



KİMLİK YAPILARINDA DEĞİŞİM VE SANALLAŞAN KİMLİK SUNUMLARI: Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma



Doç. Dr. Ahsen ARMAĞAN*

Öz

Bu Araştırmanın amacı; gelişim sürecindeki evrelerde meydana gelen kimlik yapılarındaki değişimin irdelenmesi ve dijital teknolojinin insanlığa sunduğu ortamda, giderek sanallaşan kimliklerin bu sanal ortamda, nasıl sunulduklarının ve sunulurken hangi teknik ve taktiklerin kullanıldığının belirlenmesidir.

Bu nedenle araştırmanın ilk bölümünde kimlik nedir, gelişim süreci içindeki evrelerde kimliğe ne türde anlamlar yüklenmiştir sorularına yanıt aranmış ve konu eleştirel kuramlar çerçevesinden irdelenmiştir.

İkinci bölümde ise; günümüzde dijital medya ortamında giderek sanallaşan kimliklerin, sanal ortamda nasıl sunulduğu ve sunulurken hangi taktik ve tekniklerin kullanıldığını belirlemek için, öğrenciler üzerinde ampirik bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Metodolojik olarak betimsel yöntem kullanılmıştır.

Elde edilen veriler istatistiksel olarak SPSS programında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, modern kimlik, postmodern kimlik, sanal kimlik, kimlik sunum teknikleri.

THE CHANGE OF THE STRUCTURE OF THE IDENTITY AND VIRTUALISED IDENTITY PRESENTATIONS: A Survey on the Students

Abstract

The purpose of this research is to investigate the change of the identity occurring during the maturity process stages and to determine, how the gradually virtualising identities in the medium offered to the humanity by digital technology is introduced to this virtual medium and what kind of techniques and tactics are used during this presentation process.

For his purpose, at the first stage of the study, the answers have been tried to be found to the questions of what is the identity and what kind of perceptions have been attributed to the stages of maturity and the problem has been investigated at the framework of the critical theory.

In the second part of the empirical study has been carried out over the students.

In this study the methodology used is a descriptive process.

The data obtained have been processed statistically by SPSS program and accordingly the results have eventually been obtained.

The Key Words : Identity, modern identity, postmodern identity, virtual identity, identity presentation techniques.

* Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, ahsen.armagan@ege.edu.tr



Giriş

Bireyin özsel gerçekliğinin yansıması olan kimlik süreç içinde, içinde bulunulan toplumun ekonomik üretim biçimine, sosyal, kültürel yapı ve dinamiklerine koşut olarak farklılaşmakta ve dönüşmektedir.

Geleneksel dönemde, kolektif topluluklara aidiyetine göre anlamlandırılan kimlikler, modern toplumda merkeze alınmış çok katmanlı ve özdeşimsel, dinamik ve bütünsel olarak konumlandırılmıştır. Postmodernizm ve kitle iletişim araçlarının egemen olduğu günümüzde ise, dağılımlık, parçalanmışlık, esneklik, belirsizlik, güvensizlik içinde bireyler kendi ontolojik gerçekliğini bu paradigmalara göre tanımlamaktadır.

Eleştirel kuramlarının çoğunun ortak noktası, bu dönemde kimliğin içe patlaması ve öznenin yerine bütünselliğini yitiren bireyin yer almasıdır. Bu dönemde birey artık ne eylemlerinden ne de eylemlerinin sonuçlarından sorumlu görülmemekte, kendi anlam arayışı içinde; gerçeklik iddiasında bulunmayan, sıra dışı anlık arzular peşinden sürüklenip imajlar denizinde yüzen akışkan hareketli kimliklere evrilmektedir.

Günümüz toplumlarının her katmanlarının gündelik yaşamları içinde oldukça büyük paya sahip olan, dünyayı kaplayan dijital ağlar üzerinden yapılanan dijital ortam, bireylerin farklılaşp bu mecra içinde yeniden kimliklerinin inşasında büyük paya sahiptir. Bireyler, sosyal medya aracılığı ile kültürler arası zaman ve mekan sıkışması ile diğer bireylerle etkileşmekte, fiziksel, toplumsal ve kültürel özelliğini varlığını, sesini, görüntüsünü dikkate alarak, sanal kimliklerini belirlemekte, hatta etkileşim sürecinde kendi kimliğini, cinsiyetini toplumsal rol ve statüsünü gizleyerek iletişimde bulunmaktadır.

Sanal alemde kurgulanmış kimliklerini sunan bireyler, kendine ilişkin izlenimlerini yönetirken tiyatral teknik ve taktiklere başvurumaktadırlar.

Bu çalışmanın kuramsal bölümünde bir olgu olarak kimlik ve gelişim süreci içinde kimlik dönüşümü ele alınmaktadır. Uygulama kısmında ise, sosyal medyanın sanal alemde üretilen sanal kimlikler ve kullanılan kimlik sunum taktiklerinin neler olduğu betimlenmeye çalışılmaktadır.

1-) Kişisel Kimlik

Benlik ve kişisel kimlik kavramları sosyal bilimlerin alanında sorunsalı hala kanıtlanamamış en temel konulardan birisidir. Biyo-psişik özellikler taşıdığı kadar sosyo-kültürel sistemin yapı ve dinamikleriyle etkileşim içinde inşa edilen kişisel kimliklerimize her tarihsel dönüşüm evrelerinde farklı anlamlar yüklenilmiştir.

Avrupa yazın tarihinde, birbirlerinin yerlerine de ikame edilen benlik ve kişisel kimlik, bireyin kim olduğunu tanımlar ve bireyin diğerleriyle ilişkisinde form alan bir yaratım ve temsildir. Benlik (self) daha çok bireyin kendiliğinin öz bilincinde olması halidir. Bireyin kendini algılayışı ve bu algısal perspektife duygulanım alanının bağlanması halidir. Kişisel kimlik ise, daha bütüncül algılanmakta ve sosyal olanın eklemelenmesini de içeren bir kurgu olarak tanımlanmaktadır. Sosyal gerçeğe refere edilen, özü benlikten beslenen kişisel kimliklerimiz, sadece duygulanım alanımızı değil, buna ek olarak bilişsel inşayı da kapsamakta, daha üst örgütlenme olarak bireyin kendini kavraması hali olarak belirmektedir (Kohut, 1968: 189).

Kişisel kimliğimizin şekillenmesi ve gelişimi, doğumdan ölüme kadar süren sosyalizasyon sürecini kapsar. Diğerlerinin bize verdiği geri bildirimlerle anlam kazanır ve öznelliğimizi oluştururuz. Bu nedenle kişisel kimlik inşasında, hem farklılık hem tutarlık, hem bilinç hem de süreç önemli rol oynar (Bilgin, 1994: 240-244). Kişisel kimlikte bir yandan



süreklilik diğer yandan da değişkenlik söz konusudur. Kişisel kimlik öncelikle aile içindeki özdeşimler ve etkileşimlerle belirlenir. Bu evre kendine saygı, özgüven, öz değerlilik gibi bazı kimlik boyutlarının olumlu ya da olumsuz yönde gelişmeye başladığı dönemdir. Bunu adolosan dönemi izleyerek devam eder. Birey burada ben ve ben olmayan ayırımında, geçmiş yaşantısını, anı ve deneyimleri ile geleceğe yönelik ilgi ve özlemleri arasında bağ kurarak özgül bir model belirlese de model çok kalıcı değildir. İkinci sosyalizasyon aşaması, bireyin uzmanlaşmış alt dünyaları keşfedip içselleştirmesi ile ilgilidir. Bu evrede birey özgül bilgi edintileri ile farklı rolleri benimser ve kendine uygun sembolik evreninin çerçevesini çizer. Hiç şüphe yok ki bu sancılı ve paradoksal süreçte geçmişle ilgili göbek bağının kesilmesi diyalektik işlemektedir. Bu evre kimliğin yıkılma ve yeniden biçimlendirilme aşaması olması nedeniyle bu aşamada birey ya başarılı olarak özgün kimliğini inşa etmekte ya da dağınık veya kapalı kimlikle formuyla konumlanmaktadır.

Kişisel kimlik inşasında şu özellikler dikkati çekmektedir:

- Kişisel kimlik inşasında; hem tanınma hem de tanımlama faaliyetleri gerçekleşmektedir. Bazı kuramcılar için kimlik ne olduğumuzu belirleyen ve doğuştan (fitri) bir özün keşfi ve doğrulanması olarak görülür (Subaşı, 2005: 309). Diğer bazı kuramcılar için ise kimlik, bir inşa süreci olmasının yanı sıra var olan toplumsal roller ve bireyin edintilerinden oluşan bir yaratım ve temsildir (Erol, 2005: 484).

- Kimlik hem kendisi ve diğerleri arasında bir farklılaşma içerir, hem de kendisi ile diğerleri arasında özdeşimden hareketle inşa edilir. Yaşamı elverişli kılan birlik ve bütünlüğün alanı olan kimlik aynı zamanda birçok farklılığın da alanıdır. Farklılıklardan bazıları kötü, anormal, akıldışı özetle öteki tanımı ile anılır. Öteki üzerinden etkileşim içinde ve ötekilerin bireyin kendi tutum ve davranışlarına verdiği geri bildirimle kurulup biçimlenmektedir. Öteki sırf varlığı ile, kimliğin kesinliğini, doğruluğunu, usçuluğunu, gerçekçiliğini şüpheli kılmaktadır (Connolly, 2009: 266). Kimliği güvence altına almak için farklılıklar ötekiliğe dönüştürülmektedir.

- Kişisel kimlik çok sayıda kimliğin bir bileşenidir. Örneğin; Fiziki kimlik, sosyo-kültürel kimlik, yasalarca tanınan hukuki kimlik, etnik kimlik, bölgesel, ulusal ve ulus ötesi kimlik gibi hepsi de kişisel kimlik tarafından içerilmektedir.

- Kimlik nasıl inşa edilirse edilsin bir töze değil, temsile ve bilinç düzenine (imaj, görüşler, tanımlar, bilgiler) dayanır (Connolly, 2009: 28). Evrimsel bir süreç olarak düşünüldüğünde sürekli dönüşüm, yeniden inşa halindedir.

- Kişisel kimlik değerler sistemine dayanır. Özgüven ve özsaygıya devamlı gereksinilir. Onay görmek, sevilme, güçlü olmak için her türlü çaba gösterilir. Kimlik bireyin yapması ve olması gerekenle, istediği, yaptığını ve olduğunu zannettiği şey arasında salınım gösterir. Tekil ile çoğul, iç ile dış, olmak ile eylem, kök salmak ile başka yere gitmek, ego ile alter, asimilasyon ile diskriminasyon, yerleşme ile marjinalleşme gibi özellikler (Bilgin, 1994: 223-244) bunlardan bazılarıdır.

- Kişisel kimliğin ölümü, çaba, üretim, değişme ve yenileşme sayesinde önlenebilmektedir.



2-) Tarihi Süreç İçinde Kimlik Algıları

Kimliğin çevreden etkilenmesi kadar, çevreyi de dönüştürmesi özelliği dikkate alındığında, içinde bulunulan sosyo-kültürel sistemin yapı ve dinamiklerinin onun inşasında ve anlamlandırılmasında ne denli önemli olduğu yadsınamaz.

Neredeyse bin yıllık bir süreci kapsayan toprağa bağlı üretim biçimi ve ilişkilerinin yer aldığı modernleşme öncesi **geleneksel dönem**; aile bağları, dayanışma, gelenek ve göreneklere bağlılığı ile anılmaktadır (Wagner, 1996: 253). Birincil ilişkilere bağlı etkileşim, duygudaşlık, sınırlı bilgi ve sınırlı görüşlerin egemen olduğu bu dönemde güvensizlik, fatalizm, otoriteye bağlılık gibi, özellikler nedeni ile, **geleneksel kimlik** gelişiminin katı, durağan ve sabitlenmiş olduğu savunulmaktadır.

Genel olarak pozitivism, teknoloji ve rasyonalitenin egemen olduğu **modernizm çağında**; yükselen değerler olarak, evrenselleşme, rasyonelleşme, planlama, üretim ve bilginin standartlaşıp yaygınlaştırılması, sanayileşmeye bağlı kentleşme, siyasal birlik ve bütünlüğün korunması, uzmanlaşma gibi temel paradigmlar geleneksel değerlerle yer değiştirmiştir.

Analitik bir kategori olarak modernizm mega anlatıların, yasaların, ideoloji ve ütopyaların, bilimsel ve akılcı bir perspektiften geliştirildiği bir evredir.

Bu dönemde, geleneksel değerler ters-yüz edilmiş, kapitalist üretim biçimi ve ilişkilerine bağlı olarak bireyselleşme ön plana çıkarılmıştır (Harvey, 1997: 21). Bireyin merkeze oturtulduğu bu evrede; modern kimliklerde devingen, çok katmanlı öz düşününsel değişim ve gelişime açık olarak konumlandırılmıştır (Uluç, 2009: 54). Bireyin sahip olduğu statü, rol ve toplumsal normlar altında biçimlenen kimlik yapıları içinde birey ontolojik gerçekliğini belirlemiştir (Kellner, 2001: 357).

Modernizm savunucuları kimliği doğa/kültür, kafa/vücut, akıl/duygu, erkek/kadın, teklik/çokluk, varlık/yokluk gibi sayısız karşıtlıklar içerisinde kurmuş ve bu süreçte bu çiftlerden ilki ikincisine daima egemen olmuştur (Balta ve Akça, 2001: 125). Farklı “izmler”, koşullar, roller ve sorumluluklar altına itilen birey, iç çatışmalar ve gerilimlerle çok geçmeden yabancılaşmayı deneyimlemiştir.

Özetle, modernizmin akılmerkezci (Logocentrisim) doğası içinde birey; bildiğini bilen ve dünyayı nesnelere ayırabilen bir bilen pozisyonuna yükseltilmiş, sonuçta bu durum dolaylı olarak onun baskı altında kalmasına da neden olmuştur (Rosenau, 1998: 50).

Kellner modernleşme sürecindeki kimlik yapılarını özetlerken, kimliğin öteki bağlantılı olduğunu, zaman ve mekan koordinatlarını dikkate alarak kendisini özerkleştirdiğini istenildiğinde toplumsal geçerliliğini yitirdiğinde yenilenebileceğini, bunu başaramayanların ve toplumsal roller içinde sıkışıp kalanların yabancılaşma sorun yaşayabileceğini, temel sorunun ise kendini nasıl kavrayıp diğerlerine nasıl sunacağıyla ilgili olduğunu ifade etmektedir (Kellner, 2001: 196).

Modern toplumlarda kişisel kimlikler toplumsal etkileşimin çoklu yapılarında inşa edilmesine rağmen, bireyin içsel yapılarına demirlenmiştir. Oysa ondan sonra yaşanan postmodern toplumlarda kimlikler dışsal yapılarla belirlenmiş ve anlamlandırma formu ile yeniden biçimlenmiştir (www.aralikedebiyat.com).

Postmodernizm evresi; post ötesi, ilerisi, sonrası anlamına karşılık gelmekte ve yeni bir dönemi ifade etmek için kullanılmaktadır. Postmodernizm 20.Yüzyıl sonlarından itibaren entelektüel çabaların ve gündelik yaşam pratiklerinin her alanını etkileyen bir kavram olarak ortaya çıkmakta, mimari ve edebiyattan, felsefeye kadar, sosyal bilimlerden teoloji ve siyasete kadar, her uzmanlık alanındaki düşünceleri etkilemekte ve dönüştürmektedir.



Jameson (1991: 321) postmodernizmin, para, hizmet ve enformasyon dolaşımını mümkün kılan ve 1960'larda kendisini daha yoğun hissettiren küreselleşmenin, kültürel ilişki ve etkileşim atmosferini belirleyip dolaşıma sokabileceği bir ideolojiye gereksinilmesi sonucunda kavramsallaştırıldığını ifade etmektedir. Timur'da postmodernizm kavramını ele alırken onu kapitalizmin son aşaması olarak nitelendirilen küreselleşme ile bağlantılandırmakta ve onun sosyo-kültürel boyutu olarak nitelemektedir (Timur, 1996: 49).

Farklı düşünce ve tartışma alanı yaratılan postmodernizmin genel bir tanımını vermek mümkün değildir. Postmodernizm eleştireliliğine rağmen yeni modeller ortaya koyamayıp, olanı olduğu gibi kabullenme yoluna giderek uzlaşmacı bir tavır sergilemektedir.

Postmodern dönem, kimi düşünürlere göre modernizmin ötesi iken, bazılarına göre de modernizmin eleştirisidir. Yapı sökümcüler için ise modernizme dışsal ve bulaşık olmayıp kökleri birbirlerinin içine girmiştir. Aynı anda hem o, hem öteki, ne o, ne de ötekidir.

Boudrillard'a göre (1991: 182), üretimden tüketime, emekten bilgi ve bilişime, bilimsellikten simülasyona evrilen bu çağda, sibernetik eksenli gösterge dünyası her yeri kaplamıştır. Lyotard (2000: 152), postmodernizmi meta anlatıların sonu olarak görmekte, Foucault bu dönemi farklı birey kavramını tekile indirgeyip, farklılık ve özgürlükleri dışlayan, özgürlükçü olmaktan ziyade disipline edici modernizme bir başkaldırı olarak değerlendirmektedir. Habermas'a (Karaduman, 2000: 1887) göre de, postmodernizm batının hegemonik kültürünün yerleşme adıyla devamı ve modernizmin tamamlanmamış projesi olarak algılanmaktadır.

Diğer bir anlatımla postmodernizm, uzunca bir dönem etkinliğini sürdüren evrensellik, tektiplilik, nesnellik, akılcılık ve determinizm, pozitivizm, hiyerarşi ve otoriteye karşı çıkış, modernizmin sahip olduğu değerleri ters-yüz edmiştir (Touraine, 1995: 47) ve onun patolojisini taşıyan çelişkiler ile hesaplaşma dönemidir.

Postmodernizm, gerçeklerin kurmaca yapılarını serilmeyip, doğruların doğal ve doğrudan gelmediğini, kültür tarafından onanan söylemler ve anlamlar sisteminin inşası olduğunu aynı zamanda doğruların tek olmayıp, herkese ve ana göre çoğullaşp, çeşitlenen bir özellik gösterdiğini simgeler.

Postmodernizm, gücünü uyuma karşı çıkan, çeşitliliği savunan ve bastırılmış grupları destekleyen gücünden alır (Wagner, 1996: 253). Postmodern toplumda; bölünmüşlük ve farklı bilgilerle donatılmış sınıf farklılığı, sınıf mücadelesi, hiyerarşi, ulusçuluk yerini bilgi, ve iletişimle aktarılan üst anlatılara bırakmış, cinsiyet, ırk, etnisite, cinsellik gibi unsurlar ön plana çıkmıştır. Kendisini temsil eden fikir ve imajların ironik ortamında tabuları yıkan serbest kolajın hakimiyetine girmiştir. Mükemmellik yerine sıradanlığı öneren, ortak dili olmayan, her şeyin kullanımına hoş bakan, kendi dilini yaratmış, tüketime yönelik bir gerçeklik sergilenmektedir.

Lyotard'a göre postmodernizm, sanayi sonrası toplum eğilimi ile açıklanmaktadır. Bu çağda bilgisayar ağları ile bilgiye ulaşılmaktadır. Ancak bilginin konumu da değişmiştir. Bilgi bu dönemde ticarileşmiş ve pazarlanmak ve pazarda değerlendirilmek üzere tüketilmeye başlanmış, bilgiye erişim amaç olmaktan sapmıştır. Temelde bilgi, yerini söylem türü olarak beliren dil oyunlarına bırakmış, şence oynanan oyunlar toplumu bir arada tutan toplumsal bağ işlevini görmüştür (Lyotard, 2000: 11). Farklı bir ifade ile bilgi bağlamından kopmuş, bağlam tüketime endekslenerek anında tüketilen bir araç haline gelmiştir. Bilgiye güvenirlilik yitmiş, bilgi okuyucuların hem günlük olaylara hem de tarihe ilişkin algılarını değiştiren sahicilik, gerçeklikten giderek uzaklaşmaktadır.



Baudrillard, “toplum gerçekliğin son ışıltısını kavramak istediği zaman, yalnızca işaretleri, gerçeğin sahte temsilcisi olan simülasyonları çoğaltır ve simülasyon oyunlarını hızlandırır” (Baudrillard, 1991: 80) demektedir. Bu bağlamda yoruma sırt çevrilmiş, öz karşısında stil yükselen değer olmuş, gerçeklik sembolü kısa ve hazmı kolay haberlere (infotainment) indirgenmiştir. Çünkü insanlar gerçekle bağlarını kesince, onun yerine sembolleri koymaktadırlar. Gerçek bir oyun olarak kendi kopyalarını üretmekte ve anoloji yollu düşünce yollarını önermektedir. Üretilen imajlarla gerçek, kurgusallaşmakta ve oynanan oyunun özünü oluşturmaktadır (Jameson, 1991: 340).

Bu dönemin temel özellikleri özetlenecek olursa;

- Teknolojinin zaman ve uzam anlayışını yok etmesi,
- Genel geçerlik taşıyan mega öğretilerin reddedilmesi (Lyotard),
- Farklılığın, çeşitliliğin, çoğulculuğun, parçalanmışlığın kabulü (Merkezsizlik),
- Gerçeklik, hakikat, doğruluk anlayışının dilsel dönüşümle yeniden yaşama geçirilmesi (Rorty, 1982: 16),
- Mutlak değer anlayışı yerine, yoruma açık seçenekleri kabullenim,
- Gerçeğin sonsuz yorumu (Yorumsamacılık),
- Tek ve mutlak doğrunun egemenliğine karşı çıkmak, doğrunun ne olduğunu değil, nasıl kurulduğunu önemsemek,
- Genel ahlaksal anlayışlar, ilkelerin geçersizliği, her şeyi zamanın akışına bırakmak,
- Fantezi ve sanal gerçekliğin içerildiği üst gerçeklik (Hyper-reality),
- Varlık, bilgi ve değerlerin temelini sarsılması (Erickson, 2001: 18),
- Edebiyat, sanat, müzik ve mimarinin iç içe geçmesi, pastije öykünme,
- Evrensel geçerliğe duyulan antipati (Paliwoda, 1996: 479),
- Öznenin merkezden edilmesidir ve evrensel kimliğin parçalanmasıdır (Akt., Odabaşı, 2004: 25).

Postmodern Kimlik: Aydınlanma dönemi, tanrının merkez alındığı düzeni dönüştürmüştür. Modernleşme ise insanın merkez alındığı düzeni imlerken, evrilinen postmodern dünyada ne tanrı ne de insan merkezdir. Üstelik merkez tek olmayıp çoğullaşmıştır. Bu evre içinde bütünsel ve tutarlı akılla tarihi inşa eden özne yitmiş, yerine sürekli oluş halinde, çevreyi etkileyen ve çevreden etkilenen, bütünlük ve tutarlılıktan yoksun olan, çeşitli özne konumlarından konuşan, çelişkilere düşen, farklılaşmayı deneyimleyen postmodern kimlikler dolaşıma girmiştir (Aksoy, 1994: 58).

Kültürel olarak dilden ve söylemden geçerek inşa edilen bir dünyada kimlikler biçimlenmekte, konuşma ve eylemde otorite belirlenmekte, başarı ve başarısızlık tanımlanmakta, amaçlar, ödüller ve cezalar meşrulaşmaktadır.

Levi Strauss’tan Lacan’ın psikoanalize ve R.Bathes’in gösterge bilimine kadar temel alınan konuların başında, medya dolayımı ile kodlanmış ürünlerin çerçevelerine göre kimliklerin oluşturulduğundan söz edilmekte ve metinlerde üretilen sonsuz anlamlarla kuşatılan bireyin, çoğulcu alımlamalarla dil, ırk ve cinsiyetçi kimlikleri belirlenmektedir (Çağlar, 2008: 384).

Modern toplumlarda bireyin kimliği; toplumsal etkileşimin çoklu yapılarında üretilmişken, postmodern kimlik; tüketim malları, yöndeşen iletişim araçlarının sunduğu imaj ve simgelerle oluşmakta, benlikler bölünüp parçalanarak akışkan hale gelmektedir. Sadece



kişisel kimlikteki çözümler değil, birey ve toplum arasında da çözümler gözlenmekte ve kimlikler parçalanmaktadır (Karaduman, 2010: 2888).

Dunn (1998: 66) postmodern kültürde kimliklerin tüketim kültürü etkisiyle dönüştüğünü teknolojik araçlar yoluyla ve tüketim formuyla yeniden biçimlendiğini ifade etmektedir. Ona göre biçimlenmenin ilk aşamasında, birey tüketim kültürünün işaret, simge ve sembolleri ile imaj tüketicisine dönüşmekte, onu izleyen ikinci aşamada kimlikler, görsel imajlara yönelmekte, üçüncü aşamada ise, kimlik dış dünyada otonom olma özelliğini yitirmektedir.

Çok geçmeden imaj temelli anlamlandırma sistemi tarafından kuşatılan kimlikler, istikrarsız, tutarsız ve uyumsuz hale gelmektedir. Tüketim kültürünün bölüp parçalayıcı özelliği kimliği absorbe etmektedir. Bu nedenle kimlikler belirsiz ve akışkandır.

Postmodernist anlatıda; öznenin kimliksel sürekliliğine ve iradesel özgürlüğüne hatta varlığına dair söylemler red edilerek özne yerine postmodern birey konmaktadır. Postmodern birey benlik iddiasında bulunmayan, benlik ve irade bütünselliğine erişemediği için eylemlerinden de sorumlu olmayan kişidir. Kendi anlam arayışını sürdüren kendi gerçekliğini yaratan, ortaya çıkan şeyin gerçek olduğu iddiasında bulunmayan kişidir. Postmodern birey geçici, sıra dışı planlanmamış arzuların girdabında sürüklenmekte, ulusal, ailesel, dinsel bağlılığı önemsememektedir (Rosenau, 1998: 98).

Hall'da postmodern bireyin, değişik zamanlarda, değişik kimlikler üstlendiğini, uyumlu bir benlik etrafında birleşmeyen kimliklerin, bireyin içinde çelişen ve onu değişik yönlere çeken itkiler nedeniyle farklılaştığını ve doğumdan ölüme kadarki süreçte tözsel istikrarlı tek bir kimliğin çoktan anlatı ve hikayeden ibaret olduğunu belirtmektedir (Kellner, 2001: 199).

Derida'da bilgi, varlık, nesnellik, değerler, öznel kimlik, kolektif kimlik, bilinçli eylem gibi nihai çözümler öneren modernizm, yapı bozumuna uğramıştır. Postmodernistler, tüm karşıtlıkları (akıl/duygu, erkek/kadın, varlık/yokluk gibi) red ettikleri gibi hiyerarşileri de red ederek aynı düzleme koymuş, çoğulcu özneyi savunarak kimliğin birliğe karşı çoğulluğundan, kabullenime karşı özgün ve yaratıcılığından, sabitliğe karşı farklılık ve sürekli oluşumundan övüldüğünü savunmuşlardır (Smith, 1988: 46) ve her şeyi akış içinde bireyin seçiciliğine bırakmışlardır. Bu akış içinde kimlikler devamlı değişmektedir. Bir alt kültür grubundan diğerine geçebilir, geleneklere karşı çıkabilir network içinde zevk, stil, ilgi alanı, boş vakit değerlendirmelerini hızla değiştirebilmektedirler.

Baudrillard'a göre medya postmodernizmi oluşturmada hayati role sahiptir işaretler ve kodların egemen olduğu simulasyon çağında medya dolayımı ile, hiper gerçekler, imajlar, işaretler ve kodları üreten bu araçlar yoluyla kimlikler pasifleşmiş ve gerçek ötesine taşınmış medya otonomus olmuştur. Her şey coğrafi akışı içinde hareket etmektedir, mekansal engeller ortadan kalkmaktadır. Gerçekliği olmayan gerçeklik modelinde her şey içe patlamakta ve anlam ortadan kalkmaktadır. Orijinali olmayan kopyanın kopyasında gerçekle model arasındaki fark (simulakrum) kalmamıştır (Rosenau, 2004: 16). Hiper uzamda gerçek kombinatar olarak sanallaşmıştır. Kimlikler, medya mesajının anlamına değil göz kamaştırıcı koduna önem verirler. Her şey anlamsızlaşmıştır. Kendini ona göre yapılandır, mesajları emen kimlikler o anda, şimdi ve oradadır, mücadele gücünü yitirerek kara deliğe sürüklenirler (Baudrillard, 1991: 66).

Baudrillard'dan farklı düşünen Fiske'ye göre kimlikler aktif ve çoğuldur ve çoklu anlamlandırma ile kendilerini özgürce kurmaktadır. Kimlikler, kültürel ve söylemsel olarak inşa edilmiş aktif öznelerdir. Her anlamlandırma sitesi farklı dil kullanımı ile farklı benlik şekillendirmesine erişir. Metinsellik ve metinarasılık içinde sürekli yenilendiği için yabancılaşma da ortadan kalkmıştır (Fiske, 1992).



3-) Sanal Alan, Sanal Kimlikler ve Sanal Alanda Kimlik Sunum Taktikleri

Yeni iletişim teknolojileri ve dünyayı saran iletişim ağları, insanlara sundukları çeşitli olanaklarla günümüz toplumlarının her katmanlarının gündelik yaşam pratikleri içinde yaygın bir kullanım alanına erişmiştir.

Dünyayı saran, tüm toplumları ve kültürleri birbirine bağlayan bu ağlar üzerinden, bireyin değerleri, yaşam biçimleri ve kimlikleri belirlenmekte, günümüzün postmodern değerlerine uygun olarak yeniden üretilmektedir.

Farklı teknolojilerin yöndeşmesi sonucunda bireyler ve toplumsal gruplar siber uzamda saptadıkları çeşitli amaçlarına ulaşabilmekte, gereksinimler giderilmekte, sorunlar çözülmekte ve kendilerine uygun bir sanal dünya yaratılmaktadır. Yöndeşen araçlar ile siber uzamda yeni toplumsal mekanlar yaratılmakla bu mekanlarda oluşturulan dil üzerinden toplumsal ilişki kalıpları ve yeni değerler sisteminin topografyası çizilmektedir (Timisi, 2003:29).

Kurgusal sosyal alanlarda özellikle internetin sağladığı zamansal ve uzanımsal özgürlükle bireylerin bilişsel ve duygusal akışkanlığı üst noktaya taşınmakta, devingenlik dinamizm içinde kimlikler yeniden biçimlenmektedir.

Geleneksel araçlardan farklı olarak yeni teknolojilerde kontrol sisteminin üreticiden tüketiciye geçmesi, zaman ve uzam özgürlüğüne getirdiği sınırsızlık ve kitlesizleştirme (demassification) hareketleri gibi ademi merkezietçi özellikler, onu modernizmden çok postmodernizme yakın kılmaktadır. Bu bağlamda; sanal toplumsal mekanlar, sanal gerçeklik, sanal cemaatler gibi yaratılan yeni paradigmalarda kimliklerde sanal alemin uzantısında sanallaşmaktadır (Castells, 2004: 22-90).

Bu oluşuma tepki ile yaklaşan post yapısalılık sonrası temsilcilerinden olan Deluze, Derida ve Foucault gibi eleştirmenler, gerçeğin parçalanmış, farklılaşmış ve çoğullaşmış doğasının sanal alana taşınarak, gerçekliğin nesnel tanımına ulaşmadaki yetisini büsbütün kaybettiğini ifade etmekte ve sanal gerçeklik içinde sürüklenen özne kimliklerinin bireyler arası ve bireyler üstü itkisi nedeni ile arzuların tutarsız yığınında kaybolduğunu ifade etmektedirler (Callinicos, 2001: 17). Benzer görüşü savunan Rossenau'da (1998: 48), gerçek ortamda benlik iddiasında olmayan ve iradesel olarak ele alındığında bütünselliğini yitirdiği için eylem ve sonuçlarından sorumluluk duymayan, postmodern özne kimliklerin sanal ortamda sanal gerçekliğini kurduğunu ve kişisel anlam arayışını bu alanda sürdürmesi sonucunda planlanmamış, sıra dışı olanı doyasıya tadarak anlık arzuların peşinden sürüklendiğini belirtmektedir.

İnternetin sosyal mekanı sınırsızdır. Tekil olmayıp çoğuldur. Anlık olarak ard arda, yan yana, iç içe pencereler açarak kullanıcıyı simülasyonun gerçekliğine taşır. Kimliklerin bilişsel, sosyal ve duygusal gereksinimlerini giderir. Bu ekranlarda bireyler günün modasına göre, neleri nasıl algılayıp, hangi rol elbiselerini giyip çıkaracağına diğerlerinin ve diğerlerinin kendi kimliğine yönelik algılarını nasıl yöneteceğine etkileşim macerasının akışına göre karar verirler. Ancak alınan kararlar hiçbir zaman stabil olmayıp, değişken özellik göstermektedir. Bauman (1997: 60) günümüzde kimliklerin, yeni dünya düzensizliği içinde medya dolayımı ile oluştuğunu vurgulamakta ve kimliklerin belirsiz, kuralsız, kendi başına buyruk doğası içinde olmasına karşın, özgünlük ve farklılığı ön plana çıkaran ve imaj peşinde koşan ve imajla merkezileştirilen simgesel varlıklara dönüştüğünü belirtmektedir.

Kurgulanmış kimlikler aracılığı ile yapılan iletişimde anonimlik bütünüyle geçerlidir (Timisi, 2003: 155). İletişim metinler üzerinden sağlandığı için kişinin sesi, konuşması, jest ve mimikleri gibi cinsiyeti ele verecek ip uçları gözden kaçmakta, sanal



kimliğini dilediği gibi seçebilmekte, neredeyse gerçek yaşamda imkansız olan, alternatif kimlikleri denemekte ve ilişkiler kaosa dönünce ortadan kaybolma çüretkarlığını gösterebilmektedir. İnternet ortamında bireyler her türlü maskelerinden soyutlanarak, cilalanmış kimlik sunumlarını ve taktiklerle sahneye çıkmakta ve süper egonun baskısından azade olarak her türlü oyun oynama gücüne erişip, kimlik sunum taktiklerini kullanarak kendine ve diğerlerine ilişkin algı ve izlenimleri yönetmektedir.

Rheingold da sanal ortamda, dil ve metinler üzerinden kurulan kimliğin, kaygan ve çoklu doğasından söz ederken, kimliklerin tüm ketlemeleri ortadan kaldırılarak herkesin herkesi oynayabildiği, kendi içindeki ötekini ortaya çıkarabildiği, riske girip, mahremini paylaştığı bir fantazyaya mekanı yarattıklarını belirtmekte, kendilerini nasıl sunmak istiyorsa ona uygun sunarak ve kimlik taktiklerini kullanarak izlenimleri yönettiğinden söz etmektedir (Akt., Gümrükçü, 2006: 58).

Sosyal etkileşimle birlikte ortaya çıkan bir kavram olan izlenim yönetimi; kimlik sunumu ve bu sunum sürecinde bireyin kullandığı farklı taktikleri betimlemek için kullanılmaktadır. İzlenim yönetimi kişilerin belirli amaçlar doğrultusunda tasarladıkları kimliğine yönelik imajı hakkında, diğer bireylerin bakış açılarını, algı, tutum, güdü ve davranışlarını etkilemeye çalıştıkları bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Birey bu süreçte kullandığı kimlik sunum taktikleri ile yalnız çevresindeki diğer bireylerin kendi kimliğine ilişkin izlenimlerini yönetmemekte aynı zamanda diğer bireylere ilişkin kendi davranış örüntüsünü de biçimlendirme olanağı elde edilebilmektedir (Wayne ve Linden, 1995:260).

Timisi, gerçek yaşamda olduğu gibi, internet üzerindeki sanal alemin de aynı şekilde kimlik projelerinin yaşam olanağı bulduğu yer olarak tanımlanmaktadır (Timisi, 2005: 98). Sanal alemin özgürlüğü, anonimliği ve görünmezliğine sığınan birey, gerçek yaşamdan daha fazla ve sınırsız olarak kimlik sunum taktiklerini rahatça realize edebilmektedir. Günümüzde yaygın ifadesi ile dil ve söylemde etkileşimsel olarak inşa edilen bu nedenle sürekli oluşum halinde olan kimliklerin kendini ve sunumu ve sunumda kullandıkları taktikler konusunda pek çok tanım geliştirilip, kuramsal ve amprik araştırma yapılsa da çoğunun referans aldığı kişi Erving Goffman'dır.

Goffman (1960: 278) kimlik sunumunu, tiyatro metaforu ile açıklamaktadır. Bireylerin gündelik yaşamlarında kendisini diğerlerine sunuş biçimini, diğer insanların kendisi hakkında tasavvur ettikleri izlenimleri ya da yapıp yapamayacağı şeyleri düzenleme ve denetleme yeteneğine sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu yolla bireyler kendi kimliklerini sunarken, tıpkı aktörler gibi bir takım roller oynamakta, rol maskelerini ana ve koşullara göre takıp çıkartarak diğerlerinin kendine ilişkin izlenimlerini yönetmektedirler. Fred Luthans'a göre izlenim yönetimi, bireyin kendi kimliğini geliştirebilmek için, kendi kimliğine ilişkin diğerlerinin düşünce ve fikirlerini denetleyerek yönlendirip yönetmesi ve sonuçta sosyal psikolojik fayda elde etme süreci olarak ele alınmaktadır. Luthans (2001, 76-78), bireyin stratejik olarak sunduğu imge ve imajla hedefin algısal evreninin denetlenebildiğini, bireyin kendisine biçtiği roller giysisinin (taktiklerin) bazen savunmacı ya da emredici, bazen de ılımlı ve şevkatle dokunup, sık sık giyilip çıkarıldığını belirtmektedir. Ancak şu hususu vurgulamak gerekmektedir. Gerek gerçek yaşamda gerekse sanal alemde kimlik sunumuna ilişkin kullanılan taktiklerin bazıları saydam, samimi ve açık olurken, bazıları da bireyin içsel değerleri ile çatışmalı olması nedeni ile örtük, yapay ve üretilmiş fantazyaya boyutunda olabilmektedir.

Çağdaş psikoanalistlerden Kohut (1986: 233), bireylerin etkileşim sürecinde kimliklerini inşa ederken, diğerlerinin aynasında nasıl görüldüğünün önemini vurgulamaktadır. Kendiliği (self), kimliğin çekirdeğini oluşturan bir üst örgütlenme olarak,



bireyin algıları, girişim ve eylemlerinin merkezine koymakta, kimlik sunumunu bireyin kendini algılayış biçimi ve kendisi ile ilgili imgeler bütünüdürünün diğerlerine açılması olarak nitelemektedir. Kimlik sunumuyla birey, çevresindeki kişilerin ona tuttuğu aynadaki yansıma ile oynayabilme yetisine sahiptir. Bu sancılı bir süreçtir. Birey sahip olduğu oyun repartuarındaki rollerle; ya kendisi ile korku, anksiyete ve güvensizliği yatıştırıp öz saygı ve öz güven elde edecek ya da eş duyumsal yetersiz algı ile bazı sendromlar yaşayabilecektir. Bu nedenle kendi iç dengesini yakalayabilmek için oynanan rol elbiseleri sürekli değişecek ve taktikler çeşitlenecektir. Kimlik sunum taktikleri bireylere; diğer bireylerin kendi ile algı, tutum ve davranışlarını düzenleyebilme, öz saygı, öz güven gibi kendi iç tutarlılığını sağlayabilecek değerleri kazanma, duygusal boşluğun giderilerek duygusal düzenleme yapabilme, amaç istek ve geçici dürtüleri tatmin edebilme, savunma mekanizması yaratarak egoyu onarma, yorumsamada derinlik, çoğullaşma ve eklektiklik (farklılığın eklentisi) (Luthans, 2001: 178-189) gibi sosyal psikolojik yararlar sağlamaktadır.

Düşünürlerce kimlik sunum taktikleri ile ilgili literatürler tarandığında, bu taktiklerin kategorilendirildiği dikkatleri çekmektedir. Örneğin Jones (1990: 661) bu taktikleri kimliği biçimlendirici ve kimlik biçimlendirme sonrası taktikler olarak ikiye ayırmaktadır. Biçimlendirici taktikleri; kendini sevdirmeye, yıldırma, örnek olma, yardım isteme, niteliklerini övme biçimlendirme sonrası taktiklerin; yetenek, otorite, çekicilik, dürüstlük, prestij ve statüye ilişkin olduğunu belirtmektedir. Crane ve Crane (2004: 34), taktikleri girişken ve savunmaya yönelik taktikler olarak iki kategoride toplamıştır (Schutz, 1998: 611-628). Bu taktikleri; kimlik korumaya, savunmaya, girişkenlik ve saldırganlık yönelimli başlıklar altında toplamıştır. Kendini tanıtmaya ve savunmaya yönelik izlenim, yönetim taktiklerini, kendine ve çevreye odaklı olarak kategorize eden Daniels (Gümrükçü, 2006: 39-48), bunları bir matriks olarak belirlemiştir. Daniels'in kendine odaklı kimlik sunum taktikleri arasında; kendini tanıtmaya, niteliklerini tanıtmaya, övme, örnek olma ve özür dileme önermeleri yer alırken, dış çevreye odaklı taktikler arasında da; diğerleriyle görüş birliği sağlama, yardım isteme, sempatik davranma, mazeret bildirme, meşrulaştırma taktikleri yer almaktadır. Genelde taktiklere ilişkin kategorizasyonlar düşünürlerin çalışma isteklerine bağlı olarak değişiklik göstermiştir.

Bireyler her zaman iç dengesini yakalayabilmek ve kendini inşa edebilmek için tutarsızlıktan kaçınıp tutarlı olmaya güdülenmiştir. Bu durum kimlik geliştirme ve kimliği sürdürmede önemli bir faktördür. Sosyal etkileşimde izlenim yönetiminde birey, sürekli mevcut olan kimlik ile düşleyip arzu ettiği ideal kimlik arasında gider gelir. Önemli olan bu ikisi arasındaki farklı büyüklüğü ya da küçüklüğüdür. Fark büyüdükçe birey izlenim yönetmeye ve taktikleri, varyasyonda kullanmaya daha çok güdülenecek ve ego tamir etme işlevini gerçekleştirecektir. Temel amacı karşısındakinde beğeni yaratarak sosyal, psikolojik yarar elde etmektir (Bolino; 1999:128). Sosyal beğeni oluşturma, sosyal onay alma yolu ile olumlu izlenimler edinme, kimlik gelişiminin ve sürekliliğinin hammaddesidir. Çevreden aldığı olumlu geri bildirimdeki olumlama ve doğrulamalarla öz saygı, öz güven, öz denetim güçlenmektedir.

Bu konuda birey kendi odaklı (kendini tanıtmaya, niteliklerini yüceltme, örnek kişi olma, sevgi ve şevkatli davranma gibi) taktikler kullanabileceği gibi çevreye odaklı (karşısındakinden yardım bekleyerek, destek ve onay alarak onunla aynı görüşü paylaşıyor gibi empati yaratarak) taktikleri kullanarak kendine yönelik algıları yönetebilecek ve kendi kimliğini düzenleme yolunda adımlar atacaktır.

Bunun tersi durumlarda, gerçek yaşamda ötekilenmiş, ertelenmiş, hor görülmüş, sevgi ve saygı yetersizliğine bağlı olarak iç çatışması yaşayan bireylerde (Luthans, 2001: 327) korku, kaygı ve güvensizliğe bağlı saldırganlık duyguları, savunma mekanizmaları ile



bastırılarak, sosyal etkileşimde onay görmeyen kişilere ya da kendine yönelebilecektir. Bu bağlamda kendi kimliğini onarmak isteyen birey daha çok savunma mekanizmalarını içeren taktikleri kullanabilecektir.

Bu taktikler kendi benliğine yönelik olarak, olduğundan masum görünme, alçak gönüllü davranma, rol yapma, özür dileme, eleştirileri kabullenme ya da kendine uyarlayarak çürütme vb. olabileceği gibi daha görünür ve rijit olarak dış çevreye; otorite uygulama (güç), engel koyma, gözdağı verme taktiklerini uygulayarak, çoğu zaman kendisinin de farkında olmadığı ego tamiri işlevini gerçekleştirecektir.

Günümüz koşullarının tüketim toplumu söz konusu olduğunda, özellikle sanal ortamda haz ve eğlenceye yönelik imaj oluşturmanın önemi kuramsal açıklamalar kısmında da görüldüğü üzere daha yoğunlaşmaktadır. Sanal ortamda kimlik sunumları, görüngü, imaj, tüketime yönelik, boş zamanı değerlendirme, rol yapma suretiyle daha tiyatral olarak kurgulanmaktadır.

Yukarıdaki açıklamalar dikkate alındığında günümüz genç kuşağını temsil eden Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin kimlik sunumunda sanal ortamda hangilerinin kullanıldığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada kimlik sunum taktikleri; yukarıda sözü edilen düşünürlerin uyguladıkları matriksin bir sentezi niteliğindedir. Her düşünürün modellemesindeki kimlik sunum taktikleri ele alınarak irdelenmiş, denenmiş ve faktörlenmiştir.

4-) Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma

Araştırmanın Temel Amacı:

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin sanal ortamı hangi amaç için kullandıklarını ve sanal ortamı kullanırken kimlik sunumlarında hangi davranış örüntülerini tercih ettiklerinin ayrıca kullanılan kimlik sunum taktiklerinin neler olduğunun belirlenmesi oluşturmaktadır.

Bu Araştırmada Belirlenen Hipotezler:

H1: Öğrencilerin sanal ortamda kimlik sunumlarındaki a) Davranış örüntüleri b) Sosyal ağları kullanım amaçları ile, sanal ortamda geçirdikleri süreler arasında anlamlı bir farklılaşma vardır.

H2: Öğrencilerin sanal ortamı kullanırken belirledikleri amaçlar ile kimlik sunum davranış örüntüleri birbiri ile ilişkilidir.

H3: Öğrenciler sanal ortamda kimlik sunum taktikleri arasından en fazla kendilerine yönelik idealize eden taktikleri kullanmaya eğilimlidirler.

Araştırmanın Yöntemi ve Kullanılan Teknikler:

Araştırma evrenini, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Radyo-Televizyon ve Sinema bölümlerinde öğrenim gören tüm öğrenciler (1228) oluşturmaktadır. Her bölümden rastlantısal ve dengeli olarak alınan 284 kişi örneklemimizi teşkil etmektedir.

Araştırmanın yöntemi betimsel özellik göstermektedir ve tarama modeline göre desenlenmiştir.

Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Sorular çoktan seçmeli ve evet, hayır seçeneğine göre düzenlenen 42 maddeden oluşmaktadır.



Toplanan veriler istatistiksel SPSS programında değerlendirilmiştir. Sırası ile normal dağılımları belirlemek için Frekans Analizi, hipotezlerin değerlendirilmesi için sırası ile, Pearson Ki-Kare (doğrulamak için Fisher Excat Test), Kendall's Nonparametrik Korelasyon Tekniği ve Faktör Analizi (doğrulamak için Cluster Proximity Matrix Testi) yapılmıştır. Araştırmada madde bazında yapılan güvenilirlik testinden olumlu sonuçlar alınmış "Cronbach's Alpha, 15 madde için ortalama 892" olarak bulunmuştur.

Araştırma Ege Üniversitesindeki Öğrencileri kapsamakta olup genellendirilemez.

Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi:

4.1-) Demografik Bulgular; Ankete katılan toplam 284 öğrencinin % 53.9'uu kadın, % 46.1'i erkektir.

Öğrencilerin % 79.9'u 20-25 yaş aralığında yer alırken, % 14.8'i 17-20, % 4.9'u ise 25 ve üstü yaş grubundadır.

Öğrencilerin % 62.3'ü il, % 31.3'ü ilçe, % 4.9'u kasaba ve köyde oturmaktadır.

4.2-) İnternet Kullanımı ile İlgili Bulgular; Öğrencilerin % 83.1'inin her gün, % 15.5'inin haftada birkaç gün, % 1.1'i haftada bir gün interneti kullandıklarını belirtirken, % 0.4'ü de kullanmadığını belirtmiştir.

Gün içinde ayrılan zaman dilimi sorulduğunda, öğrencilerin neredeyse yarıya yakını (% 48.6) 1-3 saat internette gezindiklerini, % 22.5'i 3-5 saat, % 21.5'i 5 saatin üstü, % 7.4'ü ise 0-1 saat ayırdıklarını belirtmişlerdir. Genel toplama bakıldığında, öğrencilerin, % 92.6'sı bir saatin üstünde internet kullanımına zaman ayırmaktadır.

Sosyal ağların kullanımı konusunda ise, kullananların neredeyse tamamına yakını (% 98.6) sosyal ağları her gün kullandığını açıklamıştır.

Bu durum bize üniversiteleri öğrencilerin, bilgi çağının gereklerine uygun olarak, neredeyse tamamına yakının bilişim teknolojilerinden yararlandığını ve 1-3 saat ve üstündeki saat diliminde kullanım eğilimlerinin olduğunu göstermektedir.

4.3-) Sosyal Ağların Hangi Amaç İçin Kullanıldığı; Sorulan 15 soruya öğrencilerden alınan yanıtların yüzdeleri sırası ile en fazla bilgi edinmek (% 97.5), haber almak (% 96.1), video izlemek (% 87.5), müzik paylaşmak (% 86.5), bir konuyu araştırmak (% 85.4), düşüncelerini paylaşmak (% 80.9), eğlenceli vakit geçirmek (% 79.1), chat yapmak (% 78.0), oyun oynamak (% 50.5) için seçilirken buna karşın sadece yüzdeler diliminde, duygusal boşluğu gidermek (% 28.6), yeni arkadaş edinmek (% 27.0), cinsel amaçla (% 21.4), ilişkileri denetlemek (%17.4), eş bulmak (% 5.0) amacı ile sosyal medyayı kullandıklarını belirtmişlerdir.

Öğrencilerden elde edilen veriler, bilgi toplumu olmanın en önemli özelliklerinden biri olan sınırsız bilgiye ulaşımın yanında, tüketim kültürünün temel özellikleri sayılan haz ve eğlenceye yönelimle de sosyal medyayı kullanımda epey bir mesafe kat edildiğini göstermektedir.

4.4-) Sosyal Medyada Kimlik Sunum Davranış Örüntüleri; Sorulan 5 soruya alınan yanıtların yüzdeler dağılımları sırası ile, kendisine ilişkinin fotoğraf ve videolarını diğer kişiler ile paylaştığını (% 78.7), diğerleri ile gerçek yaşamda da yüz yüze ilişki kurduğunu (%75.6), diğerlerine kimliğini idealize ederek sunduğunu (% 73.4), kendini sanal ortamda,



gerçek ortamda olduğundan daha fazla özgür hissettiğini (% 55.0) belirtmiştir. Buna karşın sadece (% 9.6)'sı kimlik sunumunda cinsiyetini gizlediğini ifade etmiştir.

Cinsiyetini gizleme ihtiyacı duymaksızın, yukarıda belirlenen edimleri yerine getirmeleri oldukça düşündürücü olup daha derin analizlerin yapılmasını belirlemektedir.

4.5-) Sosyal Medyada Kullanılan Kimlik Sunum Taktikleri; Kimlik sunum taktikleri ile ilişkili olarak, kuramsal kısımda belirtilen düşünürlerin uygulamalarından alınan ve sentezlenen önermelere göre belirlenen 15 soru yer almaktadır. Öğrencilere hangi taktikleri kullanıyorsunuz sorusuna alınan cevapların yüzdeleri aşağıda belirtilmiştir. Kendini savunurum diyen % 78.9, niteliklerini yücelten % 69.4, örnek bir kişi olarak sunan (dürüst, ahlaklı ve değerlerine bağlı) %53.9, kendini sevecen ve sempatik sunan % 51.4, karşısındakinden yardım talep eden % 51.6, karşısındaki kişiden destek ve onay bekleyen % 50.7, alçak gönüllü davranan % 72.1, kendini güçlü gösteren % 55.9, onlarla olmasa da aynı görüşü paylaşan % 73.2, rol yapan % 78.4, özür dileyen % 51.4, engel koyan % 48.2, gözdağı veren % 25.6, eleştirileri çürüten % 57.1, olduğundan masum görünürüm % 78.1 taktiklerine evet cevabını verenlerdir.

Görüldüğü gibi öğrencilerin yarıdan fazlası, kimlik sunumlarında, gerçek yaşamdan farklı olarak, sanal ortamda kimlik sunum taktiklerinin hemen hemen hepsini kullanırken kendini daha özgür hissetmekte ve ego benliklerini bu taktiklerle onarmakta ya da savunma yoluna gitmekte sonuçta kendi kimliklerine yönelik olarak sosyal psikolojik fayda elde etmektedirler.

5-) Araştırmanın Hipotezlerine İlişkin Bulgular

5.1-) H1a : Öğrencilerin sosyal ağlarda geçirdikleri süreler ile, kimlik sunum davranış örüntülerine ilişkin bir farklılaşmanın olup olmadığına dair H1a sonuçlarına bakıldığında;

TABLO-1 Kimlik Sunum Davranış Örüntülerinin Kullanılan Sürelerle İlişkisi

	0-1 Saat		1-3 Saat		3-5 Saat		5 ve Üstü		x ² P
	E	H	E	H	E	H	E	H	
Kendini Özgür Hissetmek	7.1	13.8	28.0	20.9	14.5	8.2	5.3	2.1	x ² =15.308
		20.9		48.9		22.7		7.4	P= 0.002
Cinsiyeti Gizlemek	0.4	20.6	8.2	40.8	1.1	21.6	0.0	7.4	x ² =16.237
		20.9		48.9		22.7		7.4	P= 0.001
Yüz yüze İlişki Kurmak	13.3	7.9	38.4	10.0	16.5	6.5	7.5	0.0	x ² = 13.562
		21.1		48.4		22.9		7.5	P= 0.004

Kendini özgür hissetme ile kullanılan saat dilimi arasında p: 0.002 düzeyinde, Cinsiyetini gizleme ile kullanılan saat dilimi arasında p: 0.001 düzeyinde, Yüz yüze ilişki kurma ile saat dilimi arasında p: 0.004 düzeyinde, istatistiksel olarak anlamlı farklılaşma olduğu gözlemlenmiştir.



Kendini özgür hissedenler ve yüz yüze ilişki kuranlar, en fazla sosyal medyayı 1-5 saat arası kullananlar arasındadır. Saat dilimi azaldıkça (0-1) ve 5 saatin üstüne çıktıkça bu farklılaşma azalmaktadır.

Buna karşın; sosyal medyayı 1-3 saat dilimleri arasında kullananlarda cinsiyeti gizleme değil, gizlememe yönünde eğilimdeki farklılaşmanın diğer saat dilimlerine göre daha fazla olduğu gözlemlenmektedir.

H1a hipotezi yukarıda belirtilen sadece 3 değişken için doğrulanırken, 2 değişken için reddedilmiştir (kimliği idealize etmek, resim ve video paylaşmak).

5.2-) H1b : Öğrencilerin sosyal ağları kullanım amaçları ile kullanılan sürelerle anlamlı farklılaşmanın olup olmadığına dair sonuçlar irdelendiğinde;

TABLO-2 Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Geçirilen Sürelerle İlişkisi

	0-1 Saat		1-3 Saat		3-5 Saat		5 ve Üstü		x ² P
	E	H	E	H	E	H	E	H	
Düşüncelerimi Paylaşmak İçin	14.2	6.7	40.8	8.2	19.1	3.5	6.7	0.7	x ² (3)= 8.814 P= 0.032
Chat Yapmak İçin	12.8	8.2	35.2	13.5	18.1	4.6	6.8	0.7	x ² (3)= 9.032 P= 0.029
Eğlenceli Vakit Geçirmek İçin	11.0	9.9	40.1	8.9	20.6	2.1	7.4	0.0	x ² (3)=36.481 P= 0.000
Oyun Oynamak İçin	6.8	14.2	26.0	23.1	12.8	9.6	5.0	2.5	x ² (3)=11.527 P= 0.009
Müzik Dinlemek İçin	16.0	5.0	42.7	6.4	21.4	1.1	6.4	1.1	x ² (3)=9.428 P= 0.024
Video izlemek İçin	16.0	5.0	43.1	5.7	21.7	1.1	6.8	0.7	x ² (3)=10.659 P= 0.014
Sosyal Medyaya Yorum Yazmak İçin	8.9	12.1	28.9	20.0	15.7	6.8	5.7	1.8	x ² (3)=12.388 P= 0.006

Düşüncelerini paylaşma ile (p: 0.032), Chat yapma (p: 0.029), Eğlenceli vakit geçirme (p: 0.000), Oyun oynama (p: 0.009), Müzik dinlemek (p:0.026), Video izlemek (p: 0.014), Sosyal medyaya yorum yazmak (p: 0.006) düzeyleri ile Sosyal medyayı kullanım süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma olduğu gözlemlenmiştir.



Bu değişkenlerde evet deme eğilimleri hayır yanıtını verenlerden daha fazladır. Bununla birlikte temel farklılık 1-3, 3-5 saat dilimlerinde yığılma, diğer saat dilimlerinden daha fazladır. Buna karşın Bilgi edinmek için, Bir konuyu araştırırken, Haber almak için, Duygusal boşluğu gidermede, Yeni arkadaş bulmak için, Eş bulmak ve İlişkileri kontrol etmek için ile sosyal ağları kullanım süreleri arasında istatistiksel olarak bir farklılaşma bulunmadığı için bu anlamda hipotez reddedilmiştir.

H1b hipotezi sadece tabloda belirtilen değişkenler için doğrulanmıştır (kısmen).

5.3-) H2: Öğrencilerin sanal ortamı kullanırken belirledikleri amaçlar ile kimlik sunum davranış örüntüleri birbirleriyle ilişkilidir hipotezi, Kendall's Nonparametrik Korelasyon testi kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Yukarıdaki tablo (3) irdelendiğinde aşağıdaki bulgular dikkati çekmektedir.

Tablo-3'den de gözlemlendiği gibi, kimlik sunum davranış örüntüsünde; kendini özgür hissetme, cinsiyeti gizleme, kimliği ideal sunma, gerçek yaşamda ilişki kurma, resim ve video paylaşma ile, amaçları; haber alma, düşünceleri paylaşma, chat yapma, duygusal boşluğu giderme, eğlenceli vakit geçirme, cinsellik, müzik paylaşımı, yorum yazma, yeni arkadaş edinme, eş bulma, ilişkileri kontrol etme arasında , 0.05 ve 0.01 arasında orta düzeyde ve düşük düzeyde istatistiksel anlamda pozitif korelatif ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Farklı bir anlatımla değişkenlerin biri arttıkça (Yada azaldıkça) diğeri de artmakta (ya da azalmaktadır).

H2 hipotezi tabloda gözlemlenen değişkenler için doğrulanırken, bilgi edinme, bir konuyu araştırma, oyun oynama, video izleme amaçları ile ilgili olarak reddedilmiştir (hipotezimiz kısmen doğrulanmıştır).



Tablo-3 Sanal Ortamdaki Amaçlarla, Kimlik Sunum Davranış İlişkisi

		Kendini Özgür Hissetme	Cinsiyeti Gizleme	Kimliği İdeal Gösterme	Gerçek Yaşamda İlişki Kurma	Resim, Video Paylaşma
Haber Almak İçin	r Sigma (2 tailed)				,228** ,000	,164** ,006
Düşünceleri Biriyle Paylaşma	r Sigma (2)	,193** ,001	,128* ,032			,209** ,000
Chat Yapmak İçin	r Sigma (2)	,224** ,000		,186** ,002	,177** ,003	,152* ,011
Duygusal Boşluğu Gidermek İçin	r Sigma (2)		,249** ,000	,296** ,000		
Eğlenceli Vakit Geçirme	r Sigma (2)	,218** ,000			,126* ,035	
Cinsel Amaçla	r Sigma (2)		,331** ,000	,200** ,001		
Müzik Paylaşmak	r Sigma (2)				,119* ,049	,256** ,000
Sosyal Medya İçeriklerine Yorum Yazmak	r Sigma (2)	,302** ,000			,209** ,001	,249** ,000
Yeni Arkadaş Bulmak	r Sigma (2)	,275** ,000	,182** ,002	,321** ,000	,143* ,018	
Eş Bulmak İçin	r Sigma (2)	,142* ,018	,322** ,000	,271** ,000		
İlişkileri Kontrol Etmek İçin	r Sigma (2)	,131* ,028	,264** ,000	,210** ,000	,153* ,011	,194** ,001

Nonparametric, Kendall's tau-b korelasyon, Sigma (2-tailed)

Veriler ayrıca Spearman tekniğiyle tekrar test edilmiştir.

* 0.05 level (2 tailed)

**0.01 level (2 tailed)



5.4-) H3 : Öğrenciler sanal ortamda, kimlik sunum taktikleri arasından en fazla kendilerine yönelik idealize edilen taktikleri kullanmaya eğilimlidirler hipotezini test etmek için belirlenen 22 taktik maddesi faktör analizine tabi tutulmuş ayrıca sonuçlar Cluster Proximity Matrix testiyle de doğrulanmıştır. Değişkenler 3 faktörde toplanmışlardır ve tüm değişkenler iç tutarlılığa göre matrixlenmiştir.

Tablo-4 Kimlik Sunum Taktiklerine İlişkin Faktör Analizi

		1	2	3
29	Kendini Örnek Kişi Olarak Sunmak	,745		
30	Kendini Sevecen Sunmak	,734		
28	Niteliklerini Yüceltmek	,673		
34	Kendini Güçlü Göstermek	,646		
38	Engel Koymak		,738	
39	Gözdağı Vermek		,667	
36	Rol Yapmak		,654	
41	Olduğundan Masum Görünmek		,605	
40	Eleştirileri Çürütmek		,597	
37	Özür Dilemek		,563	
35	Onlarla Olmasa da Aynı Görüşte Olduğunu Vurgulamak		,547	
33	Alçak Gönüllü Davranmak			,746
32	Karşısındakinden Destek ve Onay Beklemek			,650
31	Karşısındakinden Yardım Talep Etmek			,630
27	Kendini Savunmak			,501

Grupların varyans yüzdeleri;

1. (40.699)
2. (9.216)
3. (8.335) bulunmuştur.

Faktör (1)'de; Varyans %'si (40.699)'dur. Öğrencinin kendisini örnek kişi olarak (dürüst, değerli, etik ilkelere bağlı), sevecen sunması, niteliklerini yüceltmesi, kendini güçlü göstermesi, onların gerçek yaşamdan farklı olarak sanal alemde idealize edilen kimlik sunum taktiklerini kullandığını belirtmektedir (% 40.699). Bu nedenle istatistiksel olarak hipotezimiz doğrulanmıştır.

Diğer yandan matrixin 2.kolonunda yer alan faktörler, ideal kimliği korumak için kullandıkları kimlik savunma mekanizmalarına ait değişkenlerdir (varyans % 9,216).

3.kolonda yer alan faktörlere ilişkin değişkenlerde (varyans % 8,335), dış çevreden kimliği korumak için beklenen kimlik sunum taktikleri arasında yer alan ve savunma mekanizmalarına yönelik taktiklerdir.



Sonuç olarak sanal ortamda öğrenciler en fazla ideal kimlik sunum taktiklerini kullanmaya eğilim göstermektedir. Bu anlamda H3 Hipotezi doğrulanmıştır.

Değişkenlerin güvenilirlik katsayısı, 15 kimlik sunum taktiği için (Cronbach's Alpha), ortalama, 892 bulunmuştur (araştırma güvenilirlidir).

Sonuçlar :

Genel olarak kimlik; küresel ve yerel, maddi, tarihi ve kültürel söylemler, koşullar edinilen deneyimler bağlamında sürekli olarak inşa edilen, sahip çıkılan, içselleştirilen, bir yandan güven ve özdeşleşme algısını pekiştiren bir sürdürülebilir sabitlik, diğer yandan da farklı öğeler arasında sürekli olan, karşılıklı etkileşim ve iletişimsel gerilimlerin yoğurup biçimlendirdiği bir aidiyet tasarımı olarak ortaya çıkmaktadır.

Gelişim süreci içindeki evrelerde, kimliğe yüklenen anlamlar farklılaşmaktadır. Geleneksel dönemde bulunduğu, klan, soy, sopa olan aidiyeti ile belirlenen ve görece sabit kabul edilen kimlikler, modernleşme evresinde öteki üzerinden tanımlanmış ve çok katmanlı, öz düşünömsel, dinamik ve bütünselleşmiş olarak anlamlandırılmıştır. Küreselleşmenin kültürel yüzü olan postmodernizmin evresinde ise, merkezden edilen kimliklerin dil ve söylemlerle sürekli inşa edildiği belirtilerek çevreden etkilendiği kadar çevreyi de etkileyen, ancak bütünlük ve tutarlılıktan yoksun olan, çelişkilere düşen farklılaşmayı deneyimleyen akışkan bir özellik gösterdiği belirtilmiştir.

Günümüzde farklı iletişim teknolojilerinin yöndeşmesi sonucunda, kimlikler siber uzamın kendine sunduğu olanaklar ve neo-liberal sistemin değerleri içinde yeniden biçimlenmekte ve sanal ortam içinde, giderek kurgu haline bürünmekte, kurgusal gerçekliğini ve anlam arayışını buna göre belirlemekte ve imaj göstergelerine dönüşmektedir.

Açık bir anlatımla sanal ortamda kimlik sunumları, görüntü, imaj oluşturma, tüketime yönelme, boş zamanı değerlendirme, rol yapma suretiyle daha tiyatral bir hale bürünmektedir.

Yukarıda belirtilen açıklamalar ışığında; Ege Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Betimsel yöntemin ışığında elde edilen veriler istatistikî programda değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Öğrencilerin yaş grubu 20-25 arasında yoğunlaşmaktadır.
- Öğrencilerin neredeyse tamamına yakını gün içinde 1-5 saat arası internette gezinmektedir.
- Tamamına yakını sosyal medyayı kullanmaktadır.
- Öğrencilerin temel amacı sosyal medyayı bilgi edinmek ve haber almak olmakla birlikte, postmodern dönemin değerleri olan, eğlence, oyun, chat yapmak gibi hazzaya yönelik faaliyetler için de kullanmakta buna karşın, geleneksel değerleri de muhafaza etmektedir. Farklı bir anlatımla, eş bulma, duygusal boşluk giderme gibi etkinlikleri medya üzerinden gerçekleştirmekte düşük düzeydedir.
- Öğrencilerin yarıdan fazlası gerçek yaşamdan farklı olarak sanal ortamda kimliklerini sunarken ve sunum taktiklerini kullanırken kendilerini daha özgür hissetmektedirler.

Hipotez analiz sonuçlarına bakıldığında;

H1a: Tablo(1)'den de gözlemlendiği gibi hipotez kısmen kabul edilmiştir. Açık anlatımla; öğrencilerin sanal ortamda kimlik sunumlarındaki, H1a-davranış örüntüleri, H1b-sosyal ağları kullanım amaçları ile sanal ortamda geçirdikleri süreler arasında sadece belirli değişkenler için farklılaşma söz konusudur.



H1b: Tablo (2)'den gözlemlendiği gibi hipotez kısmen kabul edilmiştir.

H2: Tablo (3)'den gözlemlendiği gibi hipotez kısmen kabul edilmiştir. Öğrencilerin sanal ortamı kullanırken belirledikleri amaçlar ile davranış örüntüleri arasında sadece bazı değişkenler için farklılaşma vardır.

H4: Hipotezi kabul edilmiştir. Öğrencilerin kimlik sunum taktikleri arasından en fazla kendilerine yönelik idealize edilen taktikleri kullandıkları gözlemlenmiştir.

Sonuçta, Ege Üniversitesi öğrencilerinin, sanal mecrayı yoğun olarak; haber, bilgi ve araştırma için kullanmalarına karşın, kimlik sunum davranış örüntülerinde postmodern değerlerle, modern ve geleneksel değerlerin birlikte bulunduğu ve kimlik sunum taktiklerini kullanırken en çok kendilerini idealize eden taktikleri kullandıkları, savunma mekanizması taktiklerine ve dışarıdan yardım talep ederek kimliklerini onarma taktiklerine çok az yer verdikleri gözlemlenmiştir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Balta Evren, Akça İsmet, (2001), Marksizmle Yapıbozumun Diyaloğu, Bilgi Üniversitesi Yay., İstanbul.
- Baudrillard Jean, (1991), Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu, Çev.: Oğuz Adanır, Ayrıntı Yay., İstanbul.
- Bauman Zygmunt, (1997), Küreselleşme Toplumsalın Sonuçları, Çev.: Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yay., İstanbul.
- Bilgin Nuri, (1994), Sosyal Bilimlerin Kavşağında Kimlik Sorunu, Ege Yay., İzmir.
- Callinicos Alex, (2001), Postmodernizme Hayır, Çev.: Şebnem Pala, Ayrıntı Yay., Ankara.
- Castells Manuel, (2004), The Network Society: A Cross Cultural Perspective, Edward Elgar Pub, 22-90.
- Connolly William, (2009), Kimlik ve Farklılık, Siyasetin Açmazına Dair Çözüm Önerileri, Çev.: Ferma Lekeşizalın, Alın Yay., İstanbul.
- Crane Erin & Frederic Crane, (2004), Usage and Effectiveness of Impression Management Strategies in Organizational Settings, Sage Pub, London.
- Dunn Robert, (1998), Identity Crises, A Social Critique of Postmodernity, Minneapolis Pres, London.
- Erol Işık Nuran, (2005), Kimlik ve Erillik Türk Kültürleri, Terragon, İstanbul.
- Fiske Jhon, (1992), Introduction to Communication Studies, Routledge, London.
- Goffman Erving, (1960), The Presentation of Self in Everyday Life, Garden City, NY, Double Day Pres.
- Harvet David, (1997), Postmodernliğin Durumu, Çev.: Sungur Savran, Metis Yay., İstanbul.
- Jacques Derrida, (2001), Marx'ın Hayaletleri, Çev.: Alp Tümertekin, Ayrıntı Yay., İstanbul.
- Jameson Frederic, (1991), Postmodernizm or The Cultural Logic of Late Capitalism, Duke Uni. Pres, Durham.
- Jones Edward, (1990), Interpersonal Perception, W.H.Freeman & Company, NY.
- Karaduman Sibel, (2010), Journal of Yaşar University, 17/5, İzmir.
- Kellner Douglas, (2001), Identity and Politics Between the Modern and Postmodern Rou Hedge, London.



- Kohut H.Wolf, (1986), The Disorders of The Self and Their Treatment, Uni Pres NY.
- Leary Mark R., (1996), Self Presentation, Impression Management and Interpersonal Behavior, Oxford, Westview Pres.
- Luthans Fred, (2001), Organizational Behavior Scott, Lenview.
- Lyotard, J.Francois, (2000), Postmodern Durum, Felsefe-Postmodernizm, Vadi Yay., Ankara.
- Odabaşı Yavuz, (2004), Postmodern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici, MediaCat, İstanbul.
- Rosenau, P.Marie, (1998), Postmodernizm ve Toplumbilimleri, Çev.: Tuncay Birkan, Bilim ve Sanat Yay.,Ankara.
- Smith A., (2002), Küresel Çağda Milletler ve Milliyetçilik, Çev.: D.Kömürcü, Everest Yay., İstanbul.
- Subaşı Necdet, (2005), Kültürel Kimliğin Melezleşmesi ve Ailevi Modernleşmesi, Türk Kültürleri, Terragon, İstanbul.
- Timisi Nilüfer, (2003), yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Dost Yay., Ankara.
- Timur Taner, (1996), Küreselleşme ve Demokrasi Krizi, İmge Kit., Ankara.
- Touraine Alain, (1995), Modernliğin Eleştirisi, Yapı Kredi Yay., İstanbul.
- Uluç Güliz, (2009), Medya ve Oryantalizm, Anahtar Yay., İstanbul.
- Wagner Peter, 1996, Modernliğin Sosyolojisi Özgürlük ve Cezalandırma, Çev.: Mehmet Küçük, Sarmal Yay., İstanbul.

Dergiler

- Aksoy Asu, (1994), Bilgi Devrimi: Toplumun Çözülüşümü, Birikim Sayı: 60, Birikim Yay., İstanbul.
- Bolino M.C, (1999), Citizenship and Impression Management, Academy of management Review, 24 (1), 112-128.
- Çağlar Nedret, (2008), Postmodern Anlayışta Siyaset ve Kimlik, Süleyman Demirel Üniv.İk.İd.Bil.Fak.Yay., C: 13, S: 3, S: 369-386.
- Fırat F., Shultz J Clifford, (1997), From Segmentation to Fragmentation, Markets and Marketing Strategy in the Postmodern Era European Journal of Marketing, Vol 31, No: 3/4 .
- Kellner Douglas, (2001), Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası, Çev.: Gülcan Seçkin, Doğu Batı, Sayı: 15.
- Schutz Asfrid, (1998), Assertive Offensive, Protective and Deffensive Styles of Self Presentation, The Journal of Psychology, 132(6).
- Wayne Sandy and Robert C.Linden, (1995), Effects of Impression Management on Performance Ratings: A Longitudinal Study , Academy of Management Journal, B8(6).

Tezler

- Daniels David, (1997), Repeated Use of Impression Management Tactics, PhD Teises, IJ of Washington, <http://www.umi.com>
- Gümrükçü Ö.Nihan, (2006), Sanal Topluluklarda İzlenim Yönetme, Yayımlanmamış YL Tezi, Ankara Üniv.SBE.Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Ankara.

İnternet Kaynakları

- Muhtaç İnsan Olarak Postmodern Özne, www.aralikedebiyat.com/wp-content/uploads/postsiir.pdf . Erişim tarihi: 17.12.2012