

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

SOSYOKÜLTÜREL, EKONOMİK VE SİYASİ BOYUTLARIYLA
YENİ MEDYADA MAHREMİYETİN DÖNÜŞÜMÜ: FACEBOOK
ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan:
Sefer KALAMAN

Danışman:
Prof. Dr. Nimet ÖNÜR

İZMİR - 2016

**T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**SOSYOKÜLTÜREL, EKONOMİK VE SİYASİ BOYUTLARIYLA
YENİ MEDYADA MAHREMİYETİN DÖNÜŞÜMÜ: FACEBOOK
ÖRNEĞİ**

DOKTORA TEZİ

**Hazırlayan:
Sefer KALAMAN**

**Danışman:
Prof. Dr. Nimet ÖNÜR
Prof. Dr. Güliz ULUÇ
Prof. Dr. Ahsen ARMAĞAN
Doç. Dr. Serhat BAŞTAN
Yrd. Doç. Dr. Soner YAĞLI**

İZMİR - 2016

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü M¼d¼rl¼g¼'ne sunduğum "Sosyok¼lt¼rel, Ekonomik ve Siyasi Boyutlarıyla Yeni Medyada Mahremiyetin D¼n¼ř¼m¼: Facebook ¼rneęi" adlı doktora tezinin tarafımdan bilimsel ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığını, tezimde yararlandığım kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda g¼sterdięimi onurumla doğrularım.



Sefer KALAMAN



T.C.EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



DOKTORA
TEZ SAVUNMA TUTANAĞI

ÖĞRENCİNİN

Adı Soyadı : Sefer KALAMAN

Numarası : 92120000545

Anabilim Dalı : Radyo-Televizyon ve Sinema

Tez Başlığı (Türkçe) : Sosyokültürel, Ekonomik ve Siyasi Boyutlarıyla Yeni Medyada Mahremiyetin

Dönüşümü: Facebook Örneği

Tez Başlığı (İngilizce) : Socio-Cultural, Economic and Political Aspects of Transformation of Privacy in New Media: Facebook Cases

Tez Savunma Tarihi : 01 Nisan 2016

Tez Başlığı Değişikliği Varsa Yeni Başlık:

JÜRİ ÜYELERİ

Jüri Başkanı

Unvan, Adı, Soyadı : Prof. Dr.Nimet ÖNÜR (Danışman)

Karar : ☒ Başarılı , ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

Jüri Üyesi (Tez İzleme Komitesi Üyesi)

Unvan, Adı, Soyadı : Prof. Dr.Güliz ULUÇ

Karar : ☒ Başarılı ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

Jüri Üyesi (Tez İzleme Komitesi Üyesi)

Unvan, Adı, Soyadı : Yrd. Doç. Dr. Soner YAĞLI

Karar : ☒ Başarılı ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

Jüri Üyesi

Unvan, Adı, Soyadı : Prof. Dr.Ahsen ARMAĞAN (Uşak Üniversitesi-İletişim Fakültesi)

Karar : ☒ Başarılı ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

Jüri Üyesi

Unvan, Adı, Soyadı : Doç.Dr.Serhat Baştan (Celal Bayar Üniversitesi-İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi)

Karar : ☒ Başarılı ☐ Başarısız ☐ Düzeltme

İmza :

TEZ HAKKINDA JÜRİNİN GENEL GÖRÜŞÜ

(Jüri Başkanı Tarafından Doldurulacaktır)

Tez savunması sonucunda öğrenci tarafından hazırlanan çalışma;

Oybirliğiyle

Oy çokluğuyla

☒
☐

Başarılıdır

Düzeltilmelidir

Başarısızdır

- Bu tutanak üç (3) işgünü içerisinde jüri üyelerinin raporlarıyla beraber Anabilim Dalı Başkanlığı üst yazısıyla Enstitü Müdürlüğüne gönderilmelidir.
- Doktora programlarında düzeltme alan öğrencinin 6 (altı) ay içerisinde yeniden savunmaya girmesi zorunludur.

ÖNSÖZ

Günümüzde toplumsal dinamikler bilgi ve iletişim teknolojileri altyapısı üzerinde ilerleyen bir mahiyete bürünmüştür. Bunun sonucu olarak bireylerin birçok yaşam aktivitesi ve sahip olduğu birçok değer dönüşmeye ya da yok olmaya başlamıştır. Çalışmada, yeni medyanın gündelik yaşamın birçok aktivitesinde yer alması ve teknolojinin özgürleştirici algısıyla bireylerin mahremiyet algısındaki değişimi ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Tezimin oluşum sürecinde engin bilgisiyle her daim yoluma ışık tutan, tezle ilgili tüm sorularıma ve sorunlarıma benimle birlikte sıkılmadan çözüm arayan, bilim insanı olarak kendime örnek aldığım kıymetli hocam Prof. Dr. Nimet Önür'e, bugüne dek hep yanımda olan aileme, hiçbir zaman desteğini benden esirgemeyen müstakbel eşim Gonca Mine Örnek'e ve tez çalışmasının farklı safhalarında emeği geçen değerli hocalarıma, dostlarıma ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	i
TABLolar.....	ii
ŞEKİL VE GRAFİKLER.....	iii
GİRİŞ.....	1

I. BÖLÜM - YENİ MEDYA, YENİ İLETİŞİM ORTAMLARI VE YENİ TOPLUMSALLIKLAR

1. Yeni Medya	11
1.1. Yeni Medya Kavramı	11
1.2. Yeni Toplumsal Uzamlarda Enformasyonel Etkileşimler	14
2. Küresel Ölçekte Sosyal Paylaşım Ağları.....	21
3. Facebook.....	24
4. Yeni Medya Ağlarında Dijimodernizm	28
4.1. Dijital Kültür ve Dijital Yerliler	32
4.2. Sahte Kimlik ve Sahte Gerçeklik (Pseudo-İdentity and Pseudo-Reality)	36

II. BÖLÜM - GÖZETİM

1. Gözetim	43
2. Toplumsal Değişme Sürecinde Gözetim Stratejileri	45
2.1. Geleneksel Dönemde ve Modern Dönemde Gözetim	47
2.2. Postmodern ve Dijimodern Dönemde Gözetim.....	49
3. Gözetim Toplumu.....	54
3.1. İktidarın Gözü: Panoptikon	57
3.2. Modern Gözetim Synoptikon ve Küresel Veri Ağı Süper-Panoptikon	63
3.3. Omnipotikon	67
4. Gözetimin İki Yüzü	69
5. Yeni İletişim Teknolojilerine Dayalı Kontrol Devleti.....	72
6. Gözetimin Ticari Boyutu	76
7. Gönüllülük İllüzyonu	80

III. BÖLÜM - MAHREMİYET VE MAHREMİYETİN SINIRLARI

1. Mahremiyet Kavramı.....	83
----------------------------	----

2. Mahremiyet Stratejilerinde Yapısal Değişim ve Dönüşümler	85
3. Mahremiyete İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar	92
4. Mahremiyetin Dönüşümü	97
4.1. Yeni İletişim Teknolojileri ve Mahremiyetin Alenileştirilmesi	102
4.2. Mahremiyet Ekonomisi	105
4.3. İdealize Edilmiş Kimliklerin Mahremiyet Algısı	108
4.4. Mahremiyetin Gönüllü İfşası	110
4.5. Narsistik Benlik Sunumu	114
5. Devlet Güvenliği ve Mahremiyetin Hukuksal Boyutları	117
IV. BÖLÜM - VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ	121
1. Araştırmanın Metodolojisi	121
1.1. Araştırmanın Amacı	121
1.2. Araştırmanın Yöntemi	123
1.3. Araştırmanın Önemi	124
1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	124
1.5. Güvenilirlik ve Geçerlilik	127
1.5.1. Güvenilirlik	127
1.5.2. Geçerlilik	128
1.6. Araştırmanın Analizi	128
2. Bulgular	129
2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	129
2.2. Katılımcıların İnternet ve Facebook Kullanım Örüntüleri	132
2.3. Facebook'ta Özel Alanın Sınırları	135
2.4. Facebook'ta Kişisel Bilgilerin İfşası Sürecinde, Gözetimin ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı	136
2.4.1. Facebook ve Mahremiyetin İfşası	136
2.4.2. Facebook ve Gözetimin Farkındalığı	137
2.4.3. Facebook ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı	138
2.4.4. Facebook ve Mahremiyetin İfşası, Gözetim ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı	139
2.5. Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook'ta Gizlilik	139

2.6. Yaşı ve Cinsiyete Göre İnternet ve Facebook Kullanımı	141
2.7. Yaşı ve Cinsiyete Göre Facebook'ta Kişisel Bilgilerin İfşası Sürecinde, Gözetimin ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı	145
2.8. Gruplandırılmış Temel Faktörler.....	155
2.9. Yaşanılan Yer, Yaş ve Cinsiyet Gruplarına Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi	158
2.9.1. Cinsiyete Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi	158
2.9.2. Yaşı göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi	159
2.9.3. Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi.....	160
2.10. Eğitim, Çalışma ve Bölge Gruplarına Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi	161
2.10.1. Eğitime Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi	161
2.10.2. Çalışma Durumuna Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi	162
2.10.3. Bölgelere Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi ...	163
2.11. Önemlilik Düzeyine Göre Mahremiyet Eğilimleri	163
3. Tartışma ve Yorum	165
SONUÇ	189
KAYNAKÇA.....	197
ÖZGEÇMİŞ	217
AKADEMİK ÇALIŞMALAR.....	218
ÖZET	220
ABSTRACT	221
EKLER	223

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BBS	: Bulletin Board System (Mesaj Panosu Sistemi)
BM	: Birleşmiş Milletler
CART	: Classification And Regression Tree (Sınıflandırma ve Regresyon Ağacı)
CASR	: Centre for the Advancement of Social Sciences Research (Sosyal Bilimler Araştırma Geliştirme Merkezi)
CEO	: Chief Executive Officer (Baş Yönetici)
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
ENIAC	: Electronic Numerical Integrator And Computer (Elektronik Sayısal Entegreli Hesaplayıcı)
FIP	: Fair Information Practice (Adil Enformasyon Pratiği)
GCHQ	: Government Communications Headquarters (Hükümet İletişim Merkezi)
GPS	: Global Positioning System (Küresel Konumlama Sistemi)
ICAO	: International Civil Aviation Organization (Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü)
ID	: Identification Number (Kimlik Numarası)
IMSI	: International Mobile Subscriber Identity (Uluslararası Mobil Abone Kimliği)
IP	: Internet Protocol (İnternet Protokolü)
İBBS	: İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
MRP	: Machine Readable Passport (Makine Tarafından Okunabilir Pasaport)
NSA	: National Security Agency (Ulusal Güvenlik Ajansı)
RTÜK	: Radyo Televizyon Üst Kurulu
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi)
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

TABLÖLAR

Tablo 1: Geleneksel Medya ve Yeni Medyanın Özellikleri	20
Tablo 2: Türkiye’de İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması’na (İBBS) Göre Sınıflandırılmış Bölgeler	125
Tablo 3: Türkiye’deki 26 Altbölgenin 15 yaş ve Üzeri Nüfus İstatistiği	126
Tablo 4: Cronbach’s Alpha Güvenilirlik Analizi (Pilot Çalışma)	128
Tablo 5: Cronbach’s Alpha Güvenilirlik Analizi	128
Tablo 6: Bölgelere Göre Türkiye Nüfusu, Katılımcıların Bölgelere Göre Dağılımı	129
Tablo 7: Katılımcıların Demografik Özellikleri	130
Tablo 8: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler	131
Tablo 9: Grupların Çalışma Durumu	131
Tablo 10: Eğitim Durumu Dağılımı	132
Tablo 11: İnternet Kullanım Sıklığı	132
Tablo 12: İnternete Cep Telefonundan Bağlanma	132
Tablo 13: İnternet Kullanım Amacı	133
Tablo 14: Sosyal Paylaşım Ağı Kullanımı	133
Tablo 15: Haftalık Facebook Kullanımı	133
Tablo 16: Günlük Facebook Kullanımı	134
Tablo 17: Facebook Kullanım Amacı	134
Tablo 18: Facebook’taki Arkadaş Sayısı	134
Tablo 19: Profil Bilgilerinin Paylaşımı	135
Tablo 20: Kullanım Şartları ve Gizlilik Politikası	135
Tablo 21: Gizlilik Ayarları Düzenlemeleri	135
Tablo 22: Reklam Ayarları Kısıtlamaları	136
Tablo 23: Zaman Tünelinin Paylaşımına Açılması	136
Tablo 24: Kişisel Mahremiyetin Sınırları	137
Tablo 25: Facebook’ta Gözetimin Farkındalığı	138

Tablo 26: Facebook'ta Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı	139
Tablo 27: Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook'ta Gizlilik Uygulamaları	140
Tablo 28: Yaşa Göre Cep Telefonundan İnternet Kullanımı	141
Tablo 29: Yaşa ve Cinsiyete Göre İnternet Kullanım Amacı	142
Tablo 30: Yaşa ve Cinsiyete Göre Sosyal Paylaşım Ağı Kullanımı	142
Tablo 31: Yaşa ve Cinsiyete Göre Haftalık Facebook Kullanımı	143
Tablo 32: Cinsiyete Göre Günlük Facebook Kullanımı	143
Tablo 33: Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook Kullanım Amacı	144
Tablo 34: Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook'taki Arkadaş Sayısı	145
Tablo 35: Yaşa ve Cinsiyete Göre Kişisel Bilgi Paylaşımı	145
Tablo 36: Yaşa Göre Mahrem Yazı Paylaşımı	146
Tablo 37: Yaşa ve Cinsiyete Göre Yeni İnsanlarla Arkadaş Olma	146
Tablo 38: Yaşa ve Cinsiyete Göre Denizde ya da Havuzda Fotoğraf Paylaşımı	147
Tablo 39: Yaşa ve Cinsiyete Göre Evde Fotoğraf Paylaşımı	148
Tablo 40: Yaşa ve Cinsiyete Göre Önemli Anların Paylaşımı	148
Tablo 41: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Kişisel Bilgilere İlişkin Tutumları	149
Tablo 42: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Gizlilik Ayarları Yapılınca Gözetlenilmeye İlişkin Tutumları	150
Tablo 43: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Kanuna Uyulunca Gözetlenilmeye İlişkin Tutumları	150
Tablo 44: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Bilgilerin Depolanmasına İlişkin Tutumları	151
Tablo 45: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Ticari Şirketlerin Kişisel Bilgilere Ulaşamayacağına İlişkin Tutumları	152
Tablo 46: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Facebook'un Güvenliğine İlişkin Tutumları	152
Tablo 47: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Gizlilik Ayarlarının Kişisel Bilgileri Koruduğuna İlişkin Tutumları	153

Tablo 48: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Kişisel Verilerin Korunacağına İlişkin Tutumları	154
Tablo 49: Katılımcıların Yaşlarına Göre Facebook'un Mahremiyete Tehdit Oluşturmadığına İlişkin Tutumları	154
Tablo 50: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Facebook'un Kişisel Bilgileri Koruduğuna İlişkin Tutumları	155
Tablo 51: KMO Testi ve Bartlett Testi.....	156
Tablo 52: Toplam Varyans Açıklaması	156
Tablo 53: Gruplandırılmış Temel Faktörler	157
Tablo 54: One-sample Kolmogorov Smirnov Testi (Normallik Analizi)	158
Tablo 55: Mahremiyet Eğilimlerinin Cinsiyete Göre Grupsal Karşılaştırılması	158
Tablo 56: Cinsiyete Göre Mahremiyet Ortalamaları	159
Tablo 57: Mahremiyet Eğilimlerinin Yaşa Göre Grupsal Karşılaştırılması	159
Tablo 58: Yaşa Göre Mahremiyet Ortalamaları	160
Tablo 59: Mahremiyet Eğilimlerinin Yaşanılan Yere Göre Grupsal Karşılaştırılması	160
Tablo 60: Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Ortalamaları	161
Tablo 61: Eğitime Göre Mahremiyet Ortalamaları	162
Tablo 62: Çalışma Durumuna Göre Mahremiyet Ortalamaları	162
Tablo 63: Bölgelere Göre Mahremiyet Ortalamaları	163

ŞEKİL VE GRAFİKLER

Şekil 1: Dijimodernizm	32
Grafik 1: Bentham'ın Panoptikonunun Diyagramı	58
Grafik 2: CART Analizi	164



GİRİŞ

Mahremiyet, gerek insanlar gerek kanun koyucular gerekse de araştırmacı, akademisyen ve kuramcılar tarafından çoğunlukla modern dönemle birlikte kullanılmaya başlanmış bir kavram olsa da, özel hayat temel alındığında geçmişi eski çağlara kadar uzanan bir mahiyete sahip olmaktadır.

Eski çağlarda hem Yunanlılar hem de Çinliler, public (kamu) ve private (özel) kavramlarını birbirinden ayırarak kullanmışlardır. Günümüzde bu kavram, moderniteyle birlikte yeniden şekil kazanmış ve kamunun karşıt anlamı içeriğinde kabul görmüştür.

Mahremiyet hakkında literatürdeki çalışmalar dikkate alındığında, birçok kuramsal ve uygulama çalışmasında farklı tanımlamalar getirildiği görülmektedir. Bunların içinde Alan Westin ve Irwin Altman'ın çalışmaları önemlidir. 1967 yılında Westin'in, 1975 yılında ise Altman'ın çalışmaları, mahremiyete ilişkin kuramların oluşmasına zemin oluşturmuştur. Daha sonraki dönemlerde yoğun şekilde ele alınan mahremiyet, hukuk, sosyoloji, psikoloji ve siyaset bilimlerinin inceleme konusu olmuştur. Bu dönemlerden itibaren hızla gelişen bilgisayar ve internet teknolojisi, zaten karmaşık ve soyut bir içeriğe sahip olan mahremiyet kavramının daha da girift bir yapıya bürünmesine neden olmuştur.

Zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldıran yahut şekil değiştirmesini sağlayan internet, mahremiyetin sınırlarını da değiştirmiştir. Bu yeni teknolojiyle birlikte mahremiyetin korunması ve sınırlarının tayini her zamankinden daha güç bir hal almıştır. Bilgi teknolojilerinin insan hayatına girmesinden önce bireyin mahremiyeti diğer bireyler, devlet ya da ticari şirketler tarafından zaten farklı yollarla ihlal edilebilmekteyse de, internetin insan hayatına dahil olmasıyla beraber söz konusu mahremiyet ihlalleri hem nitelik hem de nicelik bakımından çok daha farklı boyutlara ulaşmıştır.

İnternet teknolojisinin yarattığı yeni medya ortamında, mahremiyet alanlarının çok sayıda ihlale maruz kaldığı görülmektedir. Alışverişin, bankacılık işlemlerinin, toplumsal ilişkilerin, interaktif iletişimin vb. dijitalleşmesi, bu alanlarda hem bireyin hareketliliğini hızlandırmakta, hem de özel ve kamusal alanın sınırlarını

aşındırmaktadır. Teknolojinin yarattığı bu yeni olanaklar zaman ve mekan mefhumunu ortadan kaldırmıştır. Dünyayı küçük bir bilgisayar ekranına ya da telefona sığdıran bu sanal ortam, yarattığı sınırsız bir özgürlük illüzyonu ile bireyin kendisine dair ne varsa hiç sorgulamadan sanal ortama aktarmasını normalleştirmiş ve onu bu ortamın öznesi haline getirmiştir. Birey ise, ev adresini, telefonunu, ailesini, kimlik bilgilerini, kimi zaman en mahrem anılarını, evinin içini hatta yatak odasını dahi bu sanal ortamda hem diğer bireylerin hem de devlet ve ticari şirketlerin gözetimine açmıştır.

İnternet yöneticilerinin çeşitli sanal ortamlar üzerinden sundukları farklı toplumsallıklara hızlı erişim, giriş çıkışlar, eğlence olanakları vb. koşulsuzca bireyin mahrem alanını taciz etmektedir. Bu sanal ortamların üyesi olarak sanal hareketliliği fiziksel hareketlilikle birleştirebilmek, “bir ağa kaydolma” için özel kimlik bilgilerinin paylaşılması önkoşulunu getirmektedir. Bireyin dijitalleşmiş gündelik yaşamı içinde oluşan karma hareketlilik arzusu, zorunlu olarak özel alanını açma nedeniyle kimlik bilgilerinin paylaşımındaki bireysel sınırları silikleştirmektedir. Ancak öyle ki giderek gündelik yaşamın her alanına bu sanal uzamların eklenmesiyle oluşan topoğrafya, bireyin özel alanını kamuya açmaktadır. Çünkü dünya çapında gelişen üretim, tüketim ve dağıtım gündelik yaşamı küreselin yörüngesine taşımaktadır. Bu nedenle küresel kaynaklı network hizmetleri içinde insanlar webin egemen ideolojisiyle bütünleşmektedir. Kullanıcıların web olanaklarını yaşadıkları dünya ile fonksiyonel olarak bağlantılandırma süreci, doğal olarak bireyleri webin vizyonu ile buluşturmaktadır. Bu yeni vizyonda özel bilgiler bireysel farklılıkların heterojenliğin bir eğilim olarak belirginleşmesi içinde, kamuya açılmış olmaktadır. Çünkü yeni medya olanaklarıyla çok daha fazla sosyal paylaşımların olması genişletilmiş bir bağlantı uzamı olarak sosyal medyayı önemli kılmaktadır. Yeni mobil teknolojilerin de gelişmesiyle çoklu medya fonksiyonlarının aynı cihaz içinde yer almasının yarattığı yakınsamaların paylaşımlara getirdiği zenginlik ve çeşitlilik, kamusal ve özel alanların sınırlarını bulanık hale getirmiştir. Sosyal medyada bağlantıları geliştirme sürecindeki paylaşımlar, davetler, eklemeler, duvara yazmalar vb. karşılıklı iletişim açıklığı özel alanı herkese açık hale getirmektedir. Bu uzamlarda gösterilen hareketlilik içinde sosyal

sitelerin olanaklarından yararlanabilmenin ön gereği olan üyelik durumu zorunluluğu, kimlik bilgilerini paylaşımını normalleştirmektedir.

İnsanların sahip oldukları mahremiyet hakkının ihlal edilmesi ya da ihlale zemin hazırlanması ya da teşhir edilmesi, bu teknolojilerin çeşitli şifreleme yöntemleriyle korunma güveni tahsis ettiği imajına da dayanmaktadır. E-devlet uygulamalarından çeşitli firmaların, bankaların vb. şifre kullanmaları üzerinden yeni mahremiyet alanları da yaratılmıştır. Hiper ya da çözilemeyen şifreler hem yeni dijital özgürlükler tahsis etmekte hem de bireysel özgürlüklerle kamusal yararları yan yana koymaktadır.

Yeni medyanın insanların hayatına girmesiyle birlikte, mahrem olmasından dolayı daha önce asla paylaşamayacağı özel alan bilgilerini paylaşır hale gelmişlerdir. Birçok kişi, önceki dönemlerde “sır” olarak değerlendirilebilecek özel bilgileri hükümetten, özel kişilere kadar kolayca paylaşılır hale gelmiştir. Özel alana ait bilgilere kolayca erişilebildiği için bu alanın herkese açık hale gelmesi kolaylaşmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde, postmodern dönem ya da Alan Kirby’nin savıyla dijimodern dönem olarak adlandırılan bu çağın hakim medyası olan yeni medya ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Kimi araştırmacılar tarafından geleneksel medya ile karşıt kavram çiftleri olarak değerlendirilen yeni medya, aslı itibarıyla küreselleşmenin hız kazanmasına ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak insanoğlunun hayatına giren bilgisayar ve internet aracılığıyla geleneksel medyadan evrilerek şu anki haline kavuşmuştur.

60’lı yıllarda doğup çok kısa sürede gelişen ve artık milyarlarca insan tarafından kullanılan bu medya organı, adına eski ya da geleneksel adı verilen medyayı büyük bir dönüşüme uğratmış toplumun yapısında da köklü değişimler yaratmıştır. Yeni medya yeni kültürü, yeni insan da yeni toplum yapısını oluşturmuştur.

Forumlar, bloglar, haber siteleri, online medya yayınları (radyo ve televizyon yayınları), internet gazeteciliği, sinema ve sosyal paylaşım ağları gibi birçok sanal ortamı bünyesinde barındıran yeni medya, pasif konumdaki alıcı kitleyi (izleyici/dinleyici) iletişim sürecine doğrudan katarak onları etken duruma getirmiş ve

içeriği üretebilme ve yapılan yayınlara geridönüşte bulunabilme imkanına kavuşturmuştur.

Yeni medyanın, en bilinen ve en çok kullanılan platformu olan sosyal paylaşım ağları ise, bireyin sözü geçen iletişime doğrudan katılması ve etkin bir rol oynayıp içeriği üretmesi noktasında diğer dijital ortamlara nazaran çok daha etkili olmuştur. Bunun yanında bu ağlarda arzuladığı sosyal ilişkiyi kurabilme imkanını da bulan birey, bu sanal ortamın çok kısa zamanda devasa sayıda kullanıcıya ulaşmasına önayak olmuştur.

Bununla birlikte sanal ortama olan adaptasyon her geçen gün daha da hızlanmış ve dahi kolaylaşmıştır. Toplumu çepeçevre saran bu dijitalleşme, kendi neslini üretmiş ve adına dijimodern denilen bu dönemde doğan nesli tamamıyla kendisine bağlamıştır. Türkiye çerçevesinden bakıldığında 90'lı yıllar ve sonrasında, dünyada ise 80'li yılların ortasına doğru ve bu dönemden sonra doğan nesil, dijital dönemin öz evlatları olmaktadır ve onlar “dijital yerliler” olarak adlandırılmaktadır.

Bu dijital yerliler, dijimodern dönemin kendine has olan bütün özelliklerini doğuştan itibaren öğrenmeye ve benimsemeye başlamıştır. Dijitalleşmeyi yakından takip eden ve hayatlarını bu çerçevede şekillendiren dijital yerliler, dijimodern dönemden önce doğan nesillerden ayrılarak kendi dillerini ve kendi kültürlerini yaratmıştır. Fakat yaratılan bu dil ve yaşanan kültür, bireyin en önemli varlıklarından biri olarak kabul edilen mahremiyetin alenileşmesi sonucunu doğurmuştur. Dijitalleşip sosyalleşme arzusu ile hayatının her noktasını bu sanal ortama adapte eden ve kendisine dair ne varsa yine bu ortamda paylaşan birey, mahremiyetini diğer kullanıcıların ve daha önemlisi ticari şirketlerin ve devletin önüne serip onların gözetimine bırakmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise, yeni gözetim ve yeni iletişim teknolojileri ile insanların nasıl ve ne ölçüde gözetlendiğine ayrıca gerçekleştirilen bu gözetimin ne gibi sonuçlar doğuracağına yer verilmiştir. Bireyin bireyi gözetlemesinden ziyade ticari şirketlerin ve devletin, bireyi ve toplumu gözetlemesinin konu edildiği bu bölümde, öncelikle gözetim kavramı ayrıntılı şekilde incelenmiş, gözetimin tarihsel süreçte

geçirdiği dönüşüm ele alındıktan sonra da günümüz toplumunda artık nasıl bir vaziyete büründüğü açıklanmaya çalışılmıştır.

Günümüz toplum yapısı son yüz yıl içerisindeki teknolojik gelişmelerle beraber yapısal bir dönüşüme uğrayarak, adına “Gözetim Toplumu” dediğimiz toplum yapısına evrilmiştir. Tarih içerisinde her daim iktidara sahip olanlar yönettikleri insanları denetim altına alabilmek ve yaptıkları her hareketi gözetleyebilmek için çok farklı tekniklere başvurmuştur. Önceleri bugüne nazaran çok ilkel teknikler kullanılarak yapılan ve toplumun genelini kontrol etmekten ya da gözetlemekten ziyade sadece iktidara tehdit oluşturduğu düşünülen kişilere uygulanan gözetim faaliyetleri, teknolojik imkanlar sayesinde zaman içinde çok daha etkili ve çok daha kapsayıcı bir hale bürünmüştür.

Gözetim toplumu olarak adlandırılan toplum yapısı birçok evreden geçerek bugünkü haline ulaşmış, bu evreleri ise birçok araştırmacı, akademisyen ve kuramcı farklı yaklaşımlar ile ele alıp açıklamaya çalışmıştır. Bu yaklaşımlar içinde günümüz toplum yapısını ifade etme noktasında en çok bilinen ve en başarılı olan Panoptikon, Synoptikon, Süper Panoptikon ve Omniptikon kavramları, gözetim toplumunu ya da gözetim toplumuna evrilme sürecinde oluşan toplum yapısını açıklamada önemli bir işleve sahip olmaktadır.

İngiliz toplum kuramcısı Jeremy Bentham’ın tasarlamış olduğu hapisane prototipi olan Panoptikon’u, Michel Foucault metaforik olarak kullanarak toplumun gözetlenmesi için oluşturulmuş olunan disipliner yapıyı açıklamaya çalışmıştır. Dolgun’un (2008: 105) açıklamasıyla Foucault’ya göre Panoptikon, mimari bir yapıyı ifade etmekten öte, bir sistemin mantığını ve toplumsal denetime yönelik işleyiş mekanizmalarını ortaya koymaktadır. Bu, iç dinamikleri ile tüm toplumu dönüştüren ve bireyleri sürekli gözetim altında tutan disipliner bir mekanizma olmaktadır. Foucault, gözetim toplumuna evrilmedeki ilk halka olan panoptik toplumu, ıslah temelli olarak kişisel ve sürekli bir gözetime dayanan, denetim/cezalandırma ve ödüllendirme gibi mekanizmalar yoluyla bireylerin belli kurallara göre dönüştürülmesini hedefleyen ve direkt bireyler üzerine uygulanan bir iktidar biçimi olarak tanımlamaktadır.

Thomas Mathiesen'in ortaya attığı "Synoptikon" ve Mark Poster'ın literatüre kazandırdığı kavram olan "Süper Panoptikon"da ise, teknolojik gelişme paralelinde toplumun gözetlenme tarzında bir dönüşümün meydana geldiği savunulmaktadır. Panoptikon'da azınlık çoğunluğu gözetim altına alırken Synoptikon'da çoğunluk azınlığı gözetim altına almaktadır. Synoptikon, özellikle televizyon aracılığıyla toplumun kendisini ekranda yer alan siyasetçilerin, ünlülerin ya da doğru tabirle seçilmişlerin söylemlerine göre şekillendirmesi ve disipline etmesi anlamına gelmektedir.

Panoptikon'un dijital ortama adapte edilmiş hali olan Süper Panoptikon'da ise, insanlar, gözetlendiklerinin farkında olmadan günlük rutin hayatlarında kredi kartıyla alışveriş yaparken, internette sosyal ağa kayıt olurken, bir formu doldururken ya da bir çekilişe katılmak için internetten başvuru yaparken kimlik bilgilerini, parmak izini, ev adresini, telefon numarasını, ilişkisini ve kendine ait daha birçok bilgiyi kendilerini yönetenlerin ellerine kendi istekleriyle vermektedir. İnsanların vermiş oldukları bu bilgiler devasa dijital veri tabanlarında kayıt altına alınmakta ve kişilerin gözetlenmesi/takip edilmesi yine bu dijital araçlarla yapılmaktadır.

Jeffrey Rosen'in ortaya attığı ve 21. yüzyılın kavramı olan Omniptikon'da da internet ve gelişen gözetim teknolojileri aracılığıyla herkesin herkesi izlediği bir ortam söz konusu olmaktadır. Günümüz toplumunu (gözetim toplumu) açıklamada en yeni ve belki de en yerinde kavram olan Omniptikon, kimin kimi izlediğinin tam olarak asla kontrol edilemeyeceği bir durumu ifade etmektedir. Azınlık çoğunluğu, çoğunluk azınlığı, anne çocuğunun bakıcısını, patron işçilerini, halk siyasetçileri, siyasetçiler diğer insanları kısacası herkes herkesi zaman ve mekan mefhumları olmadan her koşulda gözetleyebilmektedir.

Bireyin bireyi gözetlemesinin yanı sıra devletin ve ticari şirketlerin çağımızın teknolojisi olan internet aracılığıyla onların rızası ve isteği olmadan gözetlemesinin bir hak ihlali olduğu ve mahremiyet başta olmak üzere bireyi birçok açıdan zarara uğrattığı aşikar olmaktadır.

İnsan mahremiyet hakkının incelendiği üçüncü bölümde de, mahremiyet kavramı, mahremiyet hakkı ve bu hakkın tarihsel süreçte geçirdiği gelişim, mahremiyete ilişkin oluşturulan kuramsal yaklaşımlar, mahremiyetin yaşamış olduğu dönüşüm, internet teknolojileri ile mahremiyetin alenileştirilmesi, bireyin mahrem algısı ve mahremiyetlerini kendi rızalarıyla başkalarının gözleri önüne sermeleri gibi konular ele alınmıştır. Moderniteyle birlikte adından sıkça söz ettiren mahremiyet hakkı, farklı devletlerde farklı yasalarla koruma altına alınmış ve mahremiyetin insanın temel haklarından biri olduğu ve birkaç özel durum haricinde kişi istemedikçe kimsenin bu alanı ihlal edemeyeceği düşüncesi genel kabul görmüştür. Mahremiyet hem kanun koyucular tarafından hem de yazar, araştırmacı ve kuramcılar tarafından tanımlanmaya çalışılmıştır. Fakat sosyoloji, psikoloji, hukuk, siyaset bilimi ve mimari gibi birçok disiplin ile ilişkili olan mahremiyet, çok yönlü ve karmaşık yapıya sahip soyut bir kavram olmaktadır. Bu nedenle tam anlamıyla mahremiyetin ne olduğunu ifade etmek mümkün görünmemektedir.

Mahremiyet, bireyin kendisi hakkındaki bilgileri başkalarına açıklama noktasında istekli olup olmaması ve başkalarının müdahalelerinden uzak kalma hakkı olarak ifade edilmektedir (Dijk, 2006: 112). Mahrem alan ya da özel alan kişinin kamusal alandan uzak kalarak gerçekleştirmiş olduğu eylemlerin meydana geldiği alanı ifade etmektedir. Birey, mahrem alanında gerçekleşen olayları ya da kendisine ait olan mahrem bilgileri sadece kendi istediği kişilerin bilmesini istemektedir. Ancak gelişen internet teknolojisi ile bireyin mahremiyeti çok farklı şekillerde ve çok fazla sayıda ihlal edilmektedir.

Özellikle yeni medya ortamında bireylerin özgürce zaman geçirdiği, bilgilendiği, sosyalleştiği veya alış veriş yaptığı düşüncesi bir illüzyondan ibaret olmaktadır. Öyle ki, bu dijital ortamda bireyin yüklediği her bilgi, girdiği her site, yazdığı her yazı ve aradığı her şey bilinmekte ve devasa veri tabanlarında kayıt altına alınmaktadır. Bugün artık insanlar hakkında şimdiye dek hiç olmadığı kadar çok bilgi, hem devlet hem de ticari şirketler tarafından bilinmektedir.

Çağın medyası olan yeni medyada gerçekleşen bu eylemler bireyi geri dönüşü olmayacak zararlara maruz bırakabilmektedir. Gerek devlet, gerek ticari (reklam) şirketler, gerekse de sosyal paylaşım ağlarının, kullanıcıların bilgilerini onların izni ve bilgisi olmadan ele geçirip depolamaları ayrıca bu bilgileri birbirlerine çıkarları doğrultusunda vermeleri/satmaları alenen mahremiyet hakkının ihlalini doğurmaktadır. Tıpkı Süper Panoptikon’da olduğu gibi bu sanal ortamda özgür olduğunu ve bu ortamlarda kendisine karşı bir hak ihlalinin yapılmadığını düşünen ya da farkında dahi olmayan birey, özel bilgilerini dijital ortamda paylaşmaktadır. Gündelik yaşamın olumsuzluklarının yarattığı duygusal boşlukların doldurulmasına/giderilebilmesine hizmet eden narsistik eğilimler, çoğu zaman kendini abartılı temsil eden paylaşımlarla seyretmektedir. Bireyler sanal ortamda iletişim kurmanın önkoşulu olarak üyelik kendisinden istenmese bile mahrem bilgileri, fotoğrafları ya da videoları herkesin gözetimine sunmaktadır.

Çalışmanın Amacı:

Çalışma, yeni medyanın en önemli ortamlarından biri olan Facebook’un insanların mahremiyet anlayışlarında bir dönüşümün yaşanmasında sürecin nasıl etkili olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için çalışma sırasında cevabı aranan soruları ise şöyle sıralamak mümkündür:

- ☐ Katılımcıların gündelik yaşamında Facebook’un yeri.
- ☐ Katılımcıların Facebook’ta kendi özel alanları ile ilgili paylaşımları ve paylaşım düzeyleri.
- ☐ Facebook ortamında katılımcıların gözetlenme farkındalığı.
- ☐ Facebook’un mahremiyet ihlaline sebep olduğunun farkındalığı.
- ☐ Katılımcıların Facebook’taki mahremiyeti dikkate alma düzeyi.
- ☐ Facebook’un, katılımcıların gündelik yaşamındaki yeri.
- ☐ Katılımcıların Facebook’ta geçirdiği zaman süresi/ Facebook tüketim düzeyi.

Çalışmanın Hipotezi:

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gündelik yaşamımızda giderek artan kullanımı ile sanal ortamın bireysel ve toplumsal boyutları iç içe geçmektedir. Facebook sanal

ortamı bunların içinde yaygın kullanım sıklığıyla öne çıkmakta, adeta gündelik yaşamın yüz yüze ilişkilerinde fonksiyonel bir özellik göstermektedir. Bireylerin Facebook üzerinde mahremiyet algıları temelinde biçimlendirdikleri kimlik temsilleri, hareketlilikleri ve çeşitli sosyal paylaşımları sosyoekonomik ve kültürel özellikleri temelinde çeşitlenmektedir. Bu bağlamda Facebook, bireylerin mahremiyetinin değişim ve dönüşümünde etkili olan önemli bir sanal etkileşim ortamıdır.

Çalışmanın Önemi: Sosyokültürel, ekonomik ve siyasi boyutlarıyla

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin insan hayatının önemli alanlarından biri olan mahremiyeti farklı şekillerde tehdit ettiği ve ihlal ettiği görülmektedir. Her dönemde insanın sosyal varlığının ve bütünlüğünün yapı taşlarından biri olması nedeniyle, mahremiyetin insan hayatında önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Bireyi öne çıkaran modernite ile birlikte kamusal ve özel alanın birbirinden ayrılması gerekli olmuştur. Ancak modernitenin dinamikleri özel alanın sınırlarını sürekli değiştirmektedir.

Mahremiyete yönelik gerçekleştirilen bu tehdit ve ihlallerin şuan pek farkında olunmasa da yakın zamanda insan hayatında yaşatacağı tahribatları görmek mümkün olacaktır. Mahremiyete yapılan ihlalleri ve mahremiyet anlayışında yaşatılan dönüşümü fark edip yeni medya araçları başta olmak üzere bütün iletişim araçları karşısında bu alanın müdafaa edilmesi son derece önemli bir konu olmaktadır.

Çalışmanın Yöntemi:

İnsanların, dijital çağın en önemli araçlarından biri olan yeni medyayla tanışmalarından sonra mahremiyet anlayışlarında bir dönüşümün meydana gelip gelmediğini tespit etmek için bir anket çalışması yapılmıştır.

Anket soruları/formu yeni medya, Facebook, dijital kültür, dijimodernizm, gözetim ve mahremiyet konularının incelenmesi ve bu konularla ilgili mevcut literatürün taranmasından sonra hazırlanmış ve uygulanmıştır. Anketteki Mahremiyet konulu sorular (2-7), Judee K. Burgoon'ın mahremiyet kuramına göre tasarlanmıştır. Burgoon (1982) mahremiyeti, toplumsal mahremiyet, psikolojik mahremiyet,

enformasyonel mahremiyet ve fiziksel mahremiyet olmak üzere dört boyutta ele almıştır. Anketteki 2. soru “Enformasyonel”, 3. soru “Psikolojik”, 4. soru “Toplumsal”, 5. soru “Fiziksel”, 6. soru “Toplumsal ve Fiziksel”, 7. soru ise “Enformasyonel ve Psikolojik” mahremiyeti temsil etmesi biçiminde hazırlanmıştır.

Anketteki gözetim konulu sorular (8-12) ve mahremiyetin ihlali konulu sorular (13-17) ise, uluslararası literatürün taranıp Facebook, mahremiyet ve gözetim ile ilgili çalışmaların incelenmesinden sonra hazırlanmıştır.

Anket, öncelikle 50 kişilik bir denek grubuna uygulanmış, yapılan pilot çalışmanın ardından ankette görülen eksiklikler, yanlışlar ve anlaşılmayan sorular tespit edilip düzeltildikten sonra anket uygulaması yapılmıştır. Alan çalışması, Kasım 2015 - Ocak 2016 tarihleri arasında TÜİK’in belirlemiş olduğu 26 ilde (Erzurum, Ağrı, Malatya, Van, Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin, İstanbul, Tekirdağ, Balıkesir, İzmir, Aydın, Manisa, Bursa, Kocaeli, Ankara, Konya, Antalya, Adana, Hatay, Kırıkkale, Kayseri, Zonguldak, Kastamonu, Samsun, Trabzon) 5250 kişi ile yüz yüze anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Anket katılımcılarına “Mahremiyetin ifşası”, “Gözetlenme farkındalığı”, “Mahremiyet ihlali farkındalığı”, “Demografik özellikler”, “Facebook ve gizlilik” ve “İnternet ve Facebook kullanımı” konularını içeren grup soruları yönetilmiştir. Çalışmanın evrenini, Türkiye’de yaşayan 15 yaş ve üzerindeki yaklaşık 53 milyon kişi (30 milyon Facebook kullanıcısı) oluşturmaktadır. Örneklemi ise, Türkiye’nin 12 bölgesindeki 26 alt bölgede yaşayan, 15 yaş ve üzerindeki 5000 Facebook kullanıcısı oluşturmaktadır. Örneklem belirlenirken tabakalı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Çalışmadan hatalı olan 250 anket çıkarıldıktan sonra 5000 anket analiz edilmek için belirlenmiştir. Anket çalışmasından elde edilen veriler “SPSS” adlı program aracılığıyla analiz edilmiştir. Analizde Ki-Kare testi, Sıklık analizi, Faktör analizi, KMO testi, Barlett testi, Kolmogorov Smirnov testi, Kruskal-Wallis testi ve Mann Withney U testi kullanılmıştır.

I. BÖLÜM - YENİ MEDYA, YENİ İLETİŞİM ORTAMLARI VE YENİ TOPLUMSALLIKLAR

1. Yeni Medya

1.1. Yeni Medya Kavramı

İletişim teknolojilerin 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gösterdiği hızlı gelişim, insanların yaşam pratiklerinin de dönüşümüne zemin hazırlamıştır. Bu teknolojilerin en popülerleri ve en önemlisi olan internet, toplumu kültürel, sosyal, ekonomik vb. açılardan etkilemiştir. İnsanlar günlük aktivitelerinin (Alışveriş, sohbet, bankacılık işlemleri, bilgi ve habere ulaşma vb.) birçoğunu bu sanal ağ üzerinde yürütmeye başlamıştır. İnternet diğer birçok alanda olduğu gibi iletişim alanında da köklü değişimlere neden olmuştur. Haber siteleri, bloglar, sosyal paylaşım ağları, web tvler gibi birçok yeni iletişim ortamlarının doğmasını sağlamıştır. Günümüzde bu yeni iletişim ortamlarına topyekün olarak “Yeni Medya” denilmektedir.

Yeni medya, izleyicileri hem kitlesel hem de bireysel kullanıcı olarak kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zaman dilimlerinde ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler olarak tanımlanabilmektedir (Geray, 2002: 20). Birçok iletişim ortamını bünyesinde barındıran yeni medya platformları, internet forumları (online forumlar), blogging, mikroblogging, sosyal işaretleme ve sosyal haber siteleri, inceleme ve değerlendirme siteleri, medya paylaşım siteleri, online sosyal paylaşım ağları ve sanal/dijital dünyalar şeklinde sınıflandırılabilir (Tuncer ve diğ., 2013: 73).

20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren sıklıkla kullanılmaya başlanılan yeni medya kavramı, başlangıçta dijitalleşme ve etkileşimi öne çıkaran teknolojik değişimleri betimleyen bir kavram olarak algılanmasına karşın, günümüzde bütün kültürel ve ideolojik uzantılarıyla birlikte medya dahil olmak üzere birçok alanda önem kazanmıştır. Önceleri sadece bilgisayar ve internet teknolojileriyle ilintilendirilen bu kavram, artık radyo, televizyon, sinema, sosyal ağlar, bloglar, internet gazeteciliği, kişisel televizyon gibi birçok alanı kapsamakta ve bu alanlardaki değişim ve gelişimleri açıklamakta anahtar kavram işlevini görmektedir (Öz, 2012: 363).

Yeni medya geleneksel medyadan farklılaşarak tamamıyla dijital bir özellik göstermektedir. Bilgisayar teknolojisinin doğması ve internetin insanların hayatına girmesiyle birlikte vücut bulan yeni medya çağı medya olarak kabul edilmektedir. Yeni medya yeni bir iletişim döneminin ifadesidir. İletişim, toplumsal etkileşim sağlayarak bireylerin ve grupların, bilgi, fikir, inanç ve tutumlarını paylaştığı bir sürece işaret etmektedir. Söz konusu paylaşım; karşılıklı ileti oluşturma, aktarım ve çözümleme sürecini kapsadığı için statik olmaktan çıkmakta, ortak bir kültürde ya da kültürün belirli bir kısmı üzerinde anlaşmayı gerektirmektedir. Böylelikle iletişim, sosyal sistem içinde bilginin üretimi, dağılımı, alınması ve biriktirilmesi ile ilgili süreçleri de içeren bir mahiyete sahip olmaktadır (Önür, 2002: 9). İletişim, özünde bir edim olmakta ve doğal olarak içerisinde belli oranda etkileşim barındırmaktadır (Göker ve diğ., 2010: 185). Toplumsal ilişkilerin gün geçtikçe daha karmaşık hale gelmesiyle birlikte, önemli şeylerin anımsanması için grubun ortak belleğinden daha fazlasına ihtiyaç duyulmuştur. Gereksinim duydukları şey, zaman zaman ekstrasomatik bellek diye de adlandırılan, bedenin dışındaki bir bellek olmaktadır. Böylece “iletişimdeki” artış “iletişim araçlarının” ortaya çıkışına ve hacmi artan veriyi depolayacak ve gerektiğinde yeniden elde etmeyi sağlayacak olan araçların gelişimine imkan tanımıştır (Crowley ve Heyer, 2011: 18).

Yaşanan bu teknolojik gelişmelerin içerisinde bilginin iletiminde elektriğin ideal bir teknik olduğunun anlaşılması çok uzun sürmemiştir, telekomünikasyonda elektriğin kullanılması yaklaşık 150 yıllık bir geçmişe dayanmaktadır. Bu süreç içerisinde her yirmi yılda bir iletişim alanında önemli bir aşama kaydedilmiştir: 1850’lere doğru telgraf, 1850-1880 arasında telefon, 1990’e doğru elektromanyetik dalgalarla iletim, 1920-30 arası radyo, 1950-60 arası televizyon teknolojisi gelişmiş, son olarak 1970 yılından başlayarak yeni medya teknolojileri kullanılmaya başlanmıştır (Balle ve Eymery, 1995: 18). Fakat daha önce insanların hayatının hiçbir noktasında herhangi bir teknolojik gelişme onları internet kadar kendisine bağlamamıştır (Dijk, 2006: 1). Neredeyse hayatın her noktasına sirayet etmesi hasebiyle önem arz eden bu sanal ağ, çok kısa sürede çok büyük sayıda kullanıcıya sahip olmuştur. Kişisel kullanımın haricinde çok kısa bir zaman içinde bankalardan şirketlere, kamu kuruluşlarından

restoranlara, kreşlerden fabrikalara varıncaya dek birçok alan bu sanal ağ ile bütünleşmiştir.

Bilgiye duyulan ihtiyacı karşılama noktasında en önemli kaynak görevi gören internet, temelde birbirleriyle iletişim kuran yüz milyonlarca bilgisayardan meydana gelen uluslararası bir ağ olmaktadır. Bilgisayarlar arasında güvenli ve hızlı bir şekilde iletişim kurma isteği amacıyla oluşturulmuş bir araç olarak insanlara değişik protokoller aracılığı ile bilgiye erişim olanağı sunan internet, sanayi devrimi gibi insanlık tarihi açısından çığır açan bir gelişme olmaktadır (Sırabaşı, 2007: 133). Öyle ki yaşanan bu dijital devrimle internet hayatımızın her alanına sirayet etmiş ve kişiler arası iletişime olduğu gibi kitlesel iletişime de bambaşka bir boyut kazandırmıştır. Söz konusu bu teknolojik ilerlemeyle birlikte gelişimini ve yayılımını hızla arttıran internet, hem niceliksel hem de niteliksel açıdan yüz yüze ve kitlesel iletişim üzerinde de bir değişimin meydana gelmesine neden olmuştur.

İnternetin ve diğer dijital ortamların günlük yaşamın lokomotif olma özelliğini elde etmesinin ardından, kültürel hayatın ve gündelik yaşamın her alanında çok ciddi toplumsal değişimler gerçekleşmiştir. Zaman ve mekan gibi kavramlar ortadan kalmış, insanların birbirleriyle olan etkileşimlerinde, klasik iletişim yöntemleri yerini çok daha farklı, alternatifli ve teknoloji temelli uygulamalara bırakmıştır (Bulunmaz, 2013: 13). Bu yeni iletişim ortamı, insanların arkadaşlık kurma, buluşma, davranış normlarını deneme ve kimliklerini oluşturma/keşfetme noktasında köklü bir değişim yaşamasına zemin hazırlamış ve iletişimin yeni bir türünün ortaya çıkmasını sağlamıştır (Barnes, 2006).

Bu dijital ortam, iletişimin sınırlarını ortadan kaldırdığı gibi bilgi, enformasyon ve belgenin pek çok kişi tarafından paylaşılmasına da imkan tanımıştır. Bilginin saklanma şekilleri, kimin elinde olduğu durumu önce birden çoğa (bir kişiden çok kişiye) daha sonra da çoktan çoğa olmak üzere değişmiştir. Bilgi, 18. yüzyılda olduğu gibi kilit altında ve güçlülerin tekelinde -kısmen- olmayıp artık her yerde ve herkesin ulaşabileceği kadar yakın olmaktadır (Karahisar, 2012: 599).

Castells'a göre (2013: 21), son yıllarda iletişim alanında yaşanan bu temel değişim, kitlesel öz iletişimin yani internet ve kablosuz ağların dijital iletişim platformu olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Dijital ortamda gerçekleşen bu iletişim, çok sayıda kişiye ulaşma ve dijital haldeki bilgiyi yakın çevreye ya da dünyaya aktaran sonsuz ağlara bağlanma ihtimali olan mesajları işlemesi hasebiyle kitlesel bir iletişim, aynı zamanda, göndericinin mesajın üretimine özerk olarak karar vermesi ve alıcının kendisi tarafından belirlenmesi nedeniyle de öz iletişim olmaktadır.

1.2. Yeni Toplumsal Uzamlarda Enformasyonel Etkileşimler

Manuel Castells ağ toplumu kavramıyla, uzamın mevcut kullanılmakta olan teknolojileriyle, zamanı organize ettiğini ileri sürmektedir. Dolayısıyla yeni dönemde zamanın çok hızlı aktığını, bu yeni teknolojilerin de gündelik yaşamın akışını hızlandığı, çapını genişlettiğini görülmektedir. Çalışma, alışveriş, sağlık, çeşitli kamu hizmetlerinin farklı biçimlerde organize olduğu görülmektedir.

Yeni medya, enformasyon teknolojilerini merkez alan, giderek evrensel ve sayısal bir dili konuşan, ayrıca kültürün dağıtıcısını ve imgelerini üretip bunların dağıtımını yapan küresel bir iletişim sistemi sunmaktadır (Altan, 2011: 225). İnternet ve diğer dijital platformlar aracılığıyla insanların birbirleriyle iletişim kurabilmelerine imkan verilen bu sanal ortamda uydular, fiber optik kablolar ve radyo linkleri gibi bir çok alt unsur yer almaktadır. Yeni medya bünyesinde, görüntülerin, metinlerin ve seslerin ve sayısal ortamda bir araya getirilmesi, bunlara hızlı ve etkileşimli bir biçimde erişilmesi, bunların değiştirilmesi ya da cevap verilmesi gibi özellikleri barındırmaktadır. Yani bilgisayarlar vasıtasıyla internette birbirine iletişime geçen insanlar, her türdeki görüntüyü, sesi ve metni paylaşabilmekte, bunlara kolayca ulaşabilmekte ve ulaştıklarını değiştirip dönüştürebilme imkanına sahip olmaktadır (Öztürk, 2011: 122-123). Bunun yanında birer küçük bilgisayar görevi gören akıllı telefonlar, uydu üzerinden işlem yapmaya olanak veren cihazlar ve daha birçok yeni olarak adlandırılan bu medyanın erişebilirlik ve etkileşimlilik unsurlarının somut kanıtları olarak hayatımızda yer almaktadır.

Yeni medyanın en belirgin özelliği karşılıklı etkileşime imkân vermesidir. Aslına bakıldığında eski ya da geleneksel medya olarak kabul edilen medya teknolojileri de karşılıklı etkileşime kısmen de olsa izin vermektedir. Geleneksel medya araçlarında, insanlar izledikleri programlarla ilgili görüş, beğeni ve şikayetlerini belirtmek için mektuplar yazabilmekte ya da telefon açarak tepkilerini belirtebilmektedir. Fakat burada gerçekleşen etkileşim mahiyeti açısından sınırlı bir yapıya sahip olmaktadır. Ayrıca alıcı (izleyici) ile verici (yayıncı) doğrudan bir iletişim kanalında etkileşimde bulunmamaktadır. Bu açıdan yeni medya daha diyalogik bir iletişime imkan sağlarken, geleneksel medya monolojik yani tek yönlü bir iletişime olanak tanımaktadır. Geleneksel ya da eski medya diye adlandırılan telgraf ve telefon gibi medya araçları da iki yönlü ve etkileşimli özelliklere sahip olmaktadır. Fakat yeni medya, bunlardan farklı olarak görüntü, metin, ses ya da sayıları birleştirmekte ve istenildiği takdirde bu unsurlar geleneksel medya araçlarına nazaran çok daha kaliteli şekilde bir yerden başka yere ya da bir kişiden başka kişi ya da kişilere aktarılabilir. Yeni medyanın ikinci özelliği ise kitlesizleştirme olmaktadır. Kitlesel iletişimde aynı mesaj heterojen ve dağınık bir alıcı kitlesine iletilirken, yeni medyada mesajlar bireylere ya da küçük gruplara iletilmekte, onlardan mesajlar alınabilmekte ve bunlara yanıtlar verilebilmektedir. Bu mesajlaşmada yanıtlar için düşünme, yanıt vermeme gibi seçenekler mevcut bulunmaktadır. Bunun yanında gönderilecek iletiler, bireylerin veya grupların özelliklerine ayrıştırılmakta, parçalara bölünmekte ve yönlendirilmektedir. Bu iki özellik asenkron olabilme özelliğiyle bağlantılı olmaktadır. Yeni medyayı kullananlar iletişimi istedikleri zaman başlatabilme, bitirebilme ve dondurabilme olanaklarına sahiptirler. Yani sadece mekân değil, zaman üzerinde de bir denetime sahip olmaktadır (Rogers'dan Akt. Öztürk, 2011: 123). Yeni medya ile birey kendisine uygun olan herhangi bir zamanda bilgi gönderebilmekte ve alabilmektedir. Yeni medya bilginin eşzamanlı olarak karşılıklı iletimi zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Birey bilgiye erişim, bilgiyi alma ve iletme anlamında yeni medya ile daha da özgürleşmiştir. İçeriğin sunulduğu anda alma zorunluluğu olmayan yeni medya kullanıcısı, zaman açısından daha da özgürleşmiştir. Farklı iletişim teknolojilerinde eşzamansız uygulamaları destekleyecek farklı çözümler bulunmaktadır. Ağ bağlantısı olan bilgisayarlar aracılığıyla bireyler her hangi bir içerik

erişimini arşiv kayıtlarına ulaşarak elde edebilmektedir. Dolayısıyla internette yer alan bir bilgiye erişim, bilginin yayınlandığı tarihte olmak durumunda değildir. İnternet kullanıcısı günlük gazeteleri okuyabildiği gibi, bir yıl önceki haberlere, makalelere rahatlıkla erişim sağlamaktadır. Bilgisayar tabanlı teknolojilerde bilginin depolanma sorununun olmaması eşzamansız olabilme özelliğini desteklemektedir (İspir, 2013: 20).

Yeni medyanın izler kitleye sağladığı yeni olanaklar geleneksel medya üretim süreçlerini de doğal olarak etkilemiştir. Yeni medya ortamının multimedya (çoklu ortam) özellikleri, linklerle gezinebilme özgürlüğü, içerik üretimine ve geliştirilmesine katkıda bulunma fırsatı bu yeni üretim biçiminin çalışma prensiplerini belirlemektedir. Teknolojik alt yapının gelişmesiyle her geçen gün daha hızlanan ve veri taşıma kapasitesi artan veri kanalları, bireyi mekândan bağımsız kılarak özgürleştiren mobil cihazlar yeni üretim biçiminin alt yapısını oluşturmaktadır. Bugünün internet temelli yeni medya ortamında her kullanıcı istediği anda bir yayıncıya dönüşebilmektedir. Artık bireyin bir tüzel kişilik olarak yayın yapması mümkün olmaktadır. Yeni ortamda geleneksel medya şirketleri ve profesyonel medya çalışanları toplumdaki herhangi bir bireyle birlikte aynı kulvarda yayıncılık yapabilmektedir (Birsen, 2013: 27). Temelde, 1980 sonrasında yaşanan deregülasyon ve bilgi-iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişimlerin yer aldığı araç ve mecra çeşitliliğindeki artış, günümüzde izleyicinin konumunun kavramsallaştırılması konusunda farklı yaklaşımlar oluşmasına zemin hazırlamıştır. Yeni medya teknolojilerinin üretici (medya endüstrisi) ve tüketici (izleyici/ okur/ dinlerkitle) taraflara sağladığı olanaklar, arada keskin bir biçimde var olduğu düşünülen sınırın da ortadan kalkarak üre-tüketici (pro-sumer) kavramının ortaya çıkmasına yol açmış, medya içeriklerinin de farklı bir nitelik kazanmasına neden olmuştur (Turan, 2013: 284). Üre-tüketici zamandan ve mekandan bağımsız olarak ürettiği yayını/mesajı aynı zamanda kendisi gibi üretici/tüketici olan diğer bireylere ulaştırma imkanına erişmiş, böylece yeni medya aracılığıyla iletişime katılma ve yönlendirme noktasında kısmen de olsa özerk bir yapıya bürünmüştür.

İnsanoğlu mesajlarını tarih boyunca sürekli daha hızlı hareket eden ve daha taşınabilir ortamlar ile iletme yoluna gitmiştir. Örneğin, önce duvarlara yazı ve resimler işlerken sonraları taş ve kil tabletlere, daha sonra da parşömen, papirüs ve kağıt üzerine

işlemiştir. Elektronik iletişim ortamları ise bugüne kadar ulaşabilinen en hızlı ve en taşınabilir iletişim ortamlarını temsil etmektedir. Bu anlamda bakıldığında, “geleneksel” diye tanımlanan medyanın ancak belirli kısa zaman dilimlerini kapsayan bir niteliğe sahip olduğunu söylemek mümkün olmaktadır (Sütçü, 2012: 83). Öyle ki, duvara yazılan yazı ya da yapılan resim gazeteyle kıyaslandığında geleneksel ya da ilkel kalırken, gazete de yeni medyayla karşılaştırıldığında geleneksel olarak addedilmektedir.

Bu tarihsel süreç içerisinde iletişimin geçirdiği evrime bakıldığında, gün geçtikçe ve dolayısıyla teknolojik gelişmeler hız kazandıkça yaşanan evrim her zamankinden daha hızlı ve daha kapsamlı bir yapıya sahip olmaktadır. Sadece otuz yıl önce, endüstriyel toplumdan ‘enformasyon toplumu’na geçilmek suretiyle köklü bir değişim yaşanmaya başlanılmıştır. İnternet ve kişisel bilgisayarların gelişimi bu değişimin öncüleri olmuştur. Adına dijital devrim denilen bu önemli değişim hem bizim hayatlarımızı hem de toplumumuzu şekillendirmiştir (Schermer, 2009: 63).

Aslı itibariyle yeni medya, ekonomik, sosyolojik ve özellikle teknolojik imkanların artması ile neredeyse hayatımızın en ücra noktasına kadar ulaşmış ve birçok alanda köklü değişimlerin yaşanmasına vesile olmuştur. Yeni medyanın zamanla geleneksel medyayı da kısmen kapsayarak girift bir yapıya bürünmesi bu iki kavram arasında keskin bir ayrımın yapmasını neredeyse imkansız hale getirmiştir. Ancak kaba bir tanımlamaya girişmek gerekirse, “yeni” olarak adlandırılan medya merkeze alınmak suretiyle iki medya tipi arasında bir ayrım yapılması mümkün olmaktadır¹: radyo, sinema, televizyon ve basın gibi araçlar geleneksel medya olarak kabul edilirken, uydu teknolojisi, internet, bilgisayar, telekomünikasyon altyapısı, cep telefonu, video-text, tele-text gibi teknolojiler ise yeni medya araçları olarak adlandırılmaktadır (Öztürk, 2011: 122).

¹ Kitle iletişim araçları içerisinde bulunan ve hayatımıza 1960’lardan sonra giren bilgisayar ve internet haricindeki diğer kitle iletişim araçları (Radyo, televizyon, gazete vd.); şimdilerde geleneksel (traditional), anaakım (mainstream) veya eski (old) medya olarak tanımlanmaktadır. İletişim teknolojilerindeki yeniliklerin ve gelişmelerin, kitle iletişim “araç”ları ve “ortam”larında meydana getirdiği değişiklikler böyle bir tanımlamaya gidilmesine yol açmıştır. Bilgisayarlara (bilgi-işlem) ve iletişim araçlarına (haberleşme, telekomünikasyon ve yayıncılık) özgü yapılar yöndeşerek (Törenli, 2005: 87) yeni (new) medyayı ortaya çıkarmıştır.

Geleneksel medyadan farklı olarak birçok özelliğe sahip olan bu yeni iletişim ortamının sahip olduğu potansiyel daha ilk yıllarında radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel medya organları tarafından fark edilmiş ve bu medya organları yeni dediğimiz medya ortamına uyum sağlama çabasına girişmiştir. Tüm bu yayın organları internetten bir site edinme ve yayınlarına senkronize olarak buradan da devam etme amacıyla yeni medyaya hızlı ve -uzun vadede düşünülecek olursa- kalıcı bir geçiş yapmışlardır.

Radyo ve televizyonun hayatımıza girmesinden sonra gazete ve dergi ortadan kalkmadığı gibi, şimdi de adına yeni medya dediğimiz kitle iletişim aracının da geleneksel iletişim araçlarını -en azından yakın vadede- ortadan kaldırmayacağını söylemek mümkün görünmektedir. Her ne kadar eski ya da geleneksel medya ortamının yeni medya ile pasif bir yapıya büründüğünü yahut ortadan kalktığını/kalkacağını söylemek zor olsa da yeni iletişim teknolojilerinin iletişim ortamını nicelik ve nitelik itibarıyla değiştirdiğini ve değiştirmeye devam edeceğini söylemek mümkündür (Yerlikaya, 2014: 17). Öztürk'ün (2011: 120) de dediği gibi yeni medya ve eski medya kavramlarına bakıldığında “tarihsellik”, “toplumsallık”, “süreç” ve “konumlanma noktaları” ihmal edilmeyecek unsurların başında gelmektedir. Öncelikle herhangi bir şeyin eskimesi, toplumsal ilişkiler ve tarihsel süreç içinde gerçekleşmekte ve eski olan şey yeni olan şeye evrilmektedir. Yeni, aslında eskinin içinden filizlenerek evrilmektedir. Bu sebeple, yeni ile eski olan şeyi salt kendi başına alarak, bunları birbirleriyle ilişkisi olmayan iki ayrı ontolojik bütünlük şeklinde değerlendirmenin, sürecin değil yalnızca bu iki ortam arasındaki farkın incelenmesine hizmet edeceğini söylemek mümkün olmaktadır.

Yeni medya, yataylık, katılımcılık ve çokseslilik temelli yeni bir kültürün oluşum sürecinde, hibrid-ağ toplumunun olmazsa olmazı konumundadır. Yeni medya, mikrodan makroya birçok yaşam alanında, yeni bir kültürün, siyasetin, yaşam biçiminin kurgulanması ve yaşama geçirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (Çoban, 2014: 10). Bu platform kullanıcılarına sağladığı imkanlarla ulusal sınırlar kolay bir şekilde aşılmakta, ekonomik, teknolojik, mesleki, zamansal, mekânsal ve kültürel boyutlarda

günlük hayatın hızlı dönüşümü mümkün kılınmaktadır. Bu şekilde gündelik yaşamdaki birçok aktivite bu sanal ağ üzerinden ilerlemektedir (Önür, 2007: 204).

Yeni medyanın (internet ve diğer uydu yayıncılık sistemleri) bugün için paylaştığı ortak vizyonun işlevi, aslında küreselleşme ideolojisinin naif biçimde kafalara kazınmasını sağlamaktan ibarettir; ancak aynı medyatik sistem, söz konusu ideolojinin beraberinde getirdiği ve bir avuç küresel seçkinin yerelliğe hapsedilmiş çoğunluğun tüketimine sunduğu pek çok değer de üreticisi konumundadır (Köse, 2011: 209). Öyle ki teknoloji ve toplum birbirlerini tetikleyen dinamiklere sahip olsa da başat konumda olan taraf teknoloji ve dolayısıyla teknolojiye hükmeden sistemin ta kendisi olmaktadır.

Bireylerin ve toplumların ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışan teknoloji, sunduğu çözümlerle ihtiyaçların ötesinde bir noktayı hedeflemekte ve kendi perspektifiyle birey ve toplumu “ileri” götürmeyi amaçlamaktadır. McLuhan’ın belirttiği gibi birey ve toplum kendisine fazladan sunulan seçenekler arasından tercihlerde bulunmakta, gündelik yaşantılarının ve dinamiklerinin bir uzamı olmayı başaran teknoloji ürün ve / veya hizmetlerine sarılmaktadır. Zamanla bu dinamikler birey ve toplum tarafından içselleştirilmekte ve bu doğrultuda farklı ihtiyaçlar için farklı istekler doğmaktadır. Bu döngü çağlar boyunca süregelmiştir ve işlerliğini halen korumaktadır. Bu noktada teknoloji ve toplumun ilişkisini, özünde, Heraklitus’un kişi ve nehir örneğindeki bir daha aynı nehirde yıkanamama durumuyla açıklamak mümkündür. Toplum, o teknoloji ile karşılaştığında ve bunu kullanmaya başladığında ne toplum ne de teknolojinin kendisi artık aynı olamayacaktır (Dilmen ve Ögüt, 2010: 239).

Teknolojik ilerlemede yaşanan bu baş döndürücü gelişmeler toplumu ve sosyal hayatı etkilemekle kalmayıp, büyük dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Yeni teknolojiler yeni insanı, yeni insan yeni bir dili ve yeni bir dil de yeni bir kültürü yaratmıştır. Bu süreçte geleneksel olarak ifade edilen her şey ister istemez kendini teknolojiyle bütünleştirme yoluna gitmiş ya da yok olmaya yüz tutmuştur. Toplumsal hayatın her alanında yaşanan bu dönüşüm medya sektöründe en üst düzeyde gerçekleşmiştir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, toplumun bilgiye erişiminde yeni alışkanlıkları ortaya çıkarmıştır (Aktaş, 2012). Özellikle 1990’lı

yıllarla birlikte aktif olarak kullanılmaya başlanan internet mecrasına, medya kuruluşları büyük ilgi göstermişlerdir (Kazaz, 2007: 223). Artık hemen hemen her radyo ve televizyon kanalı internet üzerinden yayın yapmakta, sanal gazeteler okuyucularla buluşturulmakta ve sinema ve reklam sektörü de internet üzerinden faaliyetlerini arttırmaktadır. Teknolojinin bu hızlı evrimine ve beraberinde yeni kuşağın bu teknolojiye adaptasyonuna bakıldığında yakın zamanda yayıncılığın büyük bir oranda internet üzerinden yapılacağını söylemek mümkün olmaktadır.

Milyonlarca bilgisayar ağını dolayısıyla milyonlarca insanı birbirine bağlayan bu yeni iletişim ortamı, sahip olduğu mahiyet açısından geleneksel kitle iletişim araçlarından farklılaşmaktadır. Geleneksel medyanın bir alternatifi olarak görülse de kısa zamanda geleneksel medyanın yerini alan ya da alacak olan adına yeni medya dediğimiz bu sanal ortam, edilgen durumdaki izler kitleyi (alıcıyı) etken konuma taşımıştır. Kısmen sosyal medya ya da alternatif medya olarak da adlandırılan bu mecra etkileşimlilik unsuruyla izleyiciyi sadece bilgiyi alan değil aynı zamanda bilgiyi ya da düşünceyi üreten ve paylaşan kişi konumuna getirmiştir.

Tablo 1: Geleneksel Medya ve Yeni Medyanın Özellikleri

İletişim kapasitesi	Geleneksel Medya				Yeni medya	
	Yüz yüze	Basım	Yayıncılık	Telefon	Bilgisayar ağları	Çokluortam
Hız	Düşük	Düşük/Orta	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek
Erişim (Coğrafi)	Düşük	Orta	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Düşük
Erişim (Sosyal)	Düşük	Orta	Yüksek	Yüksek	Düşük	Düşük
Depolama Kapasite	Düşük	Orta	Orta	Düşük	Yüksek	Yüksek
Doğruluk	Düşük	Yüksek	Düşük/Orta	Düşük	Yüksek	Yüksek
Seçicilik	Düşük	Düşük	Düşük	Yüksek	Yüksek	Yüksek
Etkileşimlilik	Yüksek	Düşük	Düşük	Orta	Orta	Orta
Uyarıcı bolluğu	Yüksek	Düşük	Orta	Düşük	Düşük	Orta
Karmaşıklık	Yüksek	Yüksek	Orta	Orta	Düşük	Orta
Mahremiyeti koruma	Yüksek	Orta	Yüksek	Orta	Düşük	Orta

Kaynak: Dijk, 2006: 15.

Yukarıda oluşturduğu tablodan alıntı yapılan Dijk'in haricinde daha birçok araştırmacı, yeni ve geleneksel medya arasındaki farkları ortaya koyan çalışmalar yapmıştır. Örneğin Lister; teknolojik zorunluluk çatısı altında dijitallik, Fidler; biçim değişikliği ya da başkalaşım, Manovich; sayısal temsil, McQuail ise etkileşimlilik özelliklerinin altını çizmektedir. Bu çalışmaların ortak noktası olan özellikler; dijitallik, etkileşimlilik, hipermetinlilik ve modülerliktir (Yengin, 2012: ,126).

Kullanıcılar tarafından içeriğin yaratılmasını ve paylaşılmasını sağlayan yeni medya, doğasında sosyalliği, işbirliğini ve çift yönlü etkileşimi barındırmaktadır. Bu durum kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmasını kolaylaştırırken, paylaşımı artırmakta ve topluluk oluşumunu teşvik etmektedir. Günümüzde kullanıcıların iletişim, paylaşım ve sosyalleşme istekleri birçok farklı sosyal medya platformundan gerçekleşebilmektedir².

2. Küresel Ölçekte Sosyal Paylaşım Ağları

İnternet dünyasının ortaya çıkardığı yeni medya kavramı aynı zamanda birçok değişimi ve uygulamayı da beraberinde getirmiştir. Eskinin temel unsurlarını kullanarak kendi teknolojik evrim süreci içerisinde yepyeni kalıplar ortaya çıkaran yeni medyayı, günümüzde birçok teknolojik yeniliğin genel adı olarak tanımlamak mümkündür. Karşılıklı etkileşimin ana özelliğini temel alan ve teknolojinin her türlü nimetlerinden faydalanan yeni medya, zamanla bireyin merkeze çekildiği ve proaktif bir davranış biçiminin meydana geldiği bir ortamın oluşmasına zemin hazırlamıştır. Yeni medyanın yarattığı önemli yeniliklerden biri de, belki de yaşadığımız iletişim ve teknoloji çağının temel çerçevesini oluşturan sosyal paylaşım ağlarıdır (Bulunmaz, 2013: 19). Web 2.0 olarak adlandırılan uygulamaların tipik bir örneği olan sosyal paylaşım ağları,

² Düşüncelerini paylaşmak isteyen bir kullanıcı, bir "blog" sayfasıyla bu isteğini gerçekleştirebilme imkanına kavuşabilirken aynı kullanıcı YouTube'u ya da Facebook'u kullanarak videolarını paylaşabilmektedir. Kişi anlık bir olayı hemen paylaşmak istediğinde Twitter'ı kullanabilmekte ya da olay hakkında detaylı bilgi edinmek için haber sitelerinden haberle ilgili yazı, fotoğraf ya da videolara ulaşabilmektedir. Bunların yanında yeni medya platformları arasında yer alan online işbirlikli yazma aracı olan Wiki'ler (en bilindik örneği Wikipedia), ses ve/veya video dosyalarının taşınabilir formatta dinlenebilmesi ya da izlenebilmesini sağlayan Podcasting (iPod ile ses dosyalarının dinlenmesi gibi) ve zengin site güncellemelerini toplayan RSS gibi araçlar ile kullanıcı çok kolay bir biçimde sayısız iletişim ortamına erişebilmektedir. Sürekli gelişen Web alt yapısı dolayısıyla her geçen gün yeni sosyal medya platformları ortaya çıkabildiği gibi, mevcut yeni medya platformlarına yeni siteler de eklenebilmektedir (Tuncer ve diğ., 2013: 53).

kullanıcılarına kendi bağlantı listelerini açıklamalarına/oluşturmalarına, birbirleri arasında iletişim kurmalarına, bağlantı listelerini sergilemelerine ve bilgilerinin yer aldığı profillerinin üretilmesine olanak sağlayan, farklı medya, bilgi ve iletişim teknolojilerini içinde barındıran web tabanlı platformlardır (Fuchs, 2011: 141).

Kullanım amacı ve içerik türünden hareketle bir tanımlama yapma yoluna gidilecek olunursa, sosyal medya araçlarını bloglar, mikrobloglar, wikiler, sosyal ağlar, video paylaşım ağları, ses ve müzik paylaşım ağları, lokasyon tabanlı araçlar, sosyal işaretleme ağları ve sanal dünyalar şeklinde sıralamak mümkündür (Bostancı, 2015: 58).

ABD’li bilim adamları tarafından icat edilerek 1947 yılında faaliyete geçen ve adı ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Computer) olan ilk bilgisayarın, yaklaşık 167 m² bir alanda ve 30 ton ağırlığında olması ne kadar şaşırtıcı ise ilk sosyal paylaşımına dair veriler de o derece şaşırtıcı olmaktadır. Terim olarak, yaklaşık 9 yıl kadar önce tanıştığımız, son 5 yıl içindeyse hayatımızda yoğun şekilde ağırlığını hissettiğimiz sosyal paylaşım ağlarının geçmişi, aslında 1970’li yıllara dayanmaktadır. Randy Suess ve Ward Christensen, 78 yılında arkadaşlarıyla bilgi paylaşımında bulunmak ve onlarla iletişim halinde kalmak için adı BBS olan bir yazılımı hayata geçirerek sosyal ağın ilk örneğini yaratmıştır. Randy Suess ve Ward Christensen’in geliştirmiş olduğu BBS adlı ilkel sosyal medya aracından yaklaşık 11 yıl sonra, İsviçre’de dünyanın ilk web sitesi kurulmuştur. Diğer insanlar ile iletişim kurulması amacıyla da 1995 yılında MIRC programı üretilmiş, takma isimli (nickname) kullanıcılar, tanımadıkları kişilerle de iletişim kurmuşlardır. Kullanıcılar bu sitede kendileri hakkında detaylı bir bilgi vermek zorunda olmadıkları gibi iletişim kurdukları kişiler hakkında da tam olarak net bir bilgi alamamışlardır. MIRC’den sonra gelen ICQ programı ile de tanınan kişiler bir anlamda bir araya toplanmıştır. ICQ’da da isim kullanılmazken, programın verdiği kullanıcı numaraları kişilerin ICQ kimlikleri olmuştur. Bu döneme sosyal medyanın tam anlamı ile sanal olduğu dönem denilmesi mümkündür. O dönemde kullanıcıların kendileri hakkında gerçek bilgiler vermeleri gerekmemiştir. Zira o yıllarda kullanıcılar kendileri hakkında bilgi vermekten çekinmişlerdir. 1999 yılında Microsoft tarafından geliştirilen Messenger programı,

kullanıcıları sanal isimlerden kurtararak, onlara gerçek isimlerini kullanabilecekleri bir platform sunmuştur. Yani artık sosyal iletişim sanallıktan kurtularak, kısmen gerçekliğe dönmeye başlamıştır. Fakat bu gerçek kimliğe geçiş hızlı olmamış, insanların takma isim kullanma alışkanlıkları uzun bir süre daha devam etmiştir. 2003 yılında kurulan linkedln iş dünyasının profesyonellerini bir araya getirmeyi amaçlamış ve üyelerinden gerçek bilgiler ve gerçek isimler istemiştir. 2004 yılı ise sosyal medya için tam bir dönüm noktası olmuştur. Bu yıl içerisinde fotoğraf paylaşma ağı olan Flickr faaliyete geçmiş ve oldukça popüler olmuştur. Aynı yıl içerisinde de Facebook, Mark Zuckerberg tarafından yayına sokulmuştur. İlk başlarda tek bir üniversite için kullanımda olan site, zamanla başka üniversitelere ardından da tüm dünyaya yayılmıştır. 2006 yılında kurulan Youtube da sosyal paylaşım mecrasının video ağını oluşturarak, bu alana çok büyük bir katkı yapmıştır. Yine 2006 da hayatımıza giren mikro blog sitesi Twitter, kısa zamanda kendi kültürünü oluşturmuştur (Sanlav, 2014: 20-25). MIRC ile kullanılmaya başlanan ardından Facebook, Twitter ve Instagram ile çok geniş kitlelere yayılan bu sosyal paylaşım platformları içerisinde üye sayısı, yaygınlık oranı, gelişme potansiyeli ve hitap ettiği kitlenin genişliği baz alınır Facebook'un rakiplerinden daha doğrusu diğer ağlardan her daim bir adım önde olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

2015 yılı itibariyle dünya üzerinde artık 3 milyar insan internet kullanmakta ve bu kullanıcıların 2,1 milyarının sosyal medya ağlarında hesabı bulunmaktadır. Bu sosyal ağlar içerisinde aktif kullanıcı sayıları göz önüne alındığında dünya genelinde 1,4 milyar kullanıcı sayısı Facebook birinci sırada yer almaktadır. 2016 yılının ilk çeyreğinde elde edilen verilere göre ise, dünya üzerindeki internet kullanıcı sayısı 3,3 milyar iken Facebook kullanıcı sayısı ise yaklaşık 1,6 milyara ulaşmış bulunmaktadır. Türkiye'de ise 2015 verilerine göre 77 milyonluk nüfusun yaklaşık 38 milyonu internet kullanıcısı olmaktadır (Kemp, 2015, Internet Live Stats, 2016). Bunun yanında Wearesocial'ın (157-158) 2014 yılında yapmış olduğu araştırmaya göre; Türkiye nüfusunun neredeyse yarısı (36 milyon kişi) aktif Facebook kullanıcısı olmaktadır. 2015 yılı Kasım ayı itibariyle yapılmış olan istatistiki araştırma göre ise, Türkiye'deki 77 milyonluk nüfusun 46 milyonu internet kullanıcısı iken Facebook kullanıcı sayısı da 41 milyona ulaşmış bulunmaktadır (Internet World Stats, 2015).

Tabi ki bu, detaylı ve kapsamlı bir odaklamayla incelenmesi gereken tek sosyal ağ sitesinin Facebook olduğu anlamına gelmemektedir. Adına internet dediğimiz bu sanal ortamda farklı amaçlara hizmet eden birçok sosyal ağ sitesi bulunmaktadır (Yong, 2011: 1). Twitter, Orkut, Google Plus, Instagram, Myspace, Friendster ve benzerleri gibi başka sosyal paylaşım ağları da Facebook gibi bu sanal ağda önemli bir yer teşkil etmektedirler. Ayrıca bu tür web sitelerinin sosyal ağların tek türü olduğu yanılgısına da düşülmemesi gerekmektedir. Bu sitelere ek olarak, bloglar ve mikrobloglar, içerik toplulukları, ortak projeler, internet forumları, wikiler, internet yayınları, video/resim/fotoğraf paylaşma siteleri, eleştiri siteleri, sanal sosyal dünyalar ve sanal oyun dünyaları da kavramsal öncüller arasında yer almaktadır (Kabir, 2014: 290).

3. Facebook

2004 yılında, bulunduğu yıl içerisindeki sosyal paylaşım ağı sitelerinin aksine daha niş bir yaklaşımla Facebook sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerine bir sosyal paylaşım ağı hizmeti sunmaya başlamıştır. Harvard öğrencilerinin ardından ABD'deki liselere de açılan Facebook, 2005 Ekim'inde fark gözetmeksizin tüm dünyaya kullanıcı olma olanağı vermiştir. Ancak yine de herkes her alt ağın parçası olamamıştır. Bir şirket ağına bağlı olmak istendiğinde, o şirketin sunduğu e.posta hizmetinin adresine sahip olmak gerekmiştir. Facebook, diğer sosyal paylaşım ağı sitelerinden farklı olarak yazılım geliştiricileri için de bir olanak sunmuş ve “uygulama” adı altında pek çok yazılımı destekleyerek sosyal paylaşım ağını güçlendirecek bir yapı haline gelmiştir. Bununla birlikte kullanıcılar birbirleri ile sadece kişisel enformasyon paylaşmakla kalmamış, eğlence araçları da devreye girerek süreklilik gösteren bir birliktelik mantığına sahip olmuştur (Dilmen ve Öğüt, 2010: 240).

Facebook kullanıcıları, diğer kullanıcıların zaman tüneli ya da profil sayfalarına erişebilmekte, diğer kullanıcıların izin verdikleri ölçüde de kullanıcıların bilgilerine, fotoğraflarına, videolarına ve diğer paylaşımlarına ulaşabilmektedir. Kullanıcılar Facebook'ta arkadaş oldukları kişilerin profil bilgilerine ulaşabildiği gibi arkadaşlarının arkadaşlarına ait profilleri de sınır koyulmadığı takdirde görebilmektedir.

Çok kısa zamanda çok hızlı bir şekilde yayılan ve devasa sayıda üyeyi bünyesinde barındıran Facebook sadece on iki yılda dünya nüfusunun hemen hemen üçte biri tarafından kullanılıyor hale gelmiştir. Facebook'un bu denli hızlı yayılması ve insanlar tarafından kullanılmasının altında, sitenin kullanıcılarına sanal sosyalleşme, eğlence, iletişim, oyun, paylaşım, bilgi edinme, gündemi takip etme ve yayıncı olma gibi birçok imkanı vermesi yatmaktadır. Fakat site, kullanıcılarına sunduğu sosyalleşmenin, eğlencenin ve diğer imkanların diyeti olarak onlardan kendi özelliklerine ait ne varsa yüklemelerini ve paylaşımlarını istemektedir.

Sağladığı sanal sosyalleşme ve eğlence gibi olanaklar bir yana bırakılırsa Facebook'un, panoptik sistemin iletişim teknolojileri bağlamında en yeni ve popüler ortamlarından birisi olduğu görülmektedir. Bu mecra, öznelerin gönüllü olarak kaydoldukları ve kendilerine dair mahremiyet içeren bilgilerde yoğun bir biçimde dahil olmak üzere enformasyonu depoladıkları alan olmaktadır. Öznenin toplumsallaşma süreçlerine eklemlenen sanal alanda görselliğin etkin bir biçimde kullanımına dayanan Facebook, kişinin kendine dair yakalandığı ideal imgeyi yansıttığı bir yanılsamalı aynalar labirenti işlevi görmekte ve sanal ortamın sağladığı kurgusal olanaklarla kendine bir dünya yaratıp bu dünyayı gerçek dünyaya ile bitişirmektedir. Ama burada tersine bir bitişirme istemi söz konusudur, gerçek dünya merkezi belirleyen olmaktan çıkmıştır, Facebook'ta merkezi belirleyen "sahte" olandır, gerçeklik sahte olana eklemlenmektedir (Çoban, 2014: 312-313).

Robin Dunbar'a göre "zihinlerimiz evrim sürecinde sosyal dünyamızda belirli bir sayıdan fazla insan olmasına olanak sağlayacak şekilde tasarlanmamıştır". Dunbar bu sayıyı hesaplamış ve bulduğu sonuca göre "birçoğumuzun yalnızca 150 civarında kayda değer ilişki kurabiliyoruz" demiştir. Dunbar, (biyolojik) evrim tarafından bize dayatılan bu sınıra "Dunbar Sayısı" adını vermiştir (Bauman ve Lyon, 2013: 46-47). Görüldüğü üzere yüzlerce hatta binlerce arkadaşla sahip olduğunu düşünen ve sanal ortamda bunun var olduğunu gören birey aslında bir illüzyona maruz kalmıştır. Bu aşırı seviyedeki arkadaş sayısı, bir sanal gerçeklikten, bir sanal varoluştan ibaret olmaktadır.

Aslına bakılırsa, daha birkaç yıl öncesinde, dijital teknolojiler mevcut değilken, sadece gösteri, siyaset ve gazetecilik alanlarında bulunan figürler kamunun gözü önünde bir hayat sürerken bugün artık herkes “yayımla” butonuna bastığı andan itibaren kamusal bir yaşam sürme imkanına erişmektedir. Yayımlamak, herhangi bir şeyi halkın görmesine ya da kullanmasına açık bir vaziyete getirmek ve tanıyıp tanımadığını birçok kişinin bu veriye erişebilmesi demektir. Facebook’un mahremiyet, arkadaşlık ve kamusal alanlarındaki bu sınırı muğlaklaştırdığı aşıkardır (Assange ve diğ., 2013: 52).

Bu sanal ortamda mahremiyetin göz ardı edilmesi ve devlet ve ticari şirketler dahil diğer kişilerin ya da kurumların gözetimine açılması, bireyi çok farklı şekillerde ve çok fazla sayıda zarara uğratmaktadır. Birey ise bu zararların Facebook tarafından gerçekleştiğinin çoğu zaman farkında dahi olmamaktadır. Dünya üzerinde mahremiyetin ihlal edilip kamusal alan ile özel alan arasındaki çizginin incelmesine sebep olan Facebook’un nelere yol açtığı biliniirliği özellikle yetişkin bireyler tarafından gün geçtikçe artmakta iken genç bireyler tarafından Facebook’un neden olduğu bu zararlar gözden kaçırılmaktadır.

Smith ve Kidder’in (2010: 495) çalışmasına göre, gün geçtikçe daha fazla şirket, mevcut çalışanlarını ve bünyesinde çalışmak isteyen adayları değerlendirmek için Facebook gibi sosyal ağları etkin şekilde kullanmaktadır. Diğer bir deyişle, işverenler işe alacakları kişiler hakkında daha detaylı bilgiye erişmek için bu kişilerin Facebook profillerini incelemektedir. Tufekci (2008: 22) ise, arkadaşının doğum gününe gidip burada pek uygun olmayan bir fotoğraf çekilen bir kişinin, bu fotoğrafının kendisinin haberi ve izni olmadan arkadaşı tarafından internetteki bir sosyal paylaşım ağına yüklenmesi mümkün olabilmektedir. Sonrasında ise fotoğrafı yüklenen kişi, bir şirkette işe girmek için mülakata gittiğinde bu uygunsuz fotoğraf işveren tarafından internet taraması yapılmak suretiyle görülebilmekte ve kişi işe alınamayabilmektedir” diyerek durumun vahametini ve doğurabileceği zararları ortaya koymaktadır.

Facebook aracılığıyla mahremiyetin ihlalinin ve vuku bulan zararların bir tanesi de yaşanan dolandırıcılık olayları olmaktadır. Dolandırıcılar bireylerin Facebook

hesaplarına bireylerin şifrelerini kırarak girebilmekte ve o bireyin ağzından bireyin arkadaş listesindeki kişilere mesaj göndererek onlardan para isteyebilmektedir. Bunun haricinde dolandırıcılar, reklam yoluyla yayınladıkları iletilerle ürünleri olduğundan çok az fiyatta sattıklarını söyleyerek ya da insanlara bedava ürün kazandınız diyerek onların paralarını ya da kredi kartı bilgilerini ele geçirebilmektedir.

Artık gün geçtikçe daha fazla insan, Facebook'un bu gizlilik ihlallerinden ya da Facebook aracılığıyla başkaları tarafından yapılan ihlallerden şikayetçi olmakta ve Facebook'un başrolünü üstlendiği mahremiyet ihlallerini sertçe eleştirmektedir. Facebook'a ulaşan bu şikayetler nedeniyle her geçen gün yeni bir gizlilik politikası güncellemesi yapan sitenin aslında yapmış olduğu şey sadece durumu geçiştirmekten ibaret olmaktadır. Küreselleştiği ilk andan bugüne dek Facebook kullanıcılarının bilgilerini hem devlete hem de ticari şirketlere çıkarları doğrultusunda vermektedir. Ayrıca iddia ettiği üzere kullanıcılarının mahremiyetlerini koruyacak herhangi bir uygulamaya da imza atmış bulunmamaktadır.

Fuchs'un (2011: 159-160) vardığı analiz sonuçlarına göre; Facebook'un mahremiyet stratejisi, kullanıcılarının kişisel bilgilerini (mahremiyetini) korumaktan ziyade bu bilgileri kendi çıkarları için kullanmaktan ibaret olmaktadır. Zuckerberg'in Facebook'tan kar elde etmeyi umursamadığını ve dahi bu siteyi kurma amacının insanlara yardım etmek olduğunu söylemesine rağmen Facebook'un neden ticari bir platform olduğunu ve neden reklam almayı asli görev edindiğini açıklayamaması işin iç yüzünü ortaya çıkarmaktadır. Görülüyor ki, amacı insan ihtiyaçlarını kontrol etme ve manipüle etme olan reklam, Facebook'un birincil önceliğinde yer almaktadır ve bu uğurda insanların (kullanıcıların) mahremiyeti göz ardı edilebilmektedir.

Bu duruma birçok şirket ve dahi birçok devlet göz yumarken sadece çok azı halkın çıkarlarını gözetmekte ve bu uygulamaya tepki göstermektedir. Belçika'nın vermiş olduğu tepki bu durumun en güncel örneklerinden birini teşkil etmektedir. Belçika Kişisel Gizlilik Komisyonu'nun Belçika'daki bir mahkemeye yapmış olduğu başvuru üzerine açılan davada mahkeme, Facebook'tan üye olmayanların sanal ortamdaki hareketlerini izlemeyi bırakmasını istemiş, kararın 48 saat içinde

uygulanmaması durumunda ise gün başına 250 bin Euro ceza verilmesine hükmetmiştir. İlgili kanunun, sadece rıza üzerine internet kullanıcıların faaliyetlerinin takip edilmesine izin verdiğine dikkat çekilen kararda, Facebook'un da bu çerçevede hareket etmesi gerektiği vurgulanmıştır (Teffer, 2015).

Bu ve bunun gibi birçok olay durumun vahametini gözler önüne sermektedir. Facebook, kendi kullanıcılarını gözetlemenin ve bu kişilerin bilgilerini depolamanın yanında farklı yöntemlerle -bunların başında cookies (çerezler) gelmektedir- kendi kullanıcısı olmayan kişilerin de bilgisayarlarına nüfuz etmek suretiyle insanların kişisel bilgilerini ele geçirmekte ve depolamaktadır.

Özetle Facebook, kullanıcı verilerini ve kullanıcı davranışlarını metalaştırmakta ve ticari amaçlar için kullanmaktadır. Facebook, dünyayı daha iyi bir yer yapmayı değil çıkışı olmayan büyük bir alışveriş merkezi haline getirip daha fazla ticarileştirilmiş bir yer yapmayı amaçlamaktadır. Öyle ki dünya üzerindeki hiçbir şirket, kullanıcıları/müşterileri birincil plana koymamakta öncelikli olarak reklamla dolayısıyla parayla ilgilenmektedir (Fuchs, 2011: 160).

4. Yeni Medya Ağlarında Dijimodernizm

Tarım Devrimi ve Sanayi Devrimi'nden sonra, insanlığı etkileyen en önemli değişimlerden biri olarak görülen teknolojik/dijital gelişimin oluşturduğu döneme, Bilgi Toplumu/Çağı, Enformasyon Toplumu/Çağı (Information Society/Age), İnternet Toplumu/Çağı (Internet Society/Age), Bilişim Çağı (Computing Age), Elektronik Çağ (Electronic Age), Siber Toplum/Çağ (Cyber Society/Age), Dijital Çağ (Digital Age), Sanayi-ötesi Çağ (Post-Industrial Age), Post-Modern Çağ (Post-Modern Age), Yeni Çağ (New Age) gibi çeşitli adlar verilmektedir (Çetin ve Özgiden, 2013: 173). Bu döneme bu isimlerin verilmesinin en önemli nedeni ise, internet teknolojisinin bu dönemde doğmasıdır.

1960'lı yıllarda ABD'de askeri projeler, savunma sanayi, üniversite işbirliği ve yeniden yapılandırılmaya çalışılan bir enformasyon düzeni içerisinde 'doğumunu' gerçekleştiren internet, günümüzde gerek iş hayatının gerekse de sosyal hayatın her metrekaresine nüfuz etmiştir. İnternetin yarattığı bu yeni sistem beraberinde birçok

yıkımı, yeniden yapılanmayı ve devrimi gerçekleştirerek, en nihayetinde de yeni bir dünya düzeninin oluşmasına zemin hazırlamıştır. İnternetin tüm teknik ve sosyal altyapısını oluşturduğu, davranış şekillerinden düşünme biçimlerine kadar tüm sistemin bir ‘yeni’ ye ihtiyaç duyduğu ve yenilendiği bir zaman dilimi içerisinde, devletlerarası ilişkilerden bireyler arasındaki sosyalleşme faaliyetlerine ya da kurumlar arası iş görme biçimlerinden kamusal alandaki birçok uygulamaya kadar her şey yeni dünya düzeninin yarattığı gerçeklikler içinde kendi konumunu belirginleştirme ve netleştirme gayreti içine girmiştir (Bulunmaz: 2013: 16). Çünkü internet ve dolayısıyla dijital sistemler, deyim yerindeyse oyunu, oyuncularını ve oyunun kurallarını tamamen değiştirmiştir (Stoddart, 2014: 33).

Yeni nesil internet akımı olarak da ifade edilebilecek 2.0 dönemi ile birlikte birçok alanda baş döndüren bir hızda küresel değişimler yaşanmaktadır. Eskiden statik yapıda olan web sayfalarının, artık kullanıcı tarafından yaratılan dinamik sayfalar haline geldiği ve bu anlamda bir evrim geçirdiği söylenebilir. Geleneksel kitle iletişim ortamlarında sınırlı olan kullanıcı, yeni medya adını alan dönüşüm sayesinde “içerik tüketen”den “içerik yaratan” konumuna geçmiştir. Bu dönüşümle birlikte yapılan sosyal ağ ortamı geniş kitlelerin işbirliğini ve birlikte üretimini mümkün kılmış ve böylece isteyen herkesin bu yeni ortamda yer alabildiği bir ağ toplumu şekillenmeye başlamıştır (Aytekin, 2012: 102).

Assange ve arkadaşlarının dediği gibi (2013: 15), kişilerin, kurumların ve devletlerin her geçen gün daha fazla internetle bütünleştiği ve insan uygarlığının geleceğinin artık internet teknolojisinin geleceğine bağlı olduğu bu süreçte mevcut güç dengelerini ve güç ilişkilerini tekrar tanımlamak gerekmektedir. Veleve ki bu yapılmazsa, evrensel bir mahiyet kazanmış olan internetin insanlığı devasa bir kitlesel gözetim ve denetim şemasına hapsedeceğini söylemek günümüzde varılan noktaya bakıldığında ütopyik bir öngörü olmayacaktır.

İnternetin doğuşu ve sonrasında gerçekleştirdiği bu gelişim, modernizm, postmodernizm ve dijimodernizm kavramlarının da doğmasında ve bu dönemlerin toplumsal yapısının şekillenmesinde çok önemli bir yere sahip olmaktadır.

Modernizm, kabaca 17. yüzyılın felsefi rasyonalizminin ışığında doğmuş, 20. yüzyılın sonlarına kadar varlığını sürdürmüştür. Postmodernizmin ise, Fransız felsefeciler tarafından 1970 yılında dünya sahnesine çıktığı savunulsa da çoğu felsefeci, 1989'daki Berlin duvarının yıkılışını yeni bir dönemin "Postmodern dönemin" başlangıcı olarak kabul etmektedir (Santrac, 2009: 1).

Yeni teknolojilerin ışığı altında ilk kez 1990'ların ikinci yarısında ortaya çıkan dijimodernizm ise, 21. yüzyılda bu yüzyılın yeni kültürel paradigması olarak postmodernizmin yerini almıştır (Kirby, 2009: 1).

Dijital modernizmin (digital modernism) kısaltılmasıyla şuan ki halini alan dijimodernizm (digimodernism) ile postmodernizm arasında çeşitli ilişkiler var olmaktadır. Postmodernizm, 1990'ların yarısından sonraki dönemin hakim kültürel, teknolojik, siyasal ve politik unsurlarını ifade etme noktasında dijimodernizmin gölgesinde kalmıştır. Kısaca bu dönemden sonra gitgide dijimodernizm postmodernizmin yerini almaya başlamıştır (Kirby, 2009: 1-2).

Mulady'e (2010: 14-15) göre de, postmodernizm tam anlamıyla sona ermemiş ancak adına dijimodernizm dediğimiz yeni bir kültürel paradigmaya doğru evrilmeye başlamıştır.

Kirby (2009: 50) dijimodernizmi, bilgisayarlaşmanın kültürel formlarının bir etkisi, bir kültürel değişim ve bir iletişim devrimi olarak nitelemektedir. Öyle ki, teknoloji ile sıkı sıkıya bir ilişki içinde olan dijimodernizmde, özellikle son yirmi yılda yaşanan devrim niteliğindeki teknolojiler ile toplum yapısında köklü değişimlerin yaşandığı savunulmaktadır. Teknolojik mutasyonlar ve sosyal değişimler, günlük hayatın birçok noktasında değişimler yaşanmasına neden olsa da en çok insanların birbirleri arasında olan iletişimini ve insanların medyayla olan iletişimini etkilemiş ve bu noktada bir dönüşümün yaşanmasına neden olmuştur (Mulady, 2010: 19-30).

Dijitalleşmeye paralel olarak değişen toplum yapısında birey, her geçen gün teknolojiye, bilgisayara ve internete daha fazla bağımlı hale gelmektedir. Aslı itibariyle dijitalleşmenin mihenk taşı olan internet postmodern dönemi de kapsayan bir mahiyete sahip olmaktadır. Lakin adına dijimodern denilen bu dönemde toplumun teknoloji ve

internetle olan bağı postmodern dönemle kıyaslanamayacak kadar derin olmaktadır. Alışveriş, sohbet, arkadaşlık, ticari yatırımlar, eğitim ve daha hayatın içindeki birçok faaliyetin sanal ortama taşınması, bireyin fiziksel varlığının her geçen gün sanal ortama daha fazla adapte olması sonucunu doğurmuştur.

Dijital teknoloji tarafından şekillendirilen bu dönem Kirby'nin deyimiyle, insanların sanal ortamda birbirleriyle yüzeysel bir şekilde etkileşime girdiği, tıklamaların (click), beğenmelerin (likes), seçimlerin (cooses), indirmelerin (download) yer aldığı bir döneme işaret etmektedir (Firkins, 2015).

Kirby haricinde postmodernizmin bittiğini yahut yerini yeni bir kültürel paradigmaya bırakmaya başladığını savunan başka yazar ve teorisyenler de olmuştur. Bir sanat eleştirmeni ve Tate Britain'de küratör olan Nicolas Bourriaud, ortaya attığı düşünce ile postmodern dönemin sona erdiğini ve adına "Altermodernism" dediği yeni paradigma ile çağın ekonomik, politik ve kültürel durumlarının daha iyi tanımlanabileceğini savunmuştur. Bir teorist olan Raoul Eshelman ise, ortaya attığı "Performatism" kavramıyla dijimodernizm ile ortak bir paydada buluşmaktadır. Alan Kirby'nin dijimodernizm kavramını oluştururken kaynak olarak yararlandığı yazarlardan biri olan Robert Samuel ve onun arkadaşı olan Gilles Lipovetsky de postmodern dönemin bittiğini ve adına "Hypermodernity" dedikleri yeni bir dönemin başladığını savunmaktadır (Mulady, 2010: 36-37).

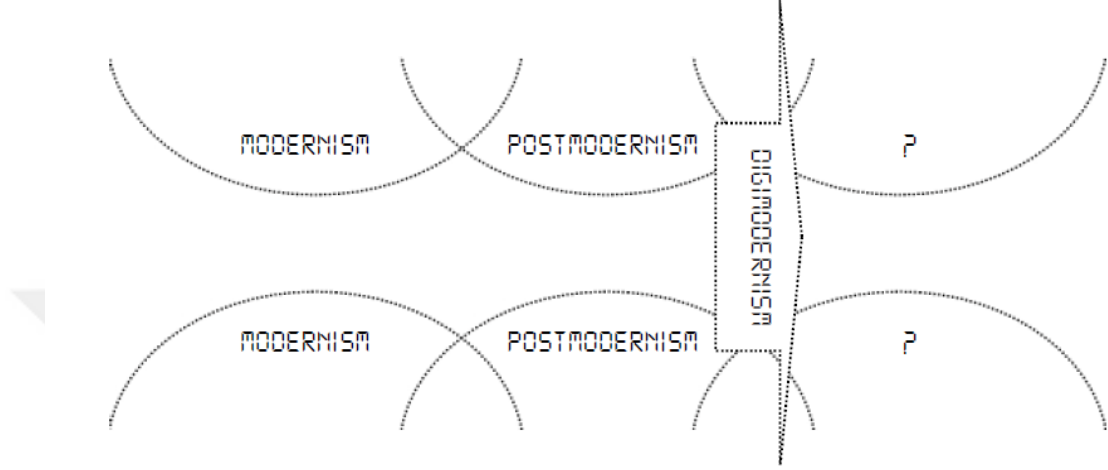
Bunlara ek olarak postmodern dönemden sonraki bu yeni kültürel paradigmayı tanımlamak için başka yazar, eleştirmen ya da teorisyenler tarafından da farklı isimler kullanılmıştır. "Transmodernism" "Avantpop", "New Sincerity", "Pseudomodernism" ve "Automodernism" bunlardan sadece birkaçını oluşturmaktadır (Bunnell, 2015: 2-3).

Hangi isimle tanımlanırsa tanımlansın, bu yazar ya da teorisyenlerin mutabık olduğu görüş postmodernizmin yerini yeni bir döneme bıraktığı olmaktadır. Fakat adına dijimodernizm ya da her ne denirse bu paradigama ne bir başlangıç ne de bir son olmaktadır.

Dijimodernizmi tasvir eden aşağıdaki diyagramda da görüldüğü üzere, Postmodernizm nasıl zamanla yerini dijimodernizme bıraktıysa aynı şekilde

dijimodernizm de yerini gelecekte hayatımıza girecek olan yeni paradigmaya bırakacaktır (Mulady, 2010: 52).

Şekil 1: Dijimodernizm



Kaynak: Mulady, 2010: 52.

4.1. Dijital Kültür ve Dijital Yerliler

Cemaat kavramı, topluluk, insan kalabalığı ve komün gibi anlamlara gelmektedir. Dini açıdan bakıldığında ise cemaat, ibadet etme ve dini bilgiler hakkında hasbıhal etme amacıyla bir araya gelmiş olan grup ya da topluluklara verilen addır. Sosyolojik açıdan da cemaat, belli bir fikir, görüş ya da ideoloji etrafında toplanmış kişilerin oluşturduğu insan grubudur. Keza coğrafi özellikler sebebiyle, misal aynı mahallede yaşama münasebetiyle kısmen bir komün oluşturmuş olan kişilerin meydana getirdiği topluluk da cemaat olarak adlandırılabilir. Ancak, bu bildik tanımların internetin hayatımıza girmesiyle birlikte bir bakıma eski, bir bakıma da yetersiz kaldığını söylemek mümkündür. Artık insanlar aynı mahallede, aynı şehirde hatta aynı ülkede bulunmalarını gerektirmeyecek türden farklı cemaat yaşamları sürebilmekte hatta aynı kişiler zaman ve mekan mefhumunu ortadan kaldırarak birden fazla cemaate üye olabilmektedirler.

İnternet mecrasının baş aktörlerinden olan sosyal paylaşım ağlarının küresel olarak artması ve milyonlarca kullanıcının bu ağlara üye olması, sanal toplulukların organize hale gelmesinin bir göstergesi olmaktadır. Kullanıcı içeriğin oluşturulması ve profil bilgilerinin kişiselleştirilmesi kişileri kendi topluluğunun merkezine oturtmuştur (Durmuş ve diğ., 2010: 25). Bireysel özgürlüğün ve tatminin kitlesel uyum süreci ve özgürlükle eş tutulduğu bu yeni ortamlar, Kullanıcıya kendisi gibi düşünen, pek çok şeyi paylaştığı ama fiziksel olarak göremediği topluluklar sunmaktadır. Bu gizemli katılımcılığın dışında bu yeni dijital platformlar, düşüncelerin paylaşılma hızı ve yaygınlaş(tırıl)ması bağlamında da kullanıcı için ilgi çekici olmaktadır (Yağlı, 2015: 269).

Artık günümüzde, internet ve mobil teknolojilerin zaman ve uzamsal boyutlarında yarattığı değişikliklerden dolayı, gündelik yaşamın rutinleri de farklılaşmaktadır. Yeni dönemin yarattığı hızlı değişme ve kurumsal dönüşümler, yerleşik değerleri sarsmakta ve yaşam biçimleri üzerinde etkili olmaktadır. Toplumun diğer kesimlerine göre, yaşamın erken evrelerinde bulunan gençlerin toplumsallaştığı tekno-dünyanın değerler sistemi; kendilerine yüklediği teknik bilgi ve beceriler ve ilgiler, dönemin gençlik kültürleri ve eğilimleriyle birleşmektedir. İnternet ve mobil teknolojiler ve telekomünikasyon olanaklarındaki gelişmelerin, gündelik yaşam örüntülerine zaman mekân ve uzay boyutlarında getirdiği değişiklikler ve yaratılan yeni fırsatlar, gençleri küresel yeniliklere ve yeni ilişki biçimlerine açık hale getirmekte hatta onları bilinmeyen yeni etkileşimlere sürükleyebilmektedir. Böylelikle gençlerin geleneksel mekânlarını genişlemekte, yeni bir toplumsal çevre ve yeni bir kolektif alanda yeni toplumsal aidiyetlere açık hale geldikleri görülmektedir (Önür, 2007: 197). Dolgun'un (2005b: 173) da dediği gibi, siber uzayla birlikte, ulus-devletlerin coğrafi uzamsal oluşumları ortadan kalkarken; ulus-devlete ait değerlerinin yerini de, çok daha küçük elektronik topluluklara ait değerler almaktadır.

Çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu bu sanal toplulukları Rheingold (1994: 5) "siberuzayda kişisel ilişkilerin ağını oluşturmak için yeterli sayıda insanın yeterli uzunluktaki kamusal tartışmayı gerçekleştirdiği sosyal topluluklar" şeklinde tanımlamaktadır.

Bazıları tarafından adına “Sanal Cemaatler”, “N jenerasyonu” (Net jenerasyonu anlamında) veya “D jenerasyonu” (Dijital jenerasyon anlamında) denilse de bu yeni nesli en iyi tarif eden isim kuşkusuz “Dijital Yerliler” olmaktadır (Prensky, 2001: 1).

En yaşlısının 30 yaşında olduğu bu jenerasyon için ‘dijital yerliler’ tanımının kullanılmasının nedeni, söz konusu jenerasyonun internetin yaygınlaşmış olduğu bir çağın içine doğmuş olması, dolayısıyla bir bilgisayar kültürü içinde büyümesi ve bu yaşamın ‘yerlisi’ olduğunun düşünülmesidir. Bu aynı zamanda önceki jenerasyonlardan farklı bir sosyalleşme süreci geçirdikleri anlamına gelmektedir (Cross, 2011: 119). Dijital yerliler olarak adlandırılan bu genç kuşak için bilgisayarların, video oyunların, dijital müzik oynatıcılarının, video kameraların, cep telefonlarının ve dijital çağın diğer oyuncaklarının olduğu bir dünya söz konusu olmaktadır (Prensky, 2001: 1).

Prensky (2001: 1-2) dijital dünyada doğmamış fakat hayatlarının bir noktasında yeni teknolojilerden oldukça etkilenmiş olup pek çok unsurundan yararlanmakta olan kişileri ise “Dijital Göçmenler” olarak ifade etmektedir. Öğrenci, öğretmen metaforu üzerinden durumu açıklayan Prensky, öğrencileri dijital dünyada doğan ve dijital dünyanın dilini konuşan bireyler olması hasebiyle dijital yerliler olarak konumlandırırken, dijital dünyada doğmayıp hayatlarının hemen hemen ortalarında dijital teknolojiyle tanışan, hayatını tam anlamıyla bu dijital teknolojilere adanmış olmayan ve bu dijital dünyanın dilini kısmen konuşan bireyleri ise (öğretmenleri) dijital göçmenler olarak tarif etmektedir.

Dijital yerlilerin bilgi arama, kullanma ve yaratma yöntemleri dijital göçmenlerinkinden belirgin bir biçimde farklı olmaktadır. Dijital göçmenler bilgi ve hizmetlere erişmek için çoğunlukla fiziksel kütüphaneleri kullanmayı tercih ederken, dijital yerliler kütüphanelerin kendi sosyalleştikleri, öğrendikleri ya da ders çalıştıkları ortamlarda olmasını istemekte (Tonta, 2009: 746) bu sebeptendir ki çoğunlukla aklındaki sorulara yanıt bulmak ve bilgiye ve hizmete ulaşmak için dijital ortamları tercih etmektedir.

Dijital yerlileri dijital göçmenlerden ayıran en önemli noktalardan birisi öğrenme pratikleridir. Dijital göçmenler dijital yerlilere nazaran öğrenmek istedikleri şeye

ulaşmak için derinlemesine araştırma yapmayı, okumayı ve ciddi kaynaklara başvurmayı tercih ederken basılı kaynakları (kitap, gazete, makale vb.) dijital kaynaklara göre öğrenme aşamasında daha önemli görmektedir.

Dijital yerlilerin öğrenme pratiklerini ise temel olarak aşağıdaki şekilde listelemek mümkündür. Dijital yerliler (Bilgi ve diğ., 2011: 4):

- ☐ Bilgiye hızla erişmek isterler,
- ☐ Metin yerine grafiğı tercih ederler,
- ☐ Bir makaleyi baştan sona doğrusal bir biçimde okumak yerine kapsül halinde rastgele okumayı tercih ederler,
- ☐ Ciddi alışmalar yerine oyunları tercih ederler,
- ☐ Bilişsel yapıları sıralı değıl paraleldir,
- ☐ Aynı anda birçok işi yapmak isterler,
- ☐ Keşfederek öğrenmek isterler.

Dijital yerliler bilgiye veya hizmete ulaşmanın yanında sosyalleşme amacı ile de bu dijital ortamda zaman geçirmektedir. Dijital yerliler, çoğunlukla kendileri gibi diğeri dijital yerlilerle iletişim kurmak, bilgi ve düşüncelerini paylaşmak ve tabi onlarla sosyal ilişki kurmak ve sürdürmek için sosyal paylaşım ağılarını kullanmaktadır. Bu sanal topluluklar için sosyal paylaşım ağılarının en önemli özellikleri açık ve zgr olmasıdır. Açıklık ve özgürlük kültürüne dayanan bu ortamın kullanıcıları olan dijital yerliler, web teknolojilerini kullanarak hem bilgi edinmekte hem de istedikleri bilgileri istedikleri gibi özgürce paylaşabilmektedir. Doğdukları andan itibaren adeta teknoloji bilgisiyle donatılmış olan dijital yerliler, kişisel ya da genel her türlü bilgi ve görüntülerini sosyal paylaşım sitelerinde yayınlamakta; bunu yapmakta da bir sakınca görmemektedir. 1980 sonrasında doğan 30 yaş altı gençlerden oluşan dijital yerlilerin verileri paylaşırken neredeyse hiçbir çekince yaşamaması, mahremiyet duygusunun sorgulanmasını gerekli kılmaktadır (Yıldız, 2012: 530).

Birçok iletişim kanalını kullanarak farklı nitelikte sosyal kanallardaki insanları bir araya getirebilme ve iletişim ve etkileşim içine girebilecekleri çok yönlü sanal topluluk yapılarını oluşturma noktasında sosyal paylaşım ağıları başat bir rol

üstlenmektedir (Kuşay, 2013: 1). Bu sanal toplulukların (dijital yerlilerin) bir araya geldiği ve sosyal ilişkiler kurduğu sosyal paylaşım ağları deyim yerindeyse dijital yerlilerin kalesi ya da mabedi olmaktadır. Bu mabette bir araya gelen dijital benlikler kendilerine dair birçok bilgiyi, fotoğrafı ya da videoyu birbirlerinin gözetimine açmakta, bu yolla da mahremiyetlerini birbirlerine sunmaktadır.

Manuel Castells (2010: 386), sosyal medya aracılığıyla kimliğin ve toplumsallaşmanın geçirdiği dönüşüme yönelik olarak “İnternetin yeni cemaatlerin, sanal cemaatlerin oluşumundan yana mı olduğu yoksa bireyi yalıtılmışlığa mı götürdüğü” sorusunu sormaktadır. Bu soruya kimi düşünürler internetin yarattığı sanal cemaatlerin yeni bir toplumsallık yarattığı cevabını verirken kimi düşünürler ise internetin bir hayali kurgu yaratarak bireyi yalnızlaştırdığı konusunda ısrarcı olmaktadır. Howard Rheingold, insanları ortak çıkarlar ve değerler çevresinde online ortamda birleştiren yeni bir cemaat doğduğunu iddia etmektedir. Sherry Turkle da her ne kadar kullanıcılar rol yapsa ve yeni kimlikler inşa etse de bu durumun bir cemaat duygusu yarattığı fikrini savunmaktadır. Barry Wellman da sanal cemaatlerin fiziksel cemaatlere karşı olmadığına dikkat çekerek bu tip cemaatlerin yeni bir cemaat biçimi olduğunu ileri sürmektedir.

4.2. Sahte Kimlik ve Sahte Gerçeklik (Pseudo-Identity and Pseudo-Reality)

İnternet, birbirlerine bağlı sayısız küçük ağlardan oluşan büyük bir bilgisayar ağı olarak, kullanıcılara etkileşimci bir iletişim sağlamaktadır. Kullanıcı taleplerine göre yönlenen bir bilgi akışı içinde birçok toplumsal sınırlamaların aşılabildiği, bu nedenle de zaman zaman egemenlik ilişkilerini tehdit edebilir bir hale geldiği görülmektedir. Çünkü internet teknolojisi üzerinden erişilen sanal dünya, fiziksel dünyanın mekânsal ve zamansal sınırlarından bağımsız bir alan olmaktadır. Bu etkileşimler nedeniyle, aynı zamanda toplumsal bir ilişki örüntüsünü kapsamaktadır. Bu mekânın tıpkı doğal mekânlarda olduğu gibi, bir yapılanmaya, kimliğe, mimariye ve çalışma gerçekliğine sahip olduğunu söylemek mümkündür. Sanal mekânın, bir coğrafyası ya da bir fiziksel mekânı olmasa da kendi içinde bir doğası ve işleyiş kuralları/normları olmaktadır. Bu alanda sıradan insan ve bilgi işçisi, enformasyonu doğrudan arayabilmekte,

yönlendirebilmekte, yaratabilmekte, kontrol edebilmekte, eğlenebilmekte, kendi kendini eğitebilmekte ve belirli sanal cemaatlerin üyesi olarak arkadaşlık ya da dayanışma kurabilmektedir (Önür, 2007: 207).

Bu sanal ağ, toplumların bireyselleşme sürecinde, yaşam alanlarının çoğullaşmasında ve yeni kimliklerin benimsenmesinde önemli rol oynamaktadır. Sanal mekanda kimliğin belirlenmesinde ve seçilmesinde bireye rol verilmesiyle birlikte birey ve toplum kavramları yeniden şekillenmeye başlamış, birey toplum içindeki sıradanlığından kurtulmak için toplumu ve kendisini zihninde yeniden kurma ve üretme imkanına kavuşmuştur (Avcıoğlu, 2011: 366).

Gerçek hayattan çok başka olan ve sanal dünya olarak tanımlayabileceğimiz bu yeni iletişim ortamı, geleneksel iletişimden farklı olarak hem geri bildirim imkanı hem de interaktif bir şekilde yeniden düzenlenme, yaratma imkanı sağlamaktadır. Sanal ortam, kimlik sunumu, imaj oluşturma, rol yapma veya boş zaman doldurma amacıyla inşa edilmektedir. Bu alanda bireyler, gerçeklik iddiasında bulunmadan, sıra dışı anlık arzular peşinde sürüklenip, imajlar denizinde yüzen, akışkan ve hareketli kimliklere evrilebilmektedirler (Armağan, 2013: 2).

Aslı itibariyle kimlik, bir dizi öğelerin birleşimiyle meydana gelen ve bireyin kendini tanımlamak için kullandığı bir kavramdır. Kimlik, yaşanılan çevre ve dilden, dinden, kültürden ve milliyet gibi değerlerden etkilenmektedir. Bireyin özsel gerçekliğinin yansıması olan kimlik zamanla, içinde bulunulan toplumun ekonomik üretim biçimine, sosyal yapısına, kültürel yapısına ve dinamiklerine koşut olarak farklılaşmakta ve dönüşmektedir. Özellikle de dijimodern çağda yeni iletişim teknolojileriyle birlikte kimlik çok daha çabuk biçim değiştirmektedir. Armağan'ın da dediği gibi (2013: 2-18):

“Geleneksel dönemde kolektif topluluklara aidiyetine göre anlamlandırılan ve görece sabit kabul edilen kimlikler, modernleşme evresinde öteki üzerinden tanımlanmış ve çok katmanlı, öz düşünsel, dinamik ve bütünselleşmiş olarak anlamlandırılmıştır. Küreselleşmenin kültürel yüzü olan postmodernizmin evresinde ise, merkezden edilen

kimliklerin dil ve söylemlerle sürekli inşa edildiği belirtilerek çevreden etkilendiği kadar çevreyi de etkileyen, ancak bütünlük ve tutarlılıktan yoksun olan, çelişkilere düşen farklılaşmayı deneyimleyen akışkan bir özellik gösterdiği belirtilmiştir. Günümüzde farklı iletişim teknolojilerinin yöndeşmesi sonucunca, kimlikler siber uzamın kendine sunduğu olanaklar ve neo-liberal sistemin değerleri içinde yeniden biçimlenmekte ve sanal ortam içinde, giderek kurgu haline bürünmekte, kurgusal gerçekliğini ve anlam arayışını buna göre belirlemekte ve imaj göstergelerine dönüşmektedir”.

Fakat bireylerin bu sanal ağlarda sosyalleşme, eğitim, iletişim, zaman geçirme vb. eylemleri gerçekleştirmek için oluşturmuş olduğu sanal kimlikler, çoğu zaman bireyin kendi gerçek kimliğinden çok farklı olmaktadır. Yani bireyin gerçek kimliği ile bireyin sanal ortamda oluşturduğu sanal kimliği birbiriyle uyuşmamaktadır. Bir nevi birey kendini olmak istediği yahut görünmek istediği gibi göstermekte ve sanal kimliğini bu şekilde inşa etmektedir.

Sanal ortamda oluşturulan bu kimlik, kendini ifade etme biçimi olarak seçilen bir yöntemdir. Sanal kimlik, sahip olunmak istenilen veya hiçbir zaman sahip olunamayacak olan istek ve arzuların şekillenmesiyle oluşturulan bir sanal gerçeklikten ibaret olmaktadır. İnsanlar bu tür aktiviteler sayesinde aidiyet duygusuyla kendilerini, siber uzantıda oluşturulan sanal cemaatler içinde konumlandırmaya çalışmaktadır. Sanal ortamda yeni edinilmiş bu sahte veya gizli kimliklerle bireyler, yenilik arama, özgür olma, toplumsal baskı ve normlardan uzak duygu ve düşünceleri ifade edebilme ve farklı gruplara karışabilme olanaklarına sahip olabilmektedir (Özbek, 2014).

Bu durumu, Ulrich’in maske kavramıyla metaforik olarak ele alıp tarif etmek mümkündür. Modernite ile maske metaforu birbirine sıkı sıkıya bağlı olmaktadır. Ulrich’e göre, “şehirden yaşayan bir insanın en az dokuz karakteri vardır: mesleki, ulusal, kentsel, sınıfsal, coğrafi, cinsel, bilinçli, bilinçsiz ve hatta bir de özel karakter” - öyleyse bu bireylerin bir o kadar da maskesinin olması gerekmektedir. Ulrich’in bu sınıflandırmasını, yaşamını sanal uzama adapte etmiş bireyler için de kullanmak

mümkündür. Öyle ki, birey bu sanal ortamda kendi kimliğini ya da kimliklerini inşa edip diğer sanal bireylere görülmeye değer olduğunu düşündüğü yapay varlığını sunmaktadır (Colomina, 2011: 23).

Bireyin sanal ortamda oluşturmuş olduğu bu sahte kimliğin diğer bireyler tarafından kendi gerçek kimliğinden daha fazla beğeni ya da ilgi görmesi durumunda birey gerçek kimliğinden uzaklaşarak sahte kimliğini daha fazla benimsemeye eğilim kazanmaktadır. Özellikle sosyal paylaşım ağlarında açılan hesaplarda bireyin oluşturmuş olduğu kimlikte, bireyin sadece iyi özellikleri, iyi görünen şeyleri, iyi fotoğrafları vb. bilgiler yer almakta, hatta kimi zaman birey sahip olmadığı özellikleri; parası, zenginliği, zevki, hobiyi vs. varmış gibi göstermektedir.

Çünkü insanlar hem gerçek hayatta hem de sosyal medyada kimlikler oluştururken, beğenilme kaygısı taşımaktadırlar, ancak ötekiler tarafından beğenilme ve bu doğrultuda kendini idealize etme, gerçeğe oranla, sosyal ağlarda daha kolay gerçekleşmektedir. Bu yolla birey, kendini olduğundan çok farklı bir şekilde dışarıya, yani sanal alemdeki ötekilere tanıtabilmektedir. Sosyal ağda inşa edilen kimlikler, bir nevi her gün çıkarılıp takılabilen Ulrich'in maske metaforundan ibarettir. Böylece sosyal ağlar, kimliklerin yeniden inşasını mümkün ve sürekli kılmaktadır. Bu yüzden sosyal ağ, insanların gerçek hayatta gösteremedikleri davranış ve düşüncelerini özgürce, hızlı ve kolay bir şekilde yayabilmelerini sağladığı bir mecradır. Hatta bu ağlar bireylere bu düşüncelerini görsel, işitsel öğelerle destekleyerek milyonlara ulaştırabilme, popüler olma, sosyal medya tabiriyle 'fenomen' olma imkanını sunmaktadır. Bireyler, interaktif etkileşim süresince kendilerini beğendirme ve paylaşım rekorları kırma çabası içerisinde olmaktadır ve kimliklerini başka kullanıcıların etkisiyle inşa etmektedirler (Arık, 2013a: 104).

Bunun bir diğer görünümü ise, sanal evrende oynanan gerçek zamanlı strateji oyunları olmaktadır. Değişik demografik özellikleri olan, değişik meslek gruplarına mensup, değişik ülkelerde yaşayan insanların eşzamanlı çevrim içi rol yaptıkları sanal oyunlar, bireyin kendine sanal bir kimlik inşa ettiği ve buna sıkı sıkıya sarıldığı bir ortam olmaktadır. Birey, bu oyunda sanal bir dünyada, sanal bir evrende, sanal bir

uzamda, gerçekmişçesine ikinci bir yaşam sürmektedir. Zaman, uzam, giyim-kuşam kodları değişik olsa da, kendi yarattıkları kahramanlar aracılığıyla sanal paralel bir evrende yaşarmışçasına düş güçlerini kullanarak ve gerçeklerden uzaklaşarak, sanal benliklerini büyük bir keyifle devreye sokmaktadır. Söz konusu bireyler, bu sanal oyunlarda düşünce ve fantezilerini devreye sokarak kendilerini başka bir uzamda düşünme ve görselleme olanağı bulmaktadır (Zeybek, 2012: 282).

Zeybek'in (2012: 283-284) sözünü ettiği gibi, bireyler, dışsal gerçeklikle bağlantısı olmasa bile imgelemin gücüyle "şeyleri" bilincinde görselleştirebilme, yapılandırabilme ve kendilerini gerçek dünyadan soyutlayarak, yeniden var olabilme olanağını bulmaktadır. İmgesel algıda, kuralların, kısıtlamaların, sınırların olmaması, bireylere sınırsız olanaklar tanımakta ve buna bağlı olarak birey çerçevesindeki sanal gerçekleri anlamlandırma ve yorumlamada yeni boyutlar elde etmektedir. Bu noktada, sanal iletişim, bireyin içindeki "ben"i, öykündüğü kişileri istediği gibi canlandırabilmesine, kurallar dışında özgür iletilerini, istediği biçimde gönderebilmesine olanak vermektedir. Sanal benlik, zaman ve uzamın dışında, başka bir uzamda, başka bir boyutta, başka söylemlerle, başka bir kişilikte iletilerini gönderme ve cesaretli davranma yönünde birçok olanak sağlamaktadır. Çünkü internet aynı zamanda benliklerle yakından ilişki içinde olmaktadır hatta verilen oyun örneğindeki gibi, yeni benlikler yaratmakta ve dünya bu benlikler içinde akıp gitmektedir.

Günümüz bilgi ve teknoloji çağının, 21. yüzyılın başından itibaren büyük bir ivme kazanan ve toplumsal hayatımızın damarlarına sirayet eden internet ile güç birliği içine girmesi neticesinde, hem kurumların hem de bireylerin genel geçer ve alışkanlık haline gelen kuralları bir kenara bıraktığı görülmüştür. Hızlı bir şekilde gerçekleşen bu değişim, içinde bulunduğumuz postmodern dünyanın ve çevresel koşulların da etkisiyle, insanları farklı arayışlara yönlendirmiştir. Teknolojinin çok baskın bir şekilde kendisini her alanda göstermesi, bireysel yaklaşımlar, yalnızlaşmanın getirdiği yabancılaşma gibi faktörler, insanları internetin yarattığı 'sanal dünyanın' içinde farklı bir kimlik arayışına doğru hızla götürmüştür. Özellikle son 2-3 yıl içerisinde internet deyince akla gelen Twitter ve Facebook gibi sosyal paylaşım ağlarının, insanları 'gerçeküstü' mekanlarda hayallerindeki 'kahramanlara' dönüştürme olanağı sağlaması, insanların birbirine olan

karşılıklı güven duygusunun azalmasına ve de kendi yarattıkları kimliklerin zamanla gerçek olanın da dışına çıkarak olduğundan çok farklı bir ‘elbisenin’ giyilmesine zemin hazırlamıştır (Bulunmaz, 2013: 13-14). Bu sanal ortamlarda yeni iletişim teknolojilerinin dönüştürücü etkileri ile bireysel ve kolektif düzeyde “kimlik” yeniden şekillenmiştir (Ciastringardi et al., 2011: 331).

Bireyler bu sanal kimliklerini sosyal ağlarda oluşturduğu profil bilgileriyle, fotoğraflarıyla ve yazılarıyla tasarlamaktadır. Bireyin sosyal mecraadaki profil sayfası bir nevi kendi vitrinidir ve nasıl ki iyi tasarlanmış bir vitrin müşteriyi mağazadan içeriye sokabiliyorsa, iyi inşa edilmiş bir profil sayfası da diğer kişileri kendi kişisel sayfasına getirebilir. Dolayısıyla, kendini görmek istediği şekilde ifade etmek için oluşturduğu profiller ile etkileşimde bulunan bireyin öncelikli hedefi, kurgulanmış da olsa, kendi kimliğini dışa yansıtmaktır. Sosyal ağ profilinde yer alan fotoğraflar, paylaşımlar, arkadaşlar gibi her türlü unsur da, bu kimlik oluşumunun bir aşaması niteliğindedir (Kaya, 2015). Sanal kimlik oluştururken, profilinde cesur davranan bireyin dayanak noktası ise, sanal ortamın kendisine görünmezlik anonimlik kazandırdığına inanmasıdır. Bireyler, sanal kimliklerle oynama olanaklarına eriştikleri için ve cinsiyete ilişkin bilgilerin görünür olmaması nedeniyle, kendilerini başkalarına istedikleri gibi tanıtmada özgürdürler. Bireylerin, kendi kimliklerini gizleyerek, adlarını, cinsiyetlerini, toplumsal rollerini ve statülerini değiştirerek başkalarıyla iletişim kurmaları artık çok basit ve kolay bir hal almıştır (Zeybek, 2015: 286). Sanal kimliğini inşa ederken, gerçekleri idealize ederek sunmasının nedeni bu kolaylık ve rahattır. Kişi bu alanda hem daha özgür hem daha cesur hem de her türlü denetim mekanizmasından sıyrılmış bir haldedir.

Kullanıcısına sınırsız bir sosyalleşme alanı ve kimlik inşa olanakları sunan bu sosyal paylaşım ağlarının şüphesiz en popüler Facebook’tur. Arık (2013a: 109) Facebook’u, görüntüsünün esas olduğu ve bireyin istediği şekilde kimlik uydurma imkanı olan bir platform ya da sanal bir cemaat olarak tanımlamaktadır. Ancak bu cemaat klasik anlamda kurulan bir cemaat değil, sorumluluk ve bağlılık gerektirmeyen, bilgisayar başından kalkmadan etkileşime geçilebilen, gerektiğinde görmezden gelinebilen sanal bir cemaattir. Bu alan, arkadaşların birbirlerinin profillerini görebildiği, fotoğraflarına ve diğer arkadaşlarına bakabildiği, yapılan her hareketin,

yazılan yorumların, izlenen videoların, cevaplanan testlerin, çözülen bulmacaların kişiye ait alanda yayınlandığı bir mekândır. Facebook’da kişiye ayrılmış olan mekân dilenildiği gibi tasarlanabilir. Gerçek benin bir taklidi olan bu ben, organize edilmiş, kurulmuş bir bendir. Facebook, bireyin kendi kendine kurduğu hem seyreden hem de seyredilen bir platformdur.

Birbiriyle aynı doğrultudaki birçok araştırmada ve bu araştırmalar sonucunda ortaya atılan teorilerde görülüyor ki insanların izleme ve izlenme kültürünün bir parçası haline gelmesinde iki ana sebep bulunmaktadır: Bunlardan birincisi, bir ruhun/kişinin başka bir ruha/kişiye ulaşma ve hayatın anlamını paylaşma çabası iken ikincisi de, popüler kültürün bize aşıladığı farkına varılma ve ilgi çekme arzusu olmaktadır. Twenge’nin ifade ettiği gibi, “kimliğini sen yaratırsın!” Bu iki ihtiyaç bir araya gelmekte ve dikizlemenin çıkış noktasını oluşturmaktadır. İnsanlar artık, “Düşündüğüm, hissettiğim ve yaptığım her şey, başka insanların düşündükleri, hissettikleri ve yaptıkları kadar kıymetli” diyerek bir bakış açısı geliştirmektedir. Niedzwiecki’nin (2010: 42) sözünü ettiği gibi, “hepimiz aynı derecede ilgi çekiciyiz; hepimizde aynı tavsiyede bulunma, dert paylaşma, kafa dağıtma, eşlik etme ve eğlence potansiyeli var. Bu yüzden de hepimizin hayatı izlenmeye değer. Başka bir deyişle, hepimizin hayatı para eder.”

Ancak bu sanal ortamda ya da siber uzayda oluşturulan etkileşim sanki gerçek dünyada ve gerçek zamandaymışçasına meydana geliyor gibi görünse de aslında bu sanal bir gerçeklikten ibarettir (Tribe, 1991). Bernea’nın (2013:85) da dediği gibi, sanal gerçeklik ikinci bir gerçekliktir, bir ayna yansımasıdır, fenomenolojik antropolojiye göre gerçeğin bir ruhsal kopyasıdır. Kitle iletişim araçları, pop kültürü ve internet insansız yüzler oluşturmaktadır: sahte bireyler ve sahte varlıklar (Bernea, 2013: 96).

İnternetteki sanal gerçeklik bizi büyüleyip kendisine hayran bıraksa da bu sosyallikten doğan kimliklerin üzerimizde oluşturduğu ağır yükü taşımak ve daima maske ile yaşıyor olmak bizi mutsuz bireylere dönüştürmektedir. Bu sanal kimlikler çoğu durumda kendimiz hakkında oluşturduğumuz bir yalandan ve bir sahtelikten ibaret olmaktadır. Bu sanal/sahte kimlikler bizi kendi hayatlarımızda kusursuz birer aktöre dönüştürmektedir. Özellikle sosyal ağlarda oluşturduğumuz bu sanal kimlikler bizim

içimizdeki potansiyeli azaltmakta ve açıkça bizi basit işlevsel varlıklara dönüştürmektedir (Bernea, 2013: 84).

Bireyin bir takım kişisel özelliklerini ve özgürlüklerini baskı altına alma ya da zorla kısıtlama bireyde kınanmışlık, eksik bırakılmışlık ve sahteleşmişlik hislerinin oluşmasına neden olmaktadır. Bundan ötürü bireyde ortaya çıkan eksik özgünlük hissi, sahte/yalancı kimlikler sayesinde giderilmeye çalışılmaktadır (Bernea, 2013: 84). Yani aslında kısıtlandığı şeylere ya da ulaşmak istediği ancak ulaşamadığı şeylere sahip olmak isteyen birey, kendi potansiyelini ortaya çıkarmaktan ziyade sanal ortamda sahte/yalancı kimlikler yaratarak bu özgünlüğe ve işlevselliğe erişmeyi arzulamaktadır. Ancak bu sahte kimlikler bireyi arzuladığı özgünlüğe ulaştırmanın aksine onun daha da sıradan bir varlık olmasına neden olmaktadır.

II. BÖLÜM - GÖZETİM

1. Gözetim

Gözetim olgusu, insanlık tarihi içinde bir denetim türü olarak hep var olmuştur. İnsanlar, gücü elinde bulunduranlar tarafından farklı amaçlarla ve farklı şekillerde gözetlenmişlerdir. Ancak modern dönemle birlikte, gözetim pratikleri de şekil değiştirmiştir. Artık özelde bireyi genel de ise toplumu gözetleme işi çok daha kapsamlı ve elektronik bir yapıya bürünmüştür. Bu gözetim faaliyetleri ve araçları, dijimodern dönemde ise artık bütün insanlığı izleyebilecek seviyeye ulaşmış ve kitlesel gözetimi gerçekleştirmeyi çok daha getirmiştir.

Temelde görme ve izleme eylemlerini içeren fakat bu eylemler gerçekleştirilirken farklı araçlar kullanılarak yapılan gözetim, iki farklı anlamda ele alınmaktadır. Birinci anlamıyla gözetim, bireylerin davranışlarını yönetmek üzere kullanılabilen onlar hakkında toplanılan şifrelenmiş bilgi birikimini ifade ederken, ikinci anlamıyla, bazı bireylerin davranışlarının, bunlar üzerinde otorite kuran diğer bazı bireyler tarafından doğrudan izlenmesini içermektedir (Giddens, 2008: 24). Bu şekliyle ilk gözetimi, depolayarak gözetim, ikincisini ise izleyerek gözetim olarak adlandırmak mümkündür. (Karakehya, 2009: 325).

Geniş perspektiften bakıldığında gözetim, sosyal kontrolün önemli bir aracı olmaktadır. Aileler çocuklarını, öğretmenler öğrencilerini, işverenler çalışanlarını, dini liderler cemaatinde gerçekleşen eylemleri, polis sokakları ve diğer kamusal alanları ve devlet de yasalarla belirlenmiş yasak ve yükümlülüklerle uyup uymadıklarını tespit etmek için halkını izlemektedir (Westin, 1967: 57). Bunun haricinde gözetim, belli insan davranışlarının dikkate alındığı süreçlere de işaret etmektedir. Güvenliklerinden kaygılanıldığı için birilerinin başkalarını izlemesi, cankurtaranın havuza/denize girenleri takip etmesi ya da polisin otoparkta şüpheli faaliyetlerde bulunan birini izlemesi bu tür gözetime örnek oluşturmaktadır. Ayrıca soykırım şüphesi barındıran toplu mezarların aranmasında uydu görüntülerinden yararlanılması yahut kuş gribinin nasıl yayıldığına ortaya çıkarılması için kuşların halkalanması da gözetimin farklı boyutlarını gösteren misaller olmaktadır (Lyon, 2013: 30-32). Lakin gözetimi, sadece sosyal yaşamın devamını sağlamak, olası tehlikeleri önlemek ya da meydana gelen olumsuz vakaları düzeltmek için kullanılan bir araç/sistem olarak görmek, gözetimi ve onun mahiyetini anlama noktasında yetersiz kalınması sonucunu doğuracaktır. Bahsedilen bu amaçlardan ziyade çalışmada gözetim, Bauman ve Lyon'un (2013: 8) tanımladığı gibi, "gözetleme, izleme, takip etme, sınıflandırma, kontrol etme ve sistemli olarak izleme" ya da Giddens'in dediği gibi, "bireylerin/toplumun davranışlarının, bunlar üzerinde otorite kuran siyasi erkler, çıkar amaçlı şirketler ve fişleme amacıyla izleme yapan devlet birimleri tarafından doğrudan izlenilmesi" şeklinde ele alınmaktadır.

Bilgiye ulaşım ve iletişim alanlarında sergilediği 'anarşist' karakteristiklerle özgürlükçü bir ortama yol açacağı düşünülen yeni dönemde; beklentilerin tam aksine, insanlığın 'elektronik panoptisizm' içinde sıkı bir gözetim sürecine girmekte olduğu görüşleri sosyal teori içinde yeni tartışmaları da gündeme getirmektedir. Böylece, post-modern bir özgürlükler çağı olması beklenen günümüzde, tüm ibreler gözetim toplumundan yana kaymaya başlarken, kamusal ve özel yaşamda beliren özgürlük/mahremiyet ihlalleri paralelinde, -teknoloji temelli- yeni iktidar yapıları ortaya çıkmaktadır. Bu, insanların neredeyse tümünün kayıt altına alındığı ve her hareketlerinin /iletişimlerinin sürekli izlenmeye başlandığı günümüz için, ütopyanın karşı-ütopyaya dönüşmesi anlamına da gelmektedir. Modern toplumlarda bireyler,

dünyaya geldikleri andan itibaren toplumsal yaşamın her aşamasında sistematik şekilde kayıt altına alınmaktadırlar. Günümüzde enformasyon teknolojileri, cep telefonlarının dinlenmesi, akıllı (smart) kartlar yoluyla ekonomik işlemlerin denetim altına alınması ve bu yolla çıkarılan tüketim/tüketici profillerinin veri bankalarında depolanması, şehirlerin ya da en azından işlek alanların kameralarla donatılması, internette ziyaret edilen web sitelerinin izlenmesi ve elektronik postaların okunması gibi çeşitli yöntemlerle iktidarların toplumsal denetim ve gözetim güçlerini en üst noktalara taşımaktadırlar (Dolgun, 2004: 55-56). Bu yeni iletişim araçlarının baş döndüren bir hızla gelişip yaygınlaşması ve yönetenlerin/iktidarların bu araçlara hükmetmeye başlaması, disiplin toplumlarının denetim toplumlarına evrilmesinde başat rolü üstlenmiştir.

2. Toplumsal Değişme Sürecinde Gözetim Stratejileri

Gözetim olgusunun, hem amaçları ve işlevselliği bakımından hem de kuramsal açıdan, toplumsal denetim ve iktidar/egemenlik ilişkileriyle birlikte ele alınması gerekmektedir. Bununla bağlantılı şekilde, toplumsal denetimin başlıca araçlarından biri olarak gözetimin tarihi, neredeyse insanlık tarihi kadar eski temellere dayanırken; gözetim toplumu, modernite/kapitalizm/sanayi devrimi ve özellikle de enformasyon teknolojileriyle ilişkileri bağlamında, yeni kabul edebilecek bir kavramlaştırma olarak kendini sunmaktadır (Dolgun, 2008: 21).

Gözetim olgusu pek çok yazar tarafından farklı değerlendirmeler baz alınarak farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Gözetim çalışmaları üzerine derin araştırmaları bulunan David Lyon gözetim tekniklerini üç döneme ayırmaktadır. Lyon'a göre (2013: 113-114):

“Yapay olarak belirlenen tarihsel dönemlerin aralarında herhangi bir çakışma ya da akış bulunmayan kapalı geçici mekanlar olduğu düşünülemeyeceğine göre, modern öncesi, modern ve postmodern dönemlerdeki gözetim tekniklerini saptamak mümkündür. Ancak, bir dönemin yerini diğer bir dönemin aldığı gibi yanlış varsayıma kapılma tehlikesi dolayısıyla, gözetim ilişkisi türleri

arasında temelde bir ayrım olduğunu düşünmek en mantıklısıdır. Birincisi, modern öncesi olarak adlandırdıklarımız doğrudandır, 'yüz yüzedir'; örneğin, işyerinde ustabaşının işçileri gözetlemesidir. Şimdiki zaman ön plandadır, mekan koordinatları yereldir. İkincisi, yani modern gözetim yöntemleri daha karmaşık dolayimli, bugün ve geçmiş yönelimli, yerel ve ulusal olup muhasebe yöntemler ve dosyaya dayalı koordinasyondan yararlanarak gerçekleştirilir ve kapsayıcılığı, aynılığı, birörnekliliği, tektürelliliği özendirme eğilimindedir. Üçüncüsü ise, postmodern olarak anılan yöntemler dijital aracılıdır, davranışsal ve biyometrik özelliklere dayalıdır, gelecek yönelimlidir, mikro (beden) ve makro (dünya) odaklıdır ve ayrımcı olma eğilimindedir.”

Gözetim konusunu derinlemesine inceleyen ve bu alan üzerine çalışmalar yapan Dolgun ise (2005: 28) değişme sürecinde gözetimi dört aşamaya ayırmıştır. Birinci aşama, “jurnal” olarak nitelendirilen, daha çok imparatorlar ile hükümler güçlerin güvenliğini ve iktidarını pekiştirmeye yönelik olan ve üçüncü şahısların verdikleri sözlü-yazılı bilgilere dayanan dönem olmaktadır. İkinci aşama, ulus-devlet ile birlikte ulusal güvenlik kaygısının kurumsallaşmış biçimde ön plana çıkmaya başladığı ve devletin güvenliği adına “fişleme” gibi yöntemlerin önem kazandığı istihbarat faaliyetlerinden oluşmaktadır. Üçüncü aşama ise, özellikle soğuk savaş döneminde doruk noktasına ulaşan, gelişmekte olan enformasyon teknolojilerinin ilk örneklerine dayanan ve en karakteristik örneği telefon dinleme olan istihbarat faaliyetleri olmaktadır. Dördüncü aşama da, ulusal güvenliğin yanında ekonomik endişelerin de artmaya başladığı, teknolojik imkanlarla gerçekleştirilen istihbarat hareketlerini kapsamaktadır. Bunlar internet başta olmak suretiyle, dijital gözetim biçimlerinin günlük hayatın her alanına nüfuz ettiği noktalarda görülmektedir.

Gözetimin toplumların değişen ekonomik kültürel yapıları içinde farklı özellikler gösterdiği ve ancak dönemlere ayrılmasının teknolojinin gelişimi ile bağlantılı olduğu açıkça görülmektedir. Teknolojik imkanlar geliştikçe zaman içinde gözetimin mahiyetinde de farklılıklar ve dahi çeşitlilikler medyana gelmiştir. Bu noktadan hareketle bu kısımda gözetimin tarihsel süreçte ayrıldığı dönemler teknolojinin yaşadığı

büyük değişimler baz alınarak şekillendirilmiştir. Gözetim, aşamalara ayrılırken internetin doğuşu ve yaygınlaşması orta nokta olarak alınmış ve internetin yaygınlaşıp geniş kitlelerce kullanılmasından önce “geleneksel dönem, modern dönem” ve internetin yaşamın vazgeçilmez bir aracı halini almasından sonra “postmodern dönem, dijimodern dönem” olmak üzere, özelde dört, temelde ise iki döneme ayrılarak ele alınmıştır.

2.1. Geleneksel Dönemde ve Modern Dönemde Gözetim

Gözetim kavramı yalnızca yaşadığımız bu döneme ait bir kavram olmamaktadır. İnsanlar tarih boyunca, kaydettikleri ilerlemeyi görmek, ne yaptıklarını kontrol etmek ve daha önemlisi toplumsal örgütlenme ve koruma amacıyla diğerlerine bakıp onları gözetlemişlerdir. Antik dönem yöneticileri, Mısır’da olduğu gibi vergi, askerlik hizmeti ve göç gibi amaçlarla nüfus kayıtlarını tutmuşlardır. İsrail’in göçebe halkında bile, MÖ 15. yüzyılda topluluğa ilişkin ayrıntıları kaydetmek üzere birden fazla nüfus sayımı yapıldığı görülmektedir. Ancak bu dönemde söz konusu gözetim, sadece bu kısıtlı faaliyetlerden ibaret olmaktadır. Askerlik hizmetini düzene koyma ve vergileri düzgün olarak toplama amaçları dışında etkin bir gözetimin varlığından söz etmek mümkün olmamaktadır (Ak, 2013: 382-383). Çünkü teknolojik imkanların olmaması, araç olarak sadece insan gözünün kullanılması ve yöneticilerin yönetmek için gözetimin elzem olduğu fikrine henüz kapılmamış olmaları hasebiyle söz konusu dönemde gözetim tüm toplumu kapsayan bir yapıya sahip olmamaktadır.

Etkin şekilde uygulanan gözetimden bahsetmek için 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarına kadar gitmek gerekmektedir. Teknolojinin hızlı gelişim gösterdiği bu yıllara paralel olarak gözetim de hız kazanmıştır. Bireyin bireyi gözetlemesinden ziyade devletin halkını ya da diğer devletleri gözetlemesi esas alındığında, bu dönemde devletin uyguladığı gözetim yöntemlerinin eski zamanlara nazaran çok daha kapsayıcı ve etkin bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.

Kurumsallaşmış şekliyle toplumsal yaşamın merkezi ve yaygın bir özelliğini oluşturan teknik gözetim, günümüzdeki anlamıyla 19. yüzyıla kadar ortaya çıkmamıştır. Bu aşamadan sonra ise, yayılması çok hızlı bir şekilde olmuştur. Geniş ölçekli

sistematik denetime yaslanan bu yayılımın temel unsurlarını, sını kapitalizm, sanayi kentlerinin artışı ve yoğunlaşma hızı, ulus-devletin iç ve dış tehlikelere karşı korunma güdüsü, askeri örgütlenmeler, devlet idaresi, bürokratik yapılanma ve kapitalist işletme sayısındaki artışlar gibi bileşenlerin oluşturduğu modern toplumda bulmak mümkün olmaktadır. Bu unsurlara bağlı olarak, sınıf ilişkileri ile rasyonalize olmuş bir sistemin - veya toplumun- mevcut yapı içinde nüfuz edici bir boyutu olarak gözetim, sosyolojik açıdan modernitenin belirleyici özellikleri içinde en önemli unsurlardan birini oluşturmaktadır (Dolgun, 2008: 74-75). Söz konusu dönemde, devlet kendisine tehdit oluşturacağını düşündüğü kişi ya da kişileri fişlemek için farklı yöntemler kullanmıştır. Gözetim ise bu amaca ulaşmak için devlet tarafından kullanılan en etkin ve en yaygın yöntem olmuştur.

Gözetim amacıyla kullanılan bu yöntemlerin belki de en ilginç ve o dönemin şartlarına göre en etkin olanlarından biri, takip edilen kişinin ellerine, ayakkabısına, giysisine, saçına veya şemsiyesine floresan toz/boya bulaştırılmak ya da kişinin sabununa, tıraş losyonuna veya şampuanına bu tozu/boyayı eklemek suretiyle o kişinin işaretlenmesi olmaktadır. Bu toz/boya normal ışıpta görünmemekte yalnızca ultraviyole ışık altında fark edilebilmektedir. Bu yöntem sayesinde tehdit unsuru olarak görülen kişi bu madde sayesinde fişlenmekte ve fişlendiğinin farkına dahi varmadan günlük hayatına devam etmektedir (Westin, 1967: 69).

Diğer bir yöntem ise, yer belirleme cihazları ile kişinin takip edilmesi olmaktadır. Kişinin giysisine, arabasına, çantasına ya da yanında bulundurduğu diğer araçlardan birine küçük radyo sinyali vericisini gizleyerek gözetlenecek kişinin yakın mesafelerden takip edilmesi mümkün kılınmıştır. Bu yöntemde yakın bir mahiyete olan fakat uygulanış açısından çok farklı bir yapıya sahip olan yöntem de, yaklaşık 5 metre ile 18 metre arasında etkili takip yapma imkanı veren hap şeklindeki çok küçük bir radyo vericisinin takip edilecek kişinin yutmasını ve böylece vericinin kişinin midesine yerleşmesini sağlayarak şahsın izlenmesi/takip edilmesi olmaktadır (Westin, 1967: 69-70).

Modern dönemde uygulanmaya başlanan ve günümüzde de hala varlığını sürdüren gözetleme/takip etme yöntemlerinden birisi de kişinin telefonlarının ya da ortamın dinlemesi olmaktadır. Özellikle ikinci dünya savaşıyla birlikte ivme kazanan soğuk savaş yıllarında ise doruğa ulaşan telefon dinleme, devlet bünyesindeki istihbarat teşkilatlarının gözetleme işinde en çok başvurduğu yöntem olmuştur.

Zaman içinde gelişen teknolojik imkanlar, bireyin ve toplumun farkı şekillerde ve daha kapsamlı şekilde gözetlenmesine de imkan tanımıştır. Gözetlemeye imkan tanıyan bu araçların modern dönemde en etkili kuşkusuz güvenlik kameraları olmuştur. Önceleri trafikteki ihlalleri ve kazaları önlemek ve kayıt altına almak için kullanılmaya başlanan güvenlik kameraları zamanla daha kapsamlı bir yapıya bürünerek kamuya açık alanda suçları önleme ve suça karışan kişileri yakalamak için kullanılmıştır.

Dünya üzerinde halihazırda milyonlarca güvenlik kamerası ile insanlar gözetlenmekte ve her geçen gün bu kameraların sayısı artırılıp gözetlenen alanların çevresi ise artmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre İngiltere’de her 11 kişiye bir güvenlik kamerası düşmekte olup halk toplam 4.9 milyon kamera ile gözetlenmektedir (Barrett, 2013).

Tüm bu gözetim faaliyetleri zaman içinde evrilerek bütünleşik sistemler halinde varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Yeni teknolojiler, yeni gözetim araçlarını yaratmakta ya da var olan gözetim araçlarını daha kapsamlı hale getirmekte bu sayede de kitlesel gözetim bir öncekine nazaran daha kolay yapılabilmektedir.

2.2. Postmodern ve Dijimodern Dönemde Gözetim

Hem modern dönem öncesi ve modern dönemde hem de post modern ve dijimodern dönemde gerçekleşen gözetim ve bu gözetimin yapısı aslında uzun zaman dilimleri sonucunda şekillenmiştir. Fakat geleneksel dönem dediğimiz modern dönemden önceki dönemde gerçekleşen gözetime nazaran postmodern ve dijimodern dönemde gerçekleşen gözetim çok daha kapsayıcı ve sahip olunan teknik imkanlar aracılığıyla çok daha kolay uygulanır nitelikte olmaktadır.

Özellikle 1980’li yıllar, değişen beşeri ve teknik koşullarla birlikte bir yandan gözetim amaçlı bilgisayarların kullanılmaya başlandığı, diğer yandan da gözetimin tüketici dünyasının belirleyici bir aracı haline gelmeye başladığı bir dönem olmaktadır. Sanayi devriminden beri kurumların ve toplumların daha etkin gözetlenme amacına, şimdilerde mikro-elektronik teknolojilerin uygulanmasıyla, hem de gözetim kapasitesi çok genişlemiş olarak varılmaktadır. Aynı zamanda gözetimin hedefleri de genişlemiştir. Bunlara ek olarak, gözetim, teknolojiye gelişmelerle güçlendirilmiş ve belli bir ölçüde de yönlendirilmiş olarak, gittikçe daha küresel ve entegre bir olgu haline almıştır. Hem ticari hem de devlet bağlantılı veriler ulusal sınırları aşmaktadır. Aynı zamanda küresel pazarlama, dünyanın değişik yerlerindeki tüketimin analiz edilmesine büyük ilgi göstermektedir. Bu ilgi, küresel pazarlamada kredi kartı ve barkotlu kartların uluslararası kullanımı, tüketici bilgileri ve kişisel bilgilerin bir bölgeden diğerine kolaylıkla geçiş yapmasını da getirmektedir (Güven, 2011: 177). Çok hızlı bir biçimde gelişip ve yine çok hızlı bir biçimde yayılmaya devam eden bu küresel gözetimle, neredeyse her zaman her yerde kişisel verinin oluşması ve birikmesi mümkün hale gelmiştir. Ne zaman bir mağazada bir kredi kartı kullansak; isimlerimiz, aldığımız şeyler ve harcama miktarımız dev veri tabanı listelerine eklenmektedir. Bunun dışında otayolda alınan elektronik bileten cep telefonuyla olan konuşmalara kadar her şey kayıt edilip, ayrıntılı analiz sürecinden geçirilerek depolanabilmektedir. Bunun daha uç noktasında ne zaman doktora gidilse, sigortaya dilekçe verilse, faturalar ödenecek olursa, resmi makamlarla bağlantıya geçilmek istense veya çevrimiçi olursa kişilerin hareketlerinden ve durumundan elde edilen fotoğraf her zamankinden daha görünür ve daha net olmaktadır. Fiziki vücutlar gitgide çoğalan dijital bir veri vücuduna dönüşmektedir (Stalder, 2002: 120).

Bennett ve arkadaşlarının ileri sürdüğü gibi (2014: 3); Bugün artık yaşamlarımız hiç olmadığı kadar şeffaf bir hale bürünmüş durumda olmaktadır. Dışarıda yürürken, online alışveriş yaparken, uçağa binerken, telefonla konuşurken yahut sınıfta otururken kısacası günlük yaşantıda gerçekleştirilen şeyler yapılırken bireyler, kontrolleri dışında ve hesap edilemeyecek kadar çok şekilde gözetime maruz kalmaktadır. Yaptıkları her şey, attıkları her adım elektronik ortamda kayıt edilmektedir.

Kitlesel gözetimin hızla gelişmesi ve maliyetinin düşmesiyle beraber, insan nüfusunun her yirmi beş yıl gibi bir dönemde ikiye katlandığı bu çağda, gözetleme kapasitesi ise her on sekiz yılda bir ikiye katlanmaktadır. Üstelik her geçen gün bu gözetim kapasitesi bir önceki dönemine göre daha hızlı ve daha kapsayıcı bir yapıya bürünmektedir. Gelişmiş teknolojik olanaklar ile gözetleme eğrisi nüfus eğrisine baskın gelmiş olmaktadır. Bugün artık 10 milyon dolara orta büyüklükte bir ülkenin kitlesel verilerini ebediyen arşivleyecek bir sistemi satın almak mümkün olmaktadır (Assange ve diğ., 2013: 48).

Medyada çıkan haberlere göre 2011 Ağustos’unda Fransız Şirketi Amesys Libya’da Kaddafi’ye; İngiliz Gamma şirketi Ekim 2011’de Mısır güvenlik kurumlarına; İtalyan Hacking Team Şirketi Ekim 2011’de Kuzey Afrika ve Orta Doğu’daki güvenlik şirketlerine DPI yani derin veri analizi gözetim programları satmıştır. Bu durum Avrupa’da birçok tartışmaya neden olmuş, özellikle az gelişmiş ülkelerin halkları üzerine baskı oluşturulacağı düşünülerek Avrupa ülkelerinin bunları satması tepkiyle karşılanmıştır. Bu nedenle Avrupa Parlamentosu 27 Ekim 2011’de 567 oyla enformasyon teknolojileri için gözetlemeye ve dinlemeye yarayan iletişim sistemlerinin demokratik ilkelere, insan haklarına ve konuşma özgürlüğüne zarar verecek şekilde kullanılması amacıyla satılmasına yasaklamalar getirmiştir (Fuchs, 2012: 3).

Julian Assange’e göre (2013: 11);

“Dünya yeni bir ulus ötesi kara ütopyaya doğru savruluyor, hatta savrulmak ne kelime, dörtlüye koşuyor. Ulusal güvenlik erbabı dışında kimse bu gidişatın tam anlamıyla farkına varmış değil. Meselenin gizliliği, karmaşıklık düzeyi ve ölçeği, açığa çıkmasının önünde engel oluşturuyor. Elimizdeki en önemli özgürleşme aracı olan internet, totaliterliğin bugüne dek görülmedik düzeyde tehlikeli bir yöntemi haline geldi. İnternet insan uygarlığı için bir tehdit arz ediyor. Bu dönüşüm sessiz sedasız gerçekleşiyor, zira olup bitenden haberdar olan kişiler küresel gözetim endüstrisinde istihdam edilmiş oldukları için, gerçekleri dile getirmek çıkarlarına ters düşüyor. Kendi

gidişatına bırakılacak olursa birkaç yıl içinde dünya uygarlığı izlemeye, gözetlemeye dayalı postmodern bir kara ütopyaya dönüşecek ve internet konusunda olağanüstü hünerli bireyler dışında kimsenin bundan kaçması mümkün olmayacak. Aslına bakılırsa işler çoktan bu raddeye varmış olabilir.”

Yeni gözetim teknolojilerinin insanların gündelik yaşamları içindeki dayanılmaz hafifliği gözetimi bu noktaya getiren şeylerin başında gelmektedir. Gözetim artık sadece kapitalist üretim sürecinin veya bürokratik örgütlerin işlerinin devamını sağlayan bir güç aracı olarak algılanmamaktadır. Gözetim, kapıların dinlendiği döneme ya da soğuk savaş dönemlerine göre daha yaygın olmaktadır. Bununla birlikte, baskı unsuru olarak görülmekten öte tehlikelerden korunmak ve hayatı kolaylaştıran teknolojik ürünlere sahip olmak için ödenebilecek bir bedel olarak karışımızda durmaktadır (Güven, 2006: 7). Güvenlik, eğlence, hızlı alışveriş, sanal sosyalleşme, hızlı iletişim gibi getirileri olan yeni iletişim (gözetim) teknolojileri karşılığında kayıtsız şartsız mahremimizi onun gözetimine sunmamızı istemekte ve bunu şuan itibariyle başarmış görünmektedir.

İnternetin dünya genelinde kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber kişilerde özel hayatlarına ait kişisel verilerin yasalara aykırı şekilde alenileşmesi endişesi başlamıştır. Uluslararası hava trafiğinden, para transferine yahut uluslararası şirketlerin insan kaynaklarında yer alan bilgi sistemlerine varana kadar birçok alanda devasa boyutta veri depolanmış ve bu veriler ulusal sınırları aşmıştır (Yıldız, 2007: 183). Ağ tabanlı gerçekleşen bu gözetim gündelik pratiklerin çok daha sıradan teftiş ve denetimlere tabi tutulduğu bir dünya yaratmaktadır. Kart okutmak, pin kodu istemek, foto ID çıkarmak; bunlar ve daha fazlası bugün artık gündelik hayatın kanıksanmış protokolleri olmaktadır ve geleceğe dönük olarak gittikçe daha fazla çarpıtılmakta olan bir gözetim dünyası üretmektedir (Lyon, 2013: 105). Bu küresel gözetimin en açık göstergelerinden biri, 188 devletin imzaladığı Nisan, 2010'dan itibaren terörle mücadele bağlamında standart makine tarafından okunabilir pasaport (MRP) kullanılması yönündeki (Birleşmiş Milletler'in desteğiyle) Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO) sözleşmesidir. Bu devletlerin 110 kadarı halihazırda bu MRP'leri kullanırken, bunların kırkı ise 2006 sonunda biyometrik açıdan güçlendirilmiş bir varyant ya da e-pasaport kullanımına

geçmiştir. Tüm dünyada güvenlik, göçmenlik ve gümrük kontrol noktaları aynı zamanda vizelerde elçilik ve konsoloslukların erişimine de açık olan bu MRP'leri kabul etmektedir. Adil enformasyon pratiklerinin (FIP), MRP ve e-pasaportun kullanıldığı bütün ülkelerde MRP'lerden alınan kişisel verilerin değerlendirilme biçimlerini ne derece yönettiği az çok ortada olmasına karşın, burada amaç, işbirliktelik ve küresel ağ oluşturmaktır (Lyon, 2013: 193). Artık birey dünyanın neresine giderse gitsin bu MRP'ler ve diğer gözetim araçları vasıtasıyla onun her adımı takip edilebilmekte, yaptığı her şey izlenebilmekte ve tüm hareketleri kayıt altına alınabilmektedir.

Postmodern ve dijimodern dönemde doruk noktasına ulaşan bu gözetim pratikleri bireye kaçacak, saklanacak ve yalnız kalabilecek bir alanı imkansız kılmıştır. Büyük çoğunluğu internet tabanlı işleyen bu gözetim teknolojileri birçok şekilde günlük hayatın işleyişine entegre edilmiştir. Bu gözetim araçlarının/teknolojilerinin başrol oyuncularından biri olan arama motoru devi Google'ın piyasaya sürmeye hazırlandığı yeni sistem bu dönemdeki gözetimin en önemli örneklerinden birini oluşturmaktadır.

Google yakın zamanda yaklaşık 555 milyon dolara "Dropcam" isimli bir firmayı bünyesine katmıştır. Evler için güvenlik kameraları üreten Dropcam ile atılan adımın akıllı ev konseptini hayata geçirmek olduğu söylenmektedir. Dropcam temelde internet tabanlı çalışan kameralardan oluşan bir güvenlik sisteminden oluşmaktadır. Halihazırda internete girdiğimiz kişisel bilgilerimizi kayıt altında tutan Google'ın bu sistemle artık evlere de (dolaylı yoldan da olsa) güvenlik kamerası ile gireceği ve etki alanını daha da artıracığı düşünülmektedir (Shumaker, 2014).

Özetle postmodern ve sonrasında dijimodern dönemdeki toplumlarda tam bir mahremiyetten söz etmek asla mümkün olmamaktadır. Kapitalist yapı mahremiyet hakkının bütünlüğünün tehdit eden gözetimi sürekli olarak geliştirmekte ve toplumun en ücra noktasına kadar nüfuz etmektedir. Mahremiyet ve gözetim arasındaki bu karşıtlık kapitalizmin temel yapı taşlarından birini teşkil etmektedir (Fuchs, 2011: 144).

Hem devlet hem de ticari şirketler tarafından gerçekleştirilen kitlesel gözetim, toplum yapısında da köklü değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bilgi ya da

enformasyon toplumu denilen toplum yapısı gitgide Gary T. Marx'ın deyimiyle "Gözetim Toplumu"na dönüşmektedir.

3. Gözetim Toplumu

Kişisel yaşamın en ince ayrıntılarını izleme konusunda enformasyon teknolojilerinin sahip olduğu müthiş potansiyelin anlaşılması sonrasında, gözetim toplumu kavramını Gary T. Marx (1985) "Gözetim Toplumu: 1984 Tarzı Tekniklerin Tehdidi" başlıklı makalesiyle ilk kullanan kişi olmuştur. Enformasyon teknolojileri sayesinde total özellikteki toplumsal denetimin önündeki son engellerden birinin daha yıkıldığını belirtmek için kullanılan bu terimi (Dolgun, 2008: 26-27), daha sonra David Flaherty (1989) "Gözetim Toplumunda Mahremiyetin Korunması: Almanya Federal Cumhuriyeti, İsveç, Fransa, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri" adlı makalesi ile ele alınmıştır. Sonrasında ise Giddens kitap ve makalelerinde gözetim toplumu terimini ayrıntılı şekilde incelemiştir.

Gözetim üzerine yazılar yazan bu araştırmacıların en önemlilerinden biri olan ve gözetim toplumunu enformasyon teknolojileri ile ilişkilendirerek bu alandaki en güncel eserlerden birine imza atan David Lyon, bireylerin artık 'vatandaş' olarak değil 'kodlanmış numara ve harf dizileri' olarak tanımlanmaya başladığı vurgusundan hareketle; gözetim toplumunu, kişisel yaşama ait her türlü ayrıntının sürekli olarak büyük şirketler ile devlet dairelerine ait bilgisayarların veri tabanları içinde toplanması/saklanması/çağırılması ve işlenmesi olarak tanımlar (Dolgun, 2008: 28).

Artık inanılmaz bir hızla gelişen teknolojiyle birlikte, gündelik yaşamın dinamikleri de dönüşüme uğramakta ve 'enformasyon toplumu' olarak adlandırılan mevcut toplum yapısının giderek 'gözetim toplumu'na dönüşmekte olduğu yönündeki görüşler ağırlık kazanmaktadır. Sanayi devrimiyle buharlı makinelerin yol açtığı sosyo-ekonomik değişimin benzerini, bugün de -çok daha sarsıcı bir biçimde- iletişim teknolojileri sergilemekte ve 'bilgi parmaklarınızın ucunda' sloganıyla yepyeni bir dönem başlamaktadır. Artık gündelik yaşamdaki her şey, -ekonomi, çalışma hayatı, toplumsal ve idari hizmetler, eğitim, cemaatleşme, vs. gibi- sanal bir ortama taşınırken, insanlar internete girdikleri anda ucu bucağı olmayan bir dünyaya açılmaktadır (Dolgun,

2004: 55). İnsanlar gün doğumundan batımına kadar olası her yerde bilgisayar destekli ve ağ tabanlı teknolojilerin kuşatması altında olmaktadır. Bu kuşatma, yalnızca personelin şifreli bir anahtar ile bir binaya ya da bilgisayar terminaline erişimiyle sınırlı değildir; tüm çevremiz insanların nerede olduğunun, ne yaptığının, nereye gittiğinin bilinmesini sağlayan kablolu, kablosuz bağlantılarla kuşatılmıştır. ‘Yaban’ ayaklar bile her an nerede olduklarını gösteren küresel konumlanma sistemlerine (GPS) sahip bulunmaktadır. Ancak, aslında ‘görülen’ insanlar değil, daha çok, sağladıkları DNA ve parmak izi teknolojilerinde olduğu gibi kendilerinden alınan veriler olmaktadır. Gerçekleştirilen bu gözetim doğrudan yani yüz yüze ya da teknoloji dolayımı olarak yapılabilir. Ancak günümüz dünyasında ikinci türün hızla gelişmekte olduğunu söylemek mümkündür (Lyon, 2013: 11-12). Artık eski usul takip, fişleme ve gözetlemeyle elde edilen yazılı bilgilerden oluşan dosyaların yerine atılan her adımın, gidilen her yerin, girilen her sitenin, paylaşılan her iletinin yer aldığı aklın havsalanın almayacağı büyüklükteki veri dijital ortamda görülüp yine bu ortamda saklanmaktadır.

Aslında her dönemde insanların en basit gündelik eylemleri gözetime maruz kalmış, bu gözetim ise bir denetim ve disiplin türü olarak günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Fakat günümüzde gözetleme, gelişen teknolojilerle birlikte daha karmaşık ve profesyonel ellerden yürütölmeye başlamıştır. Bu yüzden günümüz toplumları gözetim toplumları olarak da adlandırılmıştır (Tümurtürkan, 2010: 3). ‘Gözetim toplumu’ gibi kavramlar, modern dünyada bütün yaşam tarzımızın gözetim ile kaplandığına dikkat çekmektedir. Bu görüşe göre üzerimizdeki göz her yeredir, her andadır ve kaçınılmazdır. Her birinde kişi dışı yapı tarafından ayrı ayrı kişisel kayıtların tutulduğu seçmen kaydı, vergi dosyası, hasta özgeçmişi gibi özel bağlamalarda bir kez kayda geçen veriler gündelik hayatın her alanına yayılmaktadır. Yolculuk ederken, yemek yerken, alışveriş yaparken, çalışırken, sokakta yürürken, spor salonunda egzersiz yaparken birtakım denetimler meydana gelmekte, birtakım kayıtlar tutulmakta ve bir takım görüntüler çekilmektedir (Lyon, 2013: 45). Kısacası her gün insanların davranışları izlenip kayıt altına alınmakta ve devasa miktardaki bilgi veri tabanlarına kaydedilmektedir (Gilbert, 2007: 12; Westin, 1967: 23).

Söz konusu bu gözetim teknolojileriyle gerçekleştirilen gözetim Lyon'un (2014: 22) deyimiyle "Tanrının Gözü" gibi işlemektedir. Kaçacak, saklanacak hiçbir yer bırakmayan bu göz, herkesi ve her yeri görmektedir. Bu özelde bireyi genelde de tüm toplumu sarıp sarmalayan bir gözetime işaret etmekte ve toplum yapısının dönüşmesinde başat bir rol üstlenmektedir.

Toplumsal yapısı ve arz ettiği özellikleri açısından, ister enformasyon toplumu, ister gözetim toplumu, isterse de başka adlarla nitelensin, günümüzün toplumunda değişmeyen unsur; enformasyon teknolojilerinin -özellikle de, kamusal ve özel alan ayrımı tanınmadan tüm dünyayı elektronik ortamda birbirine bağlayan siber-uzay içinde internetin- oynadığı dönüştürücü rol olmaktadır (Dolgun, 2008: 191-192).

Burada vurgulanan ve gözler önüne sergilenen tehlike, yayılmacı bir özellik gösteren ve gündelik yaşamı hızla hakimiyeti altına almaya başlayan enformasyon teknolojileri sonrasında; kişisel bilgilerden oluşan dokümanların, güçlü bilgisayar veri tabanları yoluyla saklanması, eşleştirilmesi, çağırılması, işlenmesi, pazarlanması ve dolaşıma sokulması olmaktadır. Bu anlamıyla gözetim ve gözetim toplumu, standart özellikteki emniyet ya da güvenlikle ilişkileri dışında; istihdamı, ticareti, gündelik alışverişleri ve yönetim faaliyetlerini kapsayan çeşitli kurumlarca, kişisel verilerin toplandığı veya birbirleriyle ilişkilendirildiği bir dizi bağlam içinde ve çok daha bütünsel bir anlamda ele alınmaktadır. Bu bakımdan toplumlar, iktidar ve egemenlik ilişkilerine paralel olarak, kendilerini sıkı bir toplumsal denetimin odağı haline getiren enformasyon teknolojileri sayesinde, gözetim kapasiteleri sürekli ve düzenli olarak arttırılan toplumlara dönüşme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar (Dolgun, 2005a: 17-18).

Lyon'a göre (1997: 256), günümüzde kamusal rıza, itaat gündemi belirleme, toplumu yönlendirme pratikleri, özellikle teknolojiye gelişmelerle birlikte, bir yandan kamusal alanın yapısını, içeriğini, epistemik varoluşunu belirlerken; aynı zamanda da bireyi tümüyle kuşatan, kontrol eden, gözleyen-gözetleyen panoptik bir mekanizma olarak özel alana da müdahale etmekte, kamusal-özel alanı gerektiği gibi belirleme özelliğine sahip olabilmektedir. Sosyolojik olarak "elektronik göz", "gösteri toplumu",

“gözetim toplumu” olarak nitelediğimiz bu çağda, insanların mahrem alanları ve gizlilik alanları giderek alenileşmekte, kamuya açık hale getirilmekte ve herhangi bir yasal denetim olmaksızın, telefon dinleme gibi gizli kayıt faaliyetleri yaygınlaşmaya başlamaktadır. Gözetim toplumundaki tehlike, mahremiyetin ihlalinin siyasal/yönetimsel bir erke, kısaca devlete bağlı bir dizi faaliyetten daha fazlasını içeriyor olması, bilfiil toplumun kendisinin bir “gözetleyen/gözetlenen” pozisyonuna eşanlı dönüşmesi olmaktadır.

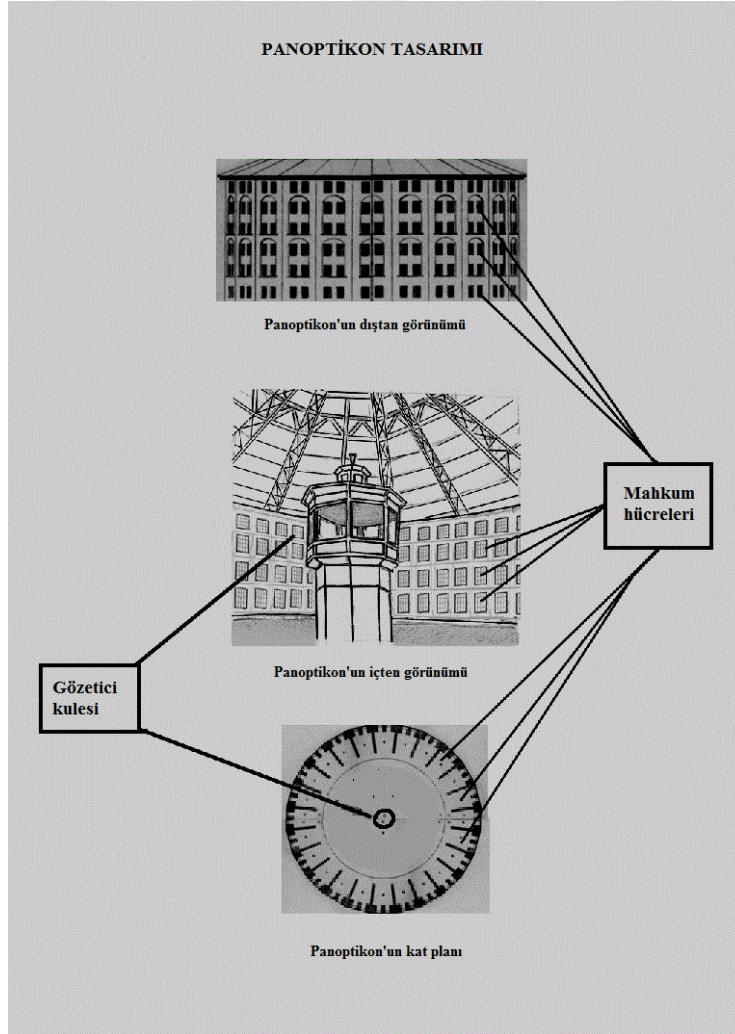
3.1. İktidarın Gözü: Panoptikon

Bentham, gözetim toplumu efsanesine ilişkin oldukça özgün bir kavram ortaya atmıştır: “Panopticon”. Yunancaya dayanan yeni bir kelime olan Panoptikon “göz önündeki yer” anlamına gelmektedir. Denetime, hapishanedeki mahkumların “görünmeyen gözler tarafından gözetlenmesi” biçiminde yeni bir anlam kazandıran bu kavram, denetleyen kişi ya da otoritenin görünmezliği ilkesini de yetkin bir biçimde özetlemektedir. Bentham’a göre, panoptik tarzda düzenlenmiş cezaevleri, aynı zamanda, “disipline sokulmuş emek gücü fabrikaları” olmaktadır; çünkü 17. yüzyıl toplumsal yaşamında, bir tür “toplumsal aciliyet baskısı” tarafından belirlenmiş olan işgücü piyasası, adeta tüm toplumun devasa bir çalışma kampına dönüştürülmesini gerekli kılmaktadır (Köse, 2011: 202-203). Foucault’nun (1992: 251) tasviriyle Bentham’ın Panoptikon’u:

“Çevrede halka halinde bir bina ve bu binanın merkezinde bir kule bulunmaktadır; bu kulenin halkanın iç cephesine bakan geniş pencereleri vardır; çevre bina hücrelere bölünmüştür, bunlardan her biri binanın tüm kalınlığını katetmektedir; bunların, biri içeri bakan ve kuleninkilere karşı gelen, diğeri de dışarı bakan ve ışığın hücreye girmesine olanak veren ikişer pencereleri vardır (Grafik 1). Bu durumda merkezi kuleye tek bir gözetmen ve her bir hücreye tek bir deli, bir hasta, bir mahkum, bir işçi veya bir okul çocuğu kapatmak yeterlidir. Geriden gelen ışık sayesinde, çevre binadaki hücrelerin içine kapatılmış küçük silüetleri olduğu gibi kavramak mümkündür. Ne kadar kafes varsa, o kadar küçük tiyatro vardır, bu tiyatrolarda her oyuncu tek başınadır,

tamamen bireyselleşmiştir ve sürekli olarak görülebilir durumdadır. Görülmeden gözetim altında tutmaya olanak veren düzenleme, sürekli görmeye ve hemen tanımaya olanak veren mekansal birimler oluşturmaktadır. Sonuç olarak, hücre ilkesi tersine döndürülmekte veya daha doğrusu onun üç işlevi –kapatmak, ışıktan yoksun bırakmak ve saklamak- ters yüz edilmektedir, bunlardan yalnızca birincisi korunmakta, diğer ikisi kaldırılmaktadır. Tam ışık altında olma ve bir gözetmenin bakışı, aslında koruyucu olan karanlıktan daha fazla yakalayıcıdır. Görünürlük bir tuzaktır.” şeklinde tarif edilmiştir.

Grafik 1: Bentham’ın Panoptikonunun Diyagramı



Kaynak: Sydney, 2009.

İşleyiş mantığı olarak Panoptikon, hiçbir ayrıntıyı gözden kaçırmayan denetimcinin gözü ile hücredekilerin merkez kuleyi “görmeden görmeye çalışan” bakışları üzerine temellenmektedir; burada söz konusu olan, tek bir bakışla her şeyi sürekli olarak görmeye imkan veren siyasal bir teknolojidir. Aydınlatma sistemi incelikli ayarlanmış ve merkez kuledeki ahşap perdelerle denetimci tümüyle görünmez kılınmıştır. Artık saklanacak en küçük bir yer veya özel alan kalmamıştır; izlenip izlenmediklerini bilmeyen, ancak merkez kulede kendilerini gözetlemek için sürekli olarak bir görevli bulunduğu ayrımında olan hücredekiler için tek ussal seçenek, her zaman için itaat etmek olmaktadır (Dolgun, 2008: 107).

Bentham’a göre Panoptikon bir hapishane modeli olmaktan çok, pek çok işlevi içinde barındıran bir plan olmaktadır. Panoptikon ile ıslah edilemeyenlerin cezalandırılabilmesi, delilerin gözetlenebilmesi, kötülerin ıslah edilebilmesi, şüphelilerin kapatılabilmesi, tembellerin çalıştırılabilmesi, acizlerin bakılması ve hastaların tedavi edilmesi mümkün olmaktadır (Rigel, 2005: 132). Merquior, ‘Suçluları taşların ve karanlığın derinliğine gömen eski hapishanelerin yoğun yapıları, yerlerini mahpusların birbirlerinden soyutlandığı ve sürekli denetlendiği daha aydınlık bir yapıya bırakmaktadır.’ demektedir (Yavuz, 2001: 12).

Panoptikonda arzulanan bir başka şey ise, mümkün olduğunca çok nedenle, gözetlenen kişinin her an gözetlendiğine inanması, ya da aksine gözetlenmediğinden emin olmaması, gözetlendiğine kendini inandırmasıdır (Bentham, 2008: 13). Denetçilerin onlara bakıp bakmadığından, dikkatlerinin öteki kanatlara kayıp kaymadığından, uyuyup uyumadıklarından, dinleniyor ya da başka bir şey yapıyor olup olmadıklarından hiçbir zaman emin olamayan bu insanlar her an gözetim altındaymış gibi davranmak durumunda olmaktadır. Denetçiler ve sakinler (ister mahkum, işçi, asker, öğrenci, hasta, ister başka bir şey olsun) içeride “aynı” mekanda oturmakta, ama taban tabana zıt konumda bulunmaktadır. Denetleyicilerin görüşünü engelleyecek hiçbir unsur bulunmaz iken denetlenenler puslu ve geçirimsiz bir zeminde hareket etmek zorunda bırakılmaktadır (Bauman, 2012: 39-40).

Foucault'ya göre Panoptikon, mimari bir yapıyı ifade etmekten öte, bir sistemin mantığını ve toplumsal denetime yönelik işleyiş mekanizmalarını ortaya koymaktadır. Bu, iç dinamikleri ile tüm toplumu dönüştüren ve bireyleri sürekli gözetim altına tutan disipliner bir mekanizma olmaktadır. Foucault panoptik toplum'u; ıslah temelli olarak kişisel ve sürekli bir gözetime dayanan, denetim/cezalandırma ve ödüllendirme gibi mekanizmalar yoluyla bireylerin belli kurallara göre dönüştürülmesini hedefleyen ve direkt bireyler üzerine uygulanan bir iktidar biçimi olarak tanımlamaktadır (Dolgun, 2008: 105).

Foucault'nun Panoptizm toplumu çözümlemesi, gözetime dayalı iktidar biçimini açıklayıcı nitelikte olmaktadır. Foucault, Bentham'ın Panoptikon hapishane mimarisinden etkilenecek bakışlara ve görmeye olanak veren tekniklerin nasıl kontrol aracına dönüştüğünü açıklamaya çalışmaktadır. Metaforik olarak kullandığı Panoptikon modelini, modern gözetim tekniğine uyarlayan Foucault'ya göre, iktidarlar geliştirdikleri göz tekniği ile bireyleri ve onların bedenlerini kontrol altında tutmakta ve disipline etmektedir (Tümurtürkan, 2010: 8). Foucault'ya (1992: 254) göre, aslında Panoptikon çok farklı arzulardan hareketle, türdeş iktidar etkileri imal eden harika bir makine olmaktadır.

Jeremy Bentham'ın sonuçsuz kalmış bu projesini Michel Foucault -modern dönüşümün, denetim güçlerinin modern yeniden konuşlandırılması ve yeniden dağıtılmasının bir metaforu olarak- çok etkili bir biçimde kullanmıştır. Bentham, çağdaşlarının çoğundan daha derin bir kavrayışla, denetim güçlerinin renk renk ambalajlarının altındaki ana ve ortak görevi görmüştür; bu görev, ceza tehdidini daima gerçek ve hissedilir kılarak disiplini sağlamaktır. Bentham, çeşitli isimler altında uygulanan gücün arkasında temel, basit bir stratejinin yattığı ve bu stratejinin, üstlerinin aynı anda her yerde mevcut bulunan gözlerinden bir an için dahi olsa gizlenemeyeceklerine ve böylece ne kadar gizli olunursa olsun, hiçbir kötü davranışın cezasız kalmayacağına yurttaşları inandırmak olduğunu görmüştür. İdeal Panoptikon'da gözetim dışı kalılabilecek özel mekana yer yoktur. Zamyatin'in "Biz" adlı eserinde tarif edilen şehirde, herkesin kendi evi vardır; ama evlerin duvarları camdan yapılmıştır. Orwell'in 1984'ünde ise herkesin kendi televizyonu vardır, ama hiç kimsenin

televizyonu kapatmasına izin verilmemektedir ve hiç kimse televizyon aletinin yukarıdakiler tarafından ne zaman kayıt kamerası olarak kullanılacağını bilmemektedir (Bauman, 2012: 53-54).

Bauman, Foucault ile benzer düşünceleri savunarak, gözetimin bireyleri pasif öznelerle çevirdiğini, iktidarın nesnesine dönüştürdüğünü öne sürmektedir. İnsanların her an bir gözetime tabi tutulduğu fikri, onların davranış örüntülerini değiştirip, kısıtlamasına neden olmakta ve davranışları tek biçime sokmaktadır. Bauman'ın deyimiyle gözetim, özneler topluluğunu tek biçimli nesneler topluluğuna dönüştürmektedir. Çeşitlilik gösteren davranış eğilimi yerine, tek biçimli bedensel ritim dayatılmaktadır (Tümurtürkan: 2010: 10).

Bu tanımlama içinde, tüm toplumu kapsayacak şekilde kendini gösteren ve gözetim/denetim/ıslahtan oluşan üçlü yapı, günümüz toplumunda da geçerli olan iktidar ilişkilerinin temel boyutunu oluşturmaktadır. Görünürlüğü tuzak haline getiren bir gözetim pratiği olarak Panoptikon, hiçbir ayrıntıyı gözden kaçırmayan denetimcinin gözü ile gözetim altındakilerin 'görmeden görmeye çalışan bakışları' üzerine temellenmektedir; burada söz konusu olan, kendini perde altında saklarken gözetimi altındakilerin konumlarını şeffaflaştıran ve 'her şeyi' sürekli olarak görmeye imkan veren siyasal bir teknolojidir. Bugün insanlık, Bentham'ın temelini attığı ve programladığı Panoptik düzene dayalı bir toplum yapısı içinde hapis durumunda bulunmaktadır. Bu aynı zamanda, toplum ve iktidar siyasalarının da tüm çağlarda düşünüyorduğu bir ütopya olmaktadır (Dolgun, 2004: 62).

Enformasyon toplumunda da yüksek teknolojinin sunduğu imkanlar doğrultusunda, 'gizlilik' ve 'şeffaflık' iktidar ilişkileri bağlamında iç içe girmektedir. Bireylerin tercih/düşünce ve eylemleri -yani onlara ait her tür bilgi- gittikçe 'şeffaflaşırken'; egemen güçlerin varlıkları da, bu teknolojiler sonrasında alabildiğine 'gizli' kalmaktadır. Bu anlamda internetin, söz konusu teknolojilerin gösterdiği gelişmeler sonrasında, aşağıda belirtilen alanlarda eş görülmedik şekilde güçlendirilmiş panoptik bir aygıta dönüştüğünü söylemek mümkündür. Bentham'ın evrensel bir 'denetim mekanizması' olarak planladığı Panoptikon içinde bireyler, başlıcalarını

‘güvenli gözaltı’, ‘kapatılma’, ‘yalnızlık’ ve ‘eğitim’in oluşturduğu çeşitli etkenlerin ‘nesneleri’ olmaktadır. Benzer şekilde, internette ağa girenler de, öncelikle enformasyon ve/veya bilginin nesnesi haline dönüşmektedirler. Evrensel bir denetim mekanizması olarak internet, ‘kapatmış’ olduğu sanal ortamda, gündelik yaşamla ilişkilerini kesmek yoluyla bireyleri, gerçek dünyadan soyutlayarak bir anlamda ‘yalnızlaştırırken’; istediği anda bireyler hakkında her türlü bilgi ve kişilik profillerine ulaşabilme imkanı sayesinde de, aynı zamanda ‘güvenli gözaltına’ almış olmaktadır. Ayrıca sanal ortamda bireylere sunduğu bilgi ve enformasyon sayesinde, istediği gibi yönlendirme imkanlarına sahip olduğundan, kişileri bir ‘eğitimin’ nesneleri haline getirmektedir. Panoptikonun ardındaki amaç, bireyleri olmadıkları ya da olmayı düşünmedikleri bir şeye dönüştürmektir. İnternet de, içindeki neredeyse sınırsız seçme imkanları ve alternatifler doğrultusunda, kişileri ‘kendi iradeleri ile iradesizleştirerek’; titiz bir şekilde oluşturduğu enformasyon ve dezenformasyonu veya popüler kültür içinde kutsayarak ikonalaştırdığı ‘imajlar’ı, herhangi bir zorlama olmaksızın bireylere bizzat kendileri isteyecekleri şekilde sunarak, bir süre sonra onları daha önce düşünmedikleri veya olmayı amaçlamadıkları kişiliklere ya da tüketicilere dönüştürebilme gücü taşımaktadır. Panoptikonda bireylerin kapatılma sürecindeki koşulları, kapatanların -iktidarın ve onun gözetim mekanizmalarının- amaçlarına azami derecede uyacak şekilde hesaplanmıştır. Amaç, arzu edilen davranışların, kapatanların iradeleri ile -yani dışarıdan- elde ediliyor olmasıdır. Bu noktada, ya kapatılanların iradesinin olmadığı varsayılmakta ya da iradeleri kasıtlı olarak dikkate alınmayarak bastırılmaktadır; kapatılanların davranışlarını, denetçilerin iradesi tanımlamalı/yönlendirmeli ve gözetim altında tutmalıdır. İnternet için de benzer koşullar söz konusudur: Her tür beklentiye uygun olarak, sınırsız çeşitlilikte hazırlanmış sitelerde bireysel tercih ve seçimleri doğrultusunda özgürce dolaşan katılımcıların çoğu; zamanla kendi seçtikleriyle değil, kendilerine sunulmuş olanla yetinmektedir (Dolgun, 2004: 62-63).

Gözetimin modern toplumla birlikte kurumsallaşma göstermesine ve sosyal teori içinde -Marks, Weber ve Taylor başta olmak üzere- çeşitli kuramcılarca farklı şekillerde ele alınmış olmasına rağmen; sosyal bilimler içinde genel kabul görmeye başlaması,

Bentham'ın görüşlerinden yola çıkan Foucault ile olmuş ve “Panoptikon” metaforu toplumsal teori içinde büyük bir önem kazanmıştır (Dolgun, 2008: 24-25).

Panoptik düşünce hala gözetim teorisi açısından belli bir öneme sahiptir; zira bazı gözetim pratikleri hala kapalı alanlarda, her şey bir yana evvel emirde ilişkilendiği diyagramla birlikte hapisanelerde gerçekleştirilmektedir. Yine, gözetleniyor olmadaki belirsizlik sapmaya karşı caydırıcı bir şey olarak kullanılabilmektedir; bu nedenle bazı kapalı devre televizyon sistemlerinin kameralar gerçekten açılmamışken ya da kayıt yapmıyorken bile ‘çalıştığını’ söyleyebilmek mümkündür. Ancak, günümüzün diğer gözetimlerini açıklama noktasında, teorinin artık Panoptikon’u geride bırakması gerekmektedir. Zira en az yararlı olduğu versiyonlarında bile bu, talihsiz kurbanları üzerindeki mutlak iktidarın bir metaforu işlevi görmektedir. Artık elektronik parmaklıklardaki iktidarın gerçek işleyişini, gözetim sistemlerine maruz kalan ve bunlarla ilişki halde bulunan kişilerin deneyimlerini, sistemlerin ve öznelerin karmaşık siyasetinin pratikte nasıl çalıştığını inceleyerek gözetimi teorik bağlamda değerlendirmenin çok daha iyi yolları mevcut bulunmaktadır (Lyon, 2013: 94).

Öyle ki Foucault’nun panoptikonunun doğduğu ve içinde bulunduğu dönem sonraki dönemlerin gözetim stratejilerini kapsar nitelikte olmamaktadır. Gelişen teknoloji, kitlesel gözetimin de farklı şekillerde yapılmasına imkan tanımıştır. Bunun yanında değişen teknoloji, değişen toplum yapısı ve değişen ekonomik yapı nedeniyle gözetimin şekli de panoptik yapıdan farklılaşarak gözetleyen - gözetlenen durumunu azınlıkların elinden alıp çoğunluklara bırakmıştır. Yani azınlıkların çoğunluğu gözetlediği gözetim süreci çoğunlukların azınlığı gözetlediği gözetim sürecine evrilmiştir.

3.2. Modern Gözetim Synoptikon ve Küresel Veri Ağı Süper-Panoptikon

Gözetim, kitlesel medyatik denetimin ve bu denetim yoluyla sağlanan disiplin toplumu anlayışının temelini oluşturan kavramlardan birisi olmaktadır. Eskinin klasik gözetim anlayışı, erk sahibi bir azınlığın çoğunluğu denetlemesine dayalı “panoptik” nitelikli bir gözetimken; günümüz modern medyatik gözetimi, tam aksine, azınlıkta olanların çoğunluğun gözetimine tabii olmalarını ifade etmektedir. Özellikle yazılı ve

elektronik medyada “görünürlük” kazanan “karşılaştırmalı referans grupları”nın (sanatçılar, dizi ve film yıldızları, mankenler, ünlüler vs) özel yaşamları, demeçleri ve söylemleriyle sürekli olarak izler-kitlenin gözü önünde bulunmaları, tüm yaşamlarının katıksız bir şekilde gözetim altında tutulması anlamına gelmektedir. İlk olarak, eskinin panoptik güç kullanımında, gücü elinde bulunduran seçilmişler, kendilerini görünmez kılmak ve kitleyi gözetlemek suretiyle güçlerin kanıtını kitlenin zihnine naksetme yoluna gitmeyi tercih ederken; günümüz synoptik medyatik gözetim kültüründe, erk sahibi yöneticiler, kendilerini “görünür” kılmak ve mevcudiyetlerini yönetilenlerin gözetimine açmak suretiyle verili konumlarını yitirmiş görünmektedir (Köse, 2011: 199-200). Artık kitle iletişim araçlarıyla özellikle de televizyon ve sosyal medya aracılığıyla, seçilmiş azınlığı (siyasetçi, şarkıcı, oyuncu vs.) izlemek ya da göz hapsinde tutmak hayatımızın bir rutini haline gelmiştir. Artık zaman ve mekan sınırlaması olmadan izlemek-takip etmek alışkanlık halini almıştır.

Synoptikon, çoğunluğun az kişiyi izlemesiyle, kendisini “az” kişinin söylemlerine göre uyarlaması, disipline etmesi anlamına gelmektedir. Yani, çoğunluk, azlığın etkisi altına girerek, uyma davranışı göstermektedir. Synoptikon, özellikle kitle iletişim araçlarının gündelik hayattaki yeri itibarıyla etkili bir disiplin biçimini ifade etmektedir. Radyo ve televizyonun her eve girmesiyle, çok olan kısım, azı izlemeye ve azı kanıksamaya başlamıştır. Özellikle yarışma, eğlence, gösteri programları, haber bültenleri ve tartışma programları Synoptikon’un yaşam bulduğu program türleri olarak öne çıkmaktadır (Saykozof, 2014).

Sosyal ağlardaki kimliklerle yaşamların görünür kılınmasıyla panoptik nitelikteki gözetim synoptik bir niteliğe evrilmektedir. ‘Küresel kitlenin kendine sunulan her türlü gösteriyi izlemesi’ olarak tanımlanabilecek Synoptikon, önceleri çoğunluğun gözetlediği azınlık olan medya ikonlarını kapsarken, sosyal paylaşım ağlarıyla çoğunluğu ve gündelik yaşamları da kapsar olmuştur. Önceleri televizyondaki medya ikonlarını izleyen çoğunluk da sosyal ağlardaki profilleriyle medyatik bir görünürlük kazanmıştır. Görünürlük alanına girerek nesneleşen bu kimlikler iktidarın görüş alanına girmiş demektir. Artık birey kendine yarattığı kimlikle sahneye çıkmış, ‘seyirlik nesne’ye dönüşmüştür. Mükemmelleşerek gösterinin bir parçası haline gelen

kimlikler, beğenilme ihtiyacını tatmin ederken, iktidarın da gözetim ve denetimi için biçilmiş kaftan haline gelmiştir (Bakıroğlu, 2013).

Panoptikon evresinden Synoptikon evresine geçiş sürecinde Bauman'ın (2012: 56-57) deyiimiyle, Mathiesen, Foucault'yu, paralel modern sürece gereken dikkati göstermediği için paylamaktadır: Mathiesen'in bahsettiği süreç, -eskinin aksine- azın çok tarafından (tarihte görülmedik sayıda çok tarafından) seyredilmesine dayalı yeni güç tekniklerinin gelişimi süreci olmaktadır. Kastettiği şey, Panoptikon'un yanı sıra, yine yerinde deyimle "Synopticon" adını verdiği başka bir güç mekanizmasının yaratılmasına önayak olan kitlesel medyanın, -en çok da televizyonun- sonrasında ise sosyal medyanın durmaksızın yükselişi olmaktadır.

Mathiesen gibi William Bogard da çağın siyasi sosyal ve teknolojik boyutları ekseninde gözetim unsurunu açıklarken Foucault yerine Baudrillard'ı kullanmıştır. Bogard için, gözetlemenin günümüz modern açıklamaları hakkındaki önemli olan ihmalkarlık simülasyon olmaktadır. Bu noktada anahtar rolü ise elektronik teknolojiler almaktadır. Sanal, gerçek işlemlerin yerini almakta ve elektronik işaretler, nesnelerin ve olayların imgeleri gerçek karşılıklarının yerini almaktadır. Foucault'un tersine, Baudrillard'ın çalışmaları iletişim ve enformasyon teknolojilerinin gelişimi ve çoğalmasını kesin olarak doğrulamıştır (Lyon, 2006: 236). Bu da artık gözetimin dijitalleştiğini ve Foucault'nun Panoptikon'unda olduğu gibi fiziki bir gözetleme, hapis altında tutma ve fiziksel ve psikolojik baskıyı hapis altındakilere uygulama yerine iletişim ve enformasyon teknolojileri başta olmak üzere gelişen teknolojik imkanlarla insanlara özgür oldukları hissini yaşayacakları sanal bir hapisane oluşturulmuştur. Gözetlendiklerinin farkında olmayan birey bu simülasyonda kendine dair ne varsa, çarkın dişlilerine uyararak onu gözetleyenlerin ellerine kendi istekleriyle vermektedir.

Panoptikon, uygulamada evrenselken ve ilkelerine bağlı kurumlar nüfusun büyük çoğunluğunu kucaklarken bile, doğası gereği yerel bir oluşuma sahip olmuştur. Panoptik kurumun şartı ve etkileri, uyruklarının hareketsizleştirilmesiyle; gözetimin amacı, kaçışı önlemek ya da en azından özerk, tesadüfi ve düzensiz hareketlerin

engellemesini sağlamaktan ibaret olmuştur. Synoptikon ise doğası gereği küresel bir yapıya sahip olmaktadır; seyretme eylemi seyredenleri yerellikten koparıp; onları, bedensel olarak yerlerinde kalsalar bile, en azından tinsel olarak, uzaklığın artık bir mesele olmadığı sibermekana taşımaktadır. Synoptikon'un seyredilenden seyredene dönüşmüş hedeflerinin yerinde mi durduğunun yoksa hareket mi ettiğinin artık önemi olmamaktadır. Nerede olursa olsun ve nereye giderse gitsin bu hedeflerin, çoğun azı seyretmesini sağlayan yurtsuz ağa bağlanabilmeleri mümkün görünmektedir. Panoptikon, doğası gereği insanları seyredilebilecekleri konuma zor kullanarak getirmiştir. Synoptikon'un ise baskıya ihtiyacı olmamaktadır; insanları, seyretmeleri için ayartmaktadır (Bauman, 2012: 57).

Bu çerçevede Synoptikonun temel medyası radyo ve özellikle televizyon gibi araçlar olmaktadır. Kısaca, iletişim literatüründe “kitle iletişim medyası” olarak nitelendirdiğimiz araçlar Synoptikon modelinin temel unsurları arasında yerini almaktadır. Geniş alanlara dağılan, birbirinden farklı yaşlara, sınıfsal konumlara, cinsiyetlere, tercihlere, kültürel arka planlara sahip insanlar, kültür endüstrilerince yaratılan aynı mesajlara maruz kalmaktadır. Mesajların içeriği önemli kişilikler, yıldızlar, kurmaca veya gerçek olaylar olabilmektedir. Buna karşın, mesajların yaratımında alımlayıcıların doğrudan bir katkısı olmamakta, onlar sadece kendilerine sunulanları almaktadır (Öztürk, 2013: 140).

Mark Poster'in Panoptikon'un sibermekana taşınmış güncel bir versiyonu olarak ortaya attığı kavram olan “Süper-Panoptikon”da ise, bedenlerimizin, şebekeler, veritabanları, enformasyon koridorları içine çekildiği ileri sürülmektedir ve bu yüzden, bedenlerimizin deyim yerindeyse “enformatik olarak bağlandığı” bu enformasyon depolayan yerlerden hiçbiri “artık gözlenmekten kaçabileceğimiz ya da etrafına direniş hattı çekebileceğimiz bir sığınak sağlamamaktadır.” Her bir kredi kartı kullanımı ve hemen her bir satın alma eylemiyle çoğalan muazzam miktardaki veri, Poster'e göre, bir “Süper-Panoptikon”la sonuçlanmaktadır. Süper-Panoptikon'un Panoptikon'dan en büyük farkı, depoya veri sağlayan gözetim altındakilerin, gözetimin birincil -ve gönüllü- unsuru olmalarıdır (Bauman, 2012: 55). Deleuze'un çalışması da aynı minvalde olmaktadır. Özneyi sabit bir mekanda disipline etmek yerine artık yeni

‘denetim’ olanakları ve çeşitlilikleriyle, gözetimin gündelik hayatın akışı boyunca tasarlandığını ve dağıtıldığını söylemek mümkün olmaktadır (Lyon, 2013: 95). Günlük rutin hayatın içerisinde gözetlendiğinin farkında olmayıp özgür olduğunu düşünen birey, kimlik bilgilerini, parmak izini, ev adresini, telefon numarasını, ilişkisini ve kendine ait daha birçok bilgiyi gönül rahatlığıyla veri deposuna yüklemektedir.

Radyo televizyon Synoptikon’un temel medyası olarak kabul edilirken, bilgisayar (internet) ise, Süper-Panoptikon’un medyası olarak kabul görmektedir. Süper-Panoptikon dünyasını temsil eden bilgisayar, kısmen Synoptikon modelinin bazı özelliklerini içinde barındırmaktadır: Gazeteleri, televizyon programları, filmleri; kısaca aynen kitle medyasında üretilen ve geniş kitlelere yayılan mesajları bilgisayarda da takip edebilmek mümkün olmaktadır. Bu iki medya arasındaki fark, bilgisayarın geleneksel kitle iletişim araçlarına nazaran katılıma daha fazla imkan vermesi olmaktadır (Öztürk, 2013: 142). Bilgisayarı (interneti) sosyalleşme, alışveriş ve haberleşme gibi amaçlarla kullanan birey, karşılığında birçok mahrem ve kişisel bilgisini bile isteye bu devasa veri tabanına yüklemektedir. Zaman içinde bu döngüye alışan birey, bu ortamda bir aktivite yaparken kendisinden kişisel bilgilerini girmesi istenmese daha doğrusu zorunlu tutulmasa dahi, gönül rahatlığıyla kendisine dair ne varsa bu alanda paylaşımına açmaktadır.

3.3. Omniptikon

Panoptikon modern öncesi ve modern dönemin, Synoptikon modern ve postmodern dönemin, Omniptikon ise de postmodern ve dijimodern dönemin gözetim tipi olmaktadır. Jeffrey Rosen’ın 2004 yılında yayınlanan “The Naked Crowd” adlı eserinde ilk kez kullanılan kavram olan “Omniptikon”, Panoptikon’da savunulan görüşten öteye giderek “herkesin herkesi gözetlediği” bir duruma işaret etmektedir.

Postmodern ve sonrasında dijimodern dönemde, her ne kadar bireysel hak ve özgürlüklere vurgu yapan bir yaşam kurgulanmaya çalışılsa bile, aynı zamanda bu sınırları ihlal eden bir yaşamın inşa edildiği görülmektedir. Bu dönemler, hem özel alan ve kamusal alan arasındaki keskin ayrımı yok etmiş hem de teknolojik gelişmelerin

elverdiği ölçüde herkesin herkesi gözetlediği bir hayatı var etmiştir (Yılmaz, 2011: 135).

Panoptikon'da azlar çoğu, Synoptikon da ise çoklar azı gözetlerken Omniptikonda herkes herkesi gözetlemektedir. Özellikle dijimodern dönemde dünya genelinde çok büyük bir kitle tarafından kullanılan ve bu dönemin medyası olarak adlandırılan internet, insanların bugüne dek hiç olmadığı kadar çok gözetlenmesine, bir o kadar çok da gözetlemesine imkan tanımıştır. Artık bu dijital ortam ile zaman ve mekan kavramları tamamen ortadan kalkmıştır. Her an her yerde herkes herkesi izleyebilme, takip edebilme ve dahi onun en mahrem alanına girebilme imkanına kavuşmuştur.

Patron işçisini, işçi diğer işçileri, anne bakıcıyı ve çocuğunu, iktidar halkı, halk iktidara mensup kişileri, ünlüler ünlü olmayanları ve ünlü olmayanlar ise ünlü olanları, arkadaş arkadaş, Afrika kıtasında yaşan biri Avrupalıyı, siyasetçi seçmeni, seçmen ise siyasileri kısacası herkes herkesi çağın medyası olan internet aracılığıyla evinden, işyerinden hatta yolda yürürken dahi izleyebilmektedir.

Modern ya da postmodern dönemden ziyade dijimodern dönemde gözetimin ulaşmış olduğu sınırları tahayyül etmek dahi imkansız görünmektedir. Özellikle bilgisayar ve internet teknolojisinin getirmiş olduğu dijitalleşme, insanların gerekli ekipmanları ve doğru teknikleri uygulaması koşuluyla istediği şeye, istediği kişiye, istediği zaman ulaşabilmesini mümkün kılmıştır. Artık gözetleyen ve gözetlenen ayrımı ortadan kalkmış her birey eşanlı olarak hem gözetleyen hem de gözetlenen varlık konumuna gelmiştir.

Bugün artık kişisel veriler hakkında Bentham'ın denetleyicisinin hayal dahi edemeyeceği kadar çok şey bilinmektedir (Lyon, 2013: 257). İnsanların kişisel bilgilerinin, alışveriş alışkanlıklarının, sevdiği/sevmediği şeylerin, gittiği yerlerin kısacası hemen hemen her şeyin internet aracılığıyla kayıt altına alındığı bu dönemde birey ne zaman ne ölçüde izlendiğinden, nelerinin ne ölçüde bilinip bilinmediğinden asla emin olamamaktadır. Bu noktada bu durumu zaman içinde kanıksayan birey gitgide

daha umursamaz bir vaziyete bürünmüş ve kendisine dair ne varsa göz önüne serip gözetim kültürünün değersiz bir nesnesi haline gelmiştir.

4. Gözetimin İki Yüzü

İktidar sahipleri toplum hayatında meydana gelen sosyal sorunları öne sürerek toplumu gözetlemeyi meşru kılmaktadır. Suçun önlenmesi, güvenliğin tahsis edilmesi, suçlunun fişlenmesi vb. uygulamaları gerçekleştirme adına kitlesel çapta bir gözetim uygulamasına gidilmektedir.

Çocuklara tecavüzden hüküm giymiş bir kişinin çocuk esirgeme kurumlarında veya kreşlerde görev almak istemesi halinde bu kişinin geçmişi hakkında herhangi bir araştırma yapılmayacak mı? Uyuşturucu madde kullananların veya bağımlısı olanların bu durumları, okul servis araçlarının sürücülüğüne, pilotluğa ve polis memurluğuna alınma hallerinde dikkate alınmayacak mı? Yasadışı gruplar tarafından bilişim sistemleri üzerinde kullanılan şifreler, bunlar eyleme geçmeden önce çözülemeyecek mi? (Yüksel, 2003: 183-184) gibi sorular, gözetimin olumlanmasına ve bu çıkarlar için mahremiyetin topyekun ortadan kaldırılmasına razı olunması gerektiği düşüncesine hizmet etmektedir. Özellikle Avrupa'daki siyasi erkler toplumu daha iyi gözetlemek ve bunu meşru göstermek için Assange ve arkadaşlarının (2013: 45) deyimiyle mahşerin dört atlısı olan kara para aklama, terör, çocuk pornosu ve uyuşturucuyla mücadeleyi öne sürmektedir.

Son yıllarda gözetleme sistemleri kamu ve özel sektör tarafından yaygın olarak kullanılmakta ve kabaca iki temel amaca hizmet etmektedir: (Ticari) Verimlilik ve Güvenlik. Ticari şirketler, kendi çalışanlarını gözetlemek suretiyle iş yerindeki verimliliği arttırmayı hedeflemekte, kitleleri gözetleyerek de maddi kazanç elde etmeyi arzulamaktadır. Kamu kurumları yani devlet tarafından gerçekleştirilen gözetimde ise temel amaç güvenlik olmaktadır. Toplumun güvenliğini sağlamak, arttırmak gibi söylemler kullanılmaktadır, ancak demokrasinin iyi işlemediği ülkelerde iktidardaki güç aslında toplumdan çok kendi hegemonyasının güvenliğini sağlamayı amaçlamaktadır. Diğer bir deyişle, devlet tarafından gözetim sistemlerinin iki yönü vardır; suçu engelleme ve toplumsal kontrol. Yani bir yandan hırsızlık, soygun, kaçakçılık, vb.

suçlara karşı korunma sağlamayı amaçlarken, bir yandan da istihbarat kurumlarının belirli toplumsal gruplar veya bireyler üzerinde denetim ve kontrol kurmalarını sağlamaktadır (Özarslan, 2008: 142). Devlet söz konusu bu gözetimi meşru kılmak için ise toplumun korku ve endişelerini kullanmaktadır. Kendisine, ailesine, evine ve yaşadığı çevreye zarar gelmesinden çekinen/korkan birey güvenliğin sağlanması adına devlet tarafından gözetlenmeyi kabul etmektedir.

Şehirlerde meydanlara, kavşaklara, ana arterlere, kamu binalarına, üniversite yerleşkelerine ve alışveriş merkezlerine yerleştirilen kapalı devre kamera sistemleriyle önlenen suçlar ve yakalanan suçlular göz önünde bulundurulduğunda kuşkusuz bu dijital gözetim olgusunun ilk etapta ön plana çıkan özelliği, güvenliğin sağlanması, daha iyi bilgi edinme, izleme/takip etme ve öğrenme olmaktadır (Gilbert, 2007: 11; Toktaş ve diğ., 2012: 16-17). Ancak bir adım daha ileri gidip gözetim olgusunun arka planına bakıldığında aslında daha farklı bir görüntü ortaya çıkmaktadır. Bilgisayar, cep telefonu, İnternet gibi teknolojiler gündelik yaşamı bir yandan kolaylaştırırken öte yandan da insanların gündelik yaşamlarını gözetim altında tutmaktadır (Toktaş ve diğ., 2012: 16-17).

Bu açıdan bakıldığında aslında insan yaşamının birçok noktasına sirayet eden teknolojik gelişmelerin çoğu, bireyin çok fazla sayıda ve farklı şekillerde gözetlenmesine hizmet etmektedir. Özellikle yeni iletişim teknolojileri sayesinde insanlar, yeni iletişim imkanlarına kavuştukları ve bu ortamlarda özgür oldukları yanılgısıyla kendisini ticari şirketlerin ve devletin gözetimine açmaktadır. Bu iletişim teknolojileri bireye sunduğu sanal iletişimin bedeli olarak onları küresel gözetim/veri ağının birer değersiz özneleri konumuna getirmektedir.

Hem devlet kurumları hem de özel şirketler, tüketiciye ve vatandaşa ait verileri toplamak ve işlemek için gelişen teknik imkanlardan yararlanmaktadır. Onlar, güvenlik ihlallerini, dolandırıcılığı, diğer suçları ve terör faaliyetlerini tespit etmek ve önlemek gayesini öne sürerek halkın davranışları ve tüketici tercihleri hakkında bilgi edinmek ve profil oluşturmak için bu büyük miktardaki verileri kullanmaktadır (Dinev ve diğ., 2008: 214).

Bir ulus-devlet için ülke güvenliği ve terörist saldırıları önlemek elbette önemlidir ve gerektiğinde öncelikli de olabilir. Fakat o devletin yurttaşlarının ifade özgürlüğü, özel hayatın gizliliği, iletişim hakkı da çok önemlidir ve temel insan hakları gurubuna girmektedir. Savaşın süreklilik kazanması, bunun güvenlik andına yapılması ve üstelik düzenleyici bir konuma çıkması, ürkütücü bir durumdur. Yapılması gereken şey, önlemlerin mahremiyeti zarar uğratmaması, iletişim özgürlüğünü sınırlandırmaması, abartılmaması ve diğer hayati süreçleri baskılamamasıdır (Çakır, 2015: 332). Bu noktada bireyin mahremiyeti ve devletin yararı/güvenliği çatışıyor gibi görünmektedir. Fakat asıl olan şey bireyin gözetlenmesi değil, devletin veya gücü elinde bulunduranların maddi çıkar yahut siyasi güç elde etmek için bireyi gözetleyerek bilgilerini depolaması ve bunları kullanmasıdır.

Ne var ki, teknolojinin iki tarafı keskin bir kılıç olduğu ve tahmin edilemeyecek uygulamalar bulabileceği ve planlanmamış niyetlere hizmet edebileceği elbette yeni keşfedilmiş bir şey olmamaktadır. Gözetim tekniklerinin övülmeye değer uygulama örnekleri ne kadar çok olsa da, gözetim teknolojisinin gelişim sürecinde “yol haritası”nı çizenin ve kalıpları belirleyen bu övgüye değer ve onaylanabilir kullanımlar olmayacağı da bir gerçek olmaktadır; aynı şekilde bu teknolojinin toplumsal ve etik değerini de onlar belirlemeyecektir. İyi haberler çoğalsa bile -Ulrich Beck’in insanlara hatırlatmaya devam ettiği gibi- dikkatli ve vazifeşinas bir “risk hesaplama” buyruğu devam etmektedir. Kar-zarar hesabı yapmak gerekmektedir. Bütün etkileri göz önünde bulundurduğumuzda, hangisi ağır basar: toplumsal kazançlar mı kayıplar mı? Ahlaki gelişim mi yoksa ahlaki çöküş mü? Toplumsal bölünme ve tecritin teşvik edilmesi mi; yoksa insanların dayanışmasının pekiştirilmesi mi? Yenilenemeyen enerji kaynakları hızla tükenirken, kapıda bekleyen enerji krizini çözmek için atom enerjisinin gerçek bir çözüm olabileceğini kimse inkar edemez. Ama yine de, Fukuşima’nın ardından, en güçlü ülkelerin hükümetleri ciddi biçimde nükleer santralleri tamamen yasaklamayı tartışmaktadır (Bauman ve Lyon, 2013: 100).

Bir taraftan gözetimin gerekliliği bir tarafta da gözetlenmenin doğurduğu kayıplar insanları bir çıkmaza sürükler nitelikte olmaktadır. İnsan hayatını kolaylaştırmak, bilimin gelişmesine katkıda bulunmak, sosyal aktiviteleri yerine

getirmek ya da güvenliğini temin etmek amaçlarıyla kullanılan gözetim insana ve topluma fayda getirirken kişisel bilgilerin insanların rızası ve haberi olmadan ele geçirilmesi, insanların kategorize edilmesi, sürekli gözetim altında tutulması ve deyim yerindeyse parmaklıkları olmayan bir hapisanede mahkum edilmesi amacıyla kullanılan gözetim ise özelde bireyin genelde ise toplumun zararına olan bir durum olmaktadır.

5. Yeni İletişim Teknolojilerine Dayalı Kontrol Devleti

Kaba atomlardan müteşekkil eski dünyadan soyutlanmış, yepyeni bir dünya olarak ortaya çıkan internet, bağımsız olma gayesinde olmuş olsa da, devletlerin ve onların yandaşlarının oluşturduğu yapı, bu yeni dünyanın maddi koşullarını ele geçirmek ve böylece onu denetim altına almak için harekete geçmiştir. Devlet yeni toplumun kılcal damarlarına ve ana arterlerine nüfuz ederek, yapılan bütün görüşmeleri, okunan bütün internet sayfalarını, gönderilen bütün mesajları, aratılan bütün kavramları tespit etmekte sonra da hayal bile edilemeyecek denli sınırsız bir güç sayesinde her gün milyarlarca filtreleme sonucunda elde ettiği bu bilgiyi, devasa gizli depolarda saklamaktadır (Assange ve diğ., 2013: 13).

Özellikle 11 Eylül ve Bali, Madrid, Londra ve Amman saldırılarından bu yana tüm dünyada pek çok ülkede alınan çeşitli terörizm karşıtı tedbirler arasında bu yeni gözetim teknolojileri de yerini almıştır. Daha doğrusu, alınan tedbirler dikkate değer bir süredir gelişmiş halde bekletilen ve yalnızca konuşlandırılmaları için bir fırsat ya da bahane beklenen teknolojileri de içermektedir. Bunlar toplu taşıma sistemlerinde, sınırlar ve havaalanlarında genel güvenlik algısını yükseltmeye çalışanların bakışıyla ayan beyan görünür olan aygıt ve sistemleri kapsamaktadır (Lyon, 2013: 163). Yürüdüğümüz her caddenin, gittiğimiz her bankanın, yaptığımız her seyahatin ve alışveriş, dinlenme ve eğlence gibi her türlü etkinliği gerçekleştirdiğimiz internet sitelerinin sürekli gözlenmesi, hırsızlık ve teröre karşı korunaklı yapılar sunma retorikleriyle siyasi erk/yönetenler tarafından meşrulaştırılmaktadır (Gölbaşı, 2011: 237).

Günümüz dünyasında artık iktidar çok daha görünmez patikalara sahip olmaktadır. Mimari yapının yerini artık elektronik mimari almıştır. Deyim yerindeyse, mahrem, öznenin görünür varlığının, iktidar görünmezliğinin oyuncağı haline getirilmiş

silueti olmuştur. Dahası, denetleyen gözün iktidarı, kendini görünmez kıldığı ölçüde kapsama alanını da genişletmiştir (Köse, 2011: 10-11). Hemen her köşe başına konulan kameralardan edinilen görüntü kayıtları, cep telefonlarının yaydığı sinyaller, bilgisayar IP numaraları, e-posta takip sistemleri, ilerisi, uzaya fırlatılan uydular aracılığıyla tüm dünya gözetim altında tutulmaktadır. Birkaç yıl öncesinde piyasaya sürülen Googleearth programı ile evinde, oturduğu yerde tüm dünyayı gözetleme olanağına erişebilen “sıradan” bireyler için iktidarın ne denli kapsamlı sistemlere sahip olduğunu düşünmek ürkütücü olmaktadır. Bugün teknolojinin ulaştığı bu korkunç nokta ile bireyin gözetlenmekten korunma olanağı bulunmamaktadır. Cep telefonu, bilgisayar gibi görece daha yeni ve pahalı ürünler bir yana, televizyon ve hatta radyo dahil hiçbir teknolojik ürüne sahip olmayan, dahası evinden dışarı adım atmayan bireyler dahi bu enternasyonal gözetim ağına yakalanmışlardır. Isıya duyarlı takip sistemleri ile artık kapalı bir mekan içinde, sözgelimi evde dahi insanların tüm hareketleri rahatlıkla gözetlenebilmektedir (Toprak ve diğ., 2009: 146-147). Ayrıca şuan gerçekleştirilen gözetim, soğuk savaş yıllarında istihbarat faaliyetlerinde bulunmak için gerçekleştirilen gözetim kadar da maliyetli yahut karmaşık olmamaktadır.

Öyle ki cep telefonlarının dinlenmesi sanıldığı kadar zor ya da maliyetli olmamaktadır. “IMSI Catcher” adlı sistem, cep telefonlarının şifreli verilerini alatarak, kendini cep telefonu sisteminin röle istasyonu gibi göstermekte bu sayede havadaki şifreli frekanslar yakalanarak konuşmalar kolayca dinlenebilmektedir. Ayrıca cep telefonu mikrofoni uzaktan devreye sokularak -telli telefonlarda olduğu gibi verici haline getirilerek- çevredeki konuşmalar dinlenebilmekte ve konuşanın bulunduğu yer milimetrik olarak saptanabilmektedir. Cep telefonunu verici olarak kullanarak dinleme yapmak için, cep telefonunun açık olmasına dahi gerek olmamaktadır. ‘Pasif dinleme’ olarak adlandırılan yöntemle, -telefonun pili çıkarılmadığı sürece- kapalı cep telefonları da verici görevi görebilmektedir (Dolgun, 2005a: 42). Bunun haricinde FBI’ın ‘Karnivor’ sistemi de milyonlarca e-posta iletişimi kontrol etmek için ‘dinleyicilerden’ yararlanırken, uluslararası istihbarat toplama sistemi olan ‘Echelon’, diplomatik görüşmeler, organize suçlar, terörizm ve siyasi tehdit oluşturduğuna inanılan muhalif grupları denetlemede çok daha güçlü çevrimiçi araçlar kullanmaktadır (Lyon, 2013: 69).

Ben Emerson tarafından terörizm karşıtlığı konusunda hazırlanan eleştirel bir çalışmada, ABD'nin en çok istihbarat toplayan teşkilatı olduğu düşünülen NSA'in (National Security Agency) ve İngiltere'yi siber saldırılara ve tehditlere karşı korumak amacıyla hükümet tarafından görevlendirilen güvenlik ve istihbarat kurumu GCHQ'nun (Government Communications Headquarters) "PRISM" ve "Tempora" gibi gözetim araçlarıyla yürüttükleri gözetim çalışmalarının kitlesel gözetime hizmet ettiğini savunulmaktadır (Bowcott and Ackerman, 2014).

Bu tip teknik dinlemelerin ve gözetlemelerin haricinde çağın en popüler iletişim aracı olan sosyal medyada da kişiler takip edilmekte, fişlenmekte, sınıflandırılmakta kısaca gözetim altında tutulmaktadır. Sosyal medyadaki kişisel ifade özgürlüğü ve iletişim özgürlüğünün sınırları, olaylara hangi güç odağının penceresinden, hangi açıdan veya hangi coğrafyadan bakıldığına göre değişebilmektedir. Bu anlamda özgürlük her zaman Büyük Birader(ler)'in ayağına basılmayan bir çerçeveye sınırlı olmaktadır. Muhalif görüşler, içinde bulundukları rejimlerin çizdiği özgürlük çemberi ile (coğrafyadan bağımsız olmak kaydıyla dünyanın her yerinde) çatışma halinde olmaktadır. Bu durumda sosyal medyanın sıradan insanlara sağladığı hizmetin daha fazlasını, farklı iktidar odaklarına sağladığını düşünmek yanıltıcı olmamaktadır (Uyanık, 2013: 374). Žižek, sosyal medyadaki davranışlarımızı tetikleyen yegâne motivasyonun serbest irade olmayıp, bu ortamdaki özgürlüğün aslında bir yanılsamadan ibaret olduğuna ve davranışlarımızın giderek daha farklı yöntemlerle manipüle edilebildiğine dikkat çekmektedir. Bu açıdan sosyal medya, siyasi ve ticari güç odaklarının bireylerin davranışlarını etkileme faaliyetleri için gayet uygun bir ortam sağlamaktadır. Žižek "Beynimizin içinde biziz, gerçeklik ise dışarıda" demek ve aradaki bu mesafenin tehdit altında olduğunu, "yani artık felsefenin devrinin yaklaştığını" söylemektedir. Ayrıca beynimizin içindeki "bizin" de manipüle edilebildiğini, sonuçta "biz" sandığımızın, "öz benliğimiz" olmayabileceğini vurgulamaktadır. Buna göre denetlendiğinin farkında bile olmayan bireyler, denetim altındaki düşüncelerini gerçek düşünceleri sanabilecek; davranışlarını kendi özgür iradeleri ile kontrol altında tuttuklarını düşünebileceklerdir (Uyanık, 2013: 370-371). Oysaki günlük hayatımızda gerek kamusal alanda gerekse de özel alanda yapılan hemen

hemen her şey denetime tabi tutulur vaziyette olmaktadır. Daha iyi yönetmek ve gücü elinde tutmak, sonrasında ise bundan kazanç sağlamak için gözetimin dolayısıyla kontrolün elzem olduğunu düşünen siyasi erk/devlet halkını ve onların eylemlerini her yerde ve her zaman takip etmekte ve yönlendirmek suretiyle onları kontrol altında tutmaktadır.

Toplumsal denetimin ya da toplumsal kontrolün en önemli mekanizmalarının başında gözetim gelmektedir ve bunların her ikisi de -egemenlik ilişkileri bağlamında- ayrılmaz bir bütünsellik içinde olmaktadır. Buna göre toplumsal alanın bağdaştırılması, “görülebilir her şey denetlenebilir” ilkesinden geçerken; toplumsal denetim açısından, gözetim ve görme metaforu da büyük önem kazanmaktadır (Dolgun, 2008: 29).

Yakın zamanda Amerika’da gerçekleşen bir saldırı, kitlesel gözetim ve mahremiyet kavramlarının yoğun olarak tartışılması sonucunu doğurmuştur. Dünyanın en önemli telefon markalarından biri olan Apple ve FBI arasında geçen veri gizliliği tartışması hem ülke gündeminde hem de dünya gündeminde oldukça fazla yer almıştır. California’da Aralık 2015’te gerçekleşen ve FBI’nın terör saldırısı olarak soruşturduğu olayda FBI yetkilileri, saldırganlardan Syed Rizwan Farook’un telefonundaki bilgilere erişmek istemiştir. Fakat Apple kişisel verilerin korunması gerekliliğini savunmuş ve müşterilerinin kişisel/mahrem bilgilerini FBI’a vermeyeceğini söylemiştir. FBI ise durumun devlet güvenliği ile ilgili olduğunu saldırgan Farook’un da terör zanlısı olduğunu savunarak Apple’dan telefondaki bilgilere erişim için bir arka kapının açılmasını talep etmiştir. Fakat Apple, bu arka kapının açılmasının sadece bir kişinin bilgilerine erişmeye değil bütün kullanıcıların bilgilerine erişmeye yol açacağını açıklamış ve izin vermemiştir. FBI ise 2016 yılında bu saldırganın telefonuna kendi bulduğu bir yöntemle Apple’ın izni olmadan erişmenin yolunu bulmuştur.

Durum görünüşte sadece bir kişinin bilgilerine ulaşmak amacıyla yapılan bir eylem olarak görülse de aslında kitlesel gözetimi kolaylaştırmak ve istenilen bireylerin kişisel/gizli bilgilerine istenildiği zaman ulaşmak amacıyla yapılan bir eylemden ibaret olmaktadır.

Gerçekleştirilen bu tip kitlesel gözetimin bir yönü, toplumsal kontrolü sağlamak ya da diğer bir deyişle toplumu daha iyi yönetebilmeyi/denetim altına alabilmeyi sağlamak iken diğer yönü de kuşkusuz maddi gelir elde etmektir. Devlet toplumu kontrol etmek ve siyasi güç kazanmak adına söz konusu kitlesel gözetimi gerçekleştirirken ticari şirketler ise esas olarak daha fazla maddi kazanç elde etmek amacıyla kitleleri gözetleme eylemini gerçekleştirmektedir. Bu yönüyle gözetim ticari açıdan da oldukça önem arz eden bir mahiyete sahip olmaktadır.

6. Gözetimin Ticari Boyutu

Bilim ve teknolojiadaki gelişme insanın üretim ve tüketim ihtiyacında bir değişimin meydana gelmesine neden olmuştur. Modern dönemden önce toplum için önemli olan şey, kıt kaynaklarla çok sayıdaki insanın ihtiyaçlarının nasıl karşılanacağına kısacası nasıl daha fazla üretim yapılabileceğine çözüm bulmak iken modern dönemde, teknolojik gelişmeler ve üretim araçlarındaki artışla beraber artık üretimden ziyade nasıl daha fazla tüketim yapılabileceğinin çözümü önem kazanmıştır.

Bu bağlamda insan davranışlarını ekonomik olarak “yönlendirme” ve “gözetleme” şeklindeki “panoptik” “kontrol etme”, üretim üzerinden değil tüketim üzerinden yapılmaktadır. Bu kaymaya bağlı olarak, tüketmeden yaşamının imkânsızlığına vurgu yapılan süreçte, harcamayıp tüketmeyerek kendi ihtiyaçlarını kurduğu düzen içinde karşılayan, piyasaya bağımlı olmayan modern insan iğdiş edilmektedir (Şentürk, 2008: 222).

Sanayi toplumunda ön planda olan üretimin yerini günümüzde tüketimin alması ve buna bağlı olarak tüketici davranışları ile tüketim kalıplarının piyasada daha önce hiç olmadığı kadar büyük oranda bir ‘değer’ ifade etmesi, pazar dinamikleri açısından gözetimi zorunluluk haline getirmiştir. Üreticinin elinde bulundurduğu gücün gitgide pazarlamacılar ile perakendecilerin kontrolüne geçmeye başladığı piyasalarda, tüketiciye ait her türlü bilgi şirketler için büyüyüp rakiplerin karşısında avantajlı konuma geçmenin olmazsa olmaz koşulu haline gelmiştir. Şirketler tüketici bilgilerine ne kadar fazla ulaşırsa, o oranda yeni stratejiler belirlemekte; bu da, kapitalist sistemin temel amacı olan, daha fazla karlılık ve sektörde yerini sağlamlaştırma anlamlarına

gelmektedir (Dolgun, 2005a: 154). Özellikle yirminci yüzyıl boyunca, mal ve hizmet pazarlama yöntemleri gittikçe daha fazla ‘gözetlenir’ olmuş, tüketicilerin adları ve kişisel bilgileri şirketler açısından gittikçe değerlendirilmiştir. Yirmi birinci yüzyılın başında, tüketici bilgilerinin işlenmesi birincil amaç olan tüketimin kolaylaştırılması ve tüketicilerin alışkanlıklarının daha kişisel hedef tespiti açısından değerlendirilmekle kalmamış, aynı zamanda bu veriler yasaların uygulanmasında ve hatta 11 Eylül sonrasında ‘terörle mücadelede’ de son derece önemli ikincil amaçlar da edinmiştir. Gerçek şu ki, artık bütün küresel kuzey ülkelerinin devlet rejimleri tüketici verilerini içermektedir (Lyon, 2013: 66-67). Devlet rejimlerinin haricinde özel şirketler de (özellikle Avrupa ve Amerika’daki büyük şirketler) yüz binlerce hatta milyonlarca kişinin yer aldığı veri tabanları oluşturarak, alışveriş ağına düşen ya da düşme potansiyeli olan herkesi de bu ağın bir parçası haline getirmiş bulunmaktadır. Söz konusu bu veriler farklı kaynaklar ve farklı araçlar kullanılarak ele geçirilse de bunların içinde yer alan internet, veri toplama noktasında diğer kaynak ve araçlara nazaran çok daha farklı ve çok daha etkili bir yapıya sahip olmaktadır.

İnternette tüketici izlemesi ve profillenmesi konusunda kullanıcıların alışkanlıkları sayısal işletleyicilerle sağlanmaktadır. Kullanıcı bilgilerini toplamak için web çerezleri, flash çerezleri ve web böcekleri en çok kullanılan yöntemlerin başında gelmektedir. Bu ticari yazılımlar ile kullanıcılar hakkında toplanan bilgiler genellikle; İnternet Protokolü (IP) adresi; görülen sayfalar; sayfalarda geçirilen zaman; görülen reklamlar; okunan makaleler; yapılan alışverişler; arama yapılan kelimeler; ya da sitede girilen bilgiler; kullanılan dil ya da web tarayıcı bilgisi gibi kullanıcı bilgileri; kullanılan işletim sistemi; coğrafi olarak nereden bağlanıldığı olmaktadır. Daha fazla veri de başka teknolojiler yardımıyla toplanabilmektedir. Örneğin Facebook, MySpace, LinkedIn gibi sosyal ağlarda kullanıcının isteyerek verdiği bilgiler sayesinde, veri madenciliği teknikleri kullanılarak bu toplanan veriler, amaçlar doğrultusunda belli sınıflandırmalara sokulmaktadır. Örneğin Google’da iki ayrı kullanıcı aynı kelimeyi aradığında farklı sonuçlar elde edebilmektedir. Bu konuda Google firması, kullanıcıya özel ve gereksinime en uygun sonuçlar çıkardığını açıklamıştır. Google firması kullanıcıların dilerse geçmiş arama kayıtlarını <http://www.google.com/history/optout> adresinden

silebileceklerini de belirtmektedir. Ancak Kanada hükümeti bu açıklamaları yeterli bulmamaktadır. Amazon.com'dan Apple'ın iTunes hizmetine kadar kullanıcıların izlendiğini belirtmişlerdir. Kişisel veri komisyonu üyesi Jennifer Stoddart İnternet şirketlerinin kullanıcılara ait verileri nasıl topladıkları ve bu toplanan verileri nasıl kullandıkları konusunda firmaların daha proaktif olmasını istemektedir (Toktaş ve diğ., 2012: 56-58).

Bu ve bu gibi ortamlarda paylaştıklarımız sınırları tahmin dahi edemeyeceğimiz noktalara ulaşmaktadır. Bir sosyal ağı üye olduğumuzda kabul ettiğimiz sözleşmeler ile bize ait bütün bilgilerin sadece bizim ilgili olduğumuz çevremiz ve diğer kullanıcılarla paylaşımını kabul etmiş olmamakta, aynı zamanda sayfamızda yer alan görsel ve yazılı içeriklerin, tüketici alışkanlıklarımızın tespit edilmesi ve bize daha kişiye özel reklamlar sunulması gibi nedenlerle o sosyal ağ sağlayıcısının uygun gördüğü aklımıza gelebilecek tüm firmalara da vermesine izin veriyor olunmaktadır (Erdal, 2013: 65).

Bu ticari amaçlı küresel gözetimin bir komplo olmadığı aksine her geçen gün insanların hayatına daha çok dokunduğu ve her geçen gün daha fazla görünür vaziyete büründüğü aşikar olmaktadır. Gözetimin küreselleşiyor olması, hareketliliğin günümüzün üretim, takas ve tüketim dünyasına hakim olan esnek kapitalizmin temel özelliği olmasından ileri gelmektedir (Lyon, 2013: 174).

Dönüşen kapitalist sistem içinde 'yeni ekonomi', enformasyonun önemi ve bireylerin gözetimi üzerine kurulmuştur. Soğuk Savaş'ın sona ermesinin ardından tek kutuplu kalan dünyada kapitalist sistemin belirleyici güç haline gelmesi ve küresel nitelikteki ekonomik yapıyı kendi kuralları dahilinde empoze etmeye başlaması; bir yandan keskin bir rekabet ortamını gündeme getirmiş, diğer yandan da istihbarat faaliyetlerinin yönünü değiştirmiştir. Bu anlamda, kapitalist sistem ile gözetim faaliyetleri arasında yeni bir ilişkisellik ortaya çıkmıştır. Gözetim faaliyetleri, 'global ölçekte' hükümetler ve istihbarat servisleri yoluyla diğer ülkelerdeki büyük şirketler üzerine odaklanırken, 'bireysel ölçekte' de kişilere ait tüketim profillerinin oluşturulması amacıyla iç piyasalara yönelmiştir. Global düzeyde gözetim, uluslararası şirketlerin, rakiplerinin ticari sırlarını ve ihalelere yönelik anlaşmalarını ele geçirme

abaları ya da sanayi casusluğu şeklinde kendini göstermektedir; bunlar, devletin ‘resmi eli’ olan istihbarat servisleri veya bu alanda uzmanlaşmış özel kurumlarca gerçekleştirilmektedir (Dolgun, 2004: 73).

Burada önem arz eden nokta ise, tüketim ve tüketici profillerinin çıkarılması amacıyla, gündelik yaşam içinde bireyleri dört bir yandan sarmalamakta olan pratikler olmaktadır; bu, tüketim kalıplarına yönelik enformasyonu, piyasa değeri olan ve rekabet avantajını eline geçirmek isteyen şirketlerce sürekli talep edilen bir materyale dönüştürmektedir. Bunun yolu, tüketiciyi her yönüyle tanımaktan ve gözetim altına almaktan geçmektedir. Tüketici bilgileri sürekli olarak gncelleştirilip veri tabanlarına kaydedilirken, tüketim kalıplarının belirlenmesi için oluşturulan veri bankalarında; demografik verilerden hobilere, cinsel tercihlerden dinsel inançlara ve kullanılan diş macununun markasından ayda ne kadar yumurta tüketildiğine kadar her türlü enformasyonun derlemesi yapılmaktadır. Tüm bunların sonucunda, ciddi bir pazar gücüne sahip olan şirketlerin değeri, satışını yaptıklarırn ve hizmetlerin tutarıyla değil, sahip olunan müşteri bilgilerine ait veri bankalarının büyüklüğü ile ölçülmeye başlanmaktadır (Dolgun, 2004: 73). Yine bu şirketler müşterilerin haricinde çalışanlarını da, telefonlarını dinlemek, maillerini okumak, arabalarına taktıkları GPS ya da diğer teknolojik aygıtlarla ne zaman nerede bulunduklarını takip etmek, kameralar ile iş yerinde nasıl çalıştığını izlemek ve internette hangi sayfalara girdiğini takip etmek suretiyle gözetleyip oluşturduğu veri tabanına dahil etmektedir.

Bu çerçeveden bakıldığından yazdığınız her şeyin kayıt altında tutulduğunu, bunun gerek iktidar gerekse kapitalizmin tüketiciyi çekme kaygılarıyla yaptığı görülmektedir. İnternetin birçok marka ve pazarlama şirketleri için müşteri seçmek, yeni tüketici alışkanlıklarını oluşturmak için de bir alan olduğu açık olmaktadır. Gözetim ile günümüzün internet ortamında tüketici alışkanlıkları süper panaptikonun veri tabanlarıyla kaydedilmektedir. Artık insanların tüm sosyal ve özel hayatları, aldıkları kitaplar, okudukları bloglar ve dergiler, yaptıkları yorumlar, doğum günleri, banka hesapları, borçları kısaca mahremiyetlerine dair ne varsa süper panaptikonların veri tabanlarına işlenmektedir (Tahralı, 2013: 223).

Panoptik tüketim toplumunda, iktidarın kullandığı yeni iletişim teknolojileri öznelerin bedenleri üzerinden sistemin yeniden üretimine hizmet etmektedir. Öznelere ilişkin tüm verilerin depolanması hem sistem karşıtı hareket olanaklarının engellenmesi, üretimin arttırılması ve buna bağlı olarak tüketimin arttırılması için kullanılmaktadır. Özneye ait tüm veriler, mahremiyet alanında olanlar da dahil olmak üzere sistem tarafından veri bankalarında depolanmaktadır (Çoban, 2014: 311).

Hem devlet hem de özel işletmeler tarafından gerçekleştirilen bu ihlalleri engellemek adına 1990 da birleşik Krallıkta kurulan “Privacy International” kurumu dünya çapında özel yaşamın korunması hakkının savunulması için çalışmalar yapmış, özel yaşamın hükümetler ve şirketler tarafından gözetlenmesine ve başka şekillerde müdahaleye uğramasına karşı mücadele etmiştir. Nitekim bu kuruluş “Elektronik Gözetim: Kim Kimdir?” çalışmasında dijital gözetim olgusunun ticarileşmesine de dikkat çekmektedir. On yıl öncesine kadar çok büyük olmayan gözetim piyasasının günümüzde 5 milyar dolar dolaylarında olduğu tahmin edilmektedir. Söz konusu bu çalışmada kuruluş, piyasada hangi firmanın olduğunu ve hangi hükümetlerin bu piyasanın alıcıları olduğunu açığa çıkartmayı amaçlamaktadır. İşte bu büyüyen piyasayla artık devletler yazılımları kendileri bizatihi geliştirmek yerine, ticari yazılımlara geçmektedir (Toktaş ve diğ., 2012: 44-45).

Söz konusu ticari yazılımlarla ya da diğer yöntemlerle devletin ve ticari şirketlerin gerçekleştirmiş olduğu kitlesel gözetimin asıl amacı toplumu kontrol etmek, tüketimi arttırmak ve maddi kazanç elde etmektir. Kitlesel gözetimin toplumu denetim altına alıp sorun daha doğrusu kendisine tehlike oluşturacak birey ya da toplulukları yönlendirme, söndürme ya da yok etme amacı öncelikli amaç gibi görünse de tüm bu amaçların öncesinde asıl amaç maddi kazanç elde etmektir.

7. Gönüllülük İllüzyonu

Çalışanlarını denetleyen ve gözetleyen işveren, müşterilerini izlemek için her tarafa kamera yerleştiren mağaza sahibi ve hatta çocuklarını gözetim altında tutan anne baba... bu kişileri ortak noktada birleştiren bir payda bulunmaktadır. Neredeyse hepsi bu eylemlerin altında yatan sebebi “diğerlerini” gözetlemek ya da bir başkasının özel

hayatına (mahrem alanına) izinsiz girmek olarak değil, yaşamın doğal akışını dengede ve güvende tutmak ve olası risklere karşı önlem almak, sevdiklerini korumak ve kollamak olarak açıklamaktadır. Bunun gibi birçok farklı şekillerde karşımıza çıkan gözetim olgusu gündelik yaşamın içerisine o kadar dahil olmuştur ki toplumsal yaşamın her aşamasının sistematik olarak kayıt altına alınması doğal bir süreç olarak algılanmaya başlamıştır. Bu süreç öylesine doğal bir hal almıştır ki, devlet yurttaşlarını kayıt altına almak için çok özel bir çaba sarf etmek zorunda kalmamakta, yurttaşlar tüm verilerin birbirine eklemlendiği sisteme dahil olabilmek için kayıt altına alınmayı bizatihi talep etmektedir (Toktaş ve diğ., 2012: 15). İnsanların pek çok zaman ve pek çok bağlamda, gözetime rıza gösterdiğini savunan Lyon (2013: 236-237);

“Sistem meşru ve gerekli kabul edildiğinde, sözde ‘veri öznelerinin’ gerçekte olan biteni bildiği varsayılarak kimsenin bunu sorgulaması beklenmez. İnsanlar pin kodlarını girer, pasolarını kullanır, radyo frekanslarıyla tanımlama giriş kartlarını okutur, müşteri kartlarını pos cihazından geçirir, sosyal sigorta numaralarını verir, cep telefonu kullanır, pasaportlarını gösterir, internette gezinir, alkolmetrelere üfler, yüz ve iris taramasına boyun eğer ve kapalı devre televizyon kameraları altında rutin bir şekilde uluorta yürür. Gözetimin ne anlama geldiğini, bütün bu verilerin nereye gittiğini düşüneni çok azdır. İnsanlar sistemi öylece kabullenir. Aslına bakarsanız, bırakın gönüllü işbirliğinden vazgeçmeyi, insanlar azıcık ikirciklense, bugün yaşadığımız toplumsal hayat çökecektir.”

diyerek oluşumu onlarca yıl alan bu gözetim toplumu yapısının aslında kaygan bir zeminde yer aldığını, insanların kendilerine dayatılan yaşam tarzını, düşünce yapısını, alışveriş ilişkilerini, iletişim anlayışını az da olsa sorgulamasının ve biçilen role biraz itiraz etmesinin bu yapının derinden sarsılmasına hatta yıkılabilmesine neden olacağını savunmaktadır.

Best de (2010: 17), kontrol toplumunda gözetimin, tüketiciye ve halka, onların güvenliğini sağlayan ve onların yararına olan bir unsur olduğu fikrinin aşılmasını ve

bu sayede tüketicinin ve halkın gözetime kendi istekleriyle katılmalarını ‘gönüllülük illüzyonu’ olarak adlandırmakta ve gözetime gönüllü katılımın bulunduğumuz bu kontrol toplumunda disiplinin modern bir versiyonu olduğuna vurgu yapmaktadır.

Kamusal refah söylemi ve kamu güvenliği çerçevesinde işleyerek kişilerin bu gözetime gönüllü katılımı sağlanmaktadır. Gözetim teknolojileri bir yandan refah, huzur, güvenlik ve düzen gibi söylemler etrafında işlemekte, öte yandan ise kişileri yaşamın her alanında denetim altına almakta ve mevcut egemen güçlerin iktidarını en üst düzeye çıkarmaktadır (Tümurtürkan, 2010: 17).

Bunun yanında yeni iletişim teknolojileriyle de gözün teknolojik biçimi tüm yaşam alanlarını denetim altına alma konusunda tarihte görülmedik bir yayılımın yaşanmasına neden olmuştur. Toplumsal özgürlükler iktidarın gözetimi altında gittikçe azalmaktadır, hatta toplum gönüllü bir kul olarak kendi özgürlüklerinden vazgeçmektedir (Çoban, 2014: 303-304). Bu vazgeçiş, güvenlik, bilgiye erişim, eğlence ve sosyal yaşamın devamlılığı için yapılabildiği gibi insanların görme ve görülme yahut gözetleme ve gözetlenme hazzı için de yapılabilmektedir.

Gözetleme yahut gözetlenme ile elde dilen haz konusu özellikle sosyal medya kullanıcılarının başkalarının özel yaşamlarını röntgenleme ve gözetlemeleri (aslında dikizlemeleri) konusuna da girmektedir. Gözetimin ve röntgencilüğün insanlarda yarattığı duygu durumları, özellikle sosyal medyanın gelişiminden sonra oldukça karmaşık bir hal almıştır. Sosyal medya kullanıcıları bu eylemi yaparken, muhtemelen gözetleme yaptıklarını bile hissetmemektedir ama bu dikizlemekle-gözetleme arası eylem, kullanıcıyı kolaylıkla bir gözetmene ve röntgenciye çevirebilmektedir. Kendi kişisel bilgilerine bakanlar da onun gözetmenleri ve röntgencileri olmaktadır. Bu şekilde sosyal medya kullanıcısı, gözetleyen-gözetlenen ve röntgenleyen-röntgenlenen rolleri arasında gidip gelen bir süreci yaşamaktadır (Çakır, 2015: 373).

Bu teknolojilerin en etkin kullanılanlarından biri olan internet ve internetin gözdesi konumunda olan Facebook, kullanım pratikleri noktasında öznelere gönüllü teslimiyetinin en güncel göstergelerinden biri olmaktadır. Kimlik bilgilerini, ev ve iş adreslerini, aile fotoğraflarını, mahrem anlarında çekilmiş olan videolarını, yediği

şeyleri, gittiği yerleri kısacası yaptığı her şeyi ve kendisine ait olan her bilgiyi bu sosyal ağ platformunda paylaşan birey zorlama olmaksızın hatta şaşırtıcı derecede büyük bir hevesle kendisini beğenilmeyi ve görülmeyi bekleyen bir nesne gibi sergilemektedir. “Facebook” a kaydolarak yerel ve küresel iktidarların görsel denetimine kendisini açan özneler varoluşlarını kanıtlamak isterken gerçekte öznel yok oluşlarıyla karşı karşıya kalmaktadır (Çoban, 2014: 303-304). Daha çok bilmek/görmek ve daha çok bilinmek/görünmek isteyen özneler bu uğurda kendileri hakkında ne varsa gözler önüne sermekte ve bu gözetim çarkına bile isteye hizmet etmektedir.

III. BÖLÜM - MAHREMİYET VE MAHREMİYETİN TOPLUMSAL SINIRLARI

1. Mahremiyet Kavramı

Mahremiyet, psikoloji, sosyoloji, antropoloji, siyaset bilimi, hukuk ve mimari gibi birçok disiplin ile ilişkili bir kavram olmaktadır. Bazı yazarlar mahremiyeti ve mahremiyetin sınırlarını açıklarken onu, inzivaya çekilme, geri çekilme ve etkileşimden kaçınma olarak tanımlamakta iken bazı yazarlar ise, bireyin başkalarının kendisine erişimini sınırlandırması, onlara kendini açması yahut onları dışarıda tutması olarak ifade etmektedir (Altman, 1975: 17).

Mahremiyet üzerine araştırmalar yapan teorisyenler insanın fiziksel ve zihinsel varlığının en önemli unsurlarından biri olan mahremiyetin, sınırlarını çizmek ve onun tam anlamıyla ne olduğunu açıklamak için farklı yaklaşımlar öne sürmüş ve yaptıkları çalışmalarla bu konuya ışık tutmaya çalışmıştır.

Mahremiyet, tanımlanması güç bir kavram olup, zaman zaman özgürlük, özerklik, gizlilik ve yalnızlık gibi kavramlarla karıştırılmakta ve yine bu kavramlar kullanılarak açıklanmaya çalışılmaktadır (Tavani, 2007: 3).

Mahremiyet çok yönlü ve karmaşık yapıya sahip soyut bir kavram olmaktadır. Bu nedenle tam anlamıyla mahremiyetin ne olduğunu ifade etmek mümkün görünmemektedir (Gilbert, 2007: 11; Solove, 2008: 1; Dijk, 2006: 112). Mahremiyet, düşünce özgürlüğü, kişinin vücudu üzerindeki kontrolü, kişinin evinde yalnız kalması,

bireyin kişisel bilgileri üzerindeki kontrolü, kişinin gözetimden uzak kalması ve kişinin itibarının korunması gibi durumları içeren geniş kapsamlı bir kavram olmaktadır (Solove, 2008: 1).

Mahremiyet üzerine yapılan popüler tanımlarda mahremiyet, bireyin kendisi hakkındaki bilgileri başkalarına açıklama noktasında istekli olup olmaması ve başkalarının müdahalelerinden uzak kalma hakkı olarak ifade edilmektedir (Dijk, 2006: 112).

Mahremiyete farklı bir pencereden bakan Tavani (2007: 3) ise mahremiyeti, ihlal edilebilen, istila edilebilen, tecavüz edilebilen, kaybedilebilen, kırılabilen ve benzeri müdahalelere maruz kalabilen bir şey olarak tanımlanmıştır.

Tarihsel ve kültürel olarak çeşitli anlamlara gelen ve tartışmaya açık bir kavram olan mahremiyet, ‘yalnız kalma hakkı’ndan ‘toplumsal ilişkilerin sınırlı koşullarına ilişkin müzakere etme kapasitesi’ ve ‘bireyin hakkındaki bilgilere erişimi denetleme hakkı’na kadar birçok anlam içermektedir. Mahremiyet genellikle kamusalın karşısı olarak tanımlanmaktadır ancak bu bile tanımsal konum avantajını sağlamayabilmektedir. Bazıları mahremiyeti bir insan hakkı olarak görürken, bazıları da doğru verilerin doğru kişiler tarafından doğru amaçlar doğrultusunda kullanılmasını sağlayan insan onuru, benliği ve toplumsallığının stratejik bir kaynağı olarak görmektedir (Lyon, 2013: 287). Giddens ise (2010: 123), mahremiyeti “her şeyden önce, kişiler arası eşitlik bağlamında, diğer insanlarla ve benlikle duygusal iletişim kurma meselesi” olarak açıklamaktadır.

Geleneksel açıdan bakıldığında ise mahremiyet, insanların başkalarıyla etkileşimden kaçınarak tek yönlü bir dışarıda tutma ya da geri çekilme yöntemi olarak görülmüştür. Aynı zamanda mahremiyet dinamik ve diyalektik bir etkileşim süreci olarak tanımlanmıştır. Birey diğer kişilerle iletişim ve etkileşim kurma noktasında bazen istekli ve açık olurken bazen de etkileşime girmekten kaçınma ve iletişimi kapatma yoluna gitmektedir (Altman, 1977: 67). Öyle ki insanın ölümlü varlığı karşısında hayatına anlam katma çabası toplumsal ve ekonomik koşullar içerisinde gerçekleşmektedir. Ne içsel yaşamın karmaşasına ne de dışsal yaşamın getirdiği

zorunluluklara ve engellere çözüm üretmek ve yaşamını sürdürmek üzere yönelmek, tek başına anlamlı bir hayatın göstergesi olmamaktadır. Bu nedenle insan, hem yalnız kalma ihtiyacı duyan, duygu ve düşüncesini oluşturmak üzere içedönük bir varlıktır hem de dışa taşıma eğilimi olan ve bir başkasına ya da başkalarına ihtiyaç duyan sosyal bir varlıktır (Kete, 2011: 61).

Tüm bu açıklamalar ışığında bir nevi ortak bir tanım yapmaya çalışan Schoeman (1992), mahremiyet hakkında üç tipik tanım yapmıştır. Birincisi mahremiyet, bir bireyin kendisi hakkındaki bilgiler, şahsıyla kurulan yakınlıklar ve/veya duysal olarak kimlerin kendisine erişebileceği durumları üzerinde sahip olduğu kontrolün ölçüsü olarak tanımlanabilmektedir. İkincisi, mahremiyet bir kişiye sınırlı erişimin bir şartı ya da durumu olarak anlaşılabilmektedir. Üçüncüsü de mahremiyet, bireylerin kendilerini ilgilendiren bilgilerin başkalarına yayılması konusunda karar verme hakkı olarak düşünülebilmektedir.

2. Mahremiyet Stratejilerinde Yapısal Değişim ve Dönüşümler

Hem doğu hem de batı kültüründe özel ve kamu kelimeleri eski çağlardan beri var olmuştur. Çinli düşünürler ‘özel’ (private) ve ‘kamu’ (public) kavramları arasında kesin bir ayrım yapmıştır. Aynı ayrım Yunan dilinde de görülmüş ve bu iki kavrama birçok yerde değinilmiştir. Ancak ‘mahremiyet’ (privacy) kavramına ne Yunanca da ne de antik ya da orta çağ kültürlerinde rastlanılmamıştır. Sadece eski İbrani kültüründe, otoriteye karşı bir hak olarak mahremiyetten bahsedilmiştir. Fakat bu İbrani kültüründe mahremiyet kelimesinin ya da mahremiyet kavramının açıkça tanımlanıp tanımlanmadığı daha doğrusu bahsedilen bu hakkın mahremiyet kavramına ait olup olmadığı tam olarak bir kesinlik arz etmemektedir (Newell, 1995: 88).

Modern öncesi dönemde mahremiyetin daha çok mimari ile yakın ilişkili bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü modern öncesi dönemde, kısmen kamusal olmayan olarak da okunabilecek olan mahremiyetin sınırlarını tarihsel olarak belirleyen genellikle mimari olmuştur. Bu noktada, ev içi vurgusu önemli durmaktadır. Temelde barınak işlevi gören, bireye dışarıdan, örneğin soğuktan, yağmurdan, rüzgardan, güneşten korunabileceği “kapalı” bir alan sunan ev, bunun yanı sıra, mimari

yapısı gereği sunduğu bu “kapalılık” olanağını gözetimden sakınma noktasına da taşımaktadır. Bu durum, bireyin kamusal alanda sakındığı eylemleri, burada yapabilmesini de beraberinde getirmektedir. Birey, bu ortamda kendisini güvende hissetmekte, rahat hareket etmekte ve özgürleşmektedir. Bireyin çekincelerinin yanı sıra, dini, gelenekleri vb. temel alan yazılı olan ve yazılı olmayan kurallar ortak yaşam alanlarında nelerin yapılıp nelerin yapılmamasını belirlemiş, ahlaklaştırmış, eylem ve durumlarda da kamusal ve özel alan ayrımı yaratmıştır (Toprak ve diğ., 2009: 140). O dönemde başkasının gözetiminden uzak kalarak dört duvar arasında yapılan bu eylemler kişinin mahrem alanına dahil olduğundan bu alan üzerinde kişi haricinde hiç kimsenin (istisnai durumlar hariç) bir tasarrufunun bulunmadığını söylemek mümkün olmaktadır.

Aslına bakıldığında kişinin kendi dünyası içinde kalarak, bunu başkalarından saklayabilmesi çok eski ve insancıl bir duyguyu teşkil etmektedir. İnsan; cinsel, duygusal ve psikolojik yönlerini oluşturan mahrem/özel hayatını istemediği kimselerle paylaşmak istememektedir. Kamusal hayatını herkesle, aile hayatını aile bireyleriyle ve mesleki hayatını da iş çevresiyle paylaşan kişi, mahrem alanında cereyan eden vukuların sadece kendisine ait olmasını arzu etmektedir (Şen, 1996: 1). Bu yönüyle bakıldığında mahremiyeti, bireylerin kendilerini ve kişisel bilgilerini başkalarının meraklı gözlerinden koruma hakkı olarak da tanımlamak mümkün olmaktadır (Schermer, 2009: 64).

Mahremiyet olgusuna modern dönemden önce rastlanmakla beraber, şuan ki anlamıyla mahremiyet kavramının asıl olarak modernleşme süreciyle birlikte giderek önem kazandığını söylemek mümkündür. Sözü edilen ve bireyi toplumla olan bağları karşısındaki bireyselliği içinde ele alan ve özeli daha çok özgürlükle (bireysel avantajlar), kamuyu ise görevler ve zorunluluklarla (kolektif yükümlülüklerle) tanımlayan ampirik betimlemede, ‘özel’in ancak moderniteyle, özellikle de kapitalizmin doğuşuyla birlikte doğan ve ‘özerklik’le, ‘kendine yeterlilik’le tanımlanan bir statü olduğunu söylemek mümkündür (Çetinkaya, 2011: 26).

Modern dönem ve sonrasında önem arz eden mahremiyet, farklı disiplinlerde ele alınmış ve bir değer olduğu konusunda görüş birliğine varmıştır. Felsefeciler,

mahremiyeti insan varlığının gerekli bir parçası olarak görmektedir. Psikologlar da benlik gelişimi ve benliğin korunması için mahremiyetin önemine vurgu yapmaktadır. Sosyologlar ise özellikle genel ve yakın insan ilişkilerinin sürdürülmesinde mahremiyetin değerine odaklanmaktadır. Hukukçular ve siyaset bilimciler de mahremiyeti temel bir insan hakkı olarak görmektedir (Newell, 1995: 98).

Günümüzün postmodern toplum koşullarında dönemin enformasyon teknolojileri üzerinden işleyim kazanan gözetim toplumu, bireyler ile toplum daha önce hiç olmadığı kadar savunmasız ve şeffaf bir yapıya büründüğünden; özel yaşamın korunması ve mahremiyetin ihlali sorunsalları, çağdaş sosyal teori yanında hukukun da üzerine eğildiği en temel konulardan biri haline gelmiştir (Dolgun, 2008: 213).

Mahremiyet, uluslararası insan hakları hukukunda ‘korunması gereken temel bir hak’ olarak görülmüş; Uluslararası İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 17. Maddesinde de, *“Hiç kimsenin mahremiyeti, ailesi, evi veya haberleşmesi keyfi ya da hukuk dışı müdahalelere konu olamaz ve şeref ile itibarına hukuk dışı saldırı yapılamaz.”* hükmü yer almıştır. Transistörün icat edildiği 1948 yılında ise Birleşmiş Milletler, *“Hiç kimsenin özel hayatında, evinde veya haberleşmelerinde keyfi müdahaleye maruz bırakılmayacağını”* insan hakkı olarak belirlemiştir (Dolgun, 2008: 213).

Mahremiyet dünya genelinde derin öneme sahip bir konu olmaktadır. Neredeyse her ulusun mahremiyeti korumak için gerek ahlaki gerekse de hukuki yaptırımlar ürettiğini ve mahremiyeti kutsal yapıya sahip temel bir hak olarak gördüğünü söylemek mümkündür (Solove, 2008: 2).

İnsan haklarının vazgeçilmez bir parçası olan mahremiyet hakkı, bireysel özgürlüklerin de teminatı olmaktadır. Kamusal alandan ayrı olarak, kişilerin kendilerine ait dünyaları ile buradaki her tür pratiği kapsayan özel alanda hayat bulan mahremiyet, bireylerin kendileriyle ilgili verilerin dolaşımını denetleme hakkı olarak tanımlanabilmektedir (Dolgun, 2005a: 101). Ancak bir hak olarak görülen ve korunmasının zaruri olduğu kabul edilen mahremiyetin, sahip olduğu karmaşık yapı ve sınırlarının silikliği sebebiyle tam olarak ne olduğu ve yasal olarak nasıl korunacağı hala tartışmaların odak noktasında yer almaktadır (Scoglio, 1998: 21).

Gelişen teknolojik imkanların insan hayatına entegre olmasıyla birlikte de artık hangi yaşam aktivitelerinin kamusal alana hangi aktivitelerin ise özel alana (mahrem alan) ait olduğu belirsizleşmeye başlamıştır. Aslında kamusal alan ve özel alan hem günlük hayatta hem de akademik literatürde kullanılan kavramlar olmaktadır. Literatürde çoğu yerde özel ve kamusal alan birbirinden ayrı iki kavram olarak ele alınmaktadır. Farklı disiplinlerde birçok bilim adamı bu iki kavramı farklı şekillerde tanımlamış ve sınırlandırmıştır (West et al., 2009: 616).

Tarihsel bir kategori olarak karşımıza çıkan ve Eski Yunan dönemine kadar geri giden “Kamusal Alan” kavramı, 14. yüzyılda kullanılan “public” kelimesine kadar dayanmaktadır. Bu kavram, genelin gözetimine, bilmesine açık anlamına gelmektedir. 17. yüzyılda ise kamusal alan ve aynı zamanda özel alan kavramının kullanımı gittikçe belirginleşmeye başlamıştır. “Kamusal” kavramına, herkesin denetimine açık olan; “Özel” kavramına da, kişinin kendisi, ailesi, arkadaşları ve dostları ile olan ilişkisini sınırlayan bir yaşam alanı (mahrem alanı) şeklinde bir anlam yüklenmiştir (Onat, 2013: 10).

Kamusal alan, bireylerin, kendilerini ilgilendiren ortak bir sorun çerçevesinde akıl yürüttükleri ve rasyonel bir tartışma içine girdikleri yaşam alanı olmaktadır. Ayrıca, tartışmanın sonucunda, o sorun hakkında ortak kanıların, kamuoyunu oluşturan araç, süreç ve mekanların tanımlanmasını içermektedir. Kısacası, kamusal alanın, kamuoyunu oluşturan bir alan olduğunu söylemek mümkündür. Özel alan ise, ekonomik üretim ilişkileri ve bu ilişkilerden bağımsızlaşan çekirdek aile, akrabalık vb. bireysel ilişkilerin gizlilik alanı olmaktadır (Dağtaş, 2014: 12). Kamusal alandan ayrılan ve daha dar bir alanı kapsayan bu yaşam alanı kişinin aile ve yakınlarıyla paylaştığı bir alan iken mahrem alan ise kişinin kendisi ile ilgili şeyleri sadece istedikleri kişilerle paylaştığı bir alan olmaktadır ve bu mahrem alan özel alana nazaran daha dar bir alanı kapsamaktadır.

Habermas’a göre kamusal alan tarihsel ve normatif bir kategori olmaktadır. Habermas, Kant ve Frankfurt Okulu düşünürlerinden etkilenecek kendi kamusal alan modelini geliştirmiştir. Ona göre kamusal alan, demokratik bir ortam olmaktadır. Bu demokratik ortamda birçok sorunun çözülmesi mümkün olmaktadır. Kamusal alanın

normatif bir kategori olması, mevcut iktidarı eleştirebilme özelliğinin olmasının bir gereği olmasından ileri gelmektedir. Habermas'ın kamusal alan modeli iletişime dayanmaktadır ve kamusal alan “siyasal iletişim alanı” olarak da ifade edilmektedir (Onat, 2013: 2-3).

Arendt ise, kamusal alan ve özel alan arasında sınırları belirgin kılacak bir ayırım yapmıştır. Arendt'e göre (Onat, 2013: 30) Özel alan gizliliğin, baskının egemen olduğu; başka bir deyişle siyasi etkinliklerin olmadığı alan olarak görülürken; kamusal alan ise özgürlüğün var olduğu, siyasi etkinliklerin olduğu, insan olmanın anlamının ortaya çıktığı bir görünüm alanı olmaktadır.

Karşıt kavram çiftleri gibi görünse de aslında kamusal hayatın ve özel hayatın birbirinin karşıtı olarak ele alınmasının pek de doğru bir yönelim olmadığını belirtmek gerekmektedir. Özel hayat alanlarının sömürgeleştığı, gün yüzüne çıkıp özellikle medya üzerinden deşifre edildiği, piyasaya sunulup metalaştığı bahsinden hareket edecek olunursa, kamusal alan için de aynı yazgının geçerli olduğu bir çağın kültürel çıkmazlarının yaşandığını itiraf etmek gerekmektedir. Güçlü bir kamusal alan yoksa bireyselliğin yaşanabildiği güçlü bir özel alanın (mahrem alan) da olması mümkün görünmemektedir. Bu iki alanın, her şeyden önce, birbirini besleyen, etkileşim içinde olan ve birbirini destekleyen alanlar olarak düşünülmesi gerekmektedir (Kete, 2011: 62-63).

Kamusal alan ve özel alan, eskiden bu yana birçok kuramcı, araştırmacı ve yazar tarafından çerçevesinin çizilmesi ve aralarındaki çizginin net bir hale getirilmesi amaçlanmıştır. Fakat zaman içinde gelişen teknoloji ve bunun beraberinde dönüşüme uğrayan toplum yapısı, kamusal alan ile özel alan arasındaki ayırımın netleştirilmesini daha da zorlaştırmıştır.

Öyle ki, postmodern ve dijimodern dönemden önceki özel alan-kamusal alan arasındaki ayırım ile postmodern ve dijimodern dönemdeki özel alan-kamusal alan arasındaki ayırım birbirleriyle kıyaslanamayacak derecede farklı olmaktadır. Postmodern dönemden önce hatta internetin hayatımıza girdiği andan önce bireyin özel hayatı ile kamusal alan arasındaki ayırım net bir şekilde yapılabilmekte ve bu iki alan hem

kanunlar hem de bireyler tarafından açıkça idrak edilip sınırlandırılabilir. Bu dönemde, caddeler, sokaklar, kamu binaları, meydanlar, şehir merkezleri, mağazalar, iş yerleri, kahvehaneler, restoranlar ve ortak insan ilişkilerinin ve sosyalleşmenin gerçekleştiği daha birçok alan kamusal alan olarak tanımlanabilmekte iken ev ise, özel hayat alanının temel ve belki de yegane mekanı olarak kabul edilmektedir.

İnternette önceki bu dönemde bireyler, kamusal alanda insanların görmesinde yahut bilmesinde sakınca bulunmayan şeylerin paylaşılmasını ya da konuşulmasını normal ve sıradan kabul ederken, evlerinin içinde gerçekleşen olayların, evlerine ait olan nesnelerin ya da kişisel bilgilerin başkaları tarafından görülmesini yahut bilinmesini istememekte ve evinin içini mahrem/özel alanı olarak kabul edip bu alanı ketumca muhafaza etmektedir.

Bunun en net örneklerinden biri aile albümleri ya da video kayıtları olmaktadır. O dönemde aileye ait olan fotoğrafları veya videoları sadece aile içindekilerin ya da akraba ve yakınların görmesi mümkün iken internetin insan hayatına girmesi ile evin içi herkesin gözetimine açılmıştır. Mahrem/özel alan kamusal alana dahil olurken kamusal alan ise internet sayesinde evin içine girmiştir.

Mahrem/özel alan - kamusal alan ayrımı günümüz toplumlarında artık birçok siyasal ve toplumsal tartışmanın merkezinde yer almaktadır. Bu tartışmalarda ağırlıklı olarak her iki alanın da sınırlarının nerede başlayıp nerede bittiği, özel hayatın gizliliği ve kutsallığı, özel hayat ihlallerinin hukuksal ve etik boyutları ele alınmakta, özel hayat korunması gereken kutsal bir alan olarak ön plana çıkmaktadır. Ancak ne var ki bugün özel alan ve kamusal alan tamamen iç içe geçmiş durumda olmaktadır. Artık neyin mahrem, neyin kamusal olduğu tamamen anlamını yitirmiş, hem mahrem alan hem de kamusal alan birbiri tarafından ihlal edilmeye ve sömürülmeye başlamıştır (Öztekin ve Öztekin, 2010: 527). Söz konusu bu iki alanın iç içe girmesinde ve bu iki alanın birbiri tarafından sömürülmesinde başat rolü kuşkusuz yeni bilgi ve iletişim teknolojileri üstlenmektedir.

Yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte yaygınlaşan panoptik/synoptik güç kullanımı da yaşamın her alanında mahremiyetin geri dönüşsüz

biçimde parçalanması ve gaspıyla sonuçlanan ölümcül örnekler ortaya koyarken; söz konusu süreç, toplum yaşamı, bireysel yaşam ve bu alanların sınırları ile ilgili de can alıcı sorular ortaya koymaktadır (Köse, 2011: 11).

Aslına bakıldığında söz konusu bu bilgi ve iletişim teknolojileri bireylere yeni tartışma olanakları sunmaktadır. Artık güncel, sanatsal, ekonomik ya da eğitimsel olmak üzere birçok konuda bireyler sanal ortamda bir araya gelerek mekansız ve kimliksiz olarak fikirlerini öne sürmekte, gruplar oluşturabilmektedir. Geçmişin salonları ve davetleri zamansız ve mekansız olarak web üzerinde oluşmakta ve tüm dünyaya açılabilir (Varol, 2010: 126-127). Fakat bu yeni bilgi ve iletişim teknolojileri insanlara sunduğu bu imkanların haricinde sahip olduğu mahiyeti açısından birtakım olumsuz durumların vuku bulmasına da sebep olmuş ya da bunun olmasına zemin hazırlamıştır.

Bu yeni iletişim araçları arasında özellikle öne çıkan sosyal ağlar, hem kimliğin ifade edilmesi hem de toplumun inşasında önemli bir rol üstlenmiştir. Söz konusu bu sosyal ağlar, hem sosyalliği kolaylaştırma hem de özel ve kamusal alan arasındaki sınırı bulanıklaştırmak/silikleştirmek için tasarlanmış araçlar olmaktadır. Mahremiyet ve gizlilik/samimiyet kavramı, postmodernizm, dijimodernizm ve yeni medya güçleri tarafından yeniden şekillendirilmektedir (Ciafardini, 2011: 340).

İnsanların sanal/sosyal ilişkiler kurduğu ve yürüttüğü bu iletişim mecrasında özel alan ile kamusal alan arasındaki bulanıklığa zemin hazırlama noktasında örnek teşkil edecek en önemli ağ kuşkusuz Facebook olmaktadır. Tasarımı itibarıyla insanların bir araya gelip sanal bir topluluk oluşturmaya aracılık eden bu ağ görünüş olarak kamusal bir alana işaret ederken, bu topluluğa dahil olan bireylerin kendileri hakkındaki özel ve dahi mahrem bilgileri oluşturdıkları kişisel sayfalarına yüklemeleri hasebiyle de bir özel/mahrem alanı içinde barındırmaktadır.

Bu muhakkak ki “Facebook kamusal bir alan mı yoksa özel bir alan mı?” sorusunu akla getirmektedir. Bu soruya cevap vermek kolay olmasa da konu hakkında verilecek bir örneğin durumu izah etme açısından faydalı olacağı aşikar olmaktadır. Facebook’u bir dünya kabul edersek, bizim bu ağdaki Facebook

hesaplarımız/profillerimiz de bir nevi bizim evimiz olmaktadır. Yaklaşık iki milyar evin olduğu bu sanal dünya kamusal bir alan iken Facebook hesaplarımız/profillerimiz ise özel alana dahil olmaktadır. Profilimizde paylaştığımız ve bizim, ailemizin, arkadaşlarımızın yahut tanıdıklarımızın içinde olduğu her fotoğraf ya da video özel hayat alanına ait olmaktadır. Bu bilgileri Facebook'ta paylaşmak özel hayatı kamusal hayat alanına sürüklemek anlamına gelmektedir. Bu noktada yüz milyonlarca insanın yer aldığı bu kamusal ortam özel alanlarla yoğrulan ve varlığını sürdüren bir yapıya sahip görünmektedir.

Artık anonimlik Facebook ve diğer sosyal medya araçları tarafından otomatik olarak aşındırılmaktadır. Özel olan, sayısız “arkadaş” ve rastgele “kullanıcı”larla kutlanmak ve tüketilmek üzere kamusallaşmaktadır (Bauman ve Lyon, 2013: 22).

Anlaşılabileceği üzere bireyin özeli kamusal alan içinde yok olurken, kamusal alan da özel alan tarafından ihlal edilmektedir. Bu da, bu iki alanın çizgilerinin belirlenmesinin ve net bir ayrıma gidilmesinin ne kadar zor olduğunu gözler önüne sermektedir.

Öyle ki birçok teorisyen ve iletişimci, söz konusu teknolojik gelişmelerin özel alan ve kamusal alan arasındaki ayrımın her geçen gün daha fazla bulanıklaştırdığını ve bir zaman sonra bu iki ayrı alanın iyice birbirinin içine gireceğini ve bunu fark etmenin ve önlemenin pek de mümkün olmayacağını savunmaktadır (Schermer, 2009: 64).

3. Mahremiyete İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar

Mahremiyet temel bir insani ihtiyaçtır. Antropolojik ve psikolojik olarak mahremiyetin kökeninde, utanma duygusu, bedensel bütünlük, kişisel alan ve kişilerarası ilişkilerde samimiyet gibi ihtiyaçlar yatmaktadır (Debatin, 2011: 47).

Westin (1967), Altman (1975), Margulis (1977), Burgoon (1982), Sundstrom (1986), Newell (1995), Scogio (1998), Petronio (2002), Tavani (2007), Solove (2008) ve Nissenbaum (2010) gibi batılı düşünürler “Mahremiyet Kuramı” üzerine çalışmalar yapmış ve mahremiyete ait kuramın çerçevesinin çizilmesinde önemli rol oynamışlardır. Mahremiyet kuramının temel yapı taşlarını oluşturdukları ve mahremiyet üzerine

alıřan diğerk dűřűnűrlere ilham kaynağı oldukları için mahremiyet kuramı űzerine çalıřmalar yapan batılı kuramcılar arasında muhakkak ki en űnemlileri Alan Westin ve Irwin Altman’dır.

Westin’in mahremiyet kuramı, insanların kendilerine başkalarının erişimini geçici olarak sınırlandırarak kendilerini nasıl koruduklarını ele almaktadır (Margulis, 2011: 10). Westin (1967: 7) mahremiyeti, grupların, bireylerin veya kurumların kendileriyle ilgili bilgileri başkalarına ne zaman, nasıl ve ne kadar aktaracağına karar verme hakkı olarak tanımlamaktadır.

Oluřturduğı mahremiyet kuramında Westin, insanların mahremiyete ihtiyaçları olduėunu ileri sűrmektedir. űnkű mahremiyet, diğerk ihtiyaçlarla uyum içinde, bizim kiřilerarası iliřkilerimizi gűn ve gűn duygusal olarak ayarlamamıza yardımcı olmaktadır. Westin, kuramını űzellikle batılı demokrasilere gűre sınırlandırmıřtır. űnkű mahremiyet bu demokrasilerin sosyopolitik deėerleri ile űrtűřmektedir (Margulis, 2011: 10).

Mahremiyetin dűrt temel kriteri olduėunu varsayan Westin (1967: 31-32) bunları, “Yalnızlık, Yakınlık/Samimiyet, Anonimlik ve Kendini Muhafaza Etme” olarak adlandırmaktadır. Yalnızlık, bireyin diğerk insanların gűzetiminden uzaklařması demek iken, Yakınlık/Samimiyet, bireyin gűzden ırak bir ortamda kendisinin seçmiř olduğı iki ya da daha fazla kiřiden oluřan kűűk bir grubun űyeleri ile kurduğı yakın, rahat ve samimi iliřkiyi ifade etmektedir. Aile, karı, koca, arkadař çevresi ve iř arkadařları sűz konusu bu kűűk grubun tipik űrneklerini teřkil etmektedir. Anonimlik de, kiřinin kamusal alanlarda, gűzetlenme, aranma ve kimlik saptama gibi durumlara maruz kalmadan gerçekleřtirdiğı eylemleri kapsamaktadır. Kendini muhafaza etme ise, bireyin bařkalarına bir řeyi açıklamada ya da onlarla iletiřim kurmada sınır koyma ve tabiri caizse istemediğı ihlallerden kendisini muhafaza etmek için psikolojik bir bariyer oluřturma anlamına gelmektedir.

Westin ayrıca mahremiyetin kiřiye saėladığı dűrt iřlevinin olduėunu varsaymaktadır; Kiřisel űzerklik, Duygusal Rahatlama, Sınırlı ve Korunmalı İletiřim Kurma ve Kendini Deėerlendirme. Kiřisel űzerklik, bařkaları tarafından manipűle

edilmekten, hükmedilmekten ya da bir şeye maruz bırakılmaktan kaçınma arzusu anlamına gelmektedir. Duygusal rahatlama, rol gereksinimleri, duygusal durumlar, küçük olağandışlıklar ve bedensel fonksiyonlar ve kayıpların yönetimi gibi sosyal hayattaki gerilimlerden kurtulmayı ifade etmektedir. Sınırlı ve korumalı iletişim kurmanın ise iki yönü olmaktadır; sınırlı iletişim, kişilerarası sınırların belirlenmesini, korumalı iletişim de güvenilen kişilerle kişisel bilgilerin paylaşmasını kapsamaktadır (Margulis, 2011: 10). Son olarak kendini değerlendirme ise, Toplumsal ceza tehdidi olmadan kişinin kendi hislerini ve kimliğini yansıtabileceği bir bireyselliği oluşturmasına izin verme durumunu içermektedir (Trepte and Reinecke, 2011: 67).

Mahremiyet kuramı üzerine çalışmalar yapan Altman da Westin gibi mahremiyeti karmaşık toplumsal düzenlemelerin bir türü içinde konumlandırmış ve onu evrensel bir kültür olarak görmüştür. Kişisel alan ve kişinin egemenlik sınırı ile ilgilenen bir çevre psikoloğu olan Altman, Westin'in bireyler ve grupların açıklılık ve kapalılık arasında bir denge arayışı konusundaki kavrayışına özel bir önem vermektedir (Steeves, 2009: 201).

Teorisinde Altman (1975: 4), mahremiyetin tek düze/durağan bir yapıda olmadığını savunmaktadır. Ona göre mahremiyet, sözlü, sözsüz ve çevresel gibi çeşitli etkileşim tiplerinin karışımından oluşan diyalektik ve dinamik bir yapıya sahip olmaktadır. (Joinson at al., 2011: 37).

Altman (1975: 18) için mahremiyet, kişinin kendisine ya da grubuna erişimin seçici kontrolüdür. Bu nedenle mahremiyet kişilerarası sınır kontrolünün dinamik bir sürecini içermektedir. Mahremiyetin üç özelliği bilhassa önemli olmaktadır. Birincisi, mahremiyet doğası gereği toplumsal bir süreçtir. İkincisi, mahremiyetin psikolojik yönlerinin, insanların etkileşimini, onların toplumsal dünyasını, fiziksel çevrelerini ve toplumsal fenomenlerin geçici doğasını içermesi gerektiğidir. Üçüncüsü ise, mahremiyet kültürel bir bağlama sahiptir; özellikle mahremiyet evrensel bir kültürdür fakat psikolojik belirtileri kültürden kültüre farklılık göstermektedir (Altman'dan Akt. Margulis, 2011: 11-12).

Bunun yanında mahremiyetin üç amacı olduğunu savunan Altman (1975: 45) bunları şu şekilde sıralamaktadır: 1- bir kişi ya da grup ve toplumsal dünya arasındaki ilişkiler, 2- kişisel ve toplumsal dünya arasındaki bağ, 3- öz tanım ve öz kimlik.

İki teori de bireyin ve grupların kendilerine erişimi nasıl düzenlediğini ve kontrol ettiğini tartışmaktadır. Bu iki teori de değişen iç ve dış koşulların sürekli bir dinamiği olarak mahremiyet için ihtiyaç duyduklarımızı tanımlamaktadır. Buna karşılık elde edilen mahremiyet iç durumları ve dış koşulları etkileyebilmektedir. İki teori de mahremiyetin birçok biçimi olduğunu kabul etmektedir. İki teori de mahremiyetin evrensel özelliklere sahip olduğunu ve muhtemelen kültürden kültüre farklılık taşıdığını kabul etmektedir. İkisi de mahremiyetin fonksiyonlarının, bireyselliğe ve öz benliğe katlı sağlamak ve kendini değerlendirmek için fırsatlar içerdiğini düşünmektedir. Altman ve Westin'in teorileri arasındaki temel fark; Altman'ın teorisi, toplumsal etkileşime vurgu yaptığı için nispeten mahremiyet olaylarını kapsayıcı bir yapıdadır fakat Westin'in teorisi daha az bu yapıdadır. Westin daha çok toplumsal etkileşimin alt kümesinde yer alan enformasyon mahremiyetine odaklanmıştır. Birbirinden bağımsız yapıda ve iyi desteklemiş olan bu iki teorinin, psikolojik bir kavram olarak mahremiyetin esaslarını anlamak için mantıklı bir temel sağladıkları görülmektedir (Margulis, 2011: 15).

İnsanın en önemli değerlerinden biri olan mahremiyeti Holvast (1993), Rosenberg (2004) ve Fischer-Hübner (2001) de mekansal mahremiyet, bireysel mahremiyet ve enformasyon mahremiyeti olmak üzere üç boyutta ele almışlardır.

Mahremiyet kuramı üzerine çalışmalar yapan Sandra Petronio ise, İletişim Mahremiyeti Yönetim Teorisi (Communication Privacy Management Theory) adında bir teori ortaya atmıştır. Petronio bu teoride mahremiyetin sınırlarını belirlemeyi ve korumayı baz alan bir yaklaşımdan hareketle beş ilke ortaya atmıştır. 1- Bilgi mülkiyeti, 2- Kontrol, 3- Mahremiyet kurallarının düzenlenmesi, 4- Başkalarının özel bilgilerini koruma ya da ortak mülkiyet, 5- Mahremiyet ihlallerinin/bozukluklarının düzenlenmesi ya da mahremiyet düzensizlikleri (Petronio, 2010: 178).

Mahremiyetin çok karmaşık bir yapıya sahip olması, onun hakkında daha fazla kuramsal çalışma yapılması gereksinimini doğurmuştur. Altman, Westin ve diğer mahremiyet teorisyenlerinin ufuk açıcı çalışmalarının ışığında Burgoon, mahremiyetin birbirine bağlı dört boyutunun ayrımını kapsayan çok boyutlu bir mahremiyet tanımını geliştirmiştir (Trepte and Reinecke, 2011: 63).

Burgoon (1982) mahremiyeti, toplumsal mahremiyet, psikolojik mahremiyet, enformasyonel mahremiyet ve fiziksel mahremiyet olmak üzere dört boyutta ele almıştır.

Toplumsal mahremiyet, mahremiyetin fiziksel boyutuyla ilişkili olmaktadır. Burgoon (1982: 216), toplumsal mahremiyeti toplumsal ilişkilerden uzak durma/geri çekilme yetisi olarak açıklamaktadır. Psikolojik mahremiyet ise, bireyin kişisel duygu ve düşüncelerini başkalarına istediği zaman, istediği miktarda ve şekilde açıklama özgürlüğünü içermektedir. Enformasyonel mahremiyet de, kişinin kredi kartı bilgileri, sağlık, eğitim, vergi ve askeri kayıtları ve finansal durumları gibi kişisel bilgilerine başkalarının erişimini yönetmesini esas almaktadır. Fiziksel mahremiyet ise, başkasının bireyin kendisine fiziksel erişimini (dokunmasını, görmesini, duymasını vb.) yönetmesini içermektedir (Burgoon, 1982).

Debatin (2011: 49) ise mahremiyetin çerçevesini çizip tanımını yapma çabasıdan çok mahremiyetin korunması konusuna odaklanmış ve mahremiyetin üç ana mekanizma sayesinde korunabileceğini savını ileri sürmüştür: Yasal Düzenleme, Ahlaki Öz-Düzenleme ve Mahremiyetin Korunmasını/Arttırılmasını Sağlayacak Teknoloji.

Başlangıçta, yasal düzenlemeler, kişisel mahremiyete, eve, aileye ve haberleşmeye karşı yapılacak ihlalleri engellemeye odaklanmıştır. Fakat bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişme bir takım özel veri koruma yasalarının yapılmasını zaruri kılmıştır. Ulusal ve uluslararası hukuktaki farklılıklar, bazı ülkelerdeki kapsamlı mahremiyet yasalarının eksik olması ve teknolojideki hızlı gelişim, mahremiyeti kapsamlı olarak (gerek gerçek gerekse de sanal ortamda) koruma noktasında mevcut yasaların yetersiz, hantal ve tutarsız kalmasına zemin hazırlamıştır (Debatin, 2011: 49). Debatin'e göre mahremiyetin korunması için öncelikle mevcut yasaların düzenlenerek

daha kapsamlı bir hale kavuşturulması gerekmektedir. Ayrıca, teknolojik gelişmeleri takip ederek bunlardan doğacak ihlallerin önüne geçmek için mahremiyet yasalarının bu doğrultuda şekillendirilmesi gerekmektedir.

Mahremiyetin korunması için ikinci yol da bireyin kendi mahremiyetini/kişisel bilgilerini başkalarına ifşa etmekten kaçınmasıdır. Toplumsal ilişkilerde bir takım ahlaki kurallar vardır. Mahremiyete saygı gösterilmesi ve kişilerin mahremiyetlerini ihlalden kaçınılması bu yazılı olmayan kurallardan bir tanesini teşkil etmektedir. Mahremiyetin korunmasında etkin bir rol oynayacak diğer mekanizma ise, yeni teknolojik ürünlerin/ortamların, mahremiyetin korunmasını/mahremiyetin arttırılmasını yani mahremiyeti ihlale sebep olacak durumların ortadan kaldırılmasını sağlayacak yapıda tasarlanmasıdır. Öyle ki, yeni teknolojik gelişmelerden doğacak mahremiyet ihlallerini engellemenin en mantıklı yolu, onu tasarlarken bu noktayı göz önünde bulundurmaktan geçmektedir. Kişisel bilgilere erişim, kimlik doğrulama araçları, güvenlik duvarları, casus yazılım dedektörleri ve filtreler kullanılarak önlenilebilir ve bireyin mahrem alanına yapılacak saldırılar engellenebilir (Debatin, 2011: 49-50).

Mahremiyetin korunması konusunda Debatin'in ile hemen hemen aynı görüşe sahip olan ve mahremiyetin korunması konusunu "sanal ağ"larla sınırlayan Dijk (2006: 117-118), bu ağlarda mahremiyetin korunması için çeşitli yolların olduğunu ve bunların dört kategoride toplanabileceğini söylemektedir: yasal koruma, sosyal koruma, sistemli teknik ve organizasyonel koruma ve diğer teknik alternatifler ile koruma.

Margulis (2011: 14-15) mahremiyet için, "Sonuç olarak, mahremiyet esnek bir kavramdır. Bu nedenle eğer davranışsal bir mahremiyet teorisi istiyorsanız, mahremiyet tanımının sizin ihtiyaçlarınızı karşılayıp karşılamadığına karar vermelisiniz" demektedir.

4. Mahremiyetin Dönüşümü

Mahremiyet kavramı halihazırda tanımlanması güç bir kavram iken yeni iletişim teknolojilerinin insan hayatına girmesiyle birlikte tanımlanması ve sınırlarının çizilmesi daha da zor hale gelmiştir. Mahremiyet her geçen gün farklı şekillerde ihlal edilmekte ve özel ile kamusal alan arasındaki çizgi gün geçtikçe silikleşmektedir. Asırlardır

varlığını koruyan ve insan için çok önemli bir değer olarak görülen mahremiyet günümüzde farklı iletişim araçları ve oluşturulan yeni kültür sayesinde dönüşüme uğramaktadır.

Bu araçların en önemlilerinden biri olan televizyonda hazırlanan programlar ile gündelik hayatın en önemli alanlarından biri olan mahremiyet kavramı esnekleşmektedir. Bireye ait olanlarla topluma ait olanlar arasındaki sınır giderek ortadan kalkmakta, böylelikle de tüm toplum, aynı özel yaşamın öznelere haline gelmekte ve aynı mahremiyeti paylaşmaktadır. Öyle ki, yatak giysileriyle başkalarının yanına çıkmanın saygısızlık ve özensizlik sayıldığı bir ilişki biçiminden, sadece yarışma kurallarının önem kazandığı ve milyonlarca izleyicinin önünde mahremiyetin neredeyse tamamen ortadan kalktığı bir ilişki biçimine gelinmiştir (RTÜK, 2006: 40). Yıllar içerisinde televizyonda yayınlanan ve özel hayatı paylaşma ve gözetleme olgusunu içerikleriyle izler kitleye empoze eden programlar, izler kitlenin paylaşım konusunda alt yapısının oluşmasına sebebiyet veren en önemli etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. “Biri Bizi Gözetliyor”, son zamanlar da popüler olan “Survivor” ve “Ben Bilmem Eşim Bilir” tarzı programların yoğun ilgi görmesi, zaman içerisinde özel hayat paylaşımını izler kitlelerin içselleştirmesini ve yadırgamamasını sağlamaya başlamıştır (Erdal, 2013: 65).

Ülkemizde, son yıllarda yayınlanan bu tarz yarışma programları, mahremiyet konusundaki toplumsal değer yargılarını değişime zorlamakta ve bireylerin toplumsal değerler konusunda çatışmalar yaşamasına yol açmaktadır. Bu tür programların izleyicilerinin önemli bir bölümünde, özel hayatların mahrem anlarını gözetleyerek kendini rahatlatma eğilimi kışkırtılmaktadır. Bir diğer ifade ile bireylerde ‘röntgencilik’ duygularını açığa çıkarma gibi, yayıncılık etiği açısından ahlaki olmayan bir yol, reyting uğruna izlenebilmektedir (RTÜK, 2006: 42). Hal Niedzviecki’nin de dediği gibi bu tarz programlarla insanlardaki merak ve gizli olanı öğrenme dürtüsü körüklenmekte ve bu sayede dikizleme kültürünün iliklerimize kadar işlenmesi istenilmektedir.

Sadece Türkiye değil başta Amerika ve Brezilya olmak üzere dünyanın çeşitli ülkelerinde de yayınlanan “Taxi Orange” ve “Big Brother” adlı yarışma programları,

toplumdaki bireylerin başkasını izleme, dikizleme yahut röntgenleme duygularını körüklemiştir. Zaman içinde ise, bu programlar ile bireyin mahremiyet anlayışında bir dönüşümün meydana gelmesi sağlanmış ve başkalarının özel hayatlarını izleme ya da özel hayatı başkalarının gözetimine sunma durumu kanıksanır bir vaziyet halini almıştır.

Benzer programlar ile toplumun yapısında mahremiyet adına köklü dönüşümler yaşanmasına ön ayak olunmuştur. Ayrıca insanların başkalarının özel hayatını izlemeleri bir alışkanlık halini almaya başlamıştır. “Big Brother” ile başlayan bu süreç artık günümüzde çok daha ileri seviyelere taşınmış ve çok daha vahim bir hal almaya başlamıştır. Önceleri bu programlardaki yarışmacılar sadece günlük rutin işlerini yapıyor ve izleyiciler tarafından seyretiliyor iken zamanla izleyicilerin daha çok ilgisini çekmek adına yarışmacıların duş alırken, sevişirken, soyunurken ya da havuzda yüzerken çekilen görüntüleri seyircilerin gözetimine sunulmuştur. Bu anlara ait videolar hem televizyonda hem de internette milyarlarca insanın beğenisine sunulmuş ve milyonlarca insan tarafından izlenmiştir.

Günümüzde durum tahmin edilenin çok daha ilerisinde bir hale ulaşmıştır. Amerika’da yayınlanan “Naked and Afraid” ve “Dating Naked” adlı programlar daha önce hiç yapılmamış tarzda tasarlanmış ve mahremiyetin ifşasını yine hiç görülmemiş boyutlara taşımıştır (Discovery, 2015; VH1, 2015). Discovery Channel’da yayınlanan ve Survivor tarzı bir yarışma programı olan “Naked and Afraid”, biri kadın biri de erkek olmak üzere iki kişinin zorlu hava koşullarının olduğu bir yere götürülmesi ve burada onların aç, susuz ve kıyafetsiz olarak bırakılması, en önemlisi ise bu iki kişinin tamamen çıplak olarak yaşamaları şartının konulması şeklinde yapılmaktadır.

Yine Amerika’da yayımlanan “Dating Naked” adlı program da, bir çiftin tanışmasını ve tamamen çıplak bir halde geçirdiği bir günü izleyicilerin seyrine sunan bir program olmaktadır. Aynı şekilde yine çıplak şekilde yarışan bir erkek ve iki kadın yarışmacının ıssız bir adada buluşmasını konu edinen Hollanda yapımı “Adam Zkt. Eva” adlı program (Rtl, 2015), gözetlenmeye ve teşhire dayanmakta ve izleyicilerin röntgencilik ve mahrem alana girme isteklerine hizmet edip onların mahrem anlayışında büyük dönüşümlerin yaşanmasına yahut buna zemin hazırlamasına hizmet etmektedir.

Türkiye’de ise, altı sezon yayınlanan ve yakın zaman da yeni yarışmacılarla tekrar yayınlanacak olan “Biri Bizi Gözetliyor”, ıssız bir adada geçen “Survivor”, çiftlerin yarıştığı “Ben Bilmem Eşim Bilir”, katili belli olmayan cinayetlerin çözülmeye çalışıldığı ve tartışmaların yapıldığı “Müge Anlı ile Tatlı Sert”, ailenin mahrem sırlarının göz önüne serildiği kadın ve evlilik programları ve daha birçok program mahrem anlayışının dönüşmesine neden olan programların başında gelmektedir.

Mahremiyetin ifşasına, özel hayat alanının kamusal alana taşınmasına, mahrem alanın izlenmesinin sıradan bir davranış olarak izleyicinin zihnine yerleştirilmesine ve mahremiyetin anlayışının dönüştürülmesine neden olan bu tarz televizyon programları etki alanlarını genişletmek ve daha çok seyirciye ulaşmak için internet mecrasını da aktif olarak kullanmaktadır. Bu programların tamamının eş zamanlı olarak internet üzerinden izlenilmesi mümkünken aynı zamanda programdaki özel anlara dair video ve fotoğraflar da yine internete yüklenmekte ve izleyicilerin gözetimine sunulmaktadır.

Ayrıca internet sayesinde ortaya çıkan ve gelişen sosyal paylaşım ortamlarının da, televizyonda yayınlanan paylaşım esaslı programların oluşturduğu temellerin üzerine kendi paylaşım kültürünü oluşturması uzun sürmemiştir. Yüzyıllar içerisinde oluşturulmuş örf ve adetler çok kısa bir zaman dilimi içerisinde en muhafazakar toplumlar için bile temelinden sarsılmıştır (Erdal, 2013: 65-66). Çünkü internet diğer kitle iletişim araçlarına nazaran çok daha kapsamlı ve çok daha fazla sayıda mahrem alana müdahale etmiş ve edilmesine yardımcı olmuştur. İnternetin, kitle iletişim sürecinde kontrolü alıcıya veren doğası, kullanıcılara diledikleri kadar, diledikleri derinlikte diğer insanların hayatlarına ve mahremlerine müdahil olma imkanı sağlamıştır (Arık, 2013b: 119).

Ortada olan en önemli ve yadsınamaz gerçek, bu sanal ortamda faaliyet gösteren araçların özellikle de sosyal paylaşım ağlarının bizleri, bizleri oluşturan değerleri ve alışkanlıklarımızı hızla değiştirmekte olduklarıdır. Mahrem hayatın paylaşımının bir yaşam tarzı haline gelmeye başlaması ve mahrem hayatın gizliliğinin ortadan kalkması ile birlikte, arkadaşlar tarafından dahi olsa, başkaları tarafından her an izleniyor olmanın umursamazlığı sosyal paylaşım ortamlarının kullanıcıları arasında hızla yayılmaktadır.

Tüm bu gelişmeler, içinde bulunduğumuz çağda gizlilik ve özel olguların ortadan kalması sonucunu doğurmaktadır (Erdal, 2013: 66).

Tüm dünya ülkeleriyle birlikte Türkiye’de de milyonlar tarafından kullanılan sosyal paylaşım ağlarında kullanıcılar tarafından paylaşılan iletilerin, fotoğrafların ve videoların mahiyeti her geçen gün farklılaşmakta ve mahremiyet açısından bakıldığında ise eskiye nazaran çok daha vahim bir hal almaktadır.

Sosyal paylaşım ağlarının insan hayatına girdiği ilk anlara bakıldığında, insanların kendileri hakkında adları dahil neredeyse hiçbir özel şeyi paylaşmadığı görülürken bugün artık insanlar ailesini, evinin içini, hastanede yatan aile ferdini, düşüğünü hatta yatağını, banyodaki halini, ilişki sonrası yatakta çektikleri fotoğrafları ya da tamamen çıplak hallerini başkalarının gözü önüne bile isteye sunmaktadır. Bunun haricinde insanlar evlerinin içine (yatak odası ve banyo dahil olmak üzere) kameralar yerleştirerek para karşılığında yahut sırf popüler olmak adına insanlara 24 saat yayın yapmaktadırlar. İnsanlar ise bu kişilerin sitelerine ücretli ya da ücretsiz üye olarak bu kişileri internet üzerinden 24 saat izlemektedir.

10-15 yıl önce kendilerine ait mahrem bilgileri sıkı sıkıya muhafaza eden bireyin, dijimodern çağın evladı olan internet ve onun başrol oyuncusu olan sosyal paylaşım ağları aracılığıyla mahremiyet anlayışında bir dönüşümün yaşandığı aşikar olmaktadır. Facebook ile görünür olmak, Twitter ile takip edilmek, Instagram ile beğenilmek, diğer sosyal paylaşım araçları ile yerel bir popülerliğe sahip olmak, kazanç elde etmek ya da diğer amaçlara ulaşmak adına paylaşılan her mahrem bilgi, hem bireyin hem de toplumun yapısında geri dönüşü olmayacak hasarlar bırakmakta ve sahip olduğumuz mahrem alanı tamamen yok etmektedir.

Mahremiyetteki bu aşınmanın sebebi, her yere yayılmış olan sosyal medya hizmetleri, ucuz cep telefonu kameraları, internetteki ücretsiz fotoğraf ve video siteleri ve belki de hepsinden önemlisi insanların neyin kamusal neyin mahrem olması gerektiği konusundaki anlayışlarının değişmesi olmaktadır (Bauman ve Lyon, 2013: 30).

Modern toplumun kültür ortamında, iletişim teknolojisinin gelişmesiyle yaşam aleniyetle sarsılmıştır. Bireylere “özgürlük” imkanı tanıyan “mahremiyet” ise özellikle

internet aracılığıyla üretilen aleniyete dayalı bu kültürün içine çökertilmiş, özgürlük alanı olmaktan çıkarılarak kamusal alanda tartışılan bir gösteri nesnesine dönüştürülmüştür (Kaplan, 2013: 156). “Katı olan her şey buharlaşıyor, kutsal olan her şey dünyevileşiyor” diyen Karl Marx (Engels Komünist Manifesto) halihazırdaki durumu özetlemekte iken, arama motoru Technorati’nin kurucusu ve CEO’su Dave Sifry ise, “Bence mahremiyet öldü. Sanki keskin bir kılıç diz hizasından hızla geçirildi ve yara almamış görünüyorsa bile vücudun yere düşmesi an meselesi” (Niedzviecki, 2010: 265) diyerek son noktayı koymaktadır.

4.1. Yeni İletişim Teknolojileri ve Mahremiyetin Alenileştirilmesi

Kendi yaşam tarzıyla, ketumca gizledikleri, keşişçe kuytularda biriktirdikleri, gözlerden uzak tutmayı başardıkları değerlerle sarsılmaz bir mahremiyete ulaşmanın önemli insan erdemlerinden biri olarak görüldüğü çağların çok ötesinde olduğumuz su götürmez bir gerçektir. En azından böylesi meczupça bir yaşam biçimini süregelen bir inzivanın gölgesinde beslemek ve sürdürülebilir kılmak teknik açıdan artık pek mümkün görünmemektedir (Köse, 2011: 13). Çünkü insanın yaşam alanının tamamı gelişmiş teknolojik araçlarla sarılmıştır. Artık dünyanın neresinde olunursa olunsun uydu sistemiyle kişinin takip edilmesi mümkün olmakta, iş yerindeki kameranın sistemine girerek ortam izlenebilmekte yahut şehrin kuytu bir köşesinde kendi başına oturan kişi mobese kameraları ile gözetlenebilmektedir.

Fakat bu teknolojik araçlara, takip cihazlarına ya da kameralara nazaran bireyin daha geniş ve detaylı incelemesinin yapıldığı, kişisel bilgilerinin ele geçirildiği, her daim takip edildiği ve mahremiyetinin geri dönüşü olmayacak şekilde tahrip ettiği adını genelde “yeni iletişim teknolojileri” özelde ise “yeni medya” olarak adlandırıp sınırlandırabileceğimiz bir ortamdan/araçtan bahsetmek mümkün olmaktadır.

Hayatımızın her noktasına nüfuz etmiş olan bu iletişim teknolojileri günlük hayatın bir takım gereksinimlerini karşılamada fayda sağlayan bir yapıya sahip olsa da, aslında online bilgi gizliliğinin ihlali ve sanal gerçeklik gibi birçok tehdit ile bizi karşı karşıya bırakmaktadır (Perugini, 1996).

Aslına bakılırsa yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi yüzyıllar boyunca deyim yerindeyse için için yanan mahremiyet endişelerini körüklemiştir. Bu teknolojilerin çoğalması özellikle de bilgisayarın hızlı yükselişi mahremiyetin birçok açıdan ihlale maruz kalmasına zemin hazırlamıştır (Solove, 2008: 4). Söz konusu mahremiyet ihlallerini engellemek için çaba sarf edilse de bu yeni teknolojiler aracılığıyla, mahremiyet her zamankinden daha fazla sayıda, şekilde ve hızda ihlal edilmeye devam etmektedir (Chai et al., 2009: 167). Öncelikle söz konusu bu teknolojik gelişmeler sayesinde insanların mahrem alanlarına ulaşmak ve onların mahrem alana müdahale etmek suretiyle kişinin mahremiyetinin yitip gitmesine sebep olmak çok daha kolay bir hal almıştır. Bunun haricinde mevcut olan özel alan ve kamusal alan neredeyse iç içe girmiş ve zaten bu iki alan arasındaki silik çizgi daha da belirsiz bir hale bürünmüştür.

Bunun yanında bu dijital ortamda meydana gelen mahremiyet ihlalleri, diğer iletişim araçlarında gerçekleşen ihlallere nazaran daha kalıcı bir mahiyete sahip olmaktadır. Whittle ve Cooper'a göre (2009: 14); geleneksel medya araçlarından olan gazete, dergi ya da radyo aracılığıyla yayınlanan ya da basılan ve mahremiyet ihlaline sebep olan bir haber bir zaman sonra gerçek dünyadaki varlığını kaybedecek yani gazetede ve dergideki haber kupürü ya da radyodaki kaset çürüyecek ve yok olacaktır. Ancak sanal ağdaki haber, resim, fotoğraf yahut kayıt mahkeme kararıyla kaldırılmadıkça yahut yükleyen kişi silmedikçe yerli yerinde duracak ve söz konusu ihlal uzun yıllar belki de sonsuza kadar var olacaktır.

Bireyin kendi egemenliğindeki alanını ifade eden mahremiyet, giderek eriyen sınırlarını da içerisinde barındıran, zayıflayan bir durumsallıkla karşı karşıya kalmaktadır. Yeni medya, etkileşimsellik altyapısıyla dijital ve sembolik anlamlar üreterek, sistemin devamını bu imgeler üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu gelişime yaslanan sistem ve egemen ideoloji, bireylerin de düzene ayak uydurabilmesine uygun koşulları hazırlamakta, gizli öznelere aracılığıyla söylemler üretmekte, tüm eylemleri bunlar üzerine yapılandırmaktadır. Artık yok sayılan, algılanmayan birey, fark edilmek uğruna mahremiyetini ifşa etme yolunu seçmektedir. Bu yeni yaşam tarzı bireyi kamusal-özel alan ayrımının birlikteliğine sürüklemekte olup, yeni medya da bu sürüklemenin lokomotifi olarak konumlandırılmaktadır. Böylece postmodernizmin

yaşanılan zamanın tüm alanlarına inmekteki ustalığı, mahrem olanın dönüşmesine zemin hazırlayıp mahremiyet algısının değişmesine önayak olmuştur. Postmodern birey kendi dünyasında nefes almaya çalışırken, kendisini çevreleyen gözetim mekanizmasına ne ölçüde gözlerini kapamakta olduğuna, mahremiyetin sınırlarının giderek incelendiğini gördüğünde karar vermektedir. Bunun üzerine eklemlenen teknolojinin evrilen üretim ve tüketim düzeni; gözetleme, denetleme ve seslenme mekanizması; bireyin mahremiyet alanına yapılan işgalin bir tezahürüdür. Mahrem alanın kamusal alanla karşılaştırılmasından çok, asıl önemli olan, mahremiyetin bireyin üzerinde ideolojik anlamda denetleme mekanizmasının işlerliği ekseninde dönüştürülmesidir (Uğurlu, 2011: 247-248).

Postmodern kodlar olarak nitelendirilen bu anlık değişimler, aşırı bireyselleşme, değerlerde ikame esnekliği bireylerin özgürlüklerini yok etmekte, teknolojilerin yaygınlığı ise mahremiyeti inceltmektedir. Buna bağlı olarak gelişen yeni teknoloji, toplumun yapısına işlemiş kalıp yargıları bertaraf ederek, kimliklerin ve mahrem bilgilerin açığa çıkarılma pratiğine işlerlik kazandıran bir görev üstlenmektedir (Uğurlu, 2011: 250-251).

Synoptikon evresindeki iletişim, tüm toplumsal dünyayı baştanbaşa bir klinik haline getirmiştir. Foucault'un 'panoptizm' sözcüğüyle altını çizmeye çalıştığı şey tastamam bu olmaktadır: "Dünya Kliniği". Bu tanımlama, bireylerin özel alanlarındaki gerçekliğin sınırlarının kurgusal olarak aşılması, medyatik gözetleme aygıtlarıyla aleni hale getirilmesidir. Bu bağlamda başta internet ve televizyon olmak üzere, yeni iletişim teknolojileri de bir nevi "görünmezliğin scopik operatörleri" olmaktadır (Aim, 2008: 5).

Yeni iletişim araçları sayesinde artık mahremiyet ile aleniyet tam anlamıyla birbirine girmiştir ve nihayetinde bireye garanti edilen bir özel alan kalmamıştır. Sonuç olarak, mahremiyet, yeni iletişim araçlarının tüketim kültürüne dayalı kamusalılığı üzerinden çekirdek ailenin iç dünyasına sızan toplumsal güçlerin akınlarını başlattığı gediğe dönüşmektedir. Özel olmaktan çıkarılan mahremiyet alanı alenileştirilmekte ve bu şekilde içi boşaltılmaktadır. Sözde bir kamusalılık, bir tür üst-ailenin samimiyet alanı olacak şekilde daraltılmaktadır. Bu alan daraldıkça evlerin duvarları incelmekte,

mahremiyet duvarı alçalmakta, saydamlaşmakta ve dahası, bireylerin kendilerine dair özel şeyleri kalmamaya başlamaktadır (Aslan, 2011: 122).

Sonuç olarak, özel yaşam/yalnız bırakılma hakkı ve kişisel bilgilerin kimlerle paylaşılıp kimlerle paylaşılmayacağı gibi tercihlerin belirlendiği mahrem alan ile onu korumaya yönelik yasal sınırlamalar, yaşam tarzları ile toplumsal yapıyı dönüştüren enformasyon teknolojileri çerçevesinde giderek işlevsizleşmeye ve ortadan kalkmaya başlamıştır. Teknoloji alanında her geçen gün katlanarak çoğalan gelişmeler, bireyleri giderek daralan bir çemberin içine hapsederken; insanların gündelik yaşamdaki tüm etkinlikleri elektronik ortamda sürekli izlenmeye ve kayıt altına alınmaya başlanmış, yerküreyi dört bir yandan çevreleyen uydu ve bilgisayar ağları da var olan gözetim toplumunun alt yapısını hazırlayarak temellerini atmıştır (Dolgun, 2004: 72).

4.2. Mahremiyet Ekonomisi

Mahremiyete ekonomik açıdan bakıldığında iki yaklaşımdan söz etmek mümkündür. Birincisi, günümüz dünyasında hakim vaziyette olan Kapitalist yaklaşım, diğeri ise buna alternatif olarak çıkan ve bireyin mahremiyetini esas alan yaklaşım olan Liberal yaklaşımdır.

Kapitalist ekonomide (iktisadi) mahremiyet (banka işlemlerinin gizliliği, karlar ve gelir hakkındaki bilginin saklı tutulması hakkı), zenginleri, şirketleri ve varlıkları koruyan bir yapıya sahip olmaktadır. Kaynağı bilinmeyen zenginlik, yüksek gelir ve karlar, zengin ve fakir arasındaki gelir eşitsizliğine neden olmakta ve aralarındaki gelir uçurumunu büyötmektedir. Dolayısıyla bu, ideolojik olarak bu uçurumun büyümesinin tasdik edilmesine ve meşrulaştırılmasına hizmet etmektedir. Bu yüzden, Kapitalizmin bu çoğalan ve derinleşen eşitsizliğe yardım eden bir ideolojik mekanizma olduğunu söylemek mümkün olmaktadır (Fuchs, 2011: 143-144).

Liberal mahremiyet söylemi ise, büyük ölçüde bireysellik içermektedir ve daima kadın/erkek özgürlüğünü ve bunların bireysel varlıklarının bütünlüğü ve tabi korunması gerekliliği savunulmaktadır. Liberal mahremiyet, kamusal alan ve özel alanı ayırmaktadır. Bu noktayla da Liberal mahremiyetin Kapitalist mahremiyete bir zıt değer olarak karakterize edilmesi mümkün olmaktadır. Liberal mahremiyette bir

tarafından özel hayatın niteliğinin evrensel bir değer olarak muhafaza edilmesi aynı zamanda da kar amacı için insanların kitlesel olarak gözetlenmesinin kalıcı olarak azaltılması gerekliliği savunulmaktadır. Çünkü Kapitalizm, zenginlerin ve şirketlerin mahremiyetlerini korumakta fakat aynı zamanda tüketiciler ve halk içinse mahremiyet ihlallerini meşru kılmaktadır (Fuchs, 2011: 144).

Mahremiyet açısından günümüzdeki duruma bakıldığında liberal yaklaşımdan söz etmek neredeyse imkansız olmaktadır. Kapitalist yaklaşımın hemen hemen hayatın bütün alanına nüfuz etmiş bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Kapitalizmde insanın mahremiyetini korumayı düşünmek ve bu yönde çalışmalar yapıp önlemler almak bir yana onun sağlığının hatta yaşamının dahi bu yaklaşımda bir kıymeti harbiyesinin olmadığı açıkça görülmektedir.

Her geçen gün zenginin daha zengin fakirin daha fakir olduğu bu kapitalist ekonomide önemli olan tek şey kar oranını artırmak ve daha fazla kazanç elde etmektir. Bu uğurda bireyin mahremiyetinin bir önemi olmadığı gibi söz konusu bu kazancı elde etmek isteyenler bireyin mahremiyetini araç olarak kullanmakta ve bu alana açık şekilde tecavüz etmektedir.

Feodalizmin sona ermesiyle birlikte hakim konuma geçen kapitalist sistemde kazanç sağlayacak her şey araç ya da nesne olarak kullanılmıştır. 16. ve 19. yüzyıllar arasında kurumsallaşıp bugünkü varlığının temellerini atan bu sistem 21. yüzyıla kadar birçok mecraayı sistemin çarkına entegre etmiştir. 20. yüzyılda doğan ancak asıl devrimini ulaştığı ülkeler ve kendisi kullanan kitlenin sayısı göz önüne alındığında 21. yüzyılda yapan internet, kapitalist sistemle zaman içinde iç içe geçmiştir. Kendini bu sisteme adapte etmiş şirketler, bu yeni iletişim aracının devasa sayıda insana ulaştığını fark etmiş ve sonrasında bu mecraayı çıkarları doğrultusunda kullanmanın yolunu aramıştır.

Her gün sanal ortamda insanlar kendileri hakkında birçok ayrıntıyı kendi istekleriyle başkalarına göstermektedir. Sevdikleri, sevmedikleri, yedikleri, giydikleri, işleri ve onlara dair daha birçok bilgiyi bu ortamda paylaşmaktadırlar. Paylaşılan bu bilgilerle oluşan profilin bireylerin bir nevi dijital yansıması olduğunu söylemek

mümkün olmaktadır. Bu sanal ortamda paylaşılan bilgilerle oluşturulan profili “dijital dosya” olarak da adlandırmak mümkündür. İşte bu noktada yüzlerce şirket, bireyin ırkı, cinsiyeti, geliri, hobileri ve satın aldıkları hakkındaki bilgilerden oluşan psikolojik profilleri, oluşturdukları devasa veri tabanlarına kaydetmektedir (Solove, 2006: 3-4).

Artık şirketler daha fazla bireyin finansal itibarını değerlendirmek için çeşitli kayıtlara ve dokümanlara güvenmektedir. Kredi verenler kişinin geçmişi hakkında detaylı bilgi edinmek için kredi raporlama ajanslarıyla çalışmaktadır. Kredi raporlama ajansları ise şirketlere sunduğu potansiyel müşteri profillerini oluştururken mali kayıtların yanı sıra interneti de aktif olarak kullanmaktadır. Kişisel verilere, alışveriş alışkanlıklarına ve diğer bilgilere ulaşmak isteyen şirketler farklı yollar deneyerek amaçlarına ulaşmaktadırlar. Bu şirketler bu yöntemlerden biri olan ve adı “spyware” olarak bilinen yazılımı insanların bilgisayarlarına gizlice yükleyerek onların en çok hangi ürünü araştırdığını, en çok hangi siteye girdiğini ve en çok neyi satın aldığını tespit edip onlar hakkında bir profil oluşturmaktadır (Solove, 2006: 5-7).

İnternette özellikle de Facebook’ta karşımıza çıkan reklamların çoğu bizi ilgilendiren konulardan ibaret olmaktadır. Örneğin, bilgisayarında internet aracılığıyla ayakkabı arayan ve birkaç ayakkabı sitesini gezen kişinin Facebook profilinde ertesi gün ayakkabı reklamının yer alması tesadüf olmamaktadır. İnternet üzerinden gezdiğimiz her site, baktığımız her ürün, beğendiğimiz her ileti, aldığımız her kıyafet, sipariş verdiğimiz her yemek, kısacası yaptığımız her şey kayıt altına alınmakta ve bu alışkanlıklarımız kullanılarak sanal profilimiz şirketlerin hizmetine sunulmaktadır.

Bu noktada şirketler kadar sosyal ağlar da aynı amaca hizmet etmektedir. Maddi çıkar amacı güderek kullanıcılarının bütün bilgilerini müşterilerinin istekleri doğrultusunda kategorize edip sunan sosyal ağlar da (ki bu ağlarda bir nevi ticari kuruluş sayılmaktadır) aslı itibarıyla şirketler gibi hareket etmekte ve bunu bir kar unsuru olarak görmektedir.

Öyle ki, 2011 yılı verilerine göre dünya çapında sosyal ağların reklam gelirlerinden elde ettiği meblağ 5.2 milyar dolar iken 2014’ün sonunda bunun yaklaşık 12 milyar dolara ulaşmış olacağı tahmin edilmektedir (Emarketer, 2012).

Kar amacı esasıyla ahlaki ve sosyal açıdan yanlış olup olmadığını düşünmeden ve dahi düşünse bile umursamadan hareket eden şirketler, istedikleri hedef kitleye bu sayede daha rahat ulaşabilmektedir. Kapitalist düzenin en büyük hizmetkârı olan bu şirketler bu yolla kazançlarını gün be gün arttırmakta ancak bireylerin mahremiyetlerine de o ölçüde zarar verip bu alanı geri dönüşü olmayacak şekilde tahrip etmektedir.

4.3. İdealize Edilmiş Kimliklerin Mahremiyet Algısı

Mahremiyet algısı insan olmanın bir gereği olmaktadır. İnsan, kimi özel alanlara sahiptir ve bu alanları paylaşma inisiyatifinin de yine kendisine ait olması gerekmektedir. Ancak bu aidiyetin sınırları açık seçik olmadığı gibi, kimi karmaşıklıklar ve benzerlikler de taşımaktadır. Bu belirsizlik, mahremiyet algısının hassas bir zeminde yer aldığını ve kişiler arası iletişimde önemli bir “dikkat alanı” açtığı anlamına gelmektedir (Yılmaz, 2011: 129).

Sınırları açık seçik olmayan bu alan, yeni iletişim teknolojileri ile daha da belirsiz bir hale bürünmüştür. Bu belirsizlik içinde kendisini konumlandırmaya ve kimliğini oluşturmaya çalışan birey farkında olmadan kimliksizleşmeye ve sanal ağların yarattığı ortamda silikleşmeye başlamaktadır. Özellikle sosyal paylaşım ağları ve bu ağlarda kurulan gruplar ve topluluklar ile birey, daha önce tecrübe etmediği ilişki biçimlerini ve sanal sosyalliği öğrenmeye başlamıştır.

Adına sanal cemaatler ya da postmodern kabileler denilen bu yeni sosyallik türleri, iletişimin ve kültürel enformasyonun önemli kaynakları arasında yer almakta ve artık bilginin oluşumu, dağıtılması, kitlelere ulaştırılması süreçlerinde belirleyici rol oynamaya başlamıştır. Dikizleme kültürünün yeni sanal cemaatleri, bilgiyi derinlemesine, bütünsellik içinde ve sorgulayıcı biçimde almak yerine, “basit bir bilgi” dağırcığı bağlamında iletişimi mümkün kılan bir araç olarak dolaşıma sokmuştur. Artık günlük yaşayışa dair sosyal iletişim olgusunun kaynakları Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım sitelerinin müptelası olmuş yüzeysel bireysellikler bağlamında inşa edilmektedir (Aslan, 2011: 96-97).

Bu ağların uçsuz bucaksız dipsiz bir kuyu gibi her şeye açık olması, özellikle bilinçsiz kullanıcılar ve ergen kullanıcılar düşünüldüğünde korku ve endişe gibi

duyguların oluşmasına neden olmaktadır. Her şeyin çok açık bir şekilde bu sanal ortamlarda dolaşması mahremiyet algısının zayıflamasına yol açmaktadır. Bütün her şeyin çok rahat bir şekilde dolaştığı bu ortamlar kullanıcılar üzerinde sosyal etkileşime neden olurken; kullanıcıların özgürlük anlayışından başlayarak, karakterleri üzerinde etki yaratmakta ve kişiliğin belirlenmesinde ya da değişmesinde rol sahibi olabilmektedir (Kuşay, 2013: 104).

Jarvis (2012: 130) kitabında sosyal medyanın, mahremiyetin yok olmasına zemin hazırlayan ve dahi ön ayak olan bir ortam olmadığını ve mahremiyeti tehdit etmediğini savunmaktadır. Ayrıca Jarvis, kullanıcıların büyük çoğunluğunu temsil eden gençlerin bu dijital ortamda mahremiyetlerini umursamadan ya da farkında olmadan ortaya serdikleri fikrine katılmayıp, bilakis gençlerin pek çoğunun mahremiyetin korunması hakkında gayet bilinçli olduklarını savunmaktadır.

Fakat profil özellikleriyle oluşturulan ve zaman içinde paylaşılan içeriklerle derinleşen kimlikler, her ne kadar bireyin tekelindeymiş ve bu oluşum sürecinde birey özgürmüş gibi gözükse de bu süreçte farkında olmaksızın yönetilmektedirler. Sosyal ağlar özellikleri ve sundukları imkânlarla bireyi yönlendirmekte ve sınırlamaktadır. Bireyin kimlik oluşturma sürecindeki özgürlüğünün sınırları aslında önceden belirlenmiştir. İdealize edilmiş ve bedenden kopmuş kimlikler özgürlük hissi verilmiş bir tutsaklık altında oluşturulduğu gibi, yaşamlarına devam ettikleri müddetçe de gözetim altında tutulmaktadır. Nerede olduğunu Foursquare ile paylaşan, beğendiklerini Facebook'ta beğenen, Twitter'da düşüncelerini paylaşan birey kimliğine ve kişiliğine dair birçok izi sosyal ortamlarda bırakırken, ortaya çıkan sosyalleşme, özel alanın bir nevi ifşasıyla mahremiyet ve gözetim sorunsalını akla getirmektedir (Bakıroğlu, 2013).

Bu sanal kimlikler 'idea'nın dijital dünyadaki tezahürü olmuş, idealize edilmiş kimliklere evrilmiştir. Fakat bu kimlikler, modernizmle yükselen, yeni iletişim teknolojileriyle güçlenen bireyselleşme sonucunda kendi değerleri ve ötekini değerleri arasında çatışmaya girmiştir. 'Güç istenci'yle herkesten daha iyi bir kimlik oluşturmak ve sunmak isteyen birey, kendini yükseltirken diğerlerini nesneleştirmektedir. Sartre'a göre özne kendini hep daha iyi konumlandırmak isterken, diğer öznelere nesneleştirme

eğilimine girmektedir. Diğer kimlikler ve o kimliklerin temel bileşenleri olan paylaşımları, bireyin kimliğini idealize ederken kullandığı nesneler haline gelmektedir (Bakıroğlu, 2013).

Görünme ve algılanma arzusu, bir isteği ve arzuyu görünür kılmanın önüne geçmiştir. Varlığın en güçlü bileşeni olan arzu, her şeydir; bireyin kendi bedeni ve aklı üzerindeki egemenliğidir. Bedensel yoldan kavranan dünyevi yaşamın hazları, arzu odaklı yeni bir mülkiyet biçiminin doğuşuna tanıklık etmektedir ve bu yeni mülkiyet biçimi, fiziksel itkilerin pazarlamaya elverişli cazibesini hiç olmadığı kadar artırmıştır. Bireyin özel yaşam alanına giren hisleri, cinselliği, aile ilişkileri, hastalıkları, inançları, meslek sırları, planları, mektupları, yalnızlığı, yatak odası vb. özelliklerinin eriştiği alenilik düzeyi o noktaya varmıştır ki artık davranışı gizli tutma iradesinin perdelediği varsayılan kutsanmış öznelliğin de hiçbir muteber tarafı kalmamıştır (Köse, 2011: 11). Niedzwiecki'nin (2010, 11) dediği gibi “Sanki kulağımıza fısıldanan hipnotize edici bir düşünce var ve sürekli aynı şey tekrarlanıyor: Bilmen ve bilinmen gerek!”.

Dikizleme kültürünün kurumsallaşması, sanal dünyaya çıktığımız her anı metalaştırmaktadır (Niedzwiecki, 2010: 269). Burada Niedzwiecki, “dikizleme çağında”, “gizliliği temin edecek yeni bir anlaşma”, “gizlilik hakkındaki eğitimden geçme”nin önemi üzerinde durmaktadır. Bireyin mahrem alanlarının kamusal alanda bu derece güçlü iktidarlarca denetlenmesi Niedzwiecki'nin “dikizleme kültürü çağı” olarak nitelediği şeye karşılık gelmektedir. Medya-mahrem arasındaki ilişkinin kavramsallaştırılmasında “dikizleme kültürü” her şeyi görselleştirerek ve kamusallaştırarak mahremiyetin alanını giderek daraltmakta, “mahremiyetin çöküşü” diye nitelenen sürece yol açmaktadır (Niedzwiecki, 2010: 7-8).

4.4. Mahremiyetin Gönüllü İfşası

Ulus-devletler günümüzün belki de tek gerçek ve başarılı röntgencileridir. Şüphe yok ki, internet öznelerinin bile isteye ya da farkında olmaksızın bu gözetime katkı sunduklarını da atlanmamak gerekmektedir. İnternet şirketlerinin, sanal iletişim ağları yöneticilerinin vd. devletlere ve istihbarat örgütlerine bilgi paylaşımı/aktarımı sağladığı artık bir sır olmamaktadır. İlerisi, bunlardan kimilerinin doğrudan devletlere bağlı

olduğu dahi öne sürülmektedir. Açıktır ki, internet ağı devletlerin birincil muhbir ağı konumunda olmaktadır. Sosyal paylaşım ağları, iktidar açısından bir bütün halinde veri tabanı hizmeti gören internet ortamının denetim/gözetim anlamında önemli bir ayağı/kaynağı olmaktadır. Anonim değil bilinir, görünmez değil, görünür olmayı seçen, gözetlenir olmaktan rahatsızlık duymanın ötesinde, bunu arzulayan, bundan haz alan bireylerin kendilerini bile isteye deşifre ettiğini, hiç abartısız her türden bilgiyi iktidar veri tabanına kendi elleriyle girdiğini söylemek mümkündür (Toprak ve diğ., 2009: 169). Yapılan bazı araştırmalar da bu görüşü destekler nitelikte olmaktadır. Bu araştırmalar bireylerin sergiledikleri davranışları ve yaptıkları eylemleri inceleyerek bu bireylerin bazılarının gerçekten tam anlamıyla bir mahremiyet istemediklerini ortaya çıkarmıştır (Solove, 2008: 5).

Gözetimin çağdaş versiyonunun en çarpıcı özelliğinin, karşıtları işbirliği yapmaya zorlamayı, ikna etmeyi ve aynı gerçekliğin emrinde birlik içerisinde çalıştırmayı bir şekilde başarması olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Bir yandan, eski panoptik tuzak yavaş yavaş ama devamlı ve görünüşe göre durdurulamaz bir şekilde neredeyse genel bir uygulama halini almaktadır. Öte yandan, eski panoptik kabus (“hiçbir zaman yalnız değilim”) , şimdilerde “bir daha asla yalnız kalmama” (terk edilmeme, görmezden gelinmeme ve ihmal edilmeme, damgalanmama ve dışlanmama) umuduna dönüşmektedir yani ifşa edilme korkusu fark edime hazzı tarafından bastırılmaktadır (Bauman ve Lyon, 2013: 31).

Özellikle internet ve sosyal medya bir yandan farkında olmadan kendimizle ilgili en mahrem detayları metalaştırıp, rızamız dışında bu verilerin dolaşımını sağlarken, diğer yanda gönüllü mahremiyet ihlalleri için de müthiş bir kitleselleşme vaadi sunmaktadır. Mahremiyetinin detaylarını ifşa etmek isteyen insanlar için, bu sanal ortam, hiçbir aracıya ihtiyaç kalmaksızın deyim yerindeyse varlıklarını “haykırmalarını” mümkün kılmaktadır (Arık, 2013b: 124).

Mahrem alana yönelik ihlaller çoğu zaman bireyin isteği ve bilgisi dışında gerçekleşse de zaman zaman bireyler de bilerek ve isteyerek bu teknolojiler kanalıyla kendi özel hayatlarını kamusal alana taşımaktadırlar. Kişisel bilgilerin internette

yabancılarla paylaşılması, kişisel fotoğraf ve videoların internette dolaşıma sokulması, evlerin yatak odalarına konan webcam'lerle mahrem görüntülerin yayınlanması gibi uygulamalar, kişilerin özel hayatlarını isteyerek diğer insanlarla paylaşmasının en bilinen örneklerinden olmaktadır (Öztürk ve Öztürk, 2010: 527). Halihazırda gerek sanal gerekse de gerçek ortamda sosyalleşme arzusu bireyin kendi mahremiyetinden biraz da olsa vazgeçmesini gerekmektedir. Çünkü birey, sosyal olmak için mutlaka özel zamanlarının ve özel alanlarının bir kısmından başkalarıyla paylaşmak adına vazgeçmek zorunda olmaktadır (Papacharissi and Gibson, 2011: 78).

Taddicken ve Jers (2011: 144) sosyal ağları, mahrem bilgilerin sonsuz online bir havuzu olarak tanımlamaktadır. Bu sanal ağlar kullanıcılarına cazip iletişim ve etkileşim yolları sunmaktadır. Bu ağlarda iletişim kurmak, arkadaş, flört ve iş bulmak için genç ve yaşlı, dünyada 100 milyonlarca insan bilerek ve isteyerek bu ağları kullanmaktadır ve bunu yaparken de bilerek ve isteyerek son derece kişisel bilgilerini arkadaşlarının yanı sıra yabancıların da gözleri önüne sermektedir. Gerçek olan, kimse bu sosyal ağlara katılmaya zorlanmamakta ve kişinin bu ağlarda bütün kişisel bilgilerini vermesi zorunlu tutulmamaktadır. Yani sosyal ağlar, kullanıcılarını doğum tarihlerini, cep telefonu numaralarını, nerede eğitim gördüklerini, ne iş yaptıklarını ya da nerede yaşadıklarını paylaşmaları için teşvik etmekte ancak kullanıcılarına bu bilgileri girmesi için zorlama yapmamaktadır (Durmuş ve diğ., 2010: 44-45). Fakat sosyal ağ kullanıcıları, bu mecrada kişisel bilgilerini ifşa etme ve başkalarıyla kurulan bağlantıların miktarı üzerindeki kontrolden vazgeçme noktasında şaşırtıcı şekilde oldukça istekli olmaktadır (Pedersen, 1997: 147). Tufekci de (2008) yaptığı araştırmada bu duruma paralel bir sonuç elde etmiştir. Araştırmada, gençlerin online ağlarda kendilerini/kişisel bilgilerini ifşa etme ve mahremiyet endişesi arasında bir ilişki olmadığı ortaya çıkarılmıştır.

Gerçek gizlilik endişeleri, insanların, tanımadıkları ve normalde güvenmeyecekleri kişilere kişisel kimlik bilgilerine erişmeleri için izin verdiklerinde ortaya çıkmaktadır. Gerçek yaşamda böyle bir bilgi paylaşımı kesinlikle meydana gelmese de sosyal paylaşım ağlarında yüksek sıklıkta vuku bulmaktadır. Gross ve Acquisti bunun aslında gerçekte gizlilik kaygılarının eksikliğinden doğabileceğini açıklamaktadırlar. Yani, insanlar bu sosyal paylaşım sitelerinde kendileri hakkında riskli

miktarda bilgilerin ulaşılabilir olmasına izin vermektedir çünkü bu bilgileri görüntülemelerine izin verilen insanların çokluğundan ve bu görüntülemeyle ilgili çıkabilecek sonuçlardan habersiz olmaktadır (Goettke ve Christiana, 2007: 1).

Niedzwiecki'nin (2010: 244) dediği gibi, *“O kadar çok dikkat çekmek ve fark edilmek istiyoruz ki bu uğurda bütün sırlarını dünyaya açmaya çoktan hazırız. Öte yandan, hiç tanışmamış, hatta hiç tanışmayacak bile olsak, bize ilgi gösteren herkesi arkadaşımız bellemeye hazırız.”*

Sosyalleşmek ve fark edilmek uğruna mahremiyetin çoğu zaman farkında olmadan bireylerin gözleri önüne serildiği platformlar içerisinde özellikle Facebook, görselliğe dayandığı için ve görsel alan üzerinden imaj toplumunu yeniden-üreten olanakları var ettiği için oldukça başarılı olmuştur. Öznelerin sanal bir topluluk bağlamında kendi imgelerini yakalayabilmeleri ya da kendilerine imgeler oluşturabilmeleri için olanak tanıyan tüm sanal ortamlar başarılı olmuştur ancak görsellik temelli Facebook, panoptik makinenin en önemli bileşenlerinden bir tanesi haline gelmiş ve tüketim toplumunun en başarılı imaj üretim makinelerinden birisi olmuştur. Facebook'un gözetim bağlamında başarısı yaşamın bir uzanımı haline gelerek gözetleme ve gözetlenmeyi olabildiğince yaygın ve normal hale getirmesinde yatmaktadır. Facebook'ta iktidarı gözü önünde herkes mahremiyetinden vazgeçmekte, bireysel gösterilerini yaparken iktidar gösterisinde de rol almaktadırlar. Özneler gözetlenmeyi temel alan yeni dünyalarında, panoptik iktidara gönüllü olarak teslim olmaktadır. Özneler iktidarın gözünün her daim üzerinde olmasından rahatsız olmanın aksine süregelen bir gözetlenme durumundan haz duymaktadırlar (Çoban, 2014: 313). Assange (2013: 30), sosyal ağların gözdesi konumunda olan Facebook'u şöyle tarif ediyor; *“Bazıları, gözetim kulesi ya da kameralarla gözetlemekle uğraşmadan ortaya bir bahçe seriyor ve herkesi çırılçıplak bahçeye gelmeye davet ediyor. Böylece Facebook dediğimiz şey ortaya çıkıyor! İnsanları kendilerine dair verileri hiç çekinmeden ortaya sermeye ikna eden bir girişim.”*

Özel-kamusal alan arasındaki keskin sınırların ortadan kalktığı ve her şeyin iç içe geçtiği günümüzde, gözetim teknikleriyle mahrem olan kamusal olan tarafından

tehdit edilirken, diğ er taraftan kendini ifşa ve te  hirle kamusal alan mahrem alan tarafından işgal edilmektedir. Bilgisayar dolayımı ı ileti  şimin esas olduğ u modern toplumlarda mahremiyet olgusu, gözetim, teşhircilik ve röntgencilik sarmalında anlamını yitirmiş durumda olmaktadır. Güvenlik ve kamu yararı gerekçeleriyle hayatımızın her anı, birileri tarafından gözetlenip ve kayıt altına alınmaktadır. Bundan 10 yıl öncesine kadar mahremiyet sınırları içerisinde değ erlendirilen şeyler, bugün “sosyal olmanın” ve “  effaflığ ın” bir par  çası olarak görülmektedir. Evin en mahrem alanlarında çekilen fotoğ raflar, videolar sosyal paylaşım siteleri ve video paylaşım siteleri aracılığ ıyla milyonlarca insanla paylaşılabilmekte, sıradan bir insan akıl almaz bir hızla herkesin tanıdığ ı biri haline gelebilmektedir. İ  nternet üzerinden sürekli gözetleniyor olmak birçok kişi tarafından biliniyor olmasına kar  şın, bu durum internet kullanıcılarının tüm a  ıklığ ıyla kendini ifşa etmesine engel teşkil etmemektedir. Tam tersine kendini ifşa eden kişi bundan zevk almakta, herkes tarafından izleniyor olma ve skopofili (ya da görülme sevdası) fikri bireyi, daha fazla te  shire kışkırtmaktadır (  zt  rk ve   zt  rk, 2010: 539).

Özetle Bauman ve Lyon’un (2013: 29) dediğ i gibi; “*Mahremiyet hakkımızı kendi rızamızla katlediyoruz. Ya da belki sadece, bize sunulan harikalar kar  şılığ ında ödenecek bir bedel olarak mahremiyet kaybına rıza gösteriyoruz. Belki de ki  şisel bağ ımsızlığ ımızı mezbahaya kendi ellerimizle göndermemiz için bize uygulanan baskı o kadar kuvvetli ki ve durumumuz bir koyun sürüsünün durumuna o kadar benziyor ki ancak birkaç istisnai isyankar, gözü pek, kavgacı ve dirençli irade ona kar  şı samimi giri  şimde bulunabiliyor.*”

4.5. Narsistik Benlik Sunumu

Kuramsal farklılıklar ne olursa olsun, narsisizm, zamanımızda, geçmiş zamanlardaki sert ve kli  e anlamlarından çok farklı, ilginç, insancıl ve sosyal tema’larla süslenmiş bir anlam taşımaya doğ ru yönelmiş gibi görünmektedir. Bu doğ rultuda, ‘narsistik ki  şilik’ ve bunun ‘bozukluğ u’ (narcissistic resonality disorder), Anna Freud’un (1969) “gereksinim doyuran” (need gratifying), Margaret Mahler’in (1967) “t  lsimli kudret” (magical omnipotence) ve Immanuel Kant’ın “bazı insanların

diğerlerini bir gayeye varmak için sistematik olarak kullanma” niteliklerini temsil eden, psikanalitik tedaviye hazır bir entite olarak tanımlanmaktadır (Ersevim, 2012: 415-416).

Yani klinik anlamda narsisizm, kişinin kendi güzelliğine duyduğu aşk şeklindeki popüler görüşten kesin olarak ayrılmaktadır. Daha geniş anlamda narsisizm, bir karakter bozukluğu olarak, neyin benliğin tatmininin alanına ait, neyin bu alanın dışında olduğunun algılanmasını engelleyen kendine dönüklük hali olup “Bu kişi ya da olay benim için ne ifade eder?” şeklindeki bir takıntı olmaktadır. Diğer insanların ve dış edinimlerin kişisel önemleri öylesine vurgulanır ki, söz konusu kişiler ve olaylar bir noktada kendi başlarına anlamsız hale gelmektedir. İlginçtir ki, benliğin bu kendine gömülmesi benliğin gereksinimlerinin tatminini engellemektedir. Amacına ulaşma ya da bir başkasıyla ilişki kurma noktasındaki kişinin, “Aslında istediğim bu değildi” duygusuna kapılmasına neden olmaktadır. Narsisizm böylelikle, hem benliğin gereksinimlerine tam anlamıyla gömülme hem de gereksinimlerinin tam olarak doyurulmasını engelleme şeklinde ikili bir özellik taşımaktadır (Sennett, 2010: 23).

Freud’un “gereksinim doyuran” olarak tanımladığı narsizm, hem eski hem de yeni birçok bilim insanı tarafından bir karakter (kişilik) bozukluğu olarak görülmektedir. Bu psikolojik rahatsızlığın ortaya çıkmasında kişinin fiziksel ve zihinsel etmenlerinin başat rol oynadığı bir gerçek olsa da çevre olarak adlandırabileceğimiz dış dünyadaki etmenler de büyük öner arz etmektedir.

Bireyin, zihinsel varlığını oluşturup şekillendirmesi sürecinde dış dünyadan bağımsız kalması söz konusu olmamaktadır. Bu noktada narsist olarak tanımlanan bir bireyin de sahip olduğu bu karakter bozukluğunun meydana gelmesinde dış etmenleri göz ardı etmek yanlış bir yaklaşım olacaktır.

Geçmişte insanların sınırlı bir çevrede yaşamlarını sürdürmeleri ve kapitalist bir yaşam tarzına sahip olmamaları onlarda bu karakter bozukluğunun günümüze nazaran çok daha az görüldüğünü söylemek mümkün olmaktadır. Çağın getirmiş olduğu teknolojik imkanlar ve yeni iletişim ortamları bireyi eskiye göre daha fazla ve daha kolay görünür kılmıştır. Benliğin tatmini ile doğrudan alakalı olan narsizm ise, söz

konusu yeni iletişim ortamları ile daha önce hiç olmadığı kadar çok görünür bir vaziyete bürünmüştür.

Sennett'in de ifade ettiği gibi benliğin tatmini ile ilişkili olan narsizm, internet aracılığıyla her geçen gün daha fazla yayılmaktadır. İnsanlar özellikle genç nesil daha fazla sosyalleşmek ve daha fazla görünüp bilinmek için interneti ve internetin sahip olduğu teknik imkanları sonuna kadar kullanmaktadır. Eski çağlarda da insanlar, diğer insanlar tarafından tanınmayı, adlarının uzak ülkelere ulaşmasını hatta adlarının tarih kitaplarına girmesini istemişlerdir. Günümüzde de durum aslında bundan ibaret olmakta fakat şekil değiştirmiş bir vaziyete bulunmaktadır.

Öyle ki, önce yerel diye tanımlayabileceğimiz bir sınırdaki (okulda, mahallede, bir grupta, şehirde) varlığını diğer insanlara göstermek ve onlar tarafından görülüp bilinmek ötesinde ise sevilip değer görmek isteyen birey internetin kendisine sunmuş olduğu imkanları, Twitter, Facebook, Instagram vb. sosyal paylaşım sitelerinde hesaplar açmak ve burada kendine dair çok sayıdaki bilgiyi, fotoğrafı ve videoyu paylaşmak suretiyle kullanmaktadır. İlk etapta yerel, asıl olarak ise ulusal çapta bilinmek için doğru tabirle ünlü olmak için çaba sarf eden bireyler, bu uğurda parasını, kariyerini, ailesini, karakterini, mahremiyetini ve daha sahip olduğu birçok şeyi hiçe saymaktadır.

Görünmek ve bilinmek adına her şeyi yapan birey, görüldüğünün, takip edildiğinin ve beğenildiğinin farkına vardığında, bundan aldığı hazla her zamankinden daha fazla kendisini insanlara açmaktadır. Bu kimi zaman mahrem bilgilerin paylaşılması iken kimi zaman da mahrem yerlerin paylaşılması ile gerçekleşebilmektedir.

Benliğini tatmin etmek adına özellikle interneti aracı olarak kullanan birey, Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal paylaşım ağlarında mahremiyetlerini hiçe sayarak paylaşımlar yapmaktadır. Ünlülerin de ön ayak olduğu çıplak fotoğraf paylaşma, gün içinde yapmış olduklarını fotoğraflayıp insanlara gösterme, gezilen yerleri insanlara iletme, yenilen yemekleri insanlara sunma, hatta hastanede yatan ya da ölen yakınlarının fotoğraflarını çekip insanlara bildirme gibi davranışlar çoğunlukla benliğin tatmini (narsizm) ile alakalı olmaktadır.

Gerçekleştirilen bu eylemler insanlar arasında her geçen gün daha da yaygın bir hal almaktadır ve her geçen gün narsist birey sayısı artış göstermektedir. Fakat bu eylemler ile benliğini tatmin edip mutlu olmak isteyen birey aksine daha da mutsuz bir hale gelmektedir. Birey bir noktada kendisinin bir boşlukta, kısır bir döngüde ya da bir sanal gerçekliğin içinde olduğunu fark etmekte fakat bunu gidermek için daha fazla narsist davranışlar sergileme yoluna gitmektedir.

Ancak narsisizm'in, anksiyete ile özdeşleşmiş yirminci yüzyılın modern insanında ne dereceye dek 'normal' veya 'abnormal' olabileceği tartışılabilir. 'Kişi' artık, hayatının merkezinde oturmasına karşın, onu kontrol edebileceğinden emin olmamaktadır. Yaşam, Bromberg'in belirttiği gibi, gitgide artan bir volüm ile kişinin 'çevre'yi kontrol etmesine yönelik bir süreç haline gelmiş bulunmaktadır (Ersevimi, 2012: 416).

5. Devlet Güvenliği ve Mahremiyetin Hukuksal Boyutları

Mahremiyete (özel alana) yönelik tecavüzler, ulusal güvenlik ile kapitalist sistemin pazara yönelik ihtiyaçları doğrultusunda, modernite içinde de zaten mevcut olmuştur. Enformasyon toplumunda yeni olan ise, mahremiyet ihlallerine yol açan gözetim faaliyetlerinin, elektronik ortama taşınması ve gündelik yaşamın tüm pratiklerini kapsayacak şekilde artık sıradan insanları da içine alıyor olmasıdır. Ayrıca bu durum, haberleşme ile iletişimin siber-uzaya kayması ve terörist faaliyetlerin izlenmesi gerekçesiyle, günümüzde en uç noktaya ulaşmış ve bireylere nefes dahi aldırmayacak bir seviyeye gelmiştir (Dolgun, 2008: 211).

Denildiği üzere, devlet güvenliğini koruma ile bireylerin mahremiyetini koruma arasındaki çatışma yeni değildir, ancak teknoloji devlete, bireyler hakkındaki özel bilgilere eskisinden daha çok girme imkanı sağlamaktadır. Ulusal güvenliği korumak ve kanunları uygulamak temel toplumsal değerler olmaktadır. Bunlar sık sık bir diğer temel toplumsal değer olan mahremiyet ile karşı karşıya gelmektedir. Ulusal güvenlik ve kolluk kuvvetleri sadece siyasi desteğe sahip değil, onlar büyük toplumsal organizasyonlar tarafından da temsil edilmektedir. Mahremiyetin arkasında böylesine

bir güç bulunmamaktadır. Sonuç olarak, mahremiyet tutkusu direnmesine ve zamanla büyümesine rağmen, mahremiyet sık sık ihlal edilmektedir (Tanılır, 2002: 40).

Gittikçe artan miktarda hassas bireysel, tıbbi ve ticari veriler gibi kişisel veriler toplanmakta, işlenmekte ve ulusal sınırları aşan şebekeler yoluyla el değiştirmektedir. Bilginin dijitalizasyonu hükümetlere ve iş dünyasına ilgili bireylerin bilgi ve rızası olmadan bile, yurttaşlara ait bireysel verilere sahip olma, işleme, denetleme, kullanma ve değiş tokuş yapma konusunda eskisinden daha çok imkan sağlamaktadır. Bu, mahremiyete yönelik bir tehdit olmakta ve gizli takibe de zemin sağlamaktadır. Bu alenen bilgi mahremiyetinin istismarı olmaktadır (Tanılır, 2002: 41). Şu bir gerçek ki, özel hayatın (mahrem alanın) kısıtlanabileceği yahut bireyin bu alanına müdahale edilebileceği haklı durumlar mevcut olmaktadır. Bunun en önemlisi kuşkusuz, devlet güvenliği olarak tanımlanabilecek ülkenin çıkarlarının gözetilmesi ve meydana gelecek tehlikelerin önlenmesi durumu olmaktadır. Toplumun ve ülkenin çıkarlarını koruma ve tehlikeleri bertaraf etme adına bireyin mahremiyetinin belli ölçülerde göz ardı edilebileceği konusu kanunlar tarafından da ele alınmıştır.

Bazı durumlarda kanundan doğan nedenlerden dolayı mahrem alana müdahale edilse de bu durum hukuka uygun kabul edilmektedir. Bu hukuka uygunluk nedenlerini görevin ifası, meşru savunma ve zaruret hali olarak sıralanabilmektedir. Ancak şunun da belirtilmesi gerekmektedir ki, mahremiyetin ihlali durumunda bu hukuka uygunluk nedenlerine çok nadir rastlanmaktadır (Kılıçoğlu, 1982:119).

Devlet, terör şüphesi ile bir kişinin telefonunu belirli ölçülerde dinleyebilir ya da uyuşturucuyla bağlantısı olduğunu düşündüğü kişinin sosyal ağ hesabına girebilir hatta devletin güvenliğini tehdit ettiğine kanaat getirmesi durumunda bireyin internetteki kişisel bilgilerine erişip ona ait olana geçici suretle el koyabilir. Bunlar mahremiyetin çok özel durumlarda belli oranda ihlal edilmesinin örneklerini teşkil etmektedir. Fakat işin iç yüzü hiç azımsanmayacak derecede vahim olmaktadır. Devleti elinde bulunduranlar varlıklarını sürdürmek ve çıkar elde etmek adına halkı sistematik biçimde gözetlemekte ve insanların mahrem alanlarına hiç önemsemeden tecavüz etmektedir. Özellikle de internet teknolojisinin getirmiş olduğu imkanlar doğrultusunda insanların

sosyal ağ hesapları, kimlik bilgileri, özel yazışmaları ve daha bir çok mahrem bilgisi kişinin izni ve haberi olmadan ele geçirilmekte ve çıkarlar doğrultusunda kullanılmakta ya da kullanılmak üzere veri depolarında saklanmaktadır.

Mahremiyet, düne kadar itidal üzerine kurulu “sahne dışı” bir yaşamın, kutsalın, kendi kabuğuna çekilme arzusunun az çok mazur görülebileceği bir olguyken ve toplumun geri kalanı tarafından belli ölçülerde onay görürken; günümüzde, suistimalci uygulamaların en ince dokularına kadar aşındırdığı bir bölge olmuştur. Mahremiyete yönelik bu aşırı ilgi enflasyonunun ahlaksal olduğu kadar; kültürel, politik, ticari ve ideolojik boyutları da bulunmaktadır. Mahreme sızan ışık, politiktir; çünkü üstün bir teknoloji aracılığıyla bireysel düzeyde denetlenemeyecek boyutlardaki bir denetimci güç ve iktidar mekanizmasının, dev ölçekli şirketlerin özgül çıkarlarına hizmet etmektedir. Ticaridir; çünkü hammadde, başlıca girdisi mahremiyet olan sömürüye açık bir kimlik inşa etmektedir. İdeolojiktir; çünkü zaman zaman bazı hallerde, özellikle de kurumsal siyaset arenasının öne çıkan kimi figürleri arasında siyasilerin kamu önünde hesap verme sorumluluğunu kasti biçimde çarpıtarak özel yaşam alanına giren sırları kamusal bir talebe dönüştüren söylemlerin, rahatlıkla siyasal bir rantla dönüştürüleebilecek çekişmelerin ana malzemelerinden birisi olabilmektedir (Köse, 2011: 9-10).

Castells’in de deyimiyle, küresel ekonomi artık yeryüzünden gökyüzüne çıkmış ve yer(yüzü) önemsiz kılınmıştır. Tüm yaşam alanlarına yansıyan postmodern kültür tam da bu ekonomik sistemin işleyişine uygun düşen bir kimlikle bireyleri kuşatmakta, onların mahremiyetlerine, söz konusu mahremiyeti kamusal alana dahil ederek göz dikmektedir. Tam da bu noktada, kapalılık içerisinde yer alan mahrem hayatımız, iktidarın gizli özneleri marifetiyle kamusallığın sınırları içinde eriyip gitmektedir. Mahremiyetin bu dönüşümü, politik söylemlerle kendi lehine pekiştirilmekte, postmodern hayatlarda kendine “meşru” zeminler bularak toplumca sindirilmektedir. Sistem, mahremiyeti gerek ekonomik çıkarlarını pazarlama oyunlarına dönüştürerek, gerekse kültürel kodlarla kendisine tehlike olarak gördüğü kitleleri kontrolü altında tutmakla, o zeminin üzerinde yeni normlar inşa etmektedir (Uğurlu, 2011: 260).

Bir demokratik sistemde yurttaşlar, müdahale ve yargılanma korkusu olmaksızın fikirlerini açıklama ve haberleşme hakkına sahiptirler ve yurttaşların mahremiyeti, hükümet, iş dünyası ve diğer üçüncü kişiler tarafların ihlaline karşı hukuk tarafından korunması gerekmektedir. Diğer taraftan, tüm hükümetler gibi demokratik hükümetler de kamu güvenliğini korumak ve yurttaşlarının hak ve özgürlüklerini güvence altına almak amacı ile sosyal düzeni muhafaza etmek, suç ve suçlularla mücadele etmek zorunda olmaktadır. Bu evrensel bir ikilem olmakta ve hükümetler için de zor bir görev teşkil etmektedir. Her hükümet adil ve makul bir çerçeve içinde siber suçla mücadele ederken, mahremiyeti koruma amacı ile bir denge bulmak zorunda olmaktadır (Tanılır, 2002: 49-50).

Kanun koyucular, bu dengeyi de gözeterek gerek ulusal gerekse de uluslararası hukukta mahremiyetin (özel hayatın) korunması adına bir takım kanun maddeleri çıkarmışlardır. Medeni ve Siyasi Haklar Uluslararası Sözleşme madde 17, BM İnsan Hakları Evrensel Bildirisi madde 12, İnsan Hakları Evrensel Bildirisi madde 12’den esinlenerek oluşturulmuş olan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi madde 8, Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi 428 nolu karar, Avrupa Birliği Temel Haklar ve Özgürlükler Bildirisi madde 6, madde 7 ve madde 8, Amerikan Devletleri Örgütü Amerikan İnsan Hakları ve Ödevleri Bildirisi madde 5, Amerikan İnsan Hakları Sözleşmesi madde 8 ve Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı İnsan Boyutu Konferansı Moskova Toplantısı Belgesi madde 24 (Gemalmaz, 2010) mahremiyet hakkının (özel hayat hakkının) düzenlendiği önde gelen temel uluslararası belgelerdir.

Mahremiyet hakkı uluslararası hukukta ilk kez İnsan Hakları Evrensel Beyannamesinin 12. maddesinde de “Hiç kimse özel hayatı, ailesi, meskeni veya yazışması hususlarında keyfi karışmalara, şeref ve şöhretine karşı tecavüzlere maruz bırakılamaz. Herkesin bu karışma ve tecavüzlere karşı kanun ile korunmaya hakkı vardır.” şeklinde düzenlenmiştir. Söz konusu beyannamenin 12. maddesinden esinlenerek oluşturulan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 8. maddesi ise “Özel Hayatın ve Aile Hayatının Korunması” adı altında “Herkes özel ve aile hayatına, konutuna ve haberleşmesine saygı gösterilmesi hakkına sahiptir...” diyerek düzenlemiştir.

Türkiye Cumhuriyeti 1982 Anayasası'nın 20. maddesinde de bireyin mahremiyet hakkı koruma altına alınmıştır. Bu maddede mahremiyete: " Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz. " şeklinde yer verilmiştir. Anayasamızın 21. maddesi ise konut dokunulmazlığını, 22. madde de haberleşme hürriyetini esas alarak vatandaşların mahrem alanlarını ve mahremiyet haklarını korumaya almıştır.

Fakat alınan bu önlemlerin ve çıkarılan yasaların, çağın getirmiş olduğu teknolojik gelişmelerle birlikte niteliksiz kaldığını söylemek mümkün olmaktadır. Çünkü mahremiyetin tam anlamıyla korunması için kanunların daha kapsayıcı şekilde ve teknolojik gelişmeleri de içeren bir mahiyette hazırlanması gerekmektedir.

Daha ötesi, mahremiyetin korunması, mevzuatın yanı sıra mahremiyet koruma teknolojilerini gerektirmektedir (Tanılır, 2002: 47). Fischer-Hubner'in dediği gibi, tamamen bilgisayarlaşmış bir toplumda mahremiyet ciddi şekilde bir tehlikededir ve sadece mahremiyet mevzuatı ile etkin bir şekilde korunması mümkün olmamaktadır. Mahremiyetin gerekleri teknik olarak yerine getirilmeli ve mahremiyet enformasyon sistemleri için bir tasarım kriteri olması gerekmektedir. Sistemler için yüksek mahremiyet gerekleri ile genişletilmiş güvenlik kıstaslarının, çeşitli mahremiyet artırıcı güvenlik türlerini kapsamaları gerekmektedir. Bunlar; anonimlik, takma isimlik (pseudonymity), bağlanamazlık (unlinkability), kullanıcıların gözlenemezliği (unobservability of users) ve giriş kontrolü veya şifreleme gibi güvenlik mekanizmaları dahil saklanacak, işlenecek veya transfer edilecek kişisel verilerin bütünlük ve gizliliğini korumak için zorunlu olmaktadır (Fischer-Hübner, 1998: 423-436).

IV. BÖLÜM - VERİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

1. Araştırmanın Metodolojisi

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri altyapısı üzerinde ilerleyen toplumsal dinamiklerin bir sonucu olarak: yeni medyanın gündelik yaşamın birçok aktivitesinde yer alması ve teknolojinin özgürleştirici algısıyla bireylerin mahremiyet algısındaki değişimi ortaya çıkarmaktır.

Yeni teknolojilerin yarattığı iletişim ortamları içinde Facebook birçok farklı özelliklere sahip bireyler tarafından tercih edilmektedir. Hatta bu ortam genişleyen sosyal mekanların aracılanmış toplumsal ilişkileri olarak birincil (informal) ve ikincil (formal) ilişkilere önemli katkılar sağlamaktadır. Çok tercih edilen bir iletişim ortamı olması nedeniyle kitlesel bir özellik de göstermektedir.

Kitlesel gözetime (hem devlet tarafından hem de ticari şirketler tarafından yapılan) hizmet eden Facebook, bu durumun daha işlenir olabilmesi ve hedef kitlenin daha detaylı profillenmesi için kullanıcılarını sürekli çok özel bilgilerini paylaşmaya motive etmektedir. Daha fazla katılım, daha çok aktive ve daha aracılanmış bir toplumsallık ve aidiyet duygusu yaratmaktadır. Kullanıcılar ise, daha fazla görmek ve daha fazla görünmek arzusu içinde özel yaşamın sınırları tehdit edilmiş olmaktadır. Kişiler tehlikeleri ve yaşayacakları kayıpları umursamadan fotoğraf, video, yazı ve kişisel bilgileri başta olmak üzere kendilerine ait birçok şeyi Facebook'a yüklemektedir. Bu durum, Facebook kullanıcılarının mahremiyetlerini geri dönüşü olmayacak şekilde tahrip etmekte ve kullanıcıların mahrem algısında bir dönüşümün yaşanmasına neden olmaktadır. Bu dönüşüm Facebook kullanıcılarının bireysel özelliklerine göre değişmektedir.

Bu sorundan hareketle hazırlanmış olan anket çalışmasında araştırmanın hipotezi şu şekilde belirlenmiştir;

H_0 : Facebook kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerinin bu ortamı kullanım yoğunlukları üzerinden kişilerin mahremiyet algıları üzerine etkisi yoktur.

H_1 : Facebook kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerinin bu ortamı kullanım yoğunlukları üzerinden kişilerin mahremiyet algıları üzerine etkisi vardır.

Bu amaçla, anket formunda yer alan sorularla aşağıdaki temalar betimlenmeye çalışılmaktadır;

- ☐ Katılımcıların gündelik yaşamında Facebook'un yeri.
- ☐ Katılımcıların Facebook'ta kendi özel alanları ile ilgili paylaşımları ve paylaşım düzeyleri.
- ☐ Facebook ortamında katılımcıların gözetlenme farkındalığı.
- ☐ Facebook'un mahremiyet ihlaline sebep olduğunun farkındalığı.

- Katılımcıların Facebook'taki mahremiyeti dikkate alma düzeyi.
- Facebook'un, katılımcıların gündelik yaşamındaki yeri.
- Katılımcıların Facebook'ta geçirdiği zaman süresi/Facebook tüketim düzeyi.

1.2. Araştırmanın Yöntemi

İnsanların, dijital çağın en önemli araçlarından biri olan yeni medyayla tanışmalarından sonra mahremiyet anlayışlarında bir dönüşümün meydana gelip gelmediğini tespit etmek için bir anket çalışması yapılmıştır.

Anket soruları/formu yeni medya, Facebook, dijital kültür, dijimodernizm, gözetim ve mahremiyet konularının incelenmesi ve bu konularla ilgili mevcut literatürün taranmasından sonra hazırlanmış ve uygulanmıştır. Anketteki Mahremiyet konulu sorular (2-7), Judee K. Burgoon'un mahremiyet kuramına göre tasarlanmıştır. Burgoon (1982) mahremiyeti, toplumsal mahremiyet, psikolojik mahremiyet, enformasyonel mahremiyet ve fiziksel mahremiyet olmak üzere dört boyutta ele almıştır. Anketteki 2. soru "Enformasyonel", 3. soru "Psikolojik", 4. soru "Toplumsal", 5. soru "Fiziksel", 6. soru "Toplumsal ve Fiziksel", 7. soru ise "Enformasyonel ve Psikolojik" mahremiyeti temsil etmesi biçiminde hazırlanmıştır.

Anketteki gözetim konulu sorular (8-12) ve mahremiyetin ihlali konulu sorular (13-17) ise, uluslararası literatürün taranıp Facebook, mahremiyet ve gözetim ile ilgili çalışmaların incelenmesinden sonra hazırlanmıştır.

Anket, öncelikle 50 kişilik bir denek grubuna uygulanmış, yapılan pilot çalışmanın ardından ankette görülen eksiklikler, yanlışlar ve anlaşılmayan sorular tespit edilip düzeltildikten sonra uygulama yapılmıştır.

Alan çalışmaları Kasım 2015 - Ocak 2016 tarihleri arasında yapılmış, katılımcılardan anket tekniğiyle yüz yüze etkileşim kurularak bilgi toplanmıştır. Anket, 5250 kişiye dağıtılmış hatalı, eksik ya da çelişkili cevaplı olan anketler çıkartıldıktan sonra 5000 anket analizi yapılmak üzere belirlenmiştir.

1.3. Araştırmanın Önemi

İletişim teknolojisinde yaşanan büyük gelişmenin akabinde insan hayatının vazgeçilmez unsurlarından biri olan mahremiyetin farklı şekillerde tehdit edildiği ve ihlal edildiği su götürmez bir gerçek olmaktadır. İnsan varlığının ve bütünlüğünün yapı taşlarından biri olması nedeniyle mahremiyetin insan hayatında çok elzem bir yere sahip olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Mahremiyete yönelik gerçekleştirilen bu tehdit ve ihlallerin şuan pek farkında olunmasa da yakın zamanda insan hayatında getireceği tahribatları görmek mümkün olacaktır. Mahremiyete yapılan ihlalleri ve mahremiyet anlayışında yaşatılan dönüşümü fark edip yeni medya başta olmak üzere bütün iletişim araçları karşısında bu alanın güvenilirliğinin sağlanması son derece önemli bir konu olmaktadır.

Yapılan bu çalışma, yeni medyanın insanların hayatına girdikten sonra insanların mahremiyet anlayışlarını nasıl değiştirdiğini ve/veya buna nasıl zemin hazırladığını tespit edecek ve yapılacak diğer bilimsel çalışmalara veri oluşturacak olması açısından önemli olmaktadır.

1.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Yeni medyanın hayatımıza girmesiyle mahremiyet anlayışımızda medyana gelen dönüşümü ortaya çıkarmak amacı ile yapılan bu çalışmada, çalışmanın evrenini Türkiye’de yaşayan 15 yaş ve üzerindeki yaklaşık 53 milyon kişi (30 milyon Facebook kullanıcısı) oluşturmaktadır. Örneklem ise, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ve Türkiye İstatistik Kurum’nun üç ayrı düzeyde oluşturduğu İBBS (İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması) temel alınarak belirlenmiştir. Çalışmanın örneklemi, Türkiye’nin 12 bölgesindeki 26 alt bölgede (Erzurum, Ağrı, Malatya, Van, Gaziantep, Şanlıurfa, Mardin, İstanbul, Tekirdağ, Balıkesir, İzmir, Aydın, Manisa, Bursa, Kocaeli, Ankara, Konya, Antalya, Adana, Hatay, Kırıkkale, Kayseri, Zonguldak, Kastamonu, Samsun, Trabzon) yaşayan (Tablo 2), 15 yaş ve üzerindeki 5000 Facebook kullanıcısı oluşturmaktadır.

Tablo 2: Türkiye’de İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması’na (İBBS) Göre Sınıflandırılmış Bölgeler

Kod	Düzy 1 (12 Bölge)	Kod	Düzy 2 (26 alt bölge)	Düzy 3 (81 il)
TRA	Kuzeydoğu Anadolu	TRA1	Erzurum alt bölgesi	Erzurum, Erzincan, Bayburt
		TRA2	Ağrı alt bölgesi	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
TRB	Ortadoğu Anadolu	TRB1	Malatya alt bölgesi	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli
		TRB2	Van alt bölgesi	Van, Muş, Bitlis, Hakkari
TRC	Güneydoğu Anadolu	TRC1	Gaziantep alt bölgesi	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
		TRC2	Şanlıurfa alt bölgesi	Şanlıurfa, Diyarbakır
		TRC3	Mardin alt bölgesi	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt
TR1	İstanbul	TR10	İstanbul alt bölgesi	İstanbul
TR2	Batı Marmara	TR21	Tekirdağ alt bölgesi	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli
		TR22	Balıkesir alt bölgesi	Balıkesir, Çanakkale
TR3	Ege	TR31	İzmir alt bölgesi	İzmir
		TR32	Aydın alt bölgesi	Aydın, Denizli, Muğla
		TR33	Manisa alt bölgesi	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
TR4	Doğu Marmara	TR41	Bursa alt bölgesi	Bursa, Eskişehir, Bilecik
		TR42	Kocaeli alt bölgesi	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR5	Batı Anadolu	TR51	Ankara alt bölgesi	Ankara
		TR52	Konya alt bölgesi	Konya, Karaman
TR6	Akdeniz	TR61	Antalya alt bölgesi	Antalya, Isparta, Burdur
		TR62	Adana alt bölgesi	Adana, Mersin
		TR63	Hatay alt bölgesi	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR7	Orta Anadolu	TR71	Kırıkkale alt bölgesi	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir
		TR72	Kayseri alt bölgesi	Kayseri, Sivas, Yozgat
TR8	Batı Karadeniz	TR81	Zonguldak alt bölgesi	Zonguldak, Karabük, Bartın
		TR82	Kastamonu alt bölgesi	Kastamonu, Çankırı, Sinop
		TR83	Samsun alt bölgesi	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
TR9	Doğu Karadeniz	TR90	Trabzon alt bölgesi	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane

Kaynak: TÜİK, 2010.

Belirlenen bu 26 şehirdeki insanlar internet kullanımının yaygın olması hasebiyle çoğunlukla şehir merkezinde yaşayanlardan seçilmiştir. Araştırmada ana kütlenin tümünü incelemek zaman ve maliyet açısından külfetli olacağından ana kütleyi temsil etme yeteneği olan bir örnek kütlenin (şehir ve kişi açısından) belirlenmesi tercih edilmiştir.

Örnek kütle seçilirken Türkiye İstatistik Kurumu’nun güncel verileri temel alınmıştır. Öncelikle anket çalışmasının uygulanacağı 26 ilin nüfus istatistiği incelenmiş, bu illerde yaşayan ve yaşı 15 ve üzeri olan kişilerin sayısı tespit edilmiştir.

5250 anket illerin 15 yaş ve üzerindeki kişi sayısı temel alınarak orantılı şekilde dağıtılmıştır (Tablo 3).

Tablo 3: Türkiye’deki 26 Albölgenin 15 yaş ve Üzeri Nüfus İstatistiği

İL	Toplam Nüfus	15 Yaş ve +	Anket Sayısı
Marmara			
1. İstanbul	14.377.018	11.092.506	1.382
2. Tekirdağ	906.732	714.400	89
3. Balıkesir	1.189.057	983.978	123
4. Bursa	2.787.539	2.171.618	271
5. Kocaeli	1.722.795	1.312.494	164
Ege			
6. İzmir	4.113.072	3.326.155	414
7. Aydın	1.041.979	839.439	105
8. Manisa	1.367.905	1.082.437	135
İç Anadolu			
9. Ankara	5.150.072	4.040.890	503
10. Konya	2.108.808	1.576.522	196
11. Kırıkkale	271.092	216.219	27
12. Kayseri	1.322.376	983.004	122
Akdeniz			
13. Antalya	2.222.562	1.718.915	214
14. Adana	2.165.595	1.602.198	200
15. Hatay	1.519.836	1.080.083	135
Karadeniz			
16. Zonguldak	598.796	481.878	60
17. Kastamonu	368.907	304.655	38
18. Samsun	1.269.989	996.152	124
19. Trabzon	766.782	609.456	76
G. Doğu Anadolu			
20. Gaziantep	1.889.466	1.254.584	156
21. Şanlıurfa	1.845.667	1.093.101	136
22. Mardin	788.996	504.576	63
Doğu Anadolu			
23. Erzurum	763.320	549.496	68
24. Ağrı	549.435	339.293	42
25. Malatya	769.544	581.004	72
26. Van	1.085.542	680.468	85
Toplam	52.962.882	40.135.521	5.000

Kaynak: TÜİK, 2014a.

Araştırma evreni Türkiye olduğu için, anket çalışması tabakalı örneklem yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Anketin uygulanacağı kişiler seçilirken cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve meslek kriterleri temelinde orantısal olarak dağılım yapılmaya çalışılmıştır.

Belirlenen 26 ilin 15 yaş ve üzerindeki genel nüfusu belirlendikten sonra her ilin tek tek yaş kategorileri (15-19, 20-24, 25-29 30-34 vd.) ve bu kategorilerdeki nüfus

oranı tespit edilmiştir. Bunun yanında her ildeki kadın ve erkek nüfus istatistiği de incelemeye tabi tutulmuştur. Hem Türkiye'nin genel nüfusuna bakıldığında hem de illerin nüfusuna bakıldığında kadın ve erkek nüfusunun hemen hemen birbirine yakın oranda olduğu görülmüştür. Bunun üzerine 5000 anketin yarısı kadınlarla yarısı da erkeklerle yapılmıştır. Yaş kategorileri incelendiğinde ise 15-34 yaş aralığındaki kategorilerde yer alan nüfusun birbirine yakın oranlarda olduğu tespit edilmiştir (TÜİK, 2014b). Bu durumdan hareketle anketler yaş gruplarına göre dağıtılırken daha fazla Facebook kullanacakları varsayılarak, 15-34 yaş aralığındaki katılımcılara, nüfusları oranıyla diğer yaş gruplarına nazaran görece daha fazla anket yaptırılmıştır.

1.5. Güvenilirlik ve Geçerlilik

1.5.1. Güvenilirlik

Çalışmada tutum soruları olduğu için ölçek kullanılmıştır. Bu nedenle ölçeğin güvenilirliğini öncelikle sınanmıştır. Cronbach's Alpha testi, likert türü toplamalı ölçeklerde, anlamsal farklılık ölçeklerinde, Stapel ölçeklerinde toplam veya ortalama puana dayanan diğer psikometrik testlerde ve bileşik maddelerden oluşan indeks türü ölçüm araçlarında maddelerin birbiriyle tutarlı olup olmadığını ve maddelerin hipotetik bir değişkeni ölçüp ölçmediğini belirlemek amacıyla kullanıldığı için (Çakmur, 2012: 340) bu çalışmada sorular bu anlamda test edilmiştir. Alfa değeri, iç tutarlılığın saptamasını sağlaması açısından dikkate alınmıştır.

Alfa katsayısı (α) 0-1 arasında değişim göstermektedir. Çıkan değer 1'e yakın olduğu saptanmıştır. Böylece anket sorularının güvenilirliğinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde farklı değerlendirmeler mevcut olsa da araştırmacıların çoğunluğu Alfa değerinin 0,60 ve üzeri ($\alpha > 0,60$) olması durumunda çalışmanın güvenilir olduğu görüşünde mutabık olmaktadır (Christensen, 2008: 65; Saccani and Valentini, 2011).

Anket çalışmasına geçmeden önce yapılan pilot çalışmadan elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiş ve anketin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 4: Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi (Pilot Çalışma)

2-17 sorular	Cronbach's Alpha: 0,841
2-7 sorular	Cronbach's Alpha: 0,770
8-12 sorular	Cronbach's Alpha: 0,863
13-17 sorular	Cronbach's Alpha: 0,867

Pilot çalışmada anket sorularının güvenilir olduğu sonucuna ulaşıldıktan sonra 5250 katılımcıdan 5000'i üzerinden elde edilen veriler de yine "Cronbach's Alpha" testine tabi tutulmuş Tablo 5'te gösterilen değerlere ulaşılmıştır.

Tablo 5: Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi

Soru 2-17	Cronbach's Alpha: 0,881
Soru 2-7	Cronbach's Alpha: 0,767
Soru 8-12	Cronbach's Alpha: 0,850
Soru 13-17	Cronbach's Alpha: 0,869

Tabloda görüldüğü üzere "0,881" sonucu ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak pilot çalışmadan elde edilen güvenilirlik analiz sonuçlarıyla anket çalışmasından elde edilen güvenilirlik sonuçları büyük oranda benzerlik arz etmektedir.

1.5.2. Geçerlilik

Bir testin ölçmek istediği özelliği ölçebilme derecesi ile ilgili olarak test edilen ölçek istenen özelliği doğru ve diğer özelliklerle karıştırmadan ölçüyorsa, bu testin geçerli bir test olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Güvenirlik, bir testin geçerliğini doğrudan etkilemektedir. Geçerli bir testin mutlaka güvenilir olması gerekmektedir (Alpar, 2010). Cronbach's Alpha testinden elde edilen verilere göre güvenilirliği sağlanmış olan anket soruları henüz hazırlanma aşamasında iken, taslağın araştırma amaçlarını gerçekleştirecek içerikte olup olmadığını anlamak amacıyla konusunda uzman akademisyen grubu ile birlikte çalışılmış ve anketin içeriğinin geçerli olduğu kanısına varılmıştır.

1.6. Araştırmanın Analizi

Anket çalışmasından elde edilen veriler, 'Statistical Package for the Social Sciences' (SPSS) adlı program aracılığıyla analiz edilmiştir. Analizde Ki-Kare testi,

Sıklık analizi, Faktör analizi, KMO testi, Barlett testi, Kolmogorov Smirnov testi, Kruskal-Wallis testi ve Mann Withney U testi kullanılmıştır.

2. Bulgular

2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Mahremiyet algısında meydana gelen dönüşümü ortaya çıkarmak amacı ile yapılan bu çalışmada dünya üzerinde en çok kullanıcıya sahip olan Facebook sosyal paylaşım ağı örnek olarak seçilmiştir. Çalışma, Türkiye’de yaşayan 15 yaş ve üzerindeki 5000 Facebook kullanıcılarıyla yapılmıştır. Anket katılımcıları belirlenirken Türkiye’deki bölgelerin nüfus istatistiği incelenmiş, bu illerde yaşayan ve 15 ve üzeri olan kişilerin sayısı tespit edilmiştir. Daha sonra geçerliliği saptanan 5000 anket illerin 15 yaş ve üzerindeki kişi sayısı temelinde orantılı şekilde dağıtılmıştır.

Anket sayılarının bölgelere göre dağılımına bakıldığında (Tablo 6) bölgelerdeki oranlarla anket çalışmasındaki oranların birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu durum, çalışmanın Türkiye genelini temsil etmesi ve genelleme kolaylığı vermesi için önem arz etmektedir.

Tablo 6: Bölgelere Göre Türkiye Nüfusu ve Katılımcıların Bölgelere Göre Dağılımı

Türkiye Geneli 15 yaş ve üstü			Araştırma Örneklemi Dağılımı	
7 Bölge	Sayı	%	Sayı	%
Akdeniz	7.510.105	12,5	549	11,0
Doğu Anadolu	4.208.525	7,0	267	5,3
Ege	8.142.945	13,6	654	13,1
Güneydoğu Anadolu	5.388.840	9,0	355	7,1
İç Anadolu	8.905.178	14,9	848	17,0
Karadeniz	5.684.240	9,5	298	6,0
Marmara	20.015.000	33,4	2.029	40,6
Toplam	59.854.833	100,0	5.000	100,0

Katılımcılar ile ilgili demografik bilgiler incelendiğinde, kadın ve erkek oranının birbirine yakın olduğu, çoğunun 15-29 yaş aralığında bulunduğu (%75,5), yarısından fazlasının (%59,5) bir yükseköğretim kurumunda (Üniversite, Yüksek Lisans, Doktora) okumakta olduğu ya da mezun olduğu, yaşamlarının büyük çoğunluğunu kentte geçirdiği (%86,3), yine büyük bir kısmının öğrenci olduğu (%59,4) ve 0-1000 TL arasında gelir seviyesine sahip olduğu (%54) görülmektedir (Tablo 7).

Tablo 7: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Kategoriler	Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	2564	51,3
	Erkek	2436	48,7
	Toplam	5000	100,0
Yaş	15-19	1523	30,5
	20-24	1441	28,8
	25-29	809	16,2
	30-34	519	10,4
	35-39	272	5,4
	40-44	173	3,5
	45-49	105	2,1
	50-54	76	1,5
	55-59	61	1,2
	60-64	15	0,3
	65+	6	0,1
	Toplam	5000	100,0
Eğitim	Okur Yazar Değil	29	0,6
	Okur Yazar	100	2,0
	İlköğretim	222	4,4
	Lise	1673	33,5
	Üniversite	2641	52,8
	Yüksek Lisans-Doktora	335	6,7
	Toplam	5000	100,0
En Çok Yaşanılan Yer	Kent	4316	86,3
	Kır	684	13,7
	Toplam	5000	100,0
Meslek	Öğrenci	2968	59,4
	Ücretli çalışan	1284	25,7
	Kendi hesabına çalışan	224	4,5
	İşveren	131	2,6
	Ev kadını	120	2,4
	İşsiz	102	2,0
	Emekli	80	1,6
	Ücretsiz çalışan (aile üyesi)	41	0,8
	Çiftçi	37	0,7
	İş göremez - engelli	13	0,3
	Toplam	5000	100,0
Gelir	0-500 TL	1729	34,6
	501-1000 TL	968	19,4
	1001-1500 TL	690	13,8
	1501-2000 TL	554	11,1
	2001-3000 TL	559	11,2
	3001-5000 TL	378	7,6
	5001 TL +	122	2,4
	Toplam	5000	100,0

Çalışmada analizlerin düzenli bir tabloda sunulması ve farklı analizlerin yapılabilmesi amacıyla ilgili analizlerde katılımcıların demografik özelliklerinden “Yaş”, “Çalışma Durumu” ve “Eğitim Durumu” ikili ve üçlü kategorilere indirgenmiştir. Yaş kategorisi, Cross’un ve Prensky’nin “Dijital Yerliler” ve “Dijital Göçmenler” kavramları doğrultusunda gruplandırılmıştır. İnternetin Türkiye’de ODTÜ ve TÜBİTAK işbirliği ile 1993 yılında kullanılmaya başlandığı göz önüne alınırsa bugün Türkiye’de yaşayan 0-24 yaş aralığındaki kişileri dijital yerliler, 25 ve üzeri yaştaki kişileri ise dijital göçmenler olarak adlandırmak mümkündür. Bu doğrultuda yaş grubu (Tablo 8) analizlerde kullanmak üzere iki kategoriye ayrılmıştır.

Tablo 8: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler

Katılımcı Gruplar (Yaş)	Sayı	%
Dijital Yerliler	2964	59,3
Dijital Göçmenler	2036	40,7
Toplam	5000	100,0

Anket çalışmasına farklı mesleklere mensup kişilerin yanında öğrenciler ve bir işte çalışmayan kişiler de katılmıştır. Anket formunda 10 kategoriye ayrılmış olan meslekler, istatistik bakımından anlamlı sonuçlara ulaşabilmek için ve daha düzenli bir tablo oluşturmak adına üç kategoride toplanmıştır (Tablo 9).

Tablo 9: Grupların Çalışma Durumu

Grupların Çalışma Durumu		Sayı	%
Çalışan	Ücretli çalışan	1717	34,3
	Kendi hesabına çalışan		
	Çiftçi		
	Ücretsiz çalışan (aile üyesi)		
	İşveren		
Öğrenci	Öğrenci	2968	59,4
İşsiz	Ev kadını	315	6,3
	İşsiz		
	Emekli		
	İş göremez - engelli		
Toplam		5000	100,0

Tabloya göre farklı eğitim seviyelerine sahip kişilerin Facebook tüketimi içinde oldukları görülmektedir. Bu durum Facebook'un gündelik yaşamın akışı içinde işlevsel bir öneme sahip olduğunun göstergesidir (Tablo 10).

Tablo 10: Eğitim Durumu Dağılımı

Eğitim Durumu Dağılımı		Sayı	%
İlköğretim ve altı	Okuryazar değil	351	7
	Okuryazar		
	İlköğretim		
Lise	Lise	1673	33,5
Üniversite ve üstü	Üniversite	2976	59,5
	Yüksek Lisans / Doktora		
Toplam		5000	100,0

2.2. Katılımcıların İnternet ve Facebook Kullanım Örüntüleri

Katılımcıların %15,9'u interneti günde ortalama 1 saatten az kullanmakta iken, %36'sı 1-3 saat, %26,5'i 4-6 saat, %10,7'si 7-9 saat ve %10,9'u da 9 saatten fazla kullanmaktadır (Tablo 11).

Tablo 11: İnternet Kullanım Sıklığı

Günlük İnternet Kullanım Süresi	Sayı	%
1 saatten az	795	15,9
1-3 saat	1799	36,0
4-6 saat	1325	26,5
7-9 saat	536	10,7
9 saatten fazla	545	10,9
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların %83,3'ü internete cep telefonu aracılığıyla bağlanırken %16,7'si ise internete cep telefonundan bağlanmamaktadır (Tablo 12).

Tablo 12: İnternete Cep Telefonundan Bağlanma

İnternete Cep Telefonundan Bağlanma	Sayı	%
Evet	4164	83,3
Hayır	836	16,7
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların interneti en çok hangi amaç için kullandıklarını tespit etmek için sorulan sorudan elde edilen analize göre, %44,3'ü interneti en çok “Sosyal paylaşım ağlarına girmek”, %21,2’si “İnternette gezinmek”, %20,4’ü “Araştırma yapmak ve bilgi edinmek” ve %8,8’i de “Oyun oynamak” amacıyla kullanmaktadır (Tablo 13).

Tablo 13: İnternet Kullanım Amacı

İnternet Kullanım Amacı	Sayı	%
Sosyal paylaşım ağlarına girmek	2214	44,3
İnternette gezinmek	1058	21,2
Araştırma yapmak ve bilgi edinmek	1018	20,4
Oyun oynamak	440	8,8
Diğer	270	5,4
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların %23,6’sı 1, %26,8’i 2, %20,7’si 3, %12,1’i 4 ve %16,7’si 4’ten fazla sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanmaktadır (Tablo 14).

Tablo 14: Sosyal Paylaşım Ağı Kullanımı

Kullanılan Sosyal Paylaşım Ağı Sayısı	Sayı	%
1	1182	23,6
2	1342	26,8
3	1037	20,7
4	603	12,1
4’ten fazla	836	16,7
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların %53,4’ü Facebook’a haftanın her günü girmekte iken %10,6’sı haftada 5-6 gün, %9,5’i 4 gün, %17,5’i 2-3 gün ve %9’u ise sadece bir gün Facebook’a girmektedir (Tablo 15).

Tablo 15: Haftalık Facebook Kullanımı

Haftalık Facebook Kullanımı	Sayı	%
1 gün	452	9,0
2-3 gün	873	17,5
4 gün	475	9,5
5-6 gün	532	10,6
Her gün	2668	53,4
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların %47,3'ü Facebook'u günde ortalama 1 saatten az kullanırken, %33,8'i 1-3 saat, %11,8'i 4-6 saat, %3,6'sı 7-9 saat ve %3,5'i de 9 saatten fazla kullanmaktadır (Tablo 16).

Tablo 16: Günlük Facebook Kullanımı

Günlük Facebook Kullanım Süresi	Sayı	%
1 saatten az	2367	47,3
1-3 saat	1688	33,8
4-6 saat	591	11,8
7-9 saat	178	3,6
9 saatten fazla	176	3,5
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların Facebook'u en çok hangi amaç için kullandıklarını tespit etmek için sorulan sorudan elde edilen analize göre, katılımcıların %33,8'i "Arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek", %28,1'i "Gündemi takip etmek", %22,1'i "Arkadaşlarıyla iletişim kurmak", %11,6'sı "Fotoğraf, video ve yazı paylaşmak", %4,5'i ise diğer amaçlar için Facebook'u kullanmaktadır (Tablo 17).

Tablo 17: Facebook Kullanım Amacı

Facebook Kullanım Amacı	Sayı	%
Arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek	1690	33,8
Gündemi Takip etmek	1404	28,1
Arkadaşlarıyla iletişim kurmak	1105	22,1
Fotoğraf, video ve yazı paylaşmak	578	11,6
Diğer	223	4,5
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların %13,5'i Facebook'ta 100'den az, %20,9'u 100-200, %19,9'u 201-300, %16,1'i 301-400, %29,5'i de 400'den fazla kişiyle arkadaş olmaktadır (Tablo 18).

Tablo 18: Facebook'taki Arkadaş Sayısı

Facebook'taki Arkadaş Sayısı	Sayı	%
100'den az	677	13,5
100-200 kişi	1045	20,9
201-300 kişi	995	19,9
301-400 kişi	807	16,1
400'den fazla	1476	29,5
Toplam	5000	100,0

2.3. Facebook'ta Özel Alanın Sınırları

Katılımcıların çok büyük bir kısmı (%93) Facebook profilinde gerçek adını kullanırken, %71,6'sı doğum tarihine, %77,4'ü yaşadığı yere, %66,5'i eğitim durumuna, %29'u ilişki durumuna, %39,4'ü yaptığı işe, %61,7'si memleketine ve %23,2'si de aile veya akrabalarına profil sayfasında yer vermektedir (Tablo 19).

Tablo 19: Profil Bilgilerinin Paylaşımı

Facebook Profilinde Yer Verilen Bilgiler	Sayı	%
Gerçek ad	4632	93,0
Doğum tarihi	3567	71,6
Yaşanılan yer	3856	77,4
Eğitim durumu	3311	66,5
İlişki durumu	1444	29,0
Yapılan iş	1963	39,4
Memleket	3072	61,7
Aile veya akrabalar	1153	23,2

Katılımcıların sadece %21,5'i Facebook'a kayıt olurken kullanım şartlarını ve gizlilik politikalarını okumuş, %50,5 ise okumamıştır. Katılımcıların %28'i de Facebook'a kayıt olurken kullanım şartlarını ve gizlilik politikasını okuyup okumadıklarını hatırlamamaktadır (Tablo 20).

Tablo 20: Kullanım Şartları ve Gizlilik Politikası

Kullanım Şartları ve Gizlilik Politikasını Okuma	Sayı	%
Evet	1075	21,5
Hayır	2526	50,5
Hatırlamıyorum	1399	28,0
Toplam	5000	100,0

Katılımcılarının %55,6'lık kısmı Facebook hesaplarındaki gizlilik ayarlarını dikkatlice ve eksiksiz olarak yapmış, %44,4'lük kısmı ise bu ayarları dikkatlice ve tam olarak yapmamıştır (Tablo 21).

Tablo 21: Gizlilik Ayarları Düzenlemeleri

Facebook'ta Gizlilik Ayarlarını Yapma	Sayı	%
Evet	2778	55,6
Hayır	2222	44,4
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların sadece %22,4'ü Facebook'taki reklam ayarlarını yapmış iken katılımcıların büyük bir kısmı (%77,6) Facebook'taki reklam ayarlarını yapmamıştır (Tablo 22).

Tablo 22: Reklam Ayarları Kısıtlamaları

Reklam Ayarları Kısıtlamaları	Sayı	%
Evet	1121	22,4
Hayır	3879	77,6
Toplam	5000	100,0

Katılımcıların % 41'i zaman tüneline arkadaşlarının paylaşımına açmış iken %59'u zaman tüneline yapılan paylaşımları arkadaşlarına açmamıştır (Tablo 23).

Tablo 23: Zaman Tünelinin Paylaşımına Açılması

Facebook'ta Etiketlenince Direkt Zaman Tünelinde Görünme	Sayı	%
Evet	2049	41,0
Hayır	2951	59,0
Toplam	5000	100,0

2.4. Facebook'ta Kişisel Bilgilerin İfşası Sürecinde, Gözetimin ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı

Katılımcıların “Facebook ve Mahremiyetin İfşası”, “Facebook ve Gözetim” ve “Facebook ve Mahremiyetin İhlali” konulu sorulara verdikleri cevaplar analiz edilmiş, sonuçlar hem yüzdelik sistemde hem beşlik sistemde hem de yüz üzerinden puanlama şeklinde ifade edilmiştir. Analiz sonuçlarının daha iyi ifade edilmesi ve anlaşılması için bu sistemler içerisinde puanlama sistemi (100 üzerinden) tercih edilmiştir.

2.4.1. Facebook ve Mahremiyetin İfşası

Katılımcıların Facebook'a kişisel bilgilerinin (ad, doğum tarihi, memleket, eğitim durumu, meslek vb.) çoğunu koyma puanı “73,9” iken, Facebook'ta, bazen eşi, sevgilisi, akrabası, arkadaşı ya da dostu hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşma puanı “52,4”, Facebook'ta yeni insanlarla tanışıp arkadaş olma puanı “53,6”, denizde ya da havuzda çekilmiş oldukları fotoğrafları Facebook'a koymakta sakınca görmeme puanı “48,6”, evde çekilmiş oldukları fotoğrafları ya da videoları

Facebook’a koyma puanı 58,3 ve Önemli anlarına ait olan fotoğrafları, videoları ya da yazıları Facebook’ta paylaşma puanı ise 68,6 olmaktadır (Tablo 24).

Tablo 24: Kişisel Mahremiyetin Sınırları

Kişisel Mahremiyetin Sınırları (Mahremiyetin İfşası)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	*Ortalama	**Puan
Facebook’a kişisel bilgilerimin çoğunu koyuyorum.	7,3 %	13,6 %	8,4 %	44,1 %	26,6 %	3,7	73,9
Facebook’ta, bazen eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşıyorum.	28,5 %	24,9 %	12,7 %	23,9 %	10,0 %	2,6	52,4
Facebook’ta bazen yeni insanlarla tanışıp arkadaş oluyorum.	27,8 %	22,5 %	14,4 %	24,4 %	10,9 %	2,7	53,6
Bazen denizde ya da havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları Facebook’a koymakta sakınca görmüyorum.	37,9 %	19,1 %	14,8 %	18,5 %	9,6 %	2,4	48,6
Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları ya da videoları Facebook’a koyuyorum.	22,6 %	18,4 %	15,0 %	33,3 %	10,8 %	2,9	58,3
Önemli anlarıma ait olan fotoğrafları, videoları ya da yazıları Facebook’ta paylaşıyorum.	11,1 %	14,8 %	13,9 %	40,2 %	19,9 %	3,4	68,6
Ortalama						3,0	59,2

* 5’lik Sistem

** 100’lük Sistem

2.4.2. Facebook ve Gözetimin Farkındalığı

Katılımcıların Facebook’taki kişisel bilgilerine onlar istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünme konusunda aldıkları ortalama puan “62,4”, Facebook’ta gizlilik ayarlarını yaptıkları zaman arkadaşlarının haricinde kimsenin onları izleyemeyeceğini düşünme puanı “64,5”, kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından Facebook aracılığıyla gözetlenmeyeceklerini düşünme puanı “62,4”, Facebook’taki bilgilerinin onların haberi olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanamayacağını düşünme puanı “55,5” ve ticari şirketlerin Facebook’taki bilgilerine onların izni olmadan ulaşamayacağını düşünme puanı da “56,8” olmaktadır (Tablo 25).

Tablo 25: Facebook'ta Gözetimin Farkındalığı

Gözetimin Farkındalığının Düzeyleri	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	*Ortalama	**Puan
Facebook'taki kişisel bilgilerime ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.	15,7 %	18,9 %	21,4 %	25,8 %	18,2 %	3,1	62,4
Facebook'ta gizlilik ayarlarını yaptığım zaman arkadaşlarımın haricinde kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum.	14,0 %	16,6 %	21,0 %	29,4 %	19,0 %	3,2	64,5
Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından Facebook aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum.	17,4 %	15,3 %	23,1 %	25,9 %	18,3 %	3,1	62,4
Facebook'taki bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanamayacağını düşünüyorum.	23,5 %	19,0 %	26,4 %	18,6 %	12,5 %	2,8	55,5
Ticari şirketlerin Facebook'taki bilgilerime benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.	21,1 %	19,7 %	24,0 %	24,5 %	10,8 %	2,8	56,8
Ortalama						3,0	60,3

* 5'lik Sistem

** 100'lük Sistem

2.4.3. Facebook ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı

Katılımcıların, Facebook'un arkadaşlarıyla güvenli bir şekilde iletişim kurmalarını sağlayan bir ortam olduğunu düşünme puanı "61,0" iken, Facebook'taki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünme puanı "58,7", Facebook tarafından korunacağını bildikleri için gönül rahatlığıyla Facebook'a fotoğraf, video ve yazı yükleme puanı "55,1", Facebook'un onların mahrem hayatları için bir tehlike olmadığını düşünme puanı "56,2" ve Facebook'un onların kişisel bilgilerini koruduğunu düşünme puanı ise "54,1" olmaktadır (Tablo 26).

Tablo 26: Facebook'ta Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı

Mahremiyet İhlalinin Farkındalığının Düzeyleri	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	*Ortalama	**Puan
Facebook'un arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.	14,2 %	18,4 %	27,3 %	28,5 %	11,6 %	3,0	61,0
Facebook'taki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.	17,3 %	20,6 %	25,1 %	25,5 %	11,5 %	2,9	58,7
Facebook tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla Facebook'a fotoğraf, video ve yazı yüklüyorum.	19,7 %	22,2 %	29,9 %	19,4 %	8,8 %	2,8	55,1
Facebook'un benim mahrem hayatım için bir tehlike olmadığını düşünüyorum.	20,2 %	19,6 %	27,6 %	24,2 %	8,4 %	2,8	56,2
Facebook'un benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.	21,3 %	22,0 %	30,3 %	17,7 %	8,7 %	2,7	54,1
Ortalama						2,9	57,0

* 5'lik Sistem

** 100'lük Sistem

2.4.4. Facebook ve Mahremiyetin İfşası, Gözetim ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı

Facebook, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyetin ihlalinin farkındalığı konulu sorulardan elde edilen sonuçların analizine göre, en yüksek ortalama “3,7” (5 üzerinden), en düşük ortalama ise “2,4” olmaktadır. Analiz sonuçlarına göre ortalama puan ise “2,9”dur. Yüzdelik sistemdeki karşılığına bakıldığında ise, en yüksek puanın “73,9”, en düşük puanın ise “48,6” olduğu görülmektedir. Ortalama puan ise, “58,9” olarak bulunmuştur (Ek 2).

2.5. Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook'ta Gizlilik

“Profil bilgilerinin paylaşımı”, “Gizlilik ayarları düzenlemeleri” ve “Reklam ayarları kısıtlamaları” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin çok büyük bir kısmı (%78,6) Facebook profilinde doğum tarihine yer vermekte iken dijital göçmenlerin %61,5'lik kısmı doğum tarihini

profiline eklemektedir. Yine dijital yerlilerin büyük bir kısmı (%71,9) Facebook profilinde eğitim durumunu paylaşmakta iken dijital göçmenlerin sadece %58,6'sı profilinde eğitim durumuna yer vermektedir. Dijital yerlilerin %59'u Facebook'taki gizlilik ayarlarını dikkatlice ve eksiksiz olarak yapmış bulunmakta iken dijital göçmenlerin %50,6'sı bu ayarları eksiksiz ve dikkatlice yapmıştır. Buna rağmen dijital yerlilerin %19,9'u Facebook'taki reklam ayarlarını yapmış iken dijital göçmenlerin %26,1'i reklam ayarlarını yapmıştır (Tablo 27).

“Profil bilgilerinin paylaşımı”, “Gizlilik ayarları düzenlemeleri” ve “Reklam ayarları kısıtlamaları” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların sadece %25,8'i Facebook'ta ilişki durumuna yer veriyorken erkeklerin %32,3'ü bu bilgisini Facebook'ta paylaşmaktadır. Yine kadınların %33,7'si yaptığı işi Facebook'ta paylaşıyorken, Erkeklerin neredeyse yarısı (%45,4) Facebook'ta iş bilgisine yer vermektedir. Erkeklerin %49,6'sı Facebook'taki gizlilik ayarlarını dikkatlice ve eksiksiz olarak yapmış bulunmakta iken kadınların % 61,2'si bu ayarları yapmış olmaktadır. Reklam ayarları kısmında ise kadınların %20,6'sı bu ayarları yapmışken erkeklerin %24,4'ü bu ayarları yapmış bulunmaktadır. (Tablo 27).

Tablo 27: Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook'ta Gizlilik Uygulamaları

Profil Bilgilerinin Paylaşımı	Gizlilik Ayarları Düzenlemeleri	Reklam Ayarları Kısıtlamaları	Yaş				Cinsiyet			
			Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
			Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Gerçek adınız			2788	94,4 %	1844	90,9 %	2390	93,8%	2242	92,2%
Doğum tarihiniz			2319	78,6 %	1248	61,5 %	1798	70,6%	1769	72,7%
Yaşadığınız yer			2389	80,9 %	1467	72,3 %	1946	76,4%	1910	78,5%
Eğitim durumunuz			2122	71,9 %	1189	58,6 %	1707	67,0%	1604	66,0%
İlişki durumunuz			763	25,8 %	681	33,6 %	658	25,8%	786	32,3%
Yaptığınız iş			987	33,4 %	976	48,1 %	858	33,7%	1105	45,4%
Memleketiniz			1960	66,4 %	1112	54,8 %	1527	59,9%	1545	63,5%
Aile ve/veya akrabalarınız			744	25,2 %	409	20,2 %	593	23,3%	560	23,0%
	Evet		1748	59,0 %	1030	50,6 %	1570	61,2 %	1208	49,6 %
	Hayır		1216	41,0 %	1006	49,4 %	994	38,8 %	1228	50,4 %
		Evet	590	19,9 %	531	26,1 %	527	20,6 %	594	24,4 %
		Hayır	2374	80,1 %	1505	73,9 %	2037	79,4 %	1842	75,6 %

2.6. Yaşa ve Cinsiyete Göre İnternet ve Facebook Kullanımı

“İnternete cep telefonundan bağlanma” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (p 0,00). Dijital yerlilerin %85,3’ü internete cep telefonundan bağlanıyorken dijital göçmenlerin %80’i cep telefonu aracılığıyla internete bağlanmaktadır (Tablo 28).

Tablo 28: Yaşa Göre Cep Telefonundan İnternet Kullanımı

İnternete cep telefonundan bağlanma	Yaş			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler	
	Sayı	%	Sayı	%
Evet	2529	85,3 %	1635	80,3 %
Hayır	435	14,7 %	401	19,7 %

“İnternet kullanım amacı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (p 0,00). Dijital yerlilerin yarısından çoğu (%52,6) interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek amacıyla kullanmakta iken dijital göçmenlerin sadece %,32,2’si interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanmaktadır. Bunun haricinde dijital göçmenlerin %28,7’si interneti en çok araştırma yapmak ve bilgi edinmek amacıyla kullanmakta iken dijital yerlilerin sadece %14,6’sı interneti en çok araştırma yapmak ve bilgi edinmek için kullanmaktadır (Tablo 29).

“İnternet kullanma amacı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadın katılımcıların yarısına yakını (%48,3) interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanmakta iken, erkeklerin %40,1’i internete en çok bu amaç için girmektedir. Erkeklerin %12,7’si interneti en çok oyun oynamak için kullanmakta iken, kadınların sadece %5,1’i internete en çok oyun oynamak amacıyla girmektedir (Tablo 29).

Tablo 29: Yaş ve Cinsiyete Göre İnternet Kullanım Amacı

İnternet Kullanım Amacı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Sosyal Paylaşım Ağlarına Girmek	1558	52,6 %	656	32,2 %	1238	48,3 %	976	40,1 %
Araştırma Yapmak ve Bilgi Edinmek	434	14,6 %	584	28,7 %	508	19,8 %	510	20,9 %
İnternette Gezinmek	591	19,9 %	467	22,9 %	568	22,2 %	490	20,1 %
Oyun Oynamak	242	8,2 %	198	9,7 %	131	5,1 %	309	12,7 %
Diğer	139	4,7 %	131	6,4 %	119	4,6 %	151	6,2 %

“Kullanılan sosyal paylaşım ağı sayısı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (p 0,00). Dijital göçmenlerin %58,8’i sadece 1 veya 2 sosyal paylaşım ağını kullanmakta iken dijital yerlilerin %55,3’ü ise 3 veya 3’ten fazla sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanmaktadır (Tablo 30).

“Kullanılan sosyal paylaşım ağı sayısı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (p 0,041). Katılımcılardan kadınların %47,7’si 3 ve üzeri sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanmakta iken erkeklerin yarısından fazlası (%51,5) 3 ve üzeri sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanmaktadır (Tablo 30).

Tablo 30: Yaş ve Cinsiyete Göre Sosyal Paylaşım Ağı Kullanımı

Kullanılan Sosyal Paylaşım Ağı Sayısı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1	538	18,2 %	644	31,6 %	615	24,0 %	567	23,3 %
2	788	26,6 %	554	27,2 %	728	28,4 %	614	25,2 %
3	655	22,1 %	382	18,8 %	517	20,2 %	520	21,3 %
4	390	13,2 %	213	10,5 %	304	11,9 %	299	12,3 %
4’ten Fazla	593	20,0 %	243	11,9 %	400	15,6 %	436	17,9 %

“Haftalık Facebook kullanımı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (p 0,00). Dijital yerlilerin %54,5’i Facebook’a

her gün girmekte iken dijital göçmelerin %51,7'si ise Facebook'a haftanın her günü girmektedir (Tablo 31).

“Haftalık Facebook kullanımı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların %30'luk kısmı Facebook'a haftada sadece 1-3 gün arasında girmekte iken erkeklerin %77,2'si Facebook'a haftada 4 gün ve üzerinde girmektedir (Tablo 31).

Tablo 31: Yaş ve Cinsiyete Göre Haftalık Facebook Kullanımı

Haftalık Facebook Kullanımı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1 Gün	304	10,3 %	148	7,3 %	269	10,5 %	183	7,5 %
2-3 Gün	495	16,7 %	378	18,6 %	501	19,5 %	372	15,3 %
4 Gün	268	9,0 %	207	10,2 %	204	8,0 %	271	11,1 %
5-6 Gün	281	9,5 %	251	12,3 %	251	9,8 %	281	11,5 %
Her Gün	1616	54,5 %	1052	51,7 %	1339	52,2 %	1329	54,6 %

“Günlük Facebook Kullanımı” ile “Cinsiyet” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların yarısından fazlası (%51,1) Facebook'u günlük sadece 1 saatten az kullanmaktayken erkeklerin %43,3'ü Facebook'u günde bir saatten az kullanmaktadır (Tablo 32).

Tablo 32: Cinsiyete Göre Günlük Facebook Kullanımı

Günlük Facebook Kullanımı	Cinsiyet			
	Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%
1 Saatten Az	1311	51,1 %	1056	43,3 %
1-3 Saat	802	31,3 %	886	36,4 %
4-6 Saat	268	10,5 %	323	13,3 %
7-9 Saat	89	3,5 %	89	3,7 %
9 Saatten Fazla	94	3,7 %	82	3,4 %

“Facebook kullanım amacı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (p 0,00). Dijital yerlilerin %30,7'si Facebook'u en çok arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek amacıyla kullanmakta

iken dijital göçmelerin %38,3'ü Facebook'u bu amaç için kullanmaktadır. Dijital yerlilerin %12,8'i Facebook'u en çok fotoğraf, video ve yazı paylaşmak için kullanmaktayken dijital göçmenlerin %9,7'si Facebook'u en çok bu amaç için kullanmaktadır (Tablo 33).

“Facebook kullanım amacı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların %35,7'si Facebook'u en çok arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek amacıyla kullanmakta iken erkeklerin %31,8'i Facebook'u bu amaç için kullanmaktadır. Erkeklerin %13,3'ü Facebook'u en çok fotoğraf, video ve yazı paylaşmak için kullanırken kadınların sadece %9,9'u Facebook'a en çok bu amaç için girmektedir (Tablo 33).

Tablo 33: Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook Kullanım Amacı

Facebook Kullanım Amacı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Fotoğraf, Video ve Yazı Paylaşmak	380	12,8 %	198	9,7 %	253	9,9 %	325	13,3 %
Arkadaşlarının Paylaşımlarını Takip Etmek	911	30,7 %	779	38,3 %	915	35,7 %	775	31,8 %
Gündemi Takip Etmek	830	28,0 %	574	28,2 %	690	26,9 %	714	29,3 %
Arkadaşlarıyla İletişim Kurmak	719	24,3 %	386	19,0 %	609	23,8 %	496	20,4 %
Diğer	124	4,2 %	99	4,9 %	97	3,8 %	126	5,2 %

“Facebook'taki arkadaş sayısı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (p 0,00). Dijital yerlilerin %33,6'sı Facebook'ta 400'den fazla arkadaşına sahip iken dijital göçmelerin ise sadece %23,6'sı Facebook'ta 400'den fazla arkadaşına sahip bulunmaktadır (Tablo 34).

“Facebook'taki arkadaş sayısı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Erkeklerin %34,9'u Facebook'ta 400'den fazla arkadaşına sahip iken kadınların %24,4'ü Facebook'ta 400'ün üzerinde arkadaşına sahip bulunmaktadır. Yine kadınların %16,4'ü 100'den az arkadaşına sahip iken erkeklerin sadece % 10,5'i 100'den az arkadaşına sahip olmaktadır (Tablo 34).

Tablo 34: Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook'taki Arkadaş Sayısı

Facebook'taki Arkadaş Sayısı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
100'den Az	350	11,8 %	327	16,1 %	421	16,4 %	256	10,5 %
100-200 Kişi	602	20,3 %	443	21,8 %	569	22,2 %	476	19,5 %
201-300 Kişi	560	18,9 %	435	21,4 %	532	20,7 %	463	19,0 %
301-400 Kişi	456	15,4 %	351	17,2 %	417	16,3 %	390	16,0 %
400'den Fazla	996	33,6 %	480	23,6 %	625	24,4 %	851	34,9 %

2.7. Yaşa ve Cinsiyete Göre Facebook'ta Kişisel Bilgilerin İfşası Sürecinde, Gözetimin ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı

“Kişisel bilgi paylaşımı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin çok büyük bir kısmı (%76,1) Facebook'a ad, doğum tarihi, memleket vb. kişisel bilgileri koymakta iken dijital göçmenlerin %63'ü Facebook'a kişisel bilgilerini koymaktadır (Tablo 35).

“Kişisel bilgi paylaşımı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,014). Kadınların %21,9'u Facebook'a kişisel bilgilerini koymamakta iken erkeklerin %80,3'ü Facebook'a kişisel bilgilerini koymakta ya da bu konuda kararsız olmaktadır (Tablo 35).

Tablo 35: Yaşa ve Cinsiyete Göre Kişisel Bilgi Paylaşımı

Kişisel Bilgi Paylaşımı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	161	5,4 %	202	9,9 %	190	7,4 %	173	7,1 %
Katılmıyorum	289	9,8 %	389	19,1 %	371	14,5 %	307	12,6 %
Kararsızım	258	8,7 %	162	8,0 %	201	7,8 %	219	9,0 %
Katılıyorum	1397	47,1 %	810	39,8 %	1162	45,3 %	1045	42,9 %
Kesinlikle Katılıyorum	859	29,0 %	473	23,2 %	640	25,0 %	692	28,4 %

“Mahrem yazı paylaşımı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital göçmenlerin %31,2'si Facebook'ta eşi, sevgilisi,

akrabası, arkadaşı ya da dostu hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşmakta iken dijital yerlilerin %35,7'si Facebook'ta bu paylaşımları yapmaktadır (Tablo 36).

Tablo 36: Yaşa Göre Mahrem Yazı Paylaşımı

Mahrem Yazı Paylaşımı	Yaş			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler	
	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	810	27,3 %	616	30,3 %
Katılmıyorum	700	23,6 %	543	26,7 %
Kararsızım	396	13,4 %	241	11,8 %
Katılıyorum	709	23,9 %	485	23,8 %
Kesinlikle Katılıyorum	349	11,8 %	151	7,4 %

“Yeni insanlarla arkadaş olma” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin %39,5'i Facebook'ta yeni inşalarla tanışıp arkadaş olmakta iken dijital göçmenlerin sadece %29,2'si Facebook'ta yeni insanlarla tanışmakta ve onlarla arkadaş olmaktadır (Tablo 37).

“Yeni inşalarla arkadaş olma” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların sadece %27'si Facebook'ta yeni insanlarla tanışıp arkadaş olmakta iken erkeklerin neredeyse yarısı (%44,1) Facebook'ta yeni insanlarla tanışmakta ve onlarla arkadaş olmaktadır (Tablo 37).

Tablo 37: Yaşa ve Cinsiyete Göre Yeni İnsanlarla Arkas Olma

Yeni İnsanlarla Arkadaş Olma	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	716	24,2 %	675	33,2 %	931	36,3 %	460	18,9 %
Katılmıyorum	605	20,4 %	521	25,6 %	593	23,1 %	533	21,9 %
Kararsızım	473	16,0 %	245	12,0 %	347	13,5 %	371	15,2 %
Katılıyorum	794	26,8 %	426	20,9 %	505	19,7 %	715	29,4 %
Kesinlikle Katılıyorum	376	12,7 %	169	8,3 %	188	7,3 %	357	14,7 %

“Denizde ya da havuzda fotoğraf paylaşımı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin %32,5'i Facebook'a

denizde ya da havuzda çekilmiş oldukları fotoğrafları koymakta iken dijital göçmenlerin %21,7'si denizde ya da havuzda çekilmiş oldukları fotoğrafları Facebook'a koymaktadır (Tablo 38).

“Denizde ya da havuzda fotoğraf paylaşımı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların büyük çoğunluğu (%68) Facebook'a denizde ya da havuzda çekilmiş oldukları fotoğrafları koymamakta iken erkeklerin sadece 45,4'ü denizde ya da havuzda çekilmiş oldukları fotoğrafları koymamaktadır (Tablo 38).

Tablo 38: Yaşa ve Cinsiyete Göre Denizde ya da Havuzda Fotoğraf Paylaşımı

Denizde ya da Havuzda Fotoğraf Paylaşımı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	1032	34,8 %	865	42,5 %	1202	46,9 %	695	28,5 %
Katılmıyorum	510	17,2 %	443	21,8 %	542	21,1 %	411	16,9 %
Kararsızım	457	15,4 %	285	14,0 %	330	12,9 %	412	16,9 %
Katılıyorum	614	20,7 %	312	15,3 %	324	12,6 %	602	24,7 %
Kesinlikle Katılıyorum	351	11,8 %	131	6,4 %	166	6,5 %	316	13,0 %

“Evde fotoğraf paylaşımı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin %48,2'si Facebook'ta evde çekilmiş oldukları fotoğraf veya videoları paylaşmakta iken dijital göçmenlerin %38'i bu fotoğraf ya da videoları Facebook'ta paylaşmayı tercih etmektedir (Tablo 39).

“Evde fotoğraf paylaşımı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Erkeklerin %39,8'i Facebook'ta evde çekilmiş oldukları fotoğraf veya videoları paylaşmamakta iken kadınların %41,9'u bu fotoğraf ya da videoları Facebook'ta paylaşmamayı tercih etmektedir (Tablo 39).

Tablo 39: Yaşa ve Cinsiyete Göre Evde Fotoğraf Paylaşımı

Evde Fotoğraf Paylaşımı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	583	19,7 %	545	26,8 %	616	24,0 %	512	21,0 %
Katılmıyorum	475	16,0 %	444	21,8 %	460	17,9 %	459	18,8 %
Kararsızım	476	16,1 %	272	13,4 %	382	14,9 %	366	15,0 %
Katılıyorum	1059	35,7 %	605	29,7 %	877	34,2 %	787	32,3 %
Kesinlikle Katılıyorum	371	12,5 %	170	8,3 %	229	8,9 %	312	12,8 %

“Önemli Anların Paylaşımı” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin %66,1’i Facebook’ta önemli anlara ait fotoğrafları, videoları ya da yazıları paylaşmakta iken dijital göçmenlerin de %51,4’ü bu paylaşımları yapmaktadır (Tablo 40).

“Önemli Anların Paylaşımı” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların büyük çoğunluğu (%62,1) Facebook’ta önemli anlara ait fotoğrafları, videoları ya da yazıları paylaşmakta iken erkeklerin %58’i bu paylaşımları yapmaktadır (Tablo 40).

Tablo 40: Yaşa ve Cinsiyete Göre Önemli Anların Paylaşımı

Önemli Anların Paylaşımı	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	290	9,8 %	265	13,0 %	299	11,7 %	256	10,5 %
Katılmıyorum	326	11,0 %	416	20,4 %	338	13,2 %	404	16,6 %
Kararsızım	390	13,2 %	307	15,1 %	333	13,0 %	364	14,9 %
Katılıyorum	1271	42,9 %	740	36,3 %	1103	43,0 %	908	37,3 %
Kesinlikle Katılıyorum	687	23,2 %	308	15,1 %	491	19,1 %	504	20,7 %

“Kişisel bilgilere ulaşamayacağını düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin yarısından fazlası (%51,7) kendileri istemedikçe Facebook’taki kişisel bilgilerine başkalarının ulaşamayacağını

düşünmekte iken dijital göçmenlerin ise sadece %32,6'sı kişisel bilgilerine Facebook aracılığıyla başkalarının ulaşamayacağını düşünmektedir (Tablo 41).

“Kişisel bilgilere ulaşamayacağını düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Erkeklerin %39,2'si kendileri istemese dahi Facebook'taki kişisel bilgilerine başkalarının ulaşabileceğini düşünmekte iken kadınların %30,3'ü kişisel bilgilerine Facebook aracılığıyla başkalarının ulaşabileceğini düşünmektedir (Tablo 41).

Tablo 41: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Kişisel Bilgilere İlişkin Tutumları

Kişisel Bilgilere Ulaşamayacağını Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	320	10,8 %	465	22,8 %	320	12,5 %	465	19,1 %
Katılmıyorum	442	14,9 %	505	24,8 %	457	17,8 %	490	20,1 %
Kararsızım	668	22,5 %	402	19,7 %	581	22,7 %	489	20,1 %
Katılıyorum	860	29,0 %	429	21,1 %	705	27,5 %	584	24,0 %
Kesinlikle Katılıyorum	674	22,7 %	235	11,5 %	501	19,5 %	408	16,7 %

“Gizlilik ayarları yapılıncı gözetlenilmeyeceğini düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital göçmenlerin %42,7'si gizlilik ayarları yapılsa dahi arkadaşlarının haricinde başka kişilerin de kendilerini izleyebileceklerini düşünmekte iken dijital yerlilerin sadece %22,3'ü başkalarının kendilerini Facebook aracılığıyla izleyebileceklerini düşünmektedir (Tablo 42).

“Gizlilik ayarları yapılıncı gözetlenilmeyeceğini düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların yarısından fazlası (%51,5) gizlilik ayarlarını yaptıkları zaman arkadaşları haricinde kimsenin kendilerini izleyemeyeceğini düşünmekte iken Erkeklerin %45,1'i başkalarının kendisini Facebook aracılığıyla izleyemeyeceğini düşünmektedir (Tablo 42).

Tablo 42: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Gizlilik Ayarları Yapılınca Gözetlenilmeye İlişkin Tutumları

Gizlilik Ayarları Yapılınca Gözetlenilmeyeceğini Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	283	9,5 %	417	20,5 %	312	12,2 %	388	15,9 %
Katılmıyorum	378	12,8 %	453	22,2 %	370	14,4 %	461	18,9 %
Kararsızım	622	21,0 %	429	21,1 %	563	22,0 %	488	20,0 %
Katılıyorum	962	32,5 %	507	24,9 %	797	31,1 %	672	27,6 %
Kesinlikle Katılıyorum	719	24,3 %	230	11,3 %	522	20,4 %	427	17,5 %

“Kanuna uyulunca gözetlenilmeyeceğini düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin hemen hemen yarısı (%51,2) kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından gözetlenilmeyeceğini düşünmekte iken dijital göçmenleri sadece %33,8’i devlet tarafından gözetlenilmeyeceğini düşünmektedir (Tablo 43).

“Kanuna uyulunca gözetlenilmeyeceğini düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Kadınların neredeyse yarısı (%46,4) kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından gözetlenilmeyeceğini düşünmekte iken Erkeklerin %41,8’i devlet tarafından gözetlenilmeyeceğini düşünmektedir (Tablo 43).

Tablo 43: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Kanuna Uyulunca Gözetlenilmeye İlişkin Tutumları

Kanuna Uyulunca Gözetlenilmeyeceğini Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	384	13,0 %	488	24,0 %	392	15,3 %	480	19,7 %
Katılmıyorum	364	12,3 %	403	19,8 %	354	13,8 %	413	17,0 %
Kararsızım	697	23,5 %	457	22,4 %	629	24,5 %	525	21,6 %
Katılıyorum	824	27,8 %	470	23,1 %	687	26,8 %	607	24,9 %
Kesinlikle Katılıyorum	695	23,4 %	218	10,7 %	502	19,6 %	411	16,9 %

“Bilgilerin depolanamayacağını düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital göçmenlerin yarısından fazlası (%53,7) Facebook’taki bilgilerinin kendilerinin haberi olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanabileceğini düşünmekte iken dijital yerlilerin ise sadece %34,8’i Facebook’taki bilgilerin devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanabileceklerini düşünmektedir (Tablo 44).

“Bilgilerin depolanamayacağını düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Erkeklerin %53,5’i Facebook’taki bilgilerinin kendilerinin haberi olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanamayacağını düşünmekte ya da bu durumda kararsız olmakta iken kadınların büyük bir kısmı (%61,2) Facebook’taki bilgilerin devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanamayacağını düşünmekte ya da kararsız olmaktadır (Tablo 44).

Tablo 44: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Bilgilerin Depolanmasına İlişkin Tutumları

Bilgilerin Depolanamayacağını Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	518	17,5 %	655	32,2%	527	20,6 %	646	26,5 %
Katılmıyorum	513	17,3 %	438	21,5 %	467	18,2 %	484	19,9 %
Kararsızım	853	28,8 %	465	22,8 %	747	29,1 %	571	23,4 %
Katılıyorum	615	20,7 %	317	15,6 %	488	19,0 %	444	18,2 %
Kesinlikle Katılıyorum	465	15,7 %	161	7,9 %	335	13,1 %	291	11,9 %

“Ticari şirketlerin kişisel bilgilere ulaşamayacağını düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital göçmenlerin %51,9’u Facebook’taki bilgilere ticari şirketlerin ulaşabileceğini düşünmekte iken dijital yerlilerin ise %33,1i onların izni olmasa bile ticari şirketlerin Facebook’taki kişisel bilgilere ulaşabileceğini düşünmektedir (Tablo 45).

“Ticari şirketlerin kişisel bilgilere ulaşamayacağını düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Erkeklerin

%44,4'ü Facebook'taki bilgilere ticari şirketlerin ulaşabileceğini düşünmekte iken kadınların sadece %37,2'si onların izni olmasa bile ticari şirketlerin Facebook'taki kişisel bilgilere ulaşabileceğini düşünmektedir (Tablo 45).

Tablo 45: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Ticari Şirketlerin Kişisel Bilgilere Ulaşamayacağına İlişkin Tutumları

Ticari Şirketlerin Kişisel Bilgilere Ulaşamayacağını Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	453	15,3 %	601	29,5 %	459	17,9 %	595	24,4 %
Katılmıyorum	527	17,8 %	456	22,4 %	496	19,3 %	487	20,0 %
Kararsızım	795	26,8 %	406	19,9 %	658	25,7 %	543	22,3 %
Katılıyorum	782	26,4 %	441	21,7 %	688	26,8 %	535	22,0 %
Kesinlikle Katılıyorum	407	13,7 %	132	6,5 %	263	10,3 %	276	11,3 %

“Facebook’un güvenli bir ortam olduğunu düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin %46,8'i Facebook'un arkadaşlarıyla güvenli şekilde iletişim kurulabilecek bir ortam olduğunu düşünmekte iken dijital göçmenlerin sadece %30,3'ü Facebook'un güvenli bir şekilde iletişim kurulabilecek bir ortam olduğunu düşünmektedir (Tablo 46).

“Facebook’un güvenli bir ortam olduğunu düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,002). Erkeklerin %34,2'si Facebook'un arkadaşlarıyla güvenli bir şekilde iletişim kurulabilecek bir ortam olmadığını düşünmekte iken kadınların %31,1'i Facebook'un güvenli bir şekilde iletişim kurulabilecek bir ortam olmadığını düşünmektedir (Tablo 46).

Tablo 46: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Facebook'un Güvenliğine İlişkin Tutumları

Facebook'un Güvenli Bir Ortam Olduğunu Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	280	9,4 %	428	21,0 %	338	13,2 %	370	15,2 %
Katılmıyorum	454	15,3 %	467	22,9 %	458	17,9 %	463	19,0 %
Kararsızım	841	28,4 %	524	25,7 %	733	28,6 %	632	25,9 %
Katılıyorum	943	31,8 %	484	23,8 %	767	29,9 %	660	27,1 %
Kesinlikle Katılıyorum	446	15,0 %	133	6,5 %	268	10,5 %	311	12,8 %

“Gizlilik ayarlarının kişisel bilgileri koruduğunu düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital göçmenlerin %50,5’i Facebook’ta gizlilik ayarları doğru ve eksiksiz şekilde yapılırsa dahi kişisel verilerin tamamen korunamayacağını düşünmektedir. Dijital yerlilerin ise sadece %29,1’i Facebook’taki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda dahi kişisel verilerin tamamen korunamayacağını düşünmektedir (Tablo 47).

“Gizlilik ayarlarının kişisel bilgileri koruduğunu düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Erkeklerin %41,7’si Facebook’ta gizlilik ayarları doğru ve eksiksiz şekilde yapılırsa dahi kişisel verilerin tamamen korunamayacağını düşünmektedir. Kadınların ise sadece %34,2’si Facebook’taki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda dahi kişisel verilerin tamamen korunamayacağını düşünmektedir (Tablo 47).

Tablo 47: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Gizlilik Ayarlarının Kişisel Bilgileri Koruduğuna İlişkin Tutumları

Gizlilik Ayarlarının Kişisel Bilgileri Koruduğunu Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	347	11,7 %	517	25,4 %	373	14,5 %	491	20,2 %
Katılmıyorum	517	17,4 %	511	25,1 %	505	19,7 %	523	21,5 %
Kararsızım	792	26,7 %	464	22,8 %	690	26,9 %	566	23,2 %
Katılıyorum	852	28,7 %	423	20,8 %	703	27,4 %	572	23,5 %
Kesinlikle Katılıyorum	456	15,4 %	121	5,9 %	293	11,4 %	284	11,7 %

“Kişisel verilerin korunacağını düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital göçmelerin %54,3’ü gönül rahatlığıyla Facebook’a fotoğraf, video ve yazı yükleyememekte iken dijital yerlilerin %33,4’ü gönül rahatlığıyla Facebook’a fotoğraf, video ve yazı yüklememektedir (Tablo 48).

“Kişisel verilerin korunacağını düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,021). Erkeklerin %29,6’sı Facebook tarafından korunacağını bildiği için gönül rahatlığıyla Facebook’a fotoğraf, video ve

yazı yüklemekte iken kadınların %26,9'u Facebook tarafından korunacağını bildiği için gönül rahatlığıyla Facebook'a fotoğraf, video ve yazı yüklemektedir (Tablo 48).

Tablo 48: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Kişisel Verilerin Korunacağına İlişkin Tutumları

Kişisel Verilerin Korunacağını Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	431	14,5 %	553	27,2 %	500	19,5 %	484	19,9 %
Katılmıyorum	560	18,9 %	552	27,1 %	556	21,7 %	556	22,8 %
Kararsızım	980	33,1 %	515	25,3 %	819	31,9 %	676	27,8 %
Katılıyorum	657	22,2 %	314	15,4 %	479	18,7 %	492	20,2 %
Kesinlikle Katılıyorum	336	11,3 %	102	5,0 %	210	8,2 %	228	9,4 %

“Facebook’un mahremiyete tehdit oluşturmadığını düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital yerlilerin %36,3’ü Facebook’un mahrem hayat için bir tehlike olmadığını düşünmekte iken dijital göçmenlerin %27,3’ü Facebook’un mahrem hayat için bir tehlike olmadığını düşünmektedir (Tablo 49).

Tablo 49: Katılımcıların Yaşlarına Göre Facebook’un Mahremiyete Tehdit Oluşturmadığına İlişkin Tutumları

Facebook’un Mahremiyete Tehdit Oluşturmadığını Düşünme	Yaş			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler	
	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	469	15,8 %	542	26,6 %
Katılmıyorum	514	17,3 %	465	22,8 %
Kararsızım	906	30,6 %	474	23,3 %
Katılıyorum	767	25,9 %	442	21,7 %
Kesinlikle Katılıyorum	308	10,4 %	113	5,6 %

“Facebook’un kişisel bilgileri koruduğunu düşünme” ile “Yaş” arasında %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,00). Dijital göçmenlerin %56,3’ü Facebook’un kişisel bilgileri korumadığını düşünmekteyken dijital yerlilerin ise %34,4’ü Facebook’un kişisel bilgileri korumadığını düşünmektedir (Tablo 50).

“Facebook’un kişisel bilgileri koruduğunu düşünme” ile “Cinsiyet” arasında da %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki söz konusudur (p 0,001). Erkeklerin %45,7’si Facebook’un kişisel bilgileri korumadığını düşünmekteyken kadınların ise %41’i Facebook’un kişisel bilgileri korumadığını düşünmektedir (Tablo 50).

Tablo 50: Katılımcıların Yaşları ve Cinsiyetlerine Göre Facebook’un Kişisel Bilgileri Koruduğuna İlişkin Tutumları

Facebook’un Kişisel Bilgileri Koruduğunu Düşünme	Yaş				Cinsiyet			
	Dijital Yerliler		Dijital Göçmenler		Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Katılmıyorum	453	15,3%	610	30,0%	520	20,3 %	543	22,3 %
Katılmıyorum	565	19,1%	536	26,3%	532	20,7 %	569	23,4 %
Kararsızım	1012	34,1%	505	24,8%	843	32,9 %	674	27,7 %
Katılıyorum	607	20,5%	276	13,6%	451	17,6 %	432	17,7 %
Kesinlikle Katılıyorum	327	11,0%	109	5,4%	218	8,5 %	218	8,9 %

2.8. Gruplandırılmış Temel Faktörler

Anket çalışmasından elde edilen verilerin açımlayıcı faktör analizine uygun olup olmadığını tespit etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett testi kullanılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin değerinin yüksek olması, ölçekteki her bir değişkenin, diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edilebileceği anlamına gelmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin testinden elde edilen değerin 0.50’den küçük olması verilerin faktör analizine uygun olmadığı ve veri kümesinin faktörlenemeyeceği anlamına gelmektedir.

Testten elde edilen sonuca göre KMO değeri “0.917” olarak tespit edilmiş (Tablo 51) ve bu değerin verilerin faktör analizi için “mükemmel” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında Barlett testi sonuçları incelendiğinde ise ki-kare değerinin (p 0,00) anlamlı olduğunu göstermektedir. Cronbach’s Alpha değeri de “0.881” olduğundan verilerin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 51: KMO Testi ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,917
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	33676,206
	df	120
	Sig.	0,000

Verilerden elde edilen sonuçlara göre, değişkenler arasında yüksek korelasyon vardır ve veriler faktör analizine uygundur. Sonuçlar 3 faktöre ayrıldığında varyansın %58,2 sini açıklamaktadır (Tablo 52).

Tablo 52: Toplam Varyans Açıklaması

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,071	37,945	37,945	6,071	37,945	37,945	3,324	20,778	20,778
2	2,263	14,142	52,086	2,263	14,142	52,086	3,149	19,678	40,456
3	,981	6,129	58,215	,981	6,129	58,215	2,841	17,759	58,215
4	,882	5,513	63,728						
5	,738	4,610	68,339						
6	,682	4,261	72,600						
7	,654	4,086	76,686						
8	,548	3,422	80,108						
9	,513	3,207	83,315						
10	,486	3,039	86,354						
11	,432	2,698	89,052						
12	,423	2,641	91,693						
13	,356	2,227	93,920						
14	,343	2,146	96,066						
15	,331	2,066	98,132						
16	,299	1,868	100,00						

Anket çalışmasında 2-17 arasındaki sorular 3 faktöre (Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali) göre tasarlanmıştır. Faktör analizinden elde edilen sonuçlara göre de 3 gruba ayrılan faktörlerin soru formunda tasarlanan faktörlerle aynı olduğu görülmüştür (Tablo 53).

Tablo 53: Gruplandırılmış Temel Faktörler

	Component		
	1	2	3
Facebook’a kişisel bilgilerimin (ad, doğum tarihi, memleket, eğitim durumu, meslek vb.) çoğunu koyuyorum.	,177	,013	,541
Facebook’ta, bazen eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşıyorum.	,149	,092	,643
Facebook’ta bazen yeni insanlarla tanışıp arkadaş oluyorum.	,061	,039	,674
Bazen denizde ya da havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları Facebook’a koymakta sakınca görmüyorum.	-,059	,176	,705
Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları ya da videoları Facebook’a koyuyorum.	,004	,226	,738
Önemli anlarıma (düğün, mezuniyet, hastalık, doğum vb.) ait olan fotoğrafları, videoları ya da yazıları Facebook’ta paylaşıyorum.	,116	,174	,671
Facebook’taki kişisel bilgileri (doğum tarihi, yaşadığın yer vb.) ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.	,747	,184	,153
Facebook’ta gizlilik ayarlarını yaptığım zaman arkadaşlarımdan haricinde kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum.	,783	,222	,129
Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından Facebook aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum.	,718	,257	,068
Facebook’taki bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanamayacağını düşünüyorum.	,691	,343	,076
Ticari şirketlerin Facebook’taki bilgileri benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.	,685	,417	,029
Facebook’un arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.	,380	,653	,123
Facebook’taki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.	,521	,630	,095
Facebook tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla Facebook’a fotoğraf, video ve yazı yüklüyorum.	,248	,742	,273
Facebook’un benim mahrem hayatım için bir tehlike olmadığını düşünüyorum.	,186	,789	,151
Facebook’un benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.	,327	,768	,128

2.9. Yaşanılan Yer, Yaş ve Cinsiyet Gruplarına Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

Mahremiyet, gözetim ve mahremiyetin ihlali konulu sorulara “One-sample Kolmogorov Smirnov Testi” uygulanmış ve elde edilen normallik analizine göre ($0,00 < 0,05$) soruların normal dağılım gösterdiği görülmüştür (Tablo 54).

Tablo 54: One-sample Kolmogorov Smirnov Testi (Normallik Analizi)

		Mahremiyet Ortalama	Gözetim Ortalama	Mahremiyet İ. Ortalama
N		5000	5000	5000
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,9610	3,0173	2,8506
	Std. Deviation	,90547	1,04933	1,00286
Most Extreme Differences	Absolute	,051	,060	,063
	Positive	,048	,055	,052
	Negative	-,051	-,060	-,063
Test Statistic		,051	,060	,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

2.9.1. Cinsiyete Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

Mann-Whitney U test istatistiği ile test edildiğinde $p = 0,00$ olduğundan ($p = 0,00 < 0,05$) H_0 hipotezi ret edilir. Cinsiyet ile Mahremiyet ve Gözetim arasında fark vardır. Cinsiyet ile ve Mahremiyetin İhlali ($p = 0,068 > 0,05$) arasında ise fark yoktur (Tablo 55).

H_0 : Cinsiyet ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark yoktur.

H_1 : Cinsiyet ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

Tablo 55: Mahremiyet Eğilimlerinin Cinsiyete Göre Grupsal Karşılaştırılması

	Mahremiyet Ortalama	Gözetim Ortalama	Mahremiyet İ. Ortalama
Mann-Whitney U	2653344,000	2782288,500	3030026,500
Wilcoxon W	5941674,000	5750554,500	5998292,500
Z	-9,218	-6,688	-1,825
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,068

Katılımcıların mahremiyet ve gözetim grubundaki sorulara verdikleri yanıtlara göre, kadınlar mahrem bilgilerini paylaşma noktasında “56,9” puan almış iken erkekler ise “61,6” puan almıştır. Bunun yanında gözetlendiklerinin farkında olmama noktasında da kadınlar “62,3” puan almışken erkekler “58,3” puan almıştır (Tablo 56).

Tablo 56: Cinsiyete Göre Mahremiyet Ortalamaları

	Cinsiyet	
	Kadın (Puan)	Erkek (Puan)
Mahremiyet	56,9	61,6
Gözetim	62,3	58,3
Mahremiyet İ.	57,5	56,5

2.9.2. Yaşa Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

Mann-Whitney U test istatistiği ile test edildiğinde $p = 0,00$ olduğundan ($p = 0,00 < 0,05$) H_0 hipotezi ret edilir. Yaş ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında ise fark vardır (Tablo 57).

H_0 : Yaş ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark yoktur.

H_1 : Yaş ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

Tablo 57: Mahremiyet Eğilimlerinin Yaşa Göre Grupsal Karşılaştırılması

	Mahremiyet Ortalama	Gözetim Ortalama	Mahremiyet İ. Ortalama
Mann-Whitney U	2381718,000	2060332,500	2112211,500
Wilcoxon W	4455384,000	4133998,500	4185877,500
Z	-12,693	-19,115	-18,082
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000

Katılımcıların mahremiyet, gözetim ve mahremiyetin ihlali grubundaki sorulara verdikleri yanıtlara göre, dijital yerliler mahrem bilgilerini paylaşma noktasında “62” puan almış iken dijital göçmenler ise “55,2” puan almıştır. Bunun yanında gözetlendiklerinin farkında olmama noktasında dijital yerliler “65,2” puan almışken dijital göçmenler “53,3” puan almıştır. Mahremiyetin ihlalinin farkında olmama

noktasında ise, dijital yerliler “61,4” puan almışken dijital göçmenler “50,7” puan almıştır (Tablo 58).

Tablo 58: Yaşa Göre Mahremiyet Ortalamaları

	Yaş	
	Dijital Yerliler (Puan)	Dijital Göçmenler (Puan)
Mahremiyet	62,0	55,2
Gözetim	65,2	53,3
Mahremiyet İ.	61,4	50,7

2.9.3. Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

Mann-Whitney U test istatistiği ile test edildiğinde $p = 0,002$ ve $p = 0,002$ olduğundan ($p = 0,00 < 0,05$) H_0 hipotezi ret edilir. Yaşanılan yer ile Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır. Yaşanılan yer ile Mahremiyet ($p = 0,054 > 0,05$) arasında ise fark yoktur (Tablo 59).

H_0 : Yaşanılan Yerle Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark yoktur.

H_1 : Yaşanılan Yer ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

Tablo 59: Mahremiyet Eğilimlerinin Yaşanılan Yere Göre Grupsal Karşılaştırılması

	Mahremiyet Ortalama	Gözetim Ortalama	Mahremiyet İ. Ortalama
Mann-Whitney U	1408721,000	1367102,500	1361569,500
Wilcoxon W	1642991,000	10683188,500	10677655,500
Z	-1,923	-3,112	-3,271
Asymp. Sig. (2-tailed)	,054	,002	,001

Katılımcıların gözetim ve mahremiyetin ihlali grubundaki sorulara verdikleri yanıtlara göre, hayatlarının büyük bölümünü kırdı geçirenler gözetlendiklerinin farkında olmama noktasında “60” puan almış iken kenttekiler “62,8” puan almıştır.

Bunun yanında mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin farkında olmama noktasında da kırdakiler “56,6” puan almışken kenttekiler “59,4” puan almıştır (Tablo 60).

Tablo 60: Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Ortalamaları

	Yer	
	Kır (Puan)	Kent (Puan)
Mahremiyet	59,4	57,9
Gözetim	60,0	62,8
Mahremiyet İ.	56,6	59,4

2.10. Eğitim, Çalışma ve Bölge Gruplarına Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

2.10.1. Eğitime Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

Kruskal-Wallis test istatistiği ile test edildiğinde $p = 0,00$ olduğundan ($p < 0,00 < 0,05$) H_0 hipotezi ret edilir. Eğitim durumu ile Mahremiyet, gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

H_0 : Eğitim ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark yoktur.

H_1 : Eğitim ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

Katılımcıların mahremiyet, gözetim ve mahremiyetin ihlali grubundaki sorulara verdikleri yanıtlara göre, ilköğretim ve altı grubundakiler mahrem bilgilerini paylaşma noktasında “55” puan almış iken lise grubundakiler “61,1”, üniversite ve üstü grubundakiler ise “58,6” puan almıştır. Bunun yanında gözetlendiklerinin farkında olmama noktasında ilköğretim ve altı grubundakiler “65,7” puan almışken üniversite ve üstü grubundakiler “56,3” puan almıştır. Mahremiyetin ihlalinin farkında olmama noktasında ise, lise grubundakiler “62,6” puan almışken üniversite ve üstü grubundakiler “53,3” puan almıştır (Tablo 61).

Tablo 61: Eğitime Göre Mahremiyet Ortalamaları

	Eğitim		
	İlköğretim ve altı (Puan)	Lise (Puan)	Üniversite ve üstü (Puan)
Mahremiyet	55,0	61,1	58,6
Gözetim	65,7	66,4	56,3
Güven	61,9	62,6	53,3

2.10.2. Çalışma Durumuna Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

Kruskal-Wallis test istatistiği ile test edildiğinde $p = 0,00$ olduğundan ($p = 0,00 < 0,05$) H_0 hipotezi ret edilir. Çalışma durumu ile Mahremiyet, gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

H_0 : Çalışma ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark yoktur.

H_1 : Çalışma ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

Katılımcıların mahremiyet, gözetim ve mahremiyetin ihlali grubundaki sorulara verdikleri yanıtlara göre, çalışanlar mahrem bilgilerini paylaşma noktasında “56,8” puan almış iken öğrenciler “61” puan almıştır. Gözetlendiklerinin farkında olmama noktasında ise çalışanlar “54” puan almışken öğrenciler “63,8” puan almıştır. Mahremiyetin ihlalinin farkında olmama noktasında da, çalışanlar “52” puan almışken öğrenciler “59,7” puan almıştır (Tablo 62).

Tablo 62: Çalışma Durumuna Göre Mahremiyet Ortalamaları

	Çalışma		
	Çalışan (Puan)	Öğrenci (Puan)	İşsiz (Puan)
Mahremiyet	56,8	61,0	55,6
Gözetim	54,0	63,8	62,2
Güven	52,0	59,7	58,8

2.10.3. Bölgelere Göre Mahremiyet Eğilimlerinin Grupsal Değerlendirmesi

Kruskal-Wallis test istatistiği ile test edildiğinde $p = 0,00$ $p = 0,004$ $p = 0,00$ olduğundan ($p = 0,00; 0,004 < 0,05$) H_0 hipotezi ret edilir. Bölge durumu ile Mahremiyet, gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

H_0 : Bölge ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark yoktur.

H_1 : Bölge ile Mahremiyet, Gözetim ve Mahremiyetin İhlali arasında fark vardır.

Katılımcıların mahremiyet, gözetim ve mahremiyetin ihlali grubundaki sorulara verdikleri yanıtlara göre, Ege bölgesindekiler mahrem bilgilerini paylaşma noktasında “62,8” puan almış iken Doğu Anadolu’dakiler “55,1” puan almıştır. Gözetlendiklerinin farkında olmama noktasında ise Karadeniz’dekiler “61,9” puan almışken Ege bölgesindekiler “57,7” puan almıştır. Mahremiyetin ihlalinin farkında olmama noktasında da, Karadeniz’dekiler “59,4” puan almışken Doğu Anadolu’dakiler “52,5” puan almıştır (Tablo 63).

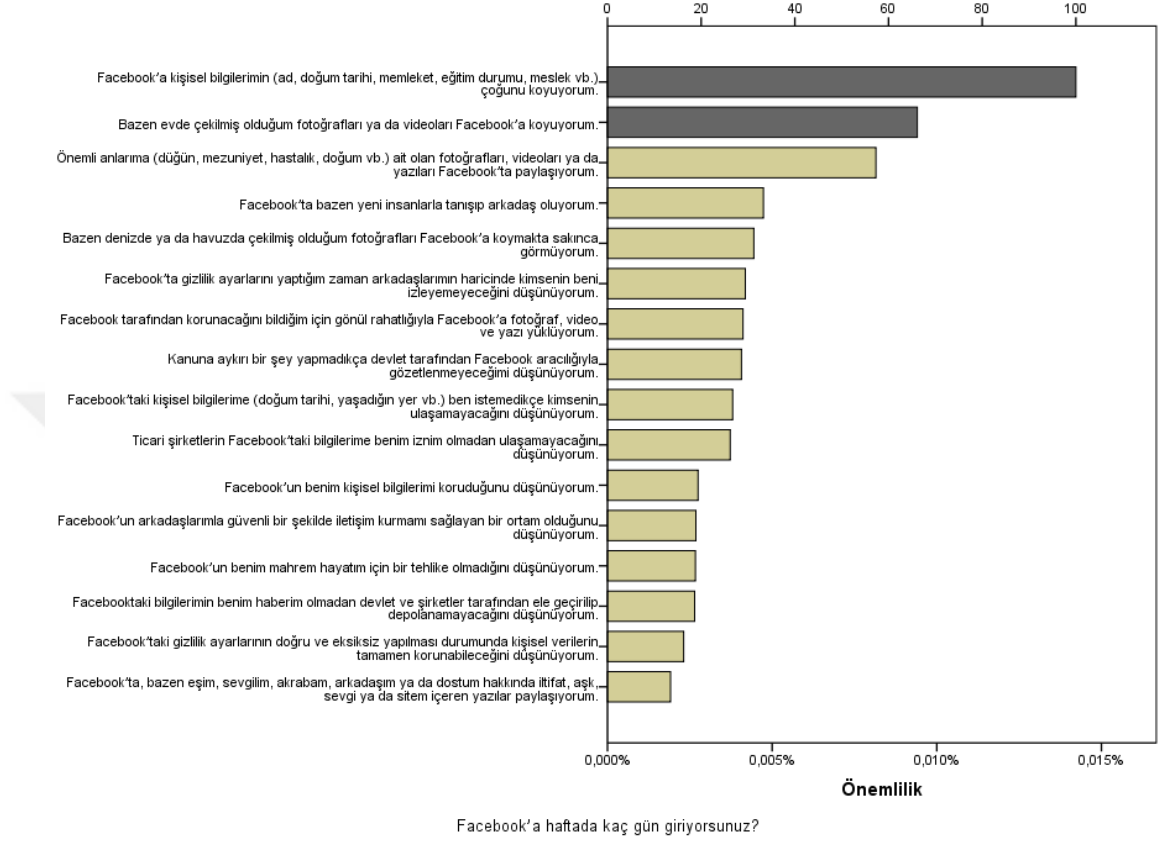
Tablo 63: Bölgelere Göre Mahremiyet Ortalamaları

	Bölge						
	Akdeniz (Puan)	Doğu Anadolu (Puan)	Ege (Puan)	Güneydoğu Anadolu (Puan)	İç Anadolu (Puan)	Karadeniz (Puan)	Marmara (Puan)
Mahremiyet	58,5	55,1	62,8	62,6	58,7	61,2	58,1
Gözetim	60,6	58,9	57,7	61,7	60,0	61,9	61,0
Güven	57,0	52,5	56,0	57,9	55,4	59,4	58,1

2.11. Önemlilik Düzeyine Göre Facebook’ta Kişisel Bilgilerin İfşası Sürecinde, Gözetimin ve Mahremiyetin İhlalinin Farkındalığı

CART analizi ile Facebook’u her gün kullanan katılımcıların mahremiyet, gözetim ve mahremiyetin ihlali konulu sorulara verdikleri cevaplar analiz edilmiş ve katılımcıların bu sorulara yükledikleri önem düzeyleri grafikte verilmiştir.

Grafik 2: CART Analizi



Çalışmada Facebook'u her gün kullanan katılımcıların mahremiyet, gözetim ve mahremiyetin ihlali konulu sorulara verdikleri cevaplardan elde edilen analiz sonuçlarına göre, Facebook'u her gün kullanan katılımcılar en çok Facebook'a ad, doğum tarihi, eğitim durumu gibi kişisel bilgileri koymaya önem vermektedir. En çok ikinci önem ise, "Bazen evde çekildikleri fotoğrafları ya da videoları Facebook'a koyma" olmaktadır. Facebook'a her gün girenlerin en az önem verdiği konu ise, "Facebook'ta bazen eşleri, sevgilileri, akrabaları, arkadaşları ya da dostları hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşma" olmaktadır (Grafik 2).

3. Tartışma ve Yorum

Çalışma, yeni medyanın gündelik yaşamın birçok aktivitesinde yer almasıyla birlikte bireyin mahremiyet algısında bir dönüşümün meydana gelip gelmediğini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla araştırmaya katılan Türkiye'nin 7 bölgesindeki 5000 kişinin, anket çalışmasında verdiği cevaplar analiz edilmiş, yapılan analizlerin nihayetinde ise elde edilen sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

Türkiye genelinde Facebook kullanan 5000 katılımcıya ulaşılırken Türkiye'nin kadın ve erkek nüfus oranı temel alınmıştır. Bu doğrultuda Türkiye'de olduğu gibi çalışmada da kadın ve erkek oranı birbirine yakın olmaktadır.

Facebook kullanıcı sayısının 2015 yılı Kasım ayı itibariyle 41 milyona ulaştığı Türkiye'de (Internet World Stats, 2015) birçok yaş grubuna mensup bu sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanmaktadır. Fakat dijital çağın beraberinde getirdiği bu iletişim teknolojileri, kullanılma yaygınlığı noktasında yaş gruplarına göre farklılık arz etmektedir. Öyle ki, dijital çağda doğan ve bu yeni teknolojilere aşina olan dijital yerliler, dijital göçmenlere nazaran Facebook'u daha fazla kullanmaktadır. Örneğin, 15-24 yaş grubundaki kişilerin çok büyük bir bölümü Facebook kullanırken 60-64 yaş grubundaki kişilerin çok azı bu sosyal paylaşım ağını kullanmaktadır. Bu nedenle çalışmaya dahil olan katılımcıların büyük bir kısmı dijital yerlilerden oluşmaktadır. Dillard'ın (2011: 85) Facebook kullanıcılarının mahremiyet ve güvenlik endişeleri üzerine yapmış olduğu çalışmada ve CASR'ın (2013: 5) Facebook kullanıcılarının mahremiyet endişeleri üzerine yaptığı araştırmada, yaş gruplarına düşen anket sayısı göz önüne alındığında, dağılımını yapmış olduğumuz çalışmayla benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Katılımcıların çoğunun dijital yerli olmaları ve şehir merkezlerinde yaşamaları hasebiyle eğitim durumlarının lise ve üniversite düzeyinde olması normaldir. Zengin ve Zengin'in (2015) "Facebook'ta güvenlik davranışları ve mahremiyet kaygısı" konulu çalışmasında katılımcıların eğitim durumu dağılımlarıyla yapmış olduğumuz araştırmada katılımcıların eğitim durumu dağılımları birbirine yakındır.

Çalışma, şehir merkezinde yaşayan kişilerle yapıldığı için katılımcıların büyük bir kısmının hayatlarını büyük oranda kentte geçirmiş olmaları şaşırtıcı değildir. Bunun yanında, araştırmaya katılanların çoğunlukla genç yaşta olması rastlantısal olarak öğrenci nüfusunun da fazla olmasını açıklamaktadır. Aylık gelir seviyesinin büyük oranda (%67,8) 0-1500 TL arasında seyretmesi de anlaşılır olmaktadır.

Farklı yaşlarda olan, farklı eğitim seviyelerine sahip ve farklı mesleklere mensup olan katılımcıların, internet ve Facebook kullanım örüntülerini tespit etmek amacıyla bir takım sorular sorulmuş ve katılımcıların cevapları analiz edilmiştir. Analize göre, katılımcıların hemen hemen yarısı interneti günde en az 4 saat kullanmaktadır. Katılımcıların çok büyük bir kısmı (%83,3) internete cep telefonu aracılığıyla bağlanmakta ve interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek için (%44,3) kullanmaktadır. Yine bu katılımcıların hemen hemen yarısı en az 3 tane sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanmaktadır. Çalışma örnekleminin de büyük bir kısmını oluşturan genç yaştaki bireyler, dijimodern çağın en önemli ve en popüler iletişim aralarından olan interneti ve internetin gözdesi olan sosyal paylaşım ağlarını oldukça fazla kullanmaktadır.

Dijital çağda doğup dijital kültürle yoğrulan bireyler, sosyal ilişkilerini, araştırmayı, iletişimi, alışverişi hatta ilişkilerini bu sanal ağ üzerinden yürütmektedir. Türkiye’de en yaşlısının 24 yaşında olduğu ve dijital yerliler olarak adlandırılan bu neslin haricinde diğer bireyler de interneti günlük hayatın bir rutini olarak kullanmaktadır. Bankacılık işlemlerinden hastane işlemlerine, iş yerinde gerçekleştirilen işlemlerden alışverişe, yolculuktan bilgi alışverişine, iletişimden eğitime kadar birçok alan sanal ağ üzerinden yürüdüğü için bireylerin interneti bu denli yoğun kullanmaları şaşırtıcı olmamaktadır.

İnterneti bu yoğunlukta kullanan katılımcılar Facebook’u da aynı oranda kullanmaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası (%53,4) Facebook’a her gün girmekte ve yine yarısından fazlası (%52,7) günde en az 1 saat Facebook’u kullanmaktadır. Zhao’nun (2012: 37) sosyal paylaşım ağları ile ilgili yapmış olduğu araştırmada da katılımcıların yarısından fazlası Facebook’a her gün girmekte ve yarısına yakını

Facebook'u günde en az 1 saat kullanmaktadır. Acılar ve Mersin'in (2015: 108) de üniversite öğrencileri üzerinde Facebook ve mahremiyet kaygısı konulu araştırmasında da Facebook kullanıcılarının yarısından fazlası haftanın her günü Facebook'u kullanmaktadır. Çalışmadaki bulguların söz konusu çalışmadaki bulgularla benzer olduğu görülmektedir.

Facebook'u kullanan bireyler Facebook'u en çok arkadaşlarının paylaşımını takip etmek (%33,8) sonrasında da en çok gündemi takip etmek (%28,1) için kullanmaktadır. Çeşitli medya ortamlarının haberlerinin gündemiyle Facebook gündemi birbirinden ayrı olmaktadır. Paylaşımlarından oluşan gündem kullanıcılarda merak uyandırmakta ve onları Facebook'a yönelmeye motive etmektedir. Katılımcıların yarısına yakınının ise bu sosyal paylaşım ağında en az 300 arkadaşına sahip olduğu görülmektedir. CASR'ın (2013: 8) çalışmasında da Facebook kullanıcıların çok büyük bir kısmı Facebook'u en çok arkadaşlarının durumuna ya da haberlere bakmak için kullanmaktadır. Çünkü Facebook'un bu denli yaygın olup insanlar arasında bu denli sık kullanılmasının altında gözetleme/dikizleme hazzı yatmaktadır. İnsanlar her daim başkalarını izlemekten, başkalarına ait olan mahrem bilgileri öğrenmekten ve başkalarının yaşamını/gelişimini takip etmekten haz duymuşlardır. Facebook kullanıcıları da bu sebepten dolayı Facebook'u en çok kendilerine dair paylaşımlarda (yazı, fotoğraf, video vb.) bulunmaktan çok başka kullanıcıların/arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek amacıyla kullanmaktadır. Yani kullanıcılara, başkalarını ya da arkadaşlarını gözetlemek Facebook'ta kişisel bilgi, yazı, fotoğraf ya da video paylaşmaktan daha cazip gelmektedir.

Bunun yanında gündemi Facebook aracılığıyla takip etmek insanlar arasında bir alışkanlık haline gelmiştir. Hem birbirlerini gözetlemek /dikizlemek hem de paylaşımlar üzerinden yeni bir kolektif alan ve aidiyet kurmak, toplumsalın içinde kalma konusunda adeta bir köprü oluşturmaktadır. Araştırmayı, okumayı ve habere ulaşmayı yorucu ve meşakkatli bir iş olarak gören bireyler ulusal ve uluslar arası gündemden tek platform aracılığıyla haberdar olmayı tercih etmektedir. Çünkü bu platform görsel ağırlıklı seyirlik bir uzamdır. Çağın medyası olan yeni medyanın en önemli araçlarından ve en çok kullanılan araçlarından birisi olan Facebook da bu amaca en iyi şekilde hizmet

etmektedir. Bireyler özellikle de dijital yerliler olarak adlandıracağımız genç kuşak habere ulaşmak ya da ülkede ve dünyada meydana gelen gelişmeleri takip etmek için ilk etapta Facebook'u kullanmaktadır. Çünkü Facebook birçok uygulamayı içinde barındıran bütüncül bir yapıya sahiptir. Birey eğlence, haber, sosyalleşme, iletişim, oyun ve daha birçok unsura bu sosyal ağ sayesinde ulaşabilmektedir.

Çalışmada katılımcıların büyük kısmı Facebook profillerinde gerçek ad, doğum tarihi, yaşadıkları yer, eğitim durumu ve memleket gibi bilgilerine yer verirken katılımcıların yarısından azı profillerinde ilişki durumu, iş durumu ve aile veya akrabalar gibi bilgilere yer vermektedir. Bulgular, Zhang (2014: 36), Afsahi (2014: 44), CASR (2013: 56) ve Dillard'ın (2011: 95-97) bireylerin çoğunluğunun kişisel bilgilerini (doğum tarihi, gerçek ad, eğitim durumu, yaşanan yer) Facebook profillerinde paylaştıklarını ortaya koyduğu çalışmalarla benzerlik içindedir. Kullanıcıların Facebook'taki profillerinde yer verdikleri kişisel bilgiler onların sanal kimliklerini oluşturmaktadır. Kullanıcılar bu sosyal ağda kendisini daha iyi ifade edebilmek, başkalarının kendisini kendi istediği şekilde görmesini sağlamak ve kendi yarattığı sanal kimlikle insanların beğenisini sağlamak için sanal benlikler oluşturmaktadır. Kullanıcılar, kendisinin Facebook'ta yine kendi kontrolünde sunduğu akışkan kimliğini sürekli yeniden inşa etmektedir ve kimlik göstergeleri üzerinden adeta bir mücadele rekabet alanı içindedir. Öne çıkmak ve bireyselliğini yarattığı tarzını sunarak "beğeni" almak toplumun onayını almak ile aynı olmaktadır. Çünkü Facebook ortamı toplumun bir uzamıdır. Başkalarının beğenisini kazanmak adına işini, eğitim durumunu, yaşadığı yeri, ilişki durumunu vb. Facebook'ta paylaşmaktadır. Bunun yanında sanal cemaatlere de üye olmak için bu bilgilere yer verilmektedir. Örneğin x üniversitesindeki gençlerin yer aldığı bir sanal gruba üye olmak için kullanıcının öğrenci olduğu üniversite (eğitim durumu) önemli olabilmekte iken bir x şehrine ait topluluğa da üye olmak için o şehirde yaşamış ya da yaşıyor olmak gerekebilmektedir. Ya da birey oluşturduğu sanal kimlikle başka kullanıcılarla ortak noktalar yaratmak için profilinde bu bilgilere yer vermektedir.

Kullanıcıların bilgilerini paylaştığı bu sosyal paylaşım ağına kayıt olurken katılımcıların büyük oranı (%78,5) kullanım şartlarını ve gizlilik koşullarını okumamıştır ya da okuyup okumadıklarını hatırlamamaktadır. Karakaya'nın (2014:

170) alışmasında da katılımcıların çok büyük bir kısmı (%70,2) sosyal paylaşım ağılarına kayıt olurken kullanım şartlarını ve gizlilik politikasını okumamıştır. İnternet mecrasında ücretsiz olarak kayıt olunabilecek kullanılabilir çok fazla sayıda sosyal paylaşım ağı bulunmaktadır. Bu paylaşım ağılarına katılmak isteyen birey öncelikle o sosyal paylaşım ağının kullanım şartlarını ve gizlilik politikasını kabul etmek zorundadır. Bu noktada insanların çok büyük bir kısmı bu ağılara katılırken söz konusu kullanım şartlarını ve gizlilik koşullarını okumamaktadır. Ancak okunmadan kabul edilen bu sözleşmeler aslında çok önemli bir mahiyete sahip olmaktadır. Sosyal paylaşım ağıları, bireylerin onayına sunduğu sözleşme ile kullanıcıların kişisel bilgileri, fotoğrafları ya da videoları üzerinde hak iddia etmek istemektedir. Sözleşmeyi okumadan kabul eden birey ise kendine dair o sosyal paylaşım ağına yüklediği her bilgi ya da fotoğrafı sosyal paylaşım ağının kullanımına amış olmaktadır. Sosyal paylaşım ağıları bu sözleşme ile bireyin bilgilerini kullanarak kullanıcı ağını genişletbildiği gibi kullanıcılara ait bu bilgileri ticari amaçla başka kişilere ya da kurumlara satabilmektedir.

Kullanım şartlarını ve gizlilik politikasını okumayan katılımcılar kullandığı Facebook hesabındaki gizlilik ayarlarını da dikkatlice ve eksiksiz olarak yapmamaktadır. Katılımcıların yarısına yakını Facebook'ta gizlilik ayarlarını doğru ve tam şekilde yapmamıştır. Yine katılımcıların çok büyük bir kısmı (%77,6) da Facebook'taki reklam ayarlarını yapmamıştır. Ayrıca katılımcıların yarısına yakını zaman tünelini arkadaşlarının paylaşımına amıştır. Katılımcılar Facebook'taki bu tutumları ile özel alanlarına ait bilgileri hem devletin, hem ticari şirketlerin hem de diğer bireylerin gözetimine ve ihlaline amış olmaktadır. Halihazırda gizlilik ayarları yapılsa dahi Facebook'a yüklenen bilgi, belge, fotoğraf ve videolar başta Facebook olmak üzere birçok ticari şirketin ya da devletin kullanımına açılmış olsa da, kullanıcıların kendilerine dair birçok bilgiyi bu siteye yüklemeleri ve sonrasında da gizlilik ayarlarını ya da reklam ayarlarını yapmamaları onların bilgilerini söz konusu devlet ve ticari şirketlerin yanında başka kişilerin ya da kurumların da gözetimine açık hale getirmektedir.

İnsanların iletişim kurma, sosyalleşme, eğlence, gündemi takip etme ve daha birçok amaçla kullandığı bu sosyal paylaşım ağı kullanıcı sayısı ve yaygınlık düzeyi

bakımından dünyanın en büyük sosyal ağıdır. Facebook'un bu denli popüler olması ve dünya çapında 1,6 milyar kullanıcıya sahip olması onu bir sosyal paylaşım ağından çok daha önemli bir konuma getirmiştir. Küresel ve ulusal şirketlerin ve devletlerin gözünde bu kullanıcılar birer müşteriden ya da gözetlenmesi gereken bireylerden ibarettir.

Farklı amaçlarla Facebook'u kullanan ve bu ortamda özgür olduğu illüzyonuna kapılan birey kendisi hakkındaki birçok mahrem bilgiyi, belgeyi ya da fotoğrafı bu sanal ortama yüklemekte ve başkalarının gözetimine açmaktadır. Çalışmada bu bireylerin mahrem bilgilerini, fotoğraflarını ya da videolarını Facebook'ta ne oranda ifşa ettiklerini, Facebook aracılığıyla devlet ve şirketler tarafından gözetlendiklerinin farkında olup olmadıklarını ve mahremiyetlerinin bu sanal ağ aracılığıyla ihlal edildiğinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek için üç gruba ayrılmış olarak birtakım sorular (Mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyetin ihlalinin farkındalığı) sorulmuş ve elde edilen cevaplar analiz edilerek bireylerin bu konulardaki tutumları tespit edilmiştir.

Facebook ve mahremiyetin dönüşümü adlı anket çalışmasına katılan farklı demografik özelliklere sahip katılımcıların mahrem bilgi, fotoğraf, video ya da yazılarını Facebook'ta nasıl ve ne oranda ifşa ettiklerini ortaya çıkarmak için mahremiyet kuramı temel alınarak birtakım sorular hazırlanmıştır. Katılımcıların enformasyonel, psikolojik, toplumsal ve fiziksel mahremiyetlerini paylaşma noktasında nasıl bir tutum sergiledikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların çok büyük bir kısmı (%70,7) Facebook'ta kişisel bilgilerinin çoğuna yer vermektedir. Katılımcılar ad, soyad, doğum tarihi, memleket, eğitim durumu, meslek, ilişki durumu, yaşanılan yer, yapılan iş gibi enformasyonel mahremiyetine ait olan birçok özel bilgiyi Facebook'ta paylaşmaktadır. Bunun yanında hemen hemen her üç katılımcıdan birisi Facebook'ta eşleri, sevgilileri, dostları, arkadaşları, aileleri ya da akrabaları hakkında kimi zaman sevgi, aşk, iltifat kimi zaman ise sitem içeren yazılar paylaşmaktadır. Katılımcıların psikolojik mahremiyetini ifade eden bu tutum enformasyonel mahremiyetin paylaşımına nazaran daha az sergilenmektedir.

Facebook, bireylerin bilgilerini paylaşımları sayesinde yeni insanlarla tanışmalarına da aracı olmaktadır. Facebook profiline kişisel bilgilerini, fotoğraflarını, arkadaşlarını, ailesini ve diğer özel bilgilerini ekleyen birey tanımadığı birisiyle arkadaş olmak suretiyle bu bilgileri onun gözetimine açarak toplumsal mahremiyetini paylaşmış bulunmaktadır. Katılımcıların sadece %50,3'lük kısmı, Facebook aracılığıyla yeni insanlarla tanışıp arkadaş olmadıklarını ve mahremiyetlerini onlarla paylaşmadıklarını bildirmiştir. Facebook kullanıcılarının genel profili incelendiğinde çoğunun genç yaştaki bireyler olduğu görülmektedir. Özellikle çoğu dijital yerli olan bu genç kuşak interneti sosyalleşmenin ana kaynağı olarak görmektedir. Bu nedenle yeni insanlarla tanışmak, yeni ortamlara dahil olmak ve kendisini başkalarına göstermek için fiziki mekanlardan çok bu sanal ortamları çoğunlukla da Facebook'u kullanmaktadır.

Bireyler Facebook'ta günlük rutin iş yaşamı fotoğraflarını paylaşırken kimi zaman da tatil fotoğraflarını bu paylaşım ağına yüklemektedir. Fakat bireysel ahlak değerlerinin kontrolünde biçimlenen bedeni örtme/açıkta bırakma düzeyleri değiştiğinden, tatilde iken denizde ya da havuzda çekilen mayolu fotoğrafların mahiyetiyle günlük iş kıyafetiyle çekilen fotoğrafların mahiyeti bir olmamaktadır. Bireyin bedeninin mahrem sınırları geniş tutularak sunduğu fotoğraflar, fiziksel mahremiyeti içerdiğinden bu tür fotoğrafların paylaşılması aslında fiziksel mahremiyetin paylaşılması anlamına gelmektedir. Katılımcıların sadece %28,1'i denizde ya da havuzda çekilmiş oldukları fotoğrafları Facebook'a koymakta ve fiziksel mahremiyetlerini diğer insanlarla paylaşmaktadır. Katılımcıların %14,8'inin ise Facebook'ta bu tür fotoğrafları paylaşma noktasında çekinceleri bulunmaktadır. Mahremiyetin ifşasında Türkiye'deki Facebook kullanıcıları enformasyonel, toplumsal ya da psikolojik mahremiyetlerinden ziyade daha çok fiziksel mahremiyetlerini içeren fotoğrafları paylaşmaktan çekinmektedir. Türkiye'deki insanlar özellikle de kadınlar çoğunlukla mahrem bölgelerin görünmesinden, fotoğrafların çekilmesinden ve bu fotoğrafların başka kişiler tarafından görülmesinden rahatsızlık duymaktadır. Bu nedenle katılımcılar denizde yada havuzda mayolu ya da bikinili haldeyken çoğunlukla fotoğraf çektirmemekte çekirse dahi bunları paylaşmaktan kaçınmaktadır.

Diğer bir mahrem alan olan yer ise insanların evleridir. İnsanların bu alanda çekmiş oldukları fotoğraflar ya da videolar bireyin mahrem alanını paylaşması anlamına gelmektedir. Katılımcıların yarısına yakını (%44,1) evde çekilmiş oldukları fotoğrafları ya da videoları Facebook aracılığıyla paylaşmaktadır. Bunun yanında katılımcıların çok büyük bir kısmı (%60,1) da önemli anlarına ait olan fotoğraf, video ya da yazıları Facebook'ta insanların gözetimine açmaktadır. Ev, binlerce yıldır insanların yaşamlarının büyük kısmını geçirdiği, kendisini güvende hissettiği, en mahrem anlarını yaşadığı, en önemlisi benliğini geliştirdiği bir mekan olmuştur. İnsanın evi, her daim onun kalesi ve en mahrem alanı olmuştur. Bu nedenle bireyin evi yüzlerce yıldır hem diğer insanların hem de ülkeyi yönetenlerin gözetiminden, müdahalesinden uzak tutulmuştur. İnsanlar evinin içini, bu alanda gerçekleşen olayları ve bu mekanda yaşadığı kişileri çoğunlukla başkalarının gözetiminden sakınmıştır. Fakat çağın değişmesi, bununla birlikte teknolojik imkanların gelişmesi ve kültürel yapıdaki değer değişimleri insanların mahrem algısı dönüşüme zorlamıştır. İnsanlar eskiden koruyup sakladığı alanını/evini şimdi gönüllü şekilde başkaları görmek istemese dahi diğer kişilerin gözetimine açmaktadır. Çünkü eviçi donanımın seçimi, sağladığı konfor gündelik yaşama kattığı anlam ve haz, tüketim kültürünün belirleyiciliğinde biçimlendiği için evin içinde kişinin sahip oldukları sosyal bir farklılık yaratmaktadır ve bu ortamın sağladığı olanakların beğeniye sunulması da önemli olmaktadır.

Afsahi (2014: 48) sosyal paylaşım ağlarını konu aldığı araştırmasında insanların çok büyük bir kısmının (%80) bu ağlardaki profillerinde kişisel bilgilerini paylaştığını söylemektedir. Ayrıca Gross ve Acquisti'nin (2005: 76) çalışmasında da Facebook kullanıcılarının çok büyük bir kısmı kişisel bilgilerini Facebook'ta paylaşmaktadır. Daha fazla görmek ve daha fazla görülmek adına insanlar enformasyonel, psikolojik, toplumsal ve fiziksel mahremiyetlerini hiçe saymaktadır. En mahrem bilgiler ya da fotoğraflar çoğunlukla beğeni almak amacıyla başka insanların önüne serilmektedir. Facebook profiliyle oluşturulan sanal benlik artık her geçen gün bireyin gerçek benliğinin yerini almaktadır. Yaratılan sanal benliğin ise beğenilmesi için ilgi görecektir her bilgi ya da paylaşım insanlara sunulmaktadır. Bireyler Facebook'u bir itiraf ya da bir rahatlama aracı olarak da kullanmaktadır. Sevgisini ya da öfkesini ilgili kişiye

ulaştırmak ya da insanlara göstermek adına bireyler mahremiyetlerini başkalarının gözetimine ya da ihlaline amaktadırdır. Farklı amaçlarla ve farklı şekillerde katılımcılar mahremiyetlerini Facebook aracılığıyla ifşa etmektedir.

Katılımcıların Facebook aracılığıyla devlet ve ticari şirketler tarafından gözetlendiğinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek için birtakım sorular sorulmuş ve elde edilen cevaplar analiz edilerek katılımcıların farkındalık düzeyleri ortaya konulmuştur. Katılımcıların yarısına yakını (%44) Facebook'taki kişisel bilgilerine onlar istemedikçe hiç kimsenin erişemeyeceğini düşünmektedir. Yine katılımcıların yarısına yakını (%48,4) Facebook'un ayarlar sekmesinde yer alan gizlilik ayarlarını yaptıkları zaman Facebook'taki arkadaşlarının haricinde başka hiç kimsenin onları izleyemeyeceğini düşünmektedir. Dillard (2011: 103) ve Hoy ve Milne'nin (2010: 36) alışmasında da katılımcıların oğru Facebook'ta gizlilik ayarlarının yapılması durumunda kimsenin onları izleyemeyeceğini kabul etmektedir.

Bunun yanında, katılımcıların %44,2'si kanunlara aykırı bir davranışta bulunulmadığı takdirde devlet tarafından Facebook aracılığıyla gzetlenilmeyeceklerini düşünmektedir. Katılımcıların %31,1'i de kendilerinin haberleri olmadan devletin ve ticari şirketlerin Facebook'taki kişisel bilgileri depolayamayacağını düşünmektedir. Katılımcıların %26,4'ünün de bilgilerinin depolandığı konusunda şüpheleri olmaktadır. Katılımcıların %35,3'ü ise kendilerinin izni olmadan ticari şirketlerin Facebook'taki kişisel bilgilerine ulaşamayacağını düşünmektedir. %24'lük kısım da ticari şirketlerin bu bilgilere ulaşıp ulaşamayacağı konusunda kararsız olmaktadır. Katılımcıların gözetlenme konusundaki tutum ve düşünceleri incelendiğinde, katılımcıların kayda değeri bir kısmının sadece ticari şirketler tarafından yapılan gözetimin farkında oldukları ya da bu durumdan şüphelendikleri görülmektedir. Çünkü Facebook başta olmak üzere sosyal paylaşım ağlarına yüklenen kişisel bilgiler depolanmakta ve insanların günlük hayatında ticari açıdan kullanılmaktadır. Kişilerin telefonlarına hiç alışveriş yapmadıkları bir mağazadan reklam mesajı gelebilmekte, hiç tanımadığı kişiler tarafından aranarak dolandırılma durumuyla karşı karşıya kalabilmekte yahut bilgileri başkaları tarafından kullanılarak kazanç elde edilebilmektedir. Bu nedenle kişilerin karşısına çıkan bu vakalar bireyleri sorgulamaya ve bu durumun aslını öğrenmeye

itmektedir. Durumun iç yüzüne vakıf olmaya çalışan birey ticari şirketlere daha az güven duymaya başlamakta ve onlar tarafından gözetlendiklerinin farkına varmaya başlamaktadır.

Hoy ve Milne'nin (2010: 33-34) Facebook kullanıcılarının mahremiyet ve gözetim farkındalıklarını ele aldığı araştırmasında ise katılımcılar ticari şirketlerin Facebook'taki kişisel bilgilerine erişebileceğini ve online davranışlarını kontrol edebileceğini düşünmekte ve bu durumdan rahatsızlık duymaktadır. Bunun yanında katılımcıların hemen hemen yarısı, devletin sosyal paylaşım ağındaki profilleri kullanarak insanları gözetlediklerini/izlediklerini düşünmektedir. Karakaya'nın (2014: 176) gözetimin farkındalığı konulu araştırmasında ise, katılımcılar sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla kişiler hakkında düzenli olarak bilgi toplandığını ve depolandığını savunmaktadır.

Sosyal paylaşım ağlarının dünya çağında yayılması ve devasa kullanıcı sayılarına ulaşması yaklaşık 10 yıllık bir süreci kapsamaktadır. 2004-2005-2006 yılları bu sosyal paylaşım ağlarının en önemlilerinin (Facebook, Twitter, Orkut, Badoo, Bebo vd.) kurulduğu yıllar olmaktadır. Bu yıllardan bugüne dek geçen yaklaşık 10 yıllık süreçte sosyal paylaşım ağları hem sayı bakımından hem de kullanıcı oranı bakımından çok büyük rakamlara ulaşmıştır. Fakat kullanıcılar hayatlarına giren bu sosyal ağların mahiyetlerini ve doğabilecek zararları çok geç fark etmiştir. 2010'lu yıllar kullanıcıların bu sosyal paylaşım ağlarını sıklıkla kullanmalarının ve bu ağlara kişisel bilgilerini yüklemelerinin doğurduğu zararları fark etmeye başladıkları yıllardır. Özellikle Amerika'da ve Avrupa ülkelerinde ticari şirketlerin ve devletlerin sosyal paylaşım ağları aracılığıyla insanların gözetlendiği ve kişisel bilgilerin depolandığı kullanıcılar tarafından fark edilmeye başlanmıştır. Durumu fark eden kullanıcılar ya bu ağları kullanmaktan vaz geçmiş ya da bu ağlara yükledikleri kişisel bilgi, fotoğraf ya da video gibi paylaşımları silmiştir. Türkiye'de de bu durumun fark edilmeye başlanması 2010'lu yıllara tekabül etmektedir. Bu yıllarda çeşitli nedenlerle ve yollarla (fişlenme, gözetlenme, mahremiyetin ihlal edilmesi, kişisel bilgilerin çalınması vb.) sosyal ağlardaki paylaşımları nedeniyle zarara uğrayan kullanıcılar bu ağlardaki paylaşımlarını ya tamamen silmiş ya da sınırlandırmıştır. Ancak durumun vahametini fark etmeyen

özellikle genç yaştaki bireyler ya da sanal ortamın özelliklerini yeterli düzeyde bilmeyen bireyler bu sosyal ağları sıklıkla kullanmaya ve sıklıkla paylaşımda bulunmaya devam etmiştir. Bu ağların en popüler olan Facebook'ta da Türkiye'deki kullanıcıların yarısına yakını kısmen ticari şirketler tarafından gözetlendiklerinin farkında olsa da, devlet tarafından gözetlendiklerinin farkında olmamaktadır. Gözetim konulu soruların analizine genel çerçeveden (yüzdelik, ortalama ve puan açısından) bakıldığında ise katılımcıların devlet ve ticari şirketler tarafından gerçekleştirilen gözetimden tam anlamıyla haberdar olmadığını ya da bu konuda kararsız oldukları görülmektedir.

Katılımcıların Facebook aracılığıyla devlet ve ticari şirketler tarafından gözetlenerek ve bilgilerinin ele geçirilip depolanarak mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek için birtakım sorular sorulmuş ve elde edilen cevaplar analiz edilerek katılımcıların mahremiyet ihlalindeki farkındalık düzeyleri ortaya çıkarılmıştır. Katılımcıların %40,1'lik kısmı, Facebook'u arkadaşlarla iletişim kurmak için güvenli bir ortam olarak görmektedir. Katılımcıların %27,3'ü ise bu ortamın güvenli olduğu konusunda şüpheli olmaktadır. Katılımcıların %37'si gizlilik ayarları yapılırken kişisel bilgilerin korunabileceğini düşünmektedir. Katılımcıların %28,2'si de Facebook'ta gönül rahatlığıyla fotoğraf, video ya da yazı paylaşmakta iken %29,9'u bu paylaşımları yapma konusunda huzursuz olmaktadır. Yine katılımcıların %32,6'sı Facebook'u mahremiyet için tehlike olarak görmemektedir. Katılımcıların %26,4'ü de Facebook'un kişisel bilgileri koruduğunu düşünmektedir. Ancak %30,3'lük gibi büyük bir kısmı da Facebook'un kişisel bilgileri koruduğu konusunda emin olamamaktadır.

Dillard'ın (2011: 103) Facebook kullanıcılarının mahremiyet ve güvenlik endişeleri üzerine yapmış olduğu araştırmada, katılımcıların yarısından fazlası Facebook'un güvenilir bir site olduğunu ve kişisel bilgileri koruduğu fikrini savunmaktadır. Hoy ve Milne'nin (2010: 34) çalışmasında da katılımcılar sosyal ağın onların mahremiyetlerini koruduğunu düşünmektedir. Ayrıca katılımcılar Facebook'ta gizlilik ayarlarının yapılması durumunda mahremiyetlerinin ihlal edilemeyeceğini ileri sürmektedir. Karakaya'nın (2014: 176-177) araştırmasında ise katılımcıların

yarısından fazlası sosyal paylaşım ağlarında mahremiyetin ihlal edilmediğini düşünmekte ya da bu konuda kararsız olmaktadır.

Tıpkı Facebook'ta ticari şirketler ve devlet tarafından yapılan gözetimin çoğunlukla farkında olunmadığı gibi ticari şirketler ve devlet tarafından mahremiyetin ihlal edilip zarara uğratıldığının da çoğunlukla tam olarak farkında olunmamaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin ya farkında değil ya da bu konuda kararsızdır. Genel çerçeveden (yüzdelik, ortalama ve puan açısından) bakıldığında söz konusu ihlalin tam anlamıyla farkında olunmadığı görülmektedir. Ancak katılımcılar ticari şirketlere duyduğu güvensizliği başka bir ticari şirket olan Facebook'a da duymaktadır. Katılımcıların cevapları incelendiğinde katılımcıların kayda değer bir kısmı, bilgilerinin, fotoğraflarının, videolarının ve yazılarının Facebook tarafından korunmadığını düşünmektedir ya da bu konuda şüpheleri olmaktadır.

Mahremiyet ihlalinin farkındalığını analiz ederken göze çarpan önemli nokta ise, katılımcıların gözetlendiklerinin farkında olmalarından ziyade mahremiyetlerinin ihlal edildiklerinin daha fazla farkında olduklarıdır. Bunun yanında dikkat çeken diğer bir nokta da mahremiyetin ihlal edilip edilmediği konusunda katılımcıların cevaplarının çoğunlukla “kararsızım” olmasıdır. Anlaşılabacağı üzere katılımcıların önemli bir kısmı mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin tam olarak farkında olmasalar da bu durumdan şüphelenmektedir ya da tam olarak güvenememektedir. Bu durum katılımcıların dijital modernizmin koşullarının ve işleyişinin yeterince farkında olmadıklarının göstergesidir.

Bireyin evindeki fotoğraf albümü, cüzdanındaki kimlik, düğün görüntüleri, yatak odası ya da kişisel yazışmaları nasıl onun mahrem alanına ait ise Facebook'ta oluşturdukları profilleri ve bu profilde paylaştığı kişisel bilgiler, fotoğraflar ya da videolara da kişinin mahrem alanına ait olmaktadır. Bunların kişinin izni olmadan ele geçirilmesi, depolanması ve dağıtılması açık şekilde bireyin mahremiyetini ihlal eden bir durum olmaktadır. Devlet ve ticari şirketler güç ve maddi kazanç adına insanları (çoğunlukla internet aracılığıyla) fişlemekte ve onların mahremiyetlerini ihlal etmektedir. Kullanıcıların ise çoğunluğu bu durumdan habersizdir. Yapılan çalışmada

Facebook kullanıcılarının mahremiyetin ihlal edildiğinin ne oranda farkında oldukları tespit edilmeye çalışılmış ve nihayetinde kullanıcıların büyük bir kısmının, Facebook aracılığıyla ticari şirketler ve özellikle de devletin kullanıcıların mahremiyetini ihlal ettiklerinin farkında olmadıkları ya da bu durum karşısında kararsız oldukları ortaya çıkarılmıştır.

İnternetin hayatlarına girmesiyle birlikte insanların mahremiyet algılarında yaşanan dönüşümü ortaya çıkarmak için yapılan çalışmadan elde edilen verilere göre, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı, mahremiyetin ihlalinin farkındalığı, gizlilik uygulamaları, internet kullanımı ve Facebook kullanımı bireylerin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim, iş ve yaşanan yer, yaşanan bölge) göre farklılık arz etmektedir.

İnternet ve Facebook kullanımı noktasında yaş ve cinsiyet iki önemli unsur olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların interneti kullanma amaçları yaşlarına göre farklılık göstermektedir. Dijital yerlilerin yarısından fazlası (%52,6) interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanmaktadır. Fakat dijital göçmeler interneti sosyal paylaşım ağlarına girmek amacıyla (%32,2) olduğu kadar araştırma yapmak ve bilgi edinmek (%28,7) amacıyla da sıklıkla kullanmaktadır. Bunun yanında internet kullanım amacı cinsiyete göre de farklılık göstermektedir. Kadınların hemen hemen yarısı interneti en çok sosyal paylaşım ağlarına girmek için kullanmaktadır. Erkekler ise sosyal paylaşım ağlarına girmenin yanında oyun oynamak amacıyla da interneti yoğun olarak kullanmaktadır.

Katılımcıların aktif olarak kullandıkları sosyal paylaşım ağlarına bakıldığında ise, aynı şekilde dijital yerlilerin dijital göçmenlere göre çok daha fazla sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullandıkları görülmektedir. Dijital yerlilerin yarısından fazlası (%55,3) en az 3 tane sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanmaktadır. Dijital göçmenlerin ise yarısından fazlası (%58,8) en fazla 2 tane sosyal paylaşım ağını aktif vaziyette kullanmaktadır. Bu ağları kullanma noktasında cinsiyet faktörüne bakıldığında ise, erkeklerin kadınlara nazaran daha fazla sosyal paylaşım ağına üye oldukları ve bu ağları aktif olarak kullandıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

Dijimodern dönemin medyası olan yeni medya ve bu medyanın en popüler ortamları olan sosyal ağlar hemen hemen tüm internet kullanıcıları tarafından kullanılsa da özellikle dijital yeriler olarak adlandırılan genç kuşak tarafından daha sık kullanılmaktadır. Sosyalleşmenin dış mekandan sanal mekana göç etmesiyle birlikte bireylerin ilişkileri sanal ortamda kurulmaya başlanmıştır. Dijital yerliler, internet çağında doğmaları ve interneti dijital yerlilere nazaran hayatlarına daha fazla adapte etmeleri hasebiyle sosyal ilişkileri de çoğunlukla bu ağ üzerinden kurmakta ve sürdürmektedir. Bu sanal ağlar, dijital yerlilere yeni arkadaşlarla tanışma, arkadaşlarıyla iletişim kurma, eğlence ve zaman geçirme, ilişkileri sürdürme ve sanal cemaatlere katılma imkanı tanımaktadır. Bu nedenle dijital yerliler dijital göçmenlere göre bu ortamları daha fazla sayıda ve daha sık kullanmaktadır.

Katılımcıların Facebook'u haftanın her günü kullanımına bakıldığında ise dijital yerliler dijital göçmenlere oranla Facebook'a daha fazla girmektedir. Haftalık Facebook kullanımına cinsiyet açısından bakıldığında ise erkekler kadınlara oranla her gün kullanma noktasında Facebook'a daha fazla girmektedir. Bunun yanında kadınlar Facebook'u günlük olarak da erkeklere nazaran daha az kullanmaktadır. Facebook ve diğer sosyal paylaşım ağlarına girmek, gündemi takip etmek, iletişim kurmak gibi amaçlarla interneti kullanan katılımcıların çok büyük bir kısmı (%85,3) internete cep telefonundan bağlanmaktadır.

Sosyal ağları dijital göçmelere göre daha fazla sayıda ve sık kullanan dijital yerliler, bu ağların en popüler olan Facebook adlı sosyal paylaşım ağını da dijital göçmenlere nazaran daha fazla kullanmaktadır. Erkekler ise kadınlara göre hem daha fazla sosyal paylaşım ağını kullanmakta, hem haftanın her günü Facebook'a daha fazla girme hem de gün içinde Facebook'u daha fazla kullanmaktadır. Erkeklerin bu ağları bu denli sık kullanması mahremiyeti sakınmama ile doğrudan ilişkili olmaktadır. Kadınlar Sanal ağda mahrem bilgilerini paylaşma, yeni insanlarla tanışma ve yeni ortamlara katılma konusunda erkeklere göre daha çekingen davranmaktadır. Buna rağmen erkek mahremiyetini açma ve yeni ilişkiler kurma noktasında kadınlara göre daha istekli davranmaktadır. Bu sebeple erkekler kadınlara göre bu ağları daha fazla sayıda ve daha sık kullanmaktadır. Bununla beraber hem erkekler hem de kadınların büyük çoğunluğu

bu ağırlara girmek, haber okumak, alışveriş yapmak, iletişim kurmak vb. amaçlarla internete cep telefonuyla bağlanmaktadır. Çünkü artık telefonların çoğu internete girmeye uygun şekilde tasarlanmakta ve kablosuz internet ağırları çok yaygın bir hale kavuşmuş bulunmaktadır.

Katılımcıların Facebook'u kullanım amaçları da yaşlarına ve cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir. Dijital göçmenler dijital yerlilere oranla Facebook'u daha az Fotoğraf, video veya yazı paylaşmak amacıyla kullanmaktadır. Dijital göçmenler paylaşımda bulunmaktan ziyade daha çok arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek amacıyla bu sosyal ağı kullanmaktadır. Fotoğraf, video ve yazı paylaşımında cinsiyet faktörüne bakıldığında ise erkeklerin kadınlara nazaran daha fazla paylaşımda bulundukları görülmektedir. Kadınlar ise arkadaşlarının paylaşımlarını takip etme amacıyla Facebook'u erkeklerden daha çok kullanmaktadır.

Yaş ve cinsiyet faktörlerine göre Facebook'taki arkadaş sayısına bakıldığında ise birtakım farklılıklara ulaşılmaktadır. Dijital yerliler dijital göçmenlere göre Facebook'ta daha fazla arkadaşla sahip olmaktadır. Dijital yerlilerin yaklaşık üçte birinin Facebook'ta 400'den fazla arkadaşı bulunmaktadır. Bununla beraber erkekler de kadınlara oranla Facebook'ta daha fazla arkadaşla sahip olmaktadır. Erkeklerin de hemen hemen üçte biri Facebook'ta 400 kişiden fazla insanla arkadaş olmaktadır.

Facebook'ta gizliliğin sağlanması noktasında yaş ve cinsiyet iki önemli unsur olarak öne çıkmaktadır. Dijital yerlilerin büyük bir kısmı Facebook'taki profillerinde ad, doğum tarihi, yaşanılan yer, eğitim durumu ve memleket bilgilerine dijital göçmenlere oranla daha fazla yer vermektedir. Nosko ve arkadaşları (2010) da Facebook'la ilgili yapmış oldukları araştırmada, bireylerin yaşları arttıkça profillerinde paylaşılan bilgilerin azaldığını ortaya çıkarmıştır. Çalışmaya dahil olan katılımcıların cinsiyete göre paylaşımları incelendiğinde ise, erkeklerin Facebook profilinde genel olarak kişisel bilgilerini kadınlara göre daha fazla paylaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Gizlilik ayarlarının dikkatlice ve eksiksiz olarak yapılıp yapılmadığına bakıldığında ise dijital yerliler dijital göçmenlere oranla bu ayarları daha fazla yapmaktadır. Fakat içerik olarak bu ayarlardan biri olan reklam ayarlarının yapılma

durumu incelendiğinde ise dijital yerlilerin dijital göçmenlere göre Facebook'taki reklam ayarlarını daha az yaptığı görülmektedir. Cinsiyet noktasında da kadınlar erkeklere göre gizlilik ayarlarını daha fazla yaparken reklam ayarlarını daha az yapmaktadır. Gizlilik ayarlarının yapılması noktasında yaş ve cinsiyet faktörü temelinde bir paradoksun varlığından söz etmek mümkündür.

Facebook'ta kişisel bilgilerin ifşası sürecinde, gözetimin ve mahremiyetin ihlalinin farkındalığı noktasında da yaş ve cinsiyet iki önemli unsur olmaktadır. Öyle ki, katılımcıların Facebook'ta mahremiyetlerini ifşa etmeleri, gözetlendiklerinin farkında olmaları ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin farkında olmaları ile yaş ve cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

Mahremiyetin ifşasının bir tezahürü olan kişisel bilgilerin (ad, soyad, doğum tarihi, memleket, eğitim durumu vb.) paylaşılması, katılımcıların yaşlarına ve cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir. Dijital yerliler (%76,1) dijital göçmenlere (%63) nazaran Facebook'ta kişisel bilgilerini daha fazla paylaşmaktadır. Kadın katılımcılar ise erkeklere göre kişisel bilgilerini daha az paylaşmaktadır.

Katılımcılardan dijital yerliler, Facebook'ta eşi, sevgilisi, akrabası, arkadaşı ya da dostu hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren mahrem paylaşımlar bulunmada dijital göçmenlere oranla daha istekli olmaktadır. Mahrem yazıların paylaşılmasında kadın ve erkek katılımcılar arasında ise anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Facebook aracılığıyla yeni insanlarla tanışma ve yeni arkadaşlıklar kurma eylemi ise bireylerin hem yaşları hem de cinsiyetlerine göre değişmektedir. Öyle ki, dijital yerliler Facebook aracılığıyla yeni insanlarla tanışıp arkadaş olmada dijital göçmelere oranla daha fazla aktif olmaktadır. Erkekler de aynı şekilde kadınlara göre Facebook'ta daha fazla yeni insanla tanışmakta ve arkadaş olmaktadır.

Katılımcıların fiziksel mahremiyetlerini Facebook'ta paylaşımlarında da yaş önemli bir etken konumundadır. Denizde ya da havuzda çekilen fotoğrafları Facebook aracılığıyla diğer bireylerin gözetimine sunma noktasında dijital yerliler dijital göçmelere göre daha fazla bu eylemi gerçekleştirmektedir. Cinsiyet faktöründen bakıldığında ise kadınların sadece %19,1'i bu paylaşımları gerçekleştirirken erkeklerin

%37,7'si denizde ya da havuzda çekilmiş olduğu fotoğrafları Facebook'a koymaktadır. Aynı şekilde bireyin belki de en mahrem alanı olan evde çekilen fotoğrafların paylaşımı da yaş ve cinsiyete göre farklılık arz etmektedir. Dijital yerliler bu paylaşımları dijital göçmenlere göre daha fazla yapmaktadır. Erkekler ise kadınlara göre evde çekilmiş fotoğrafları daha fazla paylaşmaktadır.

Bireylerin hem psikolojik hem de enformasyonel mahremiyetine dahil olan önemli anlara ait fotoğraf, video ya da yazıların paylaşımına bakıldığında ise dijital yerlilerin büyük bir kısmı (%66,1) dijital göçmenlere göre (%51,4) Facebook'ta düğün, mezuniyet, hastalık, doğum vb. önemli anlarına ait fotoğraf, video ya da yazıları daha fazla paylaşmaktadır. Kadınlar ise erkeklerin paylaşım düzeyine bakıldığında ise çok büyük bir fark olmasa da kadınlar erkeklere nazaran bu paylaşımları daha fazla yapmaktadır.

Mahremiyetin ifşasını içeren kişisel bilgileri paylaşma, yakınlar hakkında paylaşım yapma, yeni insanlarla tanışıp arkadaş olma, denizde ya da havuzda fotoğraf paylaşma, evde fotoğraf paylaşma ve önemli anları paylaşma, dijital göçmenlere nazaran dijital yerliler tarafından, kadınlara nazaran da erkekler tarafından daha fazla gerçekleştirilmektedir. Dijital yerliler olarak adlandırılan genç bireyler hayatlarının birçok noktasında farklı amaçlar için interneti kullanmaktadır. Bu amaçların en önemlilerinden birisi kuşkusuz sosyalleşmedir. Genç bireyler sosyal ağlarda var olan arkadaşlarıyla ilişkilerini sürdürebilmek için ya da yeni arkadaşlar edinebilmek için sanal bir profil yaratmaktadırlar. Kişisel bilgilerini, beğenilerini, özelliklerini ve kendisine dair daha birçok bilgiyi bu sanal profile ekleyip sanal kimliklerini oluşturmaktadır. Bu sanal kimliğin ne kadar güzel ve ne kadar dolu olursa o kadar çok beğeni alacağını ya da başkalarıyla daha fazla ortak bağ kurulabileceğini düşünen birey, kendisine ve dolayısıyla mahremiyetine ait ne kadar şey varsa sanal ağda paylaşmaktadır. Daha fazla görmek/görölmek ve daha fazla beğenmek/beğenilmek adına dijital yerlilerin yaptığı bu paylaşımlar onların mahremiyetini geri dönüşü olmayacak şekilde zarara uğratmaktadır. Fakat internetin sebep olduğu/olacağı zararların farkında olmayan genç bireyler her geçen gün bu paylaşımların sayısını da artırmaktadır. Fakat dijital göçmenler olarak adlandırılan Türkiye'deki 24 yaş üzeri

kişiler ise dijital yerlilere göre mahremiyetlerini daha az ifşa etmektedir. Çünkü dijital göçmenler sosyal ilişkilerini sosyal ağların haricinde de farklı şekillerde sürdürmektedir. Ayrıca dijital göçmenler yaşları itibarıyla sosyal ağlarda mahremiyetin paylaşılmasının doğurduğu/doğuracağı zararları görmüşler ya da bunun farkına varmışlardır.

Bunun yanında birçok toplumda olduğu gibi Türk toplumunda da mahremiyet kadınlar için erkeklere göre daha fazla anlam içermektedir. Kadınlar mahrem bilgilerini, mahrem yerlerini, mahrem anlarını erklere göre daha fazla saklama eğilimi içerisindedir. Yıldız'ın (2012: 539) çalışmasında da kadınlar mahrem bilgilerini/mahremiyetlerini erkeklere göre daha fazla koruma ve paylaşmama eğilimi içerisinde olmaktadır. Erkekler ataerkil bir toplum yapısında doğduğu ve yaşamını sürdürdüğü için mahremiyet kavramını sadece kadına ait bir unsur olarak görmektedir. Bu nedenle erkek kendi mahremiyetini fütursuzca ortaya sererken kadınlar bu konuda daha ketum davranmaktadır. Bu nedenle hem gerçek hayatta hem de sanal ortamda kadınlar kişisel bilgilerini erkeklere göre daha az paylaşmaktadır.

Devlet ve ticari şirketler tarafından Facebook aracılığıyla gerçekleştirilen gözetimin farkındalığı incelendiğinde ise yaş ve cinsiyet belirleyici unsurlar olarak göze çarpmaktadır. Dijital göçmenlerin yarısına yakını (%47,6) hem devlet hem de ticari şirketlerin Facebook aracılığıyla yaptıkları gözetimin farkındayken dijital yerlilerin sadece %25,7'si gözetlendiklerinin farkında olmaktadır. Kişisel bilgilerine ulaşıp gözetlendiklerinin farkında olmaları noktasında dijital göçmenler dijital yerlilere göre daha bilinçli olmaktadır. Cinsiyet faktörüne bakıldığında ise erkek katılımcıların (%39,2) kadın katılımcılara (%30,3) göre kişisel bilgileri ele geçirmek suretiyle gözetlendiklerinin daha fazla farkında olduklarını söylemek mümkündür.

Bunun yanında dijital göçmenlerin yarısına yakını (%42,7) Facebook'ta gizlilik ayarları yapılsa dahi gözetleneceklerinin farkında iken dijital yerlilerin sadece %22,3'ü bu gözetim farkında olmaktadır. Erkek ve kadın katılımcılar açısından incelendiğinde ise aralarında büyük bir fark olamasa da erkekler (%34,8) kadınlara (%26,6) oranla

gizlilik ayarlarının yapılması durumunda bile yine de gözetlenebileceklerinin daha fazla farkında olmaktadır.

Kanuna aykırı bir şey yapılmasa bile devlet tarafından Facebook aracılığıyla gözetlendiğinin farkında olma durumuna bakıldığında yine dijital göçmenlerin (%43,8) dijital yerlilere (%25,3) göre daha fazla farkında oldukları görülmektedir. Erkekler de (%36,7) aynı şekilde kadınlara (%29,1) oranla kanuna aykırı bir harekette bulunmasalar dahi gözetleneceklerinin daha fazla farkında olmaktadır.

Ticari şirketler ve devlet tarafından Facebook aracılığıyla gerçekleştirilen gözetimin ve Facebook'taki kişisel bilgilerin kaydedilmesinin ve depolanmasının farkındalığına bakıldığında da dijital göçmenlerin dijital yerlilere nazaran çok daha bilinçli olduğu görülmektedir. Dijital göçmenlerin yarısından fazlası (%53,7) hem devlet hem de ticari şirketlerin Facebook aracılığıyla yaptıkları gözetimin ve kişisel bilgilerin depolandığının farkındayken dijital yerlilerin sadece %34,8'i bu durumun farkında olmaktadır. Cinsiyet faktörüne göre incelendiğinde ise erkek katılımcıların (%46,4) kadın katılımcılara (%38,8) göre gözetlendiklerinin daha fazla farkında olduklarını söylemek mümkündür.

Bununla birlikte dijital göçmenler (%51,9) yine dijital yerlilere (%33,1) göre ticari şirketlerin Facebook'taki kullanıcıların kişisel bilgilerine erişebileceğinin daha fazla farkında olmaktadır. Aynı şekilde erkekler de (%44,4) kadınlara (%37,2) nazaran ticari şirketlerin kişisel bilgilere erişebildiğinin daha fazla farkında olmaktadır.

Facebook aracılığıyla devlet ve ticari şirketler tarafından gerçekleştirilen gözetimin farkındalığına bakıldığında, dijital göçmenlerin dijital yerlilere göre, erkeklerin de kadınlara göre gözetlendiklerinin daha fazla farkında olduklarını söylemek mümkündür. Dijital göçmenler yaşları itibarıyla dijital yerlilere göre interneti daha az kullansa da internetin mahiyetini onlardan daha fazla bilmektedirler. Prensky'nin (2001: 1) tabiriyle dijital dünyada doğmamış fakat hayatlarının bir noktasında yeni teknolojilerden oldukça etkilenmiş olup pek çok unsurundan yararlanmakta olan dijital göçmenler, hem internet çağını hem de internetten önceki çağı görmüş ve iletişim, sosyalleşme, araştırma ve diğer eylemleri bu iki dönemde de tecrübe etmiştir. Bu

sebeple dijital göçmenler internete ve sosyal ağlara farklı bir perspektiften bakıp ona eleştirel yaklaşabilmektedir. Hem yaşça dijital yerlilerden büyük ve tecrübeli olmaları hem onlardan daha fazla araştırmacı olmaları hem de mahremiyetlerini daha fazla önemsemeleri onların gözetlendiklerinin daha fazla farkında olmalarına neden olmaktadır. Dijital yerliler internetin, internet ise dijital yerlilerin bir parçası olduğu için meydana gelen ya da gelecek olan zararları fark etmek için sorgulayıcı olmak ya da dışarıdan bir gözle bakabilmek pek mümkün olmamaktadır. Dijital yerliler bu sosyal ağları ve özellikle de Facebook’u dijital göçmenlerden çok daha fazla kullansalar da bu ağlar tarafından izlendiklerinin, bilgilerinin depolandıklarının ve gözetim altında tutulduklarının çoğunlukla farkında olmamaktadırlar. Cinsiyet faktöründen bakıldığında ise erkekler kadınlara nazaran bu ağları daha fazla kullanmakta ama aynı zamanda gözetlendiklerinin kadınlara göre daha fazla farkında olmaktadır. Kadınlar mahremiyeti erkeklere göre daha fazla önemsedikleri için halihazırda daha az paylaşım yapmaktadırlar bu nedenle gözetlenmeyi daha az umursamaktadırlar. Fakat erkekler gözetlendiklerinin farkında olsalar da daha fazla paylaşım yapmaya devam etmektedirler. Erkekler için görmek ve görülmek ya da beğenmek ve beğenilmek gözetlenmekten daha önemli olmaktadır.

Devlet ve ticari şirketlerin Facebook aracılığıyla kullanıcıların mahremiyetlerini ihlal etiklerinin farkındalığı incelendiğinde de yaş ve cinsiyet noktasında farklılıkların olduğu görülmektedir. Öyle ki, dijital göçmenlerin yarısına yakını (%43,9) Facebook’u güvensiz bir ortam olarak görmekte iken dijital yerlilerin sadece %24,7’si Facebook’u güvensiz bir ortam olarak görmektedir. Facebook’ta mahremiyetin ihlal edildiğinin farkındalığı noktasında aralarında büyük bir fark olmasa da erkekler de (%34,2) kadınlara (%31,1) oranda daha bilinçli olmaktadır.

Facebook’ta gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda dahi kullanıcıların kişisel bilgilerinin korunamayacağıının farkındalığına bakıldığında ise dijital göçmenlerin hemen hemen yarısı (%50,5) mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin farkında iken dijital yerlilerin sadece %29,1’i bu durumdan haberdardır. Cinsiyet açısından ele alındığında da erkekler (%41,7) kadınlara (%34,2) göre mahremiyetin ihlalinin daha fazla farkındadır.

Dijital göçmenlerin (%54,3) yarısından fazlası kişisel verilerin korunamayacağını düşünmek ve bu sebeple gönül rahatlığıyla fotoğraf, video ve yazı paylaşımında bulunmamaktadır. Ancak dijital yerlilerin ise sadece %33,4'ü Facebook'ta gönül rahatlığıyla verilerini paylaşmamaktadır. Kişisel verilerin ele geçirilebileceğinin farkındalığı noktasında erkekler (%42,7) kadınlarla (%41,2) hemen hemen aynı farkındalık düzeyine sahip olmaktadır.

Facebook'un kişilerin mahremiyetlerine tehdit oluşturduğunun farkındalığı incelendiğinde ise yine dijital göçmenlerin hemen hemen yarısı (%49,4) Facebook'u mahremiyetleri için bir tehdit olarak görmekte iken dijital yerlilerin sadece %33,1'i Facebook'u mahremiyetleri için tehdit olarak görmektedir. Bunun yanında yine dijital göçmenlerin yarısından fazlası (%56,3) Facebook'un kişisel verileri korumadığının farkında olmakta iken dijital yerlilerin sadece %34,4'ü kişisel verilerin Facebook tarafından korunmadığının farkında olmaktadır. Cinsiyet faktörüne göre bakıldığında ise erkekler ile kadınlar arasında çok büyük farklılıklar olmasa da erkekler (%45,7) kadınlara (%41) nazaran Facebook'un kullanıcılarının kişisel bilgilerini korumadığının daha fazla farkındadır.

Tıpkı devlet ve ticari şirketler tarafından gerçekleştirilen gözetimin farkındalığında olduğu gibi mahremiyetin ihlalinin farkındalığında da yaş ve cinsiyet noktasında aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Devlet ve ticari şirketler tarafından mahremiyetin ihlal edildiğinin farkındalığı noktasından dijital göçmenler dijital yerlilere, erkekler de kadınlara göre daha bilinçli olmaktadır.

Çalışmada ayrıca katılımcıların mahremiyet eğilimlerinin (mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyetin ihlalinin farkındalığı) eğitim, yaşanan yer, çalışma durumu, bölge, cinsiyet ve yaş gruplarına göre de farklılıklar gösterdiği görülmüştür. Yani kişinin sahip olduğu demografik özellikler onun mahremiyetini paylaşmasına, gözetlendiğinin bilincinde olmasına ve mahremiyetine müdahale edildiğinin farkında olmasına etki etmektedir.

Cinsiyet açısından bakıldığında erkekler kadınlara göre mahremiyetlerini daha fazla ifşa etmektedir. Fakat erkekler gözetlendiklerinin ise kadınlara göre daha fazla

farkında olmaktadır. Mahremiyet ve gözetim üzerine yapılan birçok çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bireyler sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla gözetlendiklerinin ve bilgilerinin depolandığının farkında olsalar dahi bu sanal ortamları kullanmaya devam etmektedir. Çünkü insanlar, bu sosyal paylaşım ağlarının kendilerine sunmuş olduğu eğlence, sosyalleşme, iletişim, gündemi tek noktadan takip etme, zaman geçirme vb. olanakları mahremiyetlerinden ya da gözetlenmelerinden daha önemli görmektedirler. Yani insanlar sanal ağların sunduğu bu olanaklar karşısında gözetlenmeyi ve mahremiyetlerini paylaşmayı açıkça gözden çıkarmaktadırlar. Türkiye’de yapılmış olan bu çalışmada erkeklerin kadınlara göre farkındalık düzeylerinin yüksek olmasının sebebi ise, erkeklerin kadınlara oranla Facebook ve diğer sosyal paylaşım ağlarını kadınlara nazaran çok daha fazla kullanıyor olmasıdır. Bu ağlarla özellikle de Facebook’la daha fazla iç içe olan erkekler, bu ağlardan doğan zararlara da doğal olarak daha fazla maruz kalmaktadır. Bu nedenle erkeklerin kadınlara oranla farkındalık düzeylerinin yüksek olması şaşırtıcı olmamaktadır.

Yaş gurupları açısından bakıldığında ise, dijital göçmenler mahremiyetlerini dijital yerlilerden daha az ifşa etmektedir. Ayrıca dijital göçmenler dijital yerlilere göre gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin daha fazla farkında olmaktadır. Dijital yerliler olarak adlandırılan ve yaşları çalışma kapsamında 15-24 yaş aralığında olan genç kuşak, dijimodern dönemde ya da diğer adıyla internet çağında dünyaya gelmişlerdir. Bu nedenle internetle doğup büyüyen dijital yerliler birçok gereksinimini de bu sanal ağ aracılığıyla gidermeye çalışmaktadır. Bu gereksinimlerin başında ise sosyalleşme gelmektedir. Bu sanal ağlar bireylerin yeni insanlarla tanışmalarını, yeni topluluklara katılmalarını kısaca sosyalleşmelerini kolaylaştırmıştır. Bireyler özellikle de dijital yerliler ise toplumsal ilişkilerini bu ağ üzerinden yürüttüğü için kendilerine sanal profiller/kimlikler oluşturma ihtiyacı duymuştur. Daha iyi tanınma ve daha güzel bir kimlik oluşturma adına dijital yerliler kendilerine dair birçok mahrem bilgi, fotoğraf, video ve yazıyı Facebook başta olmak üzere sanal ağlarda paylaşmaktadır. Dijital göçmenlere göre mahremiyetini daha fazla ifşa eden dijital yerliler bununla birlikte gözetlendiklerinin ve mahrem alanlarının zarara uğratıldığının daha az farkında olmaktadır. Çünkü dijital yerliler genç yaşta olmaları hasebiyle sosyal

ağların doğuracağı zararları tam anlamıyla tecrübe edememektedirler. Ayrıca yaşları itibariyle bunu pek de umursamamaktadırlar. Kısacası bireylerin yaşları arttıkça mahremiyetlerini Facebook'ta daha az ifşa etmektedirler bunun yanında bireylerin yaşları arttıkça gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerine müdahale edildiğinin farkındalığı da artmaktadır.

Hayatının büyük bölümünü kırdı geçiren insanlar ise, hayatının çoğunu kentte geçiren insanlara göre gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin daha fazla farkında olmaktadır. Çalışan kişiler ise öğrencilere göre mahremiyetlerini daha az ifşa etmekte iken, gözetimin ve mahremiyetin ihlalinin daha fazla farkında olmaktadır. Bunun yanında üniversite, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim seviyesine sahip kişiler de lise düzeyinde eğitim seviyesine sahip kişilere göre mahremiyetlerini daha az ifşa etmektedirler. Ayrıca üniversite ve üstü eğitim seviyesindeki kişiler lise seviyesindekilere nazaran gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin daha fazla farkında olmaktadır.

TÜİK'in 2015 itibariyle Türkiye'de iş gücüne katılım oranlarına (genel ortalamaya göre) bakıldığında 25 ve üzeri yaş grubundaki bireyler 15-24 yaş grubundaki bireylere göre çok daha fazla iş gücüne dahil olmaktadır. Yani 15-24 yaş arasındaki nüfusun çalışma oranı 25+ yaş grubuna göre daha az olmaktadır. Bunun nedeni ise, 15-24 yaş aralığındaki nüfusun büyük bölümünün öğrenci, 25 ve üzeri yaş grubuna mensup olanların da büyük bölümünün çalışıyor olmasıdır. Bu nedenle dijital yerliler ve dijital göçmenlerin mahremiyet tutumlarıyla öğrenci olanların ve çalışanların arasındaki mahremiyet tutumu benzerlik arz etmektedir. Öyle ki, genç yaştaki bireyler (öğrenciler) yaşça büyük olan bireylere (çalışanlar) göre mahremiyetlerini daha fazla paylaşmakta ancak gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin de daha az farkında olmaktadır.

Mahremiyet eğilimlerine eğitim açısından bakıldığında da üniversite ve üzeri eğitim seviyesine sahip kişilerin lise ve altı eğitim seviyesine sahip kişilere göre mahremiyetlerini daha az paylaştıkları bunun yanında gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerine müdahale edildiğinin ise daha fazla farkında oldukları görülmektedir.

Türkiye genelinde yapılan çalışmaya göre, bireylerin eğitim seviyesi arttıkça Facebook'ta mahremiyetlerini paylaşma düzeyleri de azalmaktadır. Ayrıca bireylerin eğitim seviyeleri arttıkça devlet ve ticari şirketler tarafından gerçekleştirilen gözetim konusunda bilinçleri de artmaktadır.

Mahremiyetin ifşası, gözetimin ve mahremiyetin ihlalini farkındalığı bölge temelinde incelendiğinde ise, Ege bölgesindeki kişiler mahremiyetlerini en çok ifşa edenler olmaktadır. Fakat yine Ege bölgesindeki kişiler diğer bölgelerdekilere göre devlet ve ticari şirketler tarafından gözetlendiklerinin daha fazla farkında olmaktadırlar. Mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin en çok farkında olan bölge ise Doğu Anadolu olmaktadır. Bu durum görece Türkiye'nin batısının, doğu ve iç Anadolu'ya göre dijimodernizmin koşullarına daha fazla uyum gösterdikleri biçiminde değerlendirilebilir.

Bu çalışmanın verilerinden elde edilen sonuçlara göre; “Facebook kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerinin bu ortamı kullanım yoğunlukları ve kullanım biçimleri temelinde kişilerin mahremiyet algıları üzerine etkisi vardır” hipotezi doğrulanmaktadır. Bireylerin yaşının, cinsiyetinin, eğitim durumunun, yaşadıkları yerin, çalışma durumunun ve yaşadıkları bölgenin onların Facebook kullanım düzeylerine, mahremiyetlerini korumalarına, gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin farkında olmalarına etkisi olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Mahremiyet, gündelik hayatının birçok noktasında insan davranışlarının şekillenmesinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Mahremiyet sosyal faktörlerin etkisiyle şekillendiği için birçok etkenin bir arada karşılıklı belirleyici olduğu bir olgudur. Dolayısıyla ekonomik ve siyasal alanlardaki değişimler, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kültürel alandaki dönüşümler de mahremiyet algısını etkilemektedir. Toplumsal bir olgu olarak mahremiyetin hızlı bir dönüşüm içinde olduğu görülmektedir. Yeni teknolojiler özel alanı şeffaflaştırmakta olduğundan, bireyler yeni toplumsallıkların ifşa edildiği sosyal medya ortamında görünür olmak ve bu görünürlüklerden hareketle yeni etkileşim ortamlarına açılmak bireylerin anlam dünyasında Facebook sosyal paylaşım ortamına önemli bir misyon yüklemektedir. Kişinin kendi kendisiyle baş başa kalmak ya da kendi dışındaki öteki insanlarla belirli düzeylerde ilişki kurmak kişinin kendi belirleyiciliğinin yanı sıra dönemin ekonomik toplumsal ve kültürel etkenlerinin belirleyiciliğinde de geliştiği ileri sürülebilir. Böylelikle bir öz denetim alanı olmaktan çıkmaktadır. Böylelikle mahremiyetin birçok insan için farklı anlamlara geldiği ve bu bağlamda Facebook paylaşımlarına da yansıdığı görülmektedir.

Toplumların mahremiyet anlayışları birbirinden farklıdır. Batı toplumlarında mahremiyete farklı bir anlam yüklenirken doğu toplumlarında mahremiyet çok daha ayrı bir yere konulabilmektedir. Doğu toplumlarında mahremiyet; insanın içinde yaşadığı hane, aile, aşiret temelli vb. toplulukların ve sosyal grupların içi ve dışı olarak ayırım yaratırken, Batı toplumlarında birey temelinde çoğunlukla kişinin bedeni üzerindeki hakkı/bedeninin dokunulmazlığı üzerinden kurulmaktadır. Bireyin kendisine ait olan bilgileri başkalarıyla paylaşmada istekli olup olmaması ve başkalarının müdahalesinden uzak kalma konusunda dönemin ve toplumun dinamikleri belirleyici olmakta ve eğilimleri yönlendirmektedir. Mahremiyetin sınırlarındaki belirsizlik bu alanın ihlal ve istila edilebilen, kaybedilen, kazanılan hatta sınırları korunmaya çalışılan bir alan olmasından kaynaklanmaktadır.

Birçok kültürde ve birçok disiplinde farklı anlamlara gelen mahremiyetin sahip olduğu girift yapı onun tam olarak tanımlanmasını da güç kılmaktadır. Mahremiyet Altman (1975: 17) ve Solove'nin (2008: 1) sözünü ettiği gibi, kişinin vücudu üzerindeki kontrolü, kişisel bilgileri üzerindeki kontrolü, etkileşimden kaçınması/inzivaya çekilmesi, başkalarının gözetiminden uzak kalması, düşünce özgürlüğü, itibarının korunması, mahrem alanı olan evinde yalnız kalması, başkalarının kendisine ulaşp ulaşmamasına karar vermesi gibi durumları içeren geniş kapsamlı bir kavramdır. Böylelikle modern öncesi ve modern toplumlarda değişen toplum dinamiklerin kendilerini olduğu kadar kişisel bilgilerini de koruma ve güvencede tutma eğilimi üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti, kişinin başkalarının kendisine (vücuduna ya da evi, odası gibi mahrem alanına) ulaşmasını sınırlandırması şeklinde tanımlamak mümkündür. Mahremiyet, insan yaşamının önemli bir parçası olduğu için, modern toplumlarda yasalarla ve yasal yürütücülerle sınırları belirlenmiştir. Bu doğrultuda mahremiyet ulusal ve uluslar arası kanunlar tarafından korunma altına alınmış ve temel bir insani hak olarak kabul edilmiştir. Mahremiyet, kişinin kendi iç dengesini kurması, başka kişilerle sağlıklı ilişkiler oluşturması kısacası benliğini geliştirmesi için ihtiyaç duyduğu çok önemli değerdir. Bu denli önem arz eden mahremiyetin gerek toplum gerekse de kamusal otoriteler tarafından korunup garanti altına alınması gerekmektedir. Fakat özgürleşme, sosyalleşme ve daha birçok unsura erişme vaadiyle bireylerin kullanımına sunulan yeni iletişim teknolojileri, bunun tam aksine bireyi her zamankinden daha çok gözetlenebilir ve denetlenebilir hale getirmiştir. Teknolojik imkanlar ve internet sayesinde devlet tarafından gerçekleştirilen bu gözetim bireyin mahremiyetinin ihlal edilmesi anlamına gelmektedir.

Toplumların yasal yaptırımları bu alanı gerek duyduğunda ihlal edebilmektedir. Devlet, kamu yararını gözetmek, terör eylemlerini engellemek, ülke güvenliğini sağlamak, uyuşturucu şebekesini çökertmek, suç işleyen ya da suç işleyeceği şüphesi taşıyan kişi ya da kişilerin bilgilerine ulaşabilmek için kişisel sosyal ağ hesaplarına girebilmektedir. Bunlar mahrem hayatın/alanın özel durumlarda belli oranda ihlal edilmesini meşru kılabilir. Ancak gerçekleştirilen gözetim faaliyetleri ne bu

kadar sınırlı olmakta ne de bireyin mahrem hayatına değeri verilmektedir. Devleti elinde bulunduranlar varlıklarını devam ettirmek, güç elde etmek ya da maddi çıkar sağlamak adına halkı sistematik biçimde gözetlemekte, onların kişisel bilgilerini depolamakta ve insanların mahrem alanlarına topyekün tecavüz etmektedir. Özellikle de internet teknolojisinin getirmiş olduğu imkanlarla insanların sosyal ağlardaki hesapları, kimlik bilgileri, özel ve genel yazışmaları, fotoğrafları ve daha bir çok mahrem bilgisi onların izni ve haberi olmadan ele geçirilmekte, kullanılmakta ya da kullanılmak üzere veri depolarında saklanmaktadır.

Devlet haricinde ticari şirketler de maddi kazanç sağlama adına insanların internet üzerindeki hareketleri izlenmekte, sosyal ağlardaki hesapları ele geçirilmekte yahut satın alınmakta, kişisel bilgileri depolanmakta ve deyim yerindeyse bireyler sanal veri özneleri haline getirilmektedir. Hem devlet hem de ticari şirketler tarafından gerçekleştirilen tüm bu gözetim faaliyetlerinin ve mahremiyet ihlallerinin en yoğun yaşandığı mecra ise sosyal paylaşım ağları olmaktadır.

Yakın bir tarihe kadar kendilerine ait mahrem bilgileri sıkı sıkıya muhafaza eden bireyin, internet ve onun en önemli mecrası olan sosyal paylaşım ağlarında herkesin gözetimine açması hasebiyle mahremiyet anlayışında bir dönüşümün yaşandığı açıkça görülmektedir. Daha fazla görmek/görölmek, daha fazla beğenmek/beğenilmek, yerel bir popülerliğe sahip olmak, maddi kazanç elde etmek veya başka amaçlara ulaşmak adına insanlar mahrem bilgilerini, mahrem fotoğraflarını ve mahrem alanlarını bu sanal ağa yüklemekte ve hem başka insanların hem devletin hem de ticari şirketlerin gözetimine sunmaktadır. Paylaşılan her mahrem bilgi, fotoğraf ya da video, hem bireyin hem de toplumun yapısında geri dönüşü olmayacak hasarlar bırakmakta ve sahip olduğumuz mahrem alanı tamamen yok etmektedir.

Kısacası 10 yıl öncesine kadar mahrem olarak görölen değerler/şeyler, bugün artık modern olmanın, sosyalliğin ve iletişimin bir parçası olarak görölmektedir. İnsanlar artık, ev adresini, telefonunu, ailesini, kimlik bilgilerini, kimi zaman en mahrem anılarını, aile fotoğraflarını, mahrem anlarında çekilmiş olan videolarını, yediğı şeyleri, evinin içini hatta yatak odasını kısacası yaptığı ve sahip olduğu her şeyi bu sanal

ortamda hiçbir zorlama olmadan paylaşıır hale gelmiştir. Toplumların modernleşmesi süreci, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve e-devlet uygulamalarının daha çok işler hale gelmesiyle birlikte mahrem sayılabilecek kişisel bilgilerin zorunlu olarak farklı kurumlar tarafından kullanıldığı ve saklandığı görölmektedir. Kamu hizmetlerine daha hızlı erişim ve e-uygulamalar üzerinden kişisel yükümlölüklerinin giderilmesi, kişisel bilgilerinin paylaşımına kişileri hazır hale getirmekte ve sürecin işleyişı bu paylaşmayı normalleştirmektedir. Giderek artan e-işleyişı ve e-ticaret alış veriş uygulamaları da giderek yoğun kullanılır hale dönüşmektedir. Hatta bu bilgiler sanal etkileşim süreçleriyle hızla dağılmakta, sınırlar ortadan kalkabilmekte ve bu nedenle bireylerin kişisel bilgileri tüm dünyaya açık hale gelebilmektedir.

İnternet ve özellikle sosyal paylaşım ağları ile mahremiyet aleniyetle tehdit edilmiş hatta yok edilmeye başlanmış ve insanların mahremiyet anlayışları dönüşüme uğramıştır. Bu mahremiyet ihlallerinin ve gerçekleştirilen gözetimin en yoğun yaşandığı mecralardan biri ise kuşkusuz Facebook adlı sosyal paylaşım sitesidir. Dünya üzerinde en çok kullanıcıya sahip olan ve en popüler konumda bulunan Facebook, bireylerin mahrem bilgi, fotoğraf, video ve yazılarını paylaştığı ağların başında gelmektedir. Böylece bu kişisel bilgiler ve paylaşımlar gerek duyulduğunda bireyleri gözetlenebilmeye/gözetleyebilmeye açık hale getirmektedir. Yüz yüze iletişime de destek sağlayan hatta bu iletişimin çapını büyüten Facebook, yeni bir kültürel atmosferde bireyleri bir araya getirmektedir. Paylaşımlarla adeta bireyler birbirini gözetler hale gelebilmektedirler. Bu kültürel atmosferin herkes merkezinde yer almaktadır. Herkes birbirinin özel yaşamını paylaşımları üzerinden görebilmekte ve bu oranda da kendi paylaşımlarını arttırabilmektedir.

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojileri altyapısı üzerinde ilerleyen toplumsal dinamiklerin bir sonucu olarak yeni medyanın gündelik yaşamın birçok aktivitesinde yer alması ve teknolojinin özgürleştirici algısıyla bireylerin mahremiyet algısındaki değişimi ortaya çıkarmak amacıyla yapılan bu çalışmada mahremiyetin sınırlarının oldukça bulanık hale geldiğı görölmektedir.

Yeni medyanın ve bu medyanın en önemli araçlarından olan Facebook'un mahremiyet konusundaki etkisinin ortaya çıkarıldığı bu çalışma, Türkiye genelini kapsayan ilk çalışma olması ve diğer çalışmalara örnek teşkil edecek olması hasebiyle önemlidir. Çalışmada insanların mahremiyet algılarının nasıl dönüşüme uğradığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Çalışmada katılımcıların mahremiyetlerini Facebook'ta ne oranda ifşa ettiklerini, devlet ve ticari şirketler tarafında gözetlendiklerinin farkında olup olmadıklarını ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin farkında olup olmadıkları tespit etmek için üç temanın dikkate alınarak değerlendirildiği bu çalışmada, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyetin ihlalinin farkındalığı kişisel (demografik) özellikler temelinde sorgulanmıştır.

Mahrem bilgi, fotoğraf, video ya da yazıları insanların Facebook'ta nasıl ve ne oranda ifşa ettikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmış ve Burgoon'un (1982) mahremiyet kuramı temelinde katılımcıların enformasyonel, psikolojik, toplumsal ve fiziksel mahremiyetlerini Facebook'ta paylaşma noktasında oldukça paylaşımcı eğilimler gösterdikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların çok büyük bir kısmı, enformasyonel mahremiyetine ait olan kişisel bilgilerinin (ad, soyad, doğum tarihi, eğitim durumu, ilişki durumu, yerleşim yeri, yapılan iş vb.) çoğuna Facebook'ta yer vermektedir. Bunun yanında hemen hemen her üç katılımcıdan birisi, Facebook'ta eşleri, sevgilileri, dostları, arkadaşları, aileleri ya da akrabaları hakkında kimi zaman sevgi, aşk, iltifat kimi zaman ise sitem içeren yazılar paylaşarak psikolojik mahremiyetini ifşa etmektedir. Facebook, bireylerin yeni insanlarla tanışmalarına ve toplumsal mahremiyetlerini paylaşmalarına da aracı olmaktadır. Katılımcıların sadece yarısı, Facebook aracılığıyla yeni insanlarla tanışıp arkadaş olmamakta ve mahremiyetlerini onlarla paylaşmamaktadır. Katılımcılar enformasyonel, psikolojik ve toplumsal mahremiyetlerinden ziyade fiziksel mahremiyetlerine daha fazla önem vermekte ve Facebook'ta fiziksel mahremiyetlerinin içeren paylaşımları daha az yapmaktadır. Öyle ki, katılımcıların çok büyük bir kısmı denizde ya da havuzda çekilmiş oldukları fotoğrafları Facebook'ta paylaşmamaktadır.

Ancak katılımcıların yarısına yakını, bireyin en mahrem alanı olan evde çekilen fotoğraf ve videoları Facebook'ta paylaşmaktadır. Ayrıca katılımcıların çok büyük bir kısmı da önemli anlarına ait olan fotoğraf, video ya da yazıları Facebook'ta paylaşarak insanların gözetimine açmaktadır. Katılımcılar mahremiyetlerini Facebook'ta genel olarak büyük oranda ifşa etmektedir. Johnson (2012: 40), Oz (2014: 6251) ve Afsahi'nin (2014: 48) çalışmalarında da görüldüğü üzere bireyler Facebook'ta mahrem bilgilerini paylaşmakta gayet istekli davranmaktadır aynı zamanda mahremiyetlerinin ihlal edilmesi/görülmesi konusunda da duyarlı davranmamaktadır.

Katılımcıların Facebook aracılığıyla, devlet ve ticari şirketler tarafından gözetlendiğinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek için de birtakım sorular sorulmuş ve elde edilen cevaplar analiz edilerek katılımcıların farkındalık düzeyleri ortaya konulmuştur. Katılımcıların yarısına yakını Facebook'taki kişisel bilgilerine onlar istemedikçe hiç kimsenin erişemeyeceğini ve Facebook'un ayarlar sekmesinde yer alan gizlilik ayarlarını yaptıkları zaman Facebook'taki arkadaşlarının haricinde başka hiç kimsenin onları izleyemeyeceğini düşünmektedir. Bunun yanında, yine katılımcıların yarısına yakını kanunlara aykırı bir davranışta bulunmadıkları sürece devlet tarafından Facebook aracılığıyla gözetlenilmeceklerini düşünmektedir. Hemen hemen her 3 katılımcıda birisi de, kendileri izin vermeden ve haberleri olmadan devletin ve ticari şirketlerin Facebook'taki kişisel bilgilerine ulaşamayacağını ve bu bilgileri depolayamayacağını düşünmektedir. Özetle, katılımcıların çoğu Facebook aracılığıyla devlet ve ticari şirketler tarafından izlendiklerinin tam olarak farkında olmamaktadırlar. Ancak katılımcılar devlet tarafından yapılan gözetimden ziyade ticari şirketler tarafından yapılan gözetimin daha fazla farkında olmaktadır. Uzkurt ve Torlak'ın (2005: 24) bireylerin mahremiyet algılarını ölçme amacıyla yaptıkları çalışmada da aynı sonuca ulaşılmıştır. Çalışmada bireylerin, kendilerine ait mahrem bilgilerin ticari şirketler tarafından ele geçirilip kullanıldığının farkındalığı yüksektir. Ancak genel çerçeveden bakıldığında Dillard'ın (2011: 103) ve Hoy ve Milne'nin (2010: 36) çalışmalarında da görüldüğü üzere bireylerin çoğunluğu gözetlendiklerinin tam anlamıyla farkında olmamaktadır. Daha da önemlisi bireyler, gözetimin hangi

boyutlarda yapıldığının, nasıl gerçekleştiğinin ve mahrem bilgilerin ne kadar korunabilir olduğunun bilincinde olmamaktadır.

Katılımcıların Facebook aracılığıyla devlet ve ticari şirketler tarafından gözetlenerek ve bilgilerinin ele geçirilip depolanarak mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek için birtakım sorular sorulmuş ve elde edilen cevaplar analiz edilerek katılımcıların mahremiyet ihlalindeki farkındalık düzeyleri ortaya çıkarılmıştır. Katılımcıların yarısına yakını, Facebook’u arkadaşlarla iletişim kurmak için güvenli bir ortam olarak görmektedir. Hemen hemen her üç katılımcıdan biri, gizlilik ayarları yapılıncı kişisel bilgilerin korunacağını düşünmektedir. Yine hemen hemen her üç katılımcıdan biri, Facebook’ta gönül rahatlığıyla fotoğraf, video ya da yazı paylaşmaktadır ve Facebook’u mahremiyet için tehlike olarak görmemektedir. Her dört katılımcıdan birisi de Facebook’un kişisel bilgileri koruduğunu düşünmektedir. Burada dikkat çeken önemli nokta ise, katılımcıların mahremiyetin ihlali konulu sorulara en çok “kararsızım” cevabını vermesidir. Katılımcılar Facebook aracılığıyla gözetlendiklerinin tam anlamıyla farkında olmasalar da bu konuda şüpheleri bulunmaktadır. Özellikle de katılımcıların önemli bir kısmı ticari şirketler tarafından mahremiyetlerinin ihlal edildiklerini düşünmektedir ya da bu konuda çekinceleri bulunmaktadır. Gross ve Acquisti (2005), Hoy ve Milne (2010: 34), Karakaya (2014: 176-177) ve Dillard (2011: 103) da yapmış oldukları çalışmalarda Facebook kullanıcılarının çoğunun mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin, bilgilerinin ele geçirildiğinin tam olarak farkında olmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Bunun yanında Goettke ve Christiana (2007: 8-9) ise sosyal ağlar üzerine yaptığı araştırmada, bireylerin özellikle de gençlerin bu ağlarda kişisel bilgilerine oldukça fazla yer verdiğini daha da önemlisi bu bilgilerin bu ağlar tarafından korunacağını düşündüklerini ortaya çıkarmıştır.

Çalışmada ayrıca Türkiye’deki Facebook kullanıcılarının mahremiyet eğilimleri eğitim, yaşanan yer, çalışma durumu, bölge, yaş ve cinsiyet grupları temelinde incelenmiş ve anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Facebook’ta erkekler kadınlara göre mahremiyetlerini daha fazla ifşa etmektedir. Fakat erkekler gözetlendiklerinin ise kadınlara göre daha fazla farkında olmaktadır. Dijital göçmenler de mahremiyetlerini

dijital yerlilerden daha az ifşa etmektedir. Ayrıca dijital göçmenler dijital yerlilere göre gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin daha fazla farkında olmaktadır. Nosko ve arkadaşları (2010) da Facebook’la ilgili yapmış oldukları araştırmada, bireylerin yaşları arttıkça paylaşılan kişisel bilgilerin azaldığını ortaya çıkarmıştır. Fogel ve Nehmad (2009) ise yaptıkları araştırmada, kadınların mahremiyetlerini erkeklere göre daha fazla önemsedikleri ve kişisel bilgilerini daha az paylaştıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Hayatının büyük bölümünü kırdan geçiren insanlar, hayatının çoğunu kentte geçiren insanlara göre gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin daha fazla farkında olmaktadır. Bunun yanında üniversite, yüksek lisans ve doktora düzeyindeki eğitim seviyesine sahip kişiler, lise düzeyindeki eğitim seviyesine sahip kişilere göre mahremiyetlerini daha az ifşa etmektedirler. Ayrıca üniversite ve üstü eğitim seviyesindeki kişiler lise seviyesindekilere nazaran gözetlendiklerinin ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin daha fazla farkında olmaktadır. Çalışan kişiler ise öğrencilere göre mahremiyetlerini daha az ifşa etmekte iken, gözetimin ve mahremiyetin ihlalinin daha fazla farkında olmaktadır.

Katılımcıların mahremiyet eğilimleri bölge temelinde incelendiğinde ise, Ege bölgesindeki kişiler mahremiyetlerini en çok ifşa edenler olmaktadır. Fakat yine Ege bölgesindeki kişiler diğer bölgelerdekilere göre devlet ve ticari şirketler tarafından gözetlendiklerinin daha fazla farkında olmaktadır. Mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin en çok farkında olan bölge ise Doğu Anadolu olmaktadır.

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre; “Facebook kullanıcılarının sosyo-demografik özelliklerinin bu ortamı kullanım yoğunlukları üzerinden kişilerin mahremiyet algıları üzerine etkisi vardır” hipotezi doğrulanmaktadır.

KAYNAKÇA

TÜRKÇE KAYNAKLAR

Acılar, A., Mersin, S. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ile Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 14, Sayı: 54, s. 103-114.

Ak, H. (2013). Büyük Birader ve Gözetim Devleti. M. Balcı (Ed.). Genç Hukukçular Hukuk Okumaları Birikimler 4 (s. 381-389). İstanbul: Fakülteler Matbaası.

Aktaş, C. (2012). Hızlı Yanıt Veren Kod Aracılığıyla Geleneksel Gazete ile Yeni Medyanın Yakınsaması. Yeditepe Üniversitesi Global Media Journal, Sayı: 3, No: 5, s. 1-18.

Alpar, R. (2010). Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik. Ankara: Detay Yayıncılık.

Altan, H. Z. (2011). Yeni Medyada Eşcinsel Mahremiyet ve Toplumsal Okunuşları: Türk Sineması Örneği. H. Köse (Ed.). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 225-246). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Altunay, A. (2012). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya: Görüntü Yüzeyi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 27, s. 35-43.

Arık, E. (2013a). Sıradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri. İletişim ve Diplomasi Dergisi, Sayı: 1, s. 97-112.

Arık, E. (2013b). Sosyal Medyada Mahremiyet Görünümleri. A. Büyükaslan ve M. Kırık (Ed.). Sosyalleşen Birey, Sosyal Medya Araştırmaları 1 (s. 103-132). Konya: Çizgi Kitapbevi Yayınları.

Armağan, A. (2013). Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları: Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma. Akademik Bakış Dergisi, Sayı: 37, s. 1-20.

- Aslan, C. (2011). Türkiye’de Özel Alanın İfşası ve Mağduriyet Halleri: “Deniz Baykal” Örneği. H. Köse (Ed.). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 84-125). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Assange, J., Appelbaum, J., Maguhn, A. M., Zimmermann, J. (2013). Şifrepunk ‘Özgürlük ve İnternetin Geleceği Üzerine Bir Tartışma’. İstanbul: Metis Yayınları.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2011). Yapısal Kimlikten Seçimlik Kimliğe; Kimliğin Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt: 8, Sayı 2, s. 359-370.
- Aytekin, Ç. (2012). Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği. D. Yengin (Ed.). Yeni Medya ve... (s. 102-122). İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Bakıroğlu, C. T. (2013). Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları. Antalya Akademik Bilişim Konferansı.
- Balle, F., Eymery, G. (1995). Yeni Medyalar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bauman, Z. (2012). Küreselleşme - Toplumsal Sonuçları. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., Lyon, D. (2013). Akışkan Gözetim. İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Bentham, J. (2008). Panoptikon ya da Gözetim-Evi. B. Çoban - Z. Özarslan (Ed.). Panoptikon: Gözün İktidarı (s. 9-75). İstanbul: Su Yayınları.
- Bilgiç, H. G., Duman, D., Seferoğlu, S. S. (2011). Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim içi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri. Akademik Bilişim Dergisi, Sayı: 2, No: 4, s. 1-7.
- Birsen, H. (2013). Değişim Aracı Olarak Yeni Medya. M. C. Öztürk (Ed.). Dijital İletişim ve Yeni Medya (s. 29-49). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bostancı, M. (2015). Sosyal Medya ve Siyaset. Konya: Palet Yayınları.

Bulunmaz, B. (2013). Postmodern dünyanın Gerçeküstü Mekanları: Sosyal Paylaşım Siteleri. C. Bilgili ve G. Şener (Ed.). Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-1: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler (s. 13-38). İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.

Büyükbaykal, G. (2003). İletişim ve İletişim Sürecinin Yaşamımızdaki Yeri. İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 16, s. 185-191.

Castells, M. (2013). İsyan ve Umut Ağları - İnternet Çağında Toplumsal Hareketler. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Colomina, B. (2011). Mahremiyet ve Kamusalılık - Kitle İletişim Araçları Olarak Modern Mimari. İstanbul: Metis Yayınları.

Crowley, D., Heyer, P. (2011). İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çakır, M. (2015). İnternette gösteri ve Gözetim: Eleştirel Bir Okuma. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme - Güvenilirlik - Geçerlilik. TAF Preventive Medicine Bulletin, Sayı: 11, No: 3, s. 339-344.

Çetin, M., Özgiden, H. (2013). Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Sayı: 2, No: 3, s. 172-189.

Çetinkaya, H. (2011). Beden İdeolojisi Olarak Mahrem. H. Köse (Ed.). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 23-60). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Çoban, B. (2014). Sosyal Medya Devrimi. İstanbul: Su Yayınevi.

Çoban, B. (2014). Yeni Panoptikon Gözün İktidarı ve Facebook. B. Çoban (Ed.). Sosyal Medya Devrimi (s. 303-318). İstanbul: Su Yayınevi.

Dağtaş, E. (2014). Kamusal Alan ve Medya - Münevver Karabulut Cinayetinin Basındaki Yansımaları. Ankara: Ütopya Yayınevi.

- Dilmen, E., Öğüt, E. (2010). Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları. İkinci Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiriler Kitabı, s. 237-242.
- Dolgun, U. (2004). Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Dergisi, Sayı: 1, s. 55-74.
- Dolgun, U. (2005a). İşte Büyük Birader. İstanbul: Hayykitap.
- Dolgun, U. (2005b). Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna: 21. Yüzyılda Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri. Ankara: Ekin Kitabevi.
- Dolgun, U. (2008). Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu: Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri. Ankara: Ötüken Neşriyat.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., Ulusu, Y. ve Kılıç, B. (2010). “facebook’tayız” Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Erdal, C. (2013). Sosyal Medya ve ‘Paylaşım Kültürü’. C. Bilgili ve G. Şener (Ed.). Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-2: Kültür, Kimlik, Siyaset (s. 55-65). İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- Ersevim, İ. (2012). Freud ve Psikanalizin Temel İlkeleri. İstanbul: Özgür Yayınları.
- Foucault, M. (1992). Hapishanenin Doğuşu. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Gemalmaz, M. S. (2010). Ulusalüstü İnsan Hakları Hukuku Belgeleri, C. I-II. İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Geray, H. (2002). İletişim ve Teknoloji - Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Giddens, A. (2008). Ulus Devlet ve Şiddet. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Giddens, A. (2010). Mahremiyetin Dönüşümü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Göker, G., Demir, M., Doğan, A. (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. E-Journal of New World Sciences Academy, Sayı: 5, No: 2, s. 183-206.
- Gölbaşı, Ş. (2011). Mahpus Toplum: Panoptikon'dan Biyolojik Gözetime. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Sayı: 66, No: 2, s. 235-246.
- Gözler, K. (2010). Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Güven, S. K. (2006). Elektronik Gözetim Aracı Olarak İnternet. Ankara TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi XI. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri, s. 5-14.
- Güven, S. K. (2011). Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti. H. Köse (Ed.). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 173-198). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İlkiz, F. (2007). Özel Hayatın Gizliliğinin İhlali. <http://bianet.org/bianet/bianet/98197-ozel-hayatin-gizliliginin-ihlali>, Erişim Tarihi: 05.10.2015.
- İspir, B. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi. M. C. Öztürk (Ed.). Dijital İletişim ve Yeni Medya (s. 2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Jarvis, J. (2012). E-Sosyal Toplum: Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi. İstanbul: Mediat Kitapları.
- Kabir, S. (2014). Sanal Röntgencilik ve Facebook'ta Bireyselliğin Kullanımı. B. Çoban (Ed.). Sosyal Medya Devrimi (s. 290-302). İstanbul: Su Yayınevi.
- Kaplan, F. N. (2013). Televizyon ve Sanal Dünyada Üretilen Kadın Kimliğine Eleştirel Bir Yaklaşım. C. Bilgili ve G. Şener (Ed.). Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-2: Kültür, Kimlik, Siyaset (s. 155-164). İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- Karahisar, T. (2012). Özel Hayatın Gizliliği ve İnternette İşlenen Suçlar. M. Yağbasan ve G. Ç. Süme (Ed.). Fırat Üniversitesi Medya ve Etik Sempozyumu -Medya-Kültür İlişkisinde Etik- (s. 599-606). Ankara: Karınca Ajans Yayıncılık Matbaacılık.

Karakaya, A. (2014). Yeni İletişim Ortamları ile Sömürgeciliğin Dönüşümü: Gözetim Olgusu ve Bireylerin Farkındalık ve Teslimiyetleri Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Türkiye.

Karakehya, H. (2009). Gözetim ve Suçla Mücadele: Gözetimin Tarihsel Gelişimi ile Yakın Dönemde Gerçekleştirilen Hukuki Düzenleme ve Uygulamalar Bağlamında Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Sayı: 58, s. 319-357.

Kaya, A. R. (1985). Kitle İletişim Sistemleri. Ankara: Teori Yayınları.

Kaya, H. (2015). Sosyal Medyada Kimlik Oluşumu. <https://prezi.com/lng-xxjvfc26/sosyal-medyada-kimlik-olusumu/>, Erişim Tarihi: 30.01.2016.

Kazaz, M. (2007). Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Spor Basını. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 4, s. 220-229.

Kete, N. (2011). Yoksulluk, Mahremiyet ve Ölüm İlişkisini Medya Üzerinden Okumak. H. Köse (Ed.). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 61-83). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kılıçoğlu, A. (1982). Şeref Haysiyet ve Özel Yaşama Basın Yoluyla Saldırılarından Hukuksal Sorumluluk. Ankara: Çağ Matbaası.

Köse, H. (2011). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kuşay, Y. (2013). Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık, Facebook Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Lyon, D. (1997). Elektronik Göz, Gözetim Toplumunun Yükselişi. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Lyon, D. (2006). Günlük Hayatı Kontrol Etmek: Gözetlenen Toplum. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Lyon, D. (2013). Gözetim Çalışmaları. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Niedzwiecki, H. (2010). Dikizleme Günlüğü. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

Onat, N. (2013). Kamusal Alan ve Sınırları: Hannah Arendt ve Jürgen Habermas'ın Yaklaşımları. İstanbul: Durak İstanbul.

Önür, N. (2002). Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum. Ankara: Alp Yayınları.

Önür, N. (2007). Dijital bölünme ve Gençlik: Bilgi Toplumunun Sınırlarında Erişilen Toplumsallık. Sosyoloji Dergisi Ülgen Oskay'a Armağan Özel Sayısı (Hakemsiz), s. 195-233.

Öz, P. T. (2012). Yeni Medya ve Temel Pratikleriyle Yeni Türk Sineması. D. Yengin (Ed.). Yeni Medya ve... (363-382). İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Özbek, C. (2014). Sosyal Medya ve Kimlik Arayışları. <http://akademikperspektif.com/2014/05/14/sosyal-medya-ve-kimlik-arayislari/>, Erişim Tarihi: 10.02.2016.

Özarslan, Z. (2008). Gözün İktidarı: Elektronik Gözetim Sistemleri. B. Çoban ve Z. Özarslan (Ed.). Panoptikon: Gözün İktidarı (s.139-153). İstanbul: Su Yayınları.

Öztekin, H., Öztekin A. (2010). Modernleşme – Mahremiyet İlişkisi ve Siber Mekanda Mahremiyetin Aleniye Dönüşmesi. E-Journal of New World Sciences Academy, Sayı: 5, No: 4, s. 526-540.

Öztürk, S. (2011). En Eski ve En Yeni İletişim Medyası: İnsan. Praksis, Sayı: 24, s. 115-132.

Öztürk, S. (2013). Filmlerle Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 36, s. 132-151.

Rigel, N., Batuş, G., Yücedoğan, G., Çoban, B. (2005). Kadife Karanlık - 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar. İstanbul: Su Yayınevi.

RTÜK, (2006). Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri (Rapor). Ankara: RTÜK.

Sanlav, Ü. (2014). Sosyal Medya Savaşları. İstanbul: Hayat Yayınları.

Saykozof (2014). Birbirini Pekiştiren Kavramlar: Panoptikon ve Sinoptikon <http://saykozof.blogspot.com.tr/2014/06/birbirini-pekistiren-kavramlar.html>, Erişim Tarihi: 05.10.2.15.

Sennett, R. (2010). Kamusal İnsanın Çöküşü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sırabaşı, V. (2007). İnternet ve Radyo - Televizyon Aracılığıyla Kişilik haklarına Tecavüz (İnternet Hukuku). Ankara: Adalet Yayınevi.

Sütçü, C. S. (2012). Sosyal Medyaya Girmeden Önce Bilinmesi Gerekenler. D. Yengin (Ed.). Yeni Medya ve... (s. 74-89). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Şen, E. (1996). Devlet ve Kitle İletişim Araçları Karşısında Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması. İstanbul: Kazancı Kitap.

Şener, G. (2013). Sosyal Ağlarda Mahremiyet ve Yeni Mahremiyet Stratejileri. Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa, Kocaeli Üniversitesi I. Ulusal Kongresi (s. 396-405).

Şentürk, Ü. (2008). Modern Kontrol: Tüketim. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 32, No: 2, s. 221-239.

Tahralı, F. O. (2013). Toplumsal Özgürleşme ve İnternet. Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa, Kocaeli Üniversitesi I. Ulusal Kongresi (s. 219-229).

Tanılır, M. N. (2002). İnternet Suçları ve Bireysel Mahremiyet. Ankara: Liberte Yayınları.

Toktaş, S. A., Binark, M., Dikmen, E. Ş., Fidaner, I. B., Küzeci, E., Özaygen, A. (2012). Türkiye’de Dijital Gözetim T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınevi.

Tonta, Y. (2009). Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği. Türk Kütüphaneciliği, Sayı: 23, No: 4, s. 742-768.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “görülüyorum öyleyse varım!”. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Tuncer, A., S., Özata, F., Z., Akar, E., Öztürk, M., C. (2013). Sosyal Medya. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Turan, E. A. (2013). Yeni Medya Kullanımının ve İçeriklerinin Konvansiyonel Medya İçerikleri Üzerindeki Etkileri. Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa, Kocaeli Üniversitesi I. Ulusal Kongresi (s. 283-291).

TÜİK (2010). Türkiye’de İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması’na (İBBS) Göre Sınıflandırılmış Bölgeler.
<https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSatirListeAction.do?seviye=3&turAdi=+5.+C+o%C3%83%C2%84%C3%82%C2%9Frafı+S%C3%83%C2%84%C3%82%C2%B1n%C3%83%C2%84%C3%82%C2%B1flamalar&surumId=250&turId=7&detay=H&page=1>, Erişim Tarihi: 05.08.2015.

TÜİK (2014a). İl, Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Nüfus.
https://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwj3i9Cz9aHKAhUJkCwKHaZ7DtkQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.tuik.gov.tr%2FPreIstatistikTablo.do%3Fistab_id%3D945&usg=AFQjCNGpTvuWYt-c5U818wC3Z0gwQb02gg&bvm=bv.111396085,d.bGg, Erişim Tarihi: 06.08.2015.

TÜİK (2014b). İBBS-Düzey 2 Bölgeler, Yaş Grubu Ve Cinsiyete Göre Nüfus.
<http://rapory.tuik.gov.tr/11-01-2016-16:10:49-174749963120843546681235775418.pdf>, Erişim Tarihi: 06.08.2015.

Tümurtürkan, M. (2010). Gündelik Hayatın Gözetimi: “Panoptikon Toplumu”. ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar, Sayı: 3, No: 2, s. 1-19.

Uğurlu, Ö. (2011). Postmodern Pazarlama Stratejisi olarak Dönüşen Mahremiyet “Fulya’nın İntikamı” Viral Kampanyası Örneği. H. Köse (Ed.). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 247-263). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Uyanık, F. (2013). Sosyal Medya: Kurgusallık ve Mahremiyet. Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa, Kocaeli Üniversitesi I. Ulusal Kongresi (s. 367-382).

Uzkurt, C., Torlak, Ö. (2005). Müşteri Mahremiyeti ve Müşterilerin Mahremiyet İlgisini Ölçmeye Yönelik Bir Uygulama. Yönetim, Sayı: 51, s. 13-24.

Varol, A. (2010). Bilgi Toplumunda Kamusal Alan. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 4, s. 121-129.

Vural, S. (1994). Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri. Ankara: Öz Işık Matbaacılık.

Yavuz, H. (2001). Özel Hayat’tan Küreselleşme’ye. İstanbul: Boyut Kitapları.

Yengin, D. (2012). Yeni Medyaya Eleştirel Bakış. D. Yengin (Ed.). Yeni Medya ve... (s. 123-133). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Yerlikaya, İ. (2004). İnternet Gazeteciliği ve Geri Besleme. M. Işık (Ed.). Medyada Yeni Yaklaşımlar (s. 17-34). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Yıldız, A. K. (2012). Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi. Bilgi Dünyası, Sayı: 13, No: 2, s. 529-542.

Yıldız, S. (2007). Suçta Araç Olarak İnternetin Teknik ve Hukuki Yönden İncelenmesi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Yılmaz, S. (2011). Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir ve Her Mahremiyet İhlalinin Bir Haber Değeri Vardır. H. Köse (Ed.). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 129-148). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Yüksel, M. (2003). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Sayı: 58, No:1, s. 181-213.

Zengin, M. O., Zengin, İ. (2015). Facebook'ta Güvenlik Davranışı ve Mahremiyet Kaygısı: İstanbul'da Yaşayan Kullanıcılara İlişkin Bir Araştırma. Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 6, s. 1-41.

Zeybek, I. (2012). İnternet Mucizesi Olarak Yaşam Alanı Bulan Sanal Benliklerin Önlenemez Yükselişi! D. Yengin (Ed.). Yeni Medya ve... (s. 276-290). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

YABANCI KAYNAKLAR

Afsahi, A. (2014). Social Networking Dilemmas for Psychologists: Privacy, Professionalism, Boundary Issues, and Policies. Antioch University, Psychology, Doctorate Thesis, America.

Aim, O. (2008). La série télévisée comme machine à voir Éléments pour une analyse de l'optique sérielle. <http://entrelacs.revues.org/260?lang=en>, Access Date: 04.05.2014.

Altman, I. (1975). The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, Crowding. California: Brooks/Cole Publishing Company.

Altman, I. (1977). Privacy Regulation: Culturally Universal or Culturally Specific? Journal of Social Issues, Vol: 33, No: 3, p. 66-84.

Barnes, S. B. (2006). A Privacy Paradox: Social Networking in the United States. First Monday, Vol: 9, No: 4, p. 1-12.

Barrett, D. (2013). One Surveillance Camera for Every 11 People in Britain, Says CCTV Survey. <http://www.telegraph.co.uk/technology/10172298/One-surveillance-camera-for-every-11-people-in-Britain-says-CCTV-survey.html>, Access Date: 06.05.2015.

Bennett, C. J., Haggerty, K. D., Lyon, D., Steeves, V. (2014). Transparent Lives Surveillance in Canada. Edmonton: Athabasca University Press.

Berne, I. (2013). The Face without Man on Human Identities in Postmodern Era and on the Metamorphoses of the Subject. European Academic Research, Vol: 1, p. 81-98.

- Best, K. (2010). Living in the Control Society: Surveillance, Users and Digital Screen Technologies. *International Journal of Cultural Studies*, Vol: 13, No: 1, p. 5-24.
- Bowcott, O., Ackerman, S. (2014). Mass Internet Surveillance Threatens International Law, un Report Claims. <http://www.theguardian.com/world/2014/oct/15/internet-surveillance-report-edward-snowden-leaks>, Access Date: 16.01.2016.
- Bunnell, N. (2015). Oscillating from a Distance: A Study of Metamodernism In Theory and Practice. *Undergraduate Journal of Humanistic Studies*, Vol: 1, p. 1-8.
- Burgoon, J. K. (1982) Privacy and Communication. M. Burgoon (Ed.). *Communication Yearbook 6* (p. 206-249). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Carruth, K. A. (2011). Predictors of College Students' Attitudes Towards Privacy on Social Networks. Texas State University, Honors Thesis, America.
- CASR (2013). Report on Privacy Awareness Survey Facebook Users. Hong Kong Baptist University, Centre for the Advancement of Social Sciences Research, China.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Centre for the Advancement of Social Science Research (CASR) (2013). Report on Privacy Awareness Survey Facebook Users. Hong Kong Baptist University.
- Chai, S., Bagci-Sen, S., Morrell, C., Rao, H. R., Upadhyaya, S. J. (2009). Internet and Online Information Privacy: An Exploratory Study of Preteens and Early Teens. *IEEE Transactions on Professional Communication*, Vol: 52, No: 2, p. 167-182.
- Ciastellardi, M., Almeida, C. M., Scolari, C. A. (2011). McLuhan Galaxy Conference Understanding Media, Today. https://www.academia.edu/7226972/Conference_Proceedings_-_McLuhan_Galaxy_Conference_2011_Understanding_Media_Today_Barcelona_23-25_May, Access Date: 18.03.2015.

Christensen, N. A. (2008). Human Bonds with Public Wildland Places: Segmenting Communities to Inform Natural Resource Management. https://books.google.com.tr/books?id=gmj99AAviVEC&pg=PA6&lpg=PA6&dq=Human+Bonds+with+Public+Wildland+Places:+Segm&source=bl&ots=u7oUbQ4rf2&sig=fzxOkrTDaHw_ByZZHUXYt1g_Fxk&hl=tr&sa=X&ei=NAthVf_UGZP5arj_gJgl&ved=0CDQQ6AEwAg#v=onepage&q=Human%20Bonds%20with%20Public%20Wildland%20Places%3A%20Segm&f=false, Access Date: 04.05.2015.

Cross, M. (2011). Bloggerati, Twitterati: How Blogs and Twitter Are Transforming Popular Culture. Santa Barbara, Denver, Oxford: Praeger.

Debatin, B. (2011). Ethics, Privacy, and Self-Restraint in Social Networking. S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web (p. 47-60). New York: Springer.

Dijk, V. D. (2006). The Network Society. London: Sage Publication.

Dillard, T. E. (2011). Privacy and Security Implications of Undergraduate Students Using Facebook: A Quantitative Examination. Capella University, Philosophy, Doctorate Thesis, America.

Dinev, T., Hart, P., Mullen, M. R. (2008). Internet Privacy Concerns and Beliefs about Government Surveillance - An Empirical Investigation. Journal of Strategic Information Systems, Vol: 17, p. 214-233.

Discovery, (2015). Naked and Afraid. <http://www.discovery.com/tv-shows/naked-and-afraid/>, Access Date: 01.09.2015.

Emarketer (2012). Total Worldwide Social Network Ad Revenues Continue Strong Growth. <http://www.emarketer.com/Article/Total-Worldwide-Social-Network-Ad-Revenues-Continue-Strong-Growth/1008862>, Access Date: 18.02.2015.

Firkins, S. (2015). Curvism: Beyond Postmodernism. <http://www.curvism.com/beyond-postmodernism-written/>, Access Date: 25.08.2015.

Fischer-Hübner, S. (1998). Privacy and Security at Risk in the Global Information Society. *Information, Communication & Society*, Vol: 1, No: 4, p. 420-441.

Fischer-Hübner, S. (2001). *IT-Security and Privacy - Design and Use of Privacy-Enhancing Security Mechanisms*. New York: Springer-Verlag.

Flaherty, D. H. (1989). *Protecting Privacy in Surveillance Societies: The Federal Republic of Germany, Sweden, France, Canada, and The United States*. Chapel and London: University of North Carolina Press.

Fogel, J., Nehmad, E. (2009). Internet Social Network Communities: Risk Taking, Trust, and Privacy Concerns. *Computers in Human Behavior*, Vol: 25, No: 1, p. 153-160.

Fuchs, C. (2011). An Alternative View of Privacy on Facebook. *Information*, Vol: 2, p. 140-165.

Fuchs, C. (2012). Implications of Deep Packet Inspection (DPI) Internet Surveillance for Society. *The Privacy & Security Research Paper Series*.

Gilbert, N. (2007). *Dilemmas of Privacy and Surveillance: Challenges of Technological Change*. London: The Royal Academy of Engineering.

Goettke, R., Christiana, J. (2007). Privacy and Online Social Networking Websites. *Computer Science 199r: Special Topics in Computer Science Computation and Society: Privacy and Technology*. <http://www.eecs.harvard.edu/cs199r/fp/RichJoe.pdf>, Access Date: 12.03.2014.

Gross, R., Acquisti, A. (2005). Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook Case). Pre-proceedings Version. *ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society (WPES)*, p. 71-80.

Holvast, J. (1993). Vulnerability and Privacy: Are We on the Way to a Risk-Free Society? In the Proceedings of the IFIP-WG9.2 Conference, North-Holland.

Hoy, M. G., Milne, G. (2010). Gender Differences in Privacy Related Measures for Young Adult Facebook Users. *Journal of Interactive Advertising*, Vol: 10, No: 2, p. 28-45.

Internet Live Stats (2016). Internet and Facebook Users in the World. <http://www.internetlivestats.com/>, Access Date: 11.02.2016.

Internet World Stats (2015). Internet Stats and Facebook Usage in Europe November 2015 Statistics. <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>, Access Date: 20.01.2016.

Johnson, M. L. (2012). Toward Usable Access Control for End-users: A Case Study of Facebook Privacy Settings. Columbia University, Philosophy, Doctorate Thesis, America.

Joinson, A. N., Houghton, D. J., Vasalou, A., Marder, B. L. (2011). Digital Crowding: Privacy, Self-Disclosure, and Technology. S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web* (p. 33-45). New York: Springer.

Kemp, S. (2015). Digital, Social, and Mobile in Apac 2015: We are Social & IAB Singapore's Compendium of Asia-Pacific Digital Statistics. <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>, Access Date: 18.09.2015.

Kirby, A. (2009). *Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. London: The Continuum International Publishing Group.

Kumaraguru, P., Sachdeva, N. (2012). *Privacy in India: Attitudes and Awareness V 2.0*. Indraprastha Institute of Information Technology, India.

Lyon, D. (2014). Surveillance and the Eye of God. *Studies in Christian Ethics*, Vol: 27, No: 1, p.21-32.

Margulis, S. T. (2011). Three Theories of Privacy: An Overview. S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web* (p. 9-17). New York: Springer.

Marx, G. T. (1985). The Surveillance Society: The Threat of 1984-style Techniques. *The Futurist*, Vol: 6, p. 6-21.

Mulady, L. (2010). Digimodernism; the Future is Now! http://pure.au.dk/portal/files/13871/Final_Paper_for_Upload.pdf, Access Date: 13.03.2015.

Newell, P. B. (1995). Perspectives on Privacy. *Journal of Environmental Psychology*, Vol: 15, p. 87-104.

Nosko, A., Wood, E., Molema, S. (2010). All About Me: Disclosure in Online Social Networking Profiles: The Case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, Vol: 26, No: 3, p. 406-418.

Oz, M. (2014). Changes in Use and Perception of Privacy: Exploring Facebook Users' Privacy Concerns and Awareness of Privacy Implications. *Journal of Yasar University*, Vol: 3, No: 35, p. 6099-6260.

Papacharissi, Z., Gibson, P. L. (2011). Fifteen Minutes of Privacy: Privacy, Sociality, and Publicity on Social Network Sites. S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web* (p. 75-89). New York: Springer.

Pedersen, D. M. (1997). Psychological Function of Privacy. *Journal of Environmental Psychology*, Vol: 17, p. 147-156.

Perugini, V. (1996). Anytime, Anywhere: The Social Impact of Emerging Communication Technology. *IEEE Transactions on Professional Communication*, Vol: 39, No: 1, p. 4-16.

Petronio, S. (2010). Communication Privacy Management Theory: What Do We Know About Family Privacy Regulation? *Journal of Family Theory & Review*, Vol: 2, p. 175-196.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon MCB University Press*, Vol: 9, No: 5, p. 1-6.

Rheingold, H. (1994). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: Harper Perennial.

Rogers, E. M. (1986). *Communications Technology: The New Media in the Society*. New York: Free Press.

Rosen, J. (2004). *The Naked Crowd: Reclaiming Security and Freedom in an Anxious Age*. New York : Random House.

Rosenberg, R. (2004). *The Social Impact of Computers*. San Diego: Academic Press.

Rtl (2015). Adam Zkt. Eva. <http://www.rtl.nl/adam-zkt-eva/#!/>, Access Date: 03.09.2015.

Saccani, R., Valentini, N. C. (2011). Infant Motor Scale of Alberta: validation for a population of Southern Brazil. *Revista Paulista de Pediatria*, Vol: 29, No: 2, p. 231-238.

Santrac, A. S. (2009). Beyond Postmodernism Are We aware of the New World-View? *European Theology Teacher's Conference*, <http://www.aleksandarsantrac.com/docs/Beyond%20Postmodernism.pdf>, Access Date: 10.12.2014.

Schermer, B. W. (2009). *Surveillance and Privacy in the Ubiquitous Network Society*. *Amsterdam Law Forum*, Vol: 1, No: 4, p. 63-76.

Schoeman, F. D. (1992). *Privacy and Social Freedom*. New York: Cambridge University Press.

Scoglio, S. (1998). *Transforming privacy: a Transpersonal Philosophy of Rights*. London: Praeger.

Shumaker, L. (2014). Google's Nest to buy Dropcam for \$555 million. <http://uk.reuters.com/article/2014/06/21/uk-google-nest-dropcam-idUKKBN0EW02C20140621>, Access Date: 23.06.2014.

Smith, W. P., Kidder D. L. (2010). You've been tagged! (Then again, maybe not): Employers and Facebook. *Business Horizons*, Vol: 53, p. 491-499.

Solove, D. (2006). Digital Person and the Future of Privacy. J. S. Katherine and S. R. Daniela (Ed.). *Privacy and Technologies of Identity: a Cross-Disciplinary Conversation* (p. 3-13). New York: Springer.

Solove, D. (2008). *Understanding Privacy*. Cambridge: Harvard University Press.

Stalder, F. (2002). Opinion. Privacy is not the Antidote to Surveillance. *Surveillance & Society*, Vol: 1, No: 1, p. 120-124.

Steeves, V. (2009). Reclaiming the Social Value of Privacy. I. Kerr, V. Steeves, C. Lucock (Ed.). *Lessons from the Identity Trail: Anonymity, Privacy and Identity in a Networked Society* (p. 191-208). Oxford: Oxford University Press.

Stoddart, E. (2014). (In)visibility Before Privacy: A Theological Ethics of Surveillance as Social Sorting. *Studies in Christian Ethics*, Vol: 27, No: 1, p. 33-49.

Sydney (2009). Latour's Oligopticon and Foucault's Panopticon. <https://thingtheory2009.wordpress.com/2009/04/15/latours-oligopticon-and-foucaults-panopticon/>, Access Date: 14.05.2015.

Taddicken, M., Jers C. (2011). The Uses of Privacy Online: Trading a Loss of Privacy for Social Web Gratifications? S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web* (p. 143-156). New York: Springer.

Tavani, H. T. (2007). Philosophical Theories of Privacy: Implications for an Adequate online Privacy Policy. *Metaphilosophy*, Vol: 38, No: 1, p. 1-22.

Teffer, P. (2015). Belgium Tells Facebook to Stop Using Tracking Cookies. <https://euobserver.com/digital/131029>, Access Date: 27.11.2015.

Trepte, S., Reinecke, L. (2011). The Social Web as a Shelter for Privacy and Authentic Living. S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). *Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web* (p. 61-73). New York: Springer.

Tribe, L. H. (1991). The Constitution in Cyberspace: Law and Liberty Beyond the Electronic Frontier. Keynote Address at the First Conference on Computers, Freedom and Privacy.

Tufekci, Z. (2008). Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites. *Bulletin of Science, Technology & Society*, Vol: 28, No: 1, p. 20-36.

VH1 (2015). Dating Naked. <http://www.vh1.com/shows/dating-naked/>, Access Date: 01.09.2015.

Wearesocial (2014). Global Digital Statistics 2014, We are Social's Snapshot of Key Digital Indicators. <http://wearesocial.net/blog/2014/01/social-digital-mobile-worldwide-2014/>, Access Date: 18.09.2015.

West, A., Levis, J., Currie, P. (2009). Students' Facebook 'Friends': Public and Private Spheres. *Journal of Youth Studies*, Vol: 12, No: 6, p. 615-627.

Westin, A. F. (1967). *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum.

Whittle, S., Cooper, G. (2009). *Privacy, Probity and Public Interest*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Yong, L. S. (2011). The Awareness of Invasion of Privacy on Social Networking Site among Youth in Malaysia: A Case Study of Facebook. A Research Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Bachelor of Communication (Hons) Public Relations, Tunku Abdul Rahman University, Faculty of Art and Social Science, Kuala Lumpur.

Zhang, Y. (2014). A Cross-Site Study of User Behavior And Privacy Perception in Social Networks. Purdue University, Science, Master Thesis, America.

Zhao, X. (2012). Why We Disclose Differently: How Social Networking Site Affordances Affect Privacy Concerns And Disclosure Practices in Cross-Cultural Contexts. Purdue University, Arts, Master Thesis, America.

Zilles, M. (2011). Online Social Networks in Germany: Privacy Behavior and Concern. Texas Woman's University, School of Management College of Art and Sciences, Master Thesis, America.



ÖZGEÇMİŞ

Sefer Kalaman, 1985 yılında Adana’da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Adana’da tamamladı. 2003 yılında başladığı Hacettepe Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Radyo Televizyon Programcılığı ön lisans programından 2005 yılında mezun oldu. Aynı yıl Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümünde lisans eğitime başladı. 2008 yılında lisans eğitimini başarıyla tamamladıktan sonra fakülteden bölüm ikinciliği derecesi ile mezun oldu. Aynı yıl yine Selçuk Üniversitesi’nde yüksek lisans eğitime başladı. 2010 yılında Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde araştırma görevlisi olarak göreve başladı. 2011 yılında “İnternette Özel Hayatın Gizliliğinin İhlal Edilmesi: Facebook” başlıklı yüksek lisans teziyle yüksek lisans eğitimini tamamladı. Halen Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde araştırma görevlisi olarak görev yapmaktadır.

AKADEMİK ÇALIŞMALAR

MAKALE

-Uluslararası-

Önür, N., Kalaman, S., Çoban, O. (2015). The Practices of Football Referees Traditional and Social Media Usage in the Process of Developing Their Professional Refereeing Knowledge. International Peer-Reviewed E-Journal of Communication Sciences, Vol 2, No 2, p. 392-410.

-Ulusal-

Hakemli Dergilerdeki Makale

Kalaman, S., Bat, M. (2014). Toplumsal Cinsiyet Açısından Axe Basın İlanlarının Göstergebilimsel Analizi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sayı 16 (Özel Sayı 1), s. 128-136.

Diğer Dergilerdeki Makale

Kalaman, S. (2013). Türk Sinemasında Kabadayı Stereotipi: Kabadayı Filmi Örneği. Sinemarmara, Marmara Medya Merkezi Sinema Dergisi, Sayı 2, s. 62-67.

KİTAP

Kalaman, S. (2013). Özel Hayatın Gizliliği, Kitle İletişim Araçları ve Yasal Düzenlemeler. N. Ankaralıgil (Ed.). Medya ve İletişim Politikaları - Güncel Tartışmalar, Düzenlemeler (155-192). İzmir: Tıbyan Yayıncılık.

BİLDİRİ

-Uluslararası-

Uluç, G., Süslü, B., Kalaman, S. (2015). Virtual Games and Disappearing Bodies. Social Sciences and Humanities International Symposium. International Journal of Arts and Sciences, Barcelona.

Önür, N., Kalaman, S., Çoban, O. (2015). Profesyonel Hakemlik Bilgi Birikimi Geliştirme Sürecinde Futbol Hakemlerinin Geleneksel ve Sosyal Medya Kullanım Pratikleri. ULEAD 4. Uluslararası Spor Bilimleri Araştırma Kongresi, Çanakkale.

-Ulusal-

Kalaman, S. (2013). Facebook ve Özel Hayatın Gizliliği: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Medya ve Mahremiyetin Sınırları Ulusal Sempozyumu. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Erzurum.

Kalaman, S., Bat, M. (2013). Toplumsal Cinsiyet Açısından Axe Basın İlanlarının Göstergebilimsel Analizi. Önleyici Güvenlik Araştırmaları Sempozyumu. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.

PANEL, SEMPOZYUM GİBİ ETKİNLİKLER

Kalaman, S. (2015). İstanbul Boğaz Fotoğrafı. 3. Uluslararası İletişim Öğrencileri Sempozyumu Karma Fotoğraf Sergisi. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, İzmir.

Kalaman, S. (2015). İletişim ve Yeni Medya. İletişim ve Yeni Medya Konulu Söyleşi. ÇEP Ticaret Meslek Lisesi, Adana.

ÖZET

Tarihsel ve kültürel olarak çeşitli anlamlara gelen ve tartışmaya açık bir kavram olan mahremiyet, ‘yalnız kalma hakkı’ndan ‘toplumsal ilişkilerin sınırlı koşullarına ilişkin müzakere etme kapasitesi’ ve ‘bireyin hakkındaki bilgilere erişimi denetleme hakkı’na kadar birçok anlam içermektedir.

İnsan haklarının vazgeçilmez bir parçası olan mahremiyet hakkı, teknolojik gelişmeler ve yeni iletişim araçlarının insan hayatına entegre olmasıyla birlikte farklı şekillerde ve daha önce hiç olmadığı kadar çok sayıda ihlal edilmektedir. Söz konusu iletişim araçları içerisinde özellikle yaygınlığı ve etki alanı göz önüne alındığında internet, bu ihlale zemin hazırlayan en önemli ortam konumunda olmaktadır. Zaman ve mekan mefhumunu ortadan kaldıran ve dünyayı küçük bir bilgisayar ekranına ya da telefona sığdıran bu sanal ortam bireye sınırsız bir özgürlük vaadi vermiştir. Birey ise, bu özgürlük illüzyonuna kapılarak kendisine dair ne varsa hiç sorgulamadan bu sanal ortama aktarmıştır. Ev adresini, telefonunu, ailesini, kimlik bilgilerini, kimi zaman en mahrem anılarını, evinin içini hatta yatak odasını dahi bu sanal ortamda hem diğer bireylerin hem de devlet ve ticari şirketlerin gözetimine açmıştır.

Gerek dijimodern çağın getirmiş olduğu teknolojik imkanlar, gerek toplum yapısında yaşanan tefessüh, gerek devletin ve ticari şirketlerin toplumu gözetim altına alma eylemleri, gerekse de insanların her zamankinden daha çok görülme ve görme arzusu, mahremiyetin belki de asla telafisi olmayacak şekilde dönüşmesine ve yitirilmesine neden olmuştur.

Bu çalışmada, Türkiye’de yaşayan insanların, yeni medyanın hayatlarına girmesiyle mahremiyet anlayışlarında bir değişimin yaşanıp yaşanmadığını ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda yüz yüze anket yöntemiyle Kasım 2015 - Ocak 2016 tarihleri arasında anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışmasının evrenini Türkiye’de yaşayan 15 yaş ve üzerindeki yaklaşık 53 milyon kişi (30 milyon Facebook kullanıcısı) oluşturmaktadır. Tabakalı örnek yöntemi ile seçilen 15 yaş ve üzerindeki 5000 Facebook kullanıcısı ise çalışmanın örneklemini teşkil etmektedir. Çalışmanın analiz kısmında, katılımcıların mahrem bilgilerini ne oranda paylaştıkları, devlet ve özel

şirketler tarafından izlendiklerinin ne oranda farkında oldukları ve mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin bilincinde olup olmadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların demografik özellikleri ile mahremiyetlerini paylaşmaları farklı değişkenler temelinde karşılaştırılmış ve anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet, Yeni Medya, Dijimodernizm, Gözetim, Facebook.

ABSTRACT

Privacy that means various meaning as historically and culturally and is a disputable concept, has a lot of meanings as “The right to be alone”, “Negotiating capacity for the limited conditions of social relations” and “Individual's right to control access to information about himself”.

Right to privacy, which is an indispensable part of human rights, is violated different ways and numerous with technological developments and new communication tools are integrated human life. Especially when considering the prevalence and domain, Internet is the most important media pave the way for his violation in this mass communication. This virtual environment that eliminates concept of time and space and puts the world into a small computer screen or smart phone, gave the promise unlimited freedom to individual. Individual also, is deceived by freedom illusion and he transfer his informations in this virtual environment without query. Individual has led to surveillance his home address, telephone number, family, identity information, private moments, inside of home and bedroom to other individuals, government and commercial companies.

Technological opportunities that have brought the dijimodern era, deterioration in the social structure, government and commercial companies spy society and being and watch of people have caused transformation and loss of privacy.

In this study, It is aimed to find out a change in the privacy of understanding with new media whether is being experienced or not experienced life of Turkish people. So, It was polled by survey method in November 2015- January 2016. Population of

survey's study is 53 million people (30 million Facebook users) aged 15 and over in living Turkey. Sample of study is 5000 Facebook users aged 15 and over which are selected by stratified sample method. In the part of analysis of study was found participants share at what rate private information, they were aware of surveillance at what rate by government and commercial companies and whether they are aware of a violation of privacy. Furthermore, It was compared privacy sharing and demographic characteristics of the participants on the basis of different variables and It was came up with significant differences.

Keywords: Privacy, New Media, Digimodernism, Surveillance, Facebook.

Ek 1: Anket**FACEBOOK VE MAHREMİYETİN DÖNÜŞÜMÜ**

Değerli Katılımcı,

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Doktora Programı'nda Prof. Dr. Nimet Önür'ün danışmanlığında yürütülen bu araştırma, katılımcıların Facebook'taki mahremiyet algılarını tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Anketi doldururken vereceğiniz doğru ve samimi cevaplar, çalışmanın daha güvenilir olmasını ve analizde daha doğru sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Vereceğiniz cevaplar kesinlikle saklı kalacak ve başka hiçbir amaç için kullanılmayacaktır.

Vakit ayırdığınız ve bilimsel çalışmaya katkı sağladığınız için teşekkür ederim.

Arş. Gör. Sefer KALAMAN**S.1. Facebook kullanıyor musunuz?**

1. Evet 2. Hayır → (Anketi sonlandırınız)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
S.2. Facebook'a kişisel bilgilerimin (ad, doğum tarihi, memleket, eğitim durumu, meslek vb.) çoğunu koyuyorum.	1	2	3	4	5
S.3. Facebook'ta, bazen eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşıyorum.	1	2	3	4	5
S.4. Facebook'ta bazen yeni insanlarla tanışıp arkadaş oluyorum.	1	2	3	4	5
S.5. Bazen denizde ya da havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları Facebook'a koymakta sakınca görmüyorum.	1	2	3	4	5
S.6. Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları ya da videoları Facebook'a koyuyorum.	1	2	3	4	5
S.7. Önemli anlarıma (düğün, mezuniyet, hastalık, doğum vb.) ait olan fotoğrafları, videoları ya da yazıları Facebook'ta paylaşıyorum.	1	2	3	4	5
S.8. Facebook'taki kişisel bilgileri (doğum tarihi, yaşadığın yer vb.) ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.9. Facebook'ta gizlilik ayarlarımı yaptığım zaman arkadaşlarımdan haricinde kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.10. Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından Facebook aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.11. Facebook'taki bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanamayacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.12. Ticari şirketlerin Facebook'taki bilgileri benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.13. Facebook'un arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.14. Facebook'taki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.15. Facebook tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla Facebook'a fotoğraf, video ve yazı yüklüyorum.	1	2	3	4	5
S.16. Facebook'un benim mahrem hayatım için bir tehlike olmadığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
S.17. Facebook'un benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5

Facebook ve Gizlilik

S.18. Facebook profilinizde hangi bilgilerinize yer veriyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

- | | | | |
|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------------------|
| 1. Gerçek adınız | 2. Doğum tarihiniz | 3. Yaşadığınız yer | 4. Eğitim durumunuz |
| 5. İlişki durumunuz | 6. Yaptığınız iş | 7. Memleketiniz | 8. Aile ve/veya akrabalarınız |

S.19. Facebook'a kayıt olurken kullanım şartlarını ve gizlilik politikasını okudunuz mu?

1. Evet 2. Hayır 3. Hatırlamıyorum

S.20. Facebook hesabınızdaki gizlilik ayarlarını dikkatlice ve eksiksiz olarak yaptığınızı düşünüyor musunuz?

1. Evet 2. Hayır

S.21. "Facebook Reklamları" kısmındaki reklam ayarlarını yaptınız mı?

1. Evet 2. Hayır

S.22. Arkadaşlarınızın Facebook'ta sizi etiketlediği gönderiler sizin onayınıza sunulmadan direkt olarak zaman tünelinizde mi görülüyor?

1. Evet 2. Hayır

İnternet ve Facebook Kullanımı

S.23. İnterneti günde ortalama kaç saat kullanıyorsunuz?

1. 1 saatten az 2. 1-3 saat 3. 4-6 saat 4. 7-9 saat 5. 9 saatten fazla

S.24. İnternete cep telefonundan bağlanıyor musunuz?

1. Evet 2. Hayır

S.25. İnterneti **en çok** hangi amaç için kullanıyorsunuz? (Sadece bir şık işaretleyiniz)

1. Sosyal paylaşım ağlarına (Facebook, Instagram vb.) girmek 2. Araştırma yapmak ve bilgi edinmek
3. İnternette gezinmek 4. Oyun oynamak 5. Diğer (ise belirtiniz.....)

S.26. Kaç tane sosyal paylaşım ağını (Facebook, Instagram vb.) aktif olarak kullanıyorsunuz?

1. 1 2. 2 3. 3 4. 4 5. 4'ten fazla

S.27. Facebook'a haftada kaç gün giriyorsunuz?

1. 1 gün 2. 2-3 gün 3. 4 gün 4. 5-6 gün 5. Her gün

S.28. Facebook'u günde ortalama kaç saat kullanıyorsunuz?

1. 1 saatten az 2. 1-3 saat 3. 4-6 saat 4. 7-9 saat 5. 9 saatten fazla

S.29. Facebook'u **en çok** hangi amaç için kullanıyorsunuz? (Sadece bir şık işaretleyiniz)

1. Fotoğraf, video ve yazı paylaşmak 2. Arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek 3. Gündemi Takip etmek
4. Arkadaşlarımla iletişim kurmak 5. Diğer (ise belirtiniz.....)

S.30. Facebook'ta kaç kişiyle arkadaşsınız?

1. 100'den az 2. 100-200 kişi 3. 201-300 kişi 4. 301-400 kişi 5. 400'den fazla

Demografik Özellikler

S.31. Cinsiyetiniz

1. Kadın 2. Erkek

S.32. Yaşınız

1. 15-19 2. 20-24 3. 25-29 4. 30-34 5. 35-39 6. 40-44 7. 45-49
8. 50-54 9. 55-59 10. 60-64 11. 65 +

S.33. Eğitim durumunuz

1. Okur yazar değil 2. Okur yazar 3. İlköğretim 4. Lise 5. Üniversite 6. Yüksek Lisans-Doktora

S.34. Hayatınızı büyük oranda hangi yerleşim yerinde geçirdiniz

1. Kır 2. Kent

S.35. Ne iş yapıyorsunuz

1. Ücretli çalışan 2. Kendi hesabına çalışan 3. Emekli 4. Çiftçi 5. Ücretsiz çalışan (aile üyesi)
6. İşveren 7. Ev kadını 8. İşsiz 9. Öğrenci 10. İş göremez - engelli

S.36. Aylık toplam geliriniz (kira, burs, maaş vd.)

1. 0-500 TL 2. 501-1000 TL 3. 1001-1500 TL 4. 1501-2000 TL 5. 2001-3000 TL 6. 3001-5000 TL 7. 5001 TL +

S.37. Şu anda yaşamakta olduğunuz il

Ek 2: Facebook, Mahremiyet ve Gözetim Genel Tablo

Değişken	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	*Ortalama	**Puan
Facebook'a kişisel bilgilerimin çoğunu koyuyorum.	7,3 %	13,6 %	8,4 %	44,1 %	26,6 %	3,7	73,9
Facebook'ta, bazen eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşıyorum.	28,5 %	24,9 %	12,7 %	23,9 %	10,0 %	2,6	52,4
Facebook'ta bazen yeni insanlarla tanışıp arkadaş oluyorum.	27,8 %	22,5 %	14,4 %	24,4 %	10,9 %	2,7	53,6
Bazen denizde ya da havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları Facebook'a koymakta sakınca görmüyorum.	37,9 %	19,1 %	14,8 %	18,5 %	9,6 %	2,4	48,6
Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları ya da videoları Facebook'a koyuyorum.	22,6 %	18,4 %	15,0 %	33,3 %	10,8 %	2,9	58,3
Önemli anlarıma ait olan fotoğrafları, videoları ya da yazıları Facebook'ta paylaşıyorum.	11,1 %	14,8 %	13,9 %	40,2 %	19,9 %	3,4	68,6
Facebook'taki kişisel bilgileri ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.	15,7 %	18,9 %	21,4 %	25,8 %	18,2 %	3,1	62,4
Facebook'ta gizlilik ayarlarını yaptığım zaman arkadaşlarımdan haricinde kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum.	14,0 %	16,6 %	21,0 %	29,4 %	19,0 %	3,2	64,5
Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından Facebook aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum.	17,4 %	15,3 %	23,1 %	25,9 %	18,3 %	3,1	62,4
Facebook'taki bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanamayacağını düşünüyorum.	23,5 %	19,0 %	26,4 %	18,6 %	12,5 %	2,8	55,5
Ticari şirketlerin Facebook'taki bilgileri benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.	21,1 %	19,7 %	24,0 %	24,5 %	10,8 %	2,8	56,8
Facebook'un arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.	14,2 %	18,4 %	27,3 %	28,5 %	11,6 %	3,0	61,0
Facebook'taki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.	17,3 %	20,6 %	25,1 %	25,5 %	11,5 %	2,9	58,7
Facebook tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla Facebook'a fotoğraf, video ve yazı yüklüyorum.	19,7 %	22,2 %	29,9 %	19,4 %	8,8 %	2,8	55,1
Facebook'un benim mahrem hayatım için bir tehlike olmadığını düşünüyorum.	20,2 %	19,6 %	27,6 %	24,2 %	8,4 %	2,8	56,2
Facebook'un benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.	21,3 %	22,0 %	30,3 %	17,7 %	8,7 %	2,7	54,1
Ortalama						2,9	58,9

* 5'lik Sistem

** 100'lük Sistem