

İhtiyaçlar Hiyerarşisine Yeniden Bakmak: Dijital İhtiyaçlar - Maslow Piramidi 2.0

A Review on the Hierarchy of Needs: Digital-Needs - Maslow's Pyramid 2.0.

Ela Nur REYHANLIOĞLU

Doktorant, Klinik Psikolog, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, psik. elareyhanlioglu@gmail.com, [ORCID](https://orcid.org/0000-0002-1485-4069) 0000-0002-1485-4069

Anahtar Kelimeler

Maslow'un ihtiyaç hiyerarşisi modeli,
Dijital ihtiyaçlar piramidi,
Rapsodik iletişim,
Kendini gerçekleştirme,
Alçak nirvana

Öz

Maslow'un ihtiyaç hiyerarşisi modeli insan davranışının beş basamakta sınıflandırılan ve piramit üzerinden şekillendirilen ihtiyaçlar ile güdülendiğini ifade eden bir motivasyon teorisidir. Bu teori kültürler arası tanınan beş temel kategoride ihtiyaçları (fizyolojik, güvenlik, aidiyet, saygınlık ve kendini gerçekleştirme) ifade eder. Teorinin en önemli noktası her bir insanın önceki basamaklardaki ihtiyaçları karşıladığında tüm gizil kapasitesini gerçekleştirmek anlamına gelen kendini gerçekleştirme potansiyeline sahip olduğu düşüncesidir.

Bu değerlendirme çalışmasının odak noktası Maslow'un Piramidi 2.0 diye de bilinen yeni dijital ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidinin değerlendirilmesidir. Maslow'un ihtiyaç hiyerarşisi modelini ve kendini gerçekleştirme kavramını kısaca tanımladıktan sonra Maslow'un 'rapsodik iletişim' ve 'alçak Nirvana' tanımları sunulmaktadır. Ardından dijital ihtiyaçlar piramidinin öncül birkaç örneği aktarılmakta ve insanların dijital ihtiyaçlarına yönelik yeni bakış açıları tartışılmaktadır. Son olarak, online ve offline iletişim açısından kendini gerçekleştirme kapasitesine genel bakış ifade edilmekte ve çocuklar ile gençlerin sağlıksız online alışkanlıklarının yaratabileceği muhtemel zararlı etkileri gözetenek ihtiyaçları dijitalleştirilmenin olumlu ve olumsuz tarafları ele alınmaktadır.

Keywords

Maslow's need hierarchy model,
Digital needs pyramid,
Rapsodic communication,
Self actualization,
Low nirvana,

Abstract

Maslow's need hierarchy model is a theory of motivation which states that an individual's behaviour is dictated by the needs that classified in five categories and configured in a pyramidal shape. The theory identifies five basic need's category (physiological, safety, belonging, esteem, self-actualization) that are recognized across cultures. The crucial point of the theory is the idea that after meeting the needs of the previous steps, every individual has the potential for self-actualization that means actualization of full latent capacities.

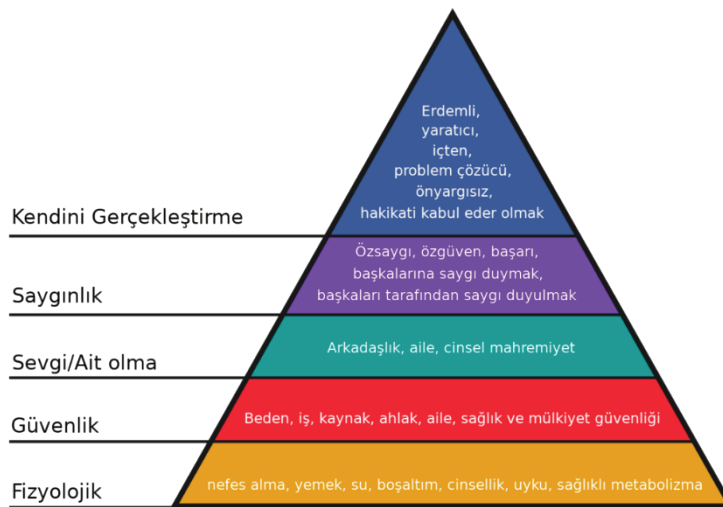
The focus of this review article is the evaluation of the new digital hierarchy of needs pyramid, also known as Maslow's Pyramid 2.0. After describing Maslow's need hierarchy model and 'self actualization' briefly, Maslow's 'rapsodic communication' and 'the low Nirvana' definitions are presented. Then, some preliminary examples of the digital need's pyramid are presented and new perspectives on people's digital needs are discussed.. Finally, an overview of the capacity for self-actualization in terms of online and offline communication is expressed, and the positive and negative aspects of digitizing their needs are discussed, taking into account the possible harmful effects of unhealthy online habits of children and young people.

Giriş

Modern psikolojideki tüm hareketlerde etkisi açıkça görülen zeitgeist (zamanın ruhu) 1960'ların başında ABD'de 'üçüncü güç' diye tanımlanan yeni bir yaklaşıma zemin hazırladı: Hümanistik, (insancıl) Psikoloji (Schultz ve Schultz, 2004). Bir yandan İkinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi diğer yandan Nazi Almanya'sının baskısı nedeniyle Alfred Adler, Max Wertheimer, Erich Fromm, Karen Horney gibi psikologların, Ruth Benedict ve Kurt Goldstein gibi aydınların ABD'ye göçü kıta Avrupası'nın entelektüel birikiminin kısa sürede okyanus ötesine taşınmasına yol açmıştır. Bu isimler arasında yer alan Goldstein, Abraham Maslow'un "kendini gerçekleştirme" kavramıyla tanışmasını sağlamıştır (Budak, 2003 s. 494).

ABD'de oluşan yeni zeminde Gestaltçılar ile muhalif neo-Freudyenlerin insan davranışını açıklamaya dair yeni bakış açıları üzerinden hümanistik psikolojinin ilk adımları atılmaya başlanmıştır. Öyle ki bazı kaynaklar hümanistik yaklaşımın temellerini Adler ile birlikte bazı varoluşçu ve Gestaltçı filozofların attığını ifade eder (Schultz ve Schultz, 2004). O zamana kadar psikolojinin iki temel gücü olarak kabul edilen psikanaliz ve davranışçılıktan farklı olarak hümanistik yaklaşım bilinçdışı yerine bilinç düzeyindeki deneyimlere odaklanmakta, özgür irade, kendiliğindenlik (spontanite), bireyin yaratıcılık gücü gibi kavramları vurgulamaktaydı. Hümanistik kişilik kuramına göre psikodinamik yaklaşımın temel savlarının aksine insan bilinçdışındaki gizil çatışmalardan öte olumlu güdülere sahipti ve hep daha ileri bir düzeye doğru gelişim göstermekteydi (Morris, 2002 s.468).

Psikoloji kariyerinin ilk yıllarında ABD'de yaygın kabul gören Watson'ın davranışçılık ekolünü benimseyen Maslow da ABD'ye göç eden aydınların rüzgârından etkilenenlerdi. Özellikle Wertheimer ve Goldstein ile karşılaşması o güne kadar ki yaklaşımının kökten değişimini başlatmıştır denilebilir (Budak, 2003 s.495). Gestalt ve varoluşçuluk yaklaşımlarından beslenerek 1960'larda ortaya koyduğu 'İhtiyaçlar Hiyerarşisi' adını verdiği motivasyon teorisi ile Maslow hümanistik yaklaşımın en önemli kurucularından biri olarak kabul edilmektedir (Schultz ve Schultz, 2004). Maslow insanın pozitif yönde ilerleyen ve kendiliğinden gelişime açık bir canlı olduğunu vurgulamış, bu gelişim sürecindeki temel güdülenmeyi de insanın ihtiyaçları üzerine kurgulamıştır. Maslow'un kendi çalışmalarında bir görsel olarak piramit hiç kullanılmamış olsa da takipçileri teorinin anlaşılmasını kolaylaştırmak adına hiyerarşiyi piramit görseli üzerinden tanımlamışlardır (Gürcan, 2013).



Şekil 1. Maslow İhtiyaç Piramidi (Çoban, 2021)

Maslow'a göre, her insan doğuştan kendini gerçekleştirmeye yönelik bir kapasite ile doğmakta ve bu hedefe ulaşmak için hiyerarşik biçimde sıralanmış ihtiyaçlarını karşılamak durumundadır, hiyerarşinin alt düzeyindeki bir ihtiyacın karşılanması kişiyi bir üst basamağa çıkmaya güdülemektedir

(Schultz ve Schultz, 2004, s.673). Bu bakış açısından hareketle bir kişinin kendini gerçekleştirme düzeyine ulaşabilmek için sosyal yaşamındaki ilişkiler üzerinden aidiyet ihtiyacının ve iş hayatı üzerinden saygınlık ihtiyacının karşılanmış olması gerektiği anlaşılmaktadır. Kişilerin ancak ihtiyaçlarını sağlıklı şekilde karşıladıktan sonra 'doruk deneyim' noktasına ulaşıp ardından kendini aşma safhasına geçebileceği ifade edilmiştir (Hoffman, 2011).

Maslow'un Perspektifinden Kendini Gerçekleştirmenin Alamet-i Farikası: 'Rapsodik İletişim'

Psikolojide hümanistik yaklaşım, insan tekinin yer ve zamandan bağımsız olarak ortak biçimde sahip olduğu ihtiyaçlarını tanımlamıştır. Benzeri şekilde Maslow'u takip eden araştırmacılar da yıllar içinde kendini gerçekleştirme basamağındaki kişilerin ortak niteliklerini sıralamışlardır. Bunlar; gerçekliği etkin biçimde algılamak, davranışlarda kendiliğindenlik (spontanite), kendisini ve başkalarını olduğu gibi kabul edebilmek, mizah anlayışı, derin ilişki kurabilme kapasitesi ve yüksek düzey yaratıcılık şeklinde ifade edilmiştir (Ural, 2012). Bu niteliklere bakıldığında hümanistik yaklaşımın önceki başat ekollerden temel farkının ortaya çıktığı söylenebilir. Freudyen yaklaşımın aynalama tekniğinden, Watson davranışçılığının klasik koşullamasından oldukça farklı bir vurgu ile hümanistler derin ilişki kurma kapasitesini, ben-sen düzeyinde (Martin Buber'in ifadesiyle I-Thou iletişimi) yakın ve gerçek iletişimi ortaya atmışlardır. Bu bağlamda kendini gerçekleştirme düzeyinde de iletişim kapasitesinin temel bir yeri olduğu ifade edilebilir. Nitekim Maslow, 1964'te tamamladığı 'Dinler, Değerler ve Doruk Deneyimler' adlı kitabında rapsodik iletişim olarak adlandırdığı bir kavramı açıklamıştır. Maslow, rapsodik iletişim ifadesini dilin tüm gücünün kullanıldığı, iletişimin akışında metaforlara sık sık başvuru, kahkaha atmak gibi duygu ifadelerinin yoğun biçimde bulunduğu şiirsel bir dil olarak tanımlamaktadır (Maslow, 1994). Maslow, rapsodik dili, doruk deneyimler yaşamış, kendini gerçekleştirme sürecindeki kişiler (oluş sürecindeki insanlar diye adlandırır) ile kurduğu ilişkide fark etmiştir. O'na göre bu dilin şiirsellik ve akıcılığının yanı sıra bir başka niteliği daha bulunmaktaydı. Bu dil ile insanlar kapsül içindeki gizil dünyalarını (kaynak metinde encapsulatedprivacies diye tanımlar) aşıp izomorfik bir titreşim yaratarak, ortak ve canlı bir deneyim oluşturarak muhatabına ulaşabilmektedir (Maslow, 1994). Maslow'a göre (1994) insanlar ancak kendini gerçekleştirme düzeyine ulaştıklarında kapsüllerinden, yalıtılmış egolarından kurtularak Martin Buber'in ifadesiyle gerçek bir 'Ben-Sen karşılaşması' na ve öteki ile derin ilişki kapasitesine erişebilmektedir. Diğer bir ifadeyle kendini gerçekleştirme sürecinin ayrırcı özelliklerinden biri olan rapsodik iletişimin ancak kişilerin yalıtılmış egolarından, kapsül içindeki dünyalarından kurtulmaları ile mümkün olabileceği söylenebilir.

İhtiyaç hiyerarşisinin zirve noktasına iletişimin gücünü ve derin ilişki kurabilme kapasitesini ekleyerek Maslow'un sosyal ilişki bağının önemini açıkça vurgulamış olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda bir bireyin kendini gerçekleştirme sürecinde sosyal bağlar ile kurulu kişilerarası (interpersonel) alanın kişisel (intrapersonel) alan kadar etkin olduğu görünmektedir denilebilir.

Kendini Gerçekleştirmenin Bugünü: 'Alçak Nirvana'ya Düşüş

Maslow, İnsan Olmanın Psikolojisi (2001) eserinde insan türünün sağlıklı bireylerinin ortak bazı karakteristik özellikleri olduğunu ve bunların nesnel, ölçülebilir nitelikler olduğunu ifade etmiştir. On madde ile listelediği bu özelliklerden birinde sağlıklı kişilerin 'gerçek bir benlik ve sağlam bir kimlik' sahibi olduğunu vurgulamış, gerçek bir benlik ve sağlam bir kimlik ile gerçek ve derin ilişkiler kurabilmeyi insanın 'yüksek Nirvana'sı için bir rota olarak işaret etmiştir (Maslow, 2001). Yüksek Nirvana'nın aksi istikametine ise, modern psikolojide psikopatoloji diye tanımlanan ruhsal sorunları 'insanın kısıtlanması' tanımıyla ele almış, bu düşüşün nihayetini de 'gerilemenin cenneti, alçak nirvana' şeklinde adlandırmıştır (Maslow, 2011). Alçak nirvanada da kişi kendini konforlu ve tatmin hissedebilir. Öte yandan varoluşunda örtük bulunan büyüme potansiyelinin harekete geçmemesi kişi için nevrotik so-

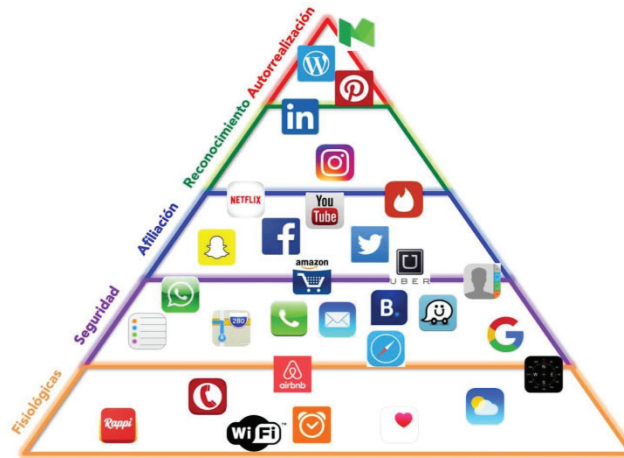
nuçlar yaratabilir. Nitekim aynı çalışmada Maslow nevrozu; kişinin içsel özünün doğal bir parçası olarak değil, aksine insanın bozulmamış öz benliğine karşı geliştirdiği bir savunma ya da özünden kaçınması olarak tanımlamıştır. Nevrozu öz benliğin bozulmuş bir dışavurumu şeklinde tanımlamakla Maslow'u diğer öncü teorisyenlerden oldukça farklı bir konuma taşıdığı söylenebilir. Maslow'un bu çalışmasındaki kavramların izinden gidildiğinde gerçek bir benliğin, sağlam bir kimliğin kaybının sonucunda insanın cennet gibi konforlu hissettiği fakat ruhsal büyüme yerine ruhsal olarak gerilediği (regrese olduğu) psödo-cennet diyebileceğimiz varoluşsal bir konuma düşmekten söz edilebilir.

Son tahlilde Maslow'un bu konudaki bakış açısı, insanın gerçek benliğini kaybettiğinde alçak nirvanaya düşerek nevrotik bir klinik tabloya dönüşeceğini, öz değerlerinden uzak kaldığında ise değer sayrılıklarının (anhedoni, anomie, apati, amoralite gibi) ortaya çıkacağını öngörmektedir diye özetlenebilir.

İnsancıl Psikoloji: İkonunun İnsansızlaşması

Post modern dünya, post-truth çağı, dijital çağ gibi kavramlar etrafında teknolojilerin kültürel dönüşümü ve kişiler arası iletişim boyutunu nasıl etkilediği düşünülürken Maslow'un ikonik diyebileceğimiz ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidi de yeniden ele alınmış ve dijital dünya üstünden yeniden kurgulanmıştır.

İnsan ihtiyaçlarının dijital dünyada farklılaşmasının piramidin üstünden ele alındığı öncül örnekler 2000'li yılların başında rastlanılmaktadır (Salerno, 2011). Dijital ihtiyaçların ilk piramit örneklerinde en alt basamakta arama motoru şirketleri (Google, Yahoo gibi) logoları bulunurken piramidin en üst basamağında 'özgür ansiklopedi' sloganıyla bilinen marka Vikipedi'nin logosu yer almıştı (Salerno, 2011). Christian Salerno (2011) dijital dünyada insanların öncelikli ihtiyacının bilgiye erişim olduğunu bu sebeple piramidin ilk basamağının arama motorları en üst basamağında ise dijital dünyanın bilgi kaynağı olarak tanımlanan Vikipedi'nin yer aldığını, öte yandan sosyal medya araçlarına da (Facebook ve Skype) ilişki kurmak için ihtiyaç duyulacağı vurgulamıştı. Dijital piramitteki ilk örnekler 2000'li yılların başında internetin, cep telefonlarının yaygın kullanımı söz konusu olsa da henüz sosyal medya araçlarının günümüzdeki oranda yaygınlaşmadığını düşündürmektedir.



Şekil 2. Dijital İhtiyaç Hiyerarşisi Piramidi (Auza, 2015)

Bir diğer dijital piramit örneği de 2015'te Oscar Auza tarafından paylaşılmıştır. Önceki örnekten farklı olarak bu piramidin ilk basamağında akıllı mobil telefonların çeşitli ikonları (hava durumu ikonu, sağlık ikonu, saat alarm ikonu gibi) yer alırken piramidin tamamında sosyal medya araçları dışında çok fazla sayıda dijital marka logosunun bulunduğu (Netflix, Uber, Amazon, Airbnb gibi) görülmektedir (Auza, 2015). Bu piramit modelinde hemen hemen gündelik hayatın tamamına yayılan bir dijitalleş-

me olduğu ifade edilebilir. Taksi çağırılmaktan alışveriş yapmaya, nabzınızı takip etmekten konaklama yeri bulmaya kadar pek çok etkinliğin dijitaldeki şirketler üzerinden gerçekleştirildiği ifade edilmiştir. 2015'te paylaşılan bu piramidin dikkate değer bir diğer noktası da kendini gerçekleştirme basamağında sosyal medya araçları (Pinterest) yer almaya başlamıştır (2015, Auza). Bir önceki örnekte bilgiye erişim üstüne kurulan ihtiyaçlar bu örnekte yaşama dair neredeyse tüm ihtiyaçların dijitalde karşılık bulduğunu ortaya koymuştur.

Dijital dünyanın dijital ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidinde literatürde karşımıza çıkan son örnekler geçen yirmi yıllık sürede piramidin değişimini yansıtmaktadır. 2019 yılında paylaşılan bir piramit örneğinde ilk basamak, kişilerin online olabilmesinin öncül gereksinimlerini (cep telefonu ya da bilgisayar, wi-fi bağlantısı ve batarya gibi) en üst basamak ise Youtube, Linked in, Pinterest gibi sosyal ağları kapsamaktadır (Şenkardeş, 2019).



Şekil 3: Maslow 2.0 Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi (Şenkardeş, 2019).

Bu piramitte (Şenkardeş, 2019) kendini gerçekleştirme basamağında Pinterest, Youtube ve Linked in gibi platformların logoları bulunmaktadır. Söz konusu piramide bakıldığında kişilerin ait olma gereksinimi için Whatsapp ve Facebook hesabına, saygınlık ihtiyacını karşılamak için ise Twitter ve Instagram'da var olmaları gerektiği ifade edilmektedir. Bu bağlamda insanın tüm potansiyelini ortaya çıkardığı kendini gerçekleştirme basamağı için Youtube gibi platformlarda kişilerin kendi içeriklerini başkalarıyla paylaşmaları bir yöntem olarak ifade edilmiştir (Keçeci, 2021). Bununla birlikte Farid Mheir'in (2017) paylaştığı bir başka piramit örneğinde ihtiyaçların dijitalizasyonu söz konusu iken bu ihtiyaçlar sosyal medya şirketleri logoları üzerinden değil, internette araştırma yapmak, sağlık alanında dijital görüntüleme tekniklerinin kullanımı, biofeedback araçları, yapay zeka gibi tanımlar üzerinden ifade edilmiştir.

2000'lerin başından itibaren teknolojinin gelişimiyle birlikte günlük eylemlerin pek çoğunda dijital dünya ile temas kurmanın neredeyse bir zorunluluğa dönüştüğü ifade edilebilir. Ne var ki yukarıda paylaşılan piramit örnekleri ele alındığında üzerinde durulması gereken önemli sorulardan biri insani ihtiyaçların karşılanması için tekil bir rota gösterilmesinin (sosyal medya platformlarında var olmak) ne denli doğru olduğu, bir diğeri ise söz konusu dijital piramitlerin bir eğitim materyali olarak kullanımının pedagojik anlamda uygun olup olmadığıdır. Örneğin Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) uzmanları tarafından 17 Şubat 2022 tarihinde Sakarya'da "İnternetin Bilinçli ve Güvenli Kullanımı" başlıkla ortaöğretim velilerine yönelik verilen bir seminerde Şekil-3'teki piramidin kullanıldığı görülmektedir (Güvenli İnternet Merkezi, 2022). Bir başka örnek olan Şenkardeş'in (2019) piramidine göre kişilerin kendini gerçekleştirmek için bir Youtube hesabına ve orada içerik üretmeye ihtiyacı olduğu görülmektedir. Böylesi bir kabulün Maslow'un kavramsallaştırdığı kendini gerçekleştirmeye dair

bakış açısından oldukça uzak olduğu ifade edilebilir. Nitekim Maslow (1969), kendini gerçekleştirme için 'kişinin gizli potansiyelini bütünüyle açığa çıkartıp yapabileceğinin en iyisini yaptığı' basamak olarak tanımlamıştır. Dijital piramit denilen bu yeni formda ise bir kişinin Youtube gibi bir platformda paylaşılan bir içerik üretmesinin 'yapabileceği en iyi şeyi yaptığı' anlamına gelmektedir ki böyle bir rotanın işaret edilmesi özellikle çocuk ve ergenler için riskli durumlar barındırmaktadır. Sosyal medya kullanımının yaygın olduğu çocuk ergen gruplarına 'kendini gerçekleştirmek için Youtube üzerinden görünür olmak yeterli' gibi bir örtük mesaj ile söz konusu kitlenin bilinçli kullanımdan uzaklaşıp klinik açıdan sağlıksız düzeyde internet kullanımının yolu açılabilir. Yalnızca çocuk ergen grubu için değil, yetişkinler için de ihtiyaçların karşılanmasında sosyal medya platformlarında var olmanın bir zorunlulukmuş gibi tanımlanması insan ilişkileri açısından sorun teşkil edebilmektedir. Örneğin Ezgi Pelin Yıldız (2021), akademisyenlerin ihtiyaçlarını karşılamada sosyal medya araçlarının kullanımına dair yaptığı araştırmada paylaşım ve etkileşimin temel özellik olduğu sosyal medya araçlarının kullanımı ile yerellik ve küreselliğin bir arada var olduğu, ekonomik psikolojik ve sosyal sınırların değiştiği yeni bir dijital dünyanın olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda yetişkinlerin de etkileşim kurmak ve kendilerine dair paylaşımında bulunmak için söz konusu platformları kullanımının gerekli görüldüğü vurgulanmıştır. Bu bakış açısı herkesin ancak bu platformlardaki hesaplarına göre kendini gerçekleştirebileceği gibi bir ön kabul yaratmakta ve insan ilişkilerinde gerçek kişilikler yerine avatarlar ve sosyal medya hesaplarının öne çıkmasına neden olmak gibi riskler barındırdığı düşünülmektedir.

Sonuç

İnternet bağlantılı cihazların ve sosyal ağların yaygın kullanımının modern insanı nasıl etkilediğine dair alanyazında pek çok çalışma bulunmaktadır. Söz konusu ikonik piramidin dönüşümünü bulgulayan çalışmalara bakıldığında insan ihtiyacının karşılanma biçimlerindeki dönüşüm ortaya çıkmaktadır denilebilir. 2013'te Dunmore, nitel çalışmada teknolojinin artık temel ihtiyaç listesine alınması gerektiğini ifade etmiş, benzeri biçimde aynı yıl Kremer ve Hammond'ın (2013) farklı yaş grupları ile yaptıkları araştırmanın sonucunda da wi-fi bağlantısının temel ihtiyaçlar arasına girebileceği ifade edilmiştir. Online olamamanın neredeyse nevrotik bir sonuç doğurduğu Koay Ting Yin'in (2019) araştırmasında bulgulanmıştır. Bu araştırmada Yin, mobil telefon yoksunluğu korkusu ('nomophobia' -no mobile phonephobia) mobil telefonun olmamasının kişilerde yarattığı rahatsızlık, gerginlik hissini tanımlamıştır (Yin, 2019). İhtiyaçların karşılanmamasının yarattığı ruhsal gerilimin günümüzde akıllı telefon yokluğunda yaşanan rahatsızlık hissi ile benzeşik olması dikkate değer bir noktadır denilebilir.

Dijital dünyanın kişinin içsel (intrapersonel) düzeydeki etkilerinin (fobik düzeyde gerginlik gibi) yanısıra kişilerarası (interpersonel) boyutu da tamamen dönüştürdüğü ifade edilebilir. Örneğin Jared Bilski (2018) yazısında, sosyal ihtiyaçlar listesine beğeni alma (like alma), retweet edilme, repost edilme ve gönderi paylaşma gibi yeni ihtiyaç isimleri tanımlamış ve yetişkinlerin fotoğraf paylaşarak öz saygı tatmini yaşadıklarını ifade etmiştir. Bu bağlamda sosyalleşme alanının sosyal medya araçlarının sunduğu retweet, like ikonu gibi imkanlar üzerinden yeniden kurulduğu düşünülmektedir. Nitekim günümüzde kişilerin öz değer algılarının işevuruk tanımının sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısı üzerinden belirlendiği görülmektedir. Öyle ki günümüzde bir kişinin ne denli değerli olduğunun ifade edilmesinde sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısının hesaba katılması sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Sosyal medya mecralarında takip edilmek, beğenilmek, paylaşılmak yeni dijital dünya düzeninin sermaye birimine dönüşmüş gibi görünmektedir.

Gerçek kamusal katılımdan geri çekilme, kişide 'öteki'nin diğer bir ifadeyle başka insanların sadece bir araca dönüşmesine zemin hazırlar. Kaya Erdem'in (2010) ifadesiyle, yalıtılma modern insanın dramıdır. Yalıtılma (Maslow'un kavramsallaştırmasıyla kapsüllenmek) ile doğası gereği toplumsal bir varlık olan insanda empati-ötekini görme kapasitesi- zayıflar ve dehumanizasyon savunma meka-

nizması kişinin hayata karşı var olma biçimine dönüşür denilebilir. Öteki ile kurulu dünyayı aracılı ve insansız deneyimleme ilişkisel benlik yapısına sahip yani muhatabın varlığını tanıyan ve onun dönütlerini fark edip kendini yeniden kurgulayan insanın doğasına aykırı bir seyir oluşturabilir. Nitekim insan yavrusu infantil (bebeklik) dönemdeyken bile ayna karşısındaki bir imgeyi (imgenin egodan bağımsız bir öteki olduğunu fark etmese de) takip edip imgeye dönüt verebilme kapasitesine sahiptir. İnfantil dönemden sonra bebeğin zihinsel ve duygusal boyutta büyümesinin ilk alameti olarak temel bakım verenini kendinden ayrı bir varlık olarak tanıması ve onunla etkileşime geçmesidir (Ainsworth, 1989).

Maslow'un yaklaşımında iletişim kurulan öteki, uzak ve temassız değil aksine doğrudan duygu bağı kurulan, karşılıklı bir etkileşime muhatap olan bir konumdur. Benzeri bir bakış açısını Adler de toplumsal ilgi (gemeinschaftsgefuehl) tanımı ile insanlığın tümüne yönelik ilgi ve aidiyet hissi ile karakterize bir bağ üzerinden kavramsallaştırmıştır, bu düzeyde kişiler tüm insanlığı büyük bir aile ve ötekini şefkatle bağlandıkları kardeşler gibi deneyimlemektedir (Schultz ve Schultz, 2004). İletişimde derin özdeşlik denilen bu kardeşliğin deneyimlenmesinin ancak 'aracısızlık' ile mümkün olacağını ifade eden Buber'e (2017) göre 'Tüm araçların parçalandığı yerde karşılaşma (kaynak metinde encounter) vuku bulur'. Bu bakış açısıyla özetlenirse iletişimin en kristalize halinin derin bir özdeşlik duyarak insanlığın tamamıyla birlikteliğin duyumsandığı varoluşsal bir konuma ulaştırması olduğu ifade edilebilir. Sanal öteki ile gerçek ilişki kurulan muhatabın farkı empati, gerçek bir ilgi ve duygusal yatırım yapma kapasitesi üzerinden ele alınabilmektedir (Aydeniz ve Reyhanlıoğlu, 2020).

Özetle, dijital araçlar üzerinden sanal öteki ile kurulan iletişimin kendini gerçekleştirme gibi zirve bir varoluşsal konuma kişileri taşımasının pek mümkün görünmediği ifade edilebilir. Aksine ötekini kaybeden insanın kendilik kurgusunun gelişmesi bir yana gerilemesi –önceki gelişim basamaklarına gerilemesi söz konusu olacaktır. Son söz olarak, insan insanlıkla derin bir özdeşlik kurmadan kendiliğini kurgulayıp gelişemez, böyle bir durumda ruhsal büyüme ketlenirken muhatabın kendisi de yalnızca bir nesneye indirgenir ve en fazla zarar gören, insan haysiyeti olur (dehumanizasyon). Sanal düzeyde temasların kolaylıkla sonlandırılabilmesi keyfiyeti, diğer bir deyişle ilişkiyi sürdürme sorumluluğunun olmayışı kişilerin benlik bütünlüğünü sağlayıp erişkin olabilmek için muhtaç olduğu ötekiyi kaybettirir. Ötekinin kaybı, kendiliğin kaybıdır, zira öteki olmadan kendilik gelişemez, ilişki olmadan insan büyüyemez diye ifade edilebilir.

Kaynakça

- Ainsworth, M. D. (1989). Attachmentsbeyondinfancy, *American Psychologist*, 44 (4). 708-715
- Auza, O. (2015) Qué es la Prámide de Maslow y cómo se aplica al Marketing – Ejemplos, 29 Eylül 2022 tarihinde <https://oscarauza.com/marketing/piramide-de-maslow-marketing/> adresinden erişildi.
- Aydeniz, H. &Reyhanlıoğlu, E. N. (2020). Dijitalleşme ve Gençlerde Kendini İfade Etme: İnsansızlaştırılmış Bir İletişime Doğru, A. Özdiç (Der.), *Türkiye'nin Gençleri İleri Analizler* (ss. 417-453). İstanbul: TGSP Yayınları.
- Bilski, J. (2018). Maslow's Hierarchy of Needs Revisedfor Modern Civilization.
- Buber, M. (2017). Ben ve Sen, İstanbul, Kopernik Yayınları.
- Budak, S. (2003). Psikoloji Sözlüğü, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.
- Çoban, G. S. (2021). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kendini Gerçekleştirme Basamağında Gizil Yetenekler, *European Journal of Educational&Social Sciences*, Vol. 6, 1
- Datrika, VMR., Huggahalli, M.P., David, A. (2022) Refined Model of Maslow's NeedsTheory in Internet Era, *Organizationand Human Capital Development (ORCADEV)*, Vol.1 (1), 1-11
- Dunmore, D. (2013). Has Technology Become a Need? A Qualitative Study Exploring Three Generational Cohorts' Perception of Technology in Regards to Maslow's Hierarchy of Needs, *Capella University*.
- Erdem, B. K. (2010) Siber Sığınak Ağ Toplumunun Yalnızlaşan Bireyinin Kendini İfade Etme Mecraları Ve Biçimleri: Farmville Örneği, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 14. 47-73
- Ghatak, S., Singh, S. (2019). Examining Maslow's Hierarchy Need Theory in the Social. *Güvenli İnternet Merkezi* [@guvenlinet], (2022, 24 Şubat). BTK Uzmanları tarafından, Sakarya İlke Okulları velilerine

- yönelik online olarak İnternetin Bilinçli ve Güvenli Kullanımı Semineri verildi [görsel eklidir],Twitter. <https://twitter.com/guveninet/status/1496801394803761154/photo/1>.
- Media Adoption, FIIB Business Review 8(4) 292–302 . 10.1177/2319714519882830.
- Hoffman, E. (2011) What Was Maslow's View of Peak-Experiences? Abraham Maslow'stake on bliss in everyday life, 15 Eylül 2022 tarihinde <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-peak-experience/201109/what-was-maslows-view-peak-experiences> adresinden erişildi
- Gürçan, T. (2013) Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi: Hayatta Kalmak İçin Nelere İhtiyaç Duyarız?, 15 Eylül 2022 tarihinde <https://evrimagaci.org/maslowun-ihityacler-hiyerarşisi-hayatta-kalmak-icin-nelere-ihityac-duyariz-1644>adresinden erişildi
- Keçeci, B. (2021) Dijital İhtiyaçlar Hiyerarşisi: Maslow 2.0, 29 Eylül 2022 tarihinde <https://blog.youthall.com/dijital-ihityacler-hiyerarşisi-maslow-2-0/> adresinden erişildi
- Kremer, W., &Hammond, C. (2013). Hikikomori: Why Are So Many Japanese Men Refusing To Leave Their Rooms?, BBC News, 5
- Maslow, A. H. (2001). İnsan Olmanın Psikolojisi, İstanbul, Kuraldışı Yayıncılık
- Maslow, A. H. (1994). Religions, Values, and Peak-Experiences, Londra, Penguin (Non-Classics)
- Mheir, F. (2017). The Pyramid of Digital Needs, 29 Eylül 2022 tarihinde <https://www.linkedin.com/pulse/pyramid-digital-needs-farid-mheir> adresinden erişildi.
- Morris, C. G. (2002). Psikolojiyi Anlamak, Ankara, Türk Psikologlar Derneği Yayınları
- Salerno, C. (2011). Quali Sono I Bisogni Dei Tuoi Utenti?, 29 Eylül 2020 tarihinde <https://guadagnocolblog.it/2011/08/quali-sono-i-bisogni-dei-tuoi-utenti/> adresinden erişildi.
- Schultz, D. P., Schultz, S. E. (2004). Modern Psikoloji Tarihi, İstanbul, Kaknüs Yayınevi
- Şenkardes, Ç. G. (2019). Maslow 2.0, 15 Eylül 2022 tarihinde <https://caglagulsenkardes.medium.com/maslow-2-0-e8041ed95339> adresinden erişildi
- Wikipedia, (2022). Maslow teorisi, 15 Eylül 2022 tarihinde http://tr.wikipedia.org/wiki/Maslow_teorisi#/media/Dosya:Maslow'un_ihityacler_piramidi adresinden erişildi.
- Wahba, M., &Bridwell, L. (1976). Maslowreconsidered: A Review Of Research On The Need Hierarchy Theory, Organizational Behaviourand Human Performance, 15(2), 212–240
- Yıldız, E. P. (2021). Academist Perceptions on the Use of Web 2.0 Tools Through Maslow's Needs Hierarchy: A Case Study. Education Quarterly Reviews, 4 (1), 173-188.
- Yin, K. T., Yahaya, A. H., Sangryeol, C., Maakip, I., Voo, P., &Maalip, H. (2019). Smartphone Usage, Smartphone Addiction, İnternet Addiction And Nomophobiaian University Malaysia Sabah (UMS). Southeast Asia Psychology Journal, 7, 2-13.