



**T.C. İSTANBUL TİCARET  
ÜNİVERSİTESİ**

**DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ  
WORKING PAPER SERIES**

**Tartışma Metinleri**

**WPS NO/ 155 / 2018-01**

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE GÜNDELİK YAŞAMDA BENLİĞİN  
SUNUMU'NA ETKİLERİ**

**İlknur TUNA\***

**Tuba Nur ÖZBEY\*\***

---

[ilknurtugay65@gmail.com](mailto:ilknurtugay65@gmail.com) İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Aile Danışmanlığı ve  
Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

## **Özet**

Bireylerin gündelik hayatlarında sosyal medya kullanım düzeyleri ve sosyal medya kullanım amaçlarının kişilerin benlik sunumuna etkisi olup olmadığı tartışılmaktadır. Sosyal medya kullanımının benlik sunumuna etkisinin varlığı düşüncesinden hareketle bu çalışmada Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest gibi sosyal ağların gündelik yaşamlarda nasıl tezahür ettiği ve bireylerin bu ağlar aracılığıyla kendi benliklerini sunma biçimleri ele alınacaktır.

***Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Gündelik Yaşam, Benliğin Sunumu***

## **Abstract**

The level of social media use and the use of social media in the daily lives of individuals are discussed as to whether they are influenced by the self-presentation of the person. With the use of social media in mind for the effect of self-presentation, this study will examine how social networks such as Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, and Pinterest manifest themselves in everyday life and how individuals present their self through these networks.

***Key Words: Social Media, Everyday Life, Self-Presentation***

## **Giriş**

Gündelik hayat ve iletişime dair literatür incelendiğinde, konuyla ilgili teorilerin sosyal medyaya uyarlanabilme düzeyi ile söz konusu alanda yeni teoriler geliştirilebildiği görülmektedir\*. Günümüzde teknolojik gelişmelerin oldukça hızlı bir biçimde ivme kazanması, internet ve sosyal medya kullanımının artmasına zemin hazırlamakla birlikte, gelişen teknoloji ve yeni buluşların varlığı bizi inovasyon çağında yaşayan bireyler konumuna oturtmaktadır. Geleneksel düzende farklı bir biçimde yaşanan gündelik hayat artık dönüşmekte ve bireysel yaşamlarımıza hızlı bir şekilde giren internet ve sosyal medya aracılığıyla gündelik yaşam stillerimize farklı bir alan açarak toplumsal hayati yeniden inşa etmektedir. Bu çalışmanın birinci bölümünde sosyal medyanın gündelik hayata dahil olma süreci incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde sosyal medya ve gündelik hayat ilişkisi incelenerek, üçüncü bölümde ise sosyal medyanın benliğin sunumu üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir.

### **1. Sosyal Medyanın Gündelik Hayata Dahil Olma Süreci**

İlk olarak 1970'lerden başlayan ve 1990'lardan sonra hızla yayılan internet kullanım oranı nihayet 2000'li yıllara gelindiğinde sosyal ağ platformlarıyla hayatın içinde büyük bir alana sahip olmuştur (citation needed). Peki biz modern bireyler olarak kendimizi bu yeni süreç ile nasıl bütünleşmiş ediyor ve nesnel olandan öznel konuma geçişi nasıl sağlıyoruz? Kişinin bu yeni alanda benliğini nasıl sergilediği ve gösterdiği performans, hepimiz için dikkat çekici olma özelliğini korumaktadır. Analitik psikolojinin kurucusu olarak bilinen İsviçreli psikiyatrist Carl Gustav Jung, Freud'dan sonra bilinç dışının sınırlarına dair yaptığı çalışmalarla bilinç ve bilinç dışının Sina dair önemli bir genişleme sağlamasıyla bilinir. Kolektif bilinçdışı, ruhun özgürlüğü gibi konularda modern psikolojiye önemli nosyonlar katmıştır. Jung'a göre benlik kişinin bilincinin merkezidir, yani kişiliğin kimlik bilinci bölümünü oluşturur. Kendisini gerçekleştirmek isteyen bilinç kendisinde var olan benlik sayesinde bu amacına yönelir ve ruhsal büyümeyi gerçekleştirir. Jung'a göre bireyselleşme tam da benliğin bu amaç (kendini gerçekleştirme) ile bütünleştiği anda oluşur. Yani, benlik (ego) ile kişi, daha Özsel olan

---

\* Habibe Gözde Şahan, Lokasyon Bazlı Sosyal Ağlar Aracılığıyla Selektif Benlik Sunumu, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya Ve İletişim Sistemleri Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, 2013, s.34.

kendiliğini (self) dış dünyaya sunar ve hedefini yani bireyselleşme sürecisini gerçekleştirmiş olur.<sup>†</sup>

1959'da *Gündelik Yasamda Benliğin Sunumu* (The Presentation of Self In Everyday Life) adlı çalışmasında Erving Goffman bize benliğin sunumu ile ilgili yeni bir bakışı acısı kazandırmıştır. Goffman kişinin kendilik sunumunu 'dramatik canlandırma' kavramıyla açıklamaktadır.

“kişi başka insanların karşısında bulunduğu sırada faaliyetlerini, aksi takdirde belirsiz ya da görünmez kalacak bazı doğrulayıcı olguların dramatik olarak altını çizecek işaretlerle donatır. Çünkü söz konusu faaliyetlerin başkaları açısından anlamlı olması için oyuncu bunları etkileşim sırasında iletmek istediklerini ifade edecek şekilde gerçekleştirmelidir.”<sup>‡</sup>

## 2. Sosyal Medya ve Gündelik Hayat İlişkisi

Oldukça yaygın bir biçimde kullanılan sosyal medya kanalları günümüzde milyonlarca kullanıcıya sahip olmakla birlikte her biri etkili bir şekilde haber yapma ve bunu aktarma biçimleriyle her türlü bilginin erişimine olanak sağlamaktadır. Dünyanın muhtelif yerlerinde yaşayan bireyler kültürü ve gelenekleri hakkında daha önce hiçbir bilgisi ve deneyimi olmamasına karşın bu kanallar aracılığıyla başka toplumların ve bireylerin gündelik yaşamdaki deneyimlerini, acılarını ve mutluluklarını gözlemleyebilmekte ve bilgi sahibi olabilmektedir. Bu bize zaman ve mekan kavramının nasıl muğlaklaştığını ve geçmişteki sınırların aşılmaya başladığını açıkça göstermektedir (citation needed). Marshall Berman 'Kati Olan Herşey Buharlaşıyor/ Modernime Deneyimi (All That is Solid Melts Into Air/ The Experience of Modernity) isimli kitabında modern hayatı ve modern yaşamda var olan bireyleri, kişisel ve toplumsal bazda sürekli bir çelişki, yenilik ve çözülüş içerisinde görmektedir. Yani modern hayatın bir girdap olduğu vurgusunu yapar. Kısaca bu çözülmenin içerisinde modern olmak Marx'ın deyişiyle (where? cited in Berman?) kati olan herşeyin buharlaşıp havaya karstığı bir dünyanın nesnesi olmak demektir. Fakat modern bireyler bir girdap hali olarak sunulan modern dünyanın bir parçası haline gelmek, yani nesnel bir durumdan sıyrılıp öznel bir durum kazanmak ve kendilerini evlerinde hissetmek

---

<sup>†</sup> Carl Gustav Jung, *Jung Psikolojisi: Bir Psikoloji ve Modern Psikanaliz Kuramı*, 2015

<sup>‡</sup> Erving Goffman, *Günlük Yasamda Benliğin Sunumu*, Metis Yayınları, 2009, sf: 40-41

cabası ile kuşatılmışlardır.<sup>§</sup> Berman'ın sözlerinde bizim için dikkat çeken bir diğer vurgu ise modern bireyler olmanın bir yandan bizlere güç, coşku ve dünyayı değiştirmek gibi olanakları sağladığı, diğer yandan ise sahip olduğumuz herzeve karşı tehdit unsuru olabilecek bir süreç olduğu, yani çelişkili olarak bir birliğin ve sürekliliğin içinde aynı zamanda bölünmüşlüğü de var olduğu noktalarıdır.

### 3. Sosyal Medya ve Benliğin Sunumu Üzerindeki Etkileri

Erving Goffman'a göre bir kişi kendisini dış dünyaya sunduğu andan itibaren onu izleyenler tarafından ciddiye alınmayı ve her şeyin tam olarak görüldüğü gibi olduğuna inanmalarını talep eder. Burada kişinin kendisi hakkında yarattığı izlenime kendisinin de inanıp inanmadığı sorusu önemlidir. Eğer kişi kendi sergilediği role inanmıyor ve onu izleyenlerin neye inandığını umursamıyor ise kinik bir tutum sergiliyor demektir. Tam aksine 'içten' sözcüğü ise kendi sergiledikleri performanslara inanan insanlar için kullanılmaktadır. Goffman burada iki farklı uçtan bahsederek kişinin ya gösterdiği performansa inandığını ya da kinik bir yaklaşım sergilediğini söyler.\*\* Kişi (person) kelimesi dış dünyaya karşı takılan bir maske yani kimliktir. Biz insanlar birbirimizi kendimiz hakkında oluşturduğumuz maskeler aracılığıyla tanır, sonuçta bunu kişiliğimizin ayrılmaz bir parçası haline getiririz. Goffman, kişinin kendi durumunu tanımlamak üzere diğer insanlara karşı istemli ya da istemsiz sergilediği performansların tamamına 'vitrin' adını vermektedir. Vitrinin tüm donanımları arasında cinsiyet, boy ve görünüş, yas, ırksal özellikler, konuşma kalıpları ve yüz-vücut ifadeleri gelmektedir. Bizler, kişilerin görünüşleri ve tutumları arasında bir tutarlılık olmasını talep ederiz.

Günümüz post modern toplumlarında ise; kimliklerin sosyal ağlar yoluyla yeniden kurgulandığını ve kendiliği inşa etme sürecinde bir araç olarak kullanıldıklarını görüyoruz. Sosyal medya aracılığıyla birey kendisini üyesi olduğu çoklu platformlar ile sergileyerek toplumsal bir vitrin ve görünürlük elde etmeye çalışmaktadır. Özellikle kişi kendisini, ailesini ve sosyal çevresini, medeni durumunu, ideolojik fikirlerini ve kariyer bilgilerini dilediği şekilde kurgulayarak görsel unsurlar yardımıyla sunmakta ve etkili kimlik izlenimi verme yoluna gitmektedir (these need to be cited). Bunun en iyi örneği ise son yıllarda hızla artan Instagram fenomenleri, bloggerlar ve youtuberların sayısı ve

---

<sup>§</sup> Marshall Berman, *Kati Olan Hersek Buharlaşıyor*, İletişim Yay., 2004, s:11

<sup>\*\*</sup> Marshall Berman, a.g.e, ss.30-31

onları izleyen kitlelerin sayesinin milyonları bulması olarak gösterilebilir. Diyebiliriz ki, bireyler sosyal ağlar aracılığıyla eski yaşam biçimlerine oranla pasif bir tutumdan aktif bir tutum sergileme yoluna gitmektedir. Yani, artık gündelik hayat sahnesinin dekoru değişmekte ve hiç olmadığı bir biçimde canlılık kazanarak her bir bireyin birer aktör haline gelmesine olanak sağlamaktadır. Goffman'ın vurguladığı üzere; bireyler, sosyal kimliklerine göre farklı rolleri hayata taşıyan aktörlerdir.

Jung'in geliştirdiği sekiz psikolojik tipten biri olan 'dışa donuk duyumsal Tip'e göre bu kategorideki insanlar gerçekte nesnelere nasıl oldukları ve detaylarıyla ilgilidirler. Nesnelere ilişkin olan normlara ve anlamlara ise vakit ayırmazlar, asil hedefleri duyumlara sahip olmak ve bundan olabildiğince zevk almaktır. Sonu olan bir dünyada içinde bulunduğu anı yasamanın en önemli kıstas olduğu fikrine inanmışlardır.<sup>††</sup> Goffman ise bireylerin esasında tek bir kimliğe sahip olduklarına inanmakla birlikte çoklu kimliklere de sahip olduklarını ve bu çoklu kimlikler arasından seçim yaparak içerisinde buldukları şartların gereksinimlerine göre uygun olan kimliği seçtiklerini belirtmektedir. Denilebilir ki, bireyler artık tek bir benlik kavramına değil, çeşitli şartlarda ve ortamlarda kullanabilecekleri çoklu benliklere sahiptirler. Yani kişilerin gerçek hayatta iyi bir izlenim yaratmak için sundukları benlikleri (maskeleri) onların gerçek ve bilinen kesiklikleri oluştururken, sosyal ağ ortamlarında kullandıkları maskeler ise yeni kimlik üretimlerinin bir parçasıdır. (citation needed)

Türkiye İstatistik Kurumu'nun verilerine göre; Türkiye'de 36.455.000 kişi internet erişimine ulaşabilmektedir. Bu insanların yüzde 73'ü ise internet erişimini sosyal ağlara katılmak amacıyla kullanmaktadır. Söz konusu verilere göre; Facebook 32 milyon, Youtube 20 milyon, Twitter ise 1 milyondan fazla kullanıcıya sahiptir.<sup>††</sup> (kullanılan citation eski tarihli. Veriler güncellenmeli veya tarihi açıkça ifade edilmeli) Sanal ortamların biz insanlar tarafından böylesine dikkat çekici bir nitelikte olmasının nedeni bu ortamların kurgulanabilir, uzak ve dokunulmaz bir mekân olmasından kaynaklanıyor olabilir. Temelde bu yenedünya arzularımızı ve hayallerimizi yansıtabileceğimiz alternatif bir yaşam biçimi olarak görülmektedir. İnsanları sanal sınırlar içerisinde olmaya iten neden hiç kuskusuz teknolojik gelişmelerin bizi kucağına biriktiği zorunlu

---

<sup>††</sup> İsmail Acarkan, *Kisiligin DNA'si*, Kurtuba Kitap, İstanbul, 2016, sf:359, ayrıca bkz: Anthony Stevens, *Jung*, Kaknus Yay.,1999, İstanbul.

<sup>††</sup> <http://www.alternatifbilisim.org>, 30.04.2014

durumdur; fakat diğer yandan temelde insanların onaylanma ve doyuma ulaşma gibi ihtiyaçlarının varlığını da gözardı edememekteyiz.

Karen Horney'e göre insandaki en temel ihtiyaç; güven ve doyumdur. Kişi eğer güven ve doyum ihtiyacı konusunda eksiklik yasarsa kaygı ve endişe sürecine girer. Horney, insanların kaygı gibi huzursuz durumlarla bahsetme yollarına karşı farklı tutumlar geliştirmiş olduğundan bahseder. Bunlar; sevgi ve onay aramak, bağımsız ve kendine yeterli olmaya çalışmak, saygınlık kazanmaya ve popüler olmaya çalışmak, insanlardan kaçınarak bireysel yaşamını dar sınırlar içerisinde tutmaya çalışmak ve başkalarının hayranlığını kazanmak için onların istediği tarzda davranma eğilimi göstermeleridir.<sup>§§</sup> Sanal dünyanın insanlar için cazip bir hale gelmesinde tatmin olma, güçlü hissetme ve onaylanma ihtiyacının önemli bir etken olduğundan elbette bahsedebiliriz. Kevin Robins'in de söylediği gibi birey artık kimliğini gerçeklikle değil, sosyal medya platformlarını kullanarak imaj yoluyla inşa etmektedir.<sup>\*\*\*</sup> Bireyler için gerçek dünya dışarıda bir yerlerde muğlaklaşmaya ve silinmeye başla mistir. Dış dünyada var olan senaryolar, karmaşık ve zorlayıcı gerçekliliğe olan zorunluluk kaybolmuş, bireyler kendilerini sanal dünyanın göreceli olarak daha güvenli ortamlarına bırakmışlardır. Yani; gerçek dünya görece olarak daha sinirli ve kısıtlayıcı olmakla birlikte sanal dünyadaki imgeler yoluyla oluşturulan yeni kimlikler bireylerin daha esnek ve dönüştürülebilir bir alan yaratabilmesine olanak sağlamıştır.

Günümüzde ise sosyal ađ kullanıcıları kendi kimliklerini başkalarıyla paylaşmakta ve buna karşılık olarak da olumlu bir geri dönüş alabilmeyi ummaktadır. Başkaları tarafından alınan 'beğeni' sayısının artmasının kişilerin kendilerini onaylanmış ve 'önemli' hissetmesinin de önemli bir göstergesi olarak görülür. Dahası, bireylerin sosyal ağlar aracılığıyla kendilerini sunma biçimleri gerçek hayatın içerisinde yüz yüze yapılan iletişim biçiminden çok daha kolay ve manipüle edilebilirdir çünkü, insanlar bu ortamlarda daha fazla öz denetime sahiptirler. Yaratılan imajlar karşı tarafa sunulmadan önce üzerinde düşünölmüş, tasarlanmış ve dolayışı ile kurgulanmıştır. Hâlihazırda sorulabilecek en önemli soru, her kesimden ve her yastan milyonlarca insanın Facebook

---

<sup>§§</sup> İsmail Acarkan, *Kisiligin DNA'si*, Kurtuba Kitap, İstanbul, 2016, sf:359, Anthony Stevens, *Jung*, Kaknus Yay.,1999, İstanbul, sf: 361

<sup>\*\*\*</sup> Kevin Robins, *İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası*, Cev: Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı yay., İstanbul, 1999, sf:82

ve Twitter gibi çoklu ağlar aracılığıyla neden ilgi çekmek istedikleri ve ‘ben de buradayım’ deme gereksinimini duymuş oldukları sorusudur. Niedzviecki, bunun cevabını ‘Dikizleme Kültürü’ terimiyle açıklamakta ve insanların artık toplum tarafından doyurulamayan ihtiyaçlarını tatmin etme isteği ile dolu olduklarını söylemektedir.<sup>†††</sup> Aynı şekilde, kişinin birey olma bilincine ancak başkaları tarafından izlenir kılındıklarında ve başkaları tarafından yorum aldıkları anda hissedebildiklerini söyler. Niedzviecki’ye göre, dikizlemek ve dikizlenmek, teknoloji çağında yaşayan bireyler olmanın bir getirisi olarak görülmektedir.<sup>†††</sup>

Bireylerin görünür olarak var olma anlayışını geleneksel dünyadan kopuşun önemli bir göstergesi olarak görebiliriz. Geleneksel dönemde var olan gören-görünen ve seyreden-seyredilen arasındaki ilişkiyel hiyerarşiye bakıldığında seyredilenler yani Goffman’ın deyimiyle performans gösterenler/oyananlar toplumun beklentilerine uygun bir biçimde toplumsallasmakta ve kendisine dair idealleştirilmiş bir izlenim sunma eğilimindedir.<sup>§§§</sup> Böylelikle kişiler görünür olduğu andan itibaren, onları izleyen farklı bakışlar tarafından denetlenme surecine tabi tutulurlar. Modern ve post modern dünyada var olma biçimi artık ‘görünür’ olma üzerinden kurgulanmıştır. Başkalarının bakışlarını üzerinde toplama ve başkalarının ilgisini üzerine çekme manalarını taşıyan bir çeşit “fark edilme” arzusunun tetiklenmiştir. Bu anlamda, kendi dünyası içerisine sıkışmış, sanal gerçeklikle var olmayan/görünür olmayan insan tipolojisi post modern insan için kabus olarak görülmektedir (citation needed).

Hâlbuki bakilerimizi geleneksel kültürümüze çevirdiğimizde evler bizler için özel, kutsal ve mahremiyet alanlarını koruduğumuz yegane mekânlardır. Ev bir bakıma insanların hem öteki insanlarla hem de dış dünya ile arasına çektiği bir sınırdır. Son yıllarda sosyal ağ kullanımının yaygınlaşması ile bireylerin bir zamanlar özel ve kutsal saydıkları mahrem alanlarına karşı bakışları değişmeye başlamış ve sınırlar aşınmıştır. Yani; mahrem olan değerler şeffaflaşmış ve ‘paylaşılabilir’ hale gelmiştir. Dünyanın her yerinden milyonlarca insanın içinde buldukları anları, gittikleri yerleri, sevdikleri ve nefret ettikleri metaları sayısız görüntü ve video aracılığıyla sergiledikleri bir sosyal ağ

---

<sup>†††</sup> H. Niedzviecki, *Dikizleme Günlüğü Kendimizi ve Komşularımızı Gözetlemeyi Niçin Bu Kadar Sevdik?*, Cev: Gökçe Gündüç, Ayrıntı Yay., İstanbul, 2010, sf: 37

<sup>†††</sup> A.e., sf: 38

<sup>§§§</sup> Erving Goffman, *Gunluk Yasamda Benligin Sunumu*, Metis Yayinlari, 2009, sf: 45



platformu olan Instagram bizlere aslında insanların gündelik yaşamı nasıl tecrübe ettikleri ile alakalı olağanüstü bir bilgi sunmaktadır.

Bireyler çoğu zaman ‘daha çok fark edilme’ ve ‘görünür olma’ adına sıra dışı ve marjinal denebilecek bir imajlar dünyası yaratabilmektedir. Yatak odalarına kadar giren kameralar, ev sınırları içerisinde diğer bireylerin izni ve onayı olmadan paylaşılan görüntüler bize geleneksel kültürümüzde var olan ilişkiler hiyerarşisinin sınırlarının asıldığını ve artık çok başka bir dünyanın yaşam biçimine isteyerek/istemeyerek maruz kaldığımızı göstermektedir. Bunda ebetteki modern ekonominin can damarı olan tüketim kültürünün de oldukça önemli bir etkisi vardır. Geçmişteki sadelik, sıradanlık ve mahrem duygusu artık yerini şatafat ve gösterişe birikmiştir. Artık kulağımıza sık sık fısıldanan bir ses vardır “tükettiğin kadar varsın”.

Gündelik yaşamlarımızı çepeçevre saran hız ve haz arayışı bizim sürekli olarak tüketerek daha mutlu ve kendini gerçekleştiren bireyler olmamızı salık vermektedir. Nasıl diyordu Zygmunt Bauman, *Sosyolojik Düşünmek* isimli kitabında “kabileye özgü eşyaları satın alarak ve sergileyerek kabileye katılabilirim”. Sanal dünya orada bir yerlerde bir sergileme mekanik olarak var olurken biz ayrı ayrı bireyler olarak her geçen gün bu kabilenin bir parçası olmak ve bu kabilenin aşına yüzlerinden biri haline gelmek adına gündelik hayati tecrübe etmekteyiz.

## **Sonuç ve Değerlendirme**

Teknolojik gelişmelerin seyrine paralel olarak ortaya çıkan ve gittikçe yaygınlaşan sosyal medya platformlarının varlığı bireylerin gündelik hayatlarını yasayış ve sunuş tarzlarında oldukça etkili dönüşümler yasatmakta ve sosyal bilimciler açısından da oldukça ilgi çekici bir analiz ortamı hazırlamaktadır. Söz konusu platformlar aracılığıyla gerçek dünya ve sanal dünya arasındaki farklar giderek belirgin farklılıklar oluşturmaktadır. Kişilerin gerçek dünyadaki kimliklerinden farklı kimlikler inşa ettikleri, yeni bir toplumsal vitrin ve görünürlük kazanma yoluna gittikleri düşünülmektedir. Çoklu platformlar aracılığıyla kişi; sevgi ve onay alma ihtiyacı, saygınlık ve popülerlik kazanma gibi durumlara erişebilmeyi hedeflemektedir. En temel bir biçimde ise başkaları tarafından izlenir olma ve yorum alabilme durumunu kişinin doyuma ulaşmasında önemli kriterler olduğu varsayılmaktadır. Tam da burada bahsettiğimiz üzere, başka bir biçimde inşa edilmiş hayatları dikizlenmek ve kendilerine yönelen gözler tarafından dikizlenir olmak teknoloji çağında yaşayan bireyler olmanın bir getirisi haline gelmektedir. Bir başka açıdan ise geleneksel dönemin aksine gören-görünen ve seyreden-seyredilen arasındaki ilişki değişmekte, mahrem sayılan değerler 'paylaşılabilir' hale gelmektedir. Görmezden gelişilmeyecek oranda manipüle edici özelliği de bulunan çoklu sosyal ağ ortamlarının biz insanların gündelik yaşamlarında bir tehdit unsuruna dönüşüp dönüşmediği ve ahlaki, sosyal, kültürel değerlerin yozlaşmaya uğrayıp uğramadığı sorunsalı hakkında net bir yargıya varamasak da bilinçli bir tartışmanın konusu olabileceği kanaatindeyiz.

## Kaynakça

Acarcken, İ. (1999), Kişiliğin DNA'sı, Kurtuba Kitap, İstanbul, 2016, sf:359, ayrıca bkz: Anthony Stevens, *Jung*, Kaknus Yay, İstanbul

Berman, M.(2004), *Kati Olan Her şey Buharlaşıyor*, İletişim Yayınları

Jung, Carl G. (2015), *Jung Psikolojisi: Bir Psikoloji ve Modern Psikanaliz Kuramı*

Goffman, E.( 2009), *Gunluk Yasamda Benligin Sunumu*, Metis Yayınları

<http://www.alternatifbilisim.org>, 30.04.2014

Niedzviecki, H.( 2010), *Dikizleme Günlüğü Kendimizi ve Komşularımızı Gözetlemeyi Niçin Bu Kadar Sevdik?*, Çev.: Gökçe Gündüç, Ayrıntı Yay., İstanbul

Robins, K.( 1999), *İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası*, Cev: Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yay., İstanbul

Şahan H. G.(2013), Lokasyon Bazlı Sosyal Ağlar Aracılığıyla Selektif Benlik Sunumu, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya Ve İletişim Sistemleri Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, s.34.

Özdemir, Z.( 2015.), *Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akim: Öncekim Kullanımı*, Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi, Bahar