

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI



TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI VE BAĞIMLILIĞIN
TÜKETTİĞİ KİMLİKLER
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN

HAZIRLAYAN
Gül Nihal TÜRKMEN

ELAZIĞ-2021

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****Teknoloji Bağımlılığı ve Bağımlılığın Tükettiği Kimlikler****Gül Nihal Türkmen****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****ELAZIĞ - 2021, Sayfa: X + 81**

Günümüzde teknoloji kullanım alanları ve pratiklerinin artması nedeniyle teknoloji bağımlılığı ve bu bağımlılık sonucunda kimliğin bir tüketim nesnesi haline gelmesi arasındaki ilişkisinin incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Her bireyin zaman ve mekân farkı göz etmeksizin teknolojiyi hayatlarının her alanında kullanabiliyor olması, teknolojinin bireylerin hayatlarındaki kullanım alanını genişletmesine sebep olmaktadır. Böylece teknoloji bir yandan bireylerin hayatlarındaki hemen her ihtiyacı karşılamının kolay ve ulaşılabilir yollarını sunuyor olsa da, diğer yandan bireylerin hayatlarında yer alan önemli kavramların sorgulanmasına ve anlamlarının değişmesine yol açmaktadır.

Mevcut literatür incelendiğinde teknoloji bağımlılığı ve kimliğin tüketimi konusunu doğrudan ele alan çalışma olmadığını görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada teknoloji bağımlılığı ve bağımlılığın bireylerin kimliklerini bir tüketim nesnesi haline getirip getirmediikleri nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile incelenmektedir.

Çalışma sonucunda literatürde var olan çalışmalara ek olarak teknoloji kullanımının bir bağımlılık haline gelmesi ve bu bağımlılığın kimlik tüketimi ile olan

ilişkinine vurgu yapılmaktadır. Çalışmanın sonucunda bireylerin teknoloji kullanımlarının bağımlılık düzeyine gelmesi ile birlikte, bireylerin “kimlik” kavramına dair bir sorgulama içerisine girdikleri ve bu sorgulama sonucunda kendi kimliklerini yücelttikleri ya da değiştirme yoluna gittikleri görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji Bağımlılığı, Tüketim, Kimlik, Sosyal Kimlik



ABSTRACT

Master Thesis

Technology Addiction and Identities Consumed by Addiction

Gül Nihal Türkmen

The University of Fırat

The Institute of Social Science

The Department of Communication Sciences

ELAZİĞ -2021 , Page: X+81

Today, due to the increase in technology usage and practices, there is a need to examine the relationship between technology addiction and identity becoming an object of consumption as a result of this addiction. The fact that every individual can use technology in all areas of their lives regardless of time and place causes technology to expand the area of use in individuals' lives. Thus, although technology offers easy and accessible ways of meeting almost every need in individuals' lives, it also causes the questioning of important concepts in individuals' lives and changing their meanings.

When the current literature is examined, it is seen that there is no study directly addressing the issue of technology addiction and consumption of identity. For this reason, this study examines whether technology addiction and addiction make individuals' identities an object of consumption, using semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods.

At the end of the study, in addition to the studies in the literature, the use of technology has become an addiction and the relation of this addiction with identity consumption is emphasized. As a result of the study, it is seen that with the individuals' technology use reaching the level of addiction, individuals have entered into a

questioning about the concept of "identity" and as a result of this questioning, they glorify or change their identity.

Key words: Technology Addiction, Consumption, Identity, Social Identity.



İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	VI
TABLO LİSTESİ.....	IX
ÖNSÖZ	X
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI ve YÖNTEMİ	5
1.1. Araştırmanın Konusu	5
1.2. Araştırmanın Amacı	6
1.2.1. Nitel Boyuta İlişkin Alt Amaçlar	7
1.3. Araştırmanın Önemi.....	8
1.4. Araştırmanın Yöntemi.....	9
1.4.1. Evren ve Örneklem Belirleme Süreci	10
1.4.2. Veri Toplama ve Analiz Teknikleri.....	11
1.4.3. Araştırma Soruları	12

İKİNCİ BÖLÜM

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	14
2.1. Teknoloji Ve Teknoloji Bağımlılığının Gelişimi.....	14
2.2. Bağımlılık Kavramı.....	15
2.3. Bağımlılığın Nedenleri.....	18
2.3.1. Psikolojik Nedenler	18
2.3.2. Biyolojik Nedenler	19
2.3.3. Sosyal ve Kültürel Nedenler.....	20
2.3.4. Kişisel Özellikler	20

2.3.5. Ruhsal Nedenler	20
2.4. Teknoloji Bağımlılığı	21
2.4.1. Sosyal Ağ Bağımlılığı	25
2.4.2. Anlık Mesajlaşma Bağımlılığı.....	26
2.4.3. Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı.....	27
2.4.4. Web Siteleri Bağımlılığı.....	28
2.5. Tüketim	28
2.6. İhtiyaç Kavramı.....	29
2.7. Tüketim Kavramı	32
2.3. Kimlik	34
2.3.1. Kimliğin Tanımı	34
2.3.2. Kimlik Oluşumunun Evreleri	37
2.3.3. Kimlik İnşası ve Etkileyen Faktörler.....	39
2.3.4. Sosyal Kimlik	40
2.3.5. Sosyal Kimlik Kuramı	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BULGULAR VE ANALİZ.....	44
3.1. Katılımcıların Teknolojik Araçları Kullanım Sebepleri	45
3.2. Katılımcıların Teknoloji Bağımlılığı Hakkındaki Düşünceleri.....	46
3.3.Katılımcılara Göre Bireylerin “Teknoloji Bağımlısı” Olarak Değerlendirilebilmeleri İçin Teknolojik Araçları Kullanmaları Gereken Süre	49
3.4. Katılımcıların Teknolojik Araçları Kullanım Süreleri Ve Kendilerini Bağımlı Olarak Görüp Görmedikleri	50
3.5. Katılımcıların “Tüketim” Hakkındaki Düşünceleri	52
3.6. Katılımcıların “Kimlik” Hakkındaki Düşünceleri	55
3.7. Katılımcıların “Sosyal Kimlik” Hakkındaki Düşünceleri.....	57
3.8. Katılımcıların “Kimlik Tüketimi” Hakkındaki Düşünceleri.....	58

3.9. Katılımcıların Bireylerin Gördüklerinden Ve Duyduklarından Etkilenmeleri Hakkındaki Düşünceleri.....	60
3.10 Katılımcıların Kendi Kimliklerinin Teknoloji Kullanımları Doğrultusunda Değişmesi Hakkındaki Düşünceleri.....	62
3.11. Katılımcıların Bireylerin Teknoloji Kullanım Sebepleri Ve Süreleri Doğrultusunda Kimliklerini Tüketiyor Olmaları Hakkındaki Düşünceleri	63
SONUÇ VE TARTIŞMA	68
KAYNAKÇA.....	74



TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri	45
Tablo 2. Katılımcıların teknolojik araçları kullanım sebepleri	45
Tablo3. Katılımcılara göre bireylerin “teknoloji bağımlısı” olarak değerlendirilebilmeleri için teknolojik araçları kullanmaları gereken süre .	49
Tablo 4. Katılımcıların teknolojik araçları kullanım süreleri.....	50
Tablo 5. Katılımcıların kendilerini teknolojiye bağımlı olarak görüp görmedikleri	51



ÖNSÖZ

Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler bireylerin hayatlarını her geçen gün kolaylaştırmaktadır. Bu gelişmeler gündelik hayatta doğru bir şekilde kullanıldığında birçok kolaylığı beraberinde getirir de, yanlış kullanımlar olumsuz birçok durumu ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu olumsuzlardan en önemlisi de teknolojiyi bağımlılık düzeyinde kullanımlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireyler, bağımlılık derecesinde teknoloji kullanımları ile birlikte farkına vararak ya da varmayarak hayatlarındaki birçok kavramın asıl anlamından uzaklaşmasına sebep olmaktadır. Bu kavramlardan en önemlisi de kimlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimliğin, bireylerin bağımlılık düzeyindeki teknoloji kullanımları ile birlikte tüketilen somut bir nesne haline gelmesi günümüz ve geleceğimiz açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın yapılmasındaki en büyük etken, teknoloji bağımlılığının bireylerin kimliklerinin birer tüketim nesnesine dönüşmesine sebep olduğunu ortaya koymak ve bu konunun önemine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda kimliğin tüketilen bir nesne haline gelmesinde teknoloji bağımlılığının rolü incelenmiştir. Araştırmanın uygulama kısmında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile katılımcılardan alınan yorumlar ortaya konmuştur.

Bu çalışmanın her aşamasında benden desteğini ve yardımlarını esirgemeyen değerli hocam ve danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Tamer Kavuran' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Çalışmanın oluşumunda fikirlerini ve bilgilerini benden esirgemeyen ve destek olan değerli hocalarım Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan'a, Doç. Dr. Hasan Topbaş'a, Öğr. Gör. Abuzer Yeşil'e, Dr. Öğr. Üyesi Alper Yılmaz'a yardımlarından ve katkılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim. Çalışmanın uygulama kısmında yardımlarını esirgemeyen tüm katılımcılara teşekkür ederim.

Son olarak, eğitim hayatım boyunca bana destek olan ve hiçbir zaman yardımlarını esirgemeyen aileme ve çalışma sürecimde büyük bir sabırla bana yardımcı olan arkadaşlarıma sonsuz teşekkür ederim.

Elazığ, 2021

Gül Nihal TÜRKMEN

GİRİŞ

İnsanoğlu var olduğu andan bugüne kadar, bulunduğu toplumsal ortamda ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve böylelikle varlığını sürdürebilmek adına iletişim kurmaya ihtiyaç duymuştur. Bu ihtiyaç zaman içerisinde iletişim araçlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bireylerin amaçları ve ihtiyaçları değiştikçe, bireylerin amaçlarını karşılayan bu araçlarda sürekli olarak değişim ve gelişim göstermiştir.

Endüstri çağı ile birlikte bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle bireyler, teknolojiyi hayatlarının her alanında ve sınırsız bir şekilde kullanabilme imkânını bulmuştur. Toplum giyinme, yeme, içme ve benzeri temel ihtiyaçlarından manevi ihtiyaçlarına kadar her türlü gereksinimini teknolojinin sunduğu imkânlar dâhilinde karşılamaya çalışan bireylerden oluşmaya başlamıştır. Ritzer'e göre, "...yeni tüketim araçlarının çokluğu tüketicilerin mal veya hizmetleri başka yollarla edinmelerini daha fazla zorlaştırır ve daha az çekici hale getirir" (Ritzer, 2016: 101). Böylelikle endüstri çağındaki tüketiciler, tüketme eylemini gerçekleştirmek için her geçen gün yeni tüketim araçlarından birini kullanmak zorundadır.

Bireylerin reel hayatlarında yer alan hemen her kavramın teknolojinin bir parçası olduğu soyut ortamlarda kendilerine bir karşılık oluşturmuş olması da bireylerin teknolojiyi kullanmalarındaki en önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. "Kitap okuyan, televizyon izleyen ya da saatine bakan birisi, bu olayların kendi zihnini nasıl düzenleyip denetlediğiyle genellikle ilgilenmediği gibi, o kitabın, televizyonun ya da saatin çağrıştırdığı dünya fikriyle" de ilgilenmemektedir" (Postman, 2006: 21). Bireyler teknolojinin kendilerine sunduğu sanal ortamlarda hiçbir şey düşünmeden vakitlerinin neredeyse tamamını tüketir hale gelerek teknoloji ile olan bağlarını arttırmış; bu bağ giderek bağımlılığa dönüşmeye başlamıştır.

Endüstri çağının bireylere sunduğu gelişme ve yeniliklerle birlikte, bireyler giderek istediği her şeye istediği anda ulaşabilir bir hale gelmiştir. Bu sınırsız gelişme içerisinde bireylerin istedikleri şeylere kendi istedikleri anda ulaşım sağlayabilmeleri ise "teknoloji" alanında yaşanan ilerlemeler ile olmuştur. 21. yüzyılın bireylerinin, teknoloji ya da teknolojiye dair herhangi bir kavramı hayatlarına yerleştirmeden kendilerini yeterli hissedemez hale gelmelerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan teknoloji

bağımlılıkları, bu süreçte bireylerin kimliklerini de etkilemeye başlamıştır. Fakat aynı zamanda, “...bir kişinin, internette depolanmış trilyonlarca enformasyon/malumat arasında sörf yaparak kendi benlik sahillerine ulaşması, kendini bilmesi, kendiliğinin, insanlığının fakında olması imkânsız değilse de hayli zor” olmaktadır (Fazlıoğlu, 2016: 34).

Teknolojide meydana gelen değişmelerle birlikte bireyler reel hayatlarında karşı karşıya kalamadıkları birçok farklı fikirle sanal ortamlarda karşı karşıya kalmaktadır. Teknoloji sunduğu imkânlarla bireylere, her nerede bulunurlarsa bulunsunlar, bir ekran ve tuş vasıtasıyla bulundukları yerden, bedenlerini geride bırakarak, yalnızca ekran üzerinde gördükleri görüntülerle başka bir ortama geçme fırsatını sunmaktadır. Bir tuş yardımıyla saniyeler içerisinde başka coğrafyalarda dolaşmalarının mümkün kılındığı bu süreçte bireyler, kendi fikirleri ile telefon ya da bilgisayar ekranında maruz kaldıkları ya da kendilerini maruz bıraktıkları fikirleri kıyaslamaya başlamaktadır.

Bireyler gruplara ayrılma ve kendi grubu ile karşılaştığı diğer grupları karşılaştırma eğilimi söz konusu olmaktadır. Bu karşılaştırma çoğunlukla bireyin kendi grubunu diğer gruplardan daha üstün tutması ile sonuçlanmaktadır. Daha fazla gruba ayrılan ve bazen kendi grubunu üstün tutarken bazen kendi grubunu eleştirir hale gelen bireyler, kendi kimliklerinin dışında kimlikleri benimser hale gelmeye başlamaktadır. Böylelikle teknolojinin getirileri ile birlikte bu kavram asıl anlamından giderek uzaklaşmaktadır.

Demirtaş, II. Dünya Savaşı sırasında Fransa ve Almanya’da esir kamplarında yaşamış olan Henri Tajfel’in, grup çatışmalarına dair önemli deneyimler edindiğini aktarmaktadır (Wetherell, 1996: 5’den akt. Demirtaş, 2003: 128). Tajfel çalışmalarında, din ve ırk gruplarını içeren büyük örneklemlilerle gruplarla ilgili psikolojik süreçlerle ve gruplar arası çatışmaların sonuçlarıyla ilgilenmiştir. Henri Tajfel ve John Turner, beraber yaptıkları çalışmalar sonucunda 1970’li yıllarda Sosyal Kimlik Kuramını geliştirmişlerdir. Bu kuramcılar, belli bir grubun üyesi olan bireylerin, kişisel kimlikleri ile birlikte güdülerinde, yargılamalarında ve algı süreçlerinde meydana gelen değişimlerle ilgilenmişlerdir. Açıklamaları, grup içinde, öncelikle bireyin benlik-algısının değiştiği yönünde olmuştur. Bu kuramda, “bireyin belirli bir sosyal gruba veya gruplara üyeliğinden ve bu üyeliğe atfedilen değerlerden doğan benlik kavramı, sosyal kimlik olarak adlandırılmaktadır” (Soylu, 1994: 1).

Kurama göre, bireyler için anlamlı olan grup üyelikleri, bireysel kimliklerin yerini sosyal kimliklerin almasına yol açmaktadır. Artan teknoloji kullanımları ile birlikte bireylerin kişisel kimlikleri, yerini, sosyal kimliklere bırakmakta; böylece bireyler kendi kişisel kimliklerini de anlamlı ya da anlamsız olup olmasına bakmaksızın tüketir hale gelmektedir.

Bireylerin biyolojik varlıklarını sürdürebilmeleri için tüketme eylemini gerçekleştirmeleri zorunludur; ancak, “İnsanın biyolojik açıdan varlığını en uygun koşullarda sürdürebilmesi açısından zorunlu olan bu temel tüketimin yanında, belirli bir orana kadar son derece normal karşılanabilecek olan daha başka tüketim faaliyetleri de vardır” (Vatandaş, 2015: 36). *Modern Çöküş: İnsanın Modern Halleri* adlı eserinde tüketimde temel faktörün ihtiyaçlar olduğunu belirten Vatandaş’a göre, bireylerin ihtiyaçlarını belirleyen ve tüketim davranışlarını şekillendiren faktörler (Vatandaş, 2015: 37):

1. Kişisel faktörler: Yaş, cinsiyet, meslek, öğrenim düzeyi, medeni durum, gelir düzeyi.
2. Sosyo-kültürel faktörler: Din, kültür, aile, sosyal sınıf, referans grupları.
3. Psikolojik faktörler: Güdülenme, algılama, öğrenme, tutum ve inançlar, kişilik olarak üç başlıkta belirlenmektedir.

Teknolojide yaşanan gelişmeler bireylerin tüketime ve dolayısıyla ihtiyaçları bağlamında gerçekleştirdikleri tüketime farklı bir boyut kazandırmıştır. İhtiyaçları bağlamında tüketim eylemini gerçekleştiren bireylerin yerini, her an ve her yerde tüketim eylemini gerçekleştiren bireyler almaya başlamıştır. Teknolojinin sunduğu sanal ortamlarda sınırsız sayıda bireyle ve bu bireylerin hayatlarının hemen her anıyla karşılaşan bireyler, kendi yaşamlarından memnun olmamaya ve karşılaştıkları bu yeni grupları kendilerinden üstün tutmaya başlamıştır. Kendi grubundan ve grup kimliğinden giderek uzaklaşmaya başlayan modern toplum bireyleri için “kimlik” kavramı tüketilen bir somut nesne haline gelmeye başlamıştır. Bununla birlikte kimliği tüketim nesnesi haline getiren bireylerin sayısı da her geçen gün artış gösterir hale gelmiştir. Böylelikle Aldous Huxley’in *Cesur Yeni Dünya* isimli kitabının önsözünde belirttiği üzere, her şeyin ulaşılabilir olduğu bir dünyada hiçbir şeyin anlamı kalmamıştır (Huxley, 2016: 15).

Bu bağlamda bu çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın konusu, amacı, önemi ve yöntemi aktarılmaktadır. İkinci bölümde çalışmanın kuramsal arka planı verilmiştir. Bu bölümde ilk olarak teknoloji ve teknoloji bağımlılığının gelişim sürecine dair ortaya konulan görüşlere, teknoloji bağımlılığının değerlendirilmesine ve ruhsal bozukluklarla ilişkisine dair kuramsal açıklamalara yer verilmiştir. Ardından tüketim, kimlik ve sosyal kimlik kavramları bilimsel literatüre dayanarak açıklanmıştır. Tüketim kavramı, sosyal kimliğin doğuşu ve sosyal kimlik kuramı yine bu bölüm altında açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise çalışmanın bulguları ve analizleri bulunmaktadır. Daha sonrasında bu bulgular sonuç bölümünde ulusal ve uluslararası literatüre atıflar yapılarak aktarılmış ve bu amaçla gelecek çalışmalara yön vermesi açısından öneriler geliştirilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI ve YÖNTEMİ

1.1. Araştırmanın Konusu

Teknoloji bağımlılığı ve kimlik ile alakalı literatüre bakıldığında konuların kendi içlerinde incelendiği ancak teknoloji bağımlılığının kimlik üzerindeki etkisine dair yeterli miktarda çalışmanın olmadığı görülmüştür. Çalışmalar çoğunlukla teknoloji ve bağımlılık kavramlarını bir arada incelerken; kimlik ile alakalı incelemeler çoğunlukla kimliğin kapsadığı kavramlar, birey ya da belli bir grubun kimliği gibi alanlarda yoğunlaşmaktadır.

Bilgi toplumu, bilgi çağı, enformasyon toplumu gibi kavramlarla tanımlanan 21. yüzyıla dair kavramlardan bir diğeri 1973 yılında Daniel Bell tarafından ortaya koyulan “sanayi sonrası” kavramı olmuştur. Sanayi sonrası kavramı “bilgisayar teknolojisini kullanarak bilgi üretme” anlamında kullanılmış ve “yeni bir toplumsal hareketin habercisi” olmuştur (Arık, 2018: 21). “Sanayi toplumlarında üretimin merkezi fabrikalar ve mal üreten birtakım makineler iken; sanayi sonrası toplumlarda üretimin merkezi bilgisayar üzerinden veya bilgi üreten, onu pratiğe taşıyan elektronik aletler tarafından gerçekleşir” (Macdonald’ten akt. Can, 2013: 84). Teknoloji çağı olarak adlandırılmaya başlayan günümüzde bilgisayar, internet, sosyal medya gibi teknolojinin sunduğu imkânlar bireylerin yaşamları için vazgeçilmez bir hale gelmektedir.

Endüstri alanında yaşanan gelişmelerle birlikte bireylerin teknoloji ile olan ilişkilerinin arttığı gözlemlenmektedir. Teknoloji sunduğu imkânlar ile sınırsız bir deneyimi zaman ve mekân gözetmeksizin bireylere sunmaktadır. Bireyler kendilerine sunulan bu imkânları her geçen gün daha fazla değerlendirme yarışı içerisine girmekte ve teknolojinin ortadan kaldırdığı zaman ve mekân sınırları, bireylerin hayatlarında dikkate değer değişimlerin yaşanmasına sebep olmaktadır. “Artık telefonlarımızı konuşmaktan ziyade sosyal medya uygulamalarımızın sunucusu olarak kullandığımız hesaba katılırsa” (Pettman, 2018: 44), teknolojik araçlar birbirinden farklı amaçlarla bireylerin hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmekte ve toplum, her geçen gün bu araçlara bağılılığı ya da bağımlılığı artan bireylerden oluşmaya başlamaktadır.

Teknoloji sunduğu imkânlarla, bireylere sadece kendi çevrelerinden olan bireylerin değil, aynı zamanda farklı coğrafyalarda yaşayan bireylerin hayatlarına dair haberler alabilme imkânını da beraberinde getirmektedir. Bunun bir sonucu olarak bireyler daha evvel haberdar olmadıkları ve çoğu zaman kendilerine yabancı olan birçok kavram ya da durumla karşı karşıya kalmaktadır. Bu durumda bireyler karşı karşıya kaldıkları bu kavram ya da durumları reddetmekte veya benimseme yoluna gitmektedir. Böylelikle bireylerin benlik ve kimlik algıları da karşılaştıkları her kavramla sorgulanmaktadır.

Kimlik, “insanın kendisini sosyal dünyasında nasıl tanımladığını ve nasıl konumlandığını, onun kim olduğunu ve nerede durduğunu” (Sürgevil, 2008: 114) gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknoloji sunduğu imkânlarla beraber bireyleri, kimlik algılarına dair sorgulamaya yönlendirmektedir. Bireylerin hayatlarının en belirleyici parçası olan kimlik, bu süreç içerisinde bireyler tarafından tüketilmekte ve bu tüketim kısa sürelerde tekrarlanarak bireylerin kimliğine çoğunlukla zarar vermektedir.

“Gerçek hayatlarından hoşnut olmayan kişiler için tüketmek yeni bir kimlik, yeni bir hayat edinmektir” (Sayar, 2013: 20). Kimlik arama döngüsü içerisinde bireyler neyi istediklerini ya da neyi hissettiklerini bilmemektedir. Kendi hayatlarında ne istediğini ya da hissettiğini bilmeyen bireyler, cevaplarını karşılaştıkları yeni kimliklerde aramaktadır. Bu arama eylemi giderek kimliği tüketilebilir bir kavrama dönüştürmektedir.

Bu çalışma sonucunda da teknoloji bağımlılığı ve bağımlılık sonucunda tüketilen kimlikleriyle bireylerin, yeni kimliklerin arayışına girmekte oldukları ve kimliklerini birer tüketim nesnesi haline getirdikleri ortaya koyulmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, teorik olarak teknoloji bağımlılığının bireylerin kimlik algılamaları üzerindeki etkisini belirlemek, kimliğin her geçen gün tüketilen bir nesne haline gelip gelmediğini ortaya koymak ve lisansüstü öğrenim gören öğrencilerin teknoloji bağımlılığı bağlamında kimlik kavramının tüketilen bir nesne haline gelip gelmediği hakkındaki görüşlerini tespit etmektir. Araştırmanın pratik çerçevesi, nitel

veri analiz yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile kimliğin tüketilen bir nesne haline gelmesinde teknoloji bağımlılığının rolünü araştırarak açıklamaya çalışmaktadır. Araştırmanın nitel boyutuna ilişkin alt amaçları şunlardır:

1.2.1. Nitel Boyuta İlişkin Alt Amaçlar

Araştırmanın nitel boyutunun amacı, teknoloji bağımlılığı ve sosyal kimliğin bir tüketim nesnesi haline gelmesi konusunda yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin görüşlerini belirlemektir. Bu amacı gerçekleştirmek için nitel veri toplama yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme basit olarak önceden hazırlanmış soruların katılımcılara aynı sırayla sorulması ile katılımcıların fikirlerinin alınması üzerine kurulu bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Görüşmeler toplamda 15 adet lisansüstü öğrenim gören yüksek lisans ve doktora öğrencisinden, artan teknoloji bağımlılığı doğrultusunda bireylerin kimliklerini tüketmelerine dair görüşleri alınarak ortaya koyulacaktır. Araştırmanın nitel boyutuna ilişkin alt amaçları karşılayan araştırma soruları aşağıda yer almaktadır ¹:

1. Teknolojik araçları en çok hangi amaçlarla kullanıyorsunuz? (Mesajlaşma, çevrim içi oyun, sosyal ağ ya da web siteleri gibi.) (Aydın, 2017: 84- 85'den hareketle).
2. Teknoloji bağımlılığı hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
3. Bir bireyin “teknoloji bağımlısı” olarak değerlendirilebilmesi için sizce kaç saat teknolojiyi kullanması gerekir? (yaklaşık olarak)
4. Teknolojinin sunduğu imkanlardan bir gün içerisinde (yaklaşık olarak) kaç saat faydalaniyorsunuz? (TÜİK, 2019'dan hareketle).
5. Teknolojiye bağımlı olduğunuzu düşünüyor musunuz?
6. “Tüketim” kavramı hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
7. “Kimlik” kavramı hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
8. “Sosyal kimlik” sizin için ne ifade ediyor?
9. “Kimlik tüketimi” kavramının size çağrıştırdıkları nelerdir?

¹ Yarı yapılandırılmış görüşme esnasında kullanılacak olan araştırma soruları benzer çalışmalara dair literatür taramasından hareketle hazırlanmış; esinlenilen çalışmalara atıfta bulunulmuş ve kaynakça bölümünde detaylı olarak yer verilmiştir.

10. Sizce bir insanın kimliği gördüğü görüntülerden ya da duyduğu şeylerden etkilenebilir mi?
11. Kimliğinizin teknoloji kullanımınız doğrultusunda değiştini düşünüyor musunuz?
12. Bireylerin teknoloji kullanım sebepleri ve süreleri doğrultusunda kimliklerini tüketmeleri hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma, bireylerin artan teknoloji kullanımları ile birlikte kimlik kavramını da tüketmeye başladıkları görüşünden hareket etmektedir. Pettman’a göre, “İnternete tek bir günde yüklenen görüntü, bir insanın tüm ömrü boyunca izleyebileceğinden çok daha uzun bir süreye sahiptir” (Pettman, 2018: 42). Bireyler tüm hayatları boyunca izleyemeyecekleri ya da karşı karşıya kalamayacakları görüntülerin hızına yetişmeye çalışmaktadır. Farklı coğrafyalardan birbirinden farklı bireylerin hayatlarına birkaç dakikalığına ya da saniyeliğine de olsa tanıklık etmek isteyen bireyler, sürekli olarak kendi hayatları ve dolayısıyla kimlikleri üzerine bir kıyaslama içerisine girmektedir.

Teknolojide meydana gelen değişim ve yenilikler bireyleri, her geçen gün teknoloji ve teknolojinin sunduğu imkânlarla bağımlı hale getirmektedir. Teknolojinin sunduğu bu imkânlar dâhilinde bireyler yeni içeriklere maruz kalmakta, sanal ortamda yaşadıkları deneyimleri giderek özelleştirme fırsatını bulmaktadır. Reel hayatta kendilerine seçenek sunulmayan bireyler, teknolojinin kendilerine sunduğu seçeneklerle var olduğunu en başta kendisine kanıtlamaya çalışmaktadır. Ancak bu varoluş bireyin giderek kendi kimliğinin dışına çıkması ile olmaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler bireylere zaman ya da mekân ayrımı gözetmeksizin her istediğine ulaşabilme imkânını sunmaktadır.

Bu bağlamda çalışma kapsamında teorik olarak öncelikle teknoloji, teknoloji bağımlılığı, kimlik ve tüketim kavramları açıklanmaya çalışılmaktadır. Çalışmanın pratik boyutunda ise nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak bireylerin bağımlılık bağlamında kimliğin tüketilen bir nesne haline gelmesi konusunda görüşlerine yer verilmektedir.

Çalışma kapsamında literatür tarandığında teknoloji bağımlılığı ve kimlik tüketimi konularını birlikte ele alan ve inceleyen araştırma sayısının az olmasından hareketle, çalışmanın teorik ve pratik özgünlüğünün ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda çalışmanın, bireylerin teknoloji bağımlılığı ve kimliğin tüketilmesi üzerine görüşlerini ortaya koymak, teknoloji bağımlılığı ve kimlik tüketimi arasındaki ilişkiyi belirlemek, Sosyal Kimlik Kuramı ile teknolojinin tükettiği kimliklerin açık ve net bir şekilde ortaya koyulmasını sağlamak açısından özgün ve önemli olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırma teknoloji bağımlılığı ve kimlik konularını ele alarak incelemesi açısından özgün olmakla birlikte ilgili literatüre bilimsel bilgi katkıda bulunması açısından önemlidir.

1.4. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma bireylerin teknoloji bağımlılığı bağlamında kimliğin tüketilmesi hakkında görüşlerinin açık bir şekilde elde edilebilmesi açısından nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Nitel araştırma, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik” (Yıldırım ve Şimşek, 2003) olarak nitel bir sürecin işlemesine olanak tanıyan çalışmadır. Niteliksel araştırmalarda “olaylar araştırmacının gruba katılmasından etkilenmez” (Uzuner, 1999: 179).

Yıldırım ve Şimşek’in ifade ettiği üzere nitel araştırmada yaygın olarak gözlem, görüşme ve dokümanların incelenmesi olarak üç veri toplama tekniği kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Görüşme genellikle bir kişi ya da bir grup üzerinden yapılmaktadır. “Görüşme sırasındaki söyleşiler, araştırmacı tarafından karşıdaki kişiden bilgi alabilmek amacıyla yapılmaktadır” (Batu, 2000). Görüşmeler genellikle yapılandırılmış, yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış olarak sınıflandırılmaktadır.

Bu araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler katılımcının algıladığı dünyayı kendi düşünceleriyle anlatmasını” (Merriam, 2015: 88) sağladığı için önemlidir. Bu görüşme tekniğinde tüm görüşmelerde kullanılmak üzere sorular hazırlanmakta ve sorular görüşülen kişilere aynı sırayla sorulmaktadır. Görüşülen kişinin görüşme sırasında soruları istediği genişlikte

yanıtlamasına izin verilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Merriam'ın ifade ettiği üzere yarı yapılandırılmış görüşme yapılandırma sürecinde (Merriam, 2015: 87) ;

- Görüşme kılavuzu yarı yapılandırılmış görüşme sorularını içerir.
- Sorular esnektir.
- Genellikle her katılımcıdan spesifik veriler toplanır.
- Görüşmenin büyük bir kısmı açıklığa kavuşturulması istenen sorular veya sorunlardan oluşur.
- Önceden belirlenmiş ifade ve soru ayrıntıları yoktur.

“Çoğunlukla görüşmecilerden özel bilgi istendiği kısımda” yapılandırılmış ya da yarı yapılandırılmış “görüşme teknikleri kullanılır, fakat görüşmenin büyük bir kısmı keşfedilmesi gereken konuların açığa çıkarılması için sorulan sorular veya bir konu tarafından yönlendirilir ve ne bir cümle yapısına ne de soruların önceden kararlaştırılmasına gerek yoktur” (Merriam, 2015: 88). Bu teknik, konuşma esnasında katılımcıya farklı sorular sorarak konunun açılmasına, farklı fikirlerin ortaya çıkmasına ve yeni fikirlere ulaşılmasına yardım etmektedir.

1.4.1. Evren ve Örneklem Belirleme Süreci

Türnüklü'nün ifade ettiğine göre, “Nitel araştırma yöntemlerinin ve tekniklerinin kullanıldığı çalışmalarda araştırma genellikle küçük bir örneklem üzerinde” gerçekleştirilmektedir (Türnüklü, 2000: 548). Bu örneklem amaçlı bir şekilde seçilmiş olmak koşulu ile “bir kişi (n=1)” olabilmektedir (Patton, 1990:169'dan akt: Türnüklü, 2000: 548). Ancak seçilen örneklem evrene genellemesinin gerçekleştirilebilmesi için, “örneklem seçiminde istatistiksel temsil edilebilirlik yerine örneklem daha bütünsel, derinlemesine ve bağlamında anlaşılmasına ilişkin yönelim” söz konusu olmaktadır (Türnüklü, 2000: 548). Abbas Türnüklü'nün Lincoln ve Guba'dan aktarımına göre, “nitel çalışmalarda örneklem seçiminde olabildiğince en geniş miktarda bilgi sağlayacak kişilerin seçimine” yönelinmesi gerektiğini belirtilmektedir (Lincoln ve Guba, 1985: 233'dan akt: Türnüklü, 2000: 548). Bu nedenle örneklem seçimi amaca dayalı olarak gerçekleştirilmektedir.

Amaca dayalı örneklem seçim tekniği olasılığa dayalı olmayan (yargısal) örneklem seçim teknikleri arasında yer almaktadır. Bu teknikte örneklem seçimi,

evrenin özellikleri hakkında bilinen bilgilere dayanılarak ve araştırmanın amacına göre seçilmektedir. Amaçsal örneklemelerde araştırmacı, evreni temsil ettiğini düşündüğü bir alt grubu örneklem olarak seçmektedir.

Bu nedenle bu araştırmanın evrenini İnönü Üniversitesi'nde lisansüstü eğitim gören öğrenciler; örneklemi ise yüksek lisans ve doktora öğrencisi 15 birey oluşturmaktadır. Çalışılan konu ile ilgili daha fazla bilgi sunabilecekleri göz önünde bulundurularak çalışmada lisansüstü eğitim gören kişiler ile görüşme sağlanmıştır. Veri toplamada katılımcıların gönüllü olmaları temel alınmıştır. Bu nedenle araştırmaya gönüllü olarak öğrenciler seçilmiş ve görüşme bu öğrenciler üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Rubin ve Rubin, “görüşme tekniğinin kullanıldığı bir eğitim bilim çalışmasında, örneklemin sayısı düşünüldüğünde verilecek yanıtın, yapılan görüşmelerden çok az miktarda bilgi elde edilmeye başlandığında örneklemin tamamlandığını” belirtmektedir (Rubin ve Rubin 1995: 73’ dan akt: Türnüklü, 2000: 548) . Buradan hareketle elde edilen bilgiler yeterli gelmeye başladığında görüşme yapılacak kişilerin sayısının yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Aynı şekilde Patton, “amaçlı olarak seçilen örneklemin seçiminde hedef, çalışılan konu ile ilgili olarak daha fazla bilgi sunacak kişileri seçmenin temel amaç olduğunu” ve “sayı konusunda esnek olunabileceğini” belirtmektedir (Patton, 1990: 169’dan akt: Türnüklü, 2000: 548).

1.4.2. Veri Toplama ve Analiz Teknikleri

Araştırmanın metodolojisi kapsamında nitel araştırma yönteminden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak verilerin elde edilmesi planlanmıştır. Görüşülen kişilerin bağımsız düşünebilmeleri amacıyla veri toplama sürecinde açık uçlu sorular tercih edilmektedir. Gerekli görüldüğü takdirde görüşülen kişinin fikirlerini daha açık bir şekilde ifade etmesi amacıyla soruların çeşitlendirilmesi için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmaktadır. Görüşme sağlanacak yüksek lisans ve doktora öğrencilerine toplamda 15 soru yöneltilmektedir.

Araştırmanın nitel boyutunun amacı teknoloji bağımlılığı bağlamında bireylerin kimlik tüketimi hakkındaki görüşlerini almak olduğundan dolayı, nitel veri toplama tekniklerinden biri olan görüşme tekniğinden yararlanılmaktadır. Görüşme tekniğiyle

katılımcıların görüş, tutum, öneri ve şikâyetlerine yer verilebilmektedir. Görüşmeler çalışmanın amaçlarına göre yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmak üzere 3 türde olabilmekle birlikte; bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme kullanılmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme iki uygulamanın özelliklerinin birlikte kullanılmasını sağlayan görüşme tekniğidir (Karasar, 2009: 168).

Bu çalışmada görüşme tekniğinin kullanılmasının birçok gerekçesi bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi, görüşme sağlanan kişilerin dünyalarını anlamada ve onların kendi dünyalarını nasıl anladıklarını ve yaşadıklarını belirlemede kullanılan en etkili yöntemlerden birinin görüşme tekniği olmasıdır. Aynı zamanda, görüşülen kişiler ve araştırmacı diğer tekniklerle kıyaslandığında görüşme tekniğinde daha rahat olmaktadır. Böylece kendilerini daha iyi ifade edebilmektedirler (Yıkmış ve diğerleri, 2002: 116).

Çalışma kapsamında görüşme sağlanacak katılımcıların görüşlerinin 2020 yılı Aralık ayı içerisinde alınmıştır. Görüşme sorularının her bir katılımcıya aynı sözcüklerle sorulmasına özen gösterilmiştir. Görüşme katılımcının istediği yer ve zamanda gerçekleştirilmiş ve görüşmeye gitmeden önce haber verilmiştir. Görüşme esnasında ses kayıt cihazı ve not alma tekniği kullanılmıştır. Ses kayıt cihazı katılımcılara haber verildikten ve onayları alındıktan sonra kullanılmıştır.

Aralık ayında katılımcılardan alınan görüşler Aralık ve Ocak ayları içerisinde analiz edilmiştir. Araştırma için toplanan ses kayıtları araştırmacı tarafından farklı zamanlarda dinlenerek bilgisayar ortamında kayda alınmıştır. Veriler toplanırken ve analiz edilirken etik açıdan her bir görüşmeciye bir kod verilmiştir. Örneğin “katılımcı 1” kodu, 1. görüşmeciye ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.

1.4.3. Araştırma Soruları

Çalışma süresince aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmaktadır:

- Teknoloji bağımlılığı kimlik kavramını tüketilen bir nesne haline getirmekte midir?

- Bireylerin teknolojik araçları kullanım süre ve amaçları, teknolojiye bağımlı olmalarına sebep olmakta mıdır?
- Pandemi süreci bireylerin teknoloji kullanım pratiklerinin artmasına neden olmakta mıdır?
- Bireylerin teknoloji kullanımlarının sonucunda farklı kimliklerle karşılaşmaları kimliklerinin değişmesine sebep olmaktadır?
- Bireylerin teknolojik ortamlarda görüp duydukları şeyler, kimliklerinin etkilenmesine neden sebep olmaktadır?
- Bireylerin teknoloji kullanım pratiklerinin değişmesi “kimlik” kavramının tüketilen bir nesne haline gelmesine sebep olmakta mıdır?



İKİNCİ BÖLÜM

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Teknoloji Ve Teknoloji Bağımlılığının Gelişimi

Dünya’da internet ile ilgili temel gelişmelerin “Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı tarafından 1969 yılında internet ağı oluşturulması çalışmalarıyla” (Ektiricioğlu ve ark., 2020: 53) başladığı görülmektedir. 1989 yılı itibariyle halkın kullanımına açılan internet ağları, 1991 yılında ticari olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ülkemiz sınırlarında ise ilk geniş internet ağının 1986 yılında kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Ancak ilerleyen yıllarda kullanılan internet ağının yetersiz kalması ve kullanıcıların ihtiyaçlarına cevap verememesi ile birlikte, “Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), internet teknolojilerini kullanan yeni bir ağın tesis edilmesi yönünde bir proje başlatmış ve bu projenin geliştirilmesiyle 1993 yılında ülkemizde ilk internet bağlantısı gerçekleştirilmiştir” (Parlak, 2005: 28- 30). Böylelikle teknoloji bireylerin hayatının bir parçası olmaya başlamıştır.

Teknoloji, internet üzerinden bilgiye kolay ve hızlı erişimi teşvik etmesi ile günümüz insan hayatının her alanına girmiş durumdadır (Meral, 2018: 472-475). Bireyler herhangi bir kısıtlama ile karşılaşmaksızın teknolojinin sunduğu imkânlar doğrultusunda hayatlarındaki hemen her ihtiyacı karşılamanın bir yolunu bulabilmektedir. Teknoloji, bireylere sunduğu imkânları her geçen gün onların kullanım ve ihtiyaçları doğrultusunda yenilemektedir. Teknolojik gelişmelerin bireylere sunduğu yenilikler, bireylerin hem gündelik hayatlarını hem de 21. yüzyılın değişen dünya koşullarına uyum sağlamasını kolaylaştırmaktadır (Çakır ve Oğuz, 2017: 418-429) .

Teknoloji insan hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelirken bir takım problemleri de beraberinde getirmiştir. Teknolojik aletlere internet kullanım imkânının eklenmesi ile birlikte teknoloji ve internet kullanım ağını bir arada sağlayan yeni elektronik cihazlar gelişmeye başlamıştır. Her geçen gün cep telefonu, sosyal medya araçları, televizyon, tablet ve dijital oyunlar, bireylerin gündelik yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve hala gelmeye devam etmektedir. Teknolojinin kendini

giderek geliştirmesi ile teknoloji ve internet ağlarının bir arada kullanıldığđ sistemlerin sayısı da artmaya başlamıştır. Bireyler telefonlarına indirdikleri uygulamalar aracılığıyla evlerinde olmasalar dahi evlerinin eşyalarını uzaktan kontrol edebilme imkânını elde etmiştir.

Teknoloji internet ağlarını kullanarak geliştirdiği ürünlerin kapsamını, uzaktan kontrol edilebilir klima, perde ve ışıklardan, buzdolabı ya da derin dondurucuların içerisinde olan ürünleri telefon ekranından görmeye ve süresi bittiğinde kendi kendine kapanan fırın ya da çamaşır makinalarından, odaların krokisini oluşturduktan sonra evin içerisini süpüren ve şarjı bittiğinde otomatik olarak şarj yuvasına dönerek kendisini şarj eden küçük robotlara kadar genişletmektedir. Bu imkânlar bir yandan bireylerin hayatlarını kolaylaştırırken diğer yandan bireyleri teknoloji dünyasına çekmekte ve böylelikle teknolojik imkânların kesintiye uğradığđ ya da olmadığđ mekânlarda zorlanmalarına sebep olmaktadır.

“Teknoloji ve internetin birleşmesiyle ortaya çıkan bu cihazlar insanları adeta kuşatma altına almıştır” (Akkaş, 2019: 20). Tüm bu ürünler, ilk olarak eğlenme ya da boş zaman geçirme aracı olarak ortaya çıkmalarına karşın alışkanlık boyutunda olan kullanımları beraberinde getirmeye ve bu kullanımlar da bir süre sonra bağımlılığa dönüşmeye başlamıştır. Genel olarak madde ile anılmasına aşına olunan bağımlılık kavramı teknoloji kullanımlarının bağımlılık oluşturacak düzeyde artması ile birlikte içerik ve anlamsal açıdan değişime uğramaktadır.

2.2. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılık, “bir maddenin amacı dışında ve o maddeye karşı gelişen tolerans sonucu, gittikçe artan miktarlarda alınması, kişinin yaşamında sorunlara neden olmasına rağmen kullanımının sürdürölmesi ve madde alımı azaltıldığđnda ya da bırakıldığđnda yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkması ile giden tablo” olarak tanımlanmaktadır (Uğurlu ve ark., 2012: 38).

Ercan’a göre, kullanıcılar birden fazla kullandıkları maddeleri bırakmak istemelerine rağmen bırakamıyorsa, madde kullanım dozu ve sayısı bırakma isteğine rağmen artıyorsa, madde bulunamayan anlarda yoksunluk belirtileri yaşıyorsa, maddenin zararlarına karşın madde kullanımı devam ediyorsa bu kişiye “bağımlı”, bu

hastalığa ise “bağımlılık” adı verilmektedir (Ercan, 2013: 6). Bireyler, belli bir haz duygusunu tatmin edebilmek adına madde kullanımına başlamakta ancak bu durum bir süre sonra gündelik hayata devam etmenin ya da başlı başına hayata devam edebilmenin bir zorunluluğuna dönüşmektedir.

Madde bağımlılığı genel olarak, “keyif verici bir maddenin belirli bir etkiyi elde etmek için alınması sürecinde ortaya çıkan bedensel, ruhsal ya da sosyal sorunlara rağmen madde alımının devam etmesi, madde alma isteğinin durdurulamaması ve madde alınmadığı zamanlarda yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkması durumu” olarak tanımlanmaktadır (Hazar, 2018: 47).

Madde kullanımına dair ortaya belirtiler (Morrison, 2016: 400- 401):

- ***Daha fazla kullanmak:*** Pek çok bireymadde kullanımlarına küçük miktarlarla başlasa da bu miktarlar zaman geçtikçe artmaktadır. Böylelikle bireyler daha fazla madde kullanmaktadır.
- ***Kontrol ile ilgili konular:*** Bireyler madde kullanımlarını kontrol etmeye çalışmakta ancak bu kontrolde başarılı olamamaktadır.
- ***Harcanan zaman:*** Özellikle alkol bağımlılığı haricinde bağımlılık türlerine sahip bireyler, madde kullanabilmek amacıyla fazla zaman harcayabilmektedir.
- ***Madde isteği:*** Madde kullanımlarında ya da kumar oynama gibi davranışlarda dopamin salgılanmasıyla beraber madde alım isteğini artmaktadır.
- ***Sorumluluktan kaçmak:*** Madde kullanan bireyler alınan maddenin etkisi altındayken sorumluluklarını aksatabilmektedirler. Örneğin alkol kullanım bozukluğu olan bireyler alkol tüketebilmek uğruna evdeki, toplumdaki veya işteki görevlerini yerine getirmemektedirler.
- ***Kişiler arası/sosyal ilişkilerde kötüleşme:*** Madde kullanımları bireylerin yakın çevreleriyle olan ilişkilerinin kötüye gitmesine sebep olsa da bireyler kullanmaya devam etmektedir.
- ***Aktivitelerinde azalma:*** Madde kullanan bireyler, genellikle işlerini ya da sosyal aktivitelerini ksatmatadırlar.
- ***Fiziksel tehlikelerin önemsenmemesi:*** Alkol etkisi altındayken bireylerin en sık karşılaştıkları durum araba kullanmakken, ağır makineler kullanan bireylerde söz konusu olmaktadır.

- **Psikolojik/tıbbi uyarıların önemsenmemesi:** Madde kullanan bireyler kendilerinde ortaya psikolojik uyaranlara rağmen madde kullanımlarına devam etmektedir. Örneğin damardan madde kullanan hastalar HIV enfeksiyonuna ve hepatit riskine rağmen madde alımlarında ortak iğneleri kullanabilmektedir.
- **Tolerans:** Madde kullanan bireylerin vücudu alınan maddenin kimyaa etkilerine her geçen gün alıştığı için, bir önceki kullanımda alına etkiyi elde etmek amacıyla daha fazla madde alındığında bireylerde tolerans gelişmektedir.
- **Yoksunluk:** Hem maddelerin bir özelliği olan bir semptom grubu olarak hem de bu semptomlardan kaçınmak veya bunları tedavi etmek için maddelerin kullanılması olarak ortaya çıkabilmektedir.

Bu belirtilere göre Amerikan Psikiyatri Birliği (APA), *Mental Bozuklukların Tedavisi ve İstatistik El Kitabı IV*' de bağımlılık kavramının klinik olarak teşhisinin konulabilmesi için bazı kriterler belirlemiştir. Belirlenen kriterlerden en az üç veya daha fazlasının belirtilerini belirli bir (kısa) zaman içerisinde gösterenleri ise bağımlı olarak tanımlamıştır (Ögel, 2018: 61) :

- **Tolerans:** Maddeler belirli bir süre kullanıldıktan sonra aynı etkiyi vermemektedir. Aynı etkinin devam etmesi için artan miktarda madde kullanmak gerekmektedir.
- **Yoksunluk:** Alkol, uyuşturucu gibi bazı maddeler kullanmayı bıraktıktan sonra yoksunluk belirtilerine yol açmaktadır. Bulantı, kusma, karın ağrısı, uykusuzluk, halsizlik bu belirtiler arasındadır. Yoksunluk belirtileri kullanılan maddeye göre değişiklik gösterebilmektedir.
- **Aşırı tüketim ya da kontrolsüzlük:** Maddeleri planlanandan daha fazla almak aşırı tüketime girmektedir. Madde kullanımını kontrol edememek ve buna bağlı olarak başarısız bırakma girişimleri söz konusu olmaktadır.
- **Madde temini için fazla zaman harcamak:** Bağımlı kişiler zamanlarının çoğunu kullandıkları maddeleri temin edebilmek için harcamaktadırlar.
- **Zarar görmeye rağmen kullanmaya devam etmek:** Madde kullanan kişinin iş aile ve arkadaşlık ilişkileri bozulabilmektedir. Buna rağmen kişiler madde kullanımlarını bırakamamaktadırlar. Maddenin psikolojik ya da fizyolojik olarak kişiye verdiği zarara rağmen kullanılması da bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Özetle, kullanılan madde miktarının ortaya çıkan problemlere karşı giderek azalmak yerine giderek artması, kullanımı azaltma ya da bırakma çabalarının olumlu sonuç vermemesi, madde tüketimini en aza indirebilmek için çok fazla çaba gösterilmesi ve madde tüketiminin bireylerin sosyal yaşamlarını etkiler hale gelmesi gibi belirtileri gösteren bireyler “bağımlı” olarak nitelendirilmektedir.

2.3. Bağımlılığın Nedenleri

Bireylerin herhangi bir maddeye bağımlı olmalarının altında yatan birçok farklı sebep söz konusu olabilmektedir. Bu nedenler bağımlılığın bizzat kendisini de kapsamak üzere bireyin içerisinde yer aldığı çevre ile de ilişki içerisinde olabilmektedir. Psikolojik ve biyolojik olarak sınıflandırabilecek nedenler bireyin sosyal ve kültürel çevresinde yer alan nedenlerle bir arada bulunabilmektedir.

2.3.1. Psikolojik Nedenler

“Benlik algısı, insanın kendisine ilişkin zihninde oluşturduğu görüntü” lerden meydana gelmektedir (Gerçek, 2015: 65). Benliklerine dair fikirleri olmayan ya da kim olduklarını bilmeyen bireylerin sosyal ortamlarda kendilerine bir yer edinmeleri ve iletişim kurmaları mümkün olmamaktadır. Benlik, bireylerin sosyal ortamlara katılarak diğer bireylerle iletişim kurmalarını kolaylaştırmaktadır. Böylece bireylerin en önemli ihtiyaçlarından biri olan kendisini ifade etme yani iletişim kurma ihtiyacı karşılanmakta ve bireyler hayatta kalmaktadır. “Benliğimiz, içinde bulunduğumuz dünyayı, insanları ve kendimizi belirlemede önemli rol” oynamaktadır (Akkaş, 2019: 15). Benlik algısı bireylerin algıları ile bir araya geldiğinde duygu, düşünce ve davranışlar üzerinde etkili olmaktadır.

Kağıtçıbaşı ve Cemacılar’a göre, bireylerin “Ben kimim?” sorusuna verdikleri bir cevap söz konusudur. “Herkesin bu soruya diğer insanlardan farklı bir cevabı vardır. Verilen bu cevap kişinin benlik şemasını ya da benlik kavramını” oluşturmaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemacılar, 2014: 249). Bireylerin çevreleri ile olan ilişkilerinde etkili bir faktör olan benlik kavramı, çevresiyle etkili iletişim kuramayan bireylerde kaygı, korku gibi duygusal durumları beraberinde getirmektedir. Güney’in Alfred Adler’den aktarımına göre (Güney, 2009: 202),

“İnsan davranışlarının temelinde üstünlük ve egemenlik duygusu bulunur. İnsanların üstün olma duyguları engellendiği zaman aşağılık duygusu oluşmaktadır. Güçlü olmak, üstün olmak insan gelişiminde önemlidir. Doğuştan gelen hastalıklar, engelli olma durumu, eğitimde başarısızlıklar, iş hayatındaki sorunlar insan hayatında olumsuzluklar yaratır. Bu olumsuzluklar aşağılık duygusunun yaşanma ihtimalini artırır. Bu duygularla baş edemeyenler uyuşturucu, esrar, eroin gibi maddeler kullanarak ya da teknolojik araçlarla (tablet, akıllı cep telefonları, bilgisayar ve dijital oyun vb.) zaman harcayarak bu eksikliklerini kapatmaya çalışmaktadırlar”.

Bireylerin içerisinde bulunduğu ortamlarda saygı, sevgi ve güven gibi manevi ihtiyaçlarının yeterli düzeyde karşılanması gerekmektedir. Bu duygular yeterli oranda tatmin edilmediğinde bireylerin gelişimleri zarar görmekte ve yalnızlık, sevgisizlik ya da güvensizlik gibi duygular söz konusu olmaya başlamaktadır. Bireyler bu olumsuz duyguları teknolojik araçları kullanarak doldurmaya çalışmaktadır. Günümüzde bu tatminsizlik hissi aile içerisinde kadar girmiş ve “aile içerisinde özellikle çocuklar ve anne babaların birçoğu teknolojik araçları kullanmaktadır” (Ögel, 2018: 14).

2.3.2. Biyolojik Nedenler

Bağımlılık söz konusu olduğunda genetik, beynin ödül mekanizması ve aşırma en önemli biyolojik faktörler olarak karışımıza çıkmaktadır. Genetik faktörler genel olarak, bireyin içerisine doğduğu ailenin genetik yapısıyla alakalı gen dizilimi veya kromozomlardır. Beyin, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmelerine ve uygun davranışları göstermelerine yardımcı olan mekanizmalardan oluşmaktadır. Bu mekanizmalara ödül mekanizmaları denilmektedir. Aşırma ise günlük yaşamda herhangi bir şeye duyulan güçlü arzu, istek olarak tanımlanmaktadır (Akkaş, 2019: 17). “Birey maddeye aşerebilir” (Ercan, 2013: 25).

Beyinde bireylere zevk veren dürtüleri düzene koyan ve bireylerin duygularını anlamasına ve anlamlandırmasına yardımcı olan bir limbik sistem bulunmaktadır. Bu sistem, bireyler zevk aldıkları eylemleri gerçekleştirirken çalışmaktadır. Beyinde bulunan bir diğer sistem olan korteks sistem ise, “beynin düşünme merkezi olup, düşünme, plan yapma, problem çözme ve karar verme yeteneklerini yönetmektedir” (Ögel, 2018: 24). Limbik sistem haz duygularını harekete geçirdiği için bireylerin içerisinde bulunduğu olumsuz duygu ve düşüncelerden uzaklaşıp, haz veren duygu ve düşüncelere yönelmesine sebep olur. Bireyi içerisinde bulunduğu olumsuz durumlardan

uzaklaştıran bu duygu ve düşünceler ise çoğunlukla bireyin bağımlılığa sürüklenmesine sebep olabilecek maddelere yönelmesine sebep olmaktadır.

2.3.3. Sosyal ve Kültürel Nedenler

Bağımlılık durumu bireylerde doğumla birlikte var olmayan ancak daha sonraki süreçte öğrenme sonucunda gerçekleşen bir süreçtir. Bireylerin bir parçası oldukları toplum, sosyal çevre ve kültürel etkenlerde bağımlılığı etkileyebilmektedir. Herhangi bir maddenin bireyin çevresinde olması ve çeşitli nedenlerle bireyin bu maddelerden haberdar olması ile birlikte madde kullanımı başlamaktadır. Bireylerin sosyal çevrelerinde bulunmayan maddeleri kullanma imkânları söz konusu olmamaktadır. Maddenin bulunmadığı ya da maddeye erişimin gerçekleşmediği durumlarda da madde bağımlılığından söz edilememektedir.

2.3.4. Kişisel Özellikler

Kişilik, “bir bireyi diğerlerinden ayırt eden bireye özgü özellikler” olarak tanımlanmaktadır (Zencirkıran, 2017: 28). Bireylerin durumlar karşısında ortaya koydukları tutum, tavır veya düşünceleri kişilik özelliklerine bağlı olmakla birlikte, “engellenme, çatışma, stres ve hayal kırıklığı gibi durumlarla başa çıkabilmeleri” (Akkaş, 2019: 19) de kişilik özelliklerine bağlı olmaktadır. Bu nedenle, “sorumluluk almaktan kaçınan, uysal, etrafından öğüt almadan hareket edemeyen, kendi düşüncesi olmayan, etrafındakileri sürekli onaylayan ve hep yalnız kalma endişesi yaşayan” bireylerin kişilik bozukluğu olduğu düşünülmektedir (Tarhan ve Nurmedov, 2019: 144).

2.3.5. Ruhsal Nedenler

Bireyler depresyon halinde oldukları zaman dilimlerinde madde kullanımlarını artırabildikleri gibi, kullanılan maddeler de depresyona neden olabilmektedir. Tarhan ve Nurmedov’un ifade ettiği üzere, depresyon hastalarının yaklaşık dörtte biri madde kullanmaktadır (Tarhan ve Nurmedov, 2019: 166). Bireyler kaygı bozukluğu, sinir, stres ve benzeri durumlarda madde kullanabilmektedir.

Madde bağımlılığı bireylerde kişilik bozukluğuna neden olabilmektedir. Madde kullanan bireyler anti-sosyal kişilik bozukluğuna sahip olabilmektedir. Bu tür kişilerde,

“sık sık cezaevine girme, bedenlerine zarar verme, derin dövmeler, eleştiriye kapalı olma, kolay öfkelenme ve saldırgan davranışlar” görülmektedir (Ögel, 2018: 40).

“Madde bağımlılığı ile teknolojiyle ortaya çıkan bağımlılıklar beyinde aynı bölgeleri harekete geçirmesi, aynı insan ihtiyaçların beslenmesi bakımından” (Akkaş, 2019: 20) birbirine benzemektedir. Teknoloji bağımlılığına sahip bireylerde madde bağımlılığında olduğu gibi anti-sosyal kişilik bozuklukları, sinir ve stres hali gibi kişilik bozuklukları görülebilmektedir.

2.4. Teknoloji Bağımlılığı

Teknoloji, bireylerin hayatlarını kolaylaştırmak amacıyla sunduğu imkânlarla farklı coğrafyalarda yaşayan bireyleri zaman ya da mekân farkı göz etmeksizin birbirine bağlamaktadır. Ancak diğer açıdan teknoloji, bireylerin kullanımına sunduğu her imkânla birlikte sadece bireyleri değil, aynı zamanda dünyayı da etkisi altına almaya başlamaktadır. “Yaşadığımız çağın zaman, mekân ve gündelik hayat pratikleri kavrayışı ve algısını büyük ölçüde değiştiren/dönüştüren İnternet teknolojisinin özellikle sosyal medyanın, birey ve toplum hayatı için varoluşsal anlamda neye tekabül ettiği, üzerinde durulmayı hak eden önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır” (Babacan, 2016: 8).

İnternet ve dolayısıyla teknolojik araçlara dair bilgilerin sınırlı miktarda olduğu 2000’li yıllara kadar, teknoloji ve teknolojiyi bağımlılık düzeyinde bir kullanım miktarı söz konusu olmamaktaydı. Ancak internet ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte bireyler, “internet ve internet bağlantısıyla kullanılan araçlar (bilgisayarlar, akıllı telefonlar, oyun konsolları vb.) olmadan” (Doğan, Işıklar ve Eroğlu, 2008: 106-124) herhangi bir iş yapamayan ya da sorunu çözemeyen bireylere dönüşmeye başladı. Bilgi teknolojileri bireylerin yaşamının sadece belli bir alanını etkilemekle kalmadı, düşünme biçimlerinden çevrelerinde ya da farklı coğrafyalarda bulunan diğer insanlarla iletişim kurma biçimlerine kadar etkisi altına aldı. Teknoloji bağımlılığı, “Bilgi teknolojilerinin kullanımında ortaya çıkan ortak davranışsal bağımlılık belirtilerinin görüldüğü bir tür olarak” karşımıza çıkmaya başladı (Aydın, 2017: 32).

Teknoloji beraberinde bireylerin daha önceden tanıdık oldukları kavramları ya da sosyal yapıları değiştirmeye ve dönüştürmeye başlamıştır. Yaşam biçimleri, alışkanlıkları, bir eylemi ya da davranışı harekete geçirme biçimleri, sorunlar karşısında

çözüm aramaları ve düşünme pratiklerine varıncaya kadar teknoloji ile iç içe geçmiş durumda olan bireyler, çoğu zaman kendileri ya da içerisinde yer aldıkları toplumun değişmez unsurlarını dahi teknolojiye entegre etmeye çalışmaktadır. Birey yaşamının değişmez bir boyutu olan sosyal yaşam, teknolojinin sunduğu fırsatlardan en çok etkilenen alanlardan biri haline gelmektedir. Erişimin kolay olması, maliyetin ucuz olması, deneyimlerin birbirinden bağımsız olarak sunulabilmesi ve görsel kullanımının güçlü ve etkili olması gibi sebeplerle teknoloji, farklı amaçlarla kullanılabilir yani istismar edilebilir bir araç olarak kullanılabilmektedir.

Teknoloji alanında yaşanan gelişmelerle birlikte artan teknoloji kullanımları, beraberinde yeni bir bağımlılık türünün ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Teknolojinin aşırı ve dikkatsiz kullanımıyla birlikte ortaya çıkan bu yeni bağımlılık türü son dönemlerde en çok gündeme gelen konularda biri haline gelmiştir. “İnsanlara sahip oldukları bilgi paylaşma, bir görevi yerine getirme gibi işleri gerçekleştirme olanağı sağlayan süreç ya da teknik” (Chayko, 2018: 5) olarak tanımlanabilen teknoloji kavramı, bireylerin içerisinde bulundukları toplum, yaşam ya da çevre başta olmak üzere düşünce yapıları ve diğer bireylerle kurulan iletişim süreçleri ile iç içe geçmiş durumdadır.

Postman’a göre, “Bilgisayar teknolojileri ve savaş arasında benzerlik söz konusu olmaktadır. Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesinde, yayılmasında da savaşta olduğu gibi kazananlar ve kaybedenler vardır. Teknolojiler icat edildikçe ve kullanıldıkça kazananlar ve kaybedenler olacaktır. Kimin kazanıp kimin kaybedeceği her zaman net değildir.” (Postman, 1993: 11).

“Teknoloji kullanımı son yıllarda özellikle gençler arasında hızla artmakta, çocuk ve ergenlerin yaşam biçimini yeniden şekillendirmektedir” (Kalkan ve Kaygusuz, 2013). Daha önceki nesiller teknolojiye adapte olmaya çalışırken genç nesiller bu yeni teknolojinin içerisine doğmaktadır. Bu nedenle çocuk ve ergen yaştaki bireyler teknolojinin olmadığı bir dünya imgesi düşünememekte, karşılaştıkları her yeniliği hayatlarına hemen entegre etmekte ve sisteme adapte olmaktadır.

Griffiths’e göre, internetin ve teknolojik cihazların kullanım şekli ve miktarı ile ilgili olan teknoloji bağımlılığı, “aşırı kullanım, kullanma isteğini doyuramama, aşırı kullanımdan dolayı aktivitelerin ihmal edilmesi, aşırı kullanımın sosyal ilişkilere zarar

vermesi, negatif duygu ve yaşam stresinden bir kaçış aracı olarak kullanma, kullanımı azaltma ve durdurmada problemler yaşama, kullanımın mümkün olmadığı durumlarda gergin ve sinirli olma ve kullanım süresi ve miktarına ilişkin yalan söyleme durumu” şeklinde tanımlanmaktadır. (Griffiths, 1995: 14-19). Griffiths, teknoloji bağımlılığını madde bağımlılığında olduğu gibi herhangi bir kimyasal madde kullanımına bağlı olmadan, insan ve makine etkileşiminin sonucu olarak ortaya çıkan davranışsal bağımlılık olarak nitelemektedir. Bu nedenle Griffiths, teknoloji bağımlılığını davranışsal bağımlılıkların bir türü olarak nitelendirmektedir (Griffiths, 2000: 413-418).

Literatürde bağımlılığa ilişkin yapılan tanımlamaların ve belirti kriterlerinin teknoloji bağımlılığı için de kullanılabilir olması karşın, teknoloji bağımlılıkları ile ilgili tanı ve belirtileri kapsayan kriterlerinde kullanılması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu tanı kriterleri (Griffiths, 1995: 14):

- **Belirginlik (Salience):** Belirli bir eylem, kişinin yaşamında en önemli şey haline geldiğinde oluşur. Bu durum kişinin düşüncelerine, duygularına ve davranışlarına hâkim olur. Örneğin, internet kullanıcıları internette değilken bile bir sonraki internet kullanacakları zamanı düşünürler.
- **Duygudurum Değişimi (Mood Modification):** Bu durum, belirli bir etkinlik ile uğraşma sonucu kişinin belirttiği öznel deneyimleriyle ilgili olup bir baş etme stratejisi olarak görülebilir. Örneğin, birey internete bağlandığında kişide bir canlanmanın olması gibi.
- **Tolerans (Tolerance):** Öncekilere benzer etkinin oluşması için, belirli eylemin miktarının artırılması sürecidir. Örneğin, bir internet kullanıcısının başlangıçta daha az sürede yaşadığı ruh haline erişebilmesi için internette geçirdiği zamanı arttırmasının gerekmesi gibi.
- **Yoksunluk (Withdrawal Symptoms):** Belirli bir eylem devam etmediğinde ya da aniden kesildiğinde ortaya çıkan hoş olmayan duygular ya da fiziksel belirtilerdir. Örneğin, internet kullanıcısının internete girmesi engellendiğinde, kişide titreme, huzursuzluk ve sinirlilik hallerinin oluşması gibi.
- **Çatışma (Conflict):** Bağımlı kişiler ile çevresindekiler arasındaki iş, sosyal yaşam, hobi ve ilgiler ile ilgili çatışmaları ya da kişinin kendi iç çatışmalarını

kapsar. Bilgisayar bağımlılığı olan kişinin, aşırı oyun düşkünlüğü sebebiyle sosyal çevresi ve ailesi ile sorunlar yaşamasıdır.

- **Nüksetme (Relapse):** Belirli bir etkinliğin daha önceki görüntüleriyle tekrar oluşması eğilimi olup, yıllar süren kaçınma ya da kontrolden sonra tekrar bağımlılığın en uç düzeyine dönülmesidir.

Teknoloji bağımlılığı bu bağımlılık kriterleri ile ele alındığında, kullanıcı konumunda yer alan bireylerin yaşam pratiklerini değiştirmektedir. Bu durum kullanıcıların, sosyal yaşamlarının yok denecek miktarda azalmasına, duygu durumlarının kısa sürelerde değişimler göstermesine, okul, aile ve iş yerlerindeki ilişkilerinin zedelenmesine ve kişilerin sorumluluklarını ertelemesine ya da yerine getirmemesine neden olabilmektedir. Bu kriterleri sağlayan bireyler hem kendilerini hem de sosyal ortamda bir arada bulundukları bireyleri olumsuz olarak etkileyebilmektedir.

Teknolojik aygıt, cihaz ya da uygulamaların 21. yüzyılda olduğu kadar çeşitlilikte olmadığı ve teknolojik cihazlardan ziyade internetin yoğun olarak kullanıldığı dönemlerde “teknoloji bağımlılığı” kavramından daha çok “internet bağımlılığı” kavramı sık olarak kullanılmaktaydı. Bu nedenle internet bağımlılığını tanımlayabilmek amacıyla ölçütler tanımlanması ve teşhis anketi vasıtasıyla kullanıcıya sorular yöneltilerek internet bağımlılığına sahip olup olmadıkları ölçülmeye çalışıldı. Bu ölçütler (Young, 1996: 899-902) :

1. Daha önceki çevrimiçi etkinliklerinizi düşünerek veya daha sonra bağlandığınızda yapacaklarınızı düşünmekle meşgul oluyor musunuz?
2. Kendinizi hoşnut etmek için internette geçirdiğiniz süreyi daha fazla arttırmaya ihtiyaç duyuyor musunuz?
3. İnternet kullanımınızı sınırlamak, bitirmek veya durdurmak için defalarca başarısız girişiminiz oldu mu?
4. İnternet kullanımınızı sınırlandırmaya çalışırken kendinizi huzursuz, huysuz ve sinirli hissediyor musunuz?
5. Bağlanmadan önce planladığınız sürenin üzerinde bağlı kalıyor musunuz?
6. İnternet kullanımı yüzünden önemli bir ilişki, iş, eğitim ve kariyer fırsatını kaçırdığınız oldu mu?

7. İnternetle olan ilgilerinizin boyutunu gizlemek için aile üyeleri, terapist veya diğer kişilere yalan söylediğiniz oldu mu?
8. İnterneti kullanmayı problemlerinizden kaçmak veya endişelerinizden kurtulmanın bir yolu olarak görüyor musunuz?

Teknoloji bağımlılığında diğer madde bağımlılıklarından farklı olarak vücuda herhangi bir madde girişi söz konusu olmamaktadır. Madde bağımlılığında doğrudan bir şekilde vücuda bağımlılık yapıcı maddelerin verilmesi ile bağımlılık etkisi sağlanırken, teknoloji bağımlılığı dikkat çekici ve güzel tasarımlı arka planlar, uygulama ara yüzleri, alternatif seçenekler, dikkat dağıtmayan ve odaklanmayı sağlayan renk ya da ses efekti kullanımı gibi unsurlarla bağımlılık etkisini oluşturmaktadır. Çünkü bu unsurların, “interaktif iletişim ile tüketicinin dikkatini çekmek ve ihtiyaç duyduğu bilgiyi etkili bir formda vermek” (Kavuran ve Batar, 2019: 310) amacı, kullanıcıların bu ortamları kullanım miktarlarının ve böylelikle de bağımlılık düzeylerinin artmasına sebep olmaktadır.

Dolayısıyla, kumar, madde ya da sosyal medya ve internet bağımlılığı, kullanıcılarda bağımlılık etkisinin oluşmasına sebep olmaktadır (Alter, 2017: 3). Belirli bir sınır ya da ölçü içerisinde kullanılmayan teknolojik araçlar da diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi zamanla bağımlılık yapmaya başlamaktadır. “Küreselleşme ile hız kazanan bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler yeni bağımlılık türlerinin ortaya çıkmasına” sebep olmaktadır (Akkaş, 2019: 23).

2.4.1. Sosyal Ağ Bağımlılığı

Sosyal ağ siteleri kullanıcıların, kişisel hesap ya da profil oluşturmak vasıtasıyla tanıdıkları veya tanımadıkları insanlar ile ortak ilgi alanlarına bağlı olarak iletişime geçebilecekleri ve sanal ortamda vakit geçirebilecekleri gerçek olmayan ortamlardır. Ellison’a göre sosyal ağ siteleri, “Umuma tam veya yarı açık sınırlı bir sistem içerisinde bir profil oluşturma, bağlantı paylaştığı kişilerin listesini diğer kullanıcılar için açık şekilde listeleme, başkaları tarafından sistem içerisinde yapılan ilişkileri görüntüleme ve incelemelerini sağlayan web tabanlı sistemler” olarak karşımıza çıkmaktadır (Ellison, 2007: 210- 230).

Sosyal ağ bağımlılığında da madde bağımlılığında olduğu gibi dikkat çekme (salience), yoksunluk (withdrawal), çatışma (conflict), nüksetme (relapse), tolerans

(tolerance), ruh hali değişimi (mood modification) gibi bağımlılık kriterlerinin bir araya gelmekte olduğu deneyimlenmektedir (Kuss ve Griffiths, 2011: 3528- 3552'den akt. Aydın, 2017: 36). Bireyler oluşturdukları sosyal ağlar ile diğer bireylerin dikkatini çekmeye çalışmakta, sosyal ağların kullanım miktarının azaldığı durumlarda yoksunluk belirtileri göstermekte, reel hayatın sanal ortamda olduğundan farklı bir şekilde ortaya koyulması ile birlikte ortaya çıkan çevresel ve ruhsal çatışma, kullanım miktarını azaltma çabalarına karşın aşırı kullanıma devam etme, zaman içerisinde kullanım miktarında artma ya da ruh halinde ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz değişimler gibi belirtileri göstermeye başlamaktadır.

TÜİK (2020) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması'na göre 16-74 yaş grubundaki bireylerde internet kullanım oranı 2019 yılında %75,3'ken, bu oran 2020 yılında %79,0 oldu. Bu oranın cinsiyet üzerine dağılımına bakıldığında ise; erkeklerde %84,7, kadınlarda %73,3 olduğu görüldü.

2.4.2. Anlık Mesajlaşma Bağımlılığı

Anlık mesajlaşma, iki ya da daha fazla insan arasında internet ve sanal ortamlar aracılığıyla eşzamanlı olarak ileti gönderimini sağlayan bilgisayar uygulamaları olarak tanımlanmaktadır (Huang ve Leung, 2010: 677- 686).

TÜİK (2013) tarafından yapılan Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasının kapsamı 2013 senesinde ilk kez 6-15 yaş grubu çocukları içerecek şekilde genişletilmiştir. Bu araştırma kapsamında bu yaş grubu arasındaki bilgisayar, internet ve cep telefonu kullanımı, sıklığı ve amacına ek olarak medya ile ilişkileri açısından incelenmiştir. Çalışmaya göre 6-15 yaş grubu arasındaki bilgisayar kullanan çocukların bilgisayar kullanmaya başlama yaşı ortalama 8, 6-10 yaş grubunda ortalama başlama yaşı 6, 11-15 yaş gurubunda ise 10'dur. Aynı yaş gurubundaki çocukların internet kullanımına başlama yaşı ise 9'dur. Çocukların %24,4'ü kendi kullanımına ait bilgisayara sahipken, %13,1'i cep telefonuna ve %2,9'u ise oyun konsoluna sahiptir. Çocukların %60,5'i bilgisayar, %50,8'i internet ve %24,3'ü cep telefonu kullanmaktadır.

Araştırma kapsamında bu yaş grubu aralığındaki çocukların cep telefonu kullanmaya başlama yaşının 10 olduğu ortaya koyulmuştur. Cep telefonu kullanım

amaçları incelendiğinde ise ilk sırada %92,8 ile konuşma yer alırken; diğer amaçlar sırasıyla, %66,8 ile oyun oynama, %65,4 ile mesajlaşma ve %30,7 ile internete girmek olmuştur. Cep telefonu kullanmakta olan 6-10 yaş grubu arasındaki çocukların %80'i, 11-15 yaş grubu arasındaki çocukların ise %62,9'u cep telefonu üzerinden oyun oynarken, 6-10 yaş grubu çocukların %29,4'ü, 11-15 yaş grubu çocukların ise %76,2'sinin mesajlaşma uygulamalarını kullandığı görüldü.

2.4.3. Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı

Çevrimiçi oyunlar, “elektronik ağlar üzerinden oynanan, basit metin tabanlı oyunlardan karmaşık grafik tasarımlarınca desteklenen çok kullanıcıli sanal ortamların bulunduğu ortamlara kadar uzanan web tabanlı ve eğlence odaklı özellikleri” bünyesinde barındırmakta olan uygulamalardır (Gao, 2005’den akt. Aydın, 2017: 38). Dijital oyunların yaş grubu ayrımı gözetmeksizin popülerliğinin artması ile birlikte bireylerin çevrimiçi oyunlara yönelimleri ve bu yönelimin bağımlılık düzeyinde olmasıyla birlikte çevrimiçi oyun bağımlılıkları da araştırılmaya başlanan bir konu haline gelmiştir. Dijital ortamda oynanan oyunlar internetin kullanımının artması ile birlikte bölgesel çapta bir artış göstermekle kalmayıp, küresel ölçekte bir artış göstermiştir. İnternet, çevrimiçi oyunlar sayesinde bireyleri etkisi altına başlamıştır (Balıkçı, 2018: 137).

İnternet ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte oyunların kullanıcıları etkisi altına alabilecekleri öğeler giderek güçlenmeye başlamaktadır. Oyunlarda kullanılan üç boyutlu ortamlar ve figürler, gerçek ses efektleri ya da birden fazla aşamaya sahip olan oyunlarda bir sonraki bölüme devam edilmesini sağlayan merak unsurları ve benzeri faktörler, kullanıcıların çevrimiçi oyunlara bağlı kalmasına ve kullanım miktarlarını azaltmadan arttırmaya çalışmalarına neden olmaktadır.

Çevrimiçi oyun bağımlılığı, sosyal ağ ya da anlık mesajlaşma gibi bağımlılıklarla kıyaslandığında nispeten yeni bir bağımlılık türü olarak görülmektedir. Bu bağımlılık türünde diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi aşırı kullanım miktarı depresyon, kaygı bozukluğu, zaman kaybı ya da uyku düzensizliği gibi sorunlarla birlikte, “davranışsal dikkat çekme (behavioral salience), yoksunluk (withdrawal), çatışma (conflict), ruh hali değişimi (mood modification)” gibi sorunlara neden olabilmektedir (Xu ve diğerleri, 2012: 321-340).

2.4.4. Web Siteleri Bağımlılığı

Web siteleri, sunulan internet erişimi vasıtasıyla, bireylerin ilişkili web sitesi kullanımlarını aktif bir şekilde gerçekleştirebilmeleri sağlayan önemli bir arabirim olarak görülmektedir. Web sitelerinin kullanıcılar tarafından tercih edilmeleri, “kullanıcıların hedeflerini ne kadar karşıladığına veya ne kadar pozitif şekilde dönüş aldığı gibi faktörlere bağlı olarak kabul edilmektedir” (Oğuz, 2019: 2).

Young (2016), web siteleri bağımlılık belirtilerini, “bir hafta boyunca boş zamanlarda toplamda 38 saat veya daha fazla süre çevrimiçi olma, internette geçirilen süre konusunda yalan söyleme, huzursuzluk hissetme, bilgisayar aktivitelerine ulaşamadığında kızgınlık ve endişe içinde olma, bilgisayar aktivitelerinden çıkmakta başarısız olma” olarak tanımlamaktadır.

2.5. Tüketim

Bireyler, yeryüzünde var olduğu ilk günden itibaren hayatta kalabilmek ve yaşam fonksiyonlarını devam ettirebilmek amacıyla isteyerek ya da istemeyerek tüketim ile sonuçlanan belirli davranışlar sergilemişlerdir. Böylelikle ilkel zamanlardan günümüze kadar bireyler, tüketim kavramının önemli bir parçasını oluşturmuştur. En yalın şekilde, ihtiyaçların giderilebilmesi amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler olarak tanımlanabilen tüketim, “günümüzde giderek çok daha karmaşık sosyal, kültürel, psikolojik ve ekonomik bir olgu olarak değişim göstermekte ve çağdaş toplumların en belirgin özelliklerinden biri haline gelmektedir” (Göker ve Alptekin, 2019: 395).

Doğada var olan diğer tüm canlılar gibi bireylerde yaşadıkları süre zarfında tüketim odaklı bir tutum sergilemişlerdir. Çünkü çocukluk çağlarından itibaren belirli ihtiyaçlara sahip olmuşlar ve bu ihtiyaçları bulundukları dönemin koşullarına göre sağlamaya çalışmışlardır. Bireylerin ihtiyaçları hayat boyu devam ettiği ve değiştiği için tüketim de hayat boyu devam eden bir süreç olarak bireylerin hayatlarında yer almıştır. Ancak insanlar haricinde diğer tüm canlılar sadece fiziksel ihtiyaçlarını giderebilmek amacıyla tüketim eğiliminde olurken; insanlar fiziksel, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla tüketim eğiliminde olmuşlardır.

Aile, akran grupları ve kitle iletişim araçları (Kadioğlu, 2014: 71- 88), bu eğilimde tüketimin öğrenildiği ve devam eden bir davranış şekline dönüştürüldüğü sosyalleşme aracı olarak işlev görmeye başlamıştır. Bu nedenle tüketim ve tüketimin giderek yaygınlaştığı toplumlarda tüketim, en temel davranış ve yaşam şekline dönüştürülmektedir. Chaney, yaşam şekillerini, bireyleri birbirlerinden farklı kılan davranış kalıpları olarak temellendirmekte ve yaşam tarzlarının tüketimle alakalı toplumsal düzenlemelere dayandırıldığını vurgulamaktadır (1999: 24). Tüketimin toplumda var olan bireylerin hayatlarının ayrılmaz bir parçası olması ile birlikte, farklılıklar giderek ortadan kaybolmakta ve tamamen tüketilen unsurların izin verdiği ölçüde düzenlenebilmekte ve değişiklik gösterebilmektedir.

Bireylerin “ihtiyaçları, istekleri ve arzuları tüketim olgusunun ardında yatan itici güçler” haline gelmiştir (İslamoğlu ve Altunışık, 2013: 3). İhtiyaçlarının tamamını gidermek üzere tüketim eylemi içerisinde bulunan bireyler için sürekli olarak yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarılmıştır. Böylelikle tüketim faaliyeti, “bireyin kendisini gerçekleştirme diyalektiğinin bir parçası değil, kapitalizmin istikrarının sağlanmasının bir aracı haline gelmiştir” (Yanıklar, 2010: 25).

2.6. İhtiyaç Kavramı

Bireylerin ihtiyaç olarak kabul ettikleri unsurlar dönemden döneme ya da toplumdan topluma değişiklik gösterebilmektedir. Bazı dönemlerde ya da toplumlarda ihtiyaç olarak kabul görmeyen nesne ya da unsurlar, bazı dönemlerde ya da toplumlarda ihtiyaç olarak kabul görmeye başlamıştır. Lüks olarak görülen malların gerekli mallara ve gerekli olduklarına inanılan malların sıradan ihtiyaçlara dönüştüğü gibi giderek artan üretkenliğin bir sonucu olarak “arzular” “istekler”e, istekler de “ihtiyaç”lara dönüşmüş ve mallar farklı kullanımlara sahip hale gelmiştir. (Yanıklar, 2010: 26). Böylelikle dönemlerde ya da toplumlarda var olan ihtiyaç tanımları, toplumların yapısını yansıtır hale gelmiştir (Dal, 2017: 2). İhtiyaçlar, “belirli bir tarzda yaşam sürdürmeyi, diğerleriyle belirli çerçevede etkileşime girmeyi, belli bir kişiliğe bürünmeyi, belirli eylemleri gerçekleştirmeyi ya da belirli amaçlara ulaşmayı” içermeye başlamıştır (Slater, 1997: 84-86).

İhtiyaç kavramı, “İnsanların yaşayabilmeleri için doğal ve toplumsal gerekliliklerin tümü” , “Maddi ve manevi benliğimizde duyduğumuz ve gidermeye

“çalıştığımız yokluk hissi” ve “Tatmin edildikleri sürece haz, tatmin edilmedikleri zaman ızdırap veren her şey” olarak tanımlanmaktadır (Pekcan, 2003: 525-526). 14. Yüzyıl düşünürlerinden İbn-i Haldun’a göre ihtiyaçlar, toplumların medeniyete ulaşma ya da yok olma sürecinde itici güç rolü oynamaktadır (Göcen, 2013:177).

Abraham Maslow, ihtiyaç kavramını “ihtiyaçlar hiyerarşisi” kuramında ele almıştır. “Maslow güdülenme (motivasyon) hakkında yaptığı araştırmalar sonucunda insan davranışlarını en çok yönlendiren etkenlerin ihtiyaçlar olduğunu savunarak güdülenme olgusunu açıklamaya çalışmaktadır (Dal, 2017: 3). Parıltı’nın ifade ettiği üzere, Maslow’ un ihtiyaçlar hiyerarşisinin ilk üç basamağında yer alan fizyolojik, güvenlik ve sosyal ihtiyaçlar düzenli olarak giderilebilirken, saygınlık ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı düzenli olarak giderilememekte ve daha az sayıda kişi tarafından karşılanabilmektedir (Parıltı, 1999: 270).

Bireyler tükettikleri unsurlarla sadece ana ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmedikleri ve nesnelere anlamlar yüklediklerinden dolayı satın aldıkları her yeni ürün onlar için yeni birtakım anlamları da beraberinde getirmektedir. Bireyler satın aldıkları bu anlamlarla birlikte hayatlarına anlam yüklemeye, toplumun diğer bireylerinin saygınlığını kazanmaya ve kendilerini bir şeyler satın alarak gerçekleştirdiklerini düşünme eğiliminde olmaktadır. Bunun sonucunda da anlam arayışı hayat boyu devam eden bireylerin tüketim ihtiyaçları da bitmeyen bir süreç olarak devam etmekte ve her geçen gün değişmektedir.

Ian Woodward *Maddi Kültürü Anlamak* adlı eserinde, nesnelerin kültürel ve toplumsal iş yapma konusundaki farkı güçlerini vurgulamakta ve gerçekleştirdiği vaka incelemeleri ile nesnelerin anlam katma, iktidar ilişkilerini icra etme ve benlik inşası gibi farklı güçleri bünyesinde taşıdıklarını göstermektedir. Woodward, nesnelerin değer işaretleri, kimlik işaretleri ve kültürel ve siyasal iktidar ağlarının birer hülasası olarak kullanılabileceğini belirtmektedir. Kitapta incelenen vakalardan biri yatak odasının bir köşesinde duran sandalyenin, estetik beğenisine örnek oluşturan bir nesne olduğunu düşünen Helen’dir. Woodward, Helen’in araştırma mülakatı esnasında sandalyeyi estetik bir açıdan yorumladığını ve sandalyenin tarzı ve tasarımıyla ne kadar uyumlu olduğuyula kafa yordüğünü ifade etmektedir. Böylelikle Helen bir açıdan estetikten ne kadar anladığını ortaya koyarken, diğer açıdan tercihleriyle bağlantılı somut seçimlere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Böylelikle Woodward Helen için, kendi tarzı

hakkında bilinçli olduğu ve estetik değerlerini birer numunelik nesne olarak kullanabildiği ifadelerine yer vermektedir (Woodward, 2013: 11- 13). Böylelikle bireylerin hayatlarında soyut olarak yer alan anlamlar, somut nesnelerle karşılanmaya çalışılmaktadır.

Bireylerin ihtiyaç olarak nitelendirdikleri kavramlar zaman içerisinde farklılaştığı için, bireyler ihtiyaçlarını Maslow’ un belirttiği şekilde gerçekleştirilmeye başlamıştır. “Bir kişi ihtiyaçlarını ve kapasitelerini, ancak belirli bir yaşam biçimine katılmak yoluyla, bir toplum içinde başkalarıyla etkileşim ve iletişim kurarak” karşılayabilmektedir (Buğra, 2003: 29). Gelişen teknoloji bireylerin yaşam biçimlerinden, etkileşim ve iletişim kurma biçimlerine kadar değişmesini beraberinde getirmiştir. Bireyler zaman ve mekân farkı gözetmeksizin, her an her yerde birbirinden çok farklı yaşam biçimleriyle karşılaşmakta ve yine birbirinden farklı toplumlarda yaşayan başkalarıyla etkileşim ve iletişim kurabilmektedirler. Karşılaştıkları bu yeni yaşam biçimleri kendi yaşam biçimlerinden çok farklı olsa dahi hayatlarına yansıtmaya çalışabilmektedirler. Bu nedenle kendisini herhangi bir yaşam biçimine ait hissedemeyen ve yaşam biçimlerinden kendi toplum sınırlarında uygun olanına katılamayan bireylerin ihtiyaçları ve kapasiteleri, kendi sınırlarını aşmalarına ve bulundukları toplum sınırlarında bu ihtiyaçlarını ve kapasitelerini giderememelerine sebep olmaktadır.

Veblen’e göre bireyler artık, “günlük ihtiyaçlarını karşılamak için değil kendilerini üstün gördükleri gruba dâhil etmek ve dikkat çekmek için” tüketmektedirler (Güleç, 2015: 71). Günümüzdeki tüketim biçimi, ilkel zamanlarda gerçekleştirilen tüketimin aksine bireylerin temel ihtiyaçlarının giderilmesinden çok, toplum içerisinde bulundukları yerlerini belirlemeye yarayan bir gösterge niteliği taşımaktadır (Bayhan, 2011: 225).

“Sürekli olarak tüketmeye ve yok etmeye motive edilmiş, hazzı ihtiyaç gidermekten çok yok etmekten alan, mutlu olmak için sürekli olarak daha çok tüketen bireylerin ve onları bu yönde davranmaya iten yol göstericilerin (kanaat önderleri, ünlüler vs.), kurumların (firmalar, markalar vs.), kışkırtıcıların (kitle iletişim araçları vs), ritüellerin, norm ve değer dizgelerinin bulunduğu” (Bakır ve Çelik, 2013: 48) günümüz modern toplumlarında tüketim en önemli kavramlardan bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.7. Tüketim Kavramı

Tüketim kavramı ilk olarak Thorstein Veblen tarafından *The Theory of Leisure Class (Aylak Sınıfın Teorisi)* adlı kitapta ele alınmıştır (Orçan, 2004: 15). Veblen'in ardından Herbert Marcuse kavramı sıklıkla inceleyen kişilerden biri olmuş ve giyim ve barınma gibi ihtiyaçları gerçek ihtiyaçlar; dinlenme, eğlenme, reklamlardan etkilenecek tüketim davranışını gerçekleştirme, sevme ve nefret etme gibi ihtiyaçları ise sahte ihtiyaçlar olarak sınıflandıran ilk kişi olmuştur (Marcuse, 1997: 5).

Raymond Williams (1976), tüketme kavramının ilk kullanımlarının “tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek” anlamlarında olduğunu ve bu nedenle “tüketim” kavramı için de benzer çağrışımların geçerli olduğunu ifade etmiştir (Feasterstone, 1996: 49). Bununla birlikte maddi ve manevi olarak benlikte yer alan boşlukları doldurmak amacıyla gerçekleştirilen tüketim kavramı, sadece ekonomik açıdan ve yararcılık temelinde değil; gösterge, sembol ve işaretlerin de içinde olduğu sosyal ve kültürel bir kavram olarak değerlendirilmiştir (Bocock, 1997: 13). Fikirlerin, imgelerin ve anlamların bir nesne gibi tüketilmesiyle birlikte, tüketimin sosyo-kültürel olarak bireylerin hayatlarında yerleşik hale gelmesi ve sonuç olarak bireylerin oldukları kişilerin, tüketimin sunduğu imge ya da sembollere bakılarak belirlenmesini beraberinde getirmiştir (Sarıbay, 2004: 41). Böylelikle bireyler satın aldıkları her yeni nesne ile anlamlandırılmakta ve kategorize edilmektedir.

Bireyler, günlük ihtiyaçlarını karşılamak ve yaşamsal faaliyetlerini devam ettirebilmek adına her gün farkına varmaksızın ürettiğinden daha fazlasını tüketmektedirler. Bu tüketim, üretilen nesnelerin bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda satın alınıp kullanılması ile gerçekleşmektedir. Belli bir döngü içerisinde var olan bu satın alma ve kullanma işlemi çoğunlukla fark edilmeden ortaya koyulmaktadır. “Sıradan, herhangi bir insan kendisini sadece tüketimin değil aynı zamanda üretiminde bir parçası olarak kabul ederek, tüketim konusunda sınırsız bir hakka sahip olduğuna” (Göker ve Alpman, 2011: 113) inanmakta ve her geçen gün hem üretici hem de tüketici olarak daha fazla tüketmektedir.

Üretim dışında geçirdiği tüm vakti ürettiklerini ya da ürettiklerinin karşısında aldığı somut çıktıları tüketerek geçiren bireyler, tüketim sürecinin önemli bir bölümünde yer almaktadır. Bu nedenle tüketebilmek amacıyla üretmek, “kapitalizmin

kendini sürekli kılabilmesinin, sermayenin sürekli şişmesinin, yeniden-üretmesinin gerekliliklerinden ve aynı zamanda nedenlerinden biri” (Göker ve Alpman, 2011: 114) olmaktadır. Bu nedenle bireyler, her geçen gün ihtiyaçları olsun ya da olmasın karşılaştıkları nesneleri, farkına varmaksızın satın almaya ikna edilmekte ve tüketim sürekli olarak desteklenmekte ve yinelenmektedir.

Nesnelerin alt-kültürel yakınlıkları, meslekleri, sosyal faaliyetlere katılımı ya da sosyal statüleri gösterebildiğini ifade eden Woodward için bunlar haricinde nesneler, “sosyal kurumlar ve normlar biçiminde kutsal bir yere konmuş değerlere dair yaygın söylemlere ve geniş kabul gören normlara dâhil olur ve bunları temsil” edebilmektedirler. (Woodward, 2013: 9). Woodward, nesnelerin aynı zamanda kişisel ve duygusal anlamlar taşıyor olduklarını, kişiler arasındaki etkileşimleri kolaylaştırabildiklerini ve bireylerin kendileri üzerinde sahip oldukları etkiye yardımcı olabildiklerini de ifade etmektedir (2013: 9).

Sonsuz bir tüketim döngüsü içerisinde bulunan bireyler, içerisinde bulundukları dünyanın tüketim nesneleri ile desteklenmesine ve böylelikle değişen koşullara uyum sağlama çabası içerisinde olmaktadır. Tüketim ile birlikte ortaya çıkan toplumda bireyler artık sahip oldukları nesneler ile kişiselleştirilmekte ve yine bu nesnelerle analiz edilmektedir. *Tüketim Köleliği* adlı eserinde bu konuyu ele alan Illich, tüketimin yaygınlaştığı toplumlarda hayatın eşyalar çerçevesinde düzenlendiğini ve toplumsal ilerleme ya da refahın bu eşyalara ulaşabilmedeki dağılımla ölçüldüğünü ifade etmektedir (Illich, 1990: 26). Böylece aile ya da arkadaş üyeleriyle geçirilen vakitler, her geçen gün sadece tüketim ve tüketim nesnelerine ayrılan vakitler haline gelmekte ve “bireylerin günlük konuşmalarında dahi tüketim söz konusu olmaktadır” (Joy ve Walendorf, 1996: 107’den akt: Çınar ve Çubukçu, 2009: 278). Tüketimi, nesnelerden ziyade sembol ve değerlerin tüketimi olduğunu savunmakta olan Baudrillard için de, “günümüzde her istek, ihtiyaç, amaç ve ilişki, satın alınan ve tüketilen birer nesne ve sembol” haline gelmektedir (Baudrillard, 1988: 22-23’den akt: Hatipler, 2017: 39).

Belirli bir ihtiyacın tatmin edilmesi amacıyla bir ürün ya da hizmetin edinilmesi, kullanılması ya da yok edilmesi olarak da tanımlanabilen tüketim kavramında, “bu eylemi gerçekleştiren birey de tüketici olarak tanımlanmaktadır” (Odabaşı, 1994: 4). Tüketici olarak bireyler, “satın alma güçlerini kullanarak yaşamlarını şekillendirmeye ve bireylerin aynı anda ürün ve hizmet satın aldıkları bir piyasada seçim yapma

özgürlüklerini kullanarak varlıklarını anlamlı kılmaya teşvik edilirler” (Çınar ve Çubukçu, 2009: 278). Post Modern toplumda tüketimin, sadece nesnelerin değil fikirlerin ve görüngülerinde tüketilmesi anlamına geldiğini dile getiren Baudrillard (1997:74) için, tüketim hem etkin ve sosyal bir davranış hem de bir zorlama, ahlak, kurum ve sosyal değerler sistemi olarak kavramsallaştırılmaktadır (1997:95).

Bireylerin, belirli bir nesneyi satın almanın, belirli bir kıyafeti giymenin ya da sadece birkaç saatliğine de olsa bir ortamda hiçbir şey yapmadan kahve içerek vakit geçirmenin, kendilerine dair bakış açılarını değiştirmelerine, kendilerine saygı duymalarına ya da güçlü hissetmelerine sebep olmaktadır. Woodward’ ın ifade ettiği üzere bir şeylerin tüketilmesi ile nesneler, “kimliğin ve özgüvenin oluşumunda araç olarak ve toplumsal grupları, sınıfları ve kabileleri bütünleştirip farklılaştırarak kişiler arası bağlılıkların ve grup bağlılıklarının oluşmasına ya da olumsuzlanmasına yardımcı olabilir.” (Woodward, 2013: 9).

2.3. Kimlik

2.3.1. Kimliğin Tanımı

Kimlik; bireyin kendisini tanımlama ve konumlandırma şeklinden, kim olduğu ve nerede durduğuna varıncaya kadar bireylerin özelliklerini yansıtmaktadır. Diğer bir deyişle kimlik, bireyin “Ben kimim?” sorusuna verilebileceği tüm cevaplar, kimlik kavramının tanımını oluşturmaktadır. Kimlik, bireylerin ya da grupların, “kimsiniz ve kimlerdensiniz?” sorusuna verdikleri cevaplardır (Güvenç, 1993: 3). Bu cevaplarla bireyler, kendileri hakkında sahip oldukları görüşleri, bilgileri ve düşünceleri aktarmanın bir yolunu bulmaktadır. Farklı alanlarda farklı çağrışımlar yapmakta olan ve bireyin ne olduğuna ya da kendisini ne olarak gördüğüne dair yanıtlar veren kimlik kavramı, bireylerin hayatlarını mutlu ya da mutsuz olarak görmelerinin sebeplerinden birini oluşturmaktadır (Myers, 1980; Akt. Bilgin, 1994). Kimlik kavramı sayesinde ben ve öteki arasında ayırım yapılarak diğer insanlar açısından değerli ve farklı olabilen bireyler, böylelikle “toplum tarafından tanınarak onaylanmaktadır” (İmançer, 2003: 234).

Kimliğin bir anlam ve tecrübe kaynağı olduğunu dile getiren Castells’e göre, aslında aktarılmak istenen, belirli bir tür “anlamın” anlamlar kümesinin başka anlam

kaynaklarına kıyasla öncelik verilmesi durumu olmaktadır. Anlamlandırma ve kültürel özellikleri dizme sürecinde ise her zaman için bir inşa söz konusudur. Bir kimliğin inşa edilmesinde, tarih, coğrafya, biyoloji, kolektif hafıza gibi farklı alanlardan malzemeler kullanılmaktadır. Bireyler, gruplar ya da toplumlar bu malzemeleri içerisinde bulundukları toplumsal koşullara ve kültürel projelere göre işleyerek inşa etmektedir. Böylelikle bu malzemelerin anlamları bir parçası oldukları toplumda yeniden düzenlenmektedir (Castells, 2008: 12-14).

Şimşek (2002) kimliği, “bir bireyin, grubun ya da topluluğun kendi değerlerine, konumuna ve kökeniyle ilgili bilinçli kavrayışı” olarak tanımlamaktadır. Bireylerin kim oldukları ile alakalı cevapları içeren kimlik, bireyler için anlam taşıyan şeylerle ilgilidir. Bireyler için hayatlarında önemli olarak gördükleri olay ve durumlar söz konusudur ve benimsenen bu şeyler bireylerin kimliğini oluşturmaktadır (Giddens, 2008: 29). Bununla birlikte bireylerin kimliklerinin farkına varmaları ve onları adlandırabilmeleri anlık olarak gerçekleşen bir olay olmamakta, “bu diğer insanlarla etkileşim sonucunda değişen ve farklılaşan bir durum” olmaktadır (Bilgin, 2007: 78).

Kimlikler bireylere, “güven ve özdeşleşme duygusunu tatmin etme gibi faydaları” (Korkmaz, 2020: 3) ve “bireye aidiyet duygusu kazandırarak süreci deneyimleyebilme” yetisini sağlamaktadır (Akt. Binark, 2001: 75). Kimlik, bireylerin içerisine doğarak bir parçası oldukları kültür, var oldukları sosyal konum ya da temsil ettikleri statüler gibi çok geniş kapsamlı bir alanda, inanç ve değer yargıları gibi yaşam şekillerinin temsilini oluşturmaktadır (Korkmaz, 2020: 3).

Kendilerinden bağımsız olan statü ve rollerin bulunduğu bir dünyaya doğan bireyler, “bu statü ve rolleri ne kadar benimserse sosyalleşme süreci o kadar başarılı” olmaktadır (Çoştı, 2009: 125). Dolayısıyla kimlik, bir bireyin kendisini diğer bireylerden farklı bir birey olarak tanımlamasına yardımcı olmaktadır. Böylelikle bireyler bir yandan içerisine doğdukları toplumun ve var oldukları sosyal çevrenin bir parçasını oluştururken; diğer bir yandan bütünü oldukları parçalar ile aralarındaki farklılıkları ortaya koyabilmektedir.

Bu bağlamda kimlik, bireylerin hem toplumla hem de o toplumun bireyleri ile bağlantı kurma biçimi arasındaki ilişkiyi desteklemektedir. Bireyler ihtiyaçlarını karşılayabilmek için toplumlarında var olan diğer bireylerle etkileşim kurmak

zorundadır. Bu etkileşimde bireylerin kimliklerinin oluşmasında ya da şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Kleine ve Allen, 1995). Mead'e göre kimlik, bireyin doğduğu andan itibaren, etkileşimde bulunduğu diğer bilişsel ve entelektüel gelişim aşamalarıyla birlikte gelişmektedir (Bilgin, 2007: 87).

Bireylerin doğdukları andan itibaren sosyal bir bireye dönüşmesini, Mead sosyalizasyon sürecinde ortaya çıkan "I" ve "ME" yani "ferdi ben" ve "sosyal ben" kavramlarıyla ifade etmektedir. (Şenol, 1990'dan akt: Çelebi, 2007: 23). Mead' ın ifade ettiği üzere bireyler, sosyal benliklerinin farkına ötekilerle etkileşim sonucunda varırken, ferdi benliklerinin farkına da sosyal benlikleri aracılığıyla varmaktadır (Çelebi, 2007: 23).

Kimlik oluşumu kişisel ve sosyal kimlik olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. "Bireyin kendi kimliğini oluşturmak için gerçek benliğini oluşturması" (Korkmaz, 2020: 4) olarak tanımlanabilen kişisel kimlikte, birey kendi kimliğini oluşturduktan sonra toplumda yer alan diğer bireylere kendi kimliğini sunmaktadır. Bireyin kendisini hem kendisine hem de çevresindeki kişilere tanımlayabilmesini sağlayan kişisel kimliktir. Giddens (2008) kişisel kimliği, "bireyin kendilik duygusu oluşturmaya yardımcı olan, dış dünyayla giriştiği sürekli mücadele süreci" olarak tanımlamaktadır. Bireylerin kendi kişisel kimliklerinin olduğu gibi, bir parçası oldukları toplumunda bir kimliği bulunmaktadır.

Sosyal kimlik, kimliğin kişiler arasındaki boyutunu oluşturmaktadır ve toplumdaki bireylerin birbirlerine atfettikleri özellikleri kapsamaktadır. Bu özellikler bireylerin "ben kimim?" sorusuna verdikleri cevaplardır. Bireylerin toplumda kabul görmek ya da onaylanmak amacıyla kimliklerini toplum içinde konumlandırmasıdır. Bireyler, sosyal kimliklerini oluştururken toplumu merkeze almakta ve kimliğini toplumun genel hatlarına göre şekillendirmeye çalışmaktadır. Diğer bir söylemle sosyal kimlik, bireyin kültürel yapıya göre kimliğini biçimlendirmesi' dir (Arnould ve Price, 2000'den Akt: Korkmaz, 2020: 4). Toplum içerisinde varlıklarını sürdürebilmek amacıyla bireyler, kendilerini bir sınıf ya da gruba dâhil etmeye çalışmakta ve dâhil oldukları sınıfın gerektirdiği gibi davranmaktadır. Bu nedenle sosyal kimlikler kişisel kimliklerden daha önemli olabilmektedir. Birey ve toplum birbirinden ayrı olarak düşünülememektedir. Birey kendi kimliğinin bilincindedir ancak kendi kimliğini toplum

içerisinde yaşamaktadır. Bu bağlamda kimlik toplumdan ayrı olarak düşünülememektedir (Hall, 1998: 41).

Kimlik, bireylerin içerisinde bulundukları grup ya da toplumdan ayrılmamalarının en temel sebeplerinden bir tanesi olmaktadır. Bireyler, geliştirdikleri ya da benimsedikleri kimliklere karşı bağımlılık geliştirirler ve bu kimlik sayesinde var olduklarını düşünmektedirler. Kişi içerisinde bulunduğu kimliğinden memnun olmadığında, bulunduğu toplumda sosyal bir kimlik elde edemediğinde, grubunun ya da toplumunun benimsediği kimlik değerleriyle ters düşen kimlik değerleri içerisinde daha rahat olduğunu düşündüğünde, bu kimliğini kaybetmemek için benimsediği aykırı kimliğin değer ve hedeflerinin dışında hareket etmeme ve gruba bağlılığını devam ettirme yoluna gitmektedir.

Bireylerin bir parçası oldukları toplumlardaki konumları kimliğin oluşumu açısından önemli olmaktadır. Bireylerin toplumda yer alan diğer bireylerle iletişim ve etkileşimleri arttıkça kimlikleri yeniden inşa edilmektedir. Bu nedenle kimliğin oluşumu anlık olarak değil, bir süreç içerisinde gerçekleşmekte ve bu süreç sürekli olarak devam etmektedir. Birey oluşturduğu kimliğe sürekli olarak bir şeyler ekleyebilmekte ya da bir şeyleri çıkarabilmektedir. Kimliğin oluşum sürecinde en önemli faktörlerden biri diğer bireylerle etkileşim içerisinde olmaktır (Bilgin, 1994: 223-224).

2.3.2. Kimlik Oluşumunun Evreleri

Bireyin kendisi tanıyarak kimlik oluşturmaya, psikanalizci J. Lacan tarafından oluşturulan “ayna evresi” ile başlamaktadır. Birey bu evrede kendi özelliklerini tanımaya ve kabul etmeye başlamaktadır. Birey her ne kadar kendisini tanımaya ve kabul etmeye başlasa da kendisini tam olarak anlamlandırması ancak ötekini bakış açısı yardımıyla gelişmektedir. Yani bireylerin kendilerini anlamlandırmaları ve toplum içerisinde bir sınıfa ya da gruba dâhil olmalarını sağlamalarında, toplumda bulunan diğer bireylerin görüşlerinin de etkisi olmaktadır.

Lacan’a göre kimliğin oluşmasını sağlayan en önemli evre ayna evresidir. Çocuk bu evrede kendisini aynada görür gibi izlemekte ve kendisinin farkına varmaktadır. Diğer yandan ise çocuk bu izleme ve farkına varma durumundan zevk almaktadır. Çocuk aynada gördüğü kendi yansıması sayesinde bireyselliğini ve beden bütünlüğünü

keşfetmeye başlamaktadır. Böylece kendisini tanımaya ve kabul etmeye başlayan birey, kişiliğine ve rollerine yönelik olarak benlik algılaması geliştirmektedir. Bu evrenin ilk aşamalarında yalın olan benlik algılamaları, zaman içerisinde karmaşık olmaktadır (Bilgin, 2001: 192).

Bir çocuğun ayna evresinde kimlikle alakalı rolleri üstlenmesinin önemli olduğunu belirten Lacan, çocuğun kendisini görebilmesi için öncelikli olarak toplumda bulunan diğer bireyler tarafından görülmesi gerektiğini dile getirmektedir. Lacan bu süreci fotoğrafçılığa benzetmektedir. Bireylerin bakışları toplumda bulunan diğer bireylerin üzerindedir ve bu nedenle bireyler izlendiklerinin farkındadır. Bu bağlamda da kendisinin bir resim olduğunu düşünmektedir (Lacan, 2013: 114).

Cooley’ de benzer bir yaklaşımı ayna benlik kavramıyla ifade etmektedir. Bu yaklaşıma göre birey bir aynaya bakıyormuş gibi, kimliğini diğer bireylerin gösterdikleri tepkilerden yansımış olarak algılamaktadır. Fakat birey bu yansımada her görüntüyü olduğu gibi algılamamakta ve seçici davranmaktadır. Kendisi için önemli olduğunu düşündüğü yargıları kabul ederken, diğerlerini göz önünde bulundurmamaktadır (Birkök, 1994: 102).

Kimliğin oluşmasını sağlayan üç öge bulunmaktadır. Bunlar (Korkmaz, 2020: 11):

- Başka insanlara sunduğumuz imaj,
- Toplumdaki diğer insanların bizim hakkımızdaki düşüncesi,
- Bu etkileşim ve iletişimden ortaya çıkan duygular.

“Bir birey veya grubun, diğer birey veya gruplardan farklılaşan özelliklerinin bütünü” olarak tanımlanabilen kimliğin oluşumu toplumda bulunan diğer bireylere göre yapılı ve kimliğin tanımı, “diğerinden, ötekinden geçer” (Bilgin, 2003: 199). Bu bağlamda anlaşılacağı üzere, birey kendisini tanımak için bir başkasının varlığına gereksinim duymaktadır. Birey “öteki” varlığının yardımıyla kendisini tanımaya ve diğer bireylerle arasındaki farklılıkları görmeye başlamaktadır. Bu farkındalık bireylerin kendilerini sorgulamalarına sebep olmakta; bu sorgulama sonucunda da kimlik oluşmaya başlamaktadır (Bilgin, 2001: 192).

2.3.3. Kimlik İnşası ve Etkileyen Faktörler

Bazı araştırmacılar için kimlik, bireyin kim olduğunu belirleyen ve doğuştan gelen özelliklerinin keşfedilmesi olarak tanımlanırken (Subaşı, 2005: 309); bazı araştırmacılar için ise bir inşa süreci sonucunda oluşmaktadır. “Kimlik inşası, toplumsal rollerin, bireyin edindiği tutum ve davranışların oluşma sürecidir” (Korkmaz, 2020: 12). Bireylerin kişisel kimlikleri içerisinde bulundukları toplumun değer yargılarının bir parçası olduğu için toplumsal değerlere dayanmaktadır. Birey kimliğini inşa etmeye çalıştığı toplumda devamlı olarak özgüven ve özsaygıya ihtiyaç duymakta; bu nedenle diğer bireyler tarafından onaylanmak ve sevmek için bir mücadele içerisinde olmaktadır. Kimlik, bireylerin istediği ve yaptığı şeyler ile yapması ve olması gereken şeyler arasındaki ayrımı ortaya koymaktadır (Erol, 2005: 484). Kimlik inşası hayat boyu devam eden bir süreç olduğu için, bireyler sosyalleştikçe kimlik yeniden inşa edilmektedir. Diğer bireylerle etkileşim içerisinde olmak, kimlik inşasındaki en önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireylerin kimlik oluşturmaya ihtiyaç duymalarının sebebi kendini tanıma gereksinimi duymalarından kaynaklanmaktadır. Bunun yanında kimliğin inşa edilmesinde çeşitli faktörlerde etkili olmaktadır. Öncelikli olarak bireylerin bebeklik dönemlerinde gösterile ilgi, ihtiyaçların giderilmesi ve gösterilen sevginin miktarı etkili olmaktadır. Hayatın diğer dönemlerine de yansıyan sevgi ve ilgi, çocukluk ve bebeklik dönemlerinde bireylere gösterilen sevgi ve ilgi ile ilişkilidir. Bu nedenle bireylerin kendilerini tanıyarak ve tanımlayarak bir kimlik inşa etme süreçleri aile faktörü ile başlamaktadır. Aile faktörünün ardından çevre faktörü gündeme gelmektedir. Bireyin içerisinde bulunduğu çevre, bir yandan kimliğin oluşmasında etkili olurken diğer yandan kimlik oluşumunun bir süreç olarak devam etmesinde etkili olmaktadır. Oluşturulan kimliklerin devam edebilmeleri ancak çevreyle sağlanan uyuma bağlıdır. Çevre ile uyumlu olmayan kimlikler toplum tarafından onaylanmamaktadır. Bireylerin oluşturdukları kimlikler, çevre ile uyumlu olmadıkları takdirde bireylerin saygı, sevgi ya da onaylanma gibi ihtiyaçları karşılanamamaktadır. Diğer bir deyişle, kimlik inşasında bireylerin tercihleri tek başına yeterli olmamakta; toplumsal yönlendirmeler de kimliğin oluşumunu etkilemektedir (Göka, 2006: 293).

Bireyler ancak içerisinde bulundukları toplumun özelliklerini benimsediklerinde ve toplumun onayını kazandıklarında kendilerini güvende hissedebilmektedirler. Birey bir parçası olduğu toplumun özelliklerini benimseyebildiği gibi bu özellikler ile farklılıklarda gösterebilmektedir. Bireyin toplumun genel özellikler ile farklılıklar göstermesi, kimlik inşası sürecine çatışma, farklılık ve uyum gibi kavramları dâhil etmektedir. Kimlik inşa sürecinde sadece bireyin ya da toplumun istek ve beklentileri değil, genetik faktörlerde etkili olmaktadır. Katılım yoluyla bireylere geçen özellikler, çevresel faktörlerin etkisi altında devam edebildiği gibi değişerek de etkisini sürdürebilmektedir (Göka, 2006: 293). Birey, yaşadığı toplumdaki kalıplaşmış davranışları öğrenir, bu davranışları hem kalıtsal olarak devir aldığı hem de kendi özellikleri ile bütünleştirir ve kendi kimliğini inşa eder.

Her toplumun kendi sınırları içerisinde doğruladığı ya da yanlış bulduğu özellikler söz konusu olmaktadır. Bu özellikler toplumdan topluma değişiklik göstermekte ve her toplum kendi kimlik anlayışını yüceltmektedir. Böylelikle kimlikler kendilerini doğrulamak ya da yüceltmek adına farklı bulduğu görüş ya da düşünceleri ötekileştirme yoluna gitmektedir. Birey, kendi kimliğini doğrulamak ve pekiştirmek için farklı kimlik özelliklerini pekiştirmektedir (Connolly, 1995: 93).

2.3.4. Sosyal Kimlik

Sosyal kimlik, “bireyin benlik algısının, bir sosyal gruba ya da gruplara üyeliğine ilişkin bilgisinden ve bu üyeliğe yüklediği değerden ve duygusal anlamlılıktan kaynaklanan parçasıdır (Tajfel, 1982: 2). Bireylerin bir parçası oldukları grupları tüm yönleri ile ele alarak onların ne olduğunu ve nerede olduğunu tanımlamaktadır. Bireylerin grup üyelikleri ile alakalı olan yönleri içermektedir. Sosyal kimlikte bireyler kişisel kimliklerinin dışında bir grubun üyesi olarak var olurlar ve bu kimlikleri ancak grup ya da sınıf sınırları içerisinde bir anlam ifade etmektedir. “Sosyal kimlik kavramının tanımı, edinilmiş bir kimlik tanımı ile bu tanıma uygun olup olmamaya göre yapılır” (Sözen, 1991: 93). Dolayısıyla sosyal kimlik, bireylerin içerisinde yer aldıkları gruplara göre kendilerini tanımlamaları, kimliklerini bu grupların amaç ve değerleriyle birlikte, kendilerine yükledikleri görev ve sorumluluklarına göre şekillendirmeleri ve grup içerisinde bir yer edinmeleridir.

Sosyal kimliğe dair ilk teoriler psikolog William James (1842- 1910) tarafından geliştirilmiştir. Bu teoriye göre bireyler, kendilerini tanıyan diğer bireylerin zihinlerinde kendileri hakkında mevcut olan imajların sayısı kadar sosyal benliğe sahiptirler (Hess 1998'den akt: Birkök, 1994: 97-98). Bireyler toplum içerisinde var olan her bireyin gözünde birbirinden farklı kimliklere sahip olabilmektedirler ve bu kimliklerin toplumu bireylerin sosyal kimliklerini ortaya koymaktadır (Birkök, 1994: 98).

Sosyal kimliğin tanımlanmasında toplumda var olan diğer bireyler değerlendirilmekte, karşılaştırılmakta ve birey belli bir sosyal gruba dâhil edilmektedir (Sözen, 1991: 93). Bireylerin tek başlarına herhangi bir sosyal kimlik edinmeleri ya da bir parçası olmaları söz konusu değildir. Aile, siyasi parti, sınıf, hemşerilik gibi durumlarda bireyler yer aldıkları bu grupların görüşlerini, değer yargılarını, hedeflerini yani sosyal gerçekliklerini benimseme, kabul etme eğilimi göstermektedir. Bu nedenle sosyal kimliklerin oluşabilmesi için bir grup ve grup üyelerinin söz konusu olması gerekmektedir.

Bireylerin toplum içerisinde tanımlanabilmeleri ancak bir sosyal gruba üye olmaları ile mümkün olduğundan dolayı, “Bir kimsenin bir toplumun üyesi haline gelmesi sosyalizasyon süreci ile mümkün olmaktadır (Sözen, 1991: 101). Dolayısıyla sosyal kimlik, “ötekiler” ile birlikte ele alındığında anlam ifade etmektedir. “Sosyal kimlik, ‘ben’ yerine ‘biz’ teriminin kullanıldığı, bireysel kimliğin yitirilmesi ve benliğin daha çok toplumsal birimler içerisinde sınıflandırılmasıdır” (Güler, 2013: 19).

Gündelik hayattaki baba, anne, öğretmen, başkan gibi sosyal kimliklerin tamamı ötekilere yani diğerlerine göre anlamlandırdığımız ve adlandırdığımız kimliklerdir. Bireylerin kendilerini tanımladıkları şeyler sosyal kimliklerini oluşturmaktadır. Oluşturulan sosyal kimlikler aracılığıyla bireyler birbirleriyle ortak değer, hedef ve inançlara sahip bireylerle bir araya gelirler. Böylece bir yandan yalnızlık duygusundan kaçınmış olurken diğer yandan amaçlarını daha rahat bir şekilde gerçekleştirme imkânını elde ederler. “Sosyal grupların içerisinde olan birey, böylece bu gruplara olan üyeliği bağlamında kişisel (bireysel) ya da sosyal (kolektif) kimliğini yönlendirir ve sosyal davranışını düzenler (Güler, 2013: 2).

“Kişilik özelliklerimizi dikkate alarak, kendimize ilişkin yaptığımız tanımlama, belirli bir grup ortamında da varlığını sürdürebilir ve belki de, grupla güçlü bir

uyuşmazlık yaşadığımızda daha çok belirginleşebilir (Wetherell, 1996: 25'den akt: Demirtaş, 2003: 130). Grup üyelerinden herhangi biri grubun değerleriyle yani benimsediği sosyal kimliği ile ters düşmeye başladığında, grupta yer alan diğer bireyler tarafından dışlanmakta ve ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Dışlama ya da ayrımcılık toplumların yabancılaşan şeylere karşı normal bir davranışı haline gelmektedir. Gruba dâhil etme, dışlama ya da diğer bireylerle yapılan karşılaştırmalarda baza alınan ölçüt, “topumda yer alan diğer bireylerin kişilik tipleri ve davranışları” olmaktadır (Sözen, 1991: 94).

2.3.5. Sosyal Kimlik Kuramı

Bireylerin olumlu bir benlik algısına sahip olabilmeleri için en önemli kaynak, bir parçası oldukları sosyal gruplar olarak görülmektedir. Bu nedenle sosyal kimlik kuramı, grup üyeliği, grup oluşma süreci ve gruplar arasındaki ilişkileri konu alan ve sosyal psikoloji içerisinde yer alan önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kuram ilk olarak Muzaffer Sherif tarafından grup içi ve gruplar arasındaki etkileşimleri gözlemlene çalışmalarıyla başlamış (Sherif 1967'den akt: Ertaş ve Aktaş, 2017: 239) ve 1980'li yıllarda Tajfel ve Turner tarafından sosyal kimlik kuramı çalışmaları devam etmiştir.

Sosyal kimlik kuramının temel varsayımı, “insanların kendilerine ilişkin olumlu değerlendirmeler yapmak ve böylece benlik değerlerini yükseltmek yönünde güdülenmiş olduklarıdır” (Güler, 2013: 48). Demirtaş ise Sosyal Kimlik Kuramı' nın temel varsayımlarını şu şekilde açıklar (Demirtaş, 2003: 129-130):

1. Bireyler kendilerini tanımlarken üyesi oldukları sosyal grubu temel alırlar ve buna göre kendilerini kategorilendirirler (Turner, 1987'den akt. Demirtaş, 2003, s. 129). Bu kategorileştirme sonucunda ise kendilerini yerleştirdikleri o grupta özdeşleştirerek sosyal kimliklerini oluştururlar (Demirtaş, 2003, s. 129).
2. Bireyin çevresinde bulunan diğer gruplar ise o bireye kendi grubunu değerlendirmesi için birer model oluştururlar. Birey kendi grubuyla diğer gruplar arasında sosyal karşılaştırma yapar (Turner, 1987'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130).
3. Bireyler kendilerini diğer gruplarla karşılaştırırken, kendi benlik saygılarını yüksek tutmak ve olumlu bir sosyal kimlik edinmek için iç grup kayırmacılığı

yaparlar. Buna göre kendi gruplarını ayırır ve diğer grupları da küçümserler (Doosje ve Elemers 1997'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130).

4. Sonuç olarak bireyin kendi grubunun olumlu bir imaja sahip olup olmaması, üyesi olduğu grubun yapısına ve konumuna bağlıdır (Condor, 1990 ve Turner ve Brown 1978'den akt. Demirtaş, 2003, s. 130).

Sosyal kimlik kuramına göre, bireyler olumlu bir sosyal kimliğe sahip olma güdüsüne sahip olmalarına rağmen (Turner, 1999), olumlu sosyal kimlik oluşturma bireyin içerisinde yer aldığı grubun ya da toplumun yapısal özelliklerine, diğer grup ya da toplumların durumuna ve konumuna bağlı olmaktadır. Kendini bir grup çerçevesinde nitelemek ya da bir gruba dâhil olmak, bireye bir yandan kendini diğer bir yandan diğerlerini tanımlamak için bir temel oluşturmaktadır. Aynı zamanda, “gruplar arası yanlılık, grubun statüsünü yükseltmekte ve bir grup üyesi, olarak bireyin olumlu benlik değeri gereksinimi ve sosyal değişim için isteklendirme kaynağı olmaktadır” (Güler, 2013: 18).

Kurama göre gruplar arası yanlılık, yüksek düzeyde iç grup statüsü ortaya çıkarmakta ve grup üyeleri olumlu bir kimliğe sahip olmaktadır. Böylelikle ise bireylerin olumlu bir benlik değer inşa etme gereksinimleri giderilmektedir. Kuram, bireylerin kendilerini ait hissettikleri gruplardan yana hareket etmelerinin saldırganlık ya da sosyal bir düşmanlık olarak ele almamakta, diğer gruplardan farklılaşmanın stratejik bir deseninin ortaya koymaktadır (Brewer ve Hewstone, 2004'den akt: Güler, 2013: 18).

Tajfel ve arkadaşları, gerçekleştirdikleri çalışmalarda hem sosyal olarak sınıflandırmalar yapmanın gruplar arası davranışlar üzerindeki etkisi üzerinde durmuşlar hem de bireylerin kendilerini ait hissettikleri grupları diğer gruplara göre daha fazla yüceltmelerine ve kayırmalarına sebep olan koşulları incelemişlerdir. Daha önce gerçekleştirilen çalışmaları, kişisel ilgilerin ya da düşmanca tutumların diğer gruplara yönelik ayrımcı davranışları açıklayamayacağı yönünde eleştirmişlerdir. Bu tutumların sadece, deneysel bir desende tatminkâr koşullar ortaya koyabileceğini ifade etmişlerdir. (Güler, 2013: 18).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BULGULAR VE ANALİZ

Bu araştırma teknoloji bağımlılığının bireylerin kimlik algılamaları üzerindeki etkisini belirlemek, kimliğin her geçen gün tüketilen bir nesne haline gelip gelmediğini ortaya koymak amacıyla yürütülmüştür. Bu bağlamda lisansüstü öğrenim gören öğrencilerin teknoloji bağımlılığı hakkındaki görüşleri, kimliğin bireylerin gördükleri ya da duydukları şeylerden etkilenip etkilenemeyeceği ve böylece somut nesneler gibi tüketilen bir nesne haline gelip gelmediği hakkındaki görüşleri yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile alınmıştır.

Görüşmeler, kişiler aranarak uygun oldukları gün ve saatler için randevu alındıktan sonra gerçekleştirilmiştir. Devam etmekte olan pandemi sürecinden dolayı katılımcıların ile gerçekleştirilen görüşmeler Zoom programı üzerinden yapılmıştır. Görüşmeye başlarken katılımcıların izni alındıktan sonra program kayıt altına alınmış ve daha sonrasında bu kayıtlar bilgisayar ortamında yazıya aktarılmıştır. Görüşme esnasında katılımcılara yöneltilen sorular aynı sırayla ve aynı şekilde sorulmuştur. Katılımcıların isimleri gizli tutulmuş ve her bir katılımcı “katılımcı 1, katılımcı 2, ..., katılımcı 15” şeklinde kodlanmıştır.

Görüşmeler Malatya İnönü Üniversitesi’nde farklı alanlarda lisansüstü eğitim gören 8 yüksek lisans ve 7 doktora öğrencisi olmak üzere toplamda 15 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile gerçekleştirilmiştir (Tablo 1). Katılımcıların yaş ortalaması 28,2 iken; yaş itibarıyla en küçük katılımcı 23, en büyük katılımcılar ise 34 yaşındadır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

KATILIMCILAR	YAŞ	CİNSİYET	ÖĞRENİM DÜZEYİ	BÖLÜM	MESLEK
Katılımcı 1	25	Kadın	Yüksek Lisans	İletişim Bilimleri	Öğrenci
Katılımcı 2	34	Erkek	Yüksek Lisans	Sınıf Eğitimi	Öğretmen
Katılımcı 3	38	Erkek	Yüksek Lisans	İletişim Bilimleri	Öğretmen
Katılımcı 4	28	Erkek	Yüksek Lisans	İşletme	Öğrenci
Katılımcı 5	24	Erkek	Yüksek Lisans	Sağlık Bilimleri	Öğrenci
Katılımcı 6	23	Kadın	Yüksek Lisans	Analitik Kimya	Öğrenci
Katılımcı 7	26	Kadın	Yüksek Lisans	Felsefe	Öğrenci
Katılımcı 8	31	Kadın	Yüksek Lisans	Tarih	Öğrenci
Katılımcı 9	29	Kadın	Doktora	Siyaset ve Sosyal Bilimler	Öğrenci
Katılımcı 10	28	Erkek	Doktora	Mühendis	Öğrenci
Katılımcı 11	29	Kadın	Doktora	İşletme	Öğrenci
Katılımcı 12	29	Kadın	Doktora	Elektrik Mühendisliği	Öğretim Görevlisi
Katılımcı 13	34	Kadın	Doktora	Din Sosyolojisi	Öğretmen
Katılımcı 14	29	Kadın	Doktora	Uluslararası İlişkiler	Öğrenci
Katılımcı 15	28	Kadın	Doktora	İletişim Bilimleri	Öğrenci

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde görüşmelerden elde edilen veriler, yapılan analizin sonucunda başlıklar altında sunulmaktadır.

3.1. Katılımcıların Teknolojik Araçları Kullanım Sebepleri

Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular ışığında katılımcıların teknolojik aletleri daha çok iletişim kurmak ve haberleşmek, sosyal ağları ziyaret etmek, mesleki ve akademik çalışmalarını yürütmek ve gündemi takip ederek haber alma ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla kullandıkları görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2. Katılımcıların teknolojik araçları kullanım sebepleri

Katılımcı 1	İletişim kurmak, sosyal ağlar ve web siteleri
Katılımcı 2	İletişim kurmak, mesleki ve akademik çalışmalar
Katılımcı 3	İletişim kurmak, sosyal ağ uygulamaları, web siteleri, haber ve bilgi almak
Katılımcı 4	İletişim kurmak
Katılımcı 5	İletişim kurmak, sosyal medya uygulamaları, film izlemek
Katılımcı 6	Mesajlaşma, sosyal medyada paylaşım yapma, gündemi takip etme, dizi izleme, sınıf gruplarından haberdar olma
Katılımcı 7	Haberleşme, sosyal ağ, araştırma
Katılımcı 8	Mesajlaşma, çevrim içi oyun, sosyal ağ ya da web siteleri
Katılımcı 9	Bilimsel araştırma, mesajlaşma ve sosyal ağ
Katılımcı 10	Akademik çalışmalar, mesajlaşma, alışveriş yapmak
Katılımcı 11	Web siteleri, dersler, ödevler, makaleler
Katılımcı 12	Mesajlaşma, haberleri takip etmek ve akademik çalışmalarını yürütmek
Katılımcı 13	Mesleki çalışmalar, mesajlaşma ve haber sitelerini incelemek
Katılımcı 14	İrtibat/iletişim kurma, araştırma yapmak, video izlemek
Katılımcı 15	İletişim kurmak, gündemi ve haberleri takip etmek, sosyal ağları ziyaret etmek

Genel kullanım alanları ile birlikte katılımcıların teknolojik araçları kullanım sebeplerinin her zaman aynı olmadığı ve değişen amaçlar ya da şartlar doğrultusunda bu araçları kullanım sebeplerinin de değişmekte olduğu anlaşılmaktadır. Mesleki ya da akademik çalışmaları ve değişen şartlar doğrultusunda teknolojik araçları kullanım amaçlarını vurgulayan katılımcılardan bazıları görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Özellikle hem mesleki anlamda hem de kişisel gelişim anlamında bilgisayar üzerinden dijital ortamdaki eğitimleri takip edip, dokümanları inceliyorum. Öğretmen olduğum için özellikle içerisinde bulunduğumuz bu pandemi sürecinde uzaktan eğitimden dolayı teknolojik araçları çok fazla kullanma gereği duyuyoruz. Bu nedenle sosyal medyayı ve iletişim araçlarını çok sık ve yoğun kullanıyoruz. Ödevlendirmeleri dahi sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleştiriyoruz.” (Katılımcı 2).

“Şu an web siteler ile alakalı çalışmalar yaptığım için sık sık web siteleri ziyaret ediyorum ama genel olarak teknolojik araçları kullanma sebepim dersler, ödevler, makaleler üzerine kurulu.” (Katılımcı 11).

“Dersleri şu an online işlediğimiz için işlerimi son bir senedir tamamen internet üzerinden gerçekleştiriyorum. Mesajlaşma ve haber sitelerini incelemek için kullanıyorum. Gün içerisinde sosyal medya platformları çok fazla vaktimi almıyor.” (Katılımcı 13).

3.2. Katılımcıların Teknoloji Bağımlılığı Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılar, genel itibarıyla 21.yüzyıl teknoloji çağında yaşayan bireyler olarak teknolojiden sıyrılmanın ve bireyleri teknolojiden bağımsız düşünmenin neredeyse imkânsız olduğu düşüncesindedirler. Yakın geçmişte internet ve internet tabanlı araç gereçlerin her evde bulunmadığını fakat günümüzde hemen her evde internet bağlantısının bulunduğu dikkat çekmektedirler. Bu durumda teknoloji kullanımlarını ve bireylerin bağımlılık durumlarını arttırdığını savunmaktadırlar.

İçerisinde bulunan yüzyılla birlikte bireylerin ihtiyaçlarının değiştiğini dile getiren katılımcılar, bu ihtiyaçların bireylerin gündelik hayatlarında akıllı telefonlardan akıllı buzdolabı, fırın, çamaşır ve bulaşık makinası ve hatta akıllı evlere varana kadar kullandıkları araç ve gereçlere de yansydıklarını ifade etmektedirler. Bu çağda yaşayan herkesin makul sebepler ve süreler içerisinde teknolojinin sunmuş olduğu araç ve imkânlardan faydalanma hakkına sahip olduğu dile getirmekte olup; daha çok eğlence

temelli uzun saat dilimlerini kapsayan sürekli bir kullanımın bağımlılığı beraberinde getireceğini dile getirmektedirler.

“Teknolojinin hızla geliştiği bu dönemde teknolojik aletlerin hayatlarımızın büyük bir bölümünü kapsadığını söyleyebiliriz. Dolayısıyla teknolojiden bağımsız bir hayatın olması şu dönemde çok zor görünüyor. Her ne kadar teknoloji bağımlısı olduğumuzu düşünmesek dahi hepimiz bağımlı bir yaşam içerisindeyiz.” (Katılımcı 1).

Katılımcılar, 10 - 15 sene öncesine kadar teknolojinin bireylerin hayatlarında şu an olduğu kadar iç içe bir halde olmadığını savunmaktadır. Bu nedenle de geçmişte teknolojinin bir gereksinim ya da ihtiyaç olmadığını ancak günümüzde her yaş ve meslek grubundaki bireyler için akıllı telefon, tablet ya da bilgisayar gibi araçların bir gereksinim olduğunu ifade etmektedirler.

“Gündelik hayatta, evde, yolda, toplu taşımalarda bireylerin bağımlılık boyutlarını gözlemlemek zor değil. Yaş ve meslek gruplarının teknoloji bağımlılığı noktasında çok ciddi farklılıkları olduğunu düşünmüyorum. Küçük çocuklardan yeni teknoloji nesline yabancı olduğunu düşündüğüm ileri yaş gruplarına varıncaya kadar birçok teknolojik aletin kullanımı oldukça yaygın. Bu durum bağımlılığa dönüşme sürecine katkı sağlamaktadır.” (Katılımcı 9).

“Özellikle son beş yıldır toplumumuzda tamamen cihaza bağlı bir hayat biçimi söz konusu oldu. Öğrenciler arasında da kullanım çok fazla arttı. Yaşı belli bir düzeyin üzerinde olan bireyler için de aynı şey geçerli. Son 5-6 sene içerisinde her yaş grubundan birey arasında teknoloji kullanımlarının ve bağımlılığının arttığını düşünüyorum.” (Katılımcı 13).

“7’den 70’e herkeste hat safhada olduğunu düşünüyorum. Sosyal ağlar, insanları sosyal hayattan soyutlayan bir ortam, teknoloji bağımlılığı da bu soyutlanmışlığın adıdır. Bireyler için yeme içme ihtiyacı haline gelmektedir. Ekranlara bakmadan duramamakta olan bireyler giderek tembelleşmekte ve çalışmaktan, sosyal hayattan alıkonulmuştur.” (Katılımcı 14).

Kişiler, bağımlılık düzeyinde bir teknoloji kullanımının bireylerin insani ilişkilerine olumsuz açıdan çok fazla yansımaları olduğunu belirtmektedirler. Teknolojiye bağımlı olmanın insani ilişkilerini en alt seviyeye düşürdüğünü, bireylerin gerçek hayattan soyutlanarak giderek sanal bir dünyanın gerçeklik sınırlarını içerisinde yaşadığını, toplumun artık birbirlerine güvenmeyen bireylerden oluşmaya başladığını savunmaktadırlar.

“Çevremizde teknoloji bağımlılığı olan gençleri gözlemlediğimizde bakışlarının ve konuşmalarının dahi ne derece etkilendiğini görebiliyoruz.

Bu süreç böyle devam ederse maalesef artık üretmeyen, en başta kendileri olmak üzere çevresindeki insanlara ve topluma bir faydası olmayan nesiller heba olup gidecektir.” (Katılımcı 7).

Bazı katılımcılar teknoloji bağımlılığının teknolojik araçları kullanım süresi ile değil, kullanım sebepleri ile ölçülmesi gerektiği düşüncesindedirler.

“Teknoloji çağını yaşadığımız için dijital ortamlarda bir tuşa basarak her şeye ulaşabiliyoruz. Dolayısıyla teknoloji bağımlılığını tarif etmek için bir zaman sınırlaması koymak doğru olur mu, düşünmek gerekiyor. Bu konuyu sadece zaman boyutuyla mı sınırlandırmamız gerekiyor, yoksa teknolojik araçları kullanırken zamanı hangi alanlarda harcadığımıza mı bakmamız gerekiyor. Mesela bir öğrenci ve öğretmen günde yaklaşık 6 saat canlı ders yapıyor. Bu nedenle ‘teknoloji bağımlısı’ kavramını saat olarak değil de, teknolojide harcadığımız zamanı neye harcadığımızı düşünerek belirlemeliyiz diye düşünüyorum.” (Katılımcı 2).

“Süre sınırının yanı sıra yapılması gereken işlerin ertelenmesi, zaman algısının kaybolması gibi etkenlerde göz önünde bulundurulmalıdır.” (Katılımcı 6).

Bunun yanı sıra katılımcılar, içerisinde bulunduğumuz Covid-19 pandemi sürecinde bireylerin, alınan önlemler kapsamında sokağa çıkma kısıtlaması ile birlikte mesleki görevlerini ya da her kademedeki öğrencilerin derslerini ev ortamında teknolojik araçlar vasıtasıyla yerine getirmelerinin teknoloji kullanımlarını ve bağımlılık düzeylerini arttırdığını dile getirmektedirler.

“Özellikle Covid - 19 ile birlikte tüm işlerimizi online olarak hallediyor ve zamanımızın çoğunu bu ortamda geçiriyoruz.” (Katılımcı 1).

“Pandemi sürecinde evde daha fazla zaman geçirmeye başlamamızla birlikte, çocuklar kadar yetişkinlerde teknolojinin sunduğu imkânlardan çok fazla yararlanmaya başladı.” (Katılımcı 2).

“İçerisinde bulunduğumuz çağda ve süreçte teknoloji bağımlısı olmayan var mı, bilmiyorum. Bende elinden telefonu düşüremeyenlerdenim. Pandemi sürecinde kurumlarda haberleşmek adına sosyal medya uygulamalarının aktif bir şekilde kullanılması, teknoloji kullanımlarının her geçen gün artmasını beraberinde getirdi. Bu süreçte teknolojik araçları kullanmayan bireylerde kullanmak zorunda kaldılar ve bu durum bir süre sonra bireylerin giderek bağımlı olmalarına sebep oldu.” (Katılımcı 12).

3.3. Katılımcılara Göre Bireylerin “Teknoloji Bağımlısı” Olarak Değerlendirilebilmeleri İçin Teknolojik Araçları Kullanmaları Gereken Süre

Katılımcıların hemen hepsi, bireylerin “teknoloji bağımlısı” olarak değerlendirilebilmeleri için teknolojinin sadece kullanım süresi değil, kullanım amacı açısından da göz önünde bulundurulması gerektiğini ifade etmektedirler.

“Eğer birey teknoloji ile ilgili bir işi yapmıyorsa bir saatten fazla vakit geçirmesi bana göre bağımlı olduğunu göstermektedir.” (Katılımcı 1).

“Saat olarak değil de nitelik olarak bakmak gerektiğini düşünüyorum. Bireyler teknoloji bağımlısı saatten dolayı değil kullanma niteliğinden dolayı olmaktadır. Çünkü bağımlılıkta 4. adımda zorundalık durumu hâkimdir. Bireyler artık zevk almasalar bile kendilerini teknolojik araçları kullanmak zorunda hissederler.” (Katılımcı 5).

“Aslında bu süreyi belirmeden önce bu sürece teknolojiyi ne amaçla kullanıyor o önemli eğer iş ya da öğrencilik gibi durumlar için kullanılıyorsa bir bağımlılıktan söz edemeyiz ancak iş dışı olarak 4 saatten fazla bir kullanım bence bağımlılıktır.” (Katılımcı 8).

“Ben teknoloji bağımlılığını bireyin mesleki çalışmaları için teknoloji kullanımına ayırdığı vaktin dışında tutuyorum. Bu şekilde değerlendirdiğimde, yaklaşık 3-4 saatin üzerinde teknoloji ile vakit harcayan bir bireyin teknoloji bağımlısı olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 9).

Zorunlu olarak kullanım süresi haricinde katılımcılar için bireylerin “teknoloji bağımlısı” olarak değerlendirilebilecekleri kullanım süreleri şu şekildedir (Tablo 3).

Tablo 3. Katılımcılara göre bireylerin “teknoloji bağımlısı” olarak değerlendirilebilmeleri için teknolojik araçları kullanmaları gereken süre

Katılımcı 1	1 saat ve üzeri
Katılımcı 2	1 saat ve üzeri
Katılımcı 3	5 saat ve üzeri
Katılımcı 4	5 saat ve üzeri
Katılımcı 5	-
Katılımcı 6	8 saat
Katılımcı 7	12 saat ve üzeri
Katılımcı 8	4 saat ve üzeri
Katılımcı 9	3 - 4 saat
Katılımcı 10	4 saat ve üzeri
Katılımcı 11	3 saat
Katılımcı 12	3 - 4 saat
Katılımcı 13	2 saat
Katılımcı 14	5 - 10 saat
Katılımcı 15	8 saat

3.4. Katılımcıların Teknolojik Araçları Kullanım Süreleri Ve Kendilerini Bağımlı Olarak Görüp Görmedikleri

Katılımcılara teknolojik araçları kendi kullanım süreleri (yaklaşık olarak) sorulduğunda elde edilen veriler aşağıda verilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Katılımcıların teknolojik araçları kullanım süreleri

Katılımcı 1	3 - 4 saat
Katılımcı 2	30 dakika -1 saat
Katılımcı 3	4 - 5 saat
Katılımcı 4	1:30 - 2 saat
Katılımcı 5	4 saat
Katılımcı 6	5 -6 saat
Katılımcı 7	6 – 7 saat
Katılımcı 8	8 saat
Katılımcı 9	2 – 3 saat
Katılımcı 10	Çok fazla
Katılımcı 11	1 saat
Katılımcı 12	6 saat
Katılımcı 13	1:30 – 2 saat
Katılımcı 14	2 – 3 saat
Katılımcı 15	5 – 6 saat

Ancak katılımcılar bu sürelerin hafta içi ve hafta sonu içerisinde yer aldıkları yoğunluk durumları ve araçları kullanım amaçları gibi nedenlerle farklılaşmakta olduğunu dile getirmektedirler.

“Her gün sabit olarak kullandığımı söyleyemem ancak hafta içi yarım saat, hafta sonu bir saati bulabilir.” (Katılımcı 2).

“Bilimsel çalışmalar için bilgisayar ve internet kullanımımı hesaplamıyorum. Bunun dışında mesajlaşma ve sosyal ağ amacıyla teknoloji kullanımımın yaklaşık 2-3 saat olduğunu söyleyebilirim.” (Katılımcı 9).

“Ekran kullanım süresine bakmaya cesaret edemiyorum açıkçası. Ancak günlük yoğunlukların birbirinden farklı olması nedeniyle her gün aynı sürede kullanmadığımı söyleyebilirim.” (Katılımcı 12).

“Hafta içi yoğun olduğum için kullanmıyorum ancak hafta sonları vakit bulursam kullanabiliyorum.” (Katılımcı 13).

Katılımcılara, teknoloji kullanım süreleri kapsamında kendilerini teknolojiye bağımlı olarak görüp görmedikleri sorulduğunda ise 15 katılımcıdan 8'i kendilerini teknolojiye bağımlı olarak gördüklerini ifade ederken, 7'si bağımlılık düzeyinde bir kullanımlarının söz konusu olmadığını dile getirmektedirler (Tablo 5).

Tablo 5. Katılımcıların kendilerini teknolojiye bağımlı olarak görüp görmedikleri

Katılımcı 1	Evet
Katılımcı 2	Evet
Katılımcı 3	Hayır
Katılımcı 4	Hayır
Katılımcı 5	Hayır
Katılımcı 6	Evet
Katılımcı 7	Evet
Katılımcı 8	Evet
Katılımcı 9	Hayır
Katılımcı 10	Evet
Katılımcı 11	Hayır
Katılımcı 12	Evet
Katılımcı 13	Hayır
Katılımcı 14	Hayır
Katılımcı 15	Evet

Bağımlılık düzeyinde bir teknoloji kullanımına sahip olduklarını ifade eden katılımcılar, işlerine odaklanmakta, zaman yönetimini sağlamakta zorlandıklarını dile getirmektedirler. Canları sıkıldığında ya da günleri yoğun geçse de geçmese de telefonlarını ellerine alıp sürekli olarak kontrol etme ihtiyacı hissettiklerini belirtmektedirler. Katılımcılar bağımlılık düzeyindeki kullanımlarının pandemi sürecinde mesleki ya da resmi işlerin dahi sosyal platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi ile ilişkili olduğunu da düşünmektedirler.

“İki sene kadar evvel böyle bir ihtiyacım yoktu. Şimdi yarım saat kadar telefondan uzak kaldığımda ve telefonun bulunduğu ortama geldiğimde mesajlarıma bakma gereği hissediyorum. Son zamanlarda gerek mesleki anlamda gerek resmi işlerle alakalı olarak, sosyal medya platformlarında oluşturulan gruplar üzerinden gerçekleştirdiğimiz yoğun mesajlaşma trafiğinden dolayı sürekli olarak bildirimleri kontrol etme ihtiyacı hissediyoruz. Telefonu elime aldığım anda da doğrudan bildirimlere bakıyorum. Bu nedenle geçişe nazaran kıyasladığımda ‘evet, teknoloji bağımlısıyım’ diyebilirim.” (Katılımcı 2).

Teknolojiye bağımlı olmadıklarını dile getiren katılımcılar ise düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

“Bağımlılığı, bağımlı olduğun şey ile irtibatının kesilmesi durumunda fiziksel veya ruhsal olarak eksik ve yoksun hissetme durumu olarak

tanımladığımdan, teknoloji bağımlısı olduğumu düşünmüyorum” (Katılımcı 9).

“’Bağımlı değilim’ ya da ‘bağımlıyım’ diyemem. Bağımlıysam dahi üst düzey seviyede bir bağımlılığım olduğunu düşünmüyorum. ‘Telefonsuz yaşayamam!’ diyen kişiler var ve gerçekten bende bu kanıdayım. İnsanlar telefonsuz yaşayamayacak bir seviyedeler. Telefonun bir gereklilik olduğunu düşünüyorum ama yerli yerinde kullanıldığında bir gerekliliktir. Telefonumu bir kenara indirdiğimde bazen aklıma geliyor olabilir ama telefonunu bir yerde unuttuğunda kolunu, bacağını bir yerde unutmuş hissi yaşayan insanlar kadar bağımlı değilim.” (Katılımcı 11).

“Film izlemeyi, müzik dinlemeyi severim ama sürekli ekran başında vakit geçirmedığım için bağımlı olduğumu düşünmüyorum. Mesajlara bile bazen vaktinde dönüş sağlamadığım için gönül koyan arkadaşlarım oluyor.” (Katılımcı 13).

“Teknolojiye bağımlı olduğumu düşünmüyorum ama sesini duymam gereken insanlar olduğu için tamamen hayatımdan çıkarmış değilim.” (Katılımcı 14).

3.5. Katılımcıların “Tüketim” Hakkındaki Düşünceleri

Görüşme yapılan katılımcıların büyük çoğunluğu genel çerçevede tüketimi, ihtiyaçlara yönelik yapılan faaliyetler olarak görmektedir. Katılımcılar, bireylerin kendileri de dâhil olmak üzere çevrelerinde bulunan her şeyi tüketebilecek bir potansiyelde olduklarını düşünmekte ve bireylerin metaya dönüştürüp pazarlayabildikleri her şeyin birer tüketim unsuru olarak görmektedirler.

“Günlük ihtiyaçlarımızı karşılamaya yönelik takındığımız tutumları birer tüketim olarak ifade edebiliriz.” (Katılımcı 3).

“İhtiyaçlarımızı karşılayabilmek amacıyla gerçekleştirdiğimiz tüm satın alma davranışlarına tüketim diyebiliriz.” (Katılımcı 4).

Bununla birlikte katılımcıların içerisinde bulunan yüzyılın bir sonucu olarak tüketim kavramına bakış açılarının değiştiği ve bireylerin bir şeyleri satın alma kararını verme sebeplerinin ihtiyaç doğrultusunda olmaktan çok, ihtiyaç dışında bulunan nesneler haline geldiği anlaşılmaktadır. Bireyler artık kendilerine hayatta kalmalarını sağlayacak ya da işlevsel açıdan fayda sağlayacak ürünleri satın almanın yanı sıra, mutluluk, özgüven, saygı, daha iyisine ulaşma isteği gibi manevi duyguları tatmin

edebilmek amacıyla tüketim eğiliminde oldukları görülmektedir. Katılımcılara göre, bireyler bu tatmini sağlayabilmek amacıyla sadece satın alınabilecek somut maddeleri değil, aynı zamanda zaman ya da duygular gibi soyut kavramları da tüketmektedirler. Böylelikle katılımcılara göre bireyler, satın alma davranışının yanı sıra herhangi bir şeyi satın almadan da tüketim davranışını sergileyebilmekte ve tüketilebilen bir nesne haline dönüşmektedirler.

“Tüketim; bir ihtiyaç doğrultusunda satın alma davranışının gerçekleştirilmesi ve bireyin bunun sonucunda tatmin olması olarak görülse de aslında farklı birçok boyutu vardır. Özellikle kapitalizmin getirilerinden biri olan ve ‘ne kadar tüketirsem o kadar mutlu olurum’ düşüncesi bireylerin kişiliğinin tükenmesine sebebiyet vermektedir. Mutlu olmaktan ziyade tatmin olmayan, hep daha iyisini isteyen bireyler daha çok mutsuz olmakta ve daha çok tüketmektedir. Böylelikle üretmeyen bilinçler tükenmeye mecbur kalmaktadır.” (Katılımcı 1).

“İnsanların artık her şeyi tükettiklerini düşünüyorum. Genel çerçevede zamanı tüketiyoruz, dünyadaki birçok kaynakları tüketiyoruz, çevremizdeki insanların belli duygularını tüketiyoruz, her şeyi tüketiyoruz. Somut olarak değerlendirilebilecek şeyleri de tüketiyoruz evet ama soyut olarak tükettiğimiz birçok şeyde var.” (Katılımcı 11).

“Üretim aşamasında olmadan geçirdiğimiz tüm vakitler tüketimdir. Satın alma faaliyetleri ya da teknolojik araçları kullanımlar fark etmeksizin ders anlatmadığım her anı tüketerek geçiriyorum denilebilir. Her geçen gün 21. yüzyılın tüketim nesnelerine dönüşüyoruz. Tükettiğimizi zannederken aslında tükeniyoruz.” (Katılımcı 12).

Katılımcılar, gelişen teknolojinin de bireylerin tüketim kavramına bakış açılarını ve tüketim alışkanlıklarını değiştirdiğini düşünmektedirler. Kurum ya da firmalar bireylere ancak televizyon, radyo ya da ilan tahtası reklamları gibi reklamlar üzerinden ulaşmaya çalışırken, teknolojinin gelişmesi ile birlikte üretici kişiler ya da kurumlar tüketicilerine telefon ya da internet gibi vasıtalarla daha geniş bir şekilde ulaşabilme imkânını elde etmişlerdir. Böylelikle geleneksel yollarla ancak günün belirli saatlerinde tüketicilerine ulaşabilen üreticiler, saat fark etmeksizin günün herhangi bir diliminde potansiyel tüketici konumunda bulunan bireylere mesajlar vererek tüketime sevk edilmektedirler.

Katılımcılar, medyada sunulan bu mesajların bireylerin ihtiyaçları olmayan ürünleri ihtiyacıymış gibi gösterdiklerini ve bireylere bu doğrultuda mesajlar ilettiklerini savunmaktadırlar. Birçok bireyin bu mesajlardan etkilendiklerini ve gerekli ya da

gereksiz olarak düşünmeksizin satın alma davranışlarını her geçen gün arttırdıklarını dile getirmektedirler.

“Sağlıklı, psikolojik gelişimini olumlu etkileyecek bir formdaki tüketim elbette ki gerekli olan bir tüketimdir. Ancak günümüzde ihtiyacımızdan çok daha fazlasını tüketiyoruz. Medya, ihtiyacımız olmayan şeyleri ihtiyacımızmış gibi hissettirdiği için her geçen gün ‘ihtiyaç’ dediğimiz şeylerde giderek değişiyor ve daha fazla tüketiyoruz.” (Katılımcı 13).

“Pazarlanabilen bütün emtialardır. Mesela işimi halledebileceğim bir telefon varken gidip son dönemde çıkan en teknolojik telefonu, tüketim kültürünün bana sunmuş olduğu bir ayrıcalıklı gibi düşünerek almak istedim. Hem teknolojik olarak en iyi seviyede işimi görsün hem de ‘en iyisi her zaman bende olsun’ psikoloji ile hareket ettim.” (Katılımcı 15).

Katılımcılardan alınan verilerden hareketle, teknoloji aynı zamanda bireylerin satın aldıklarını ürünleri sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla diğer bireylere duyurmasını ya da ürün tavsiyelerinde bulunmalarını da beraberinde getirmektedir. Bir ürünü bir başkasında gören bireyler ‘Bende de olmalı!’ ya da ‘Bende neden yok!’ gibi bir psikoloji içerisine girmekte ve maddi imkânı fırsat verse de vermese de başkalarından gördükleri ürünleri satın alma davranışını sergilemektedirler. Katılımcılara göre, teknoloji kullanım ve tüketim alışkanlarının bu denli değişmesi ise sadece satın aldıkları ürünleri sosyal medya hesapları üzerinden paylaşarak link veren ve bireyleri o ürünleri satın alamaya yönlendirerek para kazanan bireyleri beraberinde getirmiş ve yeni bir meslek kolunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

“Genel çerçevede baktığımızda da insanlarımız bir tüketim çılgınlığı, tüketim alışkanlığının içerisinde. Bir şeyler üretmek, kazanmak ve kazandırmaktan ziyade, var olan şeyleri tüketmenin heyecanını yaşıyoruz. Bu durumda teknolojinin etkisinin çok fazla olduğunu düşünüyorum. Biri diğerinden, öteki bir diğerinden görerek, son zamanlarda sosyal medyadaki takipler, video izlemeler, insanların birbirlerinin hayatlarını görebilmeleri ve tüm bunlardan etkilenmeleri özellikle gençler arasında bir yarışa sebep oldu.” (Katılımcı 2).

Katılımcılar, gelişen teknoloji ile birlikte bireylerin tek bir tuşla kategori fark etmeksizin istedikleri ya da istemedikleri her şeyi sepetlerine ekleyebilmesi, yorulmadan ya da gezerek çok fazla zaman kaybetmeden sepetlerinde bulunan her şeyin kuryeler aracılığıyla ayaklarına kadar gelmesi de bireylerin tüketimin alışkanlıklarının değişmesine sebep olduğunu ifade etmektedir. Aynı şekilde satın alma davranışının nakit paralardan ziyade kredi ya da banka kartları ile gerçekleştirilebilmesi, bireylerin giderek daha fazla tüketmesini de beraberinde getiren bir unsur olarak karşımıza

çıkılmaktadır. Katılımcılara göre, bireyler somut olarak herhangi bir ücret ödemediklerini düşündükleri için kartlar üzerinden rahatlıkla alışveriş yapabilmektedir. Ellerinde bulunan nakit paralar tükendiğinde alışveriş yapamayacak olan bireyler, bu durumu yaşamamak adına kartlar üzerinden alışveriş yapmaktadır. Çünkü kartlar bireylere taksit ya da gelecek aylarda ödeme imkânını sunmaktadır.

“Kredi ya da banka kartları ile kolaylıkla alışveriş yapabilmesinin bireylerin giderek daha fazla tüketebilmesine sebep olduğunu düşünüyorum. Bireyler somut olarak herhangi bir tutar ödemediklerini düşündükleri için gelir miktarlarından daha fazlasını tüketebilmektedirler.” (Katılımcı 9).

“Alışveriş sitelerine girebiliyorum, kredi kartımı tanımlayarak rahatlıkla alışveriş yapabiliyorum. Bu yüzden tüketim her an, alışveriş yapmamı kolaylaştıracak şekilde yanımda. İstedğim her an istediğim her şeyi satın alabiliyor olma hissi tüketim alışkanlıklarının değişmesini de beraberinde getiriyor.” (Katılımcı 15).

Katılımcılar pandemi sürecinin de bireylerin tüketim alışkanlıklarını değiştirdiğini ifade etmektedirler. Sokak kısıtlamaları ile birlikte tüm vakitlerini evlerinde geçiren bireyler alışveriş siteleri üzerinden tüketim alışkanlıklarını sürdürerek kendilerini iyi hissettiklerini düşünme eğiliminde olmuşlardır. Aynı zamanda da her anını telefon ya da bilgisayar ortamında tüketerek geçiren bireylerin insani ilişkilerini de tüketmeye başladıkları katılımcılar tarafından ifade edilmektedir.

“Pandemi süreci ile birlikte bireyler sokağa çıkıp gezemedikleri her anı sosyal ağlarda gezerek geçirmeye başladılar. Bu süreçte bir yandan can sıkıntılarını gidermek diğer yandan ise salgın endişesini ve korkusunu bastırabilmek amacıyla alışverişe yönelen çok fazla birey olduğunu düşünüyorum.” (Katılımcı 8).

“Aslına bakarsanız son zamanlarda en çok tükettiğimiz şeyin insanlarla olan ilişkiler olduğunu düşünüyorum. Pandemiden dolayı sosyal birçok ortamdan uzaklaştık. Birçok şeyi bu dönemde tükettik.” (Katılımcı 11).

3.6. Katılımcıların “Kimlik” Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılara göre kimlik, bireylerin doğdukları andan ölecekleri ana kadar devam eden bir süreç ve bireyin ailede ve toplumda konumlanmasını sağlayan en önemli kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler gerek aile gerekse de toplum sınırları içerisinde kimlikleri ile bir yer edinebilmekte ve kendilerini ait hissedebilmektedirler. Katılımcılar, bireyleri ilgilendiren ve onlar için önemli olan tüm

unsurların kimlik kavramı altında şekillendiğini dile getirmektedirler. Genel itibari ile kimlik katılımcılara tarafından daha çok bireylerin kendilerini tanımlama biçimleri olarak ifade edilmektedir.

“Kişilerin yaşadıkları çevrenin kültürü ile oluşan birçok değeri içerisinde barındıran toplumda sahip oldukları konum, kimlik olarak tanımlanabilir. (Katılımcı 1).

“Bir insanın doğumuyla birlikte, davranışlarının değişmesi, düşüncelerinin olgunlaşması, insanı insan yapan değerlere ulaşması hayatı boyunca yaşadığı tecrübelerle, aldığı eğitimlerle hayat boyu devam ediyor. Bu süreçte tüm tecrübeleriyle beraber insan bir kimlik kazanıyor.” (Katılımcı 2).

“Kimlik, kişinin içinde bulunmuş olduğu aile yapısı, toplum, kültür ve değerler ile şekillenen, bireyin kendi ve toplumdaki karşılığını ifade eden davranış ve tutumların tümüdür. Birey gerek ailede gerek toplumda kimliği ile vardır. Kişi kimliği ile ailede ve toplumda konumlanmaktadır.” (Katılımcı 3).

“Kimlik kavramı bence bireyin kim olduğu, nereden geldiği, ailesi, mizacı, karakteri, huyu, sosyal çevresi gibi bireyi ilgilendiren ve birey için önemli olan her şeyi ifade eder. Kısacası ‘BEN’ i ‘BEN’ yapan her şeydir.” (Katılımcı 5).

“Kimlik insanın doğmuş olduğu coğrafya, aile ve zaman diliminin insanda oluşturduğu maddi ve manevi görünümüdür. Meslek grupları, yapılan işler, olduğun statülerde eklenince kimlik kavramı oluşuyor ve insan kendini var etmek yani belli bir kimliğe sokmak için yaşam içerisinde sürekli olarak bir mücadele veriyor. Bu mücadele sonucunda da kimlik oluşuyor.” (Katılımcı 15).

Bu görüşlerin yanı sıra katılımcılar, kimliğin bireylerin hayatlarında belli bir statüye gelmeleri için oluşturdukları bir yaşam biçimi olduğunu da ifade etmektedirler. Bu kimlik vasıtasıyla bireyler hayatlarındaki görevleri yerine getirirken zorlanmamakta ve toplum tarafından kabul görmektedir. Yer ve zamana göre değişim göstermekle birlikte de bu kimliklerden bir ya da birkaçı ön plana alınabilir ya da arka plana atılabilmektedir. Böylelikle bireylerin bir parçası oldukları kimliklere bir zarar geldiğinde bir şeylere ait olduğunu düşündükleri kimliklerini savunma yoluna gidebilmektedirler.

“Bazen etnik kimliğimiz, bazen cinsiyetimiz, dış görünüşümüz, bazen hangi inanca mensup olduğumuz veya mesleğimiz kimliğimizi ifade eder.” (Katılımcı 9).

Aynı zamanda kimliğin daha çok bireyin tercihlerinden ziyade dış etkenler tarafından şekillendiğini savunan katılımcılarda söz konusudur. Bu konuda düşüncelerini ifade eden bir katılımcıya göre:

“Farkında olmadan hem sosyal çevremiz hem ailemiz bize kimlikler dayatır. Bu nedenle kimlik insanın bilinçli olarak tercih ettiği bir şey değildir. Aile ya da iş hayatı insanlara belirli görevler yüklenir ve bu görevler onların kimliklerinin bir parçası olur. Bu nedenle ben kimliği daha çok dıştan dayatılan bir kavram olarak görüyorum. Kendi adıma 25 - 26 yaşından sonra bilinçli olarak kimlik edinme yolundayım. Farkındalık arayışı içerisinde olduğundan insanlar bir şeyleri fark edebilir. Yoksa insanlar farında olmadan dayatılan şeylerle birbirlerini eleştirip, ötekileştirebiliyorlar.” (Katılımcı 12).

3.7. Katılımcıların “Sosyal Kimlik” Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılar, bireylerin bir gruba ait olmak ve o gruba benzemek adına sergiledikleri davranışların sosyal kimliklerini oluşturduğunu ifade etmektedirler. Elde edilen görüşlere göre, bireyler ait olduklarını hissettikleri bireyler ya da gruplar ile birlikte hareket etmekte ve onlar gibi olma çabasında olmaktadır.

“Sosyal kimlik bireyin diğerleriyle olan ilişkisini ve iletişimi ile onlarla kurduğu ilişki ve o ilişkideki karakterini huyunu, tavrını ifade eder.” (Katılımcı 5).

“Sosyal kimlik bulunduğumuz grubu topluluğu ifade eder. ‘Bir insan çevresinde beş kişinin toplamıdır.’ diye bir söz vardır. Bu söze katılıyorum. Sosyal kimlik bireylerin sürekli olarak zaman geçirdikleri kişilerin yüklediği ya da benzer şekilde bizim onlara yüklediğimiz kimliklerdir.” (Katılımcı 11).

Aynı zamanda katılımcılar için sosyal kimlik, bireylerin sosyal yapı içerisinde karşılığını ifade etmektedir. Katılımcılar sosyal kimliğin, bireyin içerisinde yer aldığı topluma göre şekillendiğini dile getirmektedirler.

“İnsanların diğer insanlar hakkındaki duygu ve düşünceleri, sosyal, mesleki ve arkadaşlık ilişkilerinin tamamı sosyal kimliğimizi oluşturur.” (Katılımcı 2).

“Bireyin sosyal ve toplumsal yapı içerisindeki karşılığını ifade etmektedir. Bireyin toplumsal sınıf içerisindeki olay ve olgulara karşı takınmış olduğu tutumdur.” (Katılımcı 3).

“Sosyal kimlik topluma göre şekillenen kimliğimiz diyebiliriz. Toplumun ve toplumun içindeki görevlerimize ve durumumuza göre şekillenir.” (Katılımcı 6).

“Başka insanlar tarafından oluşturulmuş ve bu minvalde toplumdaki konumu belirlenen bir kavramdır” (Katılımcı 7).

Katılımcılar, toplumun bireylerin bireysel kimliklerini törpüleyerek onları kimliklerinden uzaklaştırdığı ve böylelikle sosyal kimliğin oluşturulduğunu belirtmektedirler. Toplum bu noktada katılımcıların karşısına, her şeyi biçimlendiren bir öge, her şeyin üzerinde bir kavram ve biraz da kültürün bir ögesi olarak çıkmaktadır. Bu nedenle katılımcılar tarafından sosyal kimliğin, bireylerin gerçek kimliğinden ziyade oluşturulmuş yanılsamalardan ibaret olduğu düşünülmektedir. Böylelikle katılımcılar sosyal kimliklerin, bireylerin ortak aidiyetlerini ifade edebildiği savunmaktadır.

“Sosyal kimlik bazen gerçek kimliğimizi ortaya koysa da çoğu zaman benim için sosyal kimlik bir yanılsamadan ibaret. Sosyal ortamda veya sanal ortamda bir araya gelen insanların ve çoğu zaman birbirine yabancı olan bireylerin, grup halinde hareket etmelerine yardımcı olan kimliğidir aslında. Bu durumda tüm bireylerin gerçek kimliklerinin birbiri ile %100 uyumunu varsayamayacağımıza göre, sosyal kimlik bireylerin ortak aidiyetlerini ifade ettikleri birkaç benzer özelliği öne çıkarttığı, daha çok kolektif benliğine yönelik kimliğidir.” (Katılımcı 9).

“İnsanın ilkel formlarında bile toplum önemli bir rol oynuyor. Bu yüzden toplumların ilerleme, gelişme, tüketim ya da bütün profili içerisinde bulunduğu toplumla benzeşiyor, çok aykırı bir yerde duramıyorsunuz. Çünkü uyum sağlamak durumundasınız, uyum sağlamazsanız devam edemezsiniz. Toplumda kendi kimliğine, size tanımladığı konuma koyar bireyi.” (Katılımcı 13).

3.8. Katılımcıların “Kimlik Tüketimi” Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılar, her geçen gün daha fazla tüketme isteğiyle gerekli ya da gereksiz olduğunu düşünmeksizin bir şeyler satın alma eğiliminde olan bireylerin, kendilerine ait değer yargılarını da kaybetmeye başladıklarını ifade etmektedirler. Bu noktada, bireylerin, “Ben bu muyum? Bunları ben mi yaptım?” sorularına cevaplar araması aslında kendi kimliğinden bir şeylerin eksilmeye başladığının göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılara göre, bireylerin günlük hayatlarında karşılaştıkları her yeni şey, hayatlarına bir takım yenilikler getirirken, kimliklerinde var olan değer ya da kavramların eksilmesine sebep olmaya başlamaktadır. Daha iyisine sahip olmak

adına sürekli olarak sepetine ürünler ekleyen bireyler, giderek bencil bir düşünce yapısına sahip olmakta ve kendi dışında kalan bireylerin haklarını da gözetmemeye başlamaktadır.

“Tatmin olmak, doyuma ulaşmak isterken kendini/kimliğini tüketen bireyler kendilerinin çok uzağına düştüklerinin farkında bile değillerdir.” (Katılımcı 1).

“Bireyler, kendi kimliklerinden, karakterlerinden ve fikirlerinden ödün vermeye başladıklarında ve bunun sonucunda olumsuz açıdan kendileri olmaktan çıktıklarında, bu durum bireylerden bir şeyler götürür. Bu noktada kimlik tüketimi başlamış demektir.” (Katılımcı 2).

“Kimlikler artık para gibi tüketilebilen somut nesneler haline gelmiştir.” (Katılımcı 4).

“Bireyler, kendilerini ifade eden özelliklerini zayıf ederek, taşıması gereken özelliklere uymayarak, özünden uzaklaşarak ve bunlar sonucunda kendi değerlerine yabancılaşarak kendi kendini tüketmiş olur.” (Katılımcı 6).

Katılımcılar, gelişen teknoloji de bireylerin kendi kimliklerinin onlara yükledikleri değer, görev ve sorumlulukların dışına çıkarak, kimliklerini tüketmelerine sebep olduğunu savunmaktadır. Teknoloji bireylere kendi coğrafyalarından olsun ya da olmasın, birbirinden çok farklı bireylerin hayatlarını belki de 7 / 24 görebilme imkânını sunmaktadır. Youtube ya da instagram gibi uygulamalar üzerinden bireyler, hayatlarının her anını, gerçek ya da gerçek dışı olup olmadığına bakmaksızın, kendilerini takip eden bireyler ile paylaşmaktadırlar. Bu paylaşımlar katılımcılar için genel çerçevede bakıldığında çok masum gibi görülüyor olsa da aslında bireylerin kendi hayatlarını ve dolayısıyla kendi kimliklerini ve kimliklerinin onlara yüklediği görev ve sorumlulukları sorgulamalarına sebep olan bur durumu beraberinde getirmektedir. Gördükleri hayat biçimlerinden etkilenen ve bu etkiyi kendi hayatlarına yansıtan bireylerin sonucunda, bir yandan bireyler olmadıkları gibi görünmeye başlamakta, diğer bir yandan ise birbirine benzer hayatlar ortaya çıkmaktadır.

“Kendi özünden kopma, kendi toplum içindeki varlığından kopma, olmadığı gibi görünerek kendi kimliğini tüketmedir” (Katılımcı 8).

“Gelişen teknolojiyle dünyanın küreselleşmesi farklı kimliklerin yok olmasına neden oluyor.” (Katılımcı 10).

“21.yüzyıl globalleşme, dünyanın her tarafındaki herkese ulaşabilme ve bilgiyi edinebilme açısından devrimsel bir süreci beraberinde getirdi. Bu kimliğin tüketimi midir değişimi midir, emin olamıyorum. Toplumun bize

verdiği kimlik değerlerini globalleşme tıpkı sınırları erittiği gibi eritiyor. Bu değişim kültürü, dini, iletişimi her şeyi etkiliyor. Bir dilin oluşma mantığı bile değişiyor. Toplumsal kimlik giderek çözülmeye başlıyor. (Katılımcı 13).

“Her çağ kendisiyle beraber yeni bir düzeni beraberinde getirir. 90’lı yıllarda olan yaşam tarzı ile 2000’li yıllarda olan yaşam tarzı arasında büyük bir fark var. İnsanlar 90’lı yıllarda daha kendi içsel yaşamlarını sürdürürken, günümüzde bireyler kimliklerini bu çağa adapte ederek ya da belli kalıplara girerek oluşturmak ve yaşamak zorundalar. Toplumdan soyutlanmamak için, kimliğimizi buna uydurmak zorundayız. Çünkü kimliğini var edebilmen için olan düzene ayak uydurman gerekiyor ve bu yüzden bireyler aldığı şeylerle ya da yaşam tarzları ile kimliklerini tüketiyorlar. Böylece kendi olmak ya da kendini bulmaktan uzaklaşıyorlar. Bu durumda soyut bir tüketim söz konusu oluyor ve bireyler sürekli olarak kendisinden veriyor.” (Katılımcı 15).

3.9. Katılımcıların Bireylerin Gördüklerinden Ve Duyduklarından Etkilenmeleri Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcıların ifade ettikleri düşüncelerin ışığında, sosyal medya uygulamaları aracılığıyla sunulmakta olan hayatlar, her yaş ve eğitim seviyesinden bireyin ilgisini çekmektedir. Dolayısıyla bireyler, “Acaba bende böyle bir yaşama sahip olabilir miyim?” düşüncesi ile hareket etmektedir. Başkaları gibi olma ve yaşama çabasıyla hareket eden bireyler ise her geçen gün daha fazla tüketmeye ve teknolojiye bağımlı olmaya yönlendirilmektedir. Çünkü bireyler hayatlarını ve çevrelerinde olan bireylerin hayatları dışında kalan yabancı dünyalara rahatlıkla misafir olabilmektedir.

“Bireyler elbette etkilenebilir. Bu etkilenme daha çok ‘gerçek insan olma’ kavramının kişinin benliğinde karşılık bulmamasından kaynaklanmaktadır. Gördüğü bir görüntü bir reklam kampanyası, bir film, trendler vs. kişilerde ister istemez izler bırakabilmektedir. Bu da onun hayat içinde nasıl bir felsefe oluşturacağını beğenilerini, kişinin karakterini değiştirebiliyor.” (Katılımcı 8).

“İnsan her şeyden etkilenebilir. Gördüğünüz krokideki alan farklılaşırsa bakış açınızda büyür, genişler. Kimyasal tepkime ya da bir suyun güneşte tepkimesinde nasıl ki dokular değişim gösteriyorsa, insanda insanla bir araya geldiğinde her türlü şeyden etkilenebilir, gelişir, ilerler, geriler ve değişir.” (Katılımcı 13).

Katılımcılara göre, kitle iletişim araçları ile bireyleri ikna etmek ve belirli bir davranış kalıbına sevk edebilmek adına verilen mesajlar, sosyal medya uygulamaları ile

çok daha ikna edici nitelikte olabilmektedir. Görüşlerini belirten katılımcılar için, bu mesajları sorgulamaksızın kabul eden bireyler, kendi hayatlarına yabancı olamaya başlamakta ve ne kadar tatmin olmaya çalışsa da aslında tatmin olamamaktadır.

“Çevremde gözlemlediğim kadarıyla özellikle sosyal medya ve çeşitli uygulamalar gençlerin kimlik karmaşası yaşamasına sebep oluyor. Hem toplumsal düzeni ve aile yapısını bozmak adına hem de bireylerin kişisel anlamda ruh sağlığını olumsuz yönde etkilemek adına sosyal medya ve dijital ortamlarda çok sayıda subliminal mesajlar veriliyor. Bu mesajlar özellikle çocuk yaştaki bireylerin algılarında ve zihinsel yapılarında olumsuz yönde değişikliğe sebep olacak bilgilerin bir şekilde onları etkilemesine izin veriliyor.” (Katılımcı 2).

“Muhakkak etkilenmektedir. Özellikle tamamen yapılandırılmış mesajlar ile örülü olan kitle iletişim araçları ve yeni medya araçlarından içerikler etkileme, değiştirme ve dönüştürme odaklıdır.” (Katılımcı 3).

“Medyanın kişilerin hayatlarını bu denli şekillendirebilmesinin nedeni, bireylerin etkiye oldukça açık olmalarından kaynaklanmaktadır. O yüzden insanlar artık yediğine içtiğine dikkat ettiği gibi izlediğine ve dinlediğine de dikkat etmelidir” (Katılımcı 6).

Katılımcılar, gelişen teknoloji ile birlikte bireylerin hayatlarının her anını sosyal medya uygulamaları üzerinden sunmalarının diğer bir yandan bireylerin sadece kimliklerinden değil, dış görünüşlerine varıncaya kadar bütün hayatlarından şikâyet etmelerini de beraberinde getirdiğini ifade etmektedir.

“Özellikle küreselleşmeyle birlikte her şeyin her an her yerde olması, yiyeceklerden giyeceklerle yaşam tarzlarını görmesi ve özentisi duyması kimlik değişimlerine sebep oluyor. Bireyler özünü, ne olduğunu nereden geldiğini unutabiliyor.” (Katılımcı 14).

Katılımcılar, sosyal medya ortamlarında sunulan hemen her fotoğrafa uygulanan efektlerin artık sanal ve gerçeklik arasındaki farkı ortadan kaldırdığını ifade etmektedir. Bireyler sanal ortamda hazırlanmış olduklarını bildikleri hayatları dahi arzular hale gelmektedirler. Bu ortamlarda bireylerin kötü ya da olumsuzluk ya da eksiklik barındıran herhangi bir unsurla karşılaşma ihtimalleri katılımcılara göre yok denecek kadar az olmaktadır. Paylaşılan fotoğraflar ne kadar güzel ve kusursuz olursa, yaşanan hayatlarında o derece güzel ve kusursuz olacağı algısı bireylere böylelikle empoze edilmektedir. Katılımcılara göre, zaman ve mekân fark etmeksizin böyle bir atmosferin sürekli olarak içerisinde olan bireyler, kendi hayatları haricinde karşılaştıkları tüm hayatların yolunda olduğu psikolojisi ile hareket etmeye başlamakta ve bu bireyler bir yandan bu yaşamların sanal olduğunun farkındayken diğer yandan sanal olana ulaşabilmek amacıyla kendi gerçekliklerinden ödün vermektedir.

“İnsan aynayı kendine çevirdiğinde tabi ki sosyal medya uygulamaları üzerinden gördükleri şeylerden etkilenebiliyorlar. Örneğin instagram. O kadar derya deniz bir uygulama ki 7-24 hayatını orada geçiren insanlar var ve ben kullanmaya başlayınca kadar bu durumun böyle olduğunun farkında değildim. İnsana tamamen estetize edilmiş bir dünya sunuyor.” (Katılımcı 12).

Aynı zamanda katılımcılar bireylerin gördükleri ya da duydukları şeylerden etkilenme sebeplerinin sadece teknoloji kullanım sebep ya da süreleri değil, hayatı algılama ve sorgulama şekillerinin de etkisi altında olduğunu savunmaktadır.

“İyi bir muhakeme kabiliyetiniz varsa önünüzdeki verilerden nasıl faydalanmanız ya da ne kadarını hayatınıza dâhil etmeniz gerektiğini biliyorsanız, bu size çok daha fazla katkı alanı sağlıyor. Gözünüzü, ufkunuzu geliştiriyorsunuz.” (Katılımcı 13).

3.10 Katılımcıların Kendi Kimliklerinin Teknoloji Kullanımları Doğrultusunda Değişmesi Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılar, kimliğin bireylerin teknoloji kullanım pratiklerine göre farklılık göstermekle birlikte her dönemde değiştiğini belirtmektedir. Bireylerin kimlikleri başta aileleri olmak üzere çevrelerinde görüp tanıdıkları herkesten bir şeyler taşımaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte bu etkilenmede söz konusu yalnızca bireylerin çevresinde var olan somut kişiler değil, aynı zamanda sosyal medya platformlarında tanıdıkları ya da tanımadıkları halde karşılaşabildikleri bireylerde olmaktadır.

Katılımcıların ifadelerinden hareketle, böylelikle neredeyse birbirinin aynı hayatların içerisinde yaşayan ya da yaşamak için çaba gösteren ve bu benzerlikten hoşnutluk duyan bireyler, her geçen gün kendi kimliklerine yabancı olmaktadır. Katılımcılar, birbirine benzer yaşam şekillerinin ortaya çıkmasında sahip olunan kimliklerin yanı sıra, bireylerin sosyal medya ortamlarındaki ilgilerinin değişmesinin de etkili olabildiğini ifade etmektedirler.

“Üzülerek söylemeliyim ki evet. Artık giydiğimiz kıyafetler bile birbiriyle aynı. Düşüncelerimiz de aynı yönde şekilleniyor. Bazen kendimi Malatyalı, Türkiye vatandaşı gibi değil de bu dünyadan herhangi biri gibi hissediyorum.” (Katılımcı 6).

“Teknoloji bağımlılığı bizim hayat içerisinde birçok faydalı işlerimizi yapmamızı engellerken, faydasız şeylere ilgimizin yönelmesine ve dikkatimizin dağılmasına sebep olarak bilgi kirliliği oluşturuyor. Bu bilgi

kirliliği de bizler farkına varamadan beynimizi ve kimliğimizi etkiliyor.” (Katılımcı 8).

“Bir bireyin kimliğini çevresindeki birçok şey oluşturur. Ancak belli noktalarda sosyal kimlikten bahsettiğimiz zaman, en çok karşılaştığımız ya da iletişim içerisinde olduğumuz kişiler ki bu kişiler günümüzde daha çok teknolojik ortamlarda iletişim kurduğumuz kişilerden oluşuyor, bu nedenle teknoloji kullanımlarımız doğrultusunda kimliğimiz de değişiyor.” (Katılımcı 11).

“Bir birey kendisini sosyal medya üzerinden çok farklı bir şekilde var edebilir ve yansıtabilir. Sosyal medya üzerinden kendimi ifade edebilmek için farklı bir kimliğe bürünmeme gerek olmadığını henüz fark ettim diyebilirim. Çünkü benim günlük yaşantımda yapmadığım şeyleri sosyal medyada ‘yapıyormuşum gibi’ göstermem ikiyüzlülük gibi gelmeye başladığı için bu konuda kendimi frenledim ve artık sosyal medyayı, kendimi orada var etmemeye çalışmak için olduğu gibi kullanmaya karar verdim. Bu nedenle sosyal medyanın ya da teknolojinin kimliği tamamen tükettiği kanısındayım.” (Katılımcı 15).

Kimliklerinin teknoloji kullanımları doğrultusunda değiştiğini ifade eden katılımcıların yanı sıra, hali hazırda herhangi bir değişiklik fark etmediğini ve var olan etkilenmenin bilgiye erişim gibi noktalarda daha fazla olmasından dolayı olumlu açıdan olduğunu ifade eden katılımcılarda söz konusudur.

“Şu an için fark ettiğim bir değişiklik yok fakat bir yerlerde bir şeyleri etkilendiği kesin.” (Katılımcı 5).

“Etkilediğini düşünüyorum ama bağımlılık düzeyinde bir teknoloji kullanımım olmadığı için kendi adıma bu etkileme, olumsuz anlamda değil. Bilgiye erişim çok kolaylaştı, artık insanlar istedikleri anda istedikleri şeye erişebiliyorlar. Normal şartlarda belki de denk gelemeyecekleri hocalara ulaşma ve dinleyebilme imkânları söz konusu. Bu nedenle ben bu duruma çok olumsuz bakmıyorum.” (Katılımcı 13).

3.11. Katılımcıların Bireylerin Teknoloji Kullanım Sebepleri Ve Süreleri

Doğrultusunda Kimliklerini Tüketiyor Olmaları Hakkındaki Düşünceleri

Katılımcılar, bireylerin teknolojik araçları kullanım sebep ve sürelerinin amaçları doğrultusunda şekillendiğini belirtmektedir. Bu amaçlar, kullanım süreleri ile birlikte bireylerin maddi ve manevi olarak her şeyi tüketmelerini etkilemektedir. Sadece tüketmek amacıyla çalışan ve çalışma haricindeki tüm vaktini tüketmek amacıyla harcayan bireyler katılımcılar için, kimlik açısından eksilmeye başlamaktadır. Kalabalık bir atmosfer içerisinde dahi yer aldıklarında yalnızlık duygusuyla kendilerini sosyal

medyanın tek ama kalabalık ortamına hapseden bireyler katılımcıların belirttiklerine göre, giderek yalnızlaşmaya ve kendi değerlerinden kopmaya başlamaktadır. Birey bu durumun bir sonucunda ne kendi kimliğine ne de gördüğü diğer kimliklere tutunabilmektedir.

Katılımcılara göre, bu boşluğun içerisinde yer alan bireyler kendilerini herhangi bir aile, çevre ya da ortama ait hissedememekte ve sürekli olarak var olduğunu kanıtlamaya çalışmaktadır. Her geçen gün değişen teknoloji kullanım pratikleri ve artan süreler katılımcılar için, bireylerin kendi hayatlarına yabancı haline gelmesine ve hatta kaybolmasına sebep olmaktadır. Bir anlam arayışı içerisinde olan bireyler, bu anlamı teknolojinin sunduğu imkânlarla, dolayısıyla arayışı da teknolojik araçlarda ve uygulamalarda gerçekleştirmektedir.

“Anlamını yitirmiş duygularımız ve anlam arayışını teknoloji ile bulma çabalarımız bizi yalnızlaştırmaktadır. Bireyler yalnızlaştıkça teknoloji kullanım süreleri artmakta ve kendilerini tatmin etme çabasında olmaktadır. Bir nevi boşa kürek çekmek diyebiliriz. Bu atmosferde giderek duygusuzlaşan insan, tükenmiş bir insanın ve tükenmiş bir kimliğin, en önemlisi tükenmiş bir toplumun oluşmasına sebep olmaktadır.” (Katılımcı 1).

Katılımcılar, teknolojinin sunduğu imkânlar doğrultusunda bireylerin birbirinden farklı yaşam şekillerini görme fırsatını elde ettiklerini ve bu yaşam şekilleri ile kendi yaşamlarını kıyaslayan bireylerin kendi yaşamlarında memnun olmadıkları, eksiklik olarak tanımladıkları ve özen duydukları her şeyi, sadece birkaç saniyeliğine ya da dakikalığına gördükleri yaşamlardakilerle değiştirmekte olduklarını ifade etmektedirler. Katılımcılara göre, bir şeyleri satın almanın ve satmanın giderek kolaylaşması, bireylerin kimliklerinin de satılabilir ve satın alınabilir nesnelere dönüşmesine sebep olmaktadır. Bireyler farkında olmaksızın bu döngüde yaşamlarını biçimlendirmeye devam etmektedir. Katılımcıların belirttikleri düşüncelerden hareketle, farklılıkların giderek ortadan kaybolduğu ve benzerliğin giderek önem kazandığı günümüzde, bireyler kendi yaşam biçimlerine ya da kimliklere sahip bireylerdense, kendileriyle belki de büyük bir oranda zıt olan yaşam şekillerine ve kimliklere özendirilmektedir.

“Bireyler kendi kimliklerini başka kimlikleri ile kıyaslayarak bazen yüceltme bazen aşağılama durumlarına gider. Karşısındaki kimlikle kendi kimliğini kıyasladığı için bir özenme durumu söz konusu oluyor.” (Katılımcı 4).

“Farklılıklarımızı kaybediyoruz. Adeta birileri eline zımpara almış da hepimizi aynı şekle sokuyormuş gibi hissediyorum. Şu da bir gerçek ki aile ve toplum yapısının bireysel bir hal alması sonucunda yalnızlığa iteleniyoruz. Ve bu yalnızlığın da bizi teknoloji kullanımına yönlendirdiğini düşünüyorum.” (Katılımcı 6).

“Teknoloji kullanımı insanın birçok farklı düşünceyle karşılaşmasında etkili, bunun için insanlar kimlik karmaşası yaşıyor.” (Katılımcı 10).

Katılımcılara göre, bireyler anlam arayışı ve değişim/dönüşüm sürecinde yaşanan bu süreci çağın bir getirisi olarak kabul etmekte ve yaşamlarını buna göre şekillendirmektedir. Bu durumun sonucunda her yaş grubundan bireyin teknoloji kullanımı artış göstermektedir.

“Çocuk yaştaki bireylerin teknolojiyi gerçekten işe yarar bir şekilde yani bilinçli olarak kullanmadığını düşünüyorum. Bizim zamanımızda bilgiye ulaşmak için sayfalarca kitap araştırması yaparken, şimdi çocukların bilgiye ulaşması çok kolay bir hal aldı. Hiçbir şekilde kendilerini yormadan ve herhangi bir üretimde bulunmadan tamamen tüketim odaklı yaklaşarak teknolojiyi bu amaçla kullanıyorlar. En çok da kimliklerini ve zamanlarını tüketiyorlar. Bireylerin çevrelerinde gördükleri her şey gösteriş odaklı bir görüntüden ibaret olduğu için yaptıkları eylemlerde gösteriş odaklı ve tamamen sanal olmaya başladı. Hayatlarındaki doğru ve yanlış, gerçek ve hayali ayırt edemeyecek bir düzeye geldi. Dolayısıyla doğru bir kimlik gelişimi de sağlanamıyor.” (Katılımcı 2).

“İnsanlar ortaya çıkan her yeni sosyal medya aracına ya da ürüne, eşyaya karşı ilgi duyuyorlar. Herkes her şeye yetişmek zorundaymış gibi hissediliyor. Örneğin, 10 yaşında çocukların tiktok kullanması ve ailelerin bunu ‘çağın gerekliliği’ olarak görmesi. Bana kalırsa böyle bir gereklilik yok. Bunlar insanın kimliğini, huyunu, karakterini, kişiliğin bozan şeyler. İnsanlar kimliğini tüketmeye değil ama kimliğinin üstüne çıkmaya başladı. 10 yaşında bir çocuğun trendyol takip etmeleri, çocuk kimliğini ne kadar kaybettiklerini gösteriyor aslına bakarsanız. Her yaş grubundaki bireyler kendi kimliklerinin getirdiği gibi davranmayarak ya kendi kimliklerinin üzerine çıkıyor ya da aşağısında kalıyor.” (Katılımcı 14).

Katılımcılara göre, bireylerin içerisinde bulunduğumuz yüzyılda teknolojik araçları bu kadar kullanıyor olma sebeplerinden en önemlisi, artık her telefonda, evde, iş ortamında ya da vakit geçirilen sosyal alanlarda internet sıkıntısının olmamasından kaynaklanmaktadır. Katılımcılar bireylerin, internet ağlarıyla farkına varmaksızın görünmez bir bağla bağlı olduklarını ve bu bağın, bireyin her türlü seçim tercihini etkilemekte olduğunu ifade etmektedir. Bireyler alacakları telefondan, taşınacakları eve ya da vakit geçirecekleri sosyal ortamlara kadar “internet ağlarının yavaşlamaması ya da kopmaması” hedefiyle seçim yapmaktadır.

Katılımcılara için, internet aracılığıyla birbirleriyle iletişim halinde olan bireyler, sosyal ortamlarda kendilerini olmadıkları gibi gösterme eğiliminde olmaktadır. Bu ortamlarda oldukları halden ziyade, iyi ya da kötü fark etmeksizin kendilerini olmak istedikleri gibi tanıtan bireyler söz konusudur. Katılımcılar, hemen hiçbir bireyin görüştüğü kişinin sarf ettiği sözlerin ne kadarının doğru ne kadarının yanlış olduğunu bilmemekte olduğunu ve bireylerin karşısındaki bireyin söylediği sözleri doğruymuş gibi kabul etmekte olduğunu belirtmektedir. Katılımcılara göre bireyler kişisel bilgilerinden fiziksel özelliklerine varıncaya kadar gerçek hayattaki hallerinden çok farklı kimliklere bürünebilmekte ve bu durumda kendi kimliklerini tüketme eğiliminde olmaktadır.

“İnternet artık herkesin elinin altında. Evli olan bir insan kendisini sosyal medya ortamlarında bekâr olarak gösterebiliyor. Somut bir şey olmadığı için bireyle iletişim kuran bireyler bu gerçekliği göremiyorlar. Somut bir insan var evet ancak sürekli bir ağ üzerinden haberleştiğin ya da teknolojik aletler üzerinden var olduğunu bildiğin insanlar var ve onların gerçek hayatta nasıl kimliklere sahip olduğunu bilemiyorsun. Teknolojide bunu tamamen perdeleyen bir paravan görevi görüyor. Bundan dolayı insanlar kimliklerini tamamen tüketerek, olmak istedikleri kalıplara kendilerini sokarak kendilerini ve yaşam şekillerini biçimlendiriyorlar.” (Katılımcı 15).

“Sosyal medya da paylaşımlar yaparak, bireylerin olmadıkları birileri gibi davranmaları onlar için bir kaçış noktası olabiliyor. Bu durumda da kimliklerinin ne kadar zarar gördüğünün farkına dahi varamıyorlar aslında. Giderek istediği anda kendi kimliğini istediği doğrultuda şekillendirebilen ve bu şekillendirmeyi aslında tamamen kendi isteğiyle yapan bireyler vardır.” (Katılımcı 12).

Katılımcılar aynı zamanda gelişen teknolojiler ile ortaya çıkan birbirinden farklı sosyal medya ortamlarının, gerçek hayatın getirdiği sorumluluk ya da sorunlardan kaçmalarına yardım eden bir araç haline geldiğini ifade etmektedirler. Bireyler, kişisel, ailevi ya da çalışma koşullarının getirdiği sorun ya da sorumlulukları sosyal medya ortamlarında daha fazla vakit geçirerek unutmaya ya da yüzleşme sürelerini uzatmaya çalışmaktadır.

“Kendi adıma konuşacak olursam gün içerisinde eğer youtube da çok fazla vakit geçiriyorsam çözemediğim bir sorun oluyor. Telefonu hiç elime almadığım zamanlarda oluyor ancak dediğim gibi eğer çok yoğun bir süreçten geçiyorsam sosyal medyada daha fazla vakit geçirerek kafamı dağıtmaya çalıştığımı fark ediyorum.” (Katılımcı 12).

Katılımcılara göre, bireylerin her geçen gün artan teknoloji kullanım sürelerinde ve sebeplerinde ve bu süreler ve sebepler kapsamında kimliklerinin değişmesinde içerisinde bulunan pandemi sürecinin de etkisi bulunmaktadır. Katılımcılar pandemi sürecinin bireylerin fiziksel olarak çevrelerinde olan bireylerle yüz yüze iletişim kurmalarına engel olduğunu ve bireylerin sanal ortamlarda, sanal bireyler ile iletişim halinde olmak zorunda olduklarını ifade etmektedir. Katılımcıların ifadelerinden hareketle, bu nedenle bireylerin fiziksel çevrede de ait oldukları sosyal gruplar değişim göstermeye başlamakta ve bu değişim, bireylerin ait oldukları sosyal çevrede var olan kimliklerinden uzaklaşmalarına sebep olmaktadır.

“Özellikle insanlar sosyal bir tükenmişlik duygusu içerisinde. Muhtemelen birçok kişinin de bir parçası olduğu sosyal gruplar değişti ve böylelikle de kimlikleri de etkilendi. Bu nedenle ben canlı ya da cansız bütün varlıkların bir insanın kimliğini etkileyebileceğini düşünüyorum.”
(Katılımcı 11).

SONUÇ VE TARTIŞMA

Teknoloji bağımlılığı, gelişen teknolojik gelişmeler ile bireylerin hayatlarına girmiş ve bireylerin yaşamlarının tüm alanlarını doğrudan etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmıştır. Teknoloji kendisini geliştirerek bireylere sunduğu fırsat ve imkânları geliştirdikçe, bireylerin teknoloji ve teknolojinin kendilerine sunduğu bu imkânları kullanma miktarları her geçen gün artış göstermeye başlamıştır. Teknolojinin gelişmesi ve bireylerin günün ve hatta yaşamlarının hemen her anında teknolojiyi kullanıyor olmalarıyla birlikte yeni bağımlılık türlerinden biri olan teknoloji bağımlılığı ortaya çıkmış ve bireyler arasında yaş grubu fark etmeksizin görülme sıklığı artmıştır.

Teknoloji kullanımları dünya üzerinde var olan birçok birey için, temel ihtiyaçlar kadar önemli olmaya başlamıştır. Günümüz bireyleri için, teknolojik araçları kullanım ihtiyacının giderilmesi, en az temel ihtiyaçların giderilmesi kadar önemlidir. Teknolojinin, her ne kadar geliştirdiği yenilikler ile bireylerin hayatlarının çoğu alanını kolaylaştırıyor olduğu yadsınamaz bir gerçek olsa da, bağımlılık derecesinde olan teknoloji kullanımları bireylerin hayatlarında birçok problemi de beraberinde getirmeye başlamıştır. Bu problemlerden en önemlisi teknolojinin bağımlılık düzeyinde kullanımı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bireylerde bağımlılık durumunu tanımaya yönelik olarak, bağımlı olunan maddeye karşı güçlü istek, zaman kontrolünde kayıp ve kullanmamak için çaba göstermeye çalışılmasına karşın kullanıma devam etmek olmak üzere 3 belirgin özellik söz konusu olmaktadır. Normal şartlar altında yalnızca somut maddelerin vücuda alınması ile ortaya çıkan bağımlılık türlerinden farklı olarak ortaya çıkan teknoloji bağımlılığına sahip olan bireylerde, somut madde bağımlılıklarından farksız olarak bu özellikler görülebilmektedir. Bireyler teknolojik araçları kullanmadıkları zamanlarda dahi bu araçları düşünmekte, araçları kullanırken zamanın nasıl geçtiğini algılayamamakta ve bu araçların sundukları ortamlarda geçirdikleri süreleri azaltma çabalarına karşın azaltamamaktadırlar.

Teknoloji ya da internet olmaksızın yaşayamayacağını iddia eden, kullanım süreleri ya da miktarları azaltıldığında yoksunluk hisseden ve teknolojiyi bilinçsiz bir şekilde kullanan bireyler, zaman kavramını kaybetmekte ve sorumluluklarını yerine getirmemeye başlamaktadır. Bu olumsuz durumlara rağmen bireyler çoğu zaman

kendilerini kontrol edememekte, kullanım miktarlarını azaltma yoluna gitmemekte ve kullanımlarında ısrarcı olmaktadır. Böylelikle teknoloji bağımlılığı bireylerin hayatlarına müdahale edebilir bir hale gelmektedir.

Yapılan araştırmalara göre teknolojik araçlar vasıtasıyla üye olunan facebook, instagram, twitter ya da whatsapp gibi sosyal medya uygulamaları, bireylerin bu araçlara bağımlı olmalarını artırmıştır. Bağımlı bireyler, çevrelerinde olan diğer bireyler ile yüz yüze iletişim kurma kabiliyetlerini giderek kaybetmekte, aile, arkadaş gibi yakın çevreleri ile fazla zaman geçirmemekte, çevreleri ile iletişim kurmada sorunlar yaşamaktadır. Bu durumların bir sonucu olarak bireyler genel olarak tedirgin, huzursuz ve duygu karmaşası yaşayan bireylere dönüşmektedir. Olumsuz duygulardan uzaklaşabilmek için ise teknoloji kullanım sürelerini artırmakta; bir parçası oldukları somut dünyadansa teknolojinin soyut dünyasına kaçmakta ve bu ortamları bir kaçış noktası olarak görmektedir.

Teknolojinin kendilerine sunduğu imkânları araştırma yapmak, günlük olayları takip etmek, mesleki ya da eğitim gibi amaçlarla kullanmak gibi olumlu kullanımların haricinde kalan tüm kullanımlar, bireylerin hayatlarında olumsuz izler bırakmaktadır. Bireyler kendilerine, ailelerine, arkadaşlarına ya da mesleki olarak sorumlu oldukları şeylere karşı aidiyetlerini kaybetmekte ve olmadıkları kişilere dönüşebilmektedirler. Örneğin bireyler zaman ya da mekân fark etmeksizin istedikleri anda istedikleri bireylerin, kendi istekleriyle sosyal medya uygulamaları aracılığıyla başka bireylerin erişimine sundukları hayatları izleyebilmektedir. Bu izleme sonucunda bireyler gerekli ya da gereksiz olup olmadığı hakkında düşünmeden gördükleri ve kendilerine bir ihtiyaçmış gibi sunulan nesneleri satın alma yoluna gitmektedir. Böylelikle çalışmak haricinde kalan tüm zamanını, sosyal medya üzerinden gördükleri şeyleri satın alma yoluna giderek tüketen bireyler söz konusu olmaktadır.

Normal şartlar altında bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda satın alma davranışını gerçekleştirmeleri olarak bilinen tüketim, bu atmosferde bireylerin teknoloji bağımlılıklarının sebep olduğu kendine güvenmeme, yeterli görmeme ve eksik hissetme gibi olumsuz duygu durumlarından kaçabilmek amacıyla sığındıkları kavramlardan biri haline gelmektedir. Böylelikle teknolojik gelişmeler bireylerin ihtiyaç olarak tanımladıkları kavramların değişmesini de beraberinde getirmektedir. Yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmeleri amacıyla belirli ihtiyaçlara sahip olan bireylerin yerini,

yaşamsal faaliyetleri kapsamında olan ihtiyaçlarını sürekli olarak başkalarının hayatlarına bakarak şekillendiren bireyler almaktadır. Bu bireyler, “ tükettikleri ölçüde toplumda var olabileceklerine inanarak tüketim faaliyetleriyle kendilerine bir yer edinmeye, bir kimlik kazanmaya, bir aidiyet oluşturmaya çalışmaktadır (Tükel, 2014: 11).

Bir anlam ve tecrübe kaynağı olan ve bireylerin kendi anlam ve tecrübelerinin sonucunda şekillenmesi gereken kimlikler giderek teknolojinin anlam ve tecrübe dünyası içerisinde şekillenmeye başlamaktadır. Bireyler başkalarının anlam ve tecrübeleri sonucunda oluşan kimliklerini kendi kimlikleriymiş gibi yansıtmaktadır. Bunun sonucunda kimseye ait olamayan ancak herkesin hayatlarında yer edinmiş bir “kimlik” algısı inşa edilmektedir.

Bu noktada kimlik, resmi kayıtlarda yer alan bilgilerle sınırlı olmayan bir öge olarak karşımıza çıkmakta ve bireylerin tercihlerine göre şekillenmektedir. Bireyler kendilerini ait hissettikleri grupların kendilerine yükledikleri görev ve sorumluluklara ve grubun değerlerine göre hareket etme eğiliminde olmaktadır. Bu aidiyet hissi, bireylerin yaşamında önemli bir yerde durmaktadır. Çünkü bireyler ait hissettikleri ölçüde toplumda var olduklarını ve var oldukları toplumun bir parçasını oluşturduklarını düşünmektedirler. Bu aidiyet hissi ister bir makale, kasaba, köy, il ya da ülkeye, isterse bir arkadaş ya da sendika, cemaat gibi sosyal faaliyet gösteren kurum ya da kuruluşlar olsun, bireyleri belli bir bütünün parçası kılmaktadır. Bütünde yer alan tüm parçalar aynı tercihlere, eğilimlere, isteklere ve değerlere sahiptir ve düşüncelerini ve davranışlarını buna göre şekillendirmektedir.

Doğumla birlikte başlayan ve hayat boyu devam eden bir süreç halinde gerçekleşen kimliği oluşturan ve destekleyen öğeler arasında her zaman belirli bir düzen söz konusu olsa dahi, kimlik içerisinde bulunduğu zamanın koşullarından da etkilenmekte ve başkalaşabilmektedir. Teknolojide meydana gelen değişimler bireylerin içerisinde yer aldığı zamanın en önemli unsurlarından bir tanesidir ve hiç şüphesiz bu gelişmeler hemen her alanda olduğu gibi bireylerin kimlik algıları ve kimliği şekillendirmeleri üzerinde de göz ardı edilemez bir etkiye sahiptir.

Dinamik bir süreç halinde adım adım kazanılan kimlik, bireylerin içerisinde yer aldıkları aile, arkadaş, mahalle, okul ya da toplumla ayrı düşünülemezdir. Kimlik,

tüm bu grupların bireylerin hal, tavır ve hareketlerinde ya da duygu ve düşüncelerinde belirli sınırların söz konusu olmasını sağlamaktadır. Bireyler çevreleri tarafından dışlanmamak adına farklılıklarını göz ardı etmekte ve bu sınırlara göre hareket etmektedir. Diğer bir açıdan ise, “Her kişinin dış çizgilerini belirleyen bu sayılmayacak kadar çok irili ufaklı farklılıklar, çoğu zaman son derece yapıcı olarak ortaya çıkan ama kimi zaman da sonsuza kadar süren yaralara neden olan davranışları, görüşleri, korkuları ve emelleri” (Maalouf, 2019: 29- 27) meydana getirmeye başlamaktadır.

Teknolojinin sunduğu imkânların bu kadar geniş olmadığı ve bireylerin farklı toplum yapılarında var olan bireylerin hayatları hakkında bu denli bilgi sahibi olmadığı zamanlarda bireylerin kendilerine kimlikle beraber çizilen bu sınırlara uyması daha kolay bir şekilde gerçekleşmekteydi. Ancak bireylerin kendi değerleriyle ya da düşünceleriyle tamamen zıt olabildikleri bireylerin hayatlarını görmeye başlamaları ile birlikte bu sınırlara uymaları giderek zorlaşmaya başladı. Çünkü bireyler karşılaştıkları her yeni kimlik ile kendi kimliklerini kıyaslama ve karşılaştırma yoluna gitme eğiliminde oldu.

Gruplara ayrılma ve kendi gruplarını karşılaştıkları diğer gruplardan üstün tutma ya da aşağılama yönünde eğilimi olan bireyler, çoğu zaman kendi grubunu eleştirmekte ve kendi kimlikleri ile örtüşmeyen kimliklerin bir parçası olmak için çaba göstermektedir. Bu doğrultuda çalışmalar yürütmekte olan Tajfel ve Turner, 1970’lerde Sosyal Kimlik Kuramını geliştirmişlerdir. Geliştirdikleri kuramda Tajfel ve Turner, bireylerin bir sosyal gruplara üyeliğinden ve bu üyeliğe atfedilen değerlerden ortaya çıkan benlik kavramını sosyal kimlik olarak adlandırmaktadır. Bireyler için anlamlı olan her grup üyeliği, kişisel kimliğin arka planda kalıp sosyal kimliğin ön plana çıkmasına sebep olmaktadır. Ancak teknolojinin tahmin edilemez bir boyutta gelişmesi, bireylerin grup üyeliklerinin artmasını ya da değişmesini beraberinde getirmektedir. Küreselleşme ile birlikte herkesin herkesle tek bir tuşla iletişime geçebilmesi ve kaynaşması, birbirinden farklı kimliklerin tek bir toplumda ya da bireyde ortaya çıkmasını beraberinde getirmektedir.

Bu atmosferde bireylerin kendi kimliklerini kıyaslayabilecekleri kimlik miktarları her geçen gün artmakta ve bireyler her seferinde bir kıyas ve karşılaştırma yoluna gittiği için, kimlik kısa süreler içerisinde tüketilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler, toplum tarafından dışlanmayı da göze alarak kendi kimliklerinin

dışına çıkmakta, kendilerinden beklenmeyen davranışları sergilemekte, kendisine, ailesine ya da sosyal çevresine karşı sorumluluklarını yerine getirmemeye başlamaktadır. Bu durumun sonucunda toplumda ait olduğu topraklarda var olan kimlikle ilgisi ve ilişkisi her geçen gün azalan ve içerisine doğduğu toprağa ve topluma yabancılaşan bireyler ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak görülmektedir ki, teknolojinin bireylerin ve toplumların arasında bulunan sınırları ortadan kaldıracak şekilde gelişmesiyle birlikte kimlik kavramı, karşılığında bir ücret alınarak ya da verilerek satın alınan ya da satılan bir nesne gibi tüketilmektedir. Daha fazla tüketebilmek amacıyla tüm vaktini üreterek geçiren bireyler, kimliklerini daha fazla değiştirebilmek ve dönüştürebilmek için fırsat buldukları her an karşılaştıkları yeni kimlik parçalarını kendi parçaları ile bütünleştirmektedir. Teknolojinin sunduğu ortamlarda karşılaştıkları görüntü miktarının azalmadan artmaya devam etmesi, bireylerin ekranlar vasıtasıyla karşılaştıkları farklı kimlik özelliklerinde azalmadan artmasına sebep olmaktadır.

Bireylerin bir kısmı teknolojik araçlar vasıtasıyla karşılaştıkları görüntülerden dolayı kimliklerinin değiştiğinin ya da etkilendiğinin farkında olurken, çoğu birey için bu değişim ve etkileşim farkında olmadan gerçekleşmektedir. Bireyler teknolojik araçlar vasıtasıyla ziyaret ettikleri her sosyal medya ortamlarında kendi kimlik değerlerinden bir parçasını bırakmakta, kendilerinden boşalan boşluklara ise çoğunlukla kendi değerleriyle alakalı olmayan ya da uyuşmayan değerleri koyma yoluna gitmektedir. Böylelikle bireyler giderek kendi kimliklerini kaybetmekte ve içerisinde bulundukları aile, arkadaş ve benzeri çevre ile ortak noktalarını yitirmekte ve giderek yalnızlaşmaya başlamaktadır. “Özellikle toplumsal kimliklerin parçalanarak sanal ortamda kendi yalnızlığına itilen bireyler gün geçtikçe anlama, karar verme ve direnme yetilerini kaybettiği ve kolektif bilincin zayıfladığı toplumsal yapılarda” (Topbaş ve Doğan, 2016: 127) tek başlarına yaşamak zorunda bırakılmaktadır. Bu ortamda bireyler içerisinde bulundukları yalnızlık duygusu ile başa çıkabilmek için teknolojinin kendilerine sunduğu fırsatları değerlendirerek, bu ortamlarda geçirdikleri zamanları giderek arttırmaktadır.

Küreselleşmenin ve teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin beraberinde getirdiği dünya da, bireylere kendilerini ait hissetmelerinin ve bir bütünün parçası olabilmelerinin ancak kendi kimlik değerlerinden vazgeçerek ya da değerlerini

tüketerek olabileceği her türlü kanaldan iletilmektedir. Farkına vararak ya da varmayarak bu mesajlardan etkilenen bireyler bir bütünün parçası olabilmek adına kendilerini ve kendilik algılarını parçalara ayırmakta ve yeniden toparlaması zor bir hale getirmektedir. Kendi kimlik algılarını inşa etmek yerine başkalarının kimliklerini kendi hayatlarına yerleştirmeye çalışan bireyler, kendi içlerinde sürekli olarak bir sorgulama içerisinde olduklarından dolayı her hal, tavır ve davranışlarını başkalarından ödünç almış gibi yaşamaya başlamakta, her geçen gün kendi hayatlarına, değerlerine ve inançlarına yabancılaşmakta ve böylece kendi hayatlarına tutunamamaktadır.



KAYNAKÇA

- AKKAŞ, İ. (2019). Teknoloji Bağımlılığı. Eğitim Yayınevi. Konya.
- AKTAŞ, E., Yurt, S.U. (2015). Türkçe Eğitimi Alanındaki Makale Özetlerine Yönelik Bir İçerik Analizi. Turkish Studies(Elektronik). 10(7): 73-96.
- ALTER, A. (2017). Karşı Konulmaz Bağımlılık Yapıcı Teknolojinin Yükselişi ve Bizim Ona Esir Edilişimiz. (Çev. Deniz İrengün). Paloma Yayıncılık. İstanbul.
- ARIK, I. (2018). Teknoloji Bağımlılığı ve Sosyal Kimlik Oluşumu: Y nesli. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sosyoloji Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- AYDIN, F. (2017). Teknoloji Bağımlılığının Sınıf Ortamında Yarattığı Sorunlara İlişkin Öğrenci Görüşleri. Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Eğitim Teknolojisi Programı. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- BABACAN, M.E. (2016). Sosyal Medya Kullanım Alanları ve Bağımlılık İlişkisi. Addicta: The Turkish JOurnal On Addictions. 3(1).
- BAKIR, U., ÇELİK, M. (2013). Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Yaklaşım: Kültür Bozumu Ve Yıkıcı Reklamlar. Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi. 7(4).
- BALIKÇI, R. (2018). Çocuklarda Ve Ergenlerde Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı Ve Agresif Davranışlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Programı Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- BAYHAN, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin OntolojikMottosu: “Tüketiyorum Öyleyse Varım”. Dergi Park. Sosyoloji Konferansları. Cilt:0. Sayı: 43. (221-248).
- BAUDRİLLARD, J. (1997), Tüketim Toplumu, Çev: H. Deliçaylı, F. Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BERG, B.L., LUNE,H. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (Hasan Aydın, Çev.) Eğitim Yayınevi. Konya.
- BİLGİN, N. (1994). Sosyal Bilimlerin Kavşağında Kimlik Sorunu, İzmir, Ege Yayıncılık.
- BİLGİN, N. (2001). İnsan İlişkileri ve Kimlik, İstanbul: Sistem Yay.
- BİLGİN, N.(2003). Sosyal Psikoloji Sözlüğü. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

- BİLGİN, N. (2007). Kimlik İnşası, İzmir: Aşina.
- BİNARK, M. (2001). “Kadının Sesi Radyo Programı ve Kimliği Konumlandırma Stratejisi”, Toplumbilim, Sayı:14, Ankara: Bağlam Yayınları.
- BİRKÖK, M. C. (1994). Bilgi Sosyolojisi Işığında Kimlik Sorunu. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi
- BOCOCK, R. (2005). Tüketim. (Çev, İrem Kutluk). Ankara. Dost Kitabevi.
- BUĞRA, A. (2003). Devlet-piyasa karşılığının ötesinde; İhtiyaçlar ve tüketim üzerine yazılar. (B. Sina Şener, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları. .
- CAN, İ. (2013). Ailenin Tarihsel Gelişimi: Dünü, Bugünü ve Yarını. Aydın, M. İçinde, Sistematik Aile Sosyolojisi. Çizgi Kitabevi. Konya.
- CHAYKO, M. (2018). Süper Bağlantılı İnternet, Dijital Medya & Tekno-Sosyal Hayat. (Çeviri: Berkay Bayındır, Deniz Yengin, Tamer Bayrak). Der Yayınları. İstanbul.
- CHANEY, D. (1999). Yaşam Tarzları. (Çeviri: İrem Kutluk). Dost Kitabevi. Ankara.
- COŞKUN, H. (2005). Beyin Fırtınasında Sosyal Kimlik Değişiminin Üretkenlik Üzerine Etkisi. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi. Cilt: 22 Sayı: 1.
- COŞTU, Y. (2009). Toplumsallaşma Kavramı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme. Din Bilimleri Akademik Araştırma Merkezi, 9 (3), 117-140.
- CONNOLLY, W. E.(1995). Kimlik ve Farklılık. Siyasetin Açmazlarına Dair Demokratik Çözüm Önerileri, (Çev: F. Lekesizalın). İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- ÇAKIR Ö, OĞUZ E (2017) Lise Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri İle Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişki. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. (13).
- ÇELEBİ, N. (2007). Sosyoloji Notları. Ankara: Anı Yayıncılık.
- ÇINAR, R., ÇUBUKÇU, İ. (2009). Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları – Karşılaştırmalı Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 13 (1).
- DAL, N.E. (2017). Tüketim Toplumu ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt:9. Sayı: 19.
- DOĞAN, H., IŞIKLAR, A., EROĞLU, ES. Ergenlerin Problemleri İnternet Kullanımının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. KKEFD. 2008;18:106-124.

- DEMİRTAŞ, H.A. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar. İletişim Araştırmaları. 1(1): 123-144.
- EKTİRİCİOĞLU, C., ARSLANTAŞ, H., YÜKSEL, R. (2020). Ergenlerde Çağın Hastalığı: Teknoloji Bağımlılığı. Arşiv Kaynak Tarama Dergisi. 29(1): 51-64.
- ELLİSON, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1).
- ERCAN, H. Y. (2013). Bağımlılık Tedavisinde Egzersiz Terapisi. Nobel Yayınları. Ankara.
- EROL, I. N. (2005). Kimlik ve Erillik Türk Kültürleri, Terragon, İstanbul.
- ERTAŞ, M., AKTAŞ, G. (2017). Sosyal Kimlik Kuramı: Motosiklet Kullanıcılarının İncelenmesi. 4. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi. Aydın. ISBN: 978-975-441-500-1
- FAZLIOĞLU, İ. (2016). Kendini Aramak. Papersense Yayınları. İstanbul.
- FEATHERSTONE, M. (2005). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, Çev: Mehmet Küçük, İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- GERÇİK, İ.Z. (2015). Dikta Değil İkna: İletişim Psikolojisi. Küre Yayınları. İstanbul.
- GIDDENS, A. (2008). Sosyoloji, çev.: Cemal Guzel, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- GÖKA, E. (2006), İnsan Kısım Kısım Toplamlar, Zihniyetler, Kimlikler, Aşına Kitaplar, Ankara.
- GRIFFITHS, M. D. (2000). Internet addiction – time to be taken seriously? Addiction Research, 8.
- GRIFFITHS, M.D. (1995). Technological Addictions. Clinical Psychology Forum. (76).
- GÖCEN, G. (2013), “İbn Haldun’un Toplum ve İnsan Yaklaşımının Günümüze Düşen İzdüşümleri: Tüketim Toplumu ve Narsist İnsan", Toplum Bilimleri Dergisi, Cilt.8, (175-198).
- GÖKER, G., ALPMAN, P.S. (2011). Tüketim Toplumu Sinemasal Bir Yaklaşım: Fight Club. Atatürk İletişim Dergisi. Sayı:1.
- GÖKER, G., ALPTEKİN, G. (2019). Alışveriş Merkezleri, İnternet ve Tüketim Alışkanlıkları: Eskişehir Örneğinde Bir Saha Araştırması. İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:8. Sayı:2.
- GÜLEÇ, C.(2015), “Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı”, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:38, Yıl: 2015/1, (62-82)

- GÜLER, M. (2013). Gruplar Arası Temas, Kaygı Ve Yanlılığın Sosyal Mesafeye Etkisi: Türk Ve Kürt Kökenli Gruplar Üzerine Bir Çalışma. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji (Sosyal Psikoloji) Anabilim Dalı. Ankara.
- GÜNEY, S. (2009). Davranış Bilimleri. Nobel Yayınları. İstanbul.
- GÜVENÇ, B. (1993). Türk Kimliği, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları
- HALL, S. (1998). “Eski ve Yeni Kimlikler”, çev.: G.Seçkin ve Ü.H.Yolsal, Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi, Ankara: Bilim ve Sanat Yay., 63-97.
- HATİPLER M. (2017). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi. 1(34).
- HAZAR, Z. (2018). Çağın Vebası Dijital Oyun Bağımlılığı ve Başa Çıkma Yöntemleri. Gazi Kitapevi. Ankara.
- HUANG, H., ve LEUNG, L. (2010). Instant messaging addiction among teenagers: Abstracting from the chinese experience. In Addiction Medicine 677-686. Springer New York.
- HUXLEY, A. (2016). Cesur Yeni Dünya. İthaki Yayınları. İstanbul.
- ILGIN, L. (2003). “Söylem ve İdeoloji”, Söylem ve İdeoloji, Haz: Barış Çoban, Zeynep Özarslan, İstanbul: Su Yayınları.
- ILLICH, I. (1990), Tüketim Köleliği (Çeviri: M. Karaşahan), Pınar Yayınları. İstanbul.
- İMANÇER, D. (2003). “Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon”, Doğu Batı (Kimlikler), Sayı 23, 233-250.
- İSLAMOĞLU A. H., ALTUNIŞIK R. (2013), Tüketici Davranışları, 4.Baskı, Mayıs
- KADIOĞLU, Z. (2014). Tüketim İletişimi. Pales Yayınları. İstanbul.
- KAĞITÇIBAŞI, Ç., CEMACILAR Z. (2014). Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar. Evrim Yayınevi. İstanbul.
- KALKAN, M., KAYGUSUZ, C. (2013). İnternet bağımlılığı. Ankara: Anı Yayıncılık.
- KARASAR, N. (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- KAVURAN, T., BATAR, H. (2019). İnteraktif Medyada Duyguların Göstergesel Aktarımı; Emojiler. İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:8. Sayı:1.
- KLEINE, S. S., KLEINE III., R. E. ve ALLEN, C. T. (1995). “How is a Possession “me or „not me”? Characterizing Types and an Antecedent of Material Possession Attachment”, Journal of Consumer Research, 22(3), 327-343.

- KORKMAZ, S. (2020). Kimlik ve Mekân İlişkisi Bağlamında Instagram Üzerinden Kimlik İnşası: Bir Starbucks Örneği. Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Ve Tasarım Anasanat Dalı İletişim Sanatları Ve Tasarım Sanat Dalı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- LACAN, J. (2013). Psikanalizmin Dört Temel Kavramı, Metis: İstanbul.
- MAALOUF, A. (2019). Ölümcul Kimlikler. (Çeviri: Aysel Bora). 50. Baskı. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul.
- MARCUSE, H. (1997), Tek Boyutlu İnsan: İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler (Çeviri: Aziz Yardımlı). İdea Yayınları. İstanbul.
- MERAL, G. (2018). Is digital addiction a reason for obesity?. Annals of Medical Research. 25.
- MERRIAM, S. B. (2015). Nitel Araştırma desen ve Uygulama İçin Bir Rehber. Nobel Yayınları. Ankara.
- MORRISON, J. (2016). DSM-5'i ® Kolaylaştıran Klinisyenler İçin Tanı Rehberi. (Çev: Hanife Uğur Kural). Nobel Yayınları. Ankara.
- ODABAŞI, Y. (1999), Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü, Sistem Yayıncılık, Birinci Basım, İstanbul.
- OĞUZ, A.İ. (2019). Web Arayüz Tasarımlarının Kullanılabilirlik Üzerine Etkisi: Haber Siteleri Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Gazetecilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- ORÇAN, M. (2004), Osmanlıdan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü. Kadim Yayınları. Ankara.
- ÖGEL, K. (2018). Bağımlılık ve Tedavisi Temel Kitabı. IQ Kültür Sanat Yayınları. İstanbul.
- PARILTI, Cemalettin (1999), “Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramında Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı”, Kamu İş-İş Hukuku ve İktisat Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 4, (267-277).
- PARLAK A. (2005). İnternet ve Türkiye’de internetin gelişimi (Bitirme Tezi). Elazığ. Fırat Üniversitesi.
- PETTMAN, D. (2018). Sonsuz Dikkat Dağınıklığı. Sel Yayınları. İstanbul.
- POSTMAN, N. (1993). Technopoly The Surrender of to Technology. Vintage Books A Division of Random House.
- POSTMAN, N. (2016). Televizyon: Öldüren Eğlence. Ayrıntı Yayınları. İstanbul.

- RİTZER, G. (2016). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek. Ayrıntı Yayınları. İstanbul.
- PEKCAN, Ali (2003), “İhtiyaç Kavramı ve İbn’i Haldun’un Umran Teorisi’ne Etkileri”, İslami Araştırmalar Dergisi, Cilt:16, Sayı:4, (525-526).
- SARIBAY, A.Y. (2004). Modernitenin İronisi Olarak Globalleşme, İstanbul: Everest Yayınları.
- SAYAR, K. (2013). Ruhun Labirentleri. Timaş Yayınları. İstanbul.
- SLATER, D. (1997). Consumer Culture And Modernity. Cambridge: Polity Press.
- SÖZEN, E. (1991). Sosyal Kimlik Kuramının Sosyolojik ve Sosyal Psikolojik Bir İncelemesi. Dergi Park. Sosyoloji Konferansları. 23.
- SUBAŞI, N. (2005). “Kültürel Kimliğin Melezleşmesi ve Ailevi Modernleşmesi”, Türk SÜRGEVİL, O. (2008). Farklılık Kavramına Ve Farklılıkların Yönetimine Temel Oluşturan Sosyo-psikolojik Kuramlar Ve Yaklaşımlar. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 11(20): 111-124.
- ŞİMŞEK, S. (2002). “Günümüzün Kimlik Sorunu ve Bu Sorunun Yaşandığı Temel Çatışma Eksenleri”, Uludağ Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi.
- TARHAN, N., NURMEDOV, S. (2019). Bağımlılık- Sanal veya Gerçek Bağımlılıklarla Başa Çıkma. Timaş Yayınları. İstanbul.
- TAJFEL, H. (1982). "Social Psychology Of Intergroup Relations". Annual Review of Psychology, 33,1-39.
- TOPBAŞ, H., DOĞAN, A. (2016). Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. Cilt: 4. Sayı: 1.
- TÜKEL, İ. (2014). Tüketime Yeni Aktörleri: “Y Kuşağı”. Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-dergi.
- TÜRNÜKLÜ, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi. 24(24): 543-559.
- UĞURLU, T.T., ŞENGÜL, C. B., ŞENGÜL, C. (2012). Bağımlılık Psikofarmakolojisi. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi. 4(1). 37-50.

- UZUNER, Y. (1999). Araştırma Yaklaşımı. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri İçinde. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 601. Eskişehir. Ünite 9.
- VATANDAŞ, C. (2015). Modern Çöküş: İnsanın Modern Halleri. Açılım Kitap. İstanbul.
- YANIKLAR, C. (2010). Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt:34. Sayı 1.
- YIKMIŞ, A., ÇİFTÇİ, İ., Altun, S.A. (2002). Kaynaştırma Sınıflarında Çalışan Öğretmenlerin Müfettiş Yardımlarına İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 2(2).
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- YOUNG, K. S. (1996). Psychology of computer use: XL. Addictive use of the Internet: a case that breaks the stereotype. Psychological reports, 79(3).
- ZENCİRKIRAN, M. (2017). Davranış Bilimleri. Sora Yayınları. Bursa.
- XU, Z., TUREL, O., ve YUAN, Y. (2012). Online game addiction among adolescents: motivation and prevention factors. European journal of information systems, 21(3).
- WOODWARD, I. (2013). Maddi Kültürü Anlamak. (Çeviri: Ferit Burak Aydar). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları. İstanbul.

İNTERNET KAYNAKLARI

- TÜİK. (2013). 06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı Ve Medya <https://tuikweb.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=15866> adresinden 13.01.2021 tarihinde erişilmiştir.
- TÜİK. (2020). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679) adresinden 13.01.2021 tarihinde erişilmiştir.