlayarak kullanılan ve daha öncekilerin tümünü kapsayan kavram "yeni medya" olmuştur" (Aygül, 2013: 56). Yeni medya araçları çok kısa bir zaman diliminde yaygınlaşarak bütün toplumsal ilişkileri köklü biçimde değiştirmiştir. Bu köklü değişimin ardında yeni medya ile geleneksel medya arasındaki fark yatmaktadır. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik, yeni medya aracı ile onu kullanan kişi arasındaki etkileşimdir. Geleneksel medya araçları (televizyon, gazete vb.) karşısında edilgin bir konumda bulunan izleyici/okuyucu yeni medya aracı ile olan ilişkisinde edilgin konumundan sıyrılarak dolaşımda bulunan ve yeniden üretilen içeriğe müdahalede bulunabilmektedir. İnternetin icadı ve yeni medya araçlarına eklenmesiyle de bu süreç tamamlanmıştır. İnternetin, yeni medya teknolojilerinin gelişiminde ve yaygınlaşmasında önemli rolü vardır. İletişim ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, hem dünya genelinde hem de Türkiye'de internet kullanımının ve buna bağlı olarak yeni medya ortamlarının katlanarak artmasına neden olmuştur (Girgin, 2017).

Günümüz kapitalist sisteminin ve küreselleşmenin bir ürünü olan bilgi ve enformasyon teknolojilerinin gelişimi sonucunda zamansal ve uzamsal boyutlarda yaşanan değişiklikler modern döneme ait olan yerleşik değerleri dönüştürmekte, gündelik yaşamın algılanış biçiminde farklılıklara sebep olmaktadır. Yaşanılan bu dönüşümler, toplumları yeni ilişki biçimlerine açık hale getirmektedir (Önür, 2007: 197-198). Önür'ün bahsettiği üzere bu yeni ilişki biçimleri, “toplumu fakat daha da özelden gündelik yaşamlarında teknoloji ile daha iç içe yaşadıkları için, gençleri bilinmeyen yeni etkileşimlere sürükleyerek yeni toplumsal aidiyet biçimlerine açık hale getirmektedir” (2007: 197). Bu yeni biçimlerde kullanıcılar zaman ve mekân sınırlarını aşmakta, teknolojik gelişmeler gündelik yaşamın zamansal ve mekânsal anlamda dönüştürülmesine yol açmaktadır. Yaşamın birçok alanı internet ağları üzerinden dönüştürülerek insan gerçekliğine yeni bir boyut sağlamaktadır. Gündelik yaşamdaki bu hızlı dönüşüm, işten arta kalan zamanın da boş zaman etkinlikleri çerçevesinde tüketilmesine neden olmaktadır. Teknolojik alandaki bu hızlı dönüşüm yeni meslek türlerinin, yeni iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasına, sabit mekânların yerini zamansal ve uzamsal anlamda aşan mobil teknolojilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İletişim ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler internet kullanımının katlanarak artmasına neden olmuştur. Günümüzde dünya nüfusunun önemli bir kısmı interneti aktif bir şekilde kullanmaktadır. 7 milyarı aşkın dünya nüfusunun %54,4’ü yani 4.156.932.140’ı internet kullanıcısı olarak görünmektedir. (internetworldstats, 2018). Türkiye’de ise 80 milyonu aşkın nüfusun %67,4’ü yani 56 milyonu internet kullanıcısıdır (internetworldstats, 2018). İnternetin, Türkiye’de ve dünyadaki yaygın kullanımı, kullanıcısına sunmuş olduğu özgürlükler, çeşitlilikler ve “sınırsız” iletişim olanağı, yeni medya araçlarının sürekli yenilenen yapısı sayesinde gün geçtikçe daha fazla artmıştır. Yeni medya mecrasında, yeni medya araçlarının tümü ile ulaşılabilecek, sosyal paylaşım siteleri, haber siteleri, kişisel bloglar gibi birçok içerik bulunmaktadır. “Bu araçların içerisinde ise sosyal paylaşım siteleri görece daha yaygın kullanıma sahiptir. Örneğin dünyadaki internet kullanıcılarının neredeyse üçte ikisinin bir sosyal paylaşım sitesine üyelikleri bulunduğu belirtilmektedir” (aktaran Yelpaze ve Ceyhan, 2015: 26). İletişim ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, yeni medya araçlarının ve internet kullanımının yoğunlaşması gibi etmenler sonucunda kültürlerarası iletişim gerçekleşmektedir. Yeni medya mecralarının bu denli yoğun kullanımı kimlik oluşum süreci üzerinde bir takım olumlu/olumsuz etkilerin oluşmasına neden olmaktadır. Bireyi yaşadığı mekan ve uzamın sınırlılığından koparan ve onun yeni özgül kimlikler oluşturmada etkili olan internet ortamı iletişimin boyutunu değiştirmiştir. Artık birey ve grup kimliğinin oluşumu sosyal mecrta ortamlarında gerçekleşmektedir.

Kapitalizmin yeniden yapılanma sürecinde, küreseleşmenin hızlanması, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin önem kazanması interneti küresel sistemin kültürel mecrası haline getirmiştir (Karaduman, 2010: 2893). “Bu küresel mecrada teknolojilerin yaygınlaşması ile bir “network”e dönüşen mekânların” (Önür, 2007: 206) sınırları ne uzamsal ne de mekânsal olarak sınırlandırılabilen coğrafya parçaları değil, tüm bunların yerine internet ağlarından, belleklerden oluşan tekno-mekânlardır. Bu tekno-mekânlar tıpkı reel dünya gibi kendi içerisinde yeni kimlikler, yeni aidiyetler sunar. Kimliğe yeni aidiyetler sunan bu mekânlarda var olan kimlik oluşumu da bir zaman sonra tıpkı içine girdiği mekânlar gibi akışkan ve geçici bir hal almaktadır. Bu akışkan hal içerisinde kullanıcılar da istedikleri kimliğe bürünebilir. Kimlik inşasının gerçekleşmesine katkı sağlayan sosyal medya mecraları, postmodern öznenin kendisini tanımlama ihtiyacına cevap veren unsurlar olarak kullanılmaktadır. “Sosyal ağ sitelerinde, kişisel internet

sayfası olan bloglarda olduğu gibi, “ben”i okuyarak, “ben”i yazarak, “ben”le bağlantıya geçerek çevrimiçi kimlikler oluşturulmaktadır” (Uzundumlu, 2015: 121). Öte yandan; “ortamın anomik yapısı çok sayıda farklı kimliğin bir anda üretilmesine, hızlı bir şekilde tüketilmesine ve yerine yenilerinin inşa edilmesine olanak vermektedir. Ayrıca siber ortamdaki genel ahlaki değerlerden uzaklık, insanların yüzlerine takabilecekleri sayısız maskeler ve “yeni kimlikler” kullanıcılara cazip gelmektedir” (aktaran Karaduman, 2010: 2893). Birey bu belirsizlik ortamında kendisini ifade etmeye çalışmakta ve oradan oraya savrulmaktadır. Kullanıcı bazen fotoğraf paylaşarak, bazen bir gruba üye olarak, etkinlikler düzenleyerek kim olduğunu nasıl bir yaşam tarzını benimsediğini ve gerçek yaşamda nasıl bir grubu temsil ettiğini göstermeye çabalamaktadır. Kimliğin elektronik ortamlarda sergilenmesi bireyselliğin yeni görünümlerinden biridir. Kullanıcı kendisine ilişkin bilgileri sergileyerek bir tür toplumsal görünürlük kazanmaktadır (Şener, 2010: 2). Çoğu zaman da kendisini doğru ifade edemediği ve bu hız dünyasının altında can çektiği için sanal ortam tarafından kendisine sağlanan alternatif biçimleri kullanarak (gizli mod vb.) kişiliğini yapılandırmaktadır. “Anonimlik bütünüyle geçerlidir. İletişim kurgulanmış kimlikler aracılığıyla yapılır hale gelmiştir” (aktaran Karaduman, 2010: 2893). Kurgulanmış kimlikler kimliği belirsiz ve akışkan yapar. Birey birden fazla kimlikten istediğini seçme özgürlüğüne sahiptir. Sanal mekânlarda var olan ve kullanıcıya seçim hakkı olarak sunulan ya da kullanıcı tarafından oluşturularak kimliğine eklenen bu özellikler geleneksel ya da modern çağda verili olarak insana aktarılan kimlik kavramından radikal biçimde farklılaşmaktadır. Bu farklılaşmanın nedeni Niedzwiecki'ye göre “Akışkanlıklar çağında doğumdan evliliğe, işe, çocuk sahibi olmaya ve ölümümüze kadar hayatımızı tanımlayıp belirleyen sosyal katmanlar ve beklentiler içine doğmamış” (2011: 53) olmamızdan kaynaklanmaktadır. İnsanların başkalarına sundukları kimlikleri, Goffman’ın deyişiyle performansları, toplumun onayladığı değerleri temsil etmektedir (2009). Bireyin sosyal medya aracılığı ile kendini ifade etmesinin ardında beğenilme isteği de rol oynamaktadır. Tajfel ve Turner, topluluk içindeki bireyin daima olumlu bir kimlik algısına sahip olmak istediğini, ait olduğu grubu olumladığını, kendi olumsuz niteliklerini grup dışına attığını ifade etmektedirler (1979). Sosyal paylaşım mecraları da bireyin aidiyetini sağladığı, kimliğini oluşturduğu ve grup içi/grup dışı kimselerle iletişim kurmasını sağlayan bir mecraadır. Kişi bu ortamda olumlu bir imaj çizmek durumundadır. Kişi diğerlerinin gözünde olumlu bir imaj çizmek adına sosyal paylaşım ağlarını kullanır. Sosyal paylaşım siteleri kişinin imajını yansıtabileceği birçok özellik barındırır. Kişinin kimliğini sunmasında yardımcı olan bu sitelerin en bilindik örneği ise kullanıcısının gerçek ya da anonim kimliği ile girebildiği, özel bilgilerini paylaşabildiği Facebook’tur. Facebook kullanıcısı, bu özellikleri kullanarak kimlik sunumunu gerçekleştirebilmektedir.

Kimliğin bir sunumu olarak sosyal medya; Facebook örneği

“70’den fazla farklı dil seçeneğiyle, ücretsiz olarak profil oluşturma, fotoğraf ve video yükleme, mesaj gönderme, arkadaş ve aile üyeleri ile iletişim kurmalarına olanak sağlayan” (aktaran Okur, 2012) Facebook, bir sosyal paylaşım sitesi olarak 2004 yılında Mark Zuckerberg ve onun Harvard Üniversitesi’nden arkadaşları Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz ve Chris Hughes tarafından kurulmuştur. Genel Merkezi Kaliforniya’daki Menlo Parkta bulunan site başlangıçta yalnızca Harvard üniversitesi öğrencilerine hizmet etmek amacı ile açılrsa da sonrasında Boston bölgesindeki kolejlere, Ivy Lige ve Stanford Üniversitesine yayılmıştır. Facebook’un ünü

aşamalı bir şekilde artmıştır. 2008 ağustosunda aylık 100 milyon aktif kullanıcı, 2009 ayında 250 milyona ulaşmıştır (Hürriyet, Erişim tarihi: 16.12.2016). Üyeler başlangıçta siteye yalnızca belirli okulların e-posta adresleri ile üye olabilmekte iken sonraları bu ağ içine bazı büyük şirketler de katılmıştır. 11 Eylül 2006'da Facebook'un içeriği bazı yaş sınırlandırmalarıyla tüm e-mail adreslerine açılmıştır. Üye sayısını her geçen gün arttıran site, 2017 Aralık ayı itibarıyla dünya çapında 2.119.060.152 kullanıcıya ulaşmıştır (internetworldstats erişim tarihi: 05.04.2018).

2018 verilerine göre Facebook kullanıcılarının %53'ü kadın yüzde 47'si erkektir. Her Facebook kullanıcısının ortalama 155 arkadaşı vardır. Facebook kullanıcıların yüzde 87'si 18 ila 29 yaş arasındaki kişilerden oluşmaktadır. Üyelerin siteyi her ziyareti ortalama 20 dakika sürmekte ve üyeler sitede ayda ortalama 600 dakika zaman geçirmektedirler. Ayrıca kullanıcılar sisteme, saniyede 4000, dakikada 243.000, bir saatte 14.580.000 bir günde ise 350.000.000 fotoğraf yüklemektedir. Bununla birlikte her 20 dakikada bir 1 milyon bağlantı paylaşılmakta, 20 milyon arkadaşlık isteği ve 3 milyon mesaj gönderilmektedir (socialreport, 2018).

Türkiye'de ise 56 milyon internet kullanıcısından (internetworldstats, 2018) Facebook'un 2017 yılında Türkiye'deki toplam kullanıcı sayısı 42 milyon (thenewyoungturk, erişim tarihi: 05.04.2018) kişi olmasına ilaveten Alexa verilerine göre Türkiye'de Google'dan sonra en yüksek trafiğe sahip internet sitesidir (Uçar, 2015: 312). "Facebook kullanım amaçlarına bakıldığında ise Türkiye'deki kullanıcıların % 66'sı Facebook'u arkadaşlarıyla iletişim kurmak, % 12'si zaman geçirmek, % 65'ten fazlası ise her gün çeşitli nedenlerle bu siteyi ziyaret etmektedir" (Yelpaze ve Ceyhan, 2013). Son yıllardaki teknolojik gelişmelerle birlikte 1.979.703.530 kullanıcı mobil aygıtlarla, istedikleri zaman, istedikleri yerde Facebook'a bağlanabilir duruma gelmiştir. Facebook'un kuruluş tarihinden günümüze her yıl kullanıcı sayısının katlanarak artması en dikkat çekici özelliklerinden birisi olarak görülmektedir. Bunda, sitenin her açıdan kullanıcı odaklı oluşunun etkisi vardır. Facebook'un açılış sayfasında "ücretsiz ve herkes katılabilir" sloganı özellikle kullanıcılar için önemli görünmektedir. "Facebook'un sayfa koşullarında da belirtildiği gibi, kullanıcı bireyler resmi sayfalarla karıştırılmayacak biçimde olmak şartıyla ve bir başkasının haklarını ihlal etmediği sürece, bir markaya, tüzel kişiliğe (yer veya kuruluş) veya tanınmış kişiye destek vermek için bir sayfa (profil) oluşturabilmektedir" (Okur, 2012: 399). Facebook'a kaydolduktan sonra kullanıcılar, diğer kullanıcıları arkadaş olarak ekleyebilir, video ve fotoğraf paylaşabilir ve diğer kullanıcıların güncellemelerini takip edebilir. Buna ek olarak kullanıcılar, ortak ilgileri çerçevesinde gruplara üye olabilir ya da kendileri bir grup oluşturarak arkadaşlarını açmış oldukları gruplara davet edebilmektedirler. Kullanıcı tüm bu olanaklara ara yüzünde, profil sayfası, arkadaşlar, e-posta, anlık-ileti, sohbet, hesap ayarları, reklamlar, gizlilik ayarları bulunan Facebook ana sayfasından ulaşabilmektedir. "Kişinin oluşturacağı profil bilgisi altı temel kategoriye ayrılmaktadır: Temel, İletişim Bilgisi, Kişisel, Profesyonel, Okullar ve Fotoğraflar. Tüm bu altı kategori, kullanıcının Facebook'a kişisel olarak ayırt edilebileceği bilgiler vermesini sağlar" (aktaran Sarı, 2012). Profil sayfasında kişiye ait özel bilgiler, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, ilgi alanı, telefon numarası ve politik görüşüne yönelik bilgiler yer almaktadır. Kullanıcı, kendi profil sayfasından arkadaşları ya da başkaları ile iletişim kurabilmekte, arkadaşlık daveti gönderebilmekte ve sayfasında paylaşım yapabilmektedir. Profil sayfasının üst kısmında yer alan profili düzenle butonu ile kendi kimliğine yönelik bütün bilgileri; doğum tarihi, cinsiyet, memleket vb. değiştirebilir. Kimliğinin bir başka göstergesi olan profil resmini, hobilerini güncelleyebilir, tüm bunların düzenlemesini yapabilir. Facebook ana sayfasında bunlarla beraber kullanıcının üye olduğu gruplar, arkadaşlarının paylaşımları ve bu paylaşımlara

yönelik beğeniler bulunmaktadır. Site, kullanıcılarının uzun zamandır görmediği tanıdıklarına ulaşmasını, yeni arkadaşlar edinmesini ve tanımadığı kimselerle iletişime geçmesini sağlamaktadır. Facebook, bir nevi gerçek yaşamla kıyaslandığında daha fazla arkadaş, daha fazla paylaşım yapmak demektir. Kullanıcının arkadaş sayısının, site içindeki popüleritesinin bir göstergesine dönüştüğünü belirten Jensen'e göre ise bu durum, “özel ve açık alanla, gerçeklik ve sanallık arasındaki sınırı belirsizleştiren bir etmendir” (aktaran Övür, 2009: 130). Hamburger ve Ben-Artzi, bu bağlamda Facebook ve kişiliğin karşılıklı etkileşim içerisinde olabileceğini belirtmektedirler (aktaran Yelpaze ve Ceyhan, 2015: 28).

Facebook'u kullanıcıları için vazgeçilmez kılan en önemli neden; kullanıcının diğer kullanıcılardan gelen mesajları paylaştığı, sergilediği duvar paylaşımları, ağdaki kullanıcılar arasında simgesel bir iletişim biçiminin yerini alan ve farklı hislerin göstergesi olan “Pokes”, kişisel yaratıcılıkla yaratılan ve kimliğin bileşenlerini oluşturan fotoğraf albümleri arayüzü, geçmişle nostaljik bir bağ kurulmasını sağlayan “zaman tüneli” uygulaması, video paylaşımları, sosyal medya mecrasında aidiyet hissiyatını tatmin eden grup üyelikleri, kişisel ifadeleri yaymaya ve ifade etmeye yarayan “note”lar, uygulama merkezi hizmet seçeneği altında yaşam tarzları, etkinlikler, davetiyeler, oyunlar, uygulamalar gibi (Okur, 2012: 109) temelde birden çok mecrada gerçekleştirilebilecek kategorilerin tek bir site dolayısıyla kullanılabilir kılınmasıdır. Akışlar arasında özgürce ve sınırsız dolaşan Facebook kullanıcıları için çevrim-dışı yaşamdaki sınırlar sanal mekânlarda ortadan kalkmaktadır. Herkes sınırsızca istediği kişinin profilinde gezinebilmektedir. Bireyin kendi zevkine göre donattığı profilinde istediği gibi gezme hakkına sahip diğer kullanıcılar Okur'un deyişi ile tanıdığı kişilerin bilmediği yönlerini öğrenebilmekte ya da tanımak istedikleri kişiler hakkında bilgi sahibi olabilmektedir (Okur, 2012: 95). Bu bağlamda, Stanford Üniversitesi'nde Facebook Psikolojisi adlı bir ders veren Profesör BJ Fogg, BBC'ye verdiği demeçte, şunları söylemiştir: “Facebook insanların dünyayı algılama biçimini değiştirdi. Günümüzde, artık herhangi bir ülkeden bir arkadaş, sadece bir tık uzağınızda, Facebook dünyayı bir araya getiriyor, güven duyulan ortak bir mekân oluşturuyor” (aktaran Övür, 2009: 129).

Son yıllarda Facebook'un bir sosyal paylaşım sitesi olarak yaygınlaşması ve insanların kendilerini ifade edebildikleri bir alan haline gelmesi, araştırmacıları Facebook kullanımının nedenleri ve amaçları arasındaki ilişkiyi incelemeye yöneltmiştir. Bu bağlamda “hem ülkemizde hem de yurtdışında farklı metodolojik yöntemler kullanılarak, (yüz yüze görüşme, fotoğraf içerik analizi, değiştirilmiş benlik sunumu taktik ölçeği vb.) çeşitli meslek gruplarına ve yaş gruplarına ait insanlar”ın (aktaran Uçar, 2015: 317) sosyal medya mecralarında kendilerini nasıl sunduğu ile ilgili araştırmalar yapılmaktadır. Yapılan araştırmalar Facebook kullanıcılarının, kimliklerini Facebook üzerinden yapılandığını göstermektedir. Araştırmalar, toplum içerisinde beğenilen olmayı isteyen bireyin, bu hedefe yönelik amacını sosyal medya mecralarında gerçekleştirdiğini göstermektedir. Bu durum çevrimiçi kimlik sunumunun çevrimdışı kimlik sunumundan daha fazla içselleştirildiğini de göstermektedir. Çevrimiçi kimliğin çevrimdışı kimliğe oranla daha fazla içselleştirilmesi, bireyin bu platformlarda daha görünebilir kılınmasındandır. Şöyle ki çevrimdışı yaşamında politik görüşlerini saklamayı tercih eden bir birey, sosyal medya mecralarında politik açıdan daha aktif bir kimlik edinebilmektedir. Ya da gerçek yaşamında dış görünüşünden rahatsız olan birisi tercihen en güzel pozlarını sosyal medya hesabına koyarak görüldüğü gibi algılanmayı isteyebilir. Yapılan araştırmalar çevrimiçi bireyin, kimliğini sunmak ve beğenilme arzusunu doyuma ulaştırmak amacı ile sosyal medya ağlarını kullanmaya çalıştığını göstermektedir. Bu

bağlamda toplumsal paylaşım sitelerinin, kimlik oluşumu (Amiel vd., 2010), sosyal çevre ve kişilik tipleri ile olan ilintileri (Amiel ve Sargent, 2004) üzerine olan etkilerini araştıran bir çok araştırma vardır. Bu minvalde Uçar'dan aktarıldığı kadarıyla Zhao vd. "Facebook kullanıcılarının kimliklerini açıkça sunmak yerine örtülü bir şekilde ortaya koyduklarını; söylemek yerine göstermeyi tercih ettiklerini ve kişisel hikâyelerden ziyade grup kimliklerini ve tüketici kimliklerine vurgu yaptıklarını ileri sürmektedir" (Uçar, 2014: 316).

Facebook, kullanıcı kimliklerinin gerçek yaşamdaki bir yansımasıdır. Bir bakıma buradaki profiller gerçek yaşam ile örtüşmektedir. Çevrimdışı ilişkileri de barındırdığını farzederek Facebook, kimliğin inşası için önemlidir. Araştırmalar, Facebooktaki kimliklerin çevrimdışı kimliklerden farklı olduğunu ortaya konmuştur. Uçar'ın belirttiği üzere Facebook kullanıcılarının sosyal yaşamlarında olmayı arzu ettiği ancak başaramadığı kimlikler abartılı bir şekilde sunulurken, beğenilmeyen özelliklerin gizlenme ve önemsizleştirme bağlamında ele alındığı görülmektedir. Facebook gerçek yaşama oranla benlik sunumu konusunda kullanıcılarına daha büyük bir temsil serbestliği ve kolaylık sağlamaktadır (2015: 316). Facebooktaki kimlik sunumunun en önemli unsurlarından birisi de fotoğraf paylaşımıdır. İnternetin ve dijital fotoğraf teknolojisinin gelişmesi ile birlikte fotoğraf çekmek, gündelik hayatta sıkça uygulanır hale gelmiştir. Günümüzde kamerası olan cep telefonları ve tabletlerin artması kişinin ekranla ve görünürlükle olan ilişkisini artırarak kendi suretini bilindik ve popüler yapmaktadır (Uzundumlu, 2015). İnsanlar artık gitmiş oldukları bir mekânın dizaynı, henüz yemedikleri bir tatlının paylaşılması gibi gündelik eylemlerinden, doğum günü, evlilik, nişan, keş töreni gibi daha özel anlarını içeren her şeyi Facebook üzerinden paylaşmaktadırlar. Tüm bu paylaşımların çevresi tarafından beğenilmesi ile birlikte kişi, öz doyumuna ulaşmaktadır. Son dönemde profil fotoğrafı paylaşımı oranlarındaki en büyük artış "anı yakalamak" anlamına da gelen selfie çekimlerinde görülmektedir. "Gelişen sosyal medya uygulamalarıyla kişiler çekmiş oldukları selfileri en çok %48 oranla Facebook, %13 oranla Whatsapp, %8 oranla Instagram'da tüketmektedirler. Selfilerin en az tüketildiği mecra ise %2'lik oranla Pinterest'tir" (aktaran Uzundumlu, 2015: 145). Selfie çekilerek oluşturulan ve kullanıcısı tarafından paylaşıma açılan tüm fotoğraflar (profil, kapak ya da albüm fotoğrafları) kimlik inşası hakkında çok şey söylemektedir (aktaran Uçar, 2015: 313). Yapılan araştırmalar, profil fotoğraflarının kapak resimlerine nazaran daha kişisel içerikler taşıdığını, benlik sunumu bakımından kullanıcıların profil fotoğraflarını kapak resimlerine tercih ettiğini ortaya çıkarmıştır (Uçar, 2015: 335).

Tüm artlarına rağmen, yapılan araştırmalar yeni medyanın, kimlik talebini ve aidiyet ihtiyacını tek başına gerçekleştirmediğini göstermektedir. Bunun temel nedeni sosyal paylaşım sitelerinin niteliksel özelliklerinden ziyade kimliği ve bireyi olumlayan postmodern yaklaşımların ve küreselleşmenin yanlış yapılandırılmasında aranmalıdır. Postmodern dönem ile birlikte ulusal kimlik yerine cemaatler, yerel topluluklar, yerine ötekilik kimliğinin geçtiği artık beylik bir söylemdir. Hatta Hall bu durumu bir adım daha öteye götürerek "ulusal kimliklerin genel olarak saflık, homojenlik iddiasıyla sunulduklarını ve hepsinin de kurgusal olduğunu gerçek tarihin bize "melez kimlikler" verdiğini belirtmektedir" (Bilgin, 1995: 78-79). Oysaki burada değinilmesi gereken nokta Harvey'in (2003) belirttiği gibi Postmodernizm'in bir yandan farklı unsurların sesini, otantik olanı, marjinalliği kabul ederken diğer yandan bu farklılıkları baskı altında tutarak, hapsederek, evrensel temsil biçimine ulaşmalarını engellemeleridir. Yani görünüşte evrenselliğe değil parçalılığa yakın duran postmodern teori temelde farklı sesleri var oluş gücünden yoksun bırakmaktadır. Bunu yaparken de parçala ve yönet

mantığı altında hareket eden küreselleşmenin politik gücünü arkasına almaktadır. Ulusalcılık şemsiyesi altında temsil edilemeyen toplulukların kendilerini ifade etmelerine ön ayak olmakta fakat bunu yine kendi çizdiği kurallar çerçevesinde gerçekleştirerek sürece hâkim olmaktadır (Selçuk, 2012: 89). Böylelikle, küreselleşme hem üniter devletler hem de alt kimlikler için pozitif anlamda değerlendirilebilecek bir olgu olmaktan çıkmaktadır. “İnsan topluluklarının sınıflar, dinler, kültürler, bölgeler temelindeki bölünmelerinin devam etmesi ahenkli bir küresel kültürün varlığını doğrulamamaktadır” (Akça, 2011: 17). Karaduman, bu gelişmenin kendi içerisinde tehlikeli bir boyut barındırdığını çünkü ulus-devletin küreselleşme sonrasında ortaya çıkan yerel kimlikler karşısında ırkçı ve saldırgan bir niteliğe büründüğünü belirtmektedir. Bu eğilimler modern toplumdaki gibi bir ulus adına değil de daha çok küçük grupların kendisini savunmasına yöneliktir. Bu bağlamda küreselleşme ile birlikte özdeşleşilen gruplar daha tikel ve daha marjinal olma yolundadır. Temelde tüm kimliklerin birbirini kabul etmesi üzerine kurulu olan postmodern anlayışta mikro-kültürel politikaların boyutu gitgide küçültülerek her şey arasında bir anlaşmazlık ve bir çatışma unsuru yaratılmaktadır. Böylece sadece iki etnik grup, ya da iki farklı ulus-devlet değil çok daha küçük kimlik temsilleri; kadınlar ve erkekler, queer ve ataerkil, muhafazakarlık ve laiklik vb. bir karşıtlık içine sokulmakta, hatta bu karşıtlıklar yoluyla önce mikro gruplar sonra da bireyler kendilerini tanımlama yoluna gitmektedir.

Kimlik oluşumunun temel bileşenlerinden ötekileştirmek ve ayırmaştırmak, postmodern kültürün en yaygın iletişim aracı olan yeni medya ortamlarında oldukça sık deneyimlenmektedir. Bu durumun temel nedeni, modernizmin zaman-mekan birliğinin yıkılması, zamandan ve mekandan bağımsız idealize edilmiş kimlikler oluşmasıdır Bakıroğlu'nun da belirttiği gibi bu durum, bireyselleşmenin güçlenmesine ve kişinin kendisi dışındaki her hangi bir kimse ile değerleri üzerinden çatışmaya girmesine neden olmuştur. Yeni medya düzeni içerisinde kendi benlik sunumunu gerçekleştirmek isteyen birey için ötekinin varlığı en büyük engeldir. Ötekiyle olan en küçük farklılığı kendi kimlik bütünlüğü için bir tehdit gören bireyin tek hedefi, kendi kimliğini sunmayı başarmaktır. Bu bağlamda birey kendi sınırlarını çizerken, çizmiş olduğu sınır kendi kimliğinin sınırını da belirlemektedir (2013). Sosyal paylaşım ağlarında yapmış olduğu paylaşımlarla kendi yaşamına ait her türlü bilgiyi kitlelere sunan birey, ötekilerin gözünde sunmuş olduğu bu gerçekliği tek kimlik göstergesi olarak görmektedir. Bireyin sisteme sunmuş olduğu veriler kendisini ötekinin gözünde tanıtmaya ve beğenilme arzusunun bir göstergesidir. Oysaki psikolojik olarak daima beğenilme isteği içindeki öznenin kimliğini sosyal ağlar aracılığı ile sunuyor olduğunu sanması bir illüzyondan ibarettir. Son dönemde ülkemizde yapılan alan araştırmaları da bu tespiti doğrulamaktadır. Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin dijital şizofreni boyutlarıyla, benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceledikleri makalelerinde, Bekiroğlu ve Hülür (2016) çarpıcı sonuçlara ulaşmışlardır. 365 öğrenci üzerinde yapılan anket sonucunda;

Rosenberg'in (1965) Benlik Saygısı ölçeği ile Ellison ve diğerlerinin (2007) Facebook kullanma yoğunluğu ölçeği ve faktörler arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre benlik saygısı azalırken, bölünmüş kişilik faktörü artmaktadır. Yani düşük benlik saygısı olan kişiler, Facebook'ta bölünmüş kişilik özelliklerini daha fazla sergilemektedirler (Bekiroğlu ve Hülür 2016: 167).

Benlik sunumu ve sosyal medya kullanımı arasındaki negatif ilişkinin yaratmış olduğu illüzyon, hem bireysel hem de çoğul kimliklerin birbirlerini dışladığını gizlemektedir. Günümüzde insanların birbirini daha fazla ötekileştirmesinin temel nedenlerinden biri de geleneksel medya ve yeni medya arasındaki biçimsel farklılıklardan

kaynaklanmaktadır. Geleneksel medyada, egemen ideolojinin şemsiyesi altında kendine yer bulabilen ötekilerin sorunları ve kendilerine has özellikleri yeteri kadar dillendirilmemektedir. Çoban'a göre medya, “söylemsel şiddeti kullanarak toplumdaki öfkeyi, nefret duygularını üretmekte ve “öteki”lere karşı yönetilmesine neden olmaktadır” (aktaran Aygül, 2013: 37). Geleneksel medyada ötekileştirilen, “biz ve ben tarafından” belli bir söylem içerisinde hapsedilen tüm ötekiler postmodern dönemde yeni medya aracılığı ile daha çok temsil edilme imkânı bulmuştur. Ancak öteki kimliğinin yeni medya aracılığıyla temsili, egemen söylemi içselleştirenler için tehdit edici bir unsur olarak algılanmaktadır. Geleneksel medya tarafından uysallaştırılan öteki kimliğinin söylemleri sosyal medyayı kullanan egemen zihniyet tarafından yadırganmakta ve çatışmanın daha da artmasına neden olmaktadır. Ben/biz algısı çerçevesinde üretilen nefret söylemi, kimlikleri biz ve ötekiler olmak üzere ikiye böler. “Ben, biz ideolojik anlamda erk sahipliğini “öteki ve onlar” ise dışlanan ötekileştirilen azınlıkları, eşcinselleri, yoksulları vb. temsil eder. Kişinin kendi aidiyeti çerçevesinde kendisini konumlandığı yere göre öteklilik değişmektedir. “Ancak, kimi zaman bu konumlandırma sonucunda kişi, çeşitli önyargılar, ırkçılık, yabancı düşmanlığı gibi nedenlerle kendisinden farklı olandan nefret edebilmektedir” (Aygül, 2013: 21).

Ötekileştirme yolu ile kurulan kimliğin sosyal medya üzerindeki izdüşümü gerçek yaşamdakinden daha sert tepkiler ile karşılaşabilmektedir. Bunun nedenlerinden birisi sanal mecralardaki denetim eksikliğidir. Kullanıcı bu denetim eksikliğini kendi lehine kullanarak bir başkası hakkında sorumluluk duygusu taşımadan duygularını ifade etmektedir. “Bu durum, günümüzdeki sanal ortamların desteğiyle aşırı bireyci, sorumsuz ve saygısız insan davranışının gerçek hayatta da daha fazla yayılması sonucuna yol açmaktadır” (aktaran Okur, 2012: 118). Sanal mecralardaki bu pervasızlık, kimliklerin ifade ediliş biçiminde de kendisini göstermektedir. Gerçek yaşamda kişi bir takım yaptırımlarla maruz kalabilecek olmasından korkarken yeni medya ortamında kendisini gizleyebilme gücüne sahiptir. Ötekileştirmeyi ve nefreti körükleyen bu olaylar genellikle “nefret söylemi türleri; “siyasal”, “yabancılar ve göçmenlere yönelik”, “cinsel kimlik temelli”, “inanç ve mezhep temelli” şeklindeki dört başlık altında gruplandırılır (Binark ve Çomu, 2012). Bu başlıkların içerdiği nefret söylemi türleri, sosyal medya mecralarında daha fazla yayılmakta ve dillendirilmektedir. Bunun nedenleri arasında denetimsizlik, internet ortamındaki korunma duygusu ve kimliksizlik önemli öğeler gibi görünmektedir. Bu tarz söylemler, ulusal ve heteroseksüel zihniyetin belirlediği temel inanç ve değer sistemine ya da farklı inanç sistemlerine karşı geliştirilmektedir. Amerika'da sosyal medya sitelerinde çeşitli yaş gruplarına göre yapılan çoğu araştırmada, (bloglar, Facebook, sözlükler, Youtube vb.) homofobik, ırkçı, cinsiyetçi, din temelli nefret söylemi ile karşılaşan sosyal medya kullanıcılarının sayısı azımsanmayacak kadar çok olduğu saptanmıştır (Aygül, 2013: 69). Aynı durum Türkiye'de yapılan araştırmalarda da kendisini açığa vurmaktadır. Ayrıca yeni medyanın sanallık özelliği sayesinde bireyler, sanal ortamda bedensiz olarak bir araya gelip gruplar oluşturmakta ve “sanal cemaatler” diye tanımlanan toplulukları ortaya çıkarmaktadır. Sanal bir cemaate dahil olmak temel internet bilgisine ve erişime sahip herkes için oldukça kolaydır. Reel dünyada bir cemaate katılmanın aksine sanal cemaatlere katılmak çok fazla beceri, doğuştan gelen verili bir özellik gerektirmemektedir. Bu bağlamda birey görüşünü yansıtsın ya da yansıtmamasın partilerin siyasi sayfalarına, sivil örgütlenme gruplarına, eylem gruplarına, çevre örgütlerine, hayvan örgütlerine, savaş karşıtı gruplara vb. girebilir. Bu örgütlere ait gruplar içerisinde temsil edilebilir. Bu örgütlenmeler içerisinde ne yazık ki içeriklerinde ırkçılık ve nefret söylemini yayan örgütlenmeler de bulunabilmektedir. “Son zamanlarda

dünyada ve Türkiye’de pek çok grubun/örgütün bir toplumsal paylaşım ağı olan Facebook üzerinden etnik ya da dini azınlıklara, cinsel yönelimi ve cinsiyet kimliği farklı olana yönelik nefret söylemleri ürettiği, üretilen bu nefret içerikli söylemlerin giderek daha yaygın bir şekilde dolaşıma girdiği gözlenmiştir” (aktaran Aygöl, 2013: 107). Sosyal medya aracı olan Facebook’ta bu ötekileştirmelerden ve ayrımcılıktan nasibini almaktadır. Facebook birçok kez bu tarz söylemlerin kendi üzerinden yayıldığına dair eleştirilerle karşı karşıya kalmıştır. Aygöl, Facebook’ta üretilen şu nefret söylemlerine dikkat çekmiştir;

Siyasal Nefret Söylemi (Etnik milliyetçi / ırkçı, ayrımcı nefret söylemi, siyasi kimliklere yönelik nefret söylemi) Facebook’ta Yabancılar ve Göçmenlere Yönelik Nefret Söylemi, Facebook’ta İnanç ve Mezhep Temelli Nefret Söylemi (Anti-semitist nefret söylemi Radikal İslamcı, Anti-İslam taraftarınca üretilen nefret söylemi ve Ateist Karşıtı Nefret Söylemi), Facebook’ta Cinsel Kimlik Temelli Nefret Söylemi (Eşcinsellik, transeksüellik ve biseksüellik karşıtı nefret söylemi), Facebook’ta (Mizojinik) Kadınlara Yönelik Nefret Söylemi” (Aygöl, 2013: 109).

Türkiye’de de ulus birliğine dayalı anlayışla inşa edilen biz/öteki kavramı toprak ve kültür birliğine dayalı milliyetçilik, Türk kimliği altında birleşme ve homojenleşme eğilimleri bulunmaktadır. Bu bağlamda bu algının dışına çıkan kişiler ötekileştirilmektedir. Türkiye’de “Türklük” ve “Müslümanlık” tanımlamaları dışında kalan tüm grup ve topluluklar, ötekileştirilerek nefret söylemlerine maruz kalmaktadır. Türkiye’de yaşayan bazı etnik, dini ve cinsel kimliklerin yakın ilişki kurulmak istenmeyen kişiler olarak konumlandırılıp, dışlandığı ortaya konmaktadır (Aygöl, 2013). Aygöl’den aktarıldığı kadarı ile Facebook ortamında Türkiye’de yaşayan tüm azınlıklara karşı ırkçı, cinsiyetçi, ayrımcı nefret söylemleri üretilmiştir. Bundan sadece Türkiye’de azınlık olarak yer alan Kürtler, Ermeniler, Romanlar, Araplar, Yahudiler, Süryaniler değil inanmış olduğu şey doğrultusunda nefret söylemine kurban edilen Aleviler, Museviler, ateistler ve cinsiyet temelinde nefret söylemine kurban edilen kadınlar, gayler, lezbiyenler, travestiler de payını almıştır. Tüm bunların temelinde ise devlet hegemonyası tarafından ötekileştirilen şeylerden nefret etme arzusu bulunmaktadır. Nefret söyleminin merkezinde kapitalist sistemin var olma koşulu vardır. Kapitalizm ve postmodernizm aslında demokratikleşmeye vurgu yaparken ötekileştirmeyi, ırkçılığı daha çok şiddetlendirmektedir. Her şeyin yeniden üretildiği (kağıt bardaklar, camlar, ambalajlar, beden, söylem vb.) yeniden üretim sisteminde, kişilikte tüketici tarafından talep edilerek tekrar tekrar üretilen bir meta haline getirilmiştir. Tek amacı kendisine bir kimlik edinebilmek olan tüketici, (Baudrillard, 1998) bu aşamada karşısına çıkan her şeyi; değerleri, hayat tarzlarını vb. kullan at mantığında tüketir. Birey tüketirken sistemin döngüsü gereğince bir başkası tarafından tüketilir de. Bu bağlamda, “köklü ve uzun ömürlü arkadaşlıklar, aşklar, ilişkiler ve evlilikler giderek imkânsızlaşmakta, tüm yaşamlarını tek eşle geçirenlerin, ilk girdikleri işten emekli olanların sayısı hızla azalmakta, her şeye rağmen istikrar’ı yüceltip modern normları uygulamayı sürdürenler yetenezsizlik, cesaretsizlik gibi olumsuz sıfatlarla değerlendirilmektedir” (aktaran İlhan, 2013: 237). Geçiciliğin, akışkanlığın, bir yerde sabit olamamanın, evrensel olanın yerini aldığı bu evrende sabit bütüncül bir konumdan hareket etmek, bütüncül bir kimlik yapısı oluşturmak mümkün değildir. Dolayısı ile sistemde var olabilmek için sistemin gereklerini yapmaktan başka bir şans yoktur. Sisteme hızlı adapte olmak, kimliği kurmak için verili doneler yerine kapitalist sistemin gereklerini dayatan kimlik bunalımına hızlı bir adaptasyonu gerektirmektedir.

Dolayısıyla kimlikler arasında hızlı ve esnek bir birliktelik sözkonusudur. Sosyal ağlardaki bireyin bu iki özelliği düşünüldüğünde, gerek diğerlerini nesneleştirerek kendini yükseltme süreci ve diğerlerini bu yolda harcaması, gerekse kendi gibi düşünenlerle hızlıca bir araya gelebilmesi Facebook, Twitter gibi mecralarda şahit olduğumuz ‘sanal linç’ ve ‘ötekileştirme’ olaylarının meydana gelişindeki arka planı açıklığa kavuşturmaktadır (aktaran Bakıroğlu, 2013: 5).

Funk, postmodern dünyanın bu hızlı dönüşümüne ayak uydurabilen kişilik tipini postmodern-ben odaklılık olarak kavramsallaştırır (2007: 7-12). İçinde yaşanan kaotik evrenin yaşam koşullarına, çelişkilerine, eylemlerine, fikir yapısına kolaylıkla adapte olabilen, diğer bir deyişle bubi tuzakları ile dolu bir arazide hayatta kalmayı başarabilen Postmodern ben-odaklı kişilik, içinde yaşanan dönemle birebir örtüşme yaşamaktadır. Post-modern ben-odaklılıkta bütüncül kimlik felsefesine ve geleneksel düşünceye göre çelişkili gibi görünen birçok durum yani aynı aidiyet ile özerklik duygusu iç içe yaşanmakta ve postmodern birey için bu, çelişkili bir durum olarak algılanmamaktadır. “Ben-odaklılık ve biz duygusu birbirlerini dışlamamaktadır. Ben-odaklılık ve bağlılık birbirlerini dışlar gibi görünse de, ben-odaklı karakter için bağlanmışlık yaşantısı son derece önemli ve merkezidir” (Funk, 2007: 12). Öyle ki Funk'un postmodern bireyi tanımlarken kurmuş olduğu “özgür ve spontane bir ben vurgusuyla kurduğum ve ürettiğim şeyin ta kendisiyim; öyle ki şimdi böyleyim, ama daha sonra farklı olabilir ve kendimi farklı bir biçimde yaşarım” (Funk, 2007: 62- 63) cümlesi postmodern bireyi tam olarak tanımlamaktadır.

Bu yaşam tarzında akışkanlık had safhadadır. Her şey “okey”dir. Önemli olan tek şey bireyin ben-odaklılığıdır. Radikal Ben Odaklılıkta kişi hiç bir kural ve sınırla karşı karşıya kalmak istemeksizin kendi yaşamını belirlemeye çalışır. Bundaki amaç bütün değerlerden, gelenekten uzak kalmakta yatar. Değer ve ideallerin olmadığı bir dünyada ben-odaklılık var olabilir. Bu yüzden de kendisinin gerçekliğe uygunluğundan çok, gerçekliğin kendisi için neler ihtiva ettiğine bakar (Sennett, 2002: 287).

Gerçekliğin geri plana itilmesi verili toplum modellerinin yani o toplumu bir arada yaşamaya zorlayan kolektif unsurlar ve o unsurlara eklemelenmeyi mümkün kılan aidiyet ve mensubiyet duygularının dışarı atılması anlamına gelir. Bu bağlamda postmodern evrende artık değişmez bir kimlik ve aidiyet duygusu yoktur.

Kellner, her şeyin aşırı fenomenler haline geldiği postmodern evreye kendisini kaptıran bireyin kimliğinin parçalandığını ve bağlantısızlaştığını belirtmekte, artık herhangi bir merkeze sahip olmayan benliğin, derinliğini tözselliğini ve tutarlılığını yitirdiğini belirtmektedir (2001: 1998). Postmodern dönemin üzerine yerleşen anlamsızlık halesi, nasıl ideoloji, politika, bilim ve sanatın önemsizleşmesini sağladı ise kimliklerin de derinlikten ve anlamdan yoksun olmasına neden olmaktadır. Bu ortamda kimlikler, çoklu, akışkan, hızlı değişmeye yöneliktir. İmajlar, boş zaman etkinlikleri ve tüketim odaklı biçimde kurulmaktadır (Baudrillard, 1998). Kimliğin parçalılığı, akışkanlığı her yeni deneyimle birlikte tekrardan inşa edilen kimliklerin oluşmasına neden olmaktadır. Funk'un bahsettiği ben-odaklılıkta ancak böyle bir durumda gerçekleştirilebilir. Ben odaklılığın vermiş olduğu özgürlük ve rahatlık hissi ironik bir şekilde bağlanmışlık yaşantısına göndermede bulunmaktadır. Bu bağlamda ben-odaklılık ve bağlanmışlığın ancak birbirlerini dışlayarak var olabilecekleri görülmektedir. Bu konuda Uzundumlu'nun şu örneği aydınlatıcıdır; “Örneğin, gerçek hayatta hayvan hakları savunucusu olmayan bir kişi, sosyal medya ortamında diğer kullanıcıların bu konuyla ilgili paylaşımlarından etkilenerek paylaşımlar yapabilmektedir” (Uzundumlu, 2015: 121). Bu durum Çavdar vd. belirttiği üzere bireyin, “gerçek hayattaki kimlikten farklılaşarak yeni bir sosyal medya kimliği oluşturmasının” (Çavdar vd. 2011) yanı sıra

bireylerin tek başına hareket edemediklerinin ve kimliğini bir başka grup içerisinde eritmek istediğinin bir kanıtıdır. Aynı yoksunluk, aynı hiçlik duygusu Facebook'ta kimlik oluşumunun temel bileşenlerinden birisi olan fotoğraf paylaşımında da kendini gösterir. Uzundumlu (2015: 102), selfie, Facebook ve narsizm ile ilişkileri üzerine yaptığı araştırmasında, insanların tüketim sisteminde sistem dışı kalmamak adına adeta sistemin bir sözcüsü, bir uzvu gibi hareket ederek kendilerini bir ürün bir mal gibi pazarladığına dikkati çeker.

Postmodern evrende kendi yansımalarını yitiren insanlar, niceliğin sayısını arttırarak görünümünün ardının boş olmadığını kanıtlama çabası içerisine girmişlerdir. Bundan dolayı yaşanan en basit anları, yüksek haz ve mutluluk göstergesi ile birleştirerek sosyal medya mecraları üzerinden sunmaktadırlar. Amaç ne kadar mutlu olduğunu göstermek ve ne kadar mutsuz olduğunu diğer kullanıcılardan saklamaktır. Fakat bu paylaşımlar üzerine yapılan araştırmalar, bütün bu paylaşımların aslında kişilerin özel yaşamlarında yolunda gitmeyen şeyleri örtmek amacı ile yapıldığını ortaya çıkarmıştır (Uzundumlu, 2015: 107). Bu noktada bireyin sosyal medya kullanımına ilişkin seçimlerin, bireyin kendi özgür iradesine mi yoksa içinde bulunduğu yeni medya ortamına bağlı olarak mı üretildiği tartışmaya açılmalıdır. Tüm söylenenler bağlamında tekrar düşünüldüğünde yeni medyanın, bireylerin düşünceleri, gözlemleri, anıları, dünya görüşleri üzerindeki etkisinin kimlik oluşumu ve bu dünyaya özgü kolektif anıların oluşmasında etkili olduğu görülmektedir. Bu da postmodern evrende kendisini Facebook üzerinden ifade eden grupların, bireylerin sahip olmak istedikleri imajın aslında kendi kontrolünde olmadığını sisteme göre şekillendiğini göstermektedir. Sosyal medya mecraları, tıpkı sistemin diğer bileşenleri gibi kişinin nasıl var olması gerektiğini belirlemektedir.

Profil özellikleriyle oluşturulan ve zaman içinde paylaşılan içeriklerle derinleşen kimlikler, her ne kadar bireyin tekelindeymiş ve bu oluşum sürecinde birey özgürmüş gibi gözüke de bu süreçte farkında olmaksızın yönetilmektedirler. Sosyal ağlar özellikleri ve sundukları imkânlarla zaten bireyi bir yönlendirme ve sınırlama halindedirler. Bireyin kimlik oluşturma sürecindeki özgürlüğünün sınırları aslında önceden belirlenmiştir (Bakıroğlu, 2013: 6).

Kimliklerin bir nevi dijital içeriğe dönüştüğü yeni medya mecralarında, bireyin benlik sunumunu Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal paylaşım ağları üzerinden gerçekleştirmesi kimlik inşasının sistemin ön gördüğü şekilde gerçekleştirdiğini doğrulamaktadır. Kimliğin sosyal ağlar aracılığıyla inşası, bireyin iktidar, mahremiyet ve gözetim gibi bazı yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Kimlik kavramının günümüzde yeni medyanın etki ettiği coğrafyalarda hem de ülkemizde dijital bir içeriğe dönüşmesi, yeni medya, postmodernizm, küreselleşme gibi kavramların bu minvalde tekrar ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Bunun için de kimlik kavramının, günümüzde sadece toplumsal bir olgu olmadığının, yeni medya araçları sayesinde birçok alana yayıldığının ve kültürün tamamında etkin olduğunun göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Sonuç

Günümüzde dünya genelindeki egemen yapılara bakıldığında iki temel karşıtlığın farkına varılmaktadır. Bu temel karşıtlıklar, Fransız Devrimi ile birlikte ortaya çıkan ve günümüzde halen geçerliliğini korumakta olan ulus devlet yapıları ile 20. yüzyıl son çeyreğinde ortaya çıkan postmodern söylemler ve bu söylemlerin yaygınlaştırdığı ideolojik yapılanmalardır. Postmodern toplumlar, bilgi ve hizmet üretiminin yoğun olduğu toplumlardır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu gelişmelerin

uluslararası boyutta yaygınlık kazanması küreselleşme kavramını ortaya çıkarmıştır. Küreselleşme ile birlikte daha önce herhangi bir platformda kendisini ifade edemeyen kültürler, kendilerini yeni bir düzlemde temsil etmeye başlamış, daha önce hiç ayak basılmamış coğrafyalar, televizyon ve internet sayesinde evlerin içine konuk olmuş, insanlar arası iletişimi sağlayan mesajlar, konuşmalar zaman ve mekân sıkıntısı olmadan dünyanın farklı yerlerinde, herkese ulaşmıştır. Buna ilaveten tüketim ideolojisinin ve küreselleşmenin uzantısı olan iletişim ve bilişim sektöründeki gelişmelerin "yeni medya" olgusunu yaratması, sabit, durağan bir özne anlayışının yerini her bakımdan daha hareketli, akışkan ve çoğul-kimliklerin almasına neden olmuştur. Yeni medya araçları, geleneksel medya araçlarının sağladığı tek taraflı iletişim modelinin yerine, kullanıcılarına kendisini ifade etme imkanı veren bir ortam sunmaktadır. Yeni medya araçlarının sunmuş olduğu paylaşım ağları sayesinde coğrafi sınırlara bağlı kalmaksızın kesintisiz iletişim kurma olanağı gerçekleştirilmektedir. 21. yüzyıl ile birlikte yaygınlaşan yeni medya araçlarının etkisi, geleneksel ve modern toplumlarda sabit olan tüm değerleri yerinden edip kültürler arası etkileşimi kolaylaştırmış, toplumsal yapıları ve bu yapıları referans alarak kendisini kuran kimlik kavramının dayandığı temelleri dönüşüme uğratmıştır. Küreselleşme öncesinde temsil edilemeyen tüm kültürlerin temsili, yeni medya düzeninin oluşturmuş olduğu kodlar çerçevesinde temsil edilmektedir. Günümüzde, insan iletişiminin boyutu yeni medya araçları sayesinde çeşitlenmiş ve farklılaşmıştır. Birey, kendisini ifade etmek adına, bu çeşitliliğin bir göstergesi olan sosyal medya mecralarını kullanmaktadır. Bu bağlamda bireyin sosyal medya mecralarında paylaştığı her türlü şey, hem çevrimiçi hem de çevrimdışı yaşantısına ait birer göstergedir. Bu göstergeler bireyin kimlik inşasının bir ögesi ve aracı durumundadır.

Bu çalışmada kimliğin, postmodern söylemler ve onun bir uzantısı olan yeni medya ortamına göre şekillenmiş dijital içeriklerden meydana geldiği ve bu durumun ötekileştirmeyi ve nefret söylemini arttırdığı savunulmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın ilk bölümünde "kimlik kavramı" başlığı altında kimlik, ana hatları ile tanımlanmıştır. Bu bölümde, kimlik kavramının tarihsel açıdan ele alınmasının gerekliliğine vurgu yapılmış, hemen akabinde "Modernizm" ve "Postmodernizm" başlıkları tartışmaya açılmıştır. "Modernizm ve kimlik" ile "Postmodernizm ve kimlik" başlıkları altında, kimlik kavramının toplumsal yaşamdaki önemi vurgulanmış ve tarihsel koşullara göre kimlik kavramının yaşadığı dönüşümlere değinilmiştir. "yeni medya ve kimlik" başlığı altında, yeni medya teknolojilerinin, küreselleşmenin ve postmodernizmin toplumsal yaşantıda ne gibi dönüşümlere yol açtığı ve kimlik kavramının dönüşümünde ne gibi temel etkileri olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu noktadan hareketle elde edilen düşünceler "kimliğin bir sunumu olarak sosyal medya; Facebook örneği" başlığı altında güncel araştırma sonuçları ve kuramsal çerçeve üzerinden tartışılmıştır. Güncel araştırmaların da gösterdiği üzere günümüz postmodern dünyasında, yeni medya araçları tarafından inşa edilen bir ürün haline gelen kimlik kavramını belirleyen öğeler; parçalılık, akışkanlık, mahremiyet, ötekileştirme ve nefret söylemidir. Yeni medya araçları bu öğelerin üretimine destek vererek kimliğin tam anlamı ile dijitalleşmesine neden olmaktadır. Facebook, Twitter, Instagram ve Periscope gibi sosyal medya mecralarında kimlik sunumunun gerçekleşmesi bunun kanıtı olarak görülmelidir. Güncel araştırmaların da gösterdiği üzere Türkiye'de de sosyal medya aracılığıyla kimlik sunumu günden güne artmaktadır. Kimliğin dijital bir veri haline geldiği bu süreçte, kimlik sunumu hiç kuşkusuz postmodern söylemlerin ve tüketim ideolojisinin belirlediği koşullara göre biçim almaktadır. Postmodern söylemlerin belirlediği çerçeve ise kuşkusuz bireye kendini ifade etme olanağı sunan güç istenci odaklı bir çerçevedir. Kimlik sunumunun

tek yolunun güç istenci olduğunu aşıl原因an postmodern söylemin yaratmış olduğu yanlış bilinç etkisi, bireyin kimliğini bu çerçevede oluşturmasının nedenidir. Birey, kendisini ötekilerden üstün kılmak için kimliğini umarsız biçimde sisteme sunmaktan çekinmemektedir. Bir bakıma birey, bu amansız yarış için hem kendisini hem de ötekini bir imge boyutuna indirgeyerek tüketmeyi ve tüketilmeyi göze almaktadır. Bu da kimliğin sunumu ile ilgili iktidar, mahremiyet vb. sorunsalları ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç itibarı ile kendisini temsil etmek isteyen her topluluk/birey, biçimsel anlamda postmodernizmin ve yeni medya araçlarının yaratmış olduğu kodlara bağımlıdır. Postmodern söylemlerin oluşturmuş olduğu bu biçim, farklılığı yüceltmenin aksine bir nefret söylemi oluşturmuştur. Görünümünün her yeri sardığı bir evrende birey kimliğini yeniden oluşturabilmek ve bir kimlik algısına sahip olabilmek adına geleneksel medya tarafından dışlanan ancak yeni medya mecralarında kendisine yer bulan öteki kimlikleri alabildiğine yıpratır. Bu yıpratma süreci, aynı zamanda çift taraflı bir döngü olup, farklı olan her şeyi baskılamakta, hapsetmekte, ötekiye karşı olan nefret söylemlerinin artmasına yol açmakta ve tüm bunların bir kod çerçevesinde yeniden üretilmesine neden olmaktadır. Postmodern düzenin yapılandığı bu kod sisteminin en önemlilerinden birisi yeni medya ve sosyal paylaşım ağlarıdır. Yeni medya ve sosyal paylaşım ağları seçeneği altında tüm kimlikler sınırsız, mekansız ve akışkan bir düzlemde temsil edilmektedir. Günümüzde en çok Facebook benzeri sitelerde temsil edilebilme imkanına sahip kimlikler, gün geçtikçe birbirine daha çok uzaklaşan daha şiddet içerikli paylaşımlarda bulunan bir dünyanın oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Postmodern söylemin ortaya çıkış söylemi ile çelişen bu durum kültürün küreselleşmesinden ve bundan kaynaklanan etkilerin gittikçe daha karmaşık bir dünya düzeni oluşturmasından kaynaklanmaktadır. Kısacası yeni medya düzeninde artık herkes kendi cehennemini yaratabilmektedir. En nihayetinde, kimlik için Malesevic'in deyiimi ile "puslu zamanlarda, puslu bir kavram" (Malesevic, 2002: 212) tanımı, bu çalışmanın da konusunu içeren günümüz postmodern toplumları ve yeni medya ortamında var olma savaşı veren kimlik kavramı için belki de kullanılabilecek en doğru tanımdır.

Kaynakça

- Adanır, Oğuz (2008) *Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleşiler*, İstanbul: Hayalet Kitap.
- Akay, Ali (2010) *Postmodernizmin Abc'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Akça, Gürsoy (2011) Modern den postmoderne kültür ve kimlik. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15): 1-24.
- Amiel, Tel ve Sargent, Stephanie Lee (2004) Individual differences in Internet usage motives. *Computers in Human Behavior*, 20(6): 711-726.
- Apignanesi, Richard ve Garrat, Chris (1998) *Yeni Başlayanlar İçin Postmodernizm*, Çev: Doğan Şahiner. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Armağan, Mustafa (2012) *Gelenek ve Modernlik Arasında*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Aşkın, Muhittin (2007) Kimlik ve giydirilmiş kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2): 213-220.
- Atak, Hasan (2011) Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 3(1): 163-213
- Aydın, Suavi (1999) *Kimlik Sorunu Ulusallık ve Türk Kimliği*, Ankara: Öteki Yayınevi Yayınları.

- Aygül, Eser (2013) Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği. Ankara: TC Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı.
- Bakıroğlu, Cemile Tokgöz (2013). Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları. *Akademik Bilişim*, 13.
- Baudrillard, Jean (1998) *Tüketim Toplumu*, Çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Zygmunt (2003) *Modernlik ve Müphemlik*, Çev. İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Zygmunt (2005) *Bireyselleşmiş Toplum*. Çev. Yavuz Alogan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bekiroğlu, Habibe Akçay ve Hülür, Asuman Banu (2016) Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ve Dijital Şizofreni Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14: 146-175.
- Bilgin, Nuri (1995) *Kollektif Kimlik Evrenselcilik Farklılık Geriliminde*. Ankara: Sistem Yayıncılık.
- Bilgin, Nuri (2007) *Kimlik inşası*. İzmir: Aşina Yayınları.
- Binark, Mutlu ve Çomu, Tuğrul (2012) Sosyal Medyanın Nefret Söylemi için Kullanılması İfade Özgürlüğü değildir! <https://yenimedya.wordpress.com/2012/01/20/sosyal-medyanin-nefret-soylemi-icin-kullanilmasi-ifade-ozgurlugu-degildir/> (Erişim Tarihi: 20.01.2017)
- Çağlar, Nedret (2008) Postmodern Anlayışta Siyaset Ve Kimlik. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3): 369-386.
- Çavdar, Duygu, Okumuş, Meryem. vd. (2011) Sanal ve Gerçek Yaşam Ayrımında Kurgusal İlişkiler. İmcr Konferansı. <http://www.kulturmafyasi.com/2012/01/29/sanal-ve-gercek-yasam-ayriminda-kurgusal-kisilikler/> Erişim tarihi: 3 Nisan 2018.
- Dunn, G. Robert (1998) *Identity Crises: A Social Critique of Postmodernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Eagleton, Terry (2015) *Postmodernizmin Yanılsamaları*, Çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Funk, Rainer (2007) *Ben ve Biz-Postmodern İnsanın Psikanalizi*, Çev. Çağlar Tanyeri. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Girgin, Ümit Hüseyin (2017) Yeni Medya Teknolojileri, Pornografi Ve Kültürel Dönüşüm. *Atatürk İletişim Dergisi*, (12): 69-98.
- Goffman, Erving (2009) *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Güven, Selçuk (2015) Postmodern Kimliklerin Kurulumu. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(1): 266-286.
- Güvenç, Bozkurt (1993) *Türk Kimliği*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Hall, Stuart (1992) The question of cultural identity. Modernity and its futures, Ed. Stuart Hall, SD Held, & T. McGrew, 274-316. Cambridge: Polity Press.
- Harvey, David (2003) *Postmodernliğin Durumu*, Çev. Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları.
- Hürriyet, <http://www.hurriyet.com.tr/facebook-yine-sov-yapti-12105895>. Erişim tarihi: 16.12.2016
- Internetworldstats, <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> Erişim tarihi: 05.04.2018

- Internetworldstats, <https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#tr> Erişim tarihi: 05.04.2018
- Internetworldstats, <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm> Erişim tarihi: 05.04.2018
- İlhan, Süleyman (2013) Akışkan Toplumda Kimlik İnşası: Geçişken, Eklektik, Ben Odaklı Kimlikler. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2): 233-246.
- Karaduman, Sibel (2010) Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. *Journal of Yaşar University*, 5(17): 2886-2889.
- Kellner, Douglas (1994) Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar. *Modernite Versus Postmodernite*, der. Mehmet Küçük, ss. 227-258, Ankara: Vadi Yayınları.
- Kellner, Douglas (2001) Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası, Çev. Gülcan Seçkin. *Doğu Batı Düşüncesi Dergisi*, 4(15): 187-219.
- Kılıçbay, Mehmet Ali (2003) Kimlikler Okyanusu. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 23: 155-159.
- Kuspit, Donald (2006) *Sanatın Sonu*, Çev. Yasemin Tezgiden. İstanbul: Metis Yayınları.
- Lyotard, Jean François (1994) *Postmodern Durum: Bilgi Üzerine Bir Rapor*, Çev. Ahmet Çiğdem. İstanbul: Vadi Yayınları.
- Malešević, Sinisa (2002) Identity: Conceptual, operational and historical critique. *Making Sense of Collectivity: Ethnicity, Nationalism and Globalization*, Ed. by S. Malešević and M. Haugaard, pp. 195-215. London: Pluto Press.
- Manovich, Lev (2001) *The Language of New Media*. Massachusetts: MIT Press.
- Möngü, Bahtinur (2013) Postmodernizm ve Postmodern Kimlik Anlayışı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2): 27-36.
- Niedzevicki, Hal (2011) *Ben Özelim: Bireylik Nasıl Yeni Konformizm Haline Geldi*, Çev. Sibel Erduman. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Okur, Hatice Duran (2012) *Kitle İletişimi Bağlamında Sosyal Paylaşım Sitelerinin Toplumsal İlişki Kurma Biçimlerine Etkisi (Facebook Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Önür, Nimet (2007) Dijital Bölünme ve Gençlik: Bilgi Toplumunun Sınırlarında Erişilen Toplumsallık. *Sosyoloji Dergisi*, 17: 195-233.
- Övür, Ayten (2009) *Facebook ve Simülasyon Evreni*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, Eylem (2010) Kimlik Kavramı ve Teorik Yaklaşımlar. *Eğitim Bilim Toplum*, 8(32): 9-29.
- Rosenau, Pauline Marie (1998) *Postmodernizm ve Toplum Bilimleri*, Çev. Tuncay Birkan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Sağır, Adem (2009) Kimlik İnşası Bağlamında Sosyolojik Bir Derinlik: Türkmen Kimliği ve Ruhnama. *Akademik Bakış*, 17: 1-12.
- Sarı, Özlem (2012) *Türkiye'de Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı Ve Kimlik İnşası Üzerine Bir Çalışma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sarup, Madan (1997) *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm*, Çev. Abdülbaki Güçlü, Ankara: Ark Yayınları.
- Selçuk, Senem Sönmez (2012) Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacılaştırılması: “Öteki” ve “Ötekileştirme”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 15(2): 78-99.

- Sennet, Richard (2002) *Kamusal İnsanın Çöküşü*, Çev. Serpil Durak, Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Social Report, <https://www.socialreport.com/insights/article/360000094166-The-Latest-Facebook-Statistics->. Erişim tarihi: 05.04.2018.
- Sözen, Edibe (1991) Sosyal Kimlik Kavramı'nın Sosyolojik ve Sosyal Psikolojik Bir İncelemesi. *Sosyoloji Konferansları*, (23): 93.
- Stets, Jan E. ve Burke, Peter, J. (2000) Identity Theory and Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(3): 224-237.
- Şener, Gülüm (2010) Sosyal Ağlarda Kimlik ve Cemaat. *Mostar Dergi*, (62)5.
- Şimşek, Sefa (2002) Günümüzün Kimlik Sorunu ve Bu Sorunun Yaşandığı Temel Çatışma Eksenleri, *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3): 29-39.
- Tajfel, Henri (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. CUP Archive.
- Thenewyoungturk, <http://t.thenewyoungturk.com/teknoloji/sosyal-medya/facebookun-turkiyedekikullanici-sayisi-42-milyonu-gecti/> Erişim tarihi: 05 Nisan 2018.
- Uçar, Fatma (2015) Facebook'ta Benlik Sunumu ve Toplumsal Cinsiyet Rollerini *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(1): 312-338.
- Uzundumlu, Özge (2015) *Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Varol, Sibel Fügan (2014) Medyada Yer Alan Temsillerin Kimliklenme Sürecindeki Rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 26: 301-313.
- Yelpaze, İsmail ve Ceyhan, Esra (2015) Facebook Kullanıcılarının Kişilik Özellikleri ile Facebook Kullanım Örüntülerinin İlişkisi: Bir Gözden Geçirme Çalışması. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2): 24-53.
- Yıldız, Hasan (2005) Postmodernizm Nedir? *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13: 153-166.
- Zeka, Necmi (1994) *Postmodernizm Jameson, Lyotard, Habermas*. İstanbul: Kıyı Yayınları.
- Zizek, Slavoj (2004) *Yamuk Bakmak*, Çev. Tuncay Birkan. İstanbul: Metis Yayınları.