

KAVRAMDAN PRATIĞE KİMLİK İNŞASI

Mahmut KUTLU

Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
kmahmut@ohu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-5047-4234

Makale Bilgileri / Article Information

Makale Türü / Type : Kitap Değerlendirmesi / Book Review
Geliş Tarihi / Received : 12.11.2023
Kabul Tarihi / Accepted : 20.12.2023

**Yasin Söğüt, *Kavramdan Pratiğe Kimlik İnşası*,
Ankara: Sonçağ Aakademi Yayınları, 2020, 148 s.**

Son elli yılda ortaya çıkan (Bamberg, Fina, & Schiffrin, 2011, s. 177), sosyolojik söylemin merkezi haline gelen (Cerulo, 1997, s. 385), yoğun kullanımı ile her gün her platformda duyduğumuz, neredeyse her metinde gözümüze çarpan, sosyal bilimlerdeki her disiplinin temel konularından biri haline gelen 'kimlik' kavramsalı (Dalbay, 2018, s. 161) insanlar tarafından yıllardır sorgulanan ve cevabı aranılan, insan varlığının bütünü kapsayan bir kavramdır. Sosyal yaşam uygulamalarında birçok yansımalar, tercih edilen iletişim araçları, ekonomi ve akıştaki meta, toplumsal psikoloji ve tüketim, tasarımlar, statü alanları, reklamlar, kurum ve birey kimlikleri, teknolojinin yeni formları ile ortaya çıkan birbirinden farklı mecralar ve dijital ortamlar bütünleşik olarak yaşamı özetlemektedir. Bu noktadan bakıldığında sayılan bu yönlerin yanında, kimlik sürecinin yeni teknolojik uygulamalar aracılığıyla bireye ulaşan içeriklerle bir inşa sürecini meydana getirdiği hususu günümüzde kimlik inşa sürecini anlayabilmek adına önemli etkenlerin başında gelmektedir.

Dolayısıyla kimlik kavramsalı, sosyal bir varlık olan insan için yaşam sürecini temsil etmenin yanısıra hayat felsefesinin oluşturulması yönünden de ele alınması ve incelenmesi gereken kavramların başındadır. Buradan hareketle Söğüt, kimlik inşasını kavramdan pratiğe doğru incelemektedir. Pratikten bahsedilmeyen araştırmaların yetersiz olacağı düşüncesiyle çalışmada, kalıpsal pozitivist düşünce ve Batı merkezli metasal bakış yerine; kavramsal ve aynı zamanda felsefi (duygusal ve psikolojik perspektiften) bir yaklaşımla inceleme ve değerlendirme başlıkları oluşturulmuştur.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde Cemile Tokgöz Bakıroğlu tarafından 2013 yılında yapılan "Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları" çalışması göze çarpmaktadır. Bu çalışmada bilişim teknolojilerinin sunduğu etkileşimli mecraların, meydana getirdiği dönüşüm ve sosyal yaşamın birçok bileşeni ele alınmıştır. Sosyal ağların sosyalleşmeye etkisi ve kimlik inşa süreci, çevrimiçi profiller esas alınarak tartışılmış; sosyal ağlardaki kimlik inşası

ötekileştirme, özgürlük ve gözetim çerçevesinde güç olgusu odağa alınarak yorumlanmış, eleştirel bir bakış açısı sunulmuştur. Başka bir çalışma ise Tuba Sütüoğlu tarafından 2015 yılında yürütülen “Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği” isimli çalışmadır. Bu çalışmada kimlik inşası sosyal psikoloji, grup etkileşimi ve bilişsel psikoloji bağlamında ele alınmıştır. Çalışma Eskişehir’de yaşayan 15-24 yaş arası gençlerin kimlik oluşturma odaklı birçok özellik ve uygulamayı bir arada tutan Facebook kullanım pratiklerini, kullanım düzeylerini, kullanım biçimlerini, ağdaki sosyalleşme kalıplarını ve kimlik oluşturma süreçlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Goffman’ın dramaturji teorisi ve internet aracılığıyla kurulan ilişki türlerine işaret eden “bağlantılı ilişkiler” ve “hareketsiz sosyalleşme” gibi yeni kavramlar çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturmuştur. Bu anlamda araştırmada nicel ve nitel veri toplama teknikleri bir arada kullanılmıştır. 402 gençle gerçekleştirilen anket çalışmasının ardından 6’sı yüz yüze, 3’ü çevrimiçi olmak üzere toplam 9 gençle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış, 8 kişinin Facebook profilleri izin alınarak incelenmiştir. Sonuç olarak gençlerin kimlik inşasında Facebook uygulamasının etkin rolü gözlemlenmiştir. Farklı bir çalışma ise Ramazan Saim Dalbay tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen “Kimlik ve Toplumsal Kimlik Kavramı” isimli çalışmadır. Bu çalışmada kimlik kavramına ilişkin yüzeysel düzeyde kalan dağılmış bilgilerin, bilimsel çalışmalarda kullanılabilir bir niteliğe kavuşturulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda araştırmada ‘toplumsal kimlik’ kavramı öne çıkartılarak incelenmiştir.

Söğüt’ün eserinin ana temasını ise kimlik yapısını oluşturma sürecindeki salt materyalist düşünceler ve bilimsel yaklaşımların ağır basmasının yanında duygu, kalp ve düşünce gibi kavramların da olması gerektiği düşüncesi oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışma sadece medya ve kültür ekseninde kavramsal bir kimlik tespiti arayışında olmayıp, bu konuda gündelik sosyal pratikler içerisinde karşılaşılan sosyal ve psikolojik konulara çözümler sunmaktadır. Cerulo’nun (1997) belirttiği üzere modern sosyolojik düşüncenin kritik köşe taşı oluşturan kimlik araştırmasında ilk çalışmalar öncelikle "ben" in oluşumuna odaklanıp kişilerarası etkileşimlerin bireyin benlik duygusunu nasıl şekillendirdiğini araştırmışlardır. Son zamanlardaki literatür ise bu tür endişelere karşı bir antitez oluşturmaktadır. Pek çok eser dikkati bireyden kolektife yeniden odaklamış; Söğüt’ün çalışmasında incelendiği gibi bazı araştırmacılar kimliğe, bir hareketlenmenin ürünü olmaktan çok, bir harekete geçme kaynağı olarak yaklaşmışlardır (s. 385). Bu nedenle kimlik inşası kavramdan pratiğe doğru bir seyirle incelenmiştir.

Yazarın editörlüğünü yaptığı kitap Önsöz’den sonra iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm “Kimlik ve Kültür Kavramsalı” ana başlığı ile incelenip takdim edilmiştir. Bu bağlamda Bayram Koyuncu tarafından kaleme alınan “Tarihsel Süreç İçinde Kitle Kültürü ve Kimlik Kavramsalı” çalışması, Yusuf İslam Sürücü’nün incelediği “Kurumsal Kimlik Kavramsalı Üzerine” çalışması, Orhan Sevindik, Rüstem Erdem ve Emir Bostancı’nın ortaklaşa hazırladıkları “Grafik Tasarım ve Kültür” çalışması ve son olarak Meryem Söğüt tarafından kaleme alınan “Psikolojide Kültürel ve Gelişimsel Kimlik Yaklaşımları Ekseninde Kimlik İnşası” çalışması olmak üzere bu bölüm dört alt başlık şeklinde okuyuculara takdim edilmiştir. Koyuncu, kitle kültürü, kültür ve kitle kavramlarını açıkladıktan sonra kitle kültürünü oluşturan somut ve soyut öğelere değinmiş ve

konuyu kimlik kavramı ile ilişkilendirerek açıklamıştır. Sonuç olarak kitle kültürü ile kimlik arasındaki ilişkiyi esas alarak kişisel kimlik, bireysel kimlik ve kültürel kimlik gibi kimlik çeşitlerini aktarmıştır. Sürücü ise kurumsal kimliklerden bahsederek bu kimliklerin önemine, onları oluşturan marka ismi, amblem (logo), renk, slogan, baskılı materyaller gibi temel unsurlara değinmiştir. Sevindik, Erdem ve Bostancı toplumsal kimliğin inşası sürecinde grafik tasarımının üstlendiği role değinerek grafik tasarımında kültür unsurlarının kullanımını örnek görseller üzerinden incelemişlerdir. Psikolog Meryem Söğüt ise kültürel bağlamda kimlik gelişimini psikolojik açıdan ele almış, konuyu kimlik gelişimi ile ilgili kuramlar, Marcia'nın kimlik statüleri kuramı, farklı kimlik oluşumları, kimlik bunalımı ve tatminsizlik kavramları çerçevesinde incelemiştir.

İkinci bölüm ise, "Kimlik İnşası Ekseninde Teknoloji, Para ve Medya İlişkisi" başlığı ile incelenmiştir. Bu kontekst içinde Engin Çağlak tarafından kaleme alınan "Aktif Vatandaş Haberciliği ve Sosyal Medyada Kimlik Oluşumu" çalışması, Mehmet Akarçay tarafından incelenen "Para, Toplumsal Statü ve Sosyal Sınıfta Kimlik" çalışması, Vahit Özdemir ve Burhan Demirdağ'ın birlikte hazırladıkları "Toplumsal Değişim - Kimlik Kavramsalı ve Bilişim Endüstrisinin Etkisi" çalışması, yine Burhan Demirdağ'ın hazırladığı "Küreselleşme, Liderlik ve Kimlik İlişkisi Üzerine" çalışması ve son olarak Yasin Söğüt tarafından kaleme alınan "Yeni Hayat Önerisi Bağlamında Kimlik İnşası ve Medya" çalışmaları olmak üzere bu bölümde kimlik inşası konusu beş alt başlık altında incelenmiştir. Çağlak, habercilik bağlamında alternatif bir mecra olarak sosyal medya ile vatandaş haberciliği arasında ilişki kurarak sosyal medyada paylaşılan haberleri ve bunun neticesinde ortaya çıkan kimliği incelemiştir. Bu doğrultuda aktif vatandaş haberciliği ile sosyal medyada kimlik oluşumunu açıklığa kavuşturmuştur. Akarçay ise para kavramının tarihçesine değinmiş, kimlik kavramını sosyo ekonomik statü bileşenleri doğrultusunda analiz etmiştir. Kimlik, sosyal statü ve sosyal sınıf kavramlarını eğitim değişkeni, gelir değişkeni ve meslek değişkeni gibi sosyal sınıf kategorileri ile açıklamıştır. Özdemir ve Demirdağ toplumsal değişimde bilişim endüstrisinin etkisini irdelemiş, bu amaçla veri madenciliği, bilgi toplumu, toplumsal değişimin sağlanmasında bilişim ve ahlak ilişkisi, bilişim endüstrisi ve ahlaki değişime etkileri ile yeni çağda toplumun inşası konularına değinmişlerdir. Demirdağ, bölümde yer alan ikinci çalışmada kültürün kavramsal boyutları ve temel özelliklerini açıklayarak, kültürel zekâ boyutları ve liderlik tipleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Kültürel zekânın yönetici tipleri, küreselleşme ile liderlik fonksiyonlarında meydana gelen değişiklikler, bilgi toplumu ile küresel lider ilişkisi Demirdağ'ın değindiği konular arasındadır.

Melewar ve Jenkins'in (2002) belirttiği gibi son zamanlarda birçok uygulayıcı ve akademisyen kimlik alanına artan ilgiye yönelmişlerdir. Son birkaç yılda bu kavramın anlaşılmasına ve tanımlanmasına yönelik önemli katkılar görülmüş, kitaplar hazırlanmıştır (s. 76). Bunlardan biri olarak incelenen kitap toplamda dokuz çalışmadan oluşarak kimlik inşa sürecinde bütüncül bir çalışma ortaya çıkarmıştır. Yazar araştırma problemini ve bu doğrultudaki güncel tespitlerini kolektif bir ürün olan kitabın özellikle son bölümünde yer alan "Yeni Hayat Önerisi Bağlamında Kimlik İnşası ve Medya" başlığı altında yeterince açıklığa kavuşturmuştur. Hayat kendi tarihini başlattığı ilk andan itibaren iletişimi bünyesinde taşıyan eşsiz bir yapıya sahiptir.

İnsan da var olduğu andan itibaren bu varlığını iletişim süreçleri ile sürdürmüş olan mükemmel varlıkların başında gelmektedir. Günümüzde değişim noktaları ve tarihsel gelişimi sonucunda iletişim süreçleri öyle anlaşılmaktadır ki, bu süreç aynı zamanda insanın düşünce yapısını inşa aşamalarının işitsel, dokunsal ve görsel yapısını ifade etmektedir. Yazara göre medya ve bireyin kimlik süreci yaşadığı çevredeki kültürel kodlarla etkileşim içindedir. Bu kapsamda teknolojik gelişmelerin sağladığı olanaklarla medya içerikleri ve kimlik inşası sürecinin yeni fikirler üzerinden bireye yeni yaşam ortamları önereceği düşünülmektedir. Her nesnenin ve olayın fiziki yönünün olmasının yanında soyut tarafının da bulunduğu bir gerçektir. Kimlik kavramının da yaşam pratiklerinde somut karşılığı kurumsal kimlik, tasarımlar, görsel çalışmalar olarak görülmektedir (Söğüt, 2019, s. 136). Yazar, ilk söz’de teorik özet olarak kimlik kavramsalının bireyin “kapı anahtarı” olduğunu vurgulamaktadır.

Kişilik bireye özgü manevi nitelikleri içerirken, kimlik toplumun ve toplumsal değerlerin etkileyiciliğiyle şekillenen, kişiliğin topluma karşı takındığı bir yapıyı oluşturmaktadır. Kimlik, toplumsal, politik ve ekonomik baskılara göre şekillenen akışkan bir yapıdır (Tokgöz Bakıroğlu, 2013, s. 1048). Buradan hareketle yazar yaşam tarzı, medya ve ikame süreçlerinden bahsetmektedir. “İnsan öz olarak ruhidir. Ruh ise asla boşluk kabul etmez, örümcek ağı ile örülmüş bağlara sahip ikame aileler” mesajı ile kimlik inşasında insan anatomisinin soyut yönlerine değinen yazar, kimlik oluşumunun ve bu yapının çözümlenmesinin sadece somut öğelerle mümkün olamayacağına vurgu yapmaktadır. Nitekim kimlik inşası birçok farklı öğeyi beraberinde barındırmaktadır. Örneğin yaşam tarzı kavramı içeriğinde insanın gündelik yaşam içerisinde ne yiyeceği, nasıl yiyeceği, parasını, zamanını nasıl ve ne şekilde harcayacağını belirleyen yaşam modelinin genel tanımlaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu içerikler bütünü oluşturulan temel faktörlerin başında bireylerin çevre, medya ve aile gibi etkenlerle oluşturduğu değerler ve tutumlar gelmektedir. Bu tür davranışları belirleyen etkenlerin başında da bireyin diğer bireylerle sağladığı gündelik etkileşim gelmektedir. İnsan hayatı boyunca kendini tanıtmaya, keşfetmeye, anlamaya çalışan, yaşadığı dünyada bitmeyen ihtiyaçlara sahip varlıkların başında gelmektedir. Batılı pozitivist yaklaşımda insanın bilinen fiziki yönü dışında iç dünyasını aydınlatan çözümleyici bir yaklaşım bulunmamaktadır. Doğu felsefesinde ise ruh olarak özetlenen teorik yaklaşım insanın yaşam pratiklerinin biyolojik yönü dışında içsel doğal kaynağına yönelmektedir. Bu iki yaklaşımın insanın ihtiyaçları noktasında da temel farklılıklara sahip olduğu görülmektedir (Söğüt, 2019, s. 137-138). İnsanın hayatı boyunca süregelen ihtiyaçları ve bu gereksinimleri neticesinde ortaya çıkan tüketimin nasıl ve hangi yönde gerçekleşeceği temel sorunlar arasındadır. Batı temelli postmodernist ekonomik yaklaşımlar tüketimi temeli sağlam olmayan sallantılı bir borçlanma süreci üzerine yerleştirirken, Doğu kaynaklı yaklaşımlar tüketimi; değerlendirme, paylaşma ve tasarruf temeli üzerine oturtmaktadır. Bu noktada salt bir ekonomik faaliyet olmanın dışında tüketimin hayat tarzı bütünlüğü içinde sosyal bir mekanizma etkinliğine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Günümüzde gelişen teknoloji ile insanların tarih boyunca birbirleri ile kurdukları iletişim ve bu faaliyetlerin etkinliği, kavramların içeriklerini boşalmakta ve salt maddesel yaklaşım esaslı bir yapı oluşmaktadır.

Günümüzde medya üzerinden empoze edilen temel inşa başlıklarını Söğüt şu şekilde sıralamıştır:

- Öz, sade, düşünce,
- Kardeş,
- Arkadaş,
- Aile,
- Sosyal Faaliyetler (çevre),
- Sohbet (Muhabbet),
- Değerler,
- Yeme - İçme pratikleri,
- Moda (Beğeni-Güzellik),
- Can sıkıntısı,
- Cinsellik ve haz

Kimlik inşa sürecinde yüzbinlerce kişi, kimliklerinin en aktif aşamasında ve gerçek hayatta oldukları konumun dışında, özellikle çok kullanıcı alanlar bağlamında, yeni kimlikler üstlenmektedirler (Calvert, 2002, s. 55). Bu noktada ikame döngüsü yaşamın tam içerisinde oluşan medya ve teknoloji odaklı sistemin kısa özetidir. İlk yaşam anından ölüm süresince insanın yaşamında etki alanlarını özetleyen döngü medyanın teknoloji ile birleşerek geliştirdiği yeni yöntemlerin çözümlemesine getirilen bir izahdır. Bu süreçte sosyal paylaşım ağları gündelik yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir ve sosyalleşme sürecine etki etmiştir. Birey, sosyal ağlarda oluşturduğu profillerle idealize ettiği kimliği inşa etme imkânını kazanmıştır (Tokgöz Bakıroğlu, 2013, s. 1047). Günümüzde zamanının önemli bir kısmını sosyal ağlara ayıran bireylerin sayısı artmış, toplum içerisinde insanlar birbiriyle sürekli etkileşimde olmak istemişlerdir (Diren, Arslan, & Abbasova, 2023, s. 23). Bu ağlar, küçülen yeni medya araçlarının da etkisiyle daha sık ziyaret edilen sanal platformlar haline gelmiştir. Özellikle gençlerin günlük yaşamının vazgeçilmez bir parçası olan sosyal ağların yaygın kullanımı çevrimiçi ve çevrimdışı dünyalar arasındaki geçişi hızlandırmış ve tüm bu gelişmeler sosyalleşme olgusunun yeniden tanımlanmasını gerektirmiştir. Üstelik bu ağlar, yeni sosyalleşme platformları olmanın yanı sıra, bireylerin yüz yüze ilişkilerinde başaramadıkları şekilde kendilerini ifade etmelerine olanak sağlaması açısından da yeni kimlik platformları olarak nitelendirilmiştir (Sütlüoğlu, 2015, s. 125). Bu alanlarda üretilen içerikler salt bir bilgi ve eğlence edinme merkezlerinden ziyade yeni bir yaşam ve kültür oluşturma alanları haline almıştır. Özellikle bireysel alanlarda üretilen uygulamalar kişilere özel bilgilerin enforme edilerek sunulabilmesi imkânına olanak sağlamıştır. Bu döngü; yaşamın ilk anından başlayarak çevre ve karakteristik yaşamın ilk anını oluşturan doğumla başlayarak son an ile tamamlanmaktadır (Söğüt, 2019, s. 140). Bu durum bireyin içinde yaşadığı sosyal alandaki ilişkiler ağını ortaya koymakla birlikte bireyin dış dünyaya dönük davranışlarının da belirleyicisi olma özelliğini göstermektedir (Zinderen, 2020, s. 419). Bu yapıyı şekillendiren temel başlıklar ise yazar tarafından şu şekilde sıralanmıştır: Gündelik pratikler, yerel kültür, inanç, ihtiyaç ve arzu kavramlarının ortaya çıkması, medya uygulamaları ve içerikler, yeni teknolojiler, anı (hatıra) imhası ve inşası. Bu etkenler birbirinden ayrı ve uzak gibi görünseler bile aslında birbirleri ile sürekli bir etkileşim içinde bulunmaktadır.

Bamberg, Fina ve Schiffirin'in (2011) açıklamasına göre kimlikler ancak etkileşimler ile ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla kimlik inşası üç boyutta ayırt edilir ve vurgulanır: (a) failliğin kişiden dünyaya yönelmesine karşı dünyadan kişiye yönlülük açısından gezinmesi; (b) benzersizlik ile toplumsal aidiyet ve başkalarıyla aynı olma duygusu arasında gezinmenin bir yolu olarak benlik ve diğerleri arasındaki ayırım ve (c) kişinin biyografisi veya onun bazı bölümleri boyunca aynılık ve değişimin yönlendirilmesi (s. 177).

Bundan sonra yazar, yeni teknolojiler ve kültür ilişkisini irdelemiş, popüler kültür'den önceki son çıkıştan bahsetmiştir. Örneğin "Popüler Kültür'den Önceki Son Çıkış" başlığı "Burası gerçek dünya mı rüya mı?!! Uyanmak ya da uyumak hali" ifadeleriyle başlamaktadır. "Tüketici Matriksi" (Kimlik Yapılandırma) ve "Kimlik İkame Süreci" (Kimlik Yapılandırması, İnşası) alt yazılı tablolar çalışmaya katkı sağlayarak tartışmayı zenginleştirmiştir.

Yazarın son olarak vurgulamak istediği nokta: İnsan (birey) ve medya ilişkisinde yaşam tarzlarının değiştiği, düşünce dünyalarının yeniden oluşturulmasına kadar çok geniş bir alanda "fikir aşılama" şırıngaları halini aldığıdır. Özellikle toplumun dönüştürülüp tüketim esaslı bir tek kültürlülük merkezinde yapılandırılan geniş kitleler kimi araştırmacılar tarafından tüketim toplumu, kimileri tarafından ise kitle kültürü kavramsalları altında izah edilmeye çalışılmıştır. Bugün gelinen noktada dünyada medya merkezli geniş kitlelere ulaştırılan bilgi akışı sayesinde uyku halinde bile bulunan bireylerin bilinçaltı düşünceleri, gündelik yaşam anındaki beğenileri, tercihleri, tutumları ve karakteristik yapısına göre davranışsal dürtüleri medya mecraları üzerinden oluşturulan kimliklerle inşa edilmektedir. Ayrıca bireyin doğası gereği yapabileceği tüm hususlarda teknolojinin kolaylık sağladığı alanlar getirilerinden çok daha fazlasını götürmekle kalmayıp onun yerine kendi salt haz odaklı yeni düşünsel ağlar inşa etmektedir.

Medya ve yeni teknoloji bileşenleri bireyin kendi emeği ile yapabileceği ve hissedebileceği, yaşamını oluşturan davranış, sevgi, tutum ve kızgınlık gibi duygularının tüm "yaşam anlarını" ikame yöntemlerle yok etmekle kalmamakta aslında bir anı ve hatıra yıkımına sebep olmaktadır. Bu yönüyle yok olan veya bir başka deyişle hiç olamamış anı ve hatıraların yerini medya içerikleri örmeye başlayarak ikame bireylerin oluşmasını sağlamaktadır. Bu yolla teknoloji üzerinden medya içerikleri para, değer ve statü edinme kavramlarını hayatın merkezine oturtmuş bir birey inşa ederek kimlik ikame döngüsünü oluşturmaktadır (Söğüt, 2019, s. 146). Son söz olarak yazar şunları söylemektedir: Böylelikle medya; toplumu para, statü ve değer üçgeninde kazançları nispetinde kategorilere ayırarak mutluluğu belirli sembol ürünlere yükleyen bireyler üzerinden toplumsal bir dönüşüm modeline çevirmektedir. Benzer şeylere inanan, aynı şeyleri yiyen, aynı şekilde eğlenen, benzer giyinen ve aynı şeylere gülen bu geniş kitleler yaşamlarının bu kısa aralığında salt düşünceye mahkûm, üretimin zayıf olduğu tüketim toplumu merkezli zihinsel işleyişe sahip bir kısır döngü içerisinde yaşamlarını sürdürmektedirler. Var oluş nedeni ya da hangi sorumluluklara sahip olduğu gibi birçok öz düşünceden uzak şekilde, büyük kısmı metropollerde hız ve kargaşa içerisindeki beyinler çareyi kısa süreli haz, istek ve arzu tatmininde arasa da, bu geçici duygu görünümlü monopol yaşam şekli yetersiz kalmakta ve insanın görünen fiziki yüzünün altında daha fazla şey ifade eden metafizik yönündeki açlığa hiçbir karşılık bulamamaktadır.

Sonuç olarak değerlendirilmesi yapılan eserde kimlik inşası birçok açıdan ele alınarak hem kavramsal yönü hem de gerçek hayattaki yansımaları okurlara sunulmuştur. Farklı bakış açılarının aynı eserde buluşturulması konunun akışını ve anlaşılmasını zorlaştırmamış, aksine okurun zihninde konu bütünlüğü ve detaylı bir kimlik haritası çıkmasını sağlamıştır. Söz konusu çalışmalar tarihsel süreç içinde kimlik kavramsalını inceleyerek kurumsal kimlik kavramını, medyada kimliğin sunumunu, psikolojik açıdan kimlik yaklaşımını, teknoloji temelinde kimlik inşasını, yeni medyada oluşan yeni kimliği, toplumsal statüde kimliği ve küreselleşme ile kimlik ilişkisini inceleyerek alan yazına katkıda bulunmuşlardır.

KAYNAKÇA

Bamberg, M., Fina, A., & Schiffrin, D. (2011). *Discourse and Identity Construction*. Switzerland: Springer.

Calvert, S. L. (2002). *Identity construction on the Internet*. Washington: American Psychological Association Praeger Publishers/Greenwood Publishing Group.

Cerulo, K. A. (1997). Identity Construction: New Issues, New Directions. *Annual Review of Sociology*, 23(1), 385-409. doi:https://doi.org/10.1146/annurev.soc.23.1.385

Dalbay, R. S. (2018). "Kimlik" ve "Toplumsal Kimlik" Kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(31), 161-176.

Diren, F., Arslan, R., & Abbasova, N. (2023). İzleyici Alışkanlıklarındaki Değişimin Z Kuşağı Bağlamında İncelenmesi: You Vs Wild Örneği. *NÖHÜ İFAD*, 2(1), 20-47.

Melewar, T. C., & Jenkins, E. (2002). Defining the Corporate Identity Construct. *Corporate reputation review*, 5, 76-90. doi:https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540166

Söğüt, Y. (2019). *Kavramdan Pratiğe Kimlik İnşası*. Ankara: Sonçağ Akademi Yayınları.

Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 125-147.

Tokgöz Bakıroğlu, C. (2013). Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları. *Akademik Bilişim*, 1047-1054.

Zinderen, İ. E. (2020). Yeni Medyada Kimlik İnşası: YouTuber. *Erciyes İletişim Dergisi / Journal of Erciyes Communication*, 7(1), 415-434. doi:http://10.17680/erciyesiletisim.650956