

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYAL YAPI SOSYAL DEĞİŞME BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MAHREMİYETİN DÖNÜŞÜMÜ VE
CİNSELLİĞİN YENİ YÜZÜ OLARAK SOSYAL
MEDYA

Mahbube GÜNDOĞAN

2501190939

TEZ DANIŞMANI

Dr. Uğur DOLGUN

İSTANBUL – 2023

ÖZ

MAHREMİYETİN DÖNÜŞÜMÜ VE CİNSELLİĞİN YENİ YÜZÜ

OLARAK SOSYAL MEDYA

MAHBUBE GÜNDOĞAN

Bu tezin amacı; teknolojinin ve beraberinde ürettiği sosyal medya araçlarının gelişmesiyle dönüşüme uğradığı iddia edilen mahremiyet bilincini, bunun kamusal ve özel alan etrafındaki etkisini incelemek ve cinselliğin sosyal medya araçlarında mahremiyetin dönüşümünü tetikleyen araçlardan biri olduğunu ortaya koymaktır. Bu kapsamda karma yöntem deseni türlerinden gömülü desen tercih edilmiştir. Tezde veriler sıralı olarak toplanmıştır. Öncelikli olarak nicel veriler “Mahremiyet Bilinci Ölçeği”, “Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeği” ve demografik bilgiler 491 kişi ile gerçekleştirilen çalışma sonucunda elde edilmiştir. Sonrasında amaçlı seçim yapılarak nicel örneklem içerisinde yer alan 19 katılımcı ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği sonucu nitel veriler elde edilmiştir. SPSS programı ile yapılan nicel veri analizi sonucunda kişilerin mahremiyet bilinçleri ile cinsiyet ve öğrenim durumu değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal medya hesaplarını gizli kullananlar ile açık kullananlar arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları ile cinsiyet değişkenleri arasında erkekler lehine, medeni duruma bağlı olarak katılımcılar arasında ise bekarlar lehine anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Ayrıca sosyal medyada zaman geçirmem diyenler ile sosyal medyada zaman geçiren kullanıcılar arasında sosyal medyada zaman geçiren kullanıcılar lehine farklılık çıkmıştır. Sosyal medya hesaplarının gizliliği değişkenine bağlı olarak katılımcıların görüşleri arasında gizli kullananlar lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Instagram kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları arasında kullanmıyorum diyenler ile takipçi sayısı fazla olanlar arasında, takipçi sayısı fazla olanlar lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Cinsellik, Mahremiyet, Sosyal Medya, Gözetim, Denetim

ABSTRACT

**THE TRANSFORMATION OF PRIVACY AND SOCIAL MEDIA
AS A NEW FACE OF SEXUALITY**

MAHBUBE GÜNDOĞAN

The aim of this thesis is to examine the awareness of privacy, which is claimed to have been transformed by the development of technology and the social media tools it produces, and its effect on the public and private spheres, and to reveal that sexuality is one of the tools that trigger the transformation of privacy in social media tools. In this context, the embedded design, which is one of the mixed method design types, was preferred. Data were collected sequentially in the thesis. Primarily, quantitative data were obtained from the "Privacy Awareness Scale", "Social Media Usage Motivation Scale" and demographic information as a result of the study conducted with 491 people. Afterwards, qualitative data were obtained as a result of semi-structured interview technique with 19 participants in the quantitative sample by making a purposeful selection. As a result of the quantitative data analysis made with the SPSS program, a significant difference emerged between the privacy awareness of the individuals and the variables of gender and educational status. In addition, there was a significant difference between those who use their social media accounts secretly and those who use them openly. There was a significant difference between the social media usage motivations of social media users and gender variables in favor of men, and between the participants depending on marital status in favor of singles. In addition, there was a difference between those who say they do not spend time on social media and those who spend time on social media in favor of users who spend time on social media. Depending on the confidentiality variable of social media accounts, there was a significant difference between the opinions of the participants in favor of those who used it secretly. There was a significant difference in the social media usage motivations of Instagram users between those who say they

don't use it and those who have a large number of followers, in favor of those with a large number of followers.

Keywords: Sexuality, Privacy, Social Media, Surveillance, Control



ÖNSÖZ

Tez çalışmamda hem lisansta hem yüksek lisansta bilgisini, ilgisini ve desteğini esirgemeyen, tecrübelerinden yararlandığım, konu seçimi yaparken ilgi alanlarımı göz önünde bulundurup bana yardımcı olan, tezimin araştırmasında ve oluşumunda çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren sayın hocam Dr. Öğr. Üyesi UĞUR DOLGUN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca ders dönemi boyunca bilgi birikimlerinden faydalandığım değerli hocalarım Prof. Dr. VEYSEL BOZKURT, Dr. Öğr. Üyesi FİLİZ BALOĞLU ve Doç. Dr. Edip Asaf BEKAROĞLU'na teşekkürü bir borç bilirim. Lisans eğitimim boyunca bana kazandırdıkları her şey için ayrıca İstanbul Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölümü hocalarımla hepsine teker teker teşekkürlerimi sunuyorum.

Değerli dostluklarının yanında tezimi yazmamda bana destek veren, eleştiri ve motivasyonlarını esirgemeyen Ceyda BOSTANCI, Meryem TOPRAK ve Özlem ALAGÖZOĞULLARI'na; kahve sponsorlarım Mehmet Akif, Hamit Can ve Mustafa'ya; ayrıca destekleri için Eslem ve Merve'ye sevgilerimi iletiyorum.

Haklarını asla ödeyemeyeceğim annem, kardeşlerim ve ailemin diğer değerli üyelerine sonsuz teşekkür ederim.

MAHBUBE GÜNDOĞAN

İSTANBUL, 2023.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT	iii
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MAHREMİYET

1.1 MAHREMİYETİN KAVRAMSAL VE KURAMSAL BOYUTU	5
1.1.1. <i>Mahremiyet Algısının Tarihçesi</i>	14
1.1.2. <i>Kamusal Alan-Özel Alan Bağlamında Mahremiyet</i>	16
1.1.3. <i>Mahremiyet Algısının Dönüşümü</i>	20
1.2. MAHREMİYET VE CİNSELLİK	26
1.2.1. <i>Cinselliğin Kuramsal Boyutu</i>	26
1.2.2. <i>Beden Sosyolojisi ve Cinsellik</i>	30
1.2.3. <i>Küreselleşme ve Cinsellik</i>	32
1.2.4. <i>Toplumsal Hareketler ve Cinsellik</i>	35
1.2.5. <i>Popüler Kültür ve Cinsellik</i>	40

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET VE CİNSELLİK

2.1. SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL KULLANIM ALANLARI	42
2.1.1. <i>Sosyal Medyanın Gelişimi</i>	44
2.1.2. <i>İnternetin ve Yeni Medya Araçlarının Ortaya Çıkışı</i>	50
2.1.3. <i>Sosyal Medya ile Kamusal Alanın Dönüşümü</i>	51
2.2. POPÜLER SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI.....	54
2.2.1. <i>Facebook</i>	54

2.2.2. Instagram	55
2.2.3. Twitter	56
2.2.4. Youtube.....	57
2.2.5. Tiktok.....	58
2.2.6. OnlyFans	58
2.3. SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET.....	59
2.4. SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET VE CİNSELLİK İLİŞKİSELLİĞİ	
61	

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET VE CİNSELLİK ALGISINA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

3.1 ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	65
3.1.1 Araştırmanın Modeli	65
3.1.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	69
3.1.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	74
3.1.4. Araştırmanın Varsayımları	74
3.1.5. Soru Formu ve Ölçüm Araçları.....	74
3.1.6. Güvenilirlik ve Geçerlilik.....	76
3.1.7. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler	77
3.1.8. Araştırmanın Hipotezleri	77
3.2. BULGULAR VE YORUM	79
3.2.1. NİCEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM.....	80
3.2.2. NİTEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM	96
SONUÇ.....	128
KAYNAKÇA	133
EKLER.....	148

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.1: Katılımcıların yaş oranları.....	81
Tablo 3.2: Katılımcıların cinsiyet oranları.....	81
Tablo 3.3: Katılımcıların eğitim durumu oranları.....	81
Tablo 3.4: Katılımcıların çalışma durumu oranları.....	82
Tablo 3.5: Katılımcıların aylık ücret oranları.....	82
Tablo 3.6: Katılımcıların medeni durum oranları.....	82
Tablo 3.7: Katılımcıların yaşadıkları şehir oranları.....	82
Tablo 3.8: Katılımcıların hayatlarının çoğunluğunu geçirdikleri yerleşim yeri oranları.....	82
Tablo 3.9: Nitel katılımcıların demografik bilgileri.....	84
Tablo 3.10: Mahremiyet bilinci ölçeği alt boyutları için güvenirlik analizi.....	87
Tablo 3.11: Sosyal medya kullanım motivasyonları ölçeği alt boyutları için güvenirlik analizi.....	88
Tablo 3.12: Katılımcıların sosyal medyada hesap kullanım süresi oranları.....	90
Tablo 3.13: Katılımcıların sosyal medyada zaman geçirme süresi oranları.....	90
Tablo 3.14: Katılımcıların hesap gizliliği oranları.....	90
Tablo 3.15: Katılımcıların Instagram takipçi sayısı oranları.....	91
Tablo 3.16: Katılımcıların sosyal medyada yaptıkları paylaşım oranları.....	91
Tablo 3.17: Katılımcıların mahremiyet bilinç düzeyleri.....	91
Tablo 3.18: Kruskal Wallis H testi sonuçları- yaş.....	92

Tablo 3.19: Mann Whitney U testi sonuçları- cinsiyet.....	92
Tablo 3.20: Kruskall Wallis H testi sonuçları- eğitim.....	93
Tablo 3.21: Pairwise comparisons test sonuçları.....	93
Tablo 3.22: Kruskall Wallis H testi sonuçları- çalışma durumu.....	94
Tablo 3.23: Kruskall Wallis H testi sonuçları- aylık toplam gelir.....	94
Tablo 3.24: Mann Whitney U testi sonuçları- medeni durum.....	95
Tablo 3.25: Kruskall Wallis H testi sonuçları- yerleşim yeri.....	95
Tablo 3.26: Katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçları oranı.....	96
Tablo 3.27: Kruskall Wallis H testi sonuçları- günde sosyal medyada geçirilen ortalama süre.....	96
Tablo 3.28: Mann Whitney U testi sonuçları- sosyal medya hesap gizliliği.....	97
Tablo 3.29: Kruskall Wallis H testi sonuçları- Instagram takipçi sayısı.....	97
Tablo 3.30: Katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonu düzeyleri.....	98
Tablo 3.31: Katılımcıların ölçeğin tamamı ve alt boyutlarına katılma düzeyleri.....	98
Tablo 3.32: Kruskall Wallis H testi sonuçları- yaş.....	99
Tablo 3.33: Mann Whitney U testi sonuçları- cinsiyet.....	99
Tablo 3.34: Kruskall Wallis H testi sonuçları- eğitim.....	100
Tablo 3.35: Kruskall Wallis H testi sonuçları- çalışma durumu.....	100
Tablo 3.36: Kruskall Wallis H testi sonuçları- aylık gelir.....	101
Tablo 3.37: Mann Whitney U testi sonuçları- medeni durum.....	101
Tablo 3.38: Kruskall Wallis H testi sonuçları- yerleşim yeri.....	102
Tablo 3.39: Katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçları oranı.....	102

Tablo 3.40: Kruskall Wallis H testi sonuçları- günde sosyal medyada geçirilen ortalama süre.....	103
Tablo 3.41: Pairwise comparisons testi sonuçları.....	104
Tablo 3.42: Mann Whitney U testi sonuçları- sosyal medya hesap gizliliği.....	104
Tablo 3.43: Kruskall Wallis H testi sonuçları- Instagram takipçi sayısı.....	105
Tablo 3.44: Pairwise comparisons testi sonuçları.....	105
Tablo 3.45: Correlation matrix.....	106
Tablo 3.46: Katılımcıların mahremiyet algısı ile ilgili görüşleri.....	108
Tablo 3.47: Katılımcıların sosyal medya kullanımı ile ilgili görüşleri.....	121
Tablo 3.48: Katılımcıların kamusal alan ve özel alan ile ilgili görüşleri.....	128
Tablo 3.49: Katılımcıların cinsellik algıları ile ilgili görüşleri.....	132

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AIDS	: Kazanılmış Bağışıklık Yetersizliği Sendromu
AKUT	: Arama Kurtarma Derneği
ARPANET	: Advanced Research Projects Authority Net
İHH	: İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Vakfı
HIV	: Human Immunodeficiency Virus
GPS	: Global Positioning System
GSM	: Global System for Mobile Communications
LGBT+	: Lezbiyen, gey, biseksüel, transseksüel +
LÖSEV	: Lösemili Çocuklar Sağlık ve Eğitim Vakfı
PR	: Public Relations
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TDK	: Türk Dil Kurumu

GİRİŞ

Modernleşme dönemi ve küreselleşme hareketiyle birlikte üretim modellerinin değişmesi ve kapasite artışı, tüketim toplumunun gelişmesinin temellerini atmıştır. Kentleşme ve bireyselleşmenin etkisiyle, tüketim toplumunun taleplerine uyum sağlayan bir tüketim kültürü ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, insanların tüketime ve önceden belirlenmiş kurallara dayalı bir yaşam tarzını kabul etmeleri beklenmiştir. Bu yaşam tarzının kapitalist üretimle birleşmesi ve sonrasında özellikle enformasyon ve internet teknolojilerindeki gelişmelerin yaşanması var olan kültürü de etkilemiştir. Bu etkilenme medya alanında da kendini göstererek teknolojinin getirdiği yeniliklerle birlikte kendine yeni özellikler ekleyebilen yeni medya araçlarını oluşturmaya başlamıştır.

Medyanın toplum üzerinde değiştirici ve dönüştürücü bir etkisi bulunmaktadır. Var olan bu etki, özellikle sosyal medya araçlarıyla birlikte yoğunlaşmış ve yeni medyanın şekillendirdiği bir kültürün ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Sosyal medya üzerinden görselliğin, haberleşmenin, iletişimin, iş ilişkilerinin ve alışveriş gibi etkinliklerin yapıldığı bu dijital kültür, bireylerin tüketim, gözetim ve denetimin birer nesnesi haline gelmesine yol açmıştır. Böylelikle sosyal medya kullanıcıları, sosyal medyanın hem üreticisi hem tüketicisi hem de gözetim toplumunu oluşturan kapsamı haline gelmiştir. Sosyal medya araçlarındaki bu bakma ve görmeden kaynaklı görülme ve gözetlenme de mahremiyet kavramını, özellikle de son zamanlarda mahremiyet kavramının yaşadığı dönüşümü öne çıkarmaktadır.

İnsanların özel yaşantılarına dair bilgilerin paylaşılması ve böylelikle diğer insanlarla etkileşime geçilebilmesi için sağlanan yeni medya platformlarının (sosyal medya araçları) mahremiyetin dönüşümüne katkı sağladığına dair birçok tartışma literatürde yer almaktadır. Sosyal medyanın cinsellikle ilgili paylaşımları artırmasının, mahremiyetin dönüşümüne sağladığı katkı birçok insanın cinsellikle ilgili konularda daha açık olmasını ve bu konularda daha fazla paylaşım yapmasını sağladığı düşünülmektedir.

Sosyal medya gibi kamusal alanlardaki cinsellikle ilgili paylaşımlar, geleneksel olarak özel alan olarak kabul edilen cinsel yaşamın ve cinsel kimliğin tartışılmasına ve ifade edilmesine olanak sağlayabilmektedir. Ancak bu durum, kamusal ve özel alanların birbirine karıştığı ve bazı insanların mahremiyetlerinin ihlal edilmesi gibi risklerin de oluşabileceği bir alan yaratabilmektedir. Örneğin, sosyal medya platformlarında paylaşılan cinsel içerikler, birçok insanın özel yaşamlarının kamusal bir şekilde sergilenmesine neden olabildiği gibi bu durum bazı insanların mahremiyetlerini ihlal edebilmekte ve özel alanlarına müdahale haline gelebilmektedir. Bu durum başkaları tarafından ihlal edilebilir olduğu gibi günümüzde bireylerin kendileri tarafından gönüllü bir şekilde de ihlale uğrayabilmektedir. Ayrıca, bu tür paylaşımların çocukların erişimine açık olması, onların özel alanlarının da ihlal edilmesine neden olabileceği için tehlike arz edebilmektedir. Bu da çocukların istismarına veya kötüye kullanımına neden olabilmektedir (Duygulu, 2019). Ayrıca, bazı insanlar sosyal medyayı, cinsellikle ilgili içeriklerin yayınlandığı bir yer olarak kullanarak, diğer insanları taciz etmek veya istismar etmek için kötü niyetli amaçlarla kullanabilmektedirler. Bu nedenle uzmanlara göre sosyal medya platformları, cinsel içerikleri kontrol etmek ve uygun olmayan içerikleri kaldırmak için gerekli önlemleri almak zorundadır. Örneğin, birçok platform, cinsel içeriklerin paylaşılmasını sınırlayan politikalar ve filtreleme mekanizmaları kullanmaktadır. Böylece, kullanıcılar kendi mahremiyetlerini koruyabilme özgürlüğüne kısmen sahip olabilmektedirler.

Sosyal medya cinsel içeriklerin yanı sıra cinsel ilişkiler, cinsel yönelimler ve cinsel sağlık gibi konularda da bilgi paylaşımına olanak sağlamaktadır. Örneğin birçok cinsel sağlık uzmanı ve terapisti, sosyal medya platformlarını kullanarak cinsel sağlık ve eğitim konularında bilgilendirici içerikler paylaşmaktadır. Ancak, sosyal medyanın cinsel içeriklerin yayılması ve tüketilmesine yönelik olumsuz etkileri de olabilmektedir. Özellikle gençler arasında cinsel içeriklerin aşırı tüketimi, cinsel kimlik ve benlik saygısı ile ilgili sorunlara neden olabilmektedir. Ayrıca, bazı durumlarda sosyal medyada paylaşılan cinsel içerikler, özellikle çocuklar ve gençler için zararlı olabilecek materyaller içerebilmektedir. Sonuç olarak, sosyal medya araçları ve cinsellik arasında bir ilişki kurmak mümkündür, ancak bu ilişki karmaşık

ve çeşitlidir. Bu yüzden sosyal medyanın cinsellik üzerindeki etkileri hakkında daha fazla araştırma yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Beden sosyolojisi de cinsellikle yakından ilişkili bir konudur. Beden sosyolojisi, insan bedeninin sosyal yapı ve kültürle etkileşimini incelemektedir. Bu bağlamda, cinsellik de insan bedeninin sosyal olarak şekillenmesi ve deneyimlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Cinsellik, toplumsal cinsiyet ve kültürel normlar tarafından yönlendirilmektedir. Hem toplumda hem de ilgili literatürlerde cinsellik, cinsel kimlik, cinsel yönelim ve cinsel davranışlar gibi birçok boyutta tartışılmaktadır. Bu tartışmalar, insanların bedenleri üzerindeki hakimiyetleri ve bedenlerinin toplumda nasıl görüldüğüne dair algıları da etkilemekte ve yeni tartışma alanları üretmektedir. Beden sosyolojisi, cinsellikle ilgili birçok konuyu ele alır.

Beden politikaları ise insanların bedenleri üzerindeki hakimiyetlerine ilişkin bir kavram olarak kabul edilmektedir. Cinsellik, beden politikalarının oluşumunda ve değişiminde de rol oynamaktadır. Örneğin, cinsel eğitim, cinsel sağlık hizmetleri ve cinsel yasalar, insanların bedenleri üzerindeki hakimiyetlerini ve kararlarını etkilemektedir. Sonuç olarak, beden sosyolojisi cinsellikle doğrudan ilişkilidir ve cinsellikle ilgili birçok konuyu ele almaktadır. Bu konular, insanların bedenleri üzerindeki algılarını, hakimiyetlerini ve toplumsal statülerini de etkilemektedir. Bu sebeple de sosyal medya araçları ve cinsellik arasında bir ilişki kurmak mümkündür. Sosyal medya, cinsel içeriklerin paylaşılmasına ve tüketilmesine yönelik birçok fırsat sunmaktadır. Örneğin, OnlyFans gibi platformlar, cinsel içeriklerin ücretli aboneliklerle paylaşılmasına olanak tanırken, TikTok ve Instagram gibi platformlar, bazı kullanıcıların cinsel içeriklerin paylaşılmasını teşvik ettiği iddialarıyla gündeme gelmiştir.

Sonuç olarak, kamusal alanlardaki cinsellikle ilgili paylaşımlar ve özel alan arasında karmaşık bir ilişki olduğundan bahsetmek mümkündür. Sosyal medya gibi kamusal alanlar, özel alanların tartışılması ve ifade edilmesi için bir araç sağlayabilir, ancak bu durum bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu sebeple bu tezin yazılma amacını oluşturan mahremiyetin dönüşümü ve bu dönüşümü tetikleyen

sosyal medya araçlarının cinsellik içeren platformlar haline dönüşmesi sorunsalı araştırılmak istenmektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM

MAHREMİYET

1.1 MAHREMİYETİN KAVRAMSAL VE KURAMSAL BOYUTU

Mahremiyet, bireylerin kişisel ve özel alanlarının korunmasına yönelik temel bir kavramdır. İnsanların düşüncelerini ifade etme, duygusal bağlar kurma ve özel yaşamlarını sürdürme özgürlüğünü içermektedir. Bu kavram, sadece bireysel düzeyde değil, aynı zamanda toplumsal, hukuksal ve etik boyutlarıyla da ele alınmaktadır.

Mahremiyetin kavramsal ve kuramsal boyutları, geniş bir perspektif sunar. Bu boyutlar, mahremiyetin tarihsel kökenlerini, kültürel ve sosyal bağlamlarını, felsefi ve etik temellerini, toplumsal yapıdaki rolünü ve teknolojik ilerlemelerin mahremiyet üzerindeki etkilerini içermektedir. Mahremiyet, insan hakları, özerklik, onur, gizlilik, izinsiz müdahaleye karşı korunma gibi kavramlarla bağlantılı olarak kabul edilmektedir. Bu bölüm, mahremiyetin kavramsal ve kuramsal boyutlarına odaklanarak, bu konudaki temel düşünceleri ve tartışmaları ele almayı planlamaktadır. Mahremiyetin nasıl tanımlandığı, farklı disiplinlerde nasıl ele alındığı ve toplumsal değişimlerin mahremiyet anlayışını nasıl etkilediği gibi konular üzerinde durulacaktır. Ayrıca, mahremiyetin bireysel özgürlükler, insan ilişkileri, teknoloji kullanımı ve kamusal alan/özel alan gibi tartışmalarla olan ilişkisine değinilecektir.

Mahrem kelimesi Arapça kökenlidir ve yasak anlamına gelen haram kelimesinden gelmektedir. İngilizce’de **privacy** sözcüğünün karşılığı olarak mahremiyet ise “kişisel, gizlilik, kişisel dokunulmazlık” gibi tanımlamalara karşılık gelmektedir. Kavramın Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde yapılan tanımına bakıldığında kısaca “1- Mahremlik, nikâh düşmeme özelliği. 2- Mahremlik, yasaklık. 3-Gizlilik.” olarak tanımlandığı görülmektedir (TDK, 2014). Dini bir kavram olarak ise mahremiyet, Allah’ın haram kıldığı, yasakladığı şeyler; mahrem ise evlenilmesi ebedi olarak haram olan kişiler olarak tanımlanmaktadır (Diyanet, 2014).

Mahremiyet kavramı ilk kez Amerikalı yargıç Brandeis tarafından “*insanların yalnız kalma hakkı*” ve “*özgür insanlar tarafından en değer verilen hak*” olarak tanımlanmıştır (Bitiren, 2013). Brandeis, mahremiyet kavramını tanımlarken birey olmanın bir gerekliliği olarak özgürlük kavramına da vurgu yapmıştır. Mahremiyet, Göle'nin (2011, s. 20) kelimeleriyle mahremiyet ise “*gizliliğe, aile hayatına, kadının sahasına, yabancının bakışlarına yasaklanan şeye ilişkin*” olarak tanımlanmaktadır.

Mahremiyet, 16. ve 17. yüzyıl aydınlanma felsefesi ve modern bilimin yanı sıra sosyo-kültürel, ekonomik ve politik gelişmelerin de etkisiyle kişisel gerçekliğin ön plana çıkardığı bir kavram olarak kabul edilmektedir (Yılmaz, 2012, s. 249). Mahremiyet kavramı felsefe ve hukukta tartışmalı bir kavramdır ve bu kavramlara yüklenen anlamlar zaman içinde toplumlar ve kültürler arasında da değişiklik göstermektedir. İnternetin, özellikle sosyal medyanın bireyler tarafından yaygınlaşmasıyla birlikte mahremiyet kavramı çokça tartışılan bir kavram olmuştur ve olmaya da devam etmektedir. Ancak Z Kuşağı olarak bilinen yeni nesil, sosyal medyayı sık kullanmaları nedeniyle özellikle mahremiyet tartışmalarına girmektedir (Tombul, 2018, s. 131).

Mahremiyetin, gelenekselliğin hakim olduğu toplumlarda daha büyük önem taşıyan bir kavram olarak yer almaktayken, modernleşme sürecine girilmesiyle birlikte bir dönüşüm yaşadığı gözlemlenmiştir (Giddens, 2010). Toplamların modern yaşama geçiş yapmasıyla birlikte bu dönüşümler mahremiyetin kavramsal tanımlamalarında da meydana gelmeye başlamıştır. Fakat mahremiyet üzerine yapılan kavramsal tartışmalar özellikle modern dönemdeki mahremiyet algısı üzerindeki değişimlere odaklanmaktadır. Toplumlarda yaşanan gelişmelerle birlikte oluşan değişimler kişileri etkileyip değiştirmenin yanında çeşitli kavramlarda da etki ve değişime sebep olabilmektedirler (Giddens, 2010). Bu sebeple de mahremiyet üzerine çokça tartışılan bir kavramdır. Kültürel farklılıklar, yaş, cinsiyet gibi etkenler mahremiyete olan bakış açısını değiştirebilmektedir. Bu yüzden mahremiyet toplumuna, kültürüne ve dönemine göre farklılık göstermektedir.

Modernizmle birlikte mahremiyet, yok edilmesi muhtemel bir tehlike olarak ele alınmaya ve değişen yaşam şekillerine göre biçimlendirilmeye başlanmıştır (Karagülle, 2015). Modern ncesi geleneksel toplumlarda özel ve kamusal alan ayrımı keskin bir biçimde belirgin değilken, özel mülkiyet ve mekan gibi kavramların ön plana çıkması ile mahremiyet kavramı yeni anlamlar kazanmıştır. Modern ağda mahremiyet dönüşmüş ve yeniden biçimlenmiştir. Modern dönem ile mahremiyet bir hak sayılmış ve bireyselliğin sınırları çizilmiştir. Bireysellikte beden ve mahremiyet doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla ıplaklık, cinsellik gibi bedensel mahremiyetler bireysellik kapsamı içine girmektedir (Duerr, 1999). Tüm bu ilişkiye bakıldığında örtünme ihtiyacının ısınma gibi temel bir dürtünün dışında toplumsal olarak modern sonrası dönüşen mahremiyet olgusu ile topluma kazanıldığı da görülebilmektedir.

Mahremiyet duygusu ile modern toplumlarda bireyselleşme önce çıkmış ve mekanlar bu doğrultuda yeniden düzenlenmiştir. Mahremiyet dönüşümü ile mekan kabataslak ev içi de diyebileceğimiz özel alan ve kamusal alan olarak ayrılmıştır. “*Kamusal alan insan yaratımıdır; özel alan ise insanlık durumudur*” (Sennett, 2013, s.138). Dolayısıyla kamusal alanda belli sınırlılıklar hakim hale gelirken, özel alana ait olanlar ise mahrem olan aile, aşk, cinselliktir. Modern toplum her ne kadar özel ve kamusal alanı birbirinden ayırsa da mahremiyete ait özel farklı birçok yöntemle gözetlenmektedir.

Mahremiyet kavramının mühim noktalarından biri de bireylerin toplumsal yaşantı içerisindeki sosyal statülerinin ve kişisel bilgilerinin korunmasıdır. Buradaki en önemli detay kişisel bilgilerin kimlerle paylaşılacağına bireylerin kendi iradeleri ile karar verebilmeleridir. Çünkü zel hayat bir şeyleri gizli tutma işteğinden ziyade bireylerin kendi imkan ve iradeleri ile hareket edebilme özgürlüklerinin korunmasıdır (Westin, 1970, s. 52-62; aktaran, Yüksel, 2003).

Mahrem, soyut bir kavramdır ve kişisel alanı tanımlamak için kullanılır. Bu kişisel alan içerisinde kimlerle etkileşim kuracağımıza ve ne düzeyde değiş tokuşlar gerekleştireceğimize kendimiz karar veririz. Mahremiyet ve kişisel bilgilerin korunması özel hayatın korunmasına işaret etmektedir. İnternet hem profesyonel hem

de kişisel yaşamlarımızın içine etkin bir giriş sağladığı için kişisel bilgilerin korunması ve dolaylı olarak da mahremiyet kavramı köklü değişikliklere uğramıştır (Zeldin, 2010). Çünkü internet, akıllı telefonlar ve sosyal medya araçları hayatımıza girene kadar günlük yaşantımız bu kadar deşifre edilmemektedir.

İzleme, eskiden olası tehditler üzerinde kontrol sağlayabilmek için yetkilerin kimlere verilebileceği durumu ile sınırlandırılmışken günümüzde kişisel verilerin şirketler tarafından işlenebilmesi için bireylere hangi imkanların tanınacağı ile ilgilidir. Bu noktada özel hayatın ve dolaylı olarak mahremiyetin sürekli bir baskı altında olduğu söylenebilir. Bu noktada dikizleme kültürü kavramı ortaya çıkmaktadır. Niedzwiecki (2019)'a göre, insanları dikizleme kültürünün bir parçası haline getiren iki temel sebep bulunmaktadır. İlk olarak, bir ruhun başka bir ruha ulaşma ve hayatın anlamını paylaşma çabası olarak açıklanmaktadır. İnsanlar, başkalarıyla aynı ilgi alanlarını paylaşma ve deneyimlerini diğerleriyle paylaşma arzusuyla hareket etmektedir. İkincisi, popüler kültürün bize enjekte ettiği ilgi çekme ve farkına varılma arzusu olarak belirtilmektedir. Hepimizin ilgi çekici olma, tavsiyelerde bulunma, dertlerimizi paylaşma, kafa dağıtma, eşlik etme ve eğlendirme potansiyeli vardır. Bu nedenle, hepimizin hayatı izlemeye değer görülmektedir. Başka bir deyişle bu anlayışa göre, hepimizin hayatı değerlidir ve izlenmeye değerdir. Niedzwiecki'ye göre dikizleme kültürü, insanlığını yitirmiş bir toplumun sorununa sunulan çarpık bir çözüm olarak ifade edilmektedir. İnsanlar, kendilerini izlenir kıldıklarında başkalarının hakkında yorum yapmasını sağlayarak, bireyselliklerinin farkına varmaktadırlar. Niedzwiecki, dikizlenerek, ne kadar özel ve farklı olduğumuzu başkalarına göstermek isteğimizin olduğunu söylemektedir. Bu açıdan bakıldığında, dikizleme kültürü, teknoloji çağını yaşayan bir toplumda doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır denilebilmektedir. Çünkü sürekli tüketme, sürekli bir gösteri yapma eğilimleri, kendimizi gizleme ihtiyacını karşılayamayan bir toplumda ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda, bu durumun ortaya çıkardığı tepkilere de tanık olmaktadır. Niedzwiecki dikizleme kültürünü, 21. yüzyılın teknoloji toplumunda eğlence veya kişisel gösteri olarak adlandırmaktadır. İnsanlar, bedenleri ve ruhlarıyla sürekli olarak sergilenmektedir. Bu durum, toplumları izleyen bir büyük kalabalığa dönüştürmektedir. İnternetin sunduğu yeni imkanlar, hayatımızı kamuya

açmak için yeni fırsatlar sunmaktadır. Böylece, daha fazla görölmek ve görmek isteme arzusuyla dikizlemeye devam etmekteyiz.

Özel kavramının devlet dışındaki ilkesel kabulü başarılı bir demokrasi için temel koşul olarak görülürken aynı zamanda bireylerin özgürlüğe dair görüşlerini ve şemalarını ortaya koymaya yardımcı olmaktadır. Demokratik yaşam içerisinde bireylerin kendi özel alanları üzerinde kontrole sahip olmaları toplum içerisinde aktif ve yetkin bir vatandaş olabilmelerini mümkün kılan temel etmenlerdendir. Günümüzde çoğu kesim bireylerin özel ve kamusal alanlara ihtiyaç duyduğunu kabul etmektedir. Bu bağlamda özel hayatın ve kişisel alanların öneminin anlaşılması için merkezi yönetimin sağlandığı totaliter devlet düzenlerine bakılması gerekmektedir. Çünkü totaliter devletlerdeki toplumu bir arada tutma ve bütünleştirme isteği kişisel alanları oldukça sınırlandırmaktadır (Lokke, 2020).

Akışkan Gözetim kitabında Bauman (2016)'a göre kişiler mahremiyetlerini kendi rızalarıyla katletmektedir. Sunulan harikalar karşılığında insanlar, ödenecek bir bedel olarak mahremiyet kaybına rıza göstermektedir. Bauman, izlenme ve görölmenin tehdit olmaktan ziyade cezbedici özelliklerinin ön plana çıktığını belirtmektedir.

Fotoğraflarda paylaşılan görseller günümüzde sıklıkla mahremiyet sınırlarının belirsizleştiği bir alan oluşturmaktadır. Bu durumda Bauman (2016) ortaya belirsizlik, güvensizlik ve emniyetsizlik kavramlarının ortaya çıkabileceğinden bahsetmektedir. Bauman bu durumu, modernleşme ve küreselleşmeyle birlikte insanların kendilerini yağmur altında bulduklarını, sığınmaya çalıştıkları limanların başlarına yıkıldığını, altına girmek istedikleri şemsiyelerin yırtıldığını ve üzerinde durdukları toprakların ayaklarının altından kaymaya başladığı şekliyle ifade etmektedir. Bauman, dünya meselelerinin artık belirsiz ve kuralsız bir hale gelmesinin nedenini bu durumda bulmaktadır. Bu sebeple, küreselleşen toplumları tanımlamak için güvensizlik, belirsizlik ve emniyetsizlik olarak ifade ettiği üç kavramı kullanmaktadır. Ayrıca, küreselleşme fikrinin en derin anlamını da bu belirsiz, ele avuca sığmaz ve kendi başına hareket eden doğaya sahip olarak, artık bir

merkez, bir kontrol masası, bir yönetim kurulu veya bir idari büro bulunmaması olarak açıklamaktadır.

Bauman, mahremiyetin geçirdiği dönüşüm için bize sunulan harikulade şeylere karşı ödediğimiz makul bir bedel olarak rıza gösterdiğimizi söylemektedir. Mahremiyetin dönüşümüyle birlikte özel hayatımızın gizliliğiyle ilgili haklarımızı kendi rızamızla kendi irademizin kıymına teslim ettiğimizi ifade etmektedir. Artık her şey uluorta yapılmaktadır. Bauman'a göre anonimliğin bu ulu ortalıkla erozyona uğraması, artık her anımızda ve her yerimizde olan sosyal medya araçlarıyla, cep telefonu kameralarıyla, verilerin ücretsiz ve kolayca saklanabilmesinde ve ayrıca en önemlisi olarak bireylerin algılarındaki kamusal ve özel alanla ilgili fikirlerde yaşanan değişimin ürünü olarak ifade edilmektedir (Bauman ve Lyon, Akışkan Gözetim, 2016, s. 36). Bauman, mahremiyetin bireylerin kendi rızalarıyla yaşadığı dönüşümü özellikle post-modernizm sonrası tüketici toplumunda hem metaları tüketen kişiler olmamız hem de kendimizin birer meta ve dolayısıyla tüketim nesnesi olması ile kendimiz için talep yaratmaya mecbur olduğumuzdan kaynaklandığını söylemektedir (s. 40).

Bauman bu gönüllü gözetim için milyonlarca Facebook kullanıcısının kimlik bilgilerini, düşünceleri ve hisleri gibi normalde erişilmesi imkansız unsurlarını kamusal alana açıkça sererek birbirleriyle yarıştıklarını söylemektedir. Asıl önemli olan nokta bunun bireylerce gönüllü olarak yapılmasıdır (s. 76).

David Lyon da Bauman'la paralel bir şekilde modernliğin ortaya koymuş olduğu unsurlarla birlikte mahremiyetin bize geldiğinde çoktan öldüğünü varsaydıklarını söylemektedir. Ayrıca, akışkan modernlik çağında var olan kitlesel gözetim ve özel hayatın kamusal alana sergilenmesiyle birlikte yaşanan sömürgeleştirme canlılıklarını korumakta fakat aynı zamanda farklı biçimlerde de karşımıza çıkmaktadırlar. Bu durumun gelişmesi yani bireyin en özel ve gizli unsurları da dahil olmak üzere mahremiyetten soyutlanması, bireyleri büyük göz olan devlet tarafından istila edilir konuma sokmaktadır (s. 100).

Bauman'ın tabirleriyle, katı ve gerçek **totaliteryanizm** karşısında akışkan totaliteryanizmin başlangıçları batıda televizyonlardaki realite şovlarını ipe çeken ve

ekranlarda sergilemek suretiyle mahremiyetlerini gönüllüce ve özgürce kaybetme fikrini saplantı haline getirmiş insanlarla birlikte her gün bizlere sunulmaktadır (Bauman ve Lyon, 2016, s. 121).

“Bizimkisi bir korku çağı. Giderek güçlenen ve küreselleşen bir korku kültürünü besliyoruz. Ucuz sansasyonlara, politik skandallara, televizyonlardaki realite şovlara ve kamunun ilgisi ile şöhret karşılığında insanların kendilerini ifşa ettiği diğer şeylere düşkün kendi kendisini açığa seren çağımız, paniğe ve felaket senaryolarına dengeli yaklaşımlardan, hafif ironilerden veya alçak gönüllülükten çok ama çok daha fazla kıymet vermektedir.”

Ahlaken uyuşmuş bir çağda insanın ilgi çekme umuduyla mahremiyetinden vazgeçerek kendini hevesli bir şekilde gözler önüne serdiğinden bahsetmektedir. Burada aslında kişi sadece kendini de sergilemez, aynı zamanda işini, ailesini, arkadaşlarını rızaları olsun ya da olmasın görünür kılarak yeni akışkan bir kamusal alan ayartır ve bu bizim bildiğimiz anlamıyla kamusal alanın ikamesi olur (Bauman ve Lyon, 2016, s. 138-139).

Bauman, Freud’un da belirttiği gibi medeniyette insanların bir şeyi elde edebilmeleri için başka şeylerden vazgeçmesinin zorunlu olduğu ve bu sebeple de takas içerdiğini söylemektedir. Bu durumu da özgürlüğün olmadığı bir güvenlik ortamının kölelikten farksızken güvenliğin olmadığı bir özgürlük ortamının ise kaos yaratacağını belirtmektedir. Günümüzde de bireylerin bu durum karşısında yaşamış oldukları hoşnutsuzluğun özellikle özgürlük alanında yaşanan büyük bir gelişmeyle bağlantılı olduğunu söylemektedir. Çünkü özgürlükte yaşanan bu büyük gelişme aslında güvenlikten büyük bir feragat edilmesinin sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da bireylerin özellikle sosyal medya araçlarını kullanmaları ve özgürce paylaşımlar yapabilmek amacıyla güvenliklerini bir kenara attıkları bir durumu göstermektedir (s. 126-127).

Sigmund Freud, **Uygarlığın Huzursuzluğu** adlı kitabında, modern uygarlığın bir değiş-tokuş olduğunu ileri sürmektedir. Uygarlığın sunduğu armağanın doğadan, insanın kendi bedeninden ve başka insanlardan gelen birçok tehlikeye karşı **güvenlik** olduğunu söylüyordu. Freud (2020)'a göre en yaygın huzursuzluklar, bireysel güvenliğe karşı bireysel özgürlüğün çok fazla feda edilmesinden kaynaklanmaktadır. Freud, Almanca metinde **Sicherheit** olarak geçen ve İngilizce ve Türkçe'de üç kelimeyle ifade edebileceğimiz (güvenlik, kesinlik, emniyet) bir kavram kullanmıştır. Bauman, tek kavrama denk düşen bu üç bileşenden herhangi birinin yokluğu ya da zayıflığı büyük ölçüde aynı sonuca yol açar diyerek bu durumu şöyle açıklar: *“Kendine güvenin dağılması, kişinin kendi yeteneklerine ve başka insanların niyetlerine olan güvenini yitirmesi, beceriksizliğin, endişenin, ihtiyatlığın artması, hata arama ve bulma, günah keçisi yaratma ve saldırganlık eğilimi.”*

Zygmunt Bauman buna karşılık, **Post-modernlik ve Hoşnutsuzlukları** adlı kitabında, “Freud günümüzde yaşasaydı tespitlerini tersine çevirmesi gerekirdi.” diye iddia eder. Ve çağdaş dertlerin en sinsi ve en acı verici olanı olarak **Unsicherheit**, yani güvensizlik, belirsizlik ve emniyetsizlik kavramlarını ortaya atar. Bauman'a göre, özgürlüğün güvenlik için bırakılması modern zamanların bir sorunudur. Bundan dolayı günümüzde küreselleşen toplumları betimlemek için bu üç kavramı (güvensizlik, belirsizlik, emniyetsizlik) kullanan Bauman, bu durumu **Siyaset Arayışı** kitabında, pilot-yolcu metaforuyla tasvir etmeye çalışmıştır. Risk toplumunda yaşamının getirdiği güvensizliği, *“bir uçaktaki yolcuların pilot kabininin boş olduğunu, kaptanın sesinin aslında önceden kaydedilmiş mesajın teypten çalınmasından ibaret olduğunu keşfettiklerinde yaşayacakları his”*se benzetmiştir. *“Bir an durup mutluluk arayışının neden umduğumuz sonuçları getirmeyi başaramadığını, güvensizliğin buruk tadının neden duyacağımız vaat edilen saadetin tadını kaçırdığını düşündüğümüzde, kamusal iyi, iyi toplum, eşitlik, adalet vs. gibi fikirleri sürüldükleri yerden geri çağırmadıkça hiçbir yere varamayacağımızı anlarız; üstelik bunlar ancak başkalarıyla birlikte üzerine titrenip işlendikçe anlam kazanan fikirlerdir”* der Bauman ve *“siyasete başvurmaksızın, siyasi eylemlilik aracını kullanmaksızın ve bu aracın gideceği yönü çizmeksizin de*

bireysel özgürlük merheminden güvensizlik sineğini çıkartamayız” diye eklemektedir.

Bauman’a göre, olmadığı zaman insanın ömrünün düşünölemeyeceğı iki değeri vardır: Güvenli hissetmek ve istediğini yapabilmek anlamında özgürlük. Fakat özgürlük ve güvenlik, birbiriyle uzlaşması hayli zor iki değeriştir. Eğer daha fazla güvenlik istiyorsak belli bir miktar özgürlükten vazgeçmek zorundayız. Eğer daha fazla özgürlük istiyorsak da güvenliğı terk etmeliyiz. Bu ikilem sonsuza kadar süreceğ bir ikilemdir.

Mahremiyet (**privacy**) ve gizlilik (**confidentiality**) literatürde sıklıkla birbirinin yerine kullanılan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Mahremiyet, insan onurunu ve özerkliği korurken başkalarıyla etkileşimlere sınırlar koyan gerekli bir yapı olarak kabul edilmektedir (Anwar, 2020). Giddens'a (2010) göre mahremiyet ise, öteki tarafından sahiplenilmek değil, diğeriinin özelliklerini bilmek ve kendi özelliklerini açıkça ortaya koymaktır. Bu anlamda özellikle modernlik döneminde din, gelenek ve kültür tarzı dışsal anlam kaynaklarının hızla gerilemesiyle insanların kendi ilişkilerine kendilerince anlam vermesi gerektiğı konusu gündeme gelmiş ve bu da kadınlar üzerinden ileriştirilmiştir. Giddens'ın **mahremiyetin dönüşümü** adını verdiği bu sürecin iki ana dinamiğı, Giddens tarafından özellikle doğum teknolojisindeki gelişmeler sayesinde üreme zorunluluğundan kopmuş bir **plastik cinselliğ** ortaya çıkması ve bu gibi gelişmelerle birlikte kadınların cinsel özerkliğinin artması olarak ifade edilmektedir. Burada plastik cinsellik, bilinen üreme cinsiyetleri olan kadın ve erkeklerden ve yine bilinen cinsel üreme yolu olan cinsel ilişkiden koparılan, sadece teknolojinin getirdikleriyle birlikte bir erkek üreme organına veya cinsel birleşmeye ihtiyaç duyulmadan üremenin gerçekleştirilebilmesi durumunu ifade etmektedir. Bu durum da erkeklerin kadınlar üzerindeki kontrollerini azaltmakta ve kadının erkeğre olan bağımlılığını dışlamaktadır. Bu da hem kadınların hem de erkeklerin kendi cinsel rollerini yeniden tanımlamak zorunda olmalarına yol açabilmektedir. Plastik cinsellik özellikle günümüz sanal dünyasında bu sebeple bir öz kimlik haline gelebileceğdir.

Peki, cinsel özgürlük ve mahremiyet kavramları günümüz dijital ve sosyal mecralarda nasıl yer almaktadır? Yeni medya araçlarıyla her şeyin görünür ve izlenebilir olduğu bir çağda mahremiyet hangi konumdadır?

1.1.1. Mahremiyet Algısının Tarihçesi

David Vincent (2016)'in **Mahremiyet** isimli çalışması, kitaptaki çoğu materyal İngiltere'ye referans veriyor olsa da özellikle mahremiyetin 20. Yüzyılın ilk yıllarından itibaren giderek resmi tanımlama ve desteklemenin konusu haline geldiğinden bahsetmektedir. Çünkü 20. Yüzyılın ortalarından sonra özellikle 2. Dünya Savaşı'nın ardından savaşa katılan veya savaştan bir şekilde etkilenen tüm bireyler için evin önemi ve dolayısıyla mahremiyetin önemi temel bir beklentiye dönüşmüştür. Özellikle 1948 tarihli insan hakları evrensel beyannamesinde hiç kimsenin özel yaşamına keyfi şekilde karışamaz savunusu yapılmaktadır. Avrupa insan hakları sözleşmesinin 8.maddesinde ise *“Herkes özel ve aile yaşamına, evine ve yazışmalarına saygı gösterilmesi hakkına sahiptir.”* ifadesi yer almaktadır.

Mahremiyet olgusu özellikle 19. ve 20. Yüzyıllardaki sanayileşme ve orta sınıfın gelişmesi sonucunda daha belirgin hale gelmeye başlamıştır. Vincent, kendi başına kalarak mahremiyeti muhafaza etme arzusunun modern toplumda güçlü bir dürtü olduğundan bahsetmektedir. Orta sınıfların modern dönem başlarındaki yerleşim alanlarına yatırım yapması ve böylelikle bahçeli, özel, sokaktaki gözetlemeden uzak yaşamın başlaması mahremiyet pratiğinin zenginliğe göre şekillenmeye başlamasının ilk aşamasını oluşturmaktadır. Bunun ikinci kısmı ise yine zenginlikle paralel olarak özel arabaların üretilmesi ve hane halklarınca kullanılmaya başlamasıyla devam etmektedir. Bahçeler gibi otomobiller de hızla ev mahremiyetinin alternatifi ve uzantısı olmuştur. Otomobiller, belirli bir mekanik güvenilirliğe ulaşır ulaşmaz, insanların sahip olduğu mahrem alan sayısının çoğalmasına katkı sağlamış ve şehirli insanların kırsalla buluşmasına vesile olmuştur.

Mahremiyet aslında dönüşümünü bütünsel olarak gerçekleştirmedi denilebilir. Vincent'in bahsettiği şekliyle belli araçlar insanları mahremiyetlerine daha kolay ulaşılabilir kılmıştı. Bugüne baktığımızda o araçların daha da geliştiğini görüyoruz. Özellikle covid sürecinde evde kalmamız gerektiği bir zamanda yalnızlığa destek

olacak, insanın mahremiyetini koruyacak pek çok etken vardı (Bulur, 2021). İnsanlar evlerinden çıkmadan aylarca yaşamlarını sürdürebilmektedirler. Fakat kendi elleriyle evlerini, yalnız yaşamlarını, mahrem ortamlarını bazı araçlarla herkese açmayı tercih edebildiler.

Vincet, David Holfzman'ın 2006 tarihli mahremiyet kaybı çalışmasındaki uyarısını dikkate almaktadır: *“Mahremiyetimiz kutuplardaki buzullardan daha hızlı eriyor; teknoloji onu hukuk sisteminin koruyabileceğinden daha hızlı eritiyor. Bu eğilim belirli bir yolla geri çevrilemez. Mahremiyet, bugün bildiğimiz haliyle, kayıptır.”*

Vincent mahremiyet için sonun başlangıcını 1960'ların ortası olarak ifade etmektedir. Vincent'e göre modernizmle birlikte yaşanan dönemde mahremiyet ile devlet arasındaki ilişki bir uyum ilişkisi olmaktan çok bir zıtlık ilişkisi oluşturmaktadır. Çünkü bu dönemle birlikte yaşanan dijital devrimin artan temposu mahrem iletişimde yeni bir devlet müdahalesi dönemini ortaya koymaktadır.

21. yüzyılın ilk on yılından itibaren sosyal medya araçlarının kullanımının hızla artmış olması Vincent'e göre, teşhirci mahremiyetin yükselişine yol açmış, dolayısıyla devlet kurumları ile anlaşması olsun ya da olmasın kişisel bilgilerin küresel şirketlerce kullanımına teslim edilmiş ve böylelikle bir endişe alanı oluşmuştur. Çünkü e-postalar, cep telefonları ve sosyal medya araçlarına erişimlerin mahremiyet ilişkileriyle ilgili daha geniş bilgi kaynağı sunduğu düşünülmektedir.

Eirik Lokke (2020), Mahremiyet isimli çalışmasına aslında birçok mahremiyet tartışmasının temeli olabilecek birkaç önemli soruyu sormakla başlar: *“Bir çocuğu kaçırılmaktan koruyacaksa, GPS izlemesi ödenecek küçük bir bedel değil mi? Dürüstlüklerinden emin olabilmemiz için, tüm siyasetçilerin, bedenlerinde bir video kamera taşımalarını beklememiz gerekmiyor mu? Dijital toplumda özel hayatın yeri nedir?”* Mahremiyet ihlali, gözetim gibi mahremiyetin sonu veya dönüşümü konusundaki tartışmaların odağını ilk başta devlet ve devlete ait yetkilerin genişliği/kapsamı oluştururken artık günümüzde özellikle çok uluslu şirketlerin vesilesiyle ve kendi rızamızla cep telefonlarımıza yükleyeceğimiz bir iki uygulamaya ile büyük miktarlarda mahremiyetimizi ifşalayan dijital bilgi yaymaktadır. Bu da

günümüzde özellikle cep telefonlarını birçok alandan önemli bir gözetleme ve mahremiyet ihlal aracı haline getirmektedir.

İnsanlık tarihinin gelişimi tanımlanırken genellikle iki büyük devrimden söz edilir. İlk büyük devrim insanların avcı-toplayıcı dönemlerinden toprağı ekip biçmeye ve yerleşik hayata geçtikleri dönemdeki tarım devrimi olarak kabul edilir. İkinci önemli büyük devrim ise Sanayi Devrimi'dir. Lokke ise günümüzdeki dijital devrimin bir üçüncü devrim olarak kabul edilip edilemeyeceğı sorusunu sorar. Çünkü bu dijitalleşme hayatımızı büyük ölçüde değişime ve gelişime uğratmaktadır.

1.1.2. Kamusal Alan-Özel Alan Bağlamında Mahremiyet

Gürbilek (2019), kitle iletişim araçlarının günümüzde ulaşabildiğı etki alanının yeni bir inşa sürecinde olduğundan bahsetmektedir. Reklamcılık ve yeni etki alanı olan sosyal medyayla birlikte kitle iletişim araçlarının nüfuz alanını arttırmasıyla özellikle yakın zamana kadar mahremiyet sınırları içinde sayılan birçok alan bu özelliğini yitirmiştir.

Gürbilek günümüzde özel hayata çokça dokunulduğundan kamusal alanın kişisel alanı istila etmesinden ve mahremiyetin sınırlarının değişerek kamusalın etkisi altına girmesinden bahsetmektedir. Mahremiyetin dönüşümüyle birlikte özel alanı kamusal alandan ayıran sınırın özellikle yıllar içinde belirsizleşmemeye başlamasını ve özel alanın diliyle kamusal alanın dilinin iç içe geçmesi Gürbilek'e göre Türkiye'nin 80'li yıllarında başlamıştır. Kamusal alan özelleşirken özel alanın da kamusallaştığını söylemektedir. Bu vesileyle cinsellik üzerine çokça konuşulan bir konuya dönüşmüş ve yalnızca kamusalı ilgilendiren kişiler hakkında değil, sokaktaki herhangi bir bireyin özel hayatı da kamusal bir malzemeye dönüşerek ortaya serilmiştir. Gürbilek 80'li yıllarla birlikte şehrin seyirlik bir malzemeye dönüştüğünden bahsetmektedir. Aslında bu yorumdan yola çıkarak mahremiyetin dönüşümü ve özel hayat sınırlarının kaymasıyla beden de seyirlik bir malzemeye dönüştüğünü söylemek mümkündür. Gürbilek, Türkiye'de 80'li yıllarda yaşanıldığı söylenen cinsellik patlamasının ana sebebi olarak o yıllarda ülkede yaşanan özel hayatın bir bireyselleşme ve özgürleşme çatısı altında özellikle cinsellik başta olmak üzere iktidara karşı bir yönelim geçirmesi olarak açıklamaktadır. Bu durum da

asında Türkiye’de son yıllara kadar mahremiyet kavramı içinde kabul edilen birçok alanın kamusal alanın gündemine gelmesine ve üzerinde tartışılmasına sebep olmuştur. Bu sebeple cinsellik de Gürbilek’in ifade ettiği şekliyle ilk kez bu kadar büyük bir yoğunlukla söze alınmıştır ve cinsel eğilimlerin sınıflandırılması da bu yolla gerçekleşmiş kabul edilmektedir. Batı’da cinsellik ve mahremiyetle ilgili bu konuların daha erken ve daha bilimsel bir söylemin içerisinde var olmasının sebeplerinin en önemlisi cinselliğin bilimin bir disiplini konusu haline getirilmesi olarak ifade edilmektedir.

1.1.2.1.Kamusal Alanın Gelişimi

Antik Yunanistan’da, kamusal ve özel arasındaki ayrım açıktı. Siyasal olan her şey kamusal alanı temsil ederken, aile özel alanı temsil etmekteydi. Habermas’a göre (2004, s. 96), Ortaçağ Avrupa’sına bakıldığında ise, o dönemde Avrupa’nın özel alanlardan ayırt edilebilecek kendine özgü kamusal alanlara sahip olduğuna dair hiçbir kanıt yoktur. Ayrıca Habermas, **temsili kamusal alan** olarak adlandırdığı çeşitli egemenlik sembollerinin (mühür gibi) kamusal kabul edilmesinin tesadüf olmadığına işaret etmiştir. Başka bir deyişle, iktidarın temsil edildiği, kesinlikle yönetilenlerin tarafında olmayan ve bu yönüyle de burjuva kamusal alanından tamamen farklı bir yapıdan bahsetmek mümkün kabul edilmektedir (Çalışkan, 2014, s. 45).

Kamusal alan kavramının asıl ortaya çıkışının 17. yüzyılın sonları ile 18. yüzyılın ve 19. yüzyılın başlarında meydana geldiği söylenmektedir. Habermas’a (2004) göre, ilk kez kapitalist çağda edebi kamu denilen kavram gelişmiştir. Bu durum siyasi kitlelerin bir ön denemesi olarak kabul edilmekle birlikte bir tartışma ve ortak karar alma çalışmaları olarak da görülebilmektedir. Feodalizm sonrası gelişen burjuvazi sınıfı, elinde bulundurduğu ekonomik gücü beraberinde getirdiği siyasi etki ile siyasi söylemin önünü açmıştır. Feodal yapıların temsili kamusal alanı yerine, Habermasçı bir anlayış çerçevesinde kamusal alanı kurgulamıştır. Ayrıca bu anlamda, “*kamusal-özel ayrımı giderek kamusal çıkara duyarlı yurttaşlar toplumu ile kendi özel çıkarlarını gözetten burjuva toplumu arasındaki ayrım*” dönüşmüştür (2014, s. 46).

Kapitalizmin geç döneminde, kamusal alan tasarımındaki ileriye dönük gelişmeler tersine dönmeye başlamıştır. Kapitalist yönetim anlayışından kaynaklanan bazı sorunlar sosyal refah devleti anlayışıyla czlmeye calışılmıştır. Bu durum siyasi idareyi ve hukuku olduğu kadar kamusal alanı da etkilemiştir. Habermas'ın deyimiyle, *“ihtiyaçları hiçbir şekilde kendi kendini yöneten bir pazarla karşılanmayan gruplar”*, siyasi iktidar üzerinde baskı uygulamaya başlamış ve devletin kamusal alana girmesine sebep olmuşlardır (Habermas, 2004, s. 101).

1980'lerde ivme kazanan küreselleşme ve neoliberal siyaset, kamusal alan tartışmasına yeni bir boyut kazandırmıştır. Örneğin, Verstraeten'in ifade ettiği şekliyle (2002, s. 339, aktaran Calışkan, 2014, s. 47), kitle iletişim araçları, kamu hizmeti yayıncılığından sıyrılarak *“yerini tümüyle ticari işleve devretmiştir”*. Öte yandan Chomsky, medya yapısında baskın ekonomik g lehine yapılmış olan değişikliklerin *“kamusal aklın kontrolü”*ne yönelik hizmet ettiğini ne sürmektedir. Ayrıca, medya kuruluşlarındaki kitlesel birleşimler ve bu kapsamda cıkarılan yasaların da aynı amaca yönelik düzenlendiğine dikkat cekmektedir (Chomsky, 2003, s. 220, aktaran Calışkan, 2014, s. 47). Tüm bu gelişmelerin bir sonucu olarak ekonomi, demokratik haklar, uluslararası politika, bilgi ve iletişim teknolojisindeki değişim ve gelişmeler, yeni kamusal alan arayışlarını tetikleyen unsurlar olarak kabul edilmektedir.

1.1.2.2.Kamusal Alan Tanımlamaları

Habermas'ın tanımlamasına göre kamusal alan, modern toplum pratikleri içinde kamuoyunun oluşmasını sağlayan merkezi bir alandır (zbek, 2004, s. 20). Habermas'a göre bu merkezi alanda tüm bireylerin varlığı garantiye alınmıştır. Bu varlık içerisindeki eylemlerle bireyler kamusal alanın bir parçası olarak varlık kazanmış olurlar. Habermas'a göre bireyler ancak kamu yararına yönelik meselelerle ilgili olarak örgütlenme, toplanma, konuşma, eylem ve yayın yapma özgürlüklerini garanti altına almış şekilde tartışabildiklerinde kamusal bir alanın parçasının bir varlığı olarak davranmış olur. Bu zgrlklerin kamusal bir alan içinde varlık gösterebilmesi için de bunu mümkün kılacak bazı araçların gerekli olduğundan bahsetmektedir. Habermas günümüzde gazete, dergi, radyo ve televizyonun kamusal

alanın iletişim araçları olduğunu söyler (Habermas, 2004, s. 95). Habermas'ın kamusal iletişimde eşit katılım ve özgür söylem ilkesi olarak tanımladığı kamusal alan ilkesinin, eleştirel toplumsal kuram ve demokratik politika pratiği açısından vazgeçilmez olduğu, Nancy Fraser'ın da temel öncülü olarak kabul edilmektedir (Özbek, 2004, s. 28-29):

“Habermasçı anlamıyla ‘kamusal alan’ fikri, ...yurttaşların ortak meseleleri hakkında müzakerede bulundukları... kurumsallaşmış bir söylemsel etkileşim alanı. Bu alan, kavramsal olarak devletten ayrı olan; ilke olarak da devlete karşı eleştirel söylemlerin üretildiği ve dolaştığı bir alan... aynı zamanda resmi-ekonomiden de kavramsal olarak ayrı; pazar ilişkilerinin değil, söylemsel ilişkilerin alanı; satın alma ve satmak yerine, fikir mücadelesi ve müzakere için bir sahne. Böylece kamusal alan kavramı demokratik kuram için gerekli olan ayrımları, yani devlet aygıtları, ekonomik pazarlar ve demokratik birlikler arasındaki ayrımları göz önünde tutmamıza izin veriyor.”

Aslında Fraser'ın da değindiği gibi (aktaran Özbek, 2004), Habermas kamusal alan ile devlet otoritesinin ayrımını yapmaktadır ve Habermas kamusal alanı aynı zamanda toplumdaki demokratik katılım ve eleştirel söylem alanı olarak tanımlamaktadır (s. 33):

“Her ne kadar sözün gelişi olarak devlet otoritesi için kamusal alanın yürütücüsü deniyor olsa da devlet aslında kamusal alanın bir parçası değildir. Kuşkusuz devlet otoritesi genellikle ‘kamu’ otoritesi olarak ele alınır; ama bu kabul, kamusal alanın özelliğinden, yani devletin tüm yurttaşların selametiyle ilgilenmesi görevinden türetilmiştir.” Bu yüzden, devlet gücünün kullanıldığı kurumsal yerleri kastederken ‘kamu erkinin (otoritesinin) alanı’ kavramını kullanıp; ‘(politik) kamusal alan’ kavramını ise, toplumdaki ‘demokratik katılım ve eleştirel söylem alanı’ olarak kullanmak yerinde olacaktır.”

Fraser'ın (2004, s. 105, aktaran Gülaşık, 2011, s. 14) söylediği şekilde kamusal alan, özellikle devlete karşı eleştirel söylem ve düşünce biçimlerinin üretildiği ve bunların kitle iletişim araçlarıyla dolaşıma sokulduğu bir alan olarak

tanımlanmaktadır: “*Kamusal alan devlet değildir, devleti dengeleyen bir karşı ağırlık oluşturma işlevi görebilecek olan ve gayri resmi olarak harekete geçirilmiş hükümet dışı söylemsel fikirler gövdesidir.*”

Sennett’e göre de (2010, s. 32-58, aktaran Yegen, 2013, s. 130-131) kamusal alan, kavram olarak bugünkü anlamını 17. yüzyılın sonuna gelindiğinde almıştır. Sennett, kamusal alanların artık ortak konu ya da sorunların tartışıldığı kamusal alan tanımından uzaklaştığını ve kamusal alanın artık bireylerin ortak kesişim alanlarını oluşturan mekanlar, yerler (alışveriş merkezleri vb.) olduğunu söylemektedir.

Özbek’e göre de kamusal alan, demokratik bir ilke olarak vatandaşların ortak meselelerini eşit ve özgür söz ve eylemle oluşturduğu yerdir. Bu yüzden de kamusal alanın toplumdaki varlığının sınırlarını düşünme, toplanma, örgütlenme, düşünciyi ifade etme gibi özgürlüklerin varlığı ve tüm toplumu kapsayıcılığının belirlediğini söylemektedir. Yine Özbek’in tanımlamasına göre, kamusal alan devletten ayrı fakat devlete karşı muhalif bir alandır (Özbek, 2004, s. 32): “*Kamusal alanın tarihsel ve ilkesel olarak, devlet aygıtında yoğunlaşmış keyfi ve baskıcı iktidarı eleştirel olarak denetleyen ve dönüştüren demokratik muhalefetin alanı olarak anlaşılması gerekir.*”

Kejanlıoğlu (2004, s. 691) ise kamusal alan kavramının kamuoyu üzerinden tanımlanmaktadır:

“Kamuoyu, bağımsız ve eşit bireylerin katıldığı, kimsenin dışlanmadığı, rasyonel-eleştirel bir tartışma ortamında gelişir; söyleme dayanan ve sonunda uyuşma (consensus) varılan bir süreçtir. Kamusal alan da hem özel ekonomik çıkarlardan hem de kamu otoritesinden özerk, böyle bir konuşma ve tartışma etkinliğinin alanıdır.”

1.1.3. Mahremiyet Algısının Dönüşümü

1.1.3.1. İktidar İlişkileri Temelinde Dönüşüm

Panoptikon'un mimari tasarımı, gözetleyen o büyük gözü (iktidarı) saklayarak gözetlenenin ne zaman izlendiğini belirsiz ve güvensiz bir hale getirmiştir. Böylece

iktidarın gözetimle birlikte sunduğu cezalandırma ve yasaklama edimlerine maruz kalan birey izlendiğinin belirsizliği içinde durumu içselleştirmektedir (Foucault, 2017).

“Şu an panoptikonun sonunu değil, tümüyle yeni, perspektifsiz bir panoptikonun başlangıcını yaşıyoruz. 21. yüzyılın dijital panoptikonu artık tek bir merkezden despotik bakışın her şeye kadir gücü tarafından gözetlenmiyor olması ölçüsünde perspektifsizdir. Bentham’ın panoptikonunun temel ögesi durumdaki merkez-çevre ayrımı tümüyle yok olmuştur” (Han, 2017, s. 67).

Han’a göre günümüzdeki gözetim artık dijital panoptikon olarak uygulanmaktadır. Klasik gözetim yönteminden farklı etkileri olmaktadır. Çünkü dijital panoptikon herkesi günlük yaşantısından siyasi tercihlerine ve hatta hobilerine kadar her perspektiften gözetlemektedir (Akçay, 2019, s.7). İktidarın baskısal gücü panoptikonda kendini herkesin, her şeyini, her zaman, her yerde gözetime sunmasına ve kişilerin kendi rızalarına ve gönüllülüğe bırakmıştır. Dünyanın dört bir yanında kişiler kendi arzu ve istekleriyle, kendi rızalarına dayanarak hayatlarının her anını gittikçe daha çok ifşa etmektedirler (Han, 2017, s. 12): “*Şeffaflık insanı camlaştırır. Şiddeti de buradadır. Sınırsız özgürlük ve iletişim topyekûn kontrol ve gözetime dönüşüyor. Sosyal medya da giderek toplumsallığı disiplin altına alan ve sömüren dijital panoptikonlara benziyor daha çok*”

1.1.3.2.Denetim ve Gözetim Bağlamında Dönüşüm

Gözetim, tarih boyunca iktidarın en önemli araçlarından biri olarak kullanılmıştır. Genel anlamda gözetim, iktidarın hegemonyasını kurma, güç elde etme, elde ettiği gücü koruma, geliştirme ve ilerletme üzerine kurulu bir süreci ifade etmektedir. Dolgun (2019)'a göre, gözetim esas olarak modernite öncesi dönemlerde kabilelerin, imparatorlukların, monarşilerin ve dinlerin egemenlik mekanizması olarak işlev görmüştür. Dolgun'a göre, ulus-devlet, sanayi devrimi ve kapitalizmin oluşturduğu modernite içinde ise gözetim pratikleri gerçek anlamda kurumsallaşmış ve devlet-iktidar gibi konumlara hizmet etmeye devam etmiştir. Fakat günümüzde gözetim sadece iktidarın temel aracı olarak konumlanmamaktadır. Enformasyon çağının bir getirisi olarak gelişen şirketlere ve sermayedarlara da araç olmuştur.

Dolgun da günümüzde birçok teknolojik ve ekonomik gelişmenin aslında insanların kişisel yaşamının tüm işlevlerini gözetim altında tutma amacı güttüklerini söylemektedir. Yine günümüzde gözetim artık bir kültür haline gelerek teknolojik gelişme sonucu kitle iletişim araçları ve özellikle de çok yeni olarak sosyal medya ile gözetim sıradanlaşmaktadır. Dolgun'a göre de gözetim toplumunda yeni medya araçları herkesin herkesi gözetlediği, kişilerin özel yaşantısına ilişkin bilgilerin rahatça erişilebilir, saklanabilir ve kullanılabilir olduğu, mahremiyetin yok sayıldığı bir toplum yaratmaktadır. Özellikle kitaptan da hareketle söylenebilir ki sosyal medya, gözetlenmeye karşı direnç gösterilmesinde büyük bir kale işlevi gören mahremiyet algısını da değiştirmiştir. Kişiler sosyal medyada mahremiyetlerini kaybetmeye gönüllü bir rıza göstermektedir ve Bauman'ın da tabiriyle gözetimin de gönüllü bir edimi olmaktadır.

Dolgun, 20. yüzyılın sonlarından itibaren dünyayı etkisi haline alan ve saran elektronik ağlar ve siber uzay sistemleri sayesinde mümkün hale geldiği söylenen bu panoptik toplumu aslında "*Bentham'ın hayalini kurduğu, Foucault'nun akademik alanda kuramsallaştırdığı ve Orwell'in karşı ütopya şeklinde tahayyül ettiği*" şekliyle açıklamaktadır. Gözetim toplumunun oluşumu ile **panoptikon** kavramının açıklanmasında en dikkat çekici ve temel yorumlama Michel Foucault'ya ait olarak kabul edilmektedir. Foucault, Jeremy Bentham'ın geliştirdiği Panoptikon isimli hapisane modeline gözetim çalışmalarında temel bir yer vermiştir. Foucault, modern toplumu "*disipliner bir toplum*" olarak tanımlamakta ve gözetimi de bu anlamda merkezi bir noktada konumlandırmaktadır. Bu anlamda Dolgun'un da önemle vurguladığı şekliyle, gözetimin sosyal bilimler disiplini içinde önemli bir konuma gelmesi de Bentham'ın görüşlerinden yola çıkan Foucault ile olmuş ve pantoptikon kavramsallaştırması da bu yol ile büyük bir önem kazanmıştır.

Foucault, panoptikonu gözetim yoluyla modern disiplini gösteriyormuş gibi açıklamıştır, ancak Bauman'da panoptikon sosyal bir ilişki olarak özgürlük konusundaki denemesinin başlangıç noktasıdır. Foucault'a göre, gözetim, iktidarın temel denetim biçimlerinden biri haline gelmiştir, ki bu düşünce Jeremy Bentham'ın 1785 yılındaki metniyle ortaya çıkmıştır. Foucault, Bentham'ın panoptikon ile gücün görünür ve doğrulanamaz olması ilkesini ortaya koyduğunu söylemektedir.

“Görünür: Mahkûm, gözlerinin önünde sürekli olarak üzerinde casusluk yaptığı merkez kulenin yüksek ana hatlarına sahip olacaktır. Doğrulanamaz: mahkûm asla bir anda bakılıp bakılmadığını bilmemelidir; ama her zaman böyle olabileceğinden emin olmalıdır (Jacobs & Heracleous, 2001, s. 126).”

Foucault’ya göre iktidarın temeli olarak kabul gören panoptikon, günümüzde de toplum üzerindeki iktidarın otoritesini açıklamakta kullanılan önemli bir kavram olarak kabul edilmektedir. Dolgun da gözetimin içinde temel iki şeyi barındırdığını söyler: “*Devletin, kendisine tabi nüfusun davranışlarını denetlemekle ilişkili bilginin düzenlenmesini ve bu davranışların doğrudan denetlenmesini.*” Bu şekilde gözetimle günümüzde bireyin toplumsal yaşamla uyumu sağlanır ve bireyin bedeni ve zihni etki altına alınır. Dolgun’un da gözetimi anlamak için önemli gördüğü toplumsal denetim ve enformasyon teknolojileri bu durumu açıklamak için değerlidir. Çünkü toplumsal denetim için “görmek” en önemli şeydir. Bahsedildiği gibi, görünen şeyin bilgisine sahip olunur ve bilgisine sahip olunan şey de kolaylıkla kontrol altına alınabilir. Bu anlamda gözetimde bireyin görülmesi önemli kabul edilmektedir. Bu konuda Freud da önemli bir kavramdan bahsetmektedir. Başkalarını görmek ve izlemekten zevk alma durumu olarak açıkladığı bu kavram **skopofilidir**. Yunanca **skepeo** (bakmak) ve **philia** (sevgi) sözcüklerinden türemiştir (Antmen, 2014, s. 281). Freud’un ikinci dereceden güdüler arasına koyduğu özellikle bakmak, görmek ve izlemekten alınan cinsel haz, günümüz dünyasında var olan görsel çağa yerleşmiş bir biçimdedir. Var olan araçlarla sürekli olarak bakıyor, izliyor, gözlüyor ve bu eylemlerden de oldukça derin bir tatmin sağlıyoruz. Kahraman (2010, s. 50) skopofilinin, psikanalitik çözümlemeye göre yalnız başına var olmayan, cinsellikle ilişkili bir durum olduğunu belirtmektedir. Bakarken, izlerken ve görürken aslında cinsel bir eylemde bulunduğumuzun kabul edilebileceğini söylemektedir. Bireyin kendi üzerinden gerçekleştirdiği izleme ve izletme (teşhircilik ve röntgencilik) eylemlerini körükleyen şeyin arzu olduğu kabul edilmektedir. Freud, bilinçdışında teşhirci olan herkesin aynı zamanda birer röntgenci olduğunu ileri sürmektedir (Aktaran: İnceoğlu ve Kar, 2016, s. 76). Freud (2014, s. 53) görme organının bu

erojen bölge rolünü vurgulamaktadır. "Cinsellik Üzerine" adlı eserinde skopofiliyi, erojen bölgelerden bağımsız dürtüler olarak var olan, cinsel içgüdülerin tamamlayıcı bir unsuru olarak ele almıştır (Aktaran: Antmen, 2014, s. 281). İçinde yaşadığımız bu görmeye dayalı dünyada skopofilinin tek tatmin aracı olarak bulunduğu belirtilmektedir. Sosyal medya araçları da bu görsellik dünyasının bir görsel cinsellik dünyası olarak dönüşümüne katkı sağlamaktadır. Bedenin görüntülerle sanallaşarak gerçeğini yitirmesi, var olan beden algısını etkilemektedir (Giet, 2006). Sabahtan akşama kadar izliyor, gözlüyor ve bundan derin bir tatmin sağlıyoruz. Skopofili, günün her saatinde yaşadığımız tek tatmine dönüşüyor (Leylek, 2020).

Dolgun ayrıca enformatik gözetimin ve toplumsal yapının resmedildiği söylenen karşı-ütopyalardan da bahsedilmektedir. Dolgun **Biz, 1984** ve **Cesur Yeni Dünya** gibi çok değerli karşı-ütopyalarda bir yandan iktidarların merkezileşmesi ve totaliter toplumsal yapılanmanın kaygısının dile getirildiğini söylemektedir. Yazar gözetim dair analizlerde karşı-ütopyaların ele alınmasının nedeni olarak, bunların teknolojinin egemenliğine giren ve insan unsurunu giderek saf dışı bırakan gözetim kuramının karşı-ütopyacı bir duruş sergilemesi olarak göstermektedir. Bentham'ın panoptikon kavramsallaştırmasının bir ütopyaı resmettiğini söyleyen Dolgun, bu anlamda Orwell'ın da karşı-ütopyası ile 21. Yüzyılda yeni ortaya çıkmakta olan totaliter nitelikteki siyasi eğilimlere ilişkin uyarılarını dile getirdiği toplumsal yapısının resmedilişinden bahsetmektedir: *“Kısacası buradaki temel sorunsal; iktidarlar için ‘ütopya’, insanlık içinse ‘karşı-ütopya’ olarak beliren toplumsal yapı içindeki güç temelli çatışmada yatar.”*

Dolgun'a göre, karşı-ütopyalarda, teknolojik gelişmelerle desteklenen panoptik mantık içindeki gözetim pratikleri resmedilir. Bu eserlerde, görülebilen her şeyin iktidarlarca denetlenebileceği anlayışı hakimdir. Böylece toplumsal alan şeffaf hale getirilmiş, gizlilikler ile mahremiyetleri içinde barındıran özel yaşam da tümüyle ortadan kalkmıştır. Karşı-ütopyaların ilk örneği sayılan Biz'i ele alan yazar, panoptik mantık paralelinde cam duvarların içindeki şeffaf evlerde yaşayan insanların her yaptığı ve her dakikası merkezi güç tarafından sürekli gözetlenen bir dünyayı resmettiğini söyler. 1984'ün ise daha karamsar, daha çağcıl bir karşı-ütopyayı betimlediğini belirtir ve 1984, totaliter karakteristik sergileyen liderlerin, teknoloji

yardımıyla dünyayı kontrol edecekleri bir yapıya dönüştürmeleri temasını işler. Aslında buradaki gözetim pratikleri içinde, her yerde ve her an toplumu gözetleyen **Büyük Ağabey** kişileri sürekli gözetim altında tutar. Cesur Yeni Dünya'da ise, bireylerden ve bireyselleşmeden bahsetmekten mümkün olmayan bir ortamda, toplumun üyeleri hükümet tarafından çeşitli biyolojik uygulamalarla belirlenmiş ve şartlandırılmış bir şekilde özenle üretilmektedir. Bu üreme süreci prototip olarak gerçekleştirilmektedir. Yöneticilere göre bireysellik bir tek bireyin hayatından daha fazlasını tehdit etmekte ve toplumun kendisi için bir tehdit oluşturmaktadır. Huxley'in bu eseriyle aslında, sanayileşmekte olan Batı toplumlarının geleceğini hicvettiğini ve bu nedenle de kitabında, yeni dünyanın tanrısı olarak, 20. Yüzyılın başında otomotiv kralı olan Henry Ford resmedildiğini söyler.

Dolgun, Biz ile 1984'te, hem devletin denetiminden kurtulmak isteyenlere karşı uygulanan hem de insanın doğası gereği olan taleplerini yok etmeyi amaçlayan beyin operasyonlarından bahsedilirken; Cesur Yeni Dünya'da, çeşitli ilaçlar ile yapay biyolojik seçim yöntemlerine dayanan bir durum söz konusu olduğunu söylemektedir. Aslında bu anlamda günümüzün en büyük tehditlerinden biri olarak hayatımıza yeni giren Covid-19 salgını ile ilgili söylenen laboratuvarlarda üretildi iddialarını tamamen komplo teorisi olarak adlandırmak ne kadar doğru olacaktır? İktidarların toplumsal denetim sağlamak için biyolojik silahlarını bir gözetim aracı olarak kullanıldığından bahsedebilir miyiz? Türkiye'de de büyük bir etki alanı bulan bu salgın için, diğer insanlara bulaştırmamak adına ev hapsinde kalınması, 20 yaş altı ve 65 yaş üstü insanlara sokağa çıkma yasağının gelmesi iktidarın toplumsal denetimi açısından okunabilir. Ayrıca bu salgınla ilgili olarak bakanlığın geliştirdiği bir uygulama bulunmaktadır. Uygulamada konum servislerine izin verdiğinizde, sizi riskli bölgelere yaklaştığınızda uyarıyor ve haritada anlık olarak yaklaşmamanız gereken alanları gösteriyor. Geliştirilen algoritmalar sayesinde, vatandaşın riskli kişilerle temas edip etmediğinin gözlemlenmesi de sağlanabiliyor. Ayrıca uygulamanın ismi de olan ve gerek televizyonlarda gerek sosyal medyada bu salgınla mücadelenin sloganı olarak kullanılan "Hayat eve sığar." söylemi de bir bakıma iktidarın insanları evde gözetim altında kalmaları için ürettiği bir söylem olarak yorumlanabilir.

Gözetimi enformasyon ile bağlantılı şekilde düşünebilmek için gözetimde önemli olan **sinoptikon** ve **omniptikon** kavramlarına da bakmak gerekmektedir. Panoptikon herkesi gözetleyen bir göz olarak iktidarı ifade ederken (Bauman,2018: 46), sinoptikon çoğunluğun azınlığı gözetlediği bir dünyayı, omniptikon ise herkesin herkesi izlediği bir dünyayı ifade etmektedir. Sinoptikonda kişiler bulundukları yerden ayrılmadan sanal ortama entegre olarak diğer herkesi gözetleyebilir bir gözetim sürecine dahil olmaktadır. Bu süreç, kitle iletişim araçlarının ve özellikle de artık günümüzde yeni medya araçlarının oluşturduğu yeniden üretilen bir gözetim mekanizmasının varlığını karşımıza çıkarmaktadır. Burada geçmişte klasik medyanın araçları olan televizyon, radyo ve sinema gibi görsel ve işitsel medya araçlarının yardımıyla çoğunluğu oluşturan toplumun azınlıkta olan grubu veya grupları (sanatçılar, futbolcular, siyasetçiler vb.) sürekli bakıp, izleyip, gözetlemesi ön plana çıkmaktadır. Günümüzde ise yine bu akışta televizyon ve diğer medya araçları devamlılığını sağlasa da özellikle yerini instagram, facebook ve youtube gibi oluşumlar almıştır. Survivor, Biri Bizi Gözetliyor gibi televizyon programları sinoptikona örnek gösterilebilir. Survivor’da insanların temel yaşam ihtiyaçları bir görev-ödül ilişkisine dayandırılmakta ve oradaki insanlar aslında gümnünüzün en değerli pratiği olan iletişimden ve teknolojiden mahrum kendi istekleriyle mahrum bırakılmaktadırlar. Özellikle son zamanların en çok kullanılan platformlarından biri olan Netflix’in bir yapımı olarak çıkan **To Hot To Handle** isimli programda kişilerin bütün mahremiyetleri ellerinden alınmakta ve özel hayatları tamamen deşifre edilmektedir. Programda ödüle sahip olabilmek için diğer yarışmacıların hiçbirisiyle cinsel bir ilişki yaşamamaları gerekmektedir. Bu da aslında gözetimin en uç noktasını betimleyen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında bu durum medya ürünlerinin genelinde çoğunluğun azınlığı izlediği ortamlar olarak sinoptik bir ortam yarattıkları söylenebilmektedir.

1.2.MAHREMİYET VE CİNSELLİK

1.2.1. Cinselliğin Kuramsal Boyutu

Michel Foucault (2020), cinselliğin tarihi konusunda önemli bir teorisyendir. Foucault, cinsellikle ilgili çalışmalarında toplumsal normlar, iktidar ilişkileri ve bilgi

rejimleri gibi kavramları merkeze almaktadır. Foucault'nun cinselliğin tarihi hakkında bazı ana fikirleri aşağıdaki şekilde maddelendirilebilir:

1. Cinselliğin Toplumsal İnşası: Foucault, cinselliğin doğal ve sabit bir kavram olmadığını savunur. Ona göre, cinsellik toplumsal olarak inşa edilen bir fenomendir ve tarih boyunca toplumların cinsellikle ilgili normları ve anlayışları değişmiştir.
2. Cinselliğin İktidarla İlişkisi: Foucault, cinselliğin iktidar ilişkileriyle sıkı bir şekilde bağlantılı olduğunu vurgular. Ona göre, cinsellik toplumun kontrol ve düzenleme mekanizmaları tarafından yönlendirilir ve iktidarın bir aracı haline gelir. Cinsellik, toplumun sınırlarını ve normlarını belirleme, denetleme ve cezalandırma amacıyla kullanılır.
3. Bilgi ve Cinsellik: Foucault, cinselliğin toplumda nasıl bilgiyle ilişkilendirildiğini inceler. Ona göre, cinselliğin bilgisi belirli dönemlerde ortaya çıkar ve yayılır. Cinsellikle ilgili bilgi, tıp, psikiyatri, cinsel bilimler gibi disiplinlerin etkisiyle şekillenir ve toplumsal olarak kabul edilen bilgi rejimlerine bağlı olarak değişir.
4. Cinselliğin Görünmezleştirilmesi ve İtiraz: Foucault, modern toplumlarda cinselliğin açıkça konuşulmasının ve sergilenmesinin sınırlarının olduğunu iddia eder. Cinselliğin belli bir norma uygun olarak sınırlandırılması, heteroseksizmin, cinsel tabuların ve normatif cinsiyet rollerinin devam etmesini sağlar. Foucault, bu sınırlamalara karşı çıkarak cinselliğin özgürleştirilmesini savunur.

Foucault'nun cinselliğin tarihi hakkındaki çalışmaları, cinselliğin toplumsal inşası, iktidar ve bilgiyle ilişkisi ve cinselliğin görünmezleştirilmesi gibi konuları derinlemesine inceleyerek, cinselliğin sosyal ve kültürel olarak nasıl şekillendiğini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu sebeple de cinsellik konusunda başvurulması gereken ilk kaynaklardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Foucault'nun belirttiği şekliyle cinsellik kavram olarak öncelikle 19. yüzyılda görüldüğü kabul edilmektedir. Temelde kavram özellikle biyolojide 1800'lerden

itibaren kullanılmasına karşın günümüzdeki anlamına yakın kullanımını yüzyılın sonlarında kazanmıştır (Karademir, 2015). Bununla birlikte de cinsellik kavramı günümüzdeki kullanılan modern anlamını 19. yüzyılın ikinci yarısında daha da geliştirerek bir insanı diğerinden farklı kılan kişisel cinsel duygular anlamına gelmeye başlamıştır (Weeks, 2016, s. 13). Richard von Krafft-Ebing, Havelock Ellis, Auguste Forel, Magnus Hirschfeld, Sigmund Freud gibi seksologlar da yine bu zamanlarda cinselliğin çeşitli biçimlerini araştırarak cinselliğin gerçek anlamını keşfetmeye çalışmışlardır (s. 14).

Cinsellik (**sex**) kavramının İngilizcede en erken kullanımının, erkek ve kadınların farklılıklarını, yani daha sonrasında cinsiyet olarak belirtilen şeye, işaret ettiği söylenmektedir (Tannahill, 2003). Bu kullanım biçimi biyolojik temellere dayanarak ortaya konulmuştur. Bugüne değin ise kavramın kazandığı en öndeki anlamlarından biri 19. Yüzyılın erken dönemlerinden itibaren kullanılmaya başlanılan kadın ve erkekler arasındaki fiziksel-cinsel ilişki biçimi olarak kabul edilmektedir. Weeks'e göre kavram modern anlamlarını 19. Yüzyılın ikinci yarısında "bir insanı diğerinden farklı kılan kişisel cinsel duygular" olarak ifade edilen şekillerde kazanmaya başlamıştır (s. 13).

Weeks'e göre cinsellik, insan ilişkilerinin özel bir biçimi olarak, biyolojik ve toplumsal çoğalma süreci olarak tanımlanmaktadır (Weeks, 2016, s. 23). Giddens da cinselliği, "*sadece doğrudan boşalma imkânı bulan veya bulamayan bir biyolojik dürtüler kümesi değil, iktidar alanları içerisinde işleyen bir toplumsal inşa*" olarak ifade etmektedir (Giddens, 2010, s. 27). Cinsellik, yaş, sınıf, etnik köken, kimlik, cinsel yönelim, din ve geleneğe göre farklı yaşanış ve düşünüş şekillerine sahip olabilmektedir (Weeks, 2016, s. 21). Dolayısıyla cinselliğin bu yaşanış ve düşünüş şekillerince nasıl tanımlandığı, ekonomik, toplumsal ve tarihi olarak nasıl kurgulandığıyla alakalıdır. Weeks ayrıca cinselliği, bir mücadelenin sonucu olarak ifade etmektedir. Bu mücadele farklı toplumsal tanımların ve bu tanımlama gücüne sahip kişiler ile bunlara karşı çıkan kişiler arasındaki mücadele olarak belirtilmektedir. Weeks'e göre cinsellik belirli bir tanıma sahip değildir, müzakere, mücadele ve insanın ortaya koyduğu bir üründür (s. 30-31). Bu sebeple de aslında cinselliğin özellikle 19. Yüzyıldan itibaren yoğun bir ahlaki tartışma içine girdiğini

söylemektedir. Cinselliğin bu mücadelecî içeriği, cinselliği kültürel, toplumsal ve politik alanların konusu haline getirmektedir (s. 10). Günümüzde herkesin bahsedebildiği bir kavram olan cinsellikten geçmişte bahsedebilecek kişiler kiliseler, devletler, doktorlar ve yazarlar olarak belirlenmişti. Bugün cinsellik ve beraberinde beden, toplumsal bir bahsetmenin ürünü haline gelmiştir (s. 9).

Weeks cinselliği, özel ve kamusal yaşamı oluşturan belirgin bir toplumsal varlık olarak ifade etse de daha çok cinsellik olarak tanımlanan kavramın kültürel birçok etkeni (cinsiyet, kimlik, üreme, arzu, fanteziler, cinsel pratikler vb.) bir araya getirmiş olan tarihi bir yapı olarak açıklamaktadır (s. 16). Örneğin cinsel bir eylem olarak mastürbasyon, temelde başka bir kişiyi gerektirmez. Weeks'e göre bu da aslında bazı cinsel eylemlerin mahremiyet kavramının içine dahil edilemeyeceğinin bir ifadesi olabilmektedir. Ayrıca içinde bulunduğumuz sanal çağda özellikle son yıllarda çokça göz önüne gelir durumda olan sanal cinsellik, cinsellik kavramının temelinde yer alan bedensel temasın ortadan kalkabileceği bir cinsellik biçimi sunmaktadır. Cinsiyetler ve birçok kültürel etkenin ortadan kalktığı bu yöntemle cinsellik milyonlarca kişiye kolayca ulaşabilir hale gelmiştir (s. 24) "Cinsellik, iktidarın kontrol altında tutmaya çalıştığı bir tür doğa olayı veya bilginin açığa çıkarmaya çalıştığı belirsiz bir alan olarak düşünülmemelidir. Cinsellik, tarihi bir kurguya verilebilecek bir isimdir." (Foucault, 1979, s.105).

Cinselliğin tanımlamasıyla ilgili farklı teorisyenler ve sosyologlar arasında çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır.

1. Sigmund Freud: Freud (2020), psikanaliz teorisiyle cinselliği incelerken, cinsel dürtülerin insan davranışlarını ve zihinsel süreçleri nasıl etkilediğini vurgular. Ona göre, cinsellik insanın temel dürtülerinden biridir ve kişilik gelişiminde önemli bir rol oynar.
2. Judith Butler: Butler (2019), cinsiyet ve cinselliği toplumsal olarak inşa edilen kavramlar olarak ele alır. Ona göre, cinsiyet ve cinsellik, toplumsal normlar ve performanslar yoluyla sürekli olarak yeniden üretilir ve değiştirilir.

3. Ann Oakley: Oakley (Mitchell ve Oakley, 1992), cinselliği toplumsal olarak inşa edilen bir fenomen olarak ele alır. Cinselliğin toplumsal roller, beklentiler ve güç ilişkileri tarafından şekillendirildiğini vurgular.
4. Gayle Rubin: Rubin, cinselliği sosyal ve kültürel düzeyde ele alırken, "cinsel politika" kavramını geliştirir. Ona göre, toplumlar cinsel davranışları, ilişkileri ve normları kontrol etmek için cinsel politikalar oluşturur ve bunlar çeşitli sosyal ve kültürel kurumlar aracılığıyla uygulanır.
5. Evelyn Hooker: Hooker, cinselliğin heteronormatif perspektiflerden çıkarılması ve çeşitliliğin kabul edilmesi gerektiğini savunur. O, cinsel yönelimlerin ve cinsel kimliklerin doğal ve normal bir yelpazeye sahip olduğunu gösteren önemli araştırmalar yapmıştır.

Bu teorisyenler ve sosyologlar, cinselliğin tanımlanmasıyla ilgili çeşitli yaklaşımlar sunarlar. Cinselliği biyolojik, psikolojik, sosyal ve kültürel faktörlerle ilişkilendiren bu yaklaşımlar, cinselliğin karmaşıklığını ve çok boyutlu doğasını anlamamıza yardımcı olur.

1.2.2. Beden Sosyolojisi ve Cinsellik

Beden sosyolojisi (Arpacı, 2020), insan bedeninin sosyal yapı ve kültürle etkileşimini inceler. Bu bağlamda, cinsellik de insan bedeninin sosyal olarak şekillenmesi ve deneyimlenmesinde önemli bir rol oynar. Beden sosyolojisi, toplumsal olarak inşa edilen bedenleri ve bedenlerin sosyal etkileşimlerini incelerken, cinsellik de bu alanın önemli bir boyutunu oluşturur. Cinsellik, toplumsal normlar, kültürel değerler, sosyal ilişkiler ve güç ilişkileri tarafından şekillendirilen bir fenomendir ve beden sosyolojisi, bu bağlamda cinselliğin toplumsal boyutlarını ve etkileşimlerini anlamaya çalışır (Turner, 2020).

Cinsellik, toplumsal cinsiyet ve kültürel normlar tarafından yönlendirilir ve belirlenir (Bourdieu, 2015). Toplumda cinsellik, cinsel kimlik, cinsel yönelim ve cinsel davranışlar gibi birçok boyutta tartışılmaktadır (Haug, 1997). Bu tartışmalar, insanların bedenleri üzerindeki hakimiyetleri ve bedenlerinin toplumda nasıl görüldüğüne dair algıları da etkiler. Beden sosyolojisi, cinsellikle ilgili birçok

konuyu ele alır. Örneğin, beden imajı, beden algısı ve beden politikaları cinsellikle doğrudan ilişkilidir. Beden imajı, insanların bedenlerine dair algılarına ve bedenlerini nasıl şekillendirdiklerine ilişkin bir kavramdır. Cinsellik, beden imajının oluşumunda ve değişiminde önemli bir faktördür (Bingöl, 2019). Beden algısı ise insanların kendi bedenlerine ve başkalarının bedenlerine ilişkin algılarıdır. Cinsellik, beden algısının oluşumunda ve değişiminde de etkilidir (Köse, 2011). Örneğin, toplumsal cinsiyet rolleri ve cinsel normlar, insanların bedenlerinin nasıl görüldüğüne ve değerlendirildiğine ilişkin algılarını etkiler. Beden politikaları ise insanların bedenleri üzerindeki hakimiyetlerine ilişkin bir kavramdır. Cinsellik, beden politikalarının oluşumunda ve değişiminde de rol oynar. Örneğin, cinsel eğitim, cinsel sağlık hizmetleri ve cinsel yasalar, insanların bedenleri üzerindeki hakimiyetlerini ve kararlarını etkiler. Sonuç olarak, beden sosyolojisi cinsellikle doğrudan ilişkilidir ve cinsellikle ilgili birçok konuyu ele alır. Bu konular, insanların bedenleri üzerindeki algılarını, hakimiyetlerini ve toplumsal statülerini de etkiler (Gatens, 2006).

Beden sosyolojisi ve cinsellik arasındaki ilişki, birkaç farklı boyutta incelenebilir (Bourdieu, 2015):

1. Toplumsal Normlar ve Değerler: Beden sosyolojisi, toplumun belirlediği normlar ve değerlerin cinsellik üzerindeki etkisini araştırır. Toplumun cinsel davranışları nasıl şekillendirdiği, cinsel tabuların nasıl oluştuğu ve cinsel kimliklerin toplumsal olarak nasıl değerlendirildiği gibi konular bu ilişkiyi ele alan çalışmalara örnek olarak verilebilir.
2. Cinsel Kimlikler ve Gruplar Arası İlişkiler: Cinsel kimlikler, toplumda bireylerin kendilerini nasıl tanımladıklarını ve aidiyet duydukları grupları ifade eder. Beden sosyolojisi, cinsel kimliklerin toplumsal olarak nasıl şekillendiğini, cinsel azınlıkların deneyimlerini ve gruplar arası ilişkilerin cinsellik üzerindeki etkilerini inceler.
3. Cinsel Pratikler ve Toplumsal İktidar: Cinsellik, toplumsal güç ilişkileriyle sıkı bir şekilde ilişkilidir. Beden sosyolojisi, cinsel pratiklerin toplumsal cinsiyet, sınıf, ırk ve diğer toplumsal faktörlerle nasıl etkileştiğini araştırır. Cinsel pratiklerin toplumsal iktidar ve ayrımcılıkla nasıl bağlantılı

olduğu, cinsel taciz ve şiddet gibi konular bu ilişkiyi ele alan çalışmalara örnek olarak verilebilir.

Sosyal medya ve mahremiyet ise beden sosyolojisi ve cinsellikle ilişkili konularla farklı bir boyutta etkileşir. Sosyal medya, bireylerin cinsel kimliklerini ifade etmeleri, cinsel deneyimleri hakkında bilgi paylaşmaları ve cinsel ilişkilerini sosyal ağlar üzerinde kurmaları için bir platform sağlar. Ancak, sosyal medyanın mahremiyet konusunda da tartışmalı bir etkisi vardır. Mahremiyet, kişisel sınırların korunması ve kişisel bilgilerin kontrolü anlamına gelir. Sosyal medya kullanıcıları, cinsel yaşamlarını veya mahremiyetlerini nasıl paylaşacakları konusunda karar verirken, bu platformun sunduğu mahremiyet riskleriyle karşı karşıya kalabilirler.

Sosyal medya, cinsel içeriklerin yayılmasını, cinsel taciz ve istismarın dijital platformlarda gerçekleşmesini ve mahremiyet ihlallerini de beraberinde getirebilir. Bu nedenle, beden sosyolojisi ve cinsellikle ilgili çalışmalarda, sosyal medyanın cinsellik üzerindeki etkileri ve mahremiyetle ilişkisi de önemli bir araştırma konusu olmuştur. Araştırmalar, sosyal medyanın cinsel kimliklerin ifade edilmesi ve cinsel ilişkilerin kurulması gibi alanlarda nasıl bir etkisi olduğunu, mahremiyetin sosyal medyada nasıl yönetildiğini ve mahremiyet ihlallerinin nasıl engellenebileceğini anlamaya çalışmaktadır.

1.2.3. Küreselleşme ve Cinsellik

Küreselleşme, bugün sosyal bilimler literatüründe hâlâ önemle kullanılmaya devam edilen bir kavramdır. En genel anlamıyla tüm dünya arasındaki sosyal, siyasal ve ekonomik ilişkilerin gelişmesi olarak tanımlanmaktadır (Tomlinson, 2004). 21. Yüzyılın barındırdığı hemen her alandaki çarpıcı hareketlilik ve değişimler çağın küreselleşme çağı olarak adlandırılmasının temelini oluşturmaktadır. Küreselleşme, ekonomik, siyasal ve kültürel süreçleri ve bu süreçler arasındaki çok-boyutlu ilişkiler tarafından kurulmuş tarihsel bir süreç olarak kabul edilmektedir (Bauman, 2018). En temel tanımıyla ise küreselleşme, insan ve insan dışı faaliyetlerin uluslar ve kültürlerarası bütünleşmesinin sebeplerini, seyrini ve sonuçlarını içeren, tüm dünyanın bağlantılı hale geldiği bir süreç olarak algılanmaktadır.

Aslında küreselleşme kavramı “bazıları için yeni bir barış ve demokratikleşme çağını açacak uluslararası sivil toplum vaadini çağrıştırmaktayken, bazıları için ise tehditkâr bir biçimde Amerika’nın ekonomik ve siyasal egemenliğini, bunun kültürel sonucu olarak da metastazla her yere yayılmış bir tür Disneyland’ı andıran türdeşleşmiş bir dünya”yı akla getirmektedir (Berger, 2003, s. 9). Aslında bu durum tam da Zygmunt Bauman’ın ifade ettiği şekilde küreselleşmeyi hem onsuz mutlu olamayacağımız şey olarak tanımlamakta hem de mutsuzluğumuzun nedeni olarak ifade edebilmektedir.

Bauman küreselleşmeyi “dünya meselelerinin belirsiz, kuralsız ve kendi başına buyruk doğası” fikriyle şekillendirmektedir. Yani, bir merkezin, bir kontrol masasının, bir yönetim kurulunun ve bir idari büronun yokluğu olarak tanımlamaktadır (Bauman, 2014, s. 69). Küreselleşme olgusunu kargaşa ortamı olarak gören Bauman, Jowitt’in “yenidünya düzensizliği” deyimini bu nedenle benimsemiştir. Ona göre; dünya kuralsız ve kontrolsüz bir düzensizlik ve belirsizlik içinde yönetilmektedir. Bauman küreselleşen dünyayı bu düzensizlik ve belirsizlik kavramları içinde; “silahlı çatışmalar ve pazarlık ya da hem çatışmalar hem de pazarlık yoluyla, her kurduğu toprak parçasını ayıran ve kapatan sınırlarının (uluslararası garantiye alınarak) çizilmesini ve korunmasını amaçlayan devletlerarası politika sahnesi” olarak açıklamaktadır (Bauman, 2014, s. 73). Mekan savaşı sonrası dünyada, hareketlilik toplumsal katmanlaşmada en güçlü ve gözde unsur haline gelmiştir. Hareketlilik, yeni toplumsal, politik, ekonomik ve kültürel hiyerarşilerin her gün ve yeniden inşa edilmesinde kullanılan temel bir araç haline gelmiştir (Bauman, 2018, s.17). Enformasyonun hareketi, bedenlerin fiziksel olarak bir yerden başka bir yere taşınmasından veya bilginin iletilen durumların değişiminden daha büyük bir hız kazanmıştır. Bauman, bilgisayarlar aracılığıyla oluşturulan World Wide Web (WWW) ağı, bilgi söz konusu olduğunda seyahat etme ve mesafe kavramının kendisini geçersiz kıldığı bir noktaya geldiğini söylemektedir (Bauman, 2018, s. 24).

Giddens ise küreselleşmeye teknolojik gelişmelerin sonunda ortaya çıkan “çelişkisiz ve alternatifsiz bir dönüşüm süreci” olarak bakmaktadır (Giddens,

Sosyoloji, 2012, s. 84). Giddens’a göre küreselleşme, “Yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirildiği ya da bunun tam tersinin söz konusu olduğu yollarla uzak yerleşimleri birbirine bağlayan dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması”dır (Giddens, 2012, s. 83-84).

Robertson'ın bireyler, ulus devletler, beşeriyet ve dünya sistemi gibi dört unsurdan yola çıkarak küreselleşmeyi tanımlaması, dünyanın giderek bir bütünlük haline geldiği sonucuna ulaşmasını sağlamıştır (Friedman, 1999, s. 86, aktaran Balcı, 2006, s. 28). Robertson (1999)'a göre küreselleşme, bir yandan dünyanın küçülmesine işaret ederken diğer yandan da dünya bilincinin güçlenmesine ve tüm dünyanın tek bir mekanlaşmasına olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda küreselleşme, modernleşme ve post-modernleşmeyle ilişkili bir olgudur ve dünyanın tek bir bütün şeklinde yapılandığı bir yapıyı temsil etmektedir.

Küreselleşmenin 1980’lerden beri hızla gelişimine paralel bir biçimde internet ve iletişim teknolojilerinde de gelişme, değişme ve dönüşümler gözlenmiştir. İnternet ile geleneksel iletişim yöntem ve araçları sanal hale gelmeye başlamış, bireylerin artık kendilerinin bu alanlara üretim yapabildikleri formlara bürünmüştür (Robertson, 1999). Bu anlamda bireyler enformasyonun hem üretici hem de tüketicisi konumunda yer almaya başlamışlardır. Bunun yanı sıra birçok toplumsal faaliyet ya da sosyal sorumluluk pratikleri, yeni medya olarak da adlandırılan sosyal medya araçlarıyla birlikte bireylerin bu faaliyet ve pratikleri gerçekleştirdikleri bir yola girmişlerdir. Girilen bu yolda sosyal medya araçları günümüzde artık ana akım medyanın alternatifi olmasının da üstüne geçerek insanların toplumsal olayları öğrenmek veya kendi düşüncelerini dile getirebilmek amacıyla başvurdukları ilk mecra olmaktadır. Bu mecraanın gün geçtikçe politik süreçlerde ve toplumsal olaylarda etki sağlamaya başladığı görülmektedir. İnsanların Facebook, Twitter, Instagram gibi mecralar üzerinden toplumsal ifade ediş biçimlerinin şekillenmesi, buraların şikayetlerini ve isteklerini dile getirebildikleri bir yer haline gelmesi, kamusal ve aynı zamanda özel olana dair bilgi alışverişlerinin yapılması bu araçların ne denli önemli ve etkili olduğunun bir göstergesidir (Alacahan ve Vatandaş, 2021, s. 730).

Küreselleşmenin bu etkileri özellikle geleneksel yapıların yıkılışının hızlanmasına ve bireyselleşme sürecinin teşvik edilmesine yardımcı olmuştur. Weeks bireyselleşmeyi, bireyi geleneksel yapıların korumasından kurtaran toplumsal bir süreç olarak açıklamaktadır. Fakat bu geleneksel yapıların yıkılışıyla birlikte oluşan yeni fırsatlar Weeks'e göre yeni belirsizliklere yol açabilmektedir. Bu belirsizlikler ise küreselleşme ve bireyselleşmenin etkisiyle cinsellik ve mahremiyet alanlarında gerçekleşmiştir. Weeks bu durum için pornografi sektörünün gelişmesini örnek vermektedir. Özellikle kadının ve bedeninin bir reklam merkezi olarak pazarlaması yapılabilecek her şeyi satabilmenin temel aracı haline geldiğinden bahsetmektedir. Bu durum aynı zamanda cinsel ürünler için yeni bir pazar ve kullanım alanı yaratmaktadır (s. 128)

Weeks'e göre böylelikle de cinsellik küreselleşmenin önemli bir yönünü oluşturmaktadır. Küresel bağlanmanın önceki biçimlerinden farklı olan şey, fikirleri, değerleri ve algıları yaymak için daha yoğun ve hızlı bir sistemin olmasıdır, böylece cinsellikle ilgili belirli bir öz bilinçlilik ve anlayış, tamamen yeni ve tartışmaya açık bir şekilde evrenselleştirilmektedir (Altman 2001, s.38) Cinsellik dünyası, küresel bağlantılar ve akışlar tarafından dönüştürülmektedir (s. 157).

Özellikle tüm bu küreselleşme adımlarının sonucu olarak ortaya çıkmış olan internet, Weeks'in küreselleşmenin önemli bir yönü olarak tanımladığı cinselliğin yayılmasında etkili olmuştur. İnternet sayesinde sanal seks, sanal takipçi-tacizci, sanal tecavüz, sanal kurbanlar, sanal porno, sanal röntgencilik, seks sohbet odaları, seks haber grupları, seks ilan panoları, kameralı seks, bloglar, vloglar ve sosyal ağlara sahibiz. Tüm bunlar Weeks'in deyiimiyle çok yönlü bir sanal cinsellik alanı yaratmaktadır. Ona göre internet, cinsel arayış, flört, sohbet, itiraf, kendini olumlama, deney, fantezi, mastürbasyon, arkadaşlık, ağ oluşturma, moda, pazarlama yeri haline gelmiştir.

1.2.4. Toplumsal Hareketler ve Cinsellik

Toplumda kişilere, olaylara karşı olan hoşnutsuzlukların dile getirilmesi, muhalefet edilmesi insanlık tarihinin hemen her döneminde gerçekleşmiştir. Bu dışa vurum, bazen karşılanması istenilen ihtiyaçların dile getirilmesi şeklinde bazen de

toplumdaki derin ve köklü değişimlere tepki olarak gerçekleşmekte ve toplumsal hareket olarak tanımlanmaktadır (Şentürk, 2006, s. 33). Toplumsal hareketler toplumsal yaşamın en başından beri varlık bulmuş, farklı zamanlarda farklı türlerde çatışmalar, başkaldırıları, isyanlar ve direnişler şeklinde ortaya çıkmıştır. Eric Hoffer da “İyi bir dünyada yaşadığını düşünenler bu dünyayı aynen korumak, hayal kırıklığına uğramış kişilerse bu dünyayı temelden değiştirmek isterler.” diyerek toplumsal hareketlerin değişim isteğine vurgu yapmaktadır (Hoffer, 2011, s. 15). Ayrıca devrimci bir hareketin bireyin yaşamında değişiklik yaratan bir araç olduğunu söyler (Hoffer, 2011, s. 11). Dolayısıyla toplumsal hareketler, toplum içinde ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel ihtiyaçların, isteklerin karşılanmaması veya rahatsızlıkların bir birlik içinde dile getirilmesi olarak da ifade edilebilir. Snow, Soule, ve Kriesi’nin de ifade ettikleri şekliyle toplumsal hareketler, mevcut otoriteye meydan okumak veya mevcut otoriteyi savunmak amacıyla bir dereceye kadar örgütlenme ve kurumsal veya örgütsel kanalların dışındaki süreklilikle hareket eden kolektivite olarak düşünülebilir (Snow, Soule, & Kriesi, 2004, s. 11).

Toplumsal hareket kavramı olarak ilk kez Lorenz Van Stein tarafından **siyasal mücadele** bağlamında kullanılmıştır (Yaylacı, 2014, s. 36). Von Stein, toplumsal hareketleri sosyolojide merkezi bir yere koyarak toplumsal hareketlerin kavramsallaştırılması bakımından literatüre oldukça önemli bir katkı sağlamıştır (Heberle, 1940, s.348, aktaran Yaylacı, 2014, s. 36)

Başlangıçta toplumsal hareketler kavramı, başlangıcını da oluşturduğu düşünülen işçi hareketleri ve halk ayaklanmaları ile 18. Yüzyılın sonlarından itibaren Batı Avrupa’da ortaya çıkmıştır (Tilly, 2004, s. 17). Burada asıl amaç kendileri veya başkalarının hakları, refahı veya geleceği ile ilgili kaygılarını dile getiren insanların daha çok siyasal iktidarı hedefleyen ve en önemli olarak da ekonomik çıkara dayalı sınıfsal yapısı olan hareketler gerçekleştirmeleriydi. Başlarda daha çok işçi hareketleri ve sınıfsal sorunlara dayalı olan toplumsal hareketlerin içeriği 19. yüzyılın sonundan itibaren çiftçileri, kadınları ve hak talebinde bulunan diğer kesimleri de kapsayacak biçimde genişlemiştir (Yaylacı, 2014, s. 36). Toplumsal hareketler bağlamında kadın hareketi ya da feminizm, milliyetçi ve faşist hareketler, faşizm ya da ırkçılık karşıtı hareketler, barış hareketleri ve işçi hareketleri sayılabilir.

1945'ten sonra sosyal bilimlerin yapısını değiştirdiği söylenen  olay gerçekleşmiştir. Birincisi dünyanın siyasal yapısında meydana gelen değişme olarak ABD ile SSCB arasında yaşanan Soğuk Savaş olarak kabul edilmektedir. İkincisi 1945'i izleyen yirmi beş yıl boyunca dünyanın nüfus ve üretim kapasitesinde bir artış yaşamasıdır. Üçüncüsü ve aslında toplumsal hareketlerin yeni olarak dönüşüm yaşamasında büyük bir rol oynayan olay ise üniversitelerin dünya çapında yaygınlaşmaya başlamasıdır. Aslında çok temel olarak düşünecek olursak, yeni düşünsel temellerin atıldığı bu sosyal ortamlar, yeni toplumsal hareketleri başlatacak olan 68 hareketlerinin de başını çekmektedir (Gulbenkian Komisyonu, 2016, s. 37). Bu bağlamda toplumsal hareketler konusundaki yaklaşımlardan biri de “yeni toplumsal hareketler” olmaktadır (Habermas, 1981; Offe, 1985, aktaran Sayımer, 2014, s. 100). Endüstri toplumundan endüstri sonrası topluma, modern toplumdan post-modern topluma geçişte tanımlanan bu yeni toplumsal hareketler süreci birçok yeni kavramsallaştırma ve tanımlamaların da yapılmaya başlandığı bir dönem olmuştur (Yaylacı, 2014, s. 61). Bu hareketlerin yeni olarak tanımlanmasının sebebi, eski olarak adlandırılan toplumsal hareketlerin işçi sınıfı ve iktidar temelli oluşlarından ayrılmak istenmesi hem de yeni toplumsal hareketlerin içerik olarak genişleyerek daha siyasal ve özellikle de farklı olarak sosyal temelle ilişkilendirilmesidir. Özellikle 1968 tarihi bu noktada önemli sayılmaktadır. 1968’de Fransa, Almanya, İngiltere ve Meksika’da başlayan ve dünyanın birçok noktasına sıçrayan ğrenci hareketleri, öncesinin ekonomik temelli söylemlerinin yanında aşk ve özgürlük gibi yeni kavramları da gündeme getirerek hem daha küresel ve uluslararası hem de daha kimlik temelli bir hareket biçimine yol açmıştır (Yaylacı, 2014, s. 62). Feminist hareket, cinsiyet özgürlüğü, çevreci hareketler, barış hareketleri, din ve etnik hareketler yeni toplumsal hareket biçimleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda yeni toplumsal hareketler, devletten ziyade sivil topluma yönelik olarak kabul edilebilmektedir. Toplumsal hareketler 1960’lar öncesi eski endüstriyel topluma ait oldukları için eski toplumsal hareketler olarak adlandırılmaktadır. Fakat Touraine’e göre yeni toplumsal hareketler ise devlet gücünü kontrol etme düşüncesinden uzaklaşması ve toplumsal ilişkileri değiştirmeye yönelik olması nedeniyle yenidir (ayır, 1999, s. 16-17, aktaran Yaylacı, 2014, s. 65).

Belirli bir amaç doğrultusunda, hedefe yönelik olarak bir arada toplanan toplumsal hareket grupları, iktidarın dayattığı toplumsal ilişkileri ya da kurumları değiştirmek, kaldırmak ve var olan ilişkileri yeniden biçimlendirmek için çalışırlar. Bu toplumsal hareketler, şikayetçi oldukları ya da düzenlemek istedikleri toplumsal olayları bir aradalıklarını kullanarak geleneksel ve yeni medya araçları ile daha geniş kitlelerin dikkatine sunmaktadırlar (Demir ve Acar, 1993, s. 330, aktaran Işık, 2013, s. 20). Böylece kamuoyu, toplumsal hareketler sayesinde siyasal ve toplumsal sorunların gündeme taşındığı ve toplumun bu sorunlarla ilgili olarak tercihlerini yaptığı bir alan haline dönüşmektedir. Bu şekliyle kamuoyu toplumsal sorunların tanımlanması ve bu sorunlar üzerinde ortak bir düşünce oluşturulması yolunda, toplumsal gruplar için önemli bir mücadele alanı olarak kabul edilmektedir.

Yeni toplumsal hareketlerin temel niteliklerinden biri kimliğin kurgulanması olarak kabul edilmektedir. Burada kadın hareketlerinin, LGBT+ bireylerin hareketlerinin, cinsiyete dayalı hareketlerin dışlanmasını engellemek, bu kimlikleri kamusal alanda görünür kılmak için bir mücadele söz konusudur (Çayır, 1999, s. 27, aktaran Yaylacı, 2014, s. 69). 1960'lı yıllardan bugüne hız kazanan “yeni” toplumsal hareketlerin temel niteliklerinden bir diğeri de çatışma alanının ekonomik alandan kültürel alana kayması olarak sayılmaktadır (Williams, 2009, s. 341, aktaran Yaylacı, 2014, s. 69).

Günümüzde internet, eğitimden sağlığa, alışverişten özel ilişkilerimize, sosyal alandan kamusal işlere kadar hayatımızın her alanında yer almaktadır. Bu etkileşim sonucu internet ve dolayısıyla internetin sağladığı sosyal her alan artık toplumsal hareketleri besleyen alanlar olarak önümüze gelmektedir. İnternet bir yandan toplumsal hareketlerin oluşumunu, gidişatını etkilerken bir yandan da toplumsal hareketler facebook, twitter gibi artık kamusal konuların çokça konuşulduğu alanları etkilemektedir.

Sosyal medyanın toplumsal hareketler biçiminde önümüze yoğun biçimde gelişi, 2010 yılı sonları ve 2011 yılının ilk aylarında başta Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da başlayan Arap Baharı olarak nitelendirilen halk hareketlerinde örgütlenme ve iletişim aracı olarak sosyal medya araçlarından yararlanılması üzerine başlamıştır.

Tunus’da başlayan olaylar ardından Mısır, Ürdün, Yemen ve Libya’ya sıçrayan protestolarla devam etmiştir. Özellikle Mısır’da Tahrir Meydanı’nda maddi yetersizlikten dolayı kendini yakan bir gencin ateşini fitilledığı olaylarda sosyal medya etkin şekilde kullanılmış, sonunda olaylar Hüsnü Mübarek’in devrilmesiyle son bulmuştur.¹ Aslında 2009’da İran’da yaşanan **Yeşil Devrim**, Moldova’da 2009’daki seçimlerden zaferle çıkan komünist partiye karşı olan protestolar da yine Facebook ve Twitter üzerinden örgütlenilerek gerçekleştirilmiştir (Dolgun & Sütüoğlu, 2014, s. 8). Asıl amacı insanları sosyalleştirmek ve iletişim kurmalarına yardımcı olmak olan bu yeni medya araçlarının kamusal alana dönüştürülerek bir örgütlenme alanı haline gelmesi yeni toplumsal hareket olgusunun bile sosyal medya aracılığıyla nasıl bir dönüşüme uğradığını göstermektedir. Sosyal medya bir anlamda da ortak amaç ya da ortak dertleri olan insanların birbirlerine ulaşmasını kolaylaştırması açısından toplumsal hareketin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Toplumsal hareketlere dair sosyal medyanın üç temel fonksiyonu bulunmaktadır (Gerbaudo, 2014, s. xiv, aktaran Dolgun & Sütüoğlu, 2014, s. 10):

“1. Özellikle orta sınıftan genç kuşakların, ortak sorunlarla karşılaştıklarında kolektif bir aidiyet ve dayanışma duygusu geliştirmelerini sağlayan, kimlik inşa etmenin ve bilinç oluşturma yeri olmuştur.

2. Sanal alemdeki katılımcıların, paylaşılan semboller etrafından toplandıkları ve hayal kırıklığı, öfke, daha iyi bir gelecek beklentileriyle iç içe geçen duygusal enerjilerini biriktirdikleri bir mecraya dönüşmüştür.

3. Kitlesel başkaldırıları hem başlatıp hem de yönlendiren bir sıçrama tahtası olarak, protesto eylemlerinin hazırlanıp bireylere duyurulmak yoluyla herkese eylem çağrısının yapıldığı ve yurttaş gazeteciliğinin boy verdiği bir alan haline gelmiştir.”

Weeks’e göre de cinsellikle ilgili yeni toplumsal hareketlerin ortaya çıkışı (modern feminizm, lgbti+ ve diğer cinsel radikal hareketler) cinsel geleneğin birçok

¹ <https://www.ihh.org.tr/haber/18-aralik-2010-arap-baharinin-baslangici-1975>

kesinliğine meydan okumuş ve cinsel yaşamlarımızı şekillendiren hegemonyanın karmaşıklığına ışık tutmuştur (s. 18) Weeks ayrıca modern feminizm, gey ve lezbiyen hareketlerle beslenmiş ve insanların cinsel davranışları hakkında daha fazla bilgi sahibi olunmasını gerektiren HIV/AIDS krizinin etkisiyle artık cinsel tarihin tüm yönleri hakkında makaleler, broşürler ve kitaplardan oluşan bir yekun ve büyük bir sanal diyalog kütlesi bulunduğunu ve aslında cinselliğin özel ve kamusal alanda bu derecede görünür olmasının bu kültürel ve toplumsal hareketlerin sonucunda yaşanmış olduğundan bahsetmektedir (s. 22)

1.2.5. Popüler Kültür ve Cinsellik

1.2.5.1.Cinselliğin Popüler Kültürdeki Yansıması Olarak Erotizm ve Pornografi

Kahraman (2010, s. 31-62), cinselliği, bedenin özgürleşmesinin de tutsaklaşmasının da en önemli aracı olarak tanımlamaktadır. Ayrıca bedenin mekan, öteki, fark, kimlik, aidiyet kavramlarını ortaya çıkardığını ifade etmektedir.

Kahraman, içinde yaşadığımız görsellik dünyasını bir cinsellik dünyası olarak nitelendirmenin yanlış olmayacağını ve ayrıca bu dünyanın görsel bir kültür ifadesi olduğunu söylemektedir. Freud'un ikinci dereceden güdüler olarak ifade ettiği bakmak ve izlemekten kaynaklanan zevk yani **skopofili**, bu görsellik dünyasının içinde yoğun şekilde yer almaktadır. Özellikle sosyal medya araçlarıyla birlikte her an izliyor, görüyor, gözetliyor ve bu eylemlerden büyük bir tatmin sağlıyoruz. Kahraman'a göre skopofili her an yaşayabildiğimiz tek tatmin aracına dönüşmüş haldedir (s. 49-80).

Kahraman, cinsellik tanımlamasını yerine görselliğin bir haz kavramı olarak geçtiği bir olgu olarak yapmaktadır. Bu yüzden de cinsellik kavramına bakılacağı zaman cinselliğin görsel boyutunu ve görselliğin içerdiği cinselliği irdelemek gerektiğini savunmaktadır. Yine cinselliğin en kritik noktası olarak erotizmden bahsederek erotizmin sadece görüntü ve imgelerle oluşturulduğunu, sözle ve dille ifade bulan bir erotizm olmadığını söylemektedir. Cinselliğin içinde sakladığı tüm öğeler olarak için ise karşı cinsler, bedensel temas ve çıplaklık kavramlarından bahsetmektedir. Kahraman'a göre tüm cinsellik içeren ve cinselliği çağrıştıran görüntülerde var olan ve sergilenen bir beden anlayışı bulunmaktadır. Bu var olan

beden anlayışının çok kusursuz bir algısı olduğundan ve ona ulaşabilmek için insanların spora, diyetlere, estetik ameliyatlara ve moda gibi imgesel görüntü üretme yöntemlerine başvurduklarından bahsetmektedir. Bu da giysi beden için değil, beden giysi için vardır anlayışını beraberinde getirmektedir (s. 5-30).

Cinsellik algısının önceden beri var olan kapalı ve özeli içeren bir konu oluşunun yanında özellikle sanatta göstermeye dayalı şekilde var olmuştur. Kahraman cinselliğin bu göstermeye dayalılığından dolayı izleyeni röntgenci konumuna sokarak onun kendisiyle yüzleşmesine yol açtığını söylemektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET VE CİNSELLİK

2.1. SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL KULLANIM ALANLARI

Günümüzde sosyal medya kanalları, sosyal ilişkilerin en yoğun yaşandığı, yeni dostlukların kurulduğu, var olan dostlukların pekiştirildiği, çeşitli bilgi, beceri, tercih vb. alışverişlerinin yapıldığı ortamlardır. Boyd ve Ellison (2007, s. 211), sosyal medya araçlarını, *“bireylerin sınırlı bir sistem içinde herkese açık veya yarı açık bir profil oluşturmaya, paylaşım sağladıkları diğer kullanıcıların bir listesini oluşturmaya ve bunlar arasında gezinmesine izin veren web tabanlı hizmetler”* olarak tanımlamaktadırlar. Dünyada 328 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı (<https://wearesocial.com/>) bulunmaktadır ve bu sebeple söylenebilir ki toplumsal olayların örgütlenmesinde ve haber almada sosyal medya etkin bir araç olmaktadır. Günümüzde bu mecralardan en yaygın kullanılanlardan biri haline gelen Instagram ise Türkiye’de var olan 37 milyon kullanıcısı ile dünyada 6. sırada (<https://www.statista.com/>) yer almaktadır. Dolayısıyla başta Instagram olmak üzere sosyal ağ sitelerinin kapsamlı bir şekilde incelenmesi toplumların geleceğini anlamamıza faydalı olacaktır. Ancak burada, bu çalışmanın temelini alanını oluşturan nokta, bu yeni medya araçlarının mahremiyet bilincimizi nasıl etkilediği ve bu araçlar arasında nasıl farklılaşmalar yaşandığıyla ilgilidir.

Sosyal medya araçları artık bilgi ve haber alma, verme, örgütlenme kaynağı olmasının yanında bireylerin özel alanlarıyla ilgili birçok şeyi gönüllü olarak yayınlamak, özel olanla olmayan arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmak içinde kullanılan bir platform haline gelmiştir. Geleneksel medyanın ulaşamayacağı noktalara kadar ulaşabilen bir alternatif olarak yeni medya araçları iletişim alanına getirdiği tüm yeniliklere karşılık bir yandan da bireyin kimliği ve mahremiyetiyle ilgili sorunların fazlalaşmasına neden olmaktadır (Body ve Ellison, 2007). Bu fazlalaşma da sosyal bilimler literatüründe önemli bir araştırma alanı yaratmaktadır.

Literatürde sosyal medyanın etkilerini belirlemeye yönelik çok sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmaların çoğunluğu sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri (Barutçu & Tomaş, 2013), toplumsal hareketler bağlamında

etkileri (2012), öğrencilerin akademik başarı düzeylerine etkileri (Çalış Duman & Aksoğan, 2018), sosyal medya bağımlılığı (Şahin & Yağcı, 2017) ve sosyal medyada şiddet (Cebecioğlu & Altıparmak, 2017) olarak kategorilere ayrılmıştır. Fakat popüler bir sosyal mecra olmasına karşın, şimdiye kadar Instagram'ı yönelik çok az çalışma gerçekleştirilmiştir. Instagram'ın kullanımına yönelik ilk araştırmalardan biri, McCune (2011) tarafından gerçekleştirilmiş ve McCune bu çalışmasında sosyal medya kullanıcılarının Instagram'ı kullanma ve paylaşımında bulunma motivasyonlarının nedenleri inceleyerek bu kullanıcılarla nasıl bir tüketici üretildiğini nicel verilerle ortaya koymuştur. Hochman ve Manovich (2013), Instagram'da paylaşılan fotoğrafların on üç farklı şehre göre dağılımını 2.3 milyon Instagram fotoğrafı kullanarak sosyolojik, kültürel ve politik açıdan farklılıklarını çalışmışlardır. Hu ve arkadaşları (2014) ise, kullanıcılar tarafından paylaşılan fotoğrafların içeriklerini inceleyerek sekiz popüler fotoğraf kategorisini ve Instagram kullanıcılarının beş belirgin özelliğini tanımlamış, takipçi sayısının Instagram'da paylaşılan fotoğraf içeriklerinden bağımsız olduğunu saptamışlardır. Phua ve arkadaşları ise (2017), sosyal medya ağlarından Facebook, Twitter, Instagram ve Snapchat'i karşılaştırarak sosyal sermayenin birleşmesi için bu ağların kullanımına dikkat çekmişlerdir.

Türkiye'de ise yine Facebook üzerine birçok çalışma olmasına karşın Instagram ve özellikle mahremiyet ilişkisi çalışmaları yetersiz kalmaktadır. Gül (2015), Türkiye'deki GSM operatörlerinin bir PR aracı olarak Instagram'ı nasıl kullandığını, Instagram'daki kampanya ve takipçi haberlerinin diğer sosyal ağlara, yayın ağlarına ve kurumsal web sitelerine yaymak için nasıl kullanıldığını araştırmıştır. Kadınların Instagram üzerinden alışveriş yapma alışkanlıklarını araştıran Yegen ve Yanık (2015) ise Instagram'ın kolay alışveriş imkânı sunması nedeniyle tercih edildiği ancak çeşitli güvenilirlik sorunlarıyla karşılaşıldığı sonucuna ulaşmışlardır. Yeniçıkıtı (2016) ise marka kimliği, marka bilinirliği, etkileşim ve içerik açısından kuruluş tarafından Instagram'ı bir PR aracı olarak nasıl kullandıklarını araştırmıştır. Yine Gül ve Aslan (2016) Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisine değinmişlerdir. Ayrıca en güncel çalışmalardan birini ortaya koyan

Şimşek (2019) ise sosyal medyadaki mahremiyet algısını Instagram üzerinden incelemiştir.

Dolayısıyla, sosyal bilimler alanında Instagram üzerinden gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde, ulaşılan çalışmalarda Instagram ile mahremiyet kavramı ilişkisine dikkat çeken akademik çalışmaya da oldukça az rastlanılmıştır. Bu nedenle çalışmanın alandaki eksikliğe de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.1.1. Sosyal Medyanın Gelişimi

Medya teorisyeni Marshall McLuhan, 1964 tarihli **The Gutenberg Galaksisi** adlı kitabında teknoloji ve bilginin hızla yayılmasının dünyayı nasıl küçülttüğünü anlatmak için **küresel köy** terimini kullanmıştır. McLuhan, küresel köy teorisini, teknolojiyle geliştirilmiş olan medyanın insanlığı yeniden birleştirdiği söylemine dayandığını söylemektedir (Varol ve Çelik Varol, 2019, s. 145). McLuhan'ın küresel köy teorisinden yola çıkılarak, kitle iletişim araçlarının kültürel birleşmede büyük payının olduğunu söylemek mümkündür (Akça ve Başer, 2015). Çünkü, kitle iletişim araçlarının gelişen teknolojiler ile dünya üzerindeki tüm mesafeleri ortadan kaldırarak toplumları birbirine yaklaştırdığı ve böylelikle de dünyanın küresel bir köy haline geldiği belirtilmektedir. Bu küresel köy teorisinin en bariz sonuçlarından biri ise ortaya çıkarmış olduğu gözetim olgusu olarak kabul edilmektedir. Gün geçtikçe gelişme gösteren teknolojiyle birlikte artık yaşamın önemli bir parçası haline dönüşen bu biçim, yaşamın gözetlenme ve denetlenme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Lyon'a göre (2016), böylece “*nesneleşmiş ve gözetlenen bir toplum*” meydana gelmiştir. Burada gözetim, bakmak, görmek ve görülmek üzerine kurulmuş bir sistemi ifade etmektedir.

Bu küresel köyün etkisiyle sosyal medya araçları günümüzde artık ana akım medyanın alternatifi olmasının da üstüne geçerek insanların toplumsal olayları öğrenmek veya kendi düşüncelerini dile getirebilmek amacıyla başvurdukları ilk mecra olmaktadır. Bu mecra'nın gün geçtikçe politik süreçlerde ve toplumsal olaylarda etki sağlamaya başladığı görülmektedir. İnsanların Facebook ya da Twitter gibi mecralar üzerinden toplumsal ifade ediş biçimlerinin şekillenmesi, buraların şikayetlerini ve isteklerini dile getirebildikleri bir yer haline gelmesi, kamusal olana

dair bilgi alışverişlerinin yapılması bu araçların ne denli önemli ve etkili olduğunun bir göstergesidir.

Modern çağda denetleme ve baskı mekanizmaları Foucault'nun da belirttiği gibi cezalandırmadan ziyade “gözetleme” şeklinde gerçekleşir (Aydın, 2014, s. 138). Gözetimi de en iyi şekilde açıklayan kavramlardan biri “panoptikon” kavramı olarak kabul edilmektedir. Gözetim toplumunun oluşumu ile panoptikon kavramının açıklanmasında en dikkat çekici ve temel yorumlama ise Michel Foucault'ya aittir. Foucault, Jeremy Bentham'ın geliştirdiği Panoptikon isimli hapisane modeline gözetim çalışmalarında temel bir yer vermiştir. Foucault, modern toplumu “*disipliner bir toplum*” olarak tanımlamakta ve gözetimi de bu anlamda merkezi bir noktada konumlandırmaktadır (Foucault, 2015, s. 94).

Foucault modernizm dünyasında baskı ve denetleme mekanizmalarının gözetleme şeklinde gerçekleştiğini söylemektedir (Aydın, 2014, s. 138). Gözetimi de en iyi şekilde açıklayan kavramlardan biri panoptikon kavramı olarak kabul edilmektedir. Gözetim toplumunun oluşumu ile panoptikon kavramının açıklanmasında temel yorumlama ise yine Foucault'ya aittir. Foucault, Jeremy Bentham'ın geliştirdiği Panoptikon isimli hapisane modeline gözetim çalışmalarında temel bir yer vermiştir. Foucault, modern toplumu disipliner bir toplum olarak tanımlayarak gözetimi bu disipliner toplumun merkezine konumlandırmaktadır (Foucault, 2015, s. 94). 1789 yılında Samuel Bentham tarafından tasarlanan Panoptikon, “*merkezi denetim ilkesine dayanarak, daha çok işçinin gözetim ve denetim altında tutulmasını sağlayan bir yapı*” (Pease-Watkin, 2016, s. 75) olarak düşünülmüştür. Bentham, esasında bir gemi inşaatı mühendisi olarak emrinde çalışan işçileri gözlem ve denetim altında tutabilmek için “*merkezi denetim ilkesine dayanan ve bu sayede çok sayıda işçinin gözetim ve denetim altında tutulmasını sağlayan*” Panoptikon'u tasarlamıştır (Pease-Watkin, 2016, s. 78). Bu panoptikon yapısı ile Bentham, görme eyleminin çalışanları disiplin etme etkisini tasarlamış olduğu yapıya entegre ederek gözetim ve denetim altına almaya çalışmıştır. Jeremy Bentham'ın Panoptikon hapisanesinin konsepti gözetlemeye izin verir (Foucault, 2017).

Bentham’a göre burada asıl önemli olan, gözetleyenin gözetleyici konumunun merkezi bir yerde olmasındandır. Bu bina modelinde hücreler, gözlemcilerin mahkumlardan tamamen gizlendiği, merkezinde bir koruma kulesi bulunan bir daire şeklinde düzenlenmiştir. Merkezi kulede yer alan gardiyanlar, hücrelerdeki mahkumları kolaylıkla izleyebilmektedir. Fakat bu hücrelerde yer alan mahkumlar, kendilerini gözetleyeni görmeden gözetlenmektedirler. Bentham'a göre bu tür cezaevlerindeki mahkumlar işledikleri her suçun cezalandırılacağını bilirler ama davranışlarının ne zaman gözetlendiğini bilmezler. Bu da aslında mahkumlara her zaman izleniyormuş hissi vererek bir otokontrol sistemini oluşturmakta ve mahkumların kendi davranışlarını düzeltmelerine sebep olmaktadır. Bu yolla mahkûmun zihni ve davranışları üzerinde iktidar kurularak mahkum tahakküm altına alınır (Bentham, 1995).

Michel Foucault, Jeremy Bentham’ın bu projesini, modern toplumlardaki iktidar ve güç ilişkileri bağlamında ele almış ve Foucault’dan bu yana gözetim olgusu, sosyal kuramda merkezi bir yerde kabul edilmiştir (Lyon, 1994, s. 44, aktaran Eşitti, 2013). Foucault, panoptikonu gözetim yoluyla modern disiplini gösteriyormuş gibi açıklamıştır, ancak Bauman’da panoptikon sosyal bir ilişki olarak özgürlük konusundaki denemesinin başlangıç noktasıdır. Foucault’ya göre gözetim, Jeremy Bentham’ın 1785 yılındaki metni ile iktidarın temel denetim biçimlerinden biri hâline gelmiştir. Foucault, Bentham’ın panoptikon ile gücün görünür ve doğrulanamaz olması ilkesini ortaya koyduğunu söylemektedir: “*Görünür: Mahkûm, gözlerinin önünde sürekli olarak üzerinde casusluk yaptığı merkez kulenin yüksek ana hatlarına sahip olacaktır. Doğrulanamaz: mahkûm asla bir anda bakılıp bakılmadığını bilmemelidir; ama her zaman böyle olabileceğinden emin olmalıdır* (Jacobs & Heracleous, 2001, s. 126).”

Foucault’ya göre iktidarın ve disiplinin temeli olan panoptikon, günümüzde de toplum üzerinde iktidarın otoritesini açıklamaktadır (Mattelart, 2012, s.14, aktaran Bitirim Okmeydan, 2017, s. 57). Aslında gözetim, “göze batmayan yollardan yapılan” bir iktidar kaynağı olarak ifade edilmektedir. Özellikle günümüzde gözetim aracılığıyla bireyin var olan düzene uyumu sağlanarak bir tahakküm kurulduğu kabul edilmektedir. Bununla birlikte toplumlar, her yerde olduğu kabul edilen gözetim

sistemleri ve teknolojileri sayesinde her şeyi gören iktidarın otoritesi altına alınmaktadır (Pease-Watkin, 2008, s. 77 – 78).

Foucault (2015) tarafından, Bentham'ın “görünmeden görmeye” dayalı ideal hapisane metaforu olan panoptikonu, gözetim toplumu kavramını açıklamak için şu şekilde kullanılmıştır:

“Çevrede halka şeklinde bir bina; ortada bir kule; kulede açılmış olan geniş pencereler, halkanın iç cephesine bakmaktadır. Çevre bina hücrelere ayrılmıştır, hücrelerin her biri bina boyunca derinlemesine uzanır. Bu hücrelerin iki penceresi vardır: Biri içeriye doğru açıktır, kulenin pencerelerine denk düşer; diğeri dışarıya bakarak, ışığın bir baştan bir başa hücreyi kat etmesini sağlar. Bu durumda merkezi kuleye bir gözlemci yerleştirmek ve her bir hücreye bir deli, bir hasta, bir mahkûm, bir işçi ya da bir öğrenci kapatmak yeterlidir. Önden ışıktandırma sayesinde, karanlıkta kalan kuleden çevre hücrelerdeki esirlerin küçük silüetleri görülebilir. Kısacası, zindan kuralı tersine çevrilir; hücrenin apaydınlık hali ve bir gözcünün bakışı, karanlıktan daha iyi yakalar ki, karanlık eninde sonunda koruyucudur (s. 86).”

İlk kez Norveçli sosyolog Thomas Mathiesen tarafından, panoptikonun azın çoğunluğu izlemesi tanımının tam aksine çoğunluğun azı izlemesi anlamına gelen sinoptikon kavramı ise 1997 yılında ortaya atılmıştır. Sinoptikon azınlık olan bireylerin bulundukları yerden, bulundukları mekandan ayrılmadan, sanal ortama çekilerek çoğunluk olan başkalarının hayatını gözetlediği bir gözetim süreci olarak kabul edilmektedir. Bu süreç, kitle iletişim araçlarının ve özellikle de artık günümüzde sosyal medya araçlarının oluşturduğu bir gözetim durumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmişte televizyon, radyo ve sinema gibi görsel ve işitsel araçlar ile çoğunluğu oluşturan halk kitleleri, azınlıkta olan bir grubu (sanatçılar, futbolcular, siyasetçiler vb.) sürekli izlemekte, dinlemekte ve takip etmekteydi. Günümüzde ise yine bu akışta televizyon ve diğer medya araçların yanı sıra instagram, facebook ve youtube gibi oluşumlar da yerini almıştır. Burada panoptikon ve sinoptikon arasındaki temel farklılık, panoptikonun insanları gözletleyebileceği mekanları kendisinin yaratarak kendisinin izlemesi, sinoptikonun ise var olan yapının

içine kendisini entegre edebilmesidir (Çakır, 2014, s. 396-397, aktaran Bitirim Okmeydan, 2017, s. 60).

Sinoptikonda, küresel anlamda popüler ve sürekli izlenecek olanı yaratmak esas olarak kabul edilmektedir. *“Medya, temel olarak sinoptik bir karaktere sahiptir; yani panoptikonun tersine çoğunluğun azınlığı gözetlediği bir sistemdir, televizyon ile bu artmıştır”* (Şener, 2016, s.59). Bu durumu kamusal alan ve özel alanla bağdaştıracak olursak panoptikon özel alanı kamusal alan içerisine almayı, sinoptikon ise kamusal alanın yok olarak ortadan kalmasını ifade etmek olarak açıklanmaktadır. Böylelikle gözetim olgusu toplumsal bir rızanın varlığı ve sürekli üretilmesine dayandırılarak gözetimin gönüllü bir edimi olarak ortaya çıkmaktadır (Bauman, 2018, s. 62). Kitle iletişim araçları ve sosyal medya ağları aracılığıyla bu etkileri ile artık herkes, herkesi izleyebilmekte, görebilmekte, takip edebilmektedir. İnternetin giderek yaygınlaşması ve akıllı telefonlarla herkesçe ulaşılabilir hale gelmesiyle insanlar artık bu sosyal hayata kendi istekleriyle daha yoğun bir şekilde dahil olabilmektedirler. Kategorisel bakıldığında Z kuşağının teknolojinin ve sosyal medya araçlarının içinde doğması, bu kategorideki yaş gruplarının bu platformlarla iç içe yaşamasını da desteklemektedir. Gündelik hayatın içinde yaptığı neredeyse her türlü faaliyeti ve kişisel alışkanlıklar ile zevklerini sosyal medya hesaplarında takipçileri ya da arkadaş listesiyle paylaşan sosyal medya kullanıcıları, kendilerinin ve hayatlarının başkaları tarafından geniş ölçüde bilinmesini tamamen kendi istekleri ile sağlamaktadır (Aydın, 2014, s. 137).

Panoptikon uygulaniş olarak baskı içerirken sinoptikon içene aldığı medya araçlarının küresel çaptaki etkisinden dolayı bireyler ve toplumlar tarafından gönüllü olarak izlenen bir yapı içermektedir. Yani aslında sinoptikonda var olan kitlenin gönüllü rızası ile izleme eylemi gerçekleştirilmektedir. Yeni bir kavram olarak omniptikon ise sosyal medya araçları aracılığıyla herkesin herkesi izlediği bir dünyayı tasvir etmektedir. Hem izleyici hem de izlenen konumdaki bireyler kendi özel alanlarını kamusal alana taşımaktadırlar. Gözetleme olgusunun bu yeni biçiminin bireyin benliği ve kişiliği üzerinde etkilere sahip olduğu ifade edilmektedir. Bu anlamda da sosyal medyada zorbalığı, insanları intihara bile götürebilen bir etken olarak dikkate almalıyız. Herkes herkesi izlediği ve herkesin

herkes hakkında bir fikir üretebildiği böyle bir ortamda insanların ruhsal olarak etkilenmemesi çok zor olmaktadır. Kitabın son baskısının yapıldığı 2015 yılından, bugüne bile enformatik bilgi ve ağımızın ne kadar genişlediğini düşündüğümüzde aslında panoptikon kavramındansa, omniptikon kavramının günümüz bizlerini daha iyi açıkladığını düşünüyorum. Özellikle sosyal medya araçlarında insanlar ne dinlediklerini ne yiyip içtiklerini, belki birkaç yıl öncesinde paylaşılması ayıp” olarak gördükleri durumları bile paylaşır hale geldiler. Üstelik bu paylaşım araçları birbirleriyle iç içe geçmiş durumda. Örneğin, eğer müzik dinlemek için Spotify hesabı kullanıyorsanız, hem o uygulama üzerinden dinlediğiniz müzikleri uygulamadaki arkadaşlarınız görüntüleyebilmekte, hem de o müziği eş zamanlı olarak Instagram hesabınızdan diğer arkadaşlarınızla paylaşabilmektesiniz. Yani kısacası paylaşabileceğiniz şeylerin sonu yok diye kabul edilebilmektedir. Mahremiyetin temel anlamını dönüştürüp kaldırarak her şeyi görünür kılan gözetim olgusu, artık toplumun ve bireylerin kendi rızalarıyla izlenmeleri anlamını kazanmaktadır. Bu durum iktidarın lehine bir sonuç da oluşturabilmektedir. Enformasyon çağında en büyük araçlardan biri olan sosyal medya da bir bakıma bu duruma yardımcı olmaktadır. Özellikle Türkiye’de, sosyal medya üzerinde iktidara veya iktidar aygıtlarına olan söylemler, aslında paylaşılan yer bireyin kendi özel hesabı olsa da kamusal bir misyon yüklenerek suçlama yapılabilmektedir.

Dolgun, günümüzde teknolojinin giderek ekonomik ve politik iktidarların tekelinde toplanmasına ve güçlü hükümetler ile tekelleşmiş ekonomik örgütlenmeler tarafından yönetilen bir topluma yol açmakta olduğunu söylemektedir. Ülkelerin teknoloji geliştikçe bu gelişmeleri giderek silahlanma sektörüne ve nükleer çalışmalara aktardıkları görülmektedir. Özellikle Kuzey Kore’nin gözetlenemeyen ve bu sebeple de denetiminin mümkün olmayan bir ülke olarak 21. yüzyılda diğer hükümetlerce büyük bir tehlike olarak görülmektedir. Yazarın kitabın giriş bölümünde söylediği gibi, görmenin rolü olmazsa olmaz niteliktedir. Çünkü görülen şeyin bilgisine sahip olunur. Kuzey Kore, görülemeyen kapalı bir ülke olmasının bir sonucu olarak diğer ülkeler ve şirketler tarafından bilgisine de sahip olunamayan ve dolayısıyla kolayca egemenlik altına alınamayan bir ülkedir. Özellikle de 11 Eylül sonrasında Amerika’da çıkarılan anti-terör yasaları, mahremiyet ihlalleri için gerekli

hukuksal alt yapıyı da beraberinde getirmiştir. Sonrasında Irak’a yapılan müdahale tamamen kontrol altında tutma ve iktidar sağlama amacıyla askeri bir gözetleme olarak okunabilir.

2.1.2. İnternetin ve Yeni Medya Araçlarının Ortaya Çıkışı

İnternetin ve sosyal medya araçlarının ortaya çıkışı, bir dizi teknolojik, iletişimsel ve toplumsal faktörün bir araya gelmesiyle gerçekleşmiştir. İnternetin kökenlerinin, Soğuk Savaş döneminde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki askeri ve akademik çevrelerdeki araştırmalarla başladığı kabul edilmektedir. 1960'larda, Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı'nın ilgili bir projesi olan ARPANET (İleri Araştırma Projeleri Ajansı Ağı), bilgisayar ağları arasında iletişimi sağlamak amacıyla geliştirilmeye başlanmıştır. 1970'lerde ARPANET, üniversiteler ve araştırma kurumları arasında yaygınlaşmaya başlamıştır. İnternet protokolleri ve TCP/IP (İletişim Kontrol Protokolü/İnternet Protokolü) gibi standartlar oluşturularak 1980'lerde, özel sektörün de dahil olduğu bir dönemde, internet hızla büyümeye başlamış ve daha geniş bir kullanıcı tabanına ulaşmıştır (Hafner ve Lyon, 1998).

Sosyal medya araçlarının ortaya çıkışı, internetin evrimiyle birlikte gerçekleşmiştir. İnternetin kullanıcı tabanının artmasıyla birlikte, web tabanlı platformlar ve hizmetler geliştirilmiştir. İlk sosyal medya araçlarından biri, 1997 yılında kurulan **Six Degrees** adlı platformdur. Bu platform, kullanıcıların profillerini oluşturabilmeleri ve diğer kullanıcılarla bağlantı kurabilmeleri için bir ortam sağlayarak aslında günümüz sosyal medya araçlarının ilkel hali olarak kabul edilebilmektedir. 2000'li yılların başında, bloglar, anlık mesajlaşma servisleri ve fotoğraf paylaşım siteleri gibi çeşitli sosyal medya araçları ortaya çıkmıştır. 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, sosyal medyanın büyük bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Facebook, kullanıcıların profillerini oluşturabileceği, arkadaşlarını ekleyebileceği ve paylaşımlarda bulunabileceği bir platform sunarak iletişimde bir sıçrama noktası olmuştur. Sonraki yıllarda, Twitter, YouTube, Instagram ve diğer birçok sosyal medya platformu ortaya çıkarak, insanların fikirlerini paylaşmalarını, içerik oluşturmalarını, etkileşimde bulunmalarını ve bağlantı kurmalarını sağlamıştır (Body ve Ellison, 2007).

İnternetin ve sosyal medya araçlarının ortaya çıkışı, iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, bilgisayar ağlarının gelişimi, standartların oluşturulması ve kullanıcı taleplerinin artmasıyla şekillenmiştir. Bu araçlar, iletişimi daha hızlı, kolay ve küresel hale getirmiştir. Aynı zamanda, toplumsal etkileşimlerin yeni bir şekilde gerçekleşmesini sağlayarak, bilgi paylaşımını, topluluk oluşumunu ve kültürel etkileşimi desteklemiştir.

2.1.3. Sosyal Medya ile Kamusal Alanın Dönüşümü

Küreselleşme ve modernleşme süreçlerinin ilerlemesi konusunda kitle iletişim araçları temel bir etki oluşturmaktadır. Özellikle kamusal alan kavramı ile kitle iletişim araçları arasındaki bağlantının belirleyiciliği üzerinde durulmaktadır. Var olan iletişimin özgür ve eleştirel bir kamusal alan içerisinde gerçekleştirilebilmesi, bireylerin kamusal alan içindeki kitle iletişim araçları ile ilişkisiyle ilgili olmaktadır.

Küreselleşme ile Habermas'ın kamusal alanla ilgili düşünceleri bazı kavramsal ve içeriksel dönüşümler yaşamaya başlamıştır. Özellikle sosyal medyanın getirilerinden biri olan toplumsallaşma özelliği sayesinde bu araçların yeni kamusal alan olup olamayacağı tartışmaları gündeme gelmiştir. Bu tartışmalarda gündeme gelen asıl mesele, kamusal alan ve özel alan arasındaki ayrımın inceldiği ve yeni medya teknolojileri ve sosyal medya araçları ile özel alanımız olarak kabul edilen evden; televizyon, bilgisayar, tablet, cep telefonu ve hatta artık giyilebilir teknolojilerin de yaygınlaşmasıyla kol saatleri yoluyla bile dünyaya bağlanarak kamusal alana giriş yapabildiğimiz bir döneme geçiş yapılmasıdır. Bu alanda ise aslında internetin ve sosyal medya araçlarının bir kamusal alan yaratıp yaratmadığı konusunda iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. İlk yaklaşımın değindiği nokta, sosyal medyanın araçlarının yeni bir kamusal alan olarak nasıl biçimlendiğini açıklanması konusudur. Kamusal alan olarak sosyal medya, bireylerin kendini daha rahat ifade edebilecekleri, çok daha farklı düşünceler bulabilecekleri ve aynı zamanda bu düşünceler etrafında küçük kamusal alanlar oluşturabilecekleri, yeri geldikçe de kendileri bu alanları yaratabilecekleri yer olarak tanımlanmaktadır (Uysalefe, 2012, aktaran Korkmaz, 2015, s. 58). İkinci tartışmanın değindiği nokta ise, sosyal medyanın mevcut düzeni yeniden ürettiğini ve kamusal bir nitelik taşımadığını

varsaymak üzerinedir. Bu görüşe göre sosyal medya araçları ayrıca bir kamusal alan yaratmamaktadır. Demircan’a göre “*İnternet kamunun kullanımına tam olarak açık değildir. Bütün katılımcıların rasyonel eleştirel kamusal müzakereye erişimleri konusunda birçok sınırlılıklar mevcuttur. Politik müzakere sürecinin sanal alanda erişimdeki eşitsizlik tabakalaşmaya neden olmaktadır. Çevrimiçi tartışmalar süreci parçalı ve merkezilikten uzak bir kamusal alan oluşturmaktadır*” (Demircan, 2006, s. 33-34).

İnternet teknolojileri ile biçim değiştiren bir pratik olan eylemlilik yani aktivizm, yeni medyada aldığı dijital bir form ile **slaktivizm** gibi birçok kavramı da üretmiştir. Aslında bu anlamda internetin kamusal alan olup olmadığı tartışmasının kamusal alan yarattığı şeklindeki bir örneğini slaktivizm kavramından hareketle açıklayabiliriz. İngilizce “tembel, miskin” anlamında olan **slacker** kelimesi ile eylem anlamına gelen **activism** kelimesinin birleşiminden oluşan slaktivizm (Glenn, 2015, s. 81), “*sosyal medya aracılığıyla farkındalık yaratmak, değişim meydana getirmek amaçlı düşük riskli ve düşük maliyetli faaliyet*” olarak tanımlanmaktadır (s. 82). Bahsedilen bu düşük riskli ve düşük maliyetli faaliyet genellikle sosyal medyada paylaşılan bir paylaşımın, bir sayfanın beğenilmesi, paylaşımlara yorum yapılması, bir videonun izlenmesi, beğenilmesi ve paylaşılması, çevrimiçi imza kampanyalarına destek verilmesi şeklinde gerçekleştirilmektedir.

Günümüzde özellikle Twitter, slaktivistler için temel bir alan oluşturmaktadır. Bu eylem biçiminde suç içeren herhangi bir paylaşım yapılmadığı sürece kişisel bir risk ve finansal sorun oluşmamaktadır. Özellikle de beğeni ve paylaşımın suç sayılmadığı sosyal medya araçlarında bireyler tek bir tıkla herhangi bir düşünceye, ideolojiye, eyleme, kişiye, kuruma ve olaya destek verebilmekte veya karşı çıkabilmektedir. Bu durumda da aslında slaktivizmin sadece sosyal onay ve övgü içeren bir aktivizm biçimi olarak işlev gördüğü iddia edilmektedir (Gladwell, 2010). Türkiye’de de gelişen iletişim teknolojileri ve yeni medya araçlarının desteği ile gelişen slaktivizm, slaktivistler tarafından önemsenen birçok konuda Change.org, imza.la ve imzakupanyam.com gibi online platformlar üzerinden gerçekleştirilebilmektedir. Bu platformların yanında bazı dernek ve vakıflara (LÖSEV, AKUT, Türk Kızılayı ve İHH gibi) online olarak bağışta bulunmak da

Türkiye’deki önemli slaktivizm hareketi olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca slaktivist bir pratik olarak ortaya çıkan Twitter da STK’ların profil oluşturup projelerini ve yardım kampanyalarını çok daha geniş kitlelere ulaştırabilmeleri sebebiyle bu alana hizmet etmektedir. Bu anlamda yeni medyanın, özellikle de Twitter’ın, sokaklardan ve meydanlardan sanal araçlarla bu mecralara taşınan aktivizmin yeni hali olarak kabul edildiği kolaylıkla söylenebilir.

Sosyal medya aktivizminde bir başka eylem biçimi olan **klktivizm** ise **tıklamacılık** olarak isimlendirilmekte ve eylemin sadece beğeni veya paylaşım kısmını ifade etmektedir. Slaktivizm ve tıklamacılık, insanların sosyal meselelere katılım motivasyonunu somut olmayan bir şekilde tatmin etmekte olan bir yaklaşımdır. Bu durumda, insanların harekete geçme dürtüsü düşük maliyetli çevrimiçi eylemlere katılmakla tatmin edildiği için, slaktivizm gerçek eylemlerin yerini aldığı veya gerçek eylemlere engel olduğu şeklinde ifade edilmektedir (Morozov, 2019).

Kamusal alanı bu tarz eylem biçimleriyle etkileyen ve dönüştüren sosyal medya mecralarının başında dünya üzerinde çok fazla kullanıcılarının da olması sebebiyle Facebook, Twitter ve Instagram gelmektedir. 2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilen Twitter, sosyal medyanın en önemli mecralarından birine dönüşmüştür. Diğer sosyal medya mecralarının eğlence ve gündelik stres atma amaçlarının yanında Twitter kullanım şeklinin “yazı paylaşımı” olması sebebiyle fikir ve düşünceye daha açık bir mecra olmaktadır. Bu sebeple de Twitter’ın genel amacını, insanların günlük yaşamlarında karşılaştıkları olayları, düşüncelerini, yaşadıklarını kısa ifadelerle anında paylaşma imkânı sunmak oluşturmaktadır. Haydar Durusoy, Twitter üzerinde yaşanan tartışmaları, kavgacı ve mücadeleciler iletişim tarzını 60’lı 70’li yıllarda sokaklarda yaşanan devrim mücadelesine benzetmektedir (Durusoy, 2012, aktaran Korkmaz, 2015, s. 59). Vatandaşlar, Twitter’ı kullanarak habere ve bilgiye anında ulaşmakta, konular hakkında da paylaşım yaparak bu alanda etkili olmaktadır. Ayrıca vatandaşlar, Twitter’ı kullanarak hızlı bir şekilde örgütlenmekte ve üst tabakada bulunan yöneticilere karşı birlikte hareket edebilmektedir. İnsanların Twitter üzerinden düşüncelerini daha rahat

ve özgürce ifade etmesi, Twitter üzerinden yaşanan tartışmalar bu mecraanın yeni kamusal alan olabileceğini göstermektedir (Ünlü, 2020).

2.2.POPÜLER SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI

2.2.1. Facebook

İnsan yaşamını büyük ölçüde etkileyen teknoloji internet tabanlı ortamların ve farklı sosyal ağlar ile internet platformlarının yaygınlaşmasını sağlamıştır. İnternet tabanlı sosyal platformların en popülerleri ve kronolojik olarak en eski olanı Facebook Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur (Tiryaki, 2015; Akyol vd., 2012, s.5). Facebook kurulurken kurgulanan hedef kitlesi üniversite öğrencileri olsa da zamanla kazandığı popülarite ile önce büyük firmalar ardından da halkın kullanımına açılmıştır (Lim, 2010).

Kişisel hesaplarla giriş yapıldığında Facebook, kullanıcılarına fotoğraf, video ve metin paylaşma, oyun oynama, sosyal çevre ile geniş ve kısıtları olmayan bir iletişim ve etkileşim olanağı tanımaktadır (Akyol vd., 2015). Dijital platformlar arasında en yaygın olarak kullanılan Facebook'ta kullanıcıların kendi kişisel bilgilerini kullanarak bir profil oluşturmakta ve kişisel istekleri ve ilgi alanları doğrultusunda sayfalar takip ederek kendi Facebook profilinde kendini dilediği şekilde tanıtabilmektedir. Dilediği takdirde diğer Facebook kullanıcıları ile de etkileşim kurabilmektedir (Göker vd., 2010, s. 188).

Kullanıcılar, içeriklerini paylaşmak ve bilgi alışverişi yapmak için bulundukları sosyal medya platformunda etkileşimde bulunabilirler. Beğeni, yorum ve ifade bırakma gibi özelliklerle mevcut içeriklere etkileşimde bulunabilirler. Bu özellikler sayesinde, büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşabilen Facebook, aynı zamanda Instagram, WhatsApp ve Messenger gibi diğer büyük sosyal medya platformlarını da içinde barındırmaktadır. Facebook, dünya genelinde 2.18 milyar kullanıcı tarafından kullanılmaktadır ve Türkiye'de yaklaşık 38 milyon kullanıcıya sahiptir (We Are Social, 2021). Türkiye'de nüfusun yarısından fazlası (%56,5) tarafından kullanılan ve çoğunlukla (%98,5) akıllı telefonlar aracılığıyla çevrimiçi olan Facebook, en çok kullanılan uygulamalar arasında yer almaktadır.

2.2.2. Instagram

İnternet tabanlı teknolojilerin ilerlemesiyle birlikte, diğer platformlara göre daha fazla tercih edilen sosyal medya platformu Instagram, girişimciler Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulmuştur (Bostancı, 2019). **İnstant** (anlık) ve **telegram** (telgraf) kelimelerinin birleşiminden oluşan Instagram, kullanıcılarına platformda paylaşılan içeriklere beğeni ve yorum yapma imkanı sunmaktadır (Yeniçıktı, 2016, s. 95). Instagram, Facebook tarafından satın alınmış bir fotoğraf ve video paylaşım uygulamasıdır. Kullanıcılar, fotoğraf ve videolarını paylaşabilmekte, diğer kullanıcılarla etkileşime geçebilmekte ve takipçi kitlesi oluşturabilmektedir. Instagram, özellikle sanat, moda, yemek, seyahat ve güzellik gibi görsel odaklı endüstrilerde popüler olmakla birlikte ayrıca Instagram'da, hikayeler, IGTV ve Reels gibi farklı özellikler de bulunmaktadır.

Huey ve Yazdanifard (2015) Instagram'ı, temel olarak çekilen fotoğrafları düzenleme ve paylaşma hazır hale getiren bir düzenleme aracı olarak tanımlar. Kullanımının artmasıyla birlikte, uygulamaya direkt mesaj gönderme özelliği ve video paylaşım fonksiyonunun eklendiğini belirtirler (s. 3). Yakar ve diğerleri (2020) ise Instagram'ı diğer sosyal medya platformlarından farklı kılan bir platform olarak tanımlar. Görselliğin daha ön planda olduğu, kullanıcıların etiketler aracılığıyla etkileşim sağlayabildiği, profil mahremiyetini ve gizliliğini kendilerinin belirleyebildiği ve diğer kullanıcılarla direkt mesaj özelliği ile etkileşim kurabildiği vurgulanır. Kullanıcılar Instagram üzerinden paylaştıkları benliklerinin görünürlüğünü ayarlayabilir, profilini gizli veya açık olarak kullanabilirler (Hu vd., 2014). Aynı zamanda kullanıcılar paylaşımlarına konum bilgisi ve kişi etiketlemeleri ekleyebilirler. Böylece profilleri aracılığıyla tanımadıkları kişilerle etkileşim kurma imkanına sahip olurlar (Güçdemir, 2015, s. 40).

Uygulamaya sonradan eklenen özelliklerden biri olan hikâye paylaşım özelliği ile kullanıcılar günlük yaşamlarını anlık olarak seçtikleri hedef kitlelerine sunabilmekte ve kullanıcıların daha aktif bir şekilde Instagram kullanmaya yönlendirilmektedir. Kullanıcıların dikkatini basit arayüzü ve ücretsiz olmasıyla çeken Instagram, **hızlı, basit ve güzel** sloganıyla sosyal medya kültürünü dünyaya

sunarak insanların hayatlarını fotoğraflarla belgелеmelerini ve paylaşımlarını teşvik etmiştir (Tekulve ve Kelly, 2013).

Özellikle genç kuşak arasında yaygın olarak kullanılan Instagram'ın dünya genelinde 1,22 milyar, Türkiye'de ise 46 milyon kullanıcıya ulaştığı görülmektedir (We Are Social, 2021). Türkiye'de toplam nüfusun yaklaşık %68,4'ü tarafından kullanılan Instagram, genç bireyler arasında bağımlılık oluşumunda önemli bir platform olarak öne çıkmaktadır.

2.2.3. Twitter

Jack Dorsey ve üç arkadaşı tarafından 2006 yılında kurulan Twitter, kullanıcılara anlık düşüncelerini veya herhangi bir konudaki fikirlerini 140 karakterle sınırlayarak paylaşma imkanı sunmaktadır. Bu platform sayesinde kullanıcılar **tweet** adı verilen mesajları yayınlatabilmektedir (Marwick ve Boyd, 2011, s. 141-142). Kullanıcıların paylaşımlarına getirilen karakter sınırlaması 140 karakter ile başlamışsa da zamanla bu sınır 280 karaktere kadar çıkartılmıştır. Twitter, bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, 280 karakterden kısa mesajlar paylaşabilir ve diğer kullanıcılarla etkileşime geçebilir. Twitter, özellikle haber, siyaset, eğlence ve popüler kültür gibi konularda popülerdir.

Twitter, diğer sosyal medya platformlarında olduğu gibi bireylerin sosyal çevresiyle iletişim kurmalarına, birçok görsel çeşit ile tweet adı altında paylaşım yaparak etkileşim kurma imkanı sağlamaktadır. Twitter uygulamasında barındırdığı etiket özelliği ile kullanıcılarına ilgi alanlarına göre paylaşım imkânı vermekte, aynı alana ilgi duyan kullanıcıların etkileşim kurmalarına yardımcı olmaktadır (Karabulut ve Küçüksille, 2018, s. 18). Twitter, aynı konu başlıklarını içeren paylaşımları “#” işaretiyle simgelemekte veya **Hasthag** adı altında paylaşımları bir araya getirmektedir.

Twitter, diğer platformlara göre daha az kullanıcıya sahip olmasına rağmen dünya genelinde yaklaşık 353 milyon kullanıcıya ulaşmaktadır (We Are Social, 2021). Türkiye'de ise 13,60 milyon kullanıcıya sahip olup toplam nüfusun %20,2'sini temsil etmektedir. Özellikle Covid-19 pandemisi döneminde Twitter kullanımının arttığı ve toplumun kriz iletişim aracı olarak gördüğü, anlık bilgilerle yaşamlarını

yönlendirdiği belirtilmektedir (Sarı ve Öztunç, 2021). Twitter, sadece bireylerin değil, kurumsal ve siyasi kesimlerin de sıklıkla kullandığı bir platform haline gelmiştir. Ayrıca Twitter'da, kullanıcılar takipçileriyle canlı sohbetler yapabilen ve belirli konulara odaklanan **Twitter Spaces** adlı bir özellik bulunmaktadır.

2.2.4. Youtube

PayPal'ın eski çalışanları Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından kurulan YouTube, 2005 yılında faaliyete geçmiştir (Burgess ve Green, 2009, s. 17). YouTube, kullanıcıların kolaylıkla kullanabileceği basit bir arayüze sahip olup, görsel kaliteye bakılmaksızın çekilen videoların yayınlanmasını sağlar. Yani, günümüzün en popüler online video topluluğu olan YouTube, milyonlarca insanın kendi ürettikleri videoları paylaşmasına, izlemesine ve keşfetmesine olanak tanır (Tiryaki, 2015, s. 125). Diğer sosyal medya uygulamalarına kıyasla, yüklenen videoların sürelerine bir sınırlama getirilmeyen YouTube, bu özelliğiyle kullanıcılara önemli bir avantaj sunmaktadır.

YouTube, kuruluşundan itibaren bir teknoloji girişimi olarak kabul edilmiş ve popülerliği arttıkça 2006 yılında Google tarafından satın alınmıştır (Snickars ve Vonderau, 2009, s.9). Satın almadan sonra YouTube'nun kullanımı daha da artmış, videolar müzik, eğlence, film, spor ve oyun gibi kategorilere ayrılarak kullanıcıların ilgi alanlarına göre videoları daha kolay bulmaları sağlanmıştır. Google tarafından satın alındıktan sonra YouTube, reklam verenler, politik aktörler ve bireyler arasında önemli bir sosyal yapı rolü oynamaya başlamıştır (Castells, 2009, s. 96).

YouTube'un özellikle video tabanlı bir platform olması, geleneksel medya ortamlarıyla karşılaştırılmasına ve hatta alternatif olarak görülmesine olanak sağlamıştır. We Are Social'ın 2021 raporlarına göre, dünya genelinde YouTube kullanıcı sayısının 2 milyara ulaşması ve günlük olarak YouTube'da izlenen toplam video saatlerinin 1 milyara ulaşması, medya sistemlerinin dijital dönüşümünü en iyi şekilde yansıtmaktadır.

2.2.5. Tiktok

TikTok, Pekin merkezli bir şirket olan ByteDance tarafından 2016 yılında Çin'de başlatılan ve daha sonra dünya genelinde yaygınlaşan bir video paylaşım platformudur (Weimann ve Masri, 2020, s. 3-4). Kısa bir süre içinde kullanıcı sayısının 1.5 milyara ulaştığı TikTok, genellikle genç bireylere yöneliktir. TikTok, genellikle eğlence odaklı videolardan oluşan bir akışa sahip olup, 15 saniye sınırlamasıyla üretilen videoları paylaşan bir sosyal medya platformudur. TikTok, kısa videoların paylaşımı için kullanılan bir uygulamadır. Kullanıcılar, 15 saniyelik veya 1 dakikalık videolar oluşturabilir ve diğer kullanıcılarla paylaşabilir. TikTok, dans, müzik, komedi, moda gibi konularda içeriklerin yayınlandığı özellikle genç kullanıcılar arasında popüler bir platformdur. Ayrıca, TikTok'ta özel efektler, filtreler ve müzikler gibi özellikler bulunmaktadır.

TikTok, sürekli olarak kendini güncellemekte ve kullanıcıların eğlenceli vakit geçirebileceği birçok yeni özelliği platforma eklemektedir (Ünlü vd., 2020, s. 119). TikTok, kullanıcılar arasında etkileşimi teşvik etmek için karşılıklı etkileşim kurma ve diğer kullanıcılarla video veya görüntü yoluyla yorum yapma gibi farklı kullanıcı deneyimleri sunmaktadır (Jung ve Zhou, 2019). Bu özellikler sayesinde TikTok, diğer sosyal medya uygulamalarından farklılaşarak popülerlik kazanmıştır ve son dönemlerde yeni medya platformunda büyük bir etki yaratmıştır.

2.2.6. OnlyFans

OnlyFans, Londra merkezli bir internet içerik abonelik hizmeti olarak ortaya çıkmıştır. Hizmet, içerik oluşturuculardan ve içeriklerine abone olan kullanıcılardan oluşmaktadır. Sistemi ise içerik oluşturucuların abonelik yöntemiyle içeriklerine abone olan kullanıcılarından para kazanabilmesi yoluyla işlemektedir. Ayrıca içerik oluşturucuların aylık olarak hayranlarından doğrudan fon almalarının yanı sıra tek seferlik ipuçları ve izleme başına ödeme (PPV) özelliği almalarına olanak tanır. Web sitesinin Ağustos 2021 itibariyle iki milyon içerik oluşturucuya ve 130 milyon kullanıcıya sahip olduğu bildirilmiştir. OnlyFans başlangıçta, 2020 ilkbahar ve yaz aylarındaki COVID karantinaları sırasında seks işçileri siteyi kullanmaya başladıktan sonra ana akımın dikkatini çekti. Aboneliğe dayalı platform, o zamandan beri

sanatçıların, şovmenlerin, seks işçilerinin ve diğerlerinin para kazanabileceği kendine ait bir dünyaya dönüşmüştür. Aralarında Cardi B ve Bhad Bhabie'nin de bulunduğu büyüyen bir ünlüler listesi, OnlyFans'tan yararlanarak içerik satmaktadırlar.

Esasen OnlyFans, özellikle yetişkin içeriklerinde (pornografi, cinsellik, vb.) uzmanlaşmış bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, ücretli aboneliklerle içeriklerini paylaşabilirler. OnlyFans, özellikle COVID-19 pandemisi sırasında popüler hale geldi ve özellikle bağımsız olarak çalışan yetişkin modeller için bir gelir kaynağı haline geldi. Ancak, platformun içeriğiyle ilgili etik ve yasal sorunlar nedeniyle, bazı ülkelerde sınırlamalar getirilmiştir.

2.3.SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET

Mahremiyet, genellikle sosyologlar tarafından toplumsal ilişkiler, kurumlar ve güç dinamikleri çerçevesinde incelenen bir kavramdır. Sosyologlar, mahremiyet kavramını toplumun çeşitli yönleriyle ilişkilendirirken, kişisel alan, kontrol, normlar, güvenlik, toplumsal baskılar ve diğer sosyal faktörler üzerinde ayrıca durmaya özen göstermektedirler. Mahremiyet kavramı, farklı sosyologlar tarafından farklı bağlamlarda ele alınmaktadır. Örneğin, Michel Foucault, iktidar ilişkileri ve bilgi rejimleri bağlamında mahremiyetin nasıl şekillendiğini ve kontrol edildiğini araştırırken, Shoshana Zuboff, dijital çağda mahremiyetin korunması ve veri sermayesi konularına odaklanmaktadır. Bu nedenle, sosyologların mahremiyetle ilgili çalışmaları genellikle toplumsal yapı, iktidar, kültür, teknoloji ve bireyler arasındaki etkileşimler üzerine olmaktadır. Sosyal medya araçları da günümüzdeki toplumsal yapı, kültür, teknoloji ve bireyler arasındaki etkileşimlerin en net şekilde ortaya koyan araçlar olması sebebiyle mahremiyetin tanımlanması ve açıklanması konusunda önemli kabul edilmektedir. Özellikle son zamanlarda popüler olan OnlyFans gibi sosyal medya araçları, mahremiyet kavramını farklı şekillerde etkileyebilmektedir. OnlyFans, özellikle içerik oluşturucuların kendi içeriklerini paylaşabileceği ve abonelerin bu içeriğe erişebileceği bir platform olarak kullanılmaktadır. Bu tür platformlar, kullanıcıların daha geniş bir izleyici kitlesiyle etkileşimde bulunmalarına ve gelir elde etmelerine olanak tanımaktadır. Ancak, bu tür platformlar aynı zamanda mahremiyet konularını da gündeme getirmektedir (Lyon, 2018).

1. Kontrol ve İzleme: OnlyFans gibi platformlar, kullanıcılara içeriklerini kontrol etme ve sunma özgürlüğü sağlar. İçerik oluşturucular, kendi mahremiyetlerini ve içeriklerinin sınırlarını belirleyebilirler. Ancak, bu tür platformlarda kullanıcılarının faaliyetleri genellikle platform yöneticileri tarafından izlenebilir ve denetlenebilir. Bu durum, kullanıcıların mahremiyetlerinin sınırlarını ve güvenliğini etkileyebilir.

2. İçerik Dağıtımı ve Sınırları: OnlyFans gibi platformlarda içerik oluşturucular, kendilerine özgü içerikleri paylaşabilirler. Bu içerikler, bazen kişisel veya mahrem nitelikte olabilir. Platformlar, içeriklerin kullanıcılara nasıl sunulacağı, erişim sınırlamaları ve gizlilik ayarları gibi konularda kontrol sağlar. Bu da kullanıcıların mahremiyetini etkileyebilir ve içeriklerin yanlış ellerde veya istenmeyen kişilerle paylaşılma riskini artırabilir.

3. Mahremiyet ve Kimlik İfşası: OnlyFans gibi platformlar, kullanıcıların anonimliklerini koruma imkanı sunabilir. Bu, kullanıcıların gerçek kimliklerini açıklamadan içerik oluşturabilmeleri ve izleyicilerle etkileşimde bulunabilmeleridir. Bununla birlikte, bu tür platformlarda kullanıcıların mahremiyetleri ve anonimlikleri, özellikle platform yöneticileri ve teknik altyapı sağlayıcıları tarafından korunmalıdır. Mahremiyetin ihlali veya kullanıcı bilgilerinin sızdırılması durumunda, kişilerin mahremiyetleri tehlikeye girebilir ve istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilir.

OnlyFans gibi sosyal medya araçlarının mahremiyet kavramını etkilemesi, kullanıcıların kendilerini ifade etme özgürlüğünü ve kontrolünü sağlama potansiyeline sahip olmasının yanı sıra, içeriklerin kontrol edilmesi, kullanıcı aktivitelerinin izlenmesi ve anonimliğin korunması gibi konuları da beraberinde getirmektedir. Bu platformların doğası, kullanıcıların dikkatli olmalarını ve mahremiyetlerini korumak için uygun önlemleri almalarını gerektirdiği konusunda tartışmaları da üretmektedir.

2.4.SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET VE CİNSELLİK İLİŞKİSELLİĞİ

Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan sosyal medya araçları, kendi kullanıcılarından oluşan insanlar arasında zaman ve mekan sınırlarını ortadan kaldırdığı gibi kültürel ve toplumsal değerlerde de önemli değişikliklere sebep olmuştur. Sebep olduğu önemli değişikliklerden biri de mahremiyet olarak kabul edilmektedir. Sosyal medya araçlarının kullanımlarının artmasıyla birlikte bireylerin mahremiyet algısında da değişimler gözlenmiştir. Bu durum bireylerin sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar ile özel hayatlarını özellikle gönüllü olarak ifşa etmekte olduklarından dolayı söylenebilmektedir. Bu ifşayla birlikte mahremiyet algısı da daha önemsiz hale gelmektedir. Bu ifşa bireylerin günümüzde kendilerini cinsellik, aile, din, kültür gibi olguları yaşarken daha özgür hissettikleri bir alan olarak sosyal medyada özellikle gerçekleşmektedir.

İnternetin, teknolojinin ve sosyal medya araçlarının olmadığı zamanlarda bireylerin bedenleri, evleri, ilişkileri mahremiyet alanı olarak görülürken günümüzde özellikle küreselleşme ve sonrasında yaşanan gelişmelerle bu gibi mahremiyet sınırları içerisinde sayılan konuların diğer herkesle paylaşılması çok olağan karşılanır hale gelmiştir. Bu durum mahremiyet sınırlarının genişlemesi konusunda bize yorum yapma alanı tanımaktadır.

Tüfekçi (2008, s. 22)'ye göre özellikle genç kesim, sosyal medya araçlarını görülmek, beğenilmek ve fark edilmek için kullanmaktadır. Bu beğenilme, fark edilme ve görülme arzusu onlara mahremiyetin sınırlarını unutturmaktadır. North Carolina Üniversitesinde yapılan bir araştırmaya göre bu görüş desteklenmektedir. Araştırmaya göre, gençlerin %96,2'si doğum günlerini, %83,2'si ilişki durumlarını, %74,7'si siyasi görüşlerini ve %16,4'ü cep telefonu numaralarını paylaşmaktadırlar. Özellikle neyin mahremiyet sınırları içerisinde olduğu neyin ise olmadığı arasındaki ayrımın giderek belirsiz bir hal aldığı günümüz modern toplumunda kişilerin bu tarzda “mahrem” kabul edilebilecek paylaşımlarda bulunmaları bazı algılarda bir dönüşüm gerçekleştiği fikrini ortaya koymaktadır. İnsanlar sosyal medya araçlarını bu denli yoğun kullanarak birçok kişi için mahrem olan bilgileri ve görüntüleri çekinmeden paylaşabilmektedirler.

Byung-Chul Han (2020, s. 16)'a göre, görüntüler içerdikleri her türlü derinliği ve anlamı yitirerek pornografikleştiklerinde şeffaflaşmaktadırlar. Ona göre pornografi, görüntü ile göz arasındaki dolaylı teması ifade etmektedir. Bu yüzden de şeffaflığın insanı camlaştırdığı ve bu durumun şiddete yol açtığından bahsetmektedir. Bu camlaşma sınırsız özgürlük ve iletişimden bir bütün kontrol ve gözetime dönüşmektedir. Han'ın ifade ettiği şiddet kontrol ve gözetim dönüşümünde yatmaktadır. Han bu dönüşümle birlikte sosyal medya araçlarını giderek toplumsallığı kontrol eden ve sömüren dijital panoptikona benzetmektedir. Bu dijital panoptikonun bireyleri ise bu iletişime kendi istek ve arzularıyla girerek her şeylerini açık ederler ve Han'ın tabiriyle bu şekilde “dijital panoptikonla aktif bir iş birliği” yapmış olmaktadır. İş birliği ile ise bireylerin özel ve mahrem alanlarını feda etme korkuları, kendilerini “utanmazca” vitrine koyma ihtiyaçlarına dönüşmektedir (s. 11-12). Mahremiyet sonrası dönemin şeffaflık adına özel alanın bütünüyle yok edilmesini ve bunun var olan iletişimi içi görülür bir hale bürüneceğinin iddia edildiğini söylemektedir (s. 17).

Giddens (2012), cinselliğin artık sürekli olarak kamusal alanda görünür olduğu ve bununla birlikte son 30 yıldır cinsel bir devrimin yaşandığını söylemektedir. Giddens plastik cinsellikten bahseder. Onun plastik cinsellik diye isimlendirdiği şey aslında üreme eyleminin ihtiyaçlarından kurtulmuş, merkezi olmayan bir cinselliktir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte özellikle yeni üreme teknolojilerinin yayılması ve modern gebelikten korunma ve hatta modern gebe kalma yöntemlerinin gelişmesinin sonucunda ortaya çıktığını söylemektedir. Bu durumu ilişkideki özgürlük ve kadınların cinsel haz durumlarının değişmesi için de önemli olduğunu ifade etmektedir.

Giddens'a göre günümüz dünyası, bağlanma ve mahremiyet kavramlarının öne çıktığı, cinsel ilişkilerden oluşan yeni bir dünyadır. Ona göre mahremiyet, “*kamusal alandaki demokrasiyle tümüyle uyumlu bir şekilde, kişilerarası alanın toptan demokratikleştirilmesi*”ni içermektedir. Bunu iki eşit bireyin aralarındaki kişisel bağları tartışmaya açması olarak da açıklamaktadır.

“Cinsellik bugün keşfedilmiş, görüşmeye açılmış ve çeşitli yaşam tarzlarının geliştirilmesine müsait durumda, o hepimizin sahip olduğu veya beslediği bir şey; artık bir bireyin verili bir durum olarak kabul ettiği doğal bir koşul değil. Araştırılması gereken bir şekilde cinsellik, kişinin işlenebilir bir özelliği; beden, öz kimlik ve toplumsal normlar arasında önemli bir bağlantı noktası olarak işliyor.”

Artık cinsellik sadece toplumların sınırlamak zorunda olduğu bir dürtü değil, özellikle iktidar ilişkileri için de üretilen güç karşılığında toplumsal bir kontrol sağlayabileceği bir şeydir. Sürekli tartışmaya ve araştırılmaya açılan cinsellik, modern uygarlıkta yer altına sürülmez, sürekli gün yüzündedir.

Giddens, birçok uygarlığın ve geleneksel kültürün cinsel sanat üretmesine rağmen sadece modern Batı uygarlığının bir cinsellik bilimi geliştirdiğini söylemektedir. Bu da Foucault’nun ifadesine göre günah çıkarma ilkesinin seks hakkındaki bilgi birikimiyle birleştirilmesiyle oluşmuştur. Yani aslında cinsellik, “Hristiyan doktrininden kalan ve hem ruhu hem de bedeni kapsamaya başlayan ten” olarak ifade edilmektedir. Modern anlamıyla günah çıkarma, öznenin kendi cinselliği hakkında bir hakikat söylemi üretmeye teşvik edildiği bütün işlemlere verilen ad olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda cinselliğin incelenmesi ve cinsellikle ilgili söylemlerin oluşmaya başlaması ile Foucault’nun söylediği gibi ilk defa 19. Yüzyılda görülen bir terim olarak cinselliğin iktidar ve bilgi arasındaki ilişkinin gelişmesine yol açtığı söylenmektedir (28). Bu da aslında Giddens’a göre, var olan cinsel özgürleşme mücadelesinin karşı koyduğu iktidarın bir parçası olarak var olmasını belirtmektedir. Cinsel özgürleşme mücadelesi özellikle cinsel etkinliklerinin kontrol altında tutulmaya çalışılan kadınlar tarafından yürütülmeye başlanması, erkekler için normal addedilen cinsel uyarılma ve hazın kadında istisna olarak var olmasından kaynaklanmaktadır. Fakat özellikle modernizmle birlikte üreme teknolojilerinin geliştirilmesiyle birlikte cinsellik seksin üreme ihtiyaçlarından parça parça ayrılmaktadır. Artık hamilelik sadece suni olarak engellenmekle kalmayıp yapay olarak üretilebilir hale geldiği için, cinsellik tümüyle özerk bir hal almıştır. Üremenin yaşadığı bu dönüşüm cinselliğin sadece erkekler için değil artık kadınlar için de nihai bir özgürleşme aracı olmasına yol açmaktadır. Giddens yaşanan cinsel devrimin ön şartı olarak bu durumu üremenin neslin devamlılığını sağlama ve akrabalık

ilişkilerini geliştirme arasındaki bağlantıdan kurtulmuş bir plastik cinselliğin yaratılması olarak açıklamaktadır.

Giddens'a göre günümüzde beden artık yönetici konumdaki iktidarın odağı haline gelmiştir. Ayrıca beden kişinin kimliğinin bir taşıyıcısı durumundadır ve bireyin verdiği kararlarla bütünleşmiştir. Beden ayrıca henüz belirlenmemiş bir anlamda cinselliğin alanını oluşturmaktadır. Beden her zaman “süslenmiş, şımartılmış ve bazen üst ideallerin peşinde sakat ve aç bırakılmıştır”.

Özellikle günümüzde kişilerin modern anlamda diyetle birlikte fiziksel görünüşleri, beden algıları, cinsellikleriyle bağlantılı hale gelmiştir. Bu anlamda beden cinsellikle öne çıkışı diyet ve fiziksel görünüm konularıyla bağlantılı olarak kapitalist düzendeki tüketicilik ve hazcılığı amaçlayan bir düzeni ortaya koymaktadır. Cinsellik haz üretir ve cinselliğin üretmiş olduğu bu haz kapitalist toplumda ürünlerin pazarlanabilmesi için bir araç olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda cinsel ve haz içerikli imgeler satış stratejisi olarak her yerde bulunmaktadır. Giddens'a göre özellikle kadınların haz talebi mahremiyetin dönüşümü ve sonrasında yeniden inşası için kamusal alanda aranan kadın özgürleşmesi kadar önemli bir özgürleşme biçimini oluşturmuştur. Mahremiyetle ilgili yaşanan dönüşüm genel kabule göre öncelikle cinsellikle ilgili olarak seks ve cinsiyet alanlarında gerçekleşmiştir. Fakat tamamen bunlarla ilgili bir dönüşüm olduğunu söylemek yanlış olarak kabul edilmektedir. Giddens özellikle mahremiyetin dönüşümünün cinselliğin bugün sahip olduğu öneme kavuşmasındaki temel araç olduğunu savunmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET VE CİNSELLİK ALGISINA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

3.1 ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1.1 Araştırmanın Modeli

Bilimsel araştırmalar özellikle sosyal bilimler alanında birçok yöntemle gerçekleştirilebilmektedir. Karma yöntemler de sosyal bilimlerde kullanılmaya başlanan ve hem nicel hem de nitel verilerin bir arada kullanıldığı araştırma yöntemleridir (Greene, Caracelli ve Graham, 1989, s. 255). Bu yöntemler, çalışmanın daha kapsamlı ve derinlemesine sonuçlara ulaşmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Son yıllarda hem nitel hem de nicel yöntemlerin kullanımını içeren karma yöntemler, araştırmalara veri sağlanması ve yorumlanması kısmında önemli bir yöntem olarak tercih edilmektedir. Karma yöntem araştırması, Yıldırım ve Şimşek (2016, s.322) tarafından çalışma problemini derinlemesine ve kapsamlı bir şekilde analiz etmek için nitel ve nicel metodolojileri birleştiren araştırma olarak tanımlanmaktadır. Karma yöntemde araştırmacılar hem nicel hem de nitel araştırmayı bir araya getirdiğinde her iki yaklaşımın güçlü yanları birleştirilir ve bunun araştırma problemlerinin her iki yaklaşımın tek başına olduğundan daha iyi anlaşılmasına yol açacağı varsayılır (Creswell ve Garrett, 2008, s.322). Karma yöntem araştırmasının temel varsayımı; nitel ve nicel yöntemleri birlikte kullanmanın bu yöntemleri tek başına kullanmaya kıyasla araştırma probleminin ve araştırma sorularının daha iyi anlaşılmasını sağlamaktır (Creswell, 2017, s.697). Karma yöntemler, hem niceliksel (**quantitative**) hem de niteliksel (**qualitative**) veri toplama ve analiz tekniklerini genellikle veri toplama aşamasında birleştirerek çalışmada özünde farklı olan verileri harmanlamaktadır (Creswell, 2017). Veri toplama aşamasında birleştirilebildiği gibi niceliksel verilerle elde edilen sonuçları niteliksel verilerle destekleme şeklinde de gerçekleştirilebilmektedir. Niceliksel veriler için istatistiksel analiz teknikleri kullanılırken, niteliksel veriler için tematik analiz, içerik analizi veya kodlama gibi teknikler uygulanmaktadır.

Bu tezde de karma yöntem deseni türlerinden gömülü desen kullanılmıştır. Gömülü desenin amacı nicel ve nitel verileri eş zamanlı ya da sıralı bir şekilde toplamaktır. Ancak bu desen türünde veri türlerinden birinin diğer veri türünü destekleme rolünü üstlenmesi zorunluluk olarak kabul edilmektedir. Çünkü ikinci veri türünün toplanma nedeni, birinci veri türünü geliştirmek ya da desteklemektir (Creswell, 2017). Bu doğrultuda bu tez için veriler sıralı olarak toplanmış, öncelikli olarak nicel veriler toplanmış ve nicel örneklem içerisinde yer alan katılımcılardan amaçlı seçim yapılarak nitel verilerin toplanmasına başlanılmıştır. Veri toplama problemleri, bu iki değişkene ilişkin bakış açısı içinde ele alınacaktır. Nicel ve nitel veriler yorumlama sırasında birleştirme yolu seçilmiştir. Nicel ve nitel aşamaların, iki tür veri kümesinin toplanması ve analizinden sonra, araştırma sürecinin en son basamağında birleştirilmesiyle gerçekleşir. Tartışma bölümü araştırmacının karşılaştırması veya birleştirmesi gibi çalışmadaki iki aşamadan elde edilen sonuçların birleşiminden ne öğrendiğini yansıtan çıkarımlar ve sonuçlar ortaya koymasını içerir.

Böylece karma yöntem ile yürütülen bu tezin, sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım pratikleriyle birlikte mahremiyet bilinçleri ve cinsellik algılarının tam olarak yansıtılması ve ayrıca çoklu veri toplama yöntemleri kullanarak çalışmanın güvenilirliğini arttırması amaçlanmaktadır. Literatür taramasında konu ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde nicel veya nitel araştırma yöntemlerinden birinin kullanıldığı görülmüştür. Bu durumun neticesinde yapılan araştırmalarda sosyal medyada mahremiyetin değişimi ortaya koyulurken, bu durumun nasıl ve ne şekilde gerçekleştiği kapsamı göz ardı edilmiştir. Bu sebeple araştırmada nicel ve nitelin bir arada kullanıldığı karma yöntem araştırması tercih edilerek bu eksikliğin giderilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle nicel çalışma için “Mahremiyet Bilinci Ölçeği” ve “Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeği” gerekli izinler alınarak kullanılmıştır. Ayrıca demografik bilgiler için soru formu eklenmiştir. Google Formlar aracılığıyla 491 kişiden veriler raslantısal olarak online şekilde toplanmış ve sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri ve sosyal medya kullanım motivasyonları ortaya konmaya çalışılmıştır. Ayrıca nitel çalışma için de konuyla ilgili ölçeklerce eksik kalabileceği saptanan kısımlarla ilgili

hazırlanan sorulardan oluşan bir görüşme formu oluşturulmuş, bu görüşme formu için üç akademisyenin uzman görüşüne başvurulmuştur. Bu form paralelinde toplam 19 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırma kapsamında nicel yöntem için sosyal medya kullanıcıları raslantısal olarak seçilerek demografik soru formu ve iki ölçek formu uygulanarak veriler toplanmıştır. Demografik soru formu ve iki ölçek formu ekte yer almaktadır. Nicel araştırmalarda ölçekler, katılımcıların belirli bir konuda tutumlarını, değerlendirmelerini veya davranışlarını ölçmek için kullanılan standardize edilmiş soru setleridir. Ölçeklerin uygulanması ve kullanımı, araştırma alanına, araştırma sorusuna ve ölçülen değişkenlere bağlı olarak çeşitlilik gösterebilir. Ölçeklerin uygulanması aşağıdaki genel adımları içerir (Creswell, 2017):

1. Ölçeği seçme: Araştırmacının çalışma konusu ve amacına uygun bir ölçek seçmesi önemlidir. Literatürde mevcut olan ve geçerlilik ve güvenirliği kanıtlanmış ölçekler tercih edilir. Ayrıca, araştırmacının ihtiyaçlarına ve çalışma koşullarına uygun olan bir ölçek seçmek de önemlidir.

2. Ölçeği uygulama yöntemini belirleme: Ölçekler genellikle anket formunda uygulanır, ancak bazı durumlarda yüz yüze görüşmeler veya çevrimiçi anketler gibi farklı yöntemler de kullanılabilir. Araştırmacı, verilerin toplanacağı ortama ve katılımcıların tercihlerine göre uygulama yöntemini belirler.

3. Ölçeği uygulama: Ölçek, katılımcılara sorulan belirli soruların yanıtlanmasını içerir. Katılımcılardan doğru ve dürüst yanıtlar almak için açık ve net talimatlar vermek önemlidir. Ölçek genellikle bireylerin kendi başlarına veya araştırmacı tarafından yönlendirilerek doldurulabilir.

4. Verilerin analizi: Ölçeğin uygulanmasının ardından, toplanan veriler analiz edilir. Bu, verilerin kodlanması, biriktirilmesi ve istatistiksel analizlerin uygulanması anlamına gelir. İstatistiksel analizler, ölçeğin geçerliliğini, güvenirliğini ve ölçülen değişkenlerle ilişkisini değerlendirmek için kullanılır.

Bu tez için de ölçekler literatürü ve araştırma sorularını destekleyecek biçimde seçilmeye çalışılmıştır. Ölçekler seçilip gerekli izinler alındıktan sonra

Google Formlar aracılığıyla online olarak toplanmış, katılımcıların ölçekleri nasıl uygulaması gerektiği önceden açıklanmıştır. Yeterli kişi sayısına ulaşıldıktan sonra verilerin analizi için SPSS programından faydalanılmıştır. Cinsellik ve cinselliğin mahremiyet ve sosyal medya ilişkisine dair ölçek bulunamaması sebebiyle, özellikle katılımcıların cinsellik konusundaki yorumlarını alabilmek için ayrıca nitel yöntemle veriler desteklenmek istenmiştir. Bu sebeple nitel yöntem için ise Rize ilinde yaşayan görüşmecilerle birebir görüşmeler, İstanbul ilinde yaşayan görüşmecilerle online görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu ekte yer almaktadır. Yapılan görüşmelerde görüşme formundaki soruların hepsi her katılımcıya yöneltilmiştir ancak bazı katılımcılarla yürütülen görüşme esnasında daha farklı sorular da yöneltmek gereği ortaya çıkmış, konuyu iyice irdeleyebilmek için formun dışında kalan sorular da yöneltilmiştir. Bu durum yarı-yapılandırılmış mülakat tekniğinin kullanılmasını gerektirmiştir. Nitel araştırmalarda yarı yapılandırılmış mülakatlar oldukça yaygın kullanılan bir veri toplama yöntemidir. Yarı yapılandırılmış mülakatlar, araştırmacıların hem önceden belirlenmiş sorulara cevap aramalarını sağlarken, aynı zamanda katılımcılardan beklenmedik veya yeni sorulara yanıt vermelerini de teşvik etmektedir. Bu durum esneklik sağlarken, aynı zamanda derinlemesine ve zengin veri elde etme imkanı vermektedir.

Yarı yapılandırılmış mülakatların analizinde kodlama önemli bir adımdır. Kodlama, mülakat verilerinin analiz edilebilir bir forma dönüştürülmesini ve temaların, kavramların veya önemli noktaların tanımlanmasını sağlamaktadır. Kodlama, nitel veri analizinde sistematik bir yaklaşımdır ve araştırmacıya verileri anlamak, organize etmek ve yorumlamak için bir çerçeve sağlamaktadır. Kodlama işlemi genellikle iki aşamada gerçekleştirilir: açık kodlama (**open coding**) ve tematik kodlama (**thematic coding**). Açık kodlama aşamasında, araştırmacı mülakat verilerini dikkatlice inceleyerek önemli ifadeleri, kavramları veya temaları tanımlamaktadırlar. Bu aşamada, verilerin parçalarını bir araya getirmek ve benzerlikleri veya farklılıkları belirlemek için dikkatli bir analiz yapılmaktadır. Bu süreçte yeni kodlar oluşturulur ve verilerin anlamını daha iyi kavramak için sürekli olarak gözden geçirilir. Tematik kodlama aşamasında ise, açık kodlama aşamasında belirlenen kodlar gruplanarak daha büyük temalar oluşturulur. Benzer kodlar bir

araya getirilir ve araştırmacı, ortaya çıkan temaları ve alt temaları tanımlar. Tezin nitel kısmındaki kodlar nitel araştırma bulgularında yer aldığı için tekrar bu kısımda belirtilmemiştir (Cresswell, 2016; 2017).

3.1.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Evren, çalışmada araştırmaya odaklanılan popülasyonun tamamını ifade etmektedir (Creswell, 2017). Bu tez için sosyal medya kullanım motivasyonu ve mahremiyet bilinci ölçeğinin uygulandığı sosyal medya kullanıcılarının oluşturduğu popülasyon, evreni belirtmektedir. Örneklem ise, çalışmada evrenden seçilen ve veri toplanılan örnekleme tabi tutulan bireylerin veya birimlerin küçük bir alt kümesini ifade etmektedir (Creswell, 2017). Dolayısıyla, nicel çalışmasının veri grubunu sağladığı katılımcılar çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında toplanan veriler raslantısal olarak Google Formlar aracılığıyla online olarak elde edilmiş, ön inceleme sonucu 491 verinin analiz için uygun olduğu tespit edilmiştir.

Nitel yöntem için ise araştırmanın örneklemini Rize ve İstanbul'dan ölçekleri uygulayan 19 sosyal medya kullanıcısı oluşturmaktadır. 19 kişi raslantısal olarak seçilerek görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın bu kısmında örneklemin Rize ve İstanbul şehirlerinde yaşayan sosyal medya kullanıcıları olarak seçilmesinin nedeni; nicel veri grubunda Rize ve İstanbul'da yaşayan katılımcıların büyükşehir ve küçük ölçekli şehir karşılaştırmasının yapılabilmesi, bu iki şehir arasındaki mahremiyet ve cinsellikle ilgili algıların sosyal medyayla birlikte karşılaştırmalı olarak görülebilme çabasıdır. Daha geleneksel bir kültüre sahip ve küçük bir şehir olan Rize ile Türkiye'nin metropol ve kozmopolit şehri olan İstanbul bu anlamda uygun bir örneklem grubu oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, Maxwell (2019) tarafından önerilen amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi, araştırma çalışmasının belirli bağlamların, bireylerin veya olayların kasıtlı olarak seçildiği bir örnekleme yaklaşımıdır (Maxwell, 2008). Bu yöntem, çalışmanın belirli hedeflerine ulaşmak için önemli bilgilerin elde edilebileceği örnekleme seçimini dikkate almaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemi, çalışmanın amacına ve araştırma sorularına odaklanmayı sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırmacılar, çalışmanın odaklandığı konuya en uygun

örnekleme yapabilmek için derinlemesine bilgi sağlayabilecek katılımcıları veya ortamları seçmeyi hedeflerler. Bu şekilde, araştırma konusunu daha iyi anlamak ve derinlemesine bir analiz yapmak mümkün olabilir. Amaçlı örnekleme yöntemi, çalışmada derinlemesine bilgi sağlama ve analiz olanağı sunma açısından önemli bir araştırma yöntemidir. Araştırmacılar, çalışmanın hedefine en uygun katılımcıları veya ortamları seçerek daha kapsamlı ve anlamlı sonuçlar elde etmeyi amaçlarlar.

Bu çalışmada, kişiler çalışma grubuna dahil edilirken, çalışma amaçları doğrultusunda belli ölçütler dikkate alınmıştır. Bu ölçütler arasında; sosyal medya kullanıcısı olmak, sosyal medya hesaplarında paylaşım yapıyor olmak ve 15 yaşın üzerinde olmak bulunmaktadır. Katılımcıların demografik bilgilerine detaylı olarak *tablo 3.1, tablo 3.2, tablo 3.3, tablo 3.4, tablo 3.5, tablo 3.6, tablo 3.7 ve tablo 3.8*'de yer verilmiştir.

<i>Yaş</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
15-21	73	14,9
22-28	207	42,2
29-35	88	17,9
36-42	3	0,6
43-49	46	9,4
50+	74	15,1
Toplam	491	100,0

Tablo3.1: Katılımcıların yaş oranları.

<i>Cinsiyet</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Kadın	301	61,3
Erkek	190	38,7
Toplam	491	100,0

Tablo3.2: Katılımcıların cinsiyet oranları.

<i>Eğitim Durumu</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
İlköğretim	18	3,7
Ortaöğretim	79	16,1
Üniversite	300	61,1
Yüksek Lisans ve Üstü	94	19,1
Toplam	491	100,0

Tablo3.3: Katılımcıların eğitim oranları.

<i>Çalışma durumu</i>	f	%
Kamuda Ücretli\Maaşlı	112	22,8
Özel Sektörde Ücretli\Maaşlı	94	19,1
Öğrenci	116	23,6
Ev Hanımı	126	25,7
Çalışmıyor\İşsiz	43	8,8
Toplam	491	100,0

Tablo3.4: Katılımcıların çalışma oranları.

<i>Aylık Ücret</i>	f	%
Asgari ücretten az (8,506.80 tl altı)	166	33,8
Asgari ücret (8,506.80 tl) - 12.000 tl	101	20,6
12.001 tl - 18.000 tl	114	23,2
18.001 tl ve üzeri	110	22,4
Toplam	491	100,0

Tablo3.5: Katılımcıların aylık ücret oranları.

<i>Medeni Durum</i>	f	%
Evli	191	38,9
Bekar	300	61,1
Toplam	491	100,0

Tablo3.6: Katılımcıların medeni durum oranları.

<i>Yaşanılan Şehir</i>	f	%
Rize	198	40,3
İstanbul	144	29,3
Diğer	149	30,4
Toplam	491	100,0

Tablo3.7: Katılımcıların yaşadıkları şehir oranları.

<i>Hayatın Çoğunun Geçirildiği Yerleşim Yeri</i>	f	%
Büyükşehir	227	46,2
Küçük şehir	183	37,3
İlçe	56	11,4
Köy	25	5,1
Toplam	491	100,0

Tablo3.8: Katılımcıların hayatlarının çoğunluğunu geçirdikleri yerleşim yeri oranı.

Creswell (2007), fenomeni bütün yönleriyle anlamak için uygun bir örneklem büyüklüğünün 3-4 veya 10-15 kişi aralığında olduğunu ifade etmiştir. Bu, küçük örneklemeler kullanarak derinlemesine bir anlayış elde etmenin mümkün olduğunu gösteren bir yaklaşımdır. Küçük örneklemeler, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Çünkü fenomeni anlamak ve derinlemesine incelemek için birkaç katılımcıyla ayrıntılı ve zengin bir veri toplanabilir. Bu yaklaşım, katılımcılarla daha fazla zaman harcamayı ve onların deneyimlerini daha ayrıntılı bir şekilde anlamayı sağlamaktadır. Ancak, örneklem büyüklüğünün belirlenmesi araştırmanın amacı, fenomenin karmaşıklığı, veri doygunluğu ve diğer faktörlere bağlı olarak değişebilmektedir. Creswell'ın belirttiği 3-4 veya 10-15 kişi aralığı, bir başlangıç noktası olarak düşünülebilir, ancak araştırmacının örneklem büyüklüğünü belirlerken dikkate alması gereken diğer faktörler de bulunmaktadır. Sonuç olarak, küçük örneklemelerle derinlemesine bir anlayış elde etmek mümkündür, ancak örneklem büyüklüğünün belirlenmesi araştırmanın özelliklerine bağlıdır ve farklı durumlarda farklı yaklaşımlar gerektirebilmektedir. Araştırmacılar, araştırma sorularına, amaçlarına ve veri doygunluğuna göre uygun bir örneklem büyüklüğü seçmelidir. Dolayısıyla amaçlı örneklem yöntemleri içerisinde uygun örneklem yönteminde yararlanılan bu çalışma için nitel veri grubunun 19 kişi ile uygun bir katılımcı sayısına sahip olduğu görülmektedir. Çalışma grubunda yer alan katılımcıların yaşları 19-35 arasında değişmektedir. Katılımcıların demografik bilgilerine detaylı olarak *tablo 3.9*'da yer verilmiştir.

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	İş	Aylık Toplam Gelir	Medeni Durum	Şehir	Hayatınızı büyük oranda hangi yerleşim yerinde geçirdiniz?
K1	28	Kadın	Yüksek Lisans	Öğrenci	30.000 TL	Bekar	İstanbul	Küçük Şehir
K2	28	Kadın	Lisans	Bilgisayar Mühendisi	29.000 TL	Bekar	İstanbul	Küçük Şehir
K3	28	Erkek	Lisans	Medya	20.000 TL	Bekar	İstanbul	Küçük Şehir
K4	28	Erkek	Lisans	Aşçı	12.000 TL	Bekar	Rize	Küçük Şehir
K5	28	Erkek	Önlisans	Barmen	-	Bekar	Rize	Küçük Şehir
K6	19	Erkek	Lisans	Öğrenci	2.000 TL	Bekar	Rize	Küçük Şehir
K7	28	Erkek	Doktora	Makine Mühendisi	20.000 TL	Evli	İstanbul	Büyükşehir
K8	28	Kadın	Lisans	Mimar	20.000 TL	Evli	İstanbul	Küçük Şehir
K9	28	Kadın	Lisans	Mimar	20.000 TL	Bekar	İstanbul	Küçük Şehir
K10	27	Kadın	Yüksek Lisans	Öğretmen	15.000 TL	Bekar	Rize	Büyükşehir
K11	30	Erkek	Yüksek Lisans	Öğretmen	15.000 TL	Bekar	Rize	Büyükşehir
K12	24	Kadın	Lisans	Stajyer Avukat	6.000 TL	Bekar	İstanbul	Büyükşehir
K13	24	Erkek	Lisans	Öğrenci	8.500-	Bekar	İstanbul	Büyükşehir
K14	35	Erkek	Lisans	Danışman	30.000 TL	Bekar	İstanbul	Büyükşehir
K15	22	Kadın	Lisans	Öğrenci	8.500+	Bekar	Rize	Küçük Şehir
K16	19	Erkek	Lisans	Öğrenci	-	Bekar	Rize	Büyükşehir
K17	19	Erkek	Lisans	Öğrenci	4.000 TL	Bekar	Rize	Büyükşehir
K18	19	Erkek	Lisans	Öğrenci	-	Bekar	Rize	Büyükşehir
K19	24	Kadın	Lisans	Öğrenci	-	Bekar	Rize	Küçük Şehir

Tablo3.9: Nitel katılımcılarının demografik bilgileri.

3.1.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Çalışmada 491 kişiyle online olarak amaçlı örneklem yöntemine bağlı anket tekniği ve bu 491 kişi içinden raslantısal olarak seçilen 19 kişi ile gerçekleştirilen mülakat tekniği uygulandığından, bu araştırma bu kişilerin verdiği cevaplarla sınırlıdır. Araştırma verileri, 2022-2023 Eğitim ve Öğretim yılı Bahar döneminde toplanmıştır. Araştırma verileri görüşme formunda yer alan ve araştırma amacı doğrultusunda görüşme esnasında eklenen sorular ile sınırlıdır.

3.1.4. Araştırmanın Varsayımları

Katılımcıların soruları dürüst ve açık bir şekilde cevapladıkları varsayılmıştır.

3.1.5. Soru Formu ve Ölçüm Araçları

Mahremiyet Bilinci Ölçeği [Privacy Consciousness Scale (PCS)], Tabata ve arkadaşları tarafından 2014 yılında kişilerin mahremiyet bilincini ölçmeye yönelik olarak geliştirdikleri bir ölçektir. Ölçeğin ilk uyarlaması 2018 yılınca Tayvanca yapılarak, Japon ve Tayvan öğrencilerin mahremiyet bilinçlerine dair karşılaştırma yapılması amacıyla kullanılmıştır. Ölçek formunda mahremiyet bilincini ölçmeyi amaçlayan 15 madde yer almaktadır. Ölçek; kendine ait mahremiyet bilinci/ benliğin mahremiyetini sürdürmek için davranışlar (7 madde), başkaları için mahremiyet bilinci (4 madde), başkalarının mahremiyetini sürdürmek için davranışlar (4 madde) olmak üzere üç faktörden oluşmaktadır. 5'li likert tipinde olan ölçekte (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum ve 5-Kesinlikle katılıyorum) tersine puanlanan maddeler de (6, 9, 11 ve 12. sorular) bulunmaktadır. Ölçeğin Türkçe çeviri ve uygulamasını yapan çalışmada kendine ait mahremiyet bilinci/benliğin mahremiyetini sürdürmek için davranışlar faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,75, başkaları için mahremiyet faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,72, başkalarının mahremiyetini sürdürmek için davranışlar faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,70 olarak yer almaktadır. Bu tez için yapılan çalışmada ise kendine ait mahremiyet bilinci/benliğin mahremiyetini sürdürmek için davranışlar faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,877, başkaları için mahremiyet faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,789, başkalarının mahremiyetini sürdürmek için davranışlar faktörünün

Cronbach alfa katsayısı 0,829 ve toplam ölçeğin Cronbach alfa katsayısı 0,843 olarak saptanmıştır. Öztürk, Eyüboğlu ve Göçmen Baykara (2019)'un yapmış oldukları çalışmanın bu araştırmaya da katkı sağlayacağı düşünülmüş ve ölçek gerekli izinler alınarak kullanılmıştır.

Rodgers vd. (2021) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeğinin Türkçeye uyarlaması olarak ise Ekşi ve Kışlak Sancak (2022)'in Ergenler İçin Geliştirilen Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlama Çalışması araştırmaya katkı sağlayacağı düşünülmüş gerekli izin alınarak kullanılmıştır. Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeği 15 maddeden ve toplam 4 alt boyuttan (iletişim boyutu, popülerlik boyutu, görünüm boyutu, değerler ve ilgiler boyutu) oluşmaktadır. Rodgers ve diğerleri (2021) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeği, 5'li likert tipi ölçek (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum ve 5-Kesinlikle katılıyorum) ile değerlendirilen 15 maddeden oluşmaktadır. Ergenlerin görünür olma isteklerine odaklanarak sosyal medya kullanım motivasyonlarını ölçmeyi amaçlamaktadır. İletişim alt boyutunda 3 madde bulunmakta ve sosyal medya üzerinden sağlanan iletişimi değerlendiren (örn., “Sosyal medyayı dışlanmış hissedebilirim diye kullanırım.”) maddelere yer verilmiştir. Popülerlik alt boyutu 4 maddeden oluşmaktadır ve ergenlerin popüler olma isteklerini değerlendiren (örn., “Sosyal medyayı daha fazla insan beni tanışın ve sevsin diye kullanırım.”) maddeler içermektedir. Görünüm alt boyutu ergenlerin fiziksel görünüşleriyle ilgili algılarını değerlendiren (örn., “Sosyal medyayı paylaştığım fotoğrafları filtrelemek için kullanırım.”) 5 maddeden oluşmaktadır. Son alt boyut olan değerler ve ilgiler ise farkındalık oluşturmak ya da aynı fikirdeki insanlarla temas kurmak gibi konuları (örn., “Sosyal medyayı aynı şeyi önemseyen insanlarla temas kurmak için kullanırım.”) ele alan 3 madde içermektedir.

Türkçe uyarlaması olan ölçeğin güvenilirlik çalışması için Cronbach Alpha katsayısına bakılmıştır. Uyarlama çalışmasında dört boyutlu ölçeğin iletişim alt boyutu 0,63, popülerlik alt boyutu 0,88, görünüm alt boyutu 0,83, değerler ve ilgiler alt boyutu 0,87 olarak belirtilmiştir. Orijinal formuna bakıldığında iletişim boyutu için 0,77, popülerlik boyutu için 0,87, görünüm boyutu için 0,91, değerler ve ilgiler

boyutu için de 0,86 bulunduğu görülmektedir. Bu tez için yapılan çalışmada ise iletişim alt boyutu faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,724, popülerlik alt boyutu faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,892, görünüm alt boyutu faktörünün Cronbach alfa katsayısı 0,895 ve değerler ve ilgiler alt boyutu için Cronbach alfa katsayısı 0,865 olarak saptanmıştır. Hem orijinal çalışmada hem uyarlama çalışmasında hem de bu tez için yapılan çalışmada iletişim alt boyutunun Cronbach alfa katsayısının düşük olduğu görülmektedir. Ancak bu değerler kabul edilebilir seviyededir (Ursachi vd., 2015). Maddelerin toplam iç tutarlılık değerlerine bakıldığında orijinal formda 0,96 uyarlama çalışmasında 0,88 ve bu çalışmada ise 0,88 olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda madde analizi sonucundan elde edilen değerler uygun ve yeterli bulunmuştur. Sonuç olarak, Ekşi ve Kışlak Sancak tarafından geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan dört alt boyut (iletişim, popülerlik, görünüm, değerler ve ilgiler) ve 15 maddeden oluşan Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu ölçeğinin Türkçede kullanımı uygun olduğu için bu araştırma için kullanılabilir olarak kabul edilmiştir.

3.1.6. Güvenilirlik ve Geçerlilik

Mahremiyet Bilinci Ölçeği ve Alt Boyutları	
	Cronbach's α
Kendine Ait Mahremiyet Bilinci	0,877
Başkaları İçin Mahremiyet Bilinci	0,789
Başkalarının Mahremiyetini Sürdürmek İçin Davranışlar	0,829
Toplam	0,843

Tablo3.10: Mahremiyet bilinci ölçeği alt boyutları için güvenilirlik analizi.

Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeği
--

	Cronbach's α
İletişim Boyutu	0,724
Popülerlik Boyutu	0,892
Görünüm Boyutu	0,895
Değer ve İlgiler Boyutu	0,865
Toplam	0,888

Tablo3.11: Sosyal medya kullanım motivasyonu ölçeği alt boyutları için güvenirlik analizi

3.1.7. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Bu çalışmadaki veriler sosyal medya kullanıcısı 491 kişi ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS ve MAXQDA istatistik analiz programları kullanılarak işlenmiştir. Kullanılan testlere bulgular kısmında ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

3.1.8. Araştırmanın Hipotezleri

1. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri yaşa göre farklılık göstermektedir.
2. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
3. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.
4. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri mesleklere göre farklılık göstermektedir.
5. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri aylık toplam gelire göre farklılık göstermektedir.
6. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

7. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri yaşanan yerleşim yerine göre farklılık göstermektedir.
8. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri günde sosyal medyada geçirilen ortalama süreye göre farklılık göstermektedir.
9. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri sosyal medya hesaplarının gizliliğine göre farklılık göstermektedir.
10. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri sosyal medyadaki (instagram) takipçi sayısına göre farklılık göstermektedir.
11. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları yaşa göre farklılık göstermektedir.
12. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
13. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.
14. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları mesleklere göre farklılık göstermektedir.
15. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları aylık toplam gelire göre farklılık göstermektedir.
16. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları medeni duruma göre farklılık göstermektedir.
17. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları yaşanan yerleşim yerine göre farklılık göstermektedir.
18. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları günde sosyal medyada geçirilen ortalama süreye göre farklılık göstermektedir.
19. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları sosyal medya hesaplarının gizliliğine göre farklılık göstermektedir.

20. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları sosyal medyadaki (instagram) takipçi sayısına göre farklılık göstermektedir.

21. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri ile sosyal medya kullanım motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.2. BULGULAR VE YORUM

<i>Sosyal Medya Hesap Kullanımı</i>	f	%
1 yıldan az	430	87,6
1-5 yıl	41	8,4
5 yıldan fazla	20	4,1
Toplam	491	100,0

Tablo3.12: Katılımcıların sosyal medyada hesap kullanım süresi oranı.

<i>Sosyal Medyada Zaman geçirme</i>	f	%
Zaman geçirmem	70	14,3
Günde 1 saatten az	229	46,6
Günde 1-3 saat arası	121	24,6
Günde 3-5 saat arası	49	10,0
Günde 5-8 saat arası	7	1,4
Günde 8 saatten fazla	15	3,1
Toplam	491	100,0

Tablo3.13: Katılımcıların sosyal medyada zaman geçirme oranı.

<i>Sosyal Medya Hesap Gizliliği (Herkes'e açık mı?)</i>	f	%
Evet	124	25,3
Hayır	367	74,7
Toplam	491	100,0

Tablo3.14: Katılımcıların sosyal medya hesap gizliliği oranı.

<i>Takipçi Sayısı</i>	F	%
Kullanmıyorum	35	7,1

101-200 kişi	132	26,9
201-300 kişi	81	16,5
301-400 kişi	78	15,9
400 ve üstü	165	33,6
Toplam	491	100,0

Tablo3.15: Katılımcıların Instagram takipçi sayısı oranı.

Yapılan Paylaşım	f	%
Yaşadığınız şehir	208	31,5
Eğitim	80	12,1
Siyasi Görüş	75	11,3
İlişki Durumu	135	20,4
Doğa	163	24,7
Toplam	491	100,0

Tablo3.16: Katılımcıların sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar.

Verilerin Normallliğini değerlendirmek için Çarpıklık basıklık katsayıları (-1,5-1,5), Kolmogorov-Smirnov ve Şapiro wilk testi ve Q-Q grafikleri incelenerek değerlendirilmiştir.

3.2.1. NİCEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM

1. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri ne düzeydedir?

Maddeler	N	$\bar{X}$	Std	Düzye
M1	491	1,70	1,072	Kesinlikle Katılmıyorum
M2	491	4,55	,981	Kesinlikle Katılıyorum
M3	491	2,03	1,371	Katılmıyorum
M4	491	4,36	1,046	Kesinlikle Katılıyorum
M5	491	4,15	1,255	Katılıyorum
M6	491	4,44	1,137	Kesinlikle Katılıyorum
M7	491	4,43	,959	Kesinlikle Katılıyorum
M8	491	4,47	1,067	Kesinlikle Katılıyorum
M9	491	1,54	,947	Kesinlikle Katılmıyorum
M10	491	4,48	,996	Kesinlikle Katılıyorum
M11	491	4,39	1,037	Kesinlikle Katılıyorum

Tablo3.17: Katılımcıların mahremiyet bilinç düzeyleri.

1.1.Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri;

1.2.

a. Yaşa göre

Yaş	N	Sıra Ort	X ²	df	p
15-21	73	246,66	6,024	5	,304
22-28	207	256,33			
29-35	88	233,48			
36-42	3	292,83			
43-49	46	265,12			
50 +	74	217,56			

Tablo3.18: Kruskall Wallis H testi sonuçları – yaş.

Yukarıdaki tabloya göre Yaş değişkenine bağlı olarak sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinç düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2(5)=6,024$; $p>,05$)

b. Cinsiyete göre

Cinsiyetiniz	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p	Rank biserial correlation
Kadın	301	264,16	79511,00	23130,00	-3,600	,000	,019
Erkek	190	217,24	41275,00				
Toplam	491						

Tablo3.19: Mann Whitney U testi sonuçları – cinsiyet.

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi Cinsiyet değişkeni açısından katılımcı görüşleri arasında kadınlar lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ($U= 23130,00$; $p<,05$). Ortaya çıkan bu farklılık düşük etki büyüklüğüne sahiptir.

c. Eğitim durumuna göre

Öğrenim Durumu	N	Sıra Toplamı	X^2	df	p	ϵ^2
İlköğretim	18	204,78	12,202	3	,007	0.024
Ortaöğretim	79	200,83				
Üniversite	300	255,55				
Yüksek Lisans ve Üstü	94	261,37				
Total	491					

Tablo3.20: Kruskall Wallis H testi sonuçları – eğitim durumu.

Tabloya göre öğrenim durumuna bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ($X^2_{(3)} = 12,202$, $p < ,05$). Ortaya çıkan bu farklılık nispeten güçlü etkiye sahiptir. Ortaya çıkan bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan test sonucu aşağıda verilmiştir.

		W	p
İlköğretim	Ortaöğretim	-0.237	0.998
İlköğretim	Üniversite	2.090	0.451
İlköğretim	Yüksek Lisans ve Üstü	2.324	0.354
Ortaöğretim	Üniversite	4.337	0.012
Ortaöğretim	Yüksek Lisans ve Üstü	3.982	0.025
Üniversite	Yüksek Lisans ve Üstü	0.479	0.987

Tablo3.21: Pairwise comparisons test sonuçları.

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi Ortaöğretim mezunu katılımcılar ile Üniversitesi mezunu katılımcılar arasında üniversite mezunları lehine ve Ortaöğretim ile Yüksek lisans ve üstü arasında Yüksek lisans ve üstü lehine anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

d. Mesleklere göre

Ne iş yapıyorsunuz?	N	Sıra Ortalaması	X ²	df	p
Kamuda	112	234,18	1,709	6	,944
Ücretli\Maaşlı					
Çalışmıyor\İşsiz	43	249,86			
Özel Sektörde	94	242,35			
Ücretli\Maaşlı					
Öğrenci	116	244,29			
Ev Hanımı	55	262,29			
Kendi İşi	51	242,10			
Diğer	15	231,83			
Toplam	486				

Tablo3.22: Kruskall Wallis H testi Sonuçları – çalışma durumu.

Tabloya göre mesleki durumuna bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2_{(6)} = 1,709$, $p > ,05$).

e. Aylık toplam gelire göre

Aylık toplam geliriniz (maaş, burs, ek gelir vd.)	N	Sıra Toplamı	X ²	df	p
Asgari ücretten az (8,506.80 tl altı)	166	258,77	4,057	3	,255
Asgari ücret (8,506.80 tl) - 12.000 tl arası	101	253,11			
12.001 tl - 18.000 tl	114	226,10			
18.001 tl ve üzeri	110	240,83			
Toplam	491				

Tablo3.23: Kruskall Wallis H testi Sonuçları- aylık toplam gelir.

Tabloya göre aylık gelir durumuna bağlı olarak katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık çıkmamıştır ($X^2_{(3)} = 4,057$, $p > ,05$).

f. Medeni duruma göre

Medeni Durum	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Evli	191	239,11	45675,50	27339,500	-,863	,388
Bekar	300	250,37	75110,50			
Toplam	491					

Tablo3.24: Mann Whitney U testi Sonuçları- medeni durum.

Tabloya göre medeni duruma bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır (U=27339,500, p>,05).

g. Yaşanılan yerleşim yerine göre

Yerleşim Yeri	N	Sıra Ortalaması	X ²	df	p
Büyükşehir	227	250,76	3,696	3	,296
Küçük şehir	183	252,22			
İlçe	56	218,48			
Köy	25	218,82			
Toplam	491				

Tablo3.25: Kruskall Wallis H testi Sonuçları- yerleşim yeri.

Tabloya göre yaşanılan yerleşim yerine bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır (X²₍₃₎=3,696, p>,05).

h. Kullanılan sosyal medya araçlarına göre

Twitter	285	19,7%
Youtube	328	22,6%
Whatsap	12	0,8%
Facebook	166	11,5%
Linkedin	81	5,6%
Snapchat	72	5,0%
İnteraktif sözlükler	1	0,1%

Twitch	4	0,3%
Reddit	2	0,1%
Tiktok	43	3,0%
Tinder ve benzeri uygulamalar	12	0,8%
Pinterest	4	0,3%
Telegram	1	0,1%

Tablo3.26: Katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçları oranı.

Bazı sosyal medya araçlarının sayısı düşük olduğundan yapılacak analizlerin sağlıklı sonuç vermeyeceğinden karşılaştırma yapılmamıştır.

i. Günde sosyal medyada geçirilen ortalama süreye göre

Sosyal Medyada Geçirilen Zaman	N	Sıra Ortalaması	X^2	df	p
Zaman geçirmem	70	217,72	8,973	5	,110
Günde 1 saatten az	229	246,81			
Günde 1-3 saat arası	121	257,84			
Günde 3-5 saat arası	49	258,69			
Günde 5-8 saat arası	7	138,79			
Günde 8 saatten fazla	15	278,70			
Toplam	491				

Tablo3.27: Kruskall Wallis H testi Sonuçları- günde sosyal medyada geçirilen ortalama süre

Tabloya göre sosyal medyada geçirilen süreye sağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2_{(5)} = 8,973, p > ,05$).

j. Paylaşılan içerik türüne göre

Bazı paylaşımların sayısı çok az olduğundan karşılaştırma yapılmamıştır.

k. Sosyal medya hesaplarının gizliliğine

Sosyal Medya Hesapların 1 Gizliliği	N	Sıra Toplamı	Sıra Ortalaması	U	Z	p	Rank biserial correlation
Evet	124	221,88	27513,00	19763,00	-2,209	,027	,131
Hayır	367	254,15	93273,00				
Toplam	491						

Tablo3.28: Mann Whitney U testi sonuçları- sosyal medya hesap gizliliği.

Tabloya göre sosyal medyanın gizliliğine bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında hayır diyenler lehine anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($U=19763,000$, $p<,05$). Ortaya çıkan bu farklılık (Rank biserial correlation= $,131$) düşük düzeyde bir etkiye sahiptir.

l. Sosyal medyadaki (instagram) takipçi sayılarına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

İnstagram'da kaç takipçiniz var?	N	Sıra Ortalaması	X^2	df	p
Kullanmıyorum	35	250,77	2,306	4	,680
101-200 kişi	132	258,00			
201-300 kişi	81	241,98			
301-400 kişi	78	251,99			
400 ve fazla	165	234,53			
Toplam	491				

Tablo3.29: Kruskall Wallis H testi Sonuçları- Instagram takipçi sayısı.

Tabloya göre takipçi sayısına bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2_{(4)}=2,306$, $p>,05$).

2. Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları ne düzeydedir?

Sorular	N	$\bar{X}$	Std.	Katılma Düzeyi
S1	491	2,31	1,227	Katılmıyorum
S2	491	1,72	,992	Kesinlikle Katılmıyorum
S3	491	2,68	1,307	Kararsızım
S4	491	1,80	1,062	Kesinlikle Katılmıyorum
S5	491	1,92	1,141	Katılmıyorum
S6	491	1,88	1,150	Katılmıyorum
S7	491	2,12	1,244	Katılmıyorum
S8	491	1,79	1,077	Kesinlikle Katılmıyorum
S9	491	1,91	1,163	Katılmıyorum
S10	491	1,58	,923	Tamamen Katılmıyorum
S11	491	1,93	1,168	Katılmıyorum
S12	491	1,76	1,102	Kesinlikle Katılmıyorum
S13	491	3,23	1,363	Kararsızım
S14	491	3,29	1,368	Kararsızım
S15	491	3,62	1,311	Kararsızım
Toplam	491			

Tablo3.30: Katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonu düzeyleri.

Alt Boyutlar	N	$\bar{X}$	Std.	Katılma Düzeyi
İleti_Al_Boy	491	2,236	,920	Katılmıyorum
Bobü_Alt_Boy	491	3,057	,603	Kararsızım
Görü_Alt_Boy	491	1,796	,912	Kesinlikle Katılmıyorum
Değ_İlg_Alt_Boy	491	3,380	1,195	Kararsızım
Ölçeğin Tamamı	491	2,237	,736	Katılmıyorum

Tablo3.31: Katılımcıların ölçeğin tamamı ve alt boyutuna katılma düzeyleri

2.1.Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları;

a. Yaşa göre

Yaşınız	N	Sıra Ortalaması	X ²	df	p
15-21	73	272,20	11,344	5	,055
22-28	207	257,22			
29-35	88	236,60			
36-42	3	162,17			
43-49	46	196,51			
50 +	74	234,12			
Toplam	491				

Tablo3.32: Kruskal Wallis H Testi Sonuçları- yaş.

Tabloya göre yaş değişkenine bağlı olarak katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2_{(5)} = 11,344$, $p < ,05$).

b. Cinsiyete göre

				U	Z	p	Rank
		Sıra	Sıra				
Cinsiyetiniz	N	Ortalaması	Toplamı				biserial Correlation
Kadın	301	233,05	70149,00	24698,00	-2,546	,011	0.136
Erkek	190	266,51	50637,00				
Toplam	491						

Tablo3.33: Mann Whitney U testi sonuçları- cinsiyet.

Tabloya göre cinsiyet değişkeni açısından katılımcı görüşleri arasında erkekler lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ($U = 24698,00$, $p < ,05$, Rank biserial Correlation = 0.136). Ortaya çıkan bu fark düşük düzeyde etkiye sahiptir.

c. Eğitim durumuna göre

Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalaması	X ²	df	p
İlköğretim	18	234,72	,264	3	,967
Ortaöğretim	79	245,65			
Üniversite	300	248,10			
Yüksek Lisans ve Üstü	94	241,77			
Toplam	491				

Tablo3.34: Kruskall Wallis H testi Sonuçları- eğitim.

Tabloya göre öğrenim durumuna bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı farklılık görülmemiştir ($X^2_{(3)} = ,264, p > ,05$):

d. Mesleklere göre

Ne iş yapıyorsunuz?	N	Sıra Ortalaması	X ²	df	p
Kamuda Ücretli\Maaşlı	112	241,76	4,329	4	,363
Çalışmıyor\İşsiz	43	242,58			
Özel Sektörde Ücretli\Maaşlı	94	245,01			
Öğrenci	116	268,18			
Ev Hanımı	126	231,26			
Total	491				

Tablo3.35: Kruskall Wallis H Testi Sonuçları- çalışma durumu.

Tabloya göre meslek değişkenine bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2_{(4)} = 4,329, p > ,05$).

e. Aylık toplam gelire göre

Aylık Gelir	N	Sıra Ortalaması	X^2	df	p
Asgari ücretten az (8,506.80 tl altı)	166	256,01	3,005	3	,391
Asgari ücret (8,506.80 tl)-12.000 tl arası	101	225,50			
12.001 tl-18.000 tl	114	246,18			
18.001 tl ve üzeri	110	249,52			
Toplam	491				

Tablo3.36: Kruskal Wallis H testi- aylık toplam gelir.

Tabloya göre aylık gelir durumuna bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2_{(3)} = 3,005$, $p > ,05$).

f. Medeni duruma göre

Medeni durumunuz	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p	Rank biserial Correlation
Evli	191	227,70	43491,50	25155,50	-2,281	,023	,122
Bekar	300	257,65	77294,50				
Toplam	491						

Tablo3.37: Mann Whitney U testi-medeni durum.

Tabloya göre medeni duruma bağlı olarak katılımcılar arasında bekarlar lehine anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır ($U=25155,50$, $p > ,05$, Rank biserial Correlation=,122). Ortaya çıkan bu farklılık düşük düzeyde bir etkiye sahiptir.

g. Yaşanılan yerleşim yerine göre

Yerleşim yeri	N	Sıra Ortalaması	X ²	sd	p
Büyükşehir	227	242,38	1,596	3	,660
Küçük şehir	183	244,01			
İlçe	56	252,86			
Köy	25	278,10			
Total	491				

Tablo3.38: Kruskall Wallis H Testi- yerleşim yeri.

Tabloya göre yerleşim yerine bağlı olarak katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır ($X^2_{(3)} = 1,596, p > ,05$).

h. Kullanılan sosyal medya araçlarına göre

Kullanılan Sosyal medya aracı	N	%
İnstagram	438	30,2%
Twitter	285	19,7%
Youtube	328	22,6%
Whatsap	12	0,8%
Facebook	166	11,5%
Linkedin	81	5,6%
Snapchat	72	5,0%
İnteraktif sözlükler	1	0,1%
Twitch	4	0,3%
Reddit	2	0,1%
Tiktok	43	3,0%
Tinder ve benzeri uygulamalar	12	0,8%
Pinterest	4	0,3%
Telegram	1	0,1%

Tablo3.39: Katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçları oranı.

Kullanılan sosyal medya araçlarından bazılarının sayısının düşük olması nedeniyle karşılaştırma yapılmamıştır.

i. Günde sosyal medyada geçirilen ortalama süreye göre

Sos_Geç_Süre	N	Sıra Ort	X ²	Sd	p	ε ²
Zaman geçirmem	70	182,91	32,601	5	,000	0.066
Günde 1 saatten az	229	242,33				
Günde 1-3 saat arası	121	279,19				
Günde 3-5 saat arası	49	281,96				
Günde 5-8 saat arası	7	95,57				
Günde 8 saatten fazla	15	281,47				
Toplam	491					

Tablo3.40: Kruskal Wallis H testi-günde sosyal medyada geçirilen ortalama süre.

Tabloya göre sosyal medyada geçirilen süreye bağlı olarak katılımcıların görüşleri arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ($X^2_{(5)} = 32,601$, $p < ,05$; $\epsilon^2 = 0.066$). Ortaya çıkan bu farklılık düşük düzeyde bir etkiye sahiptir. Bu farklılığın hangi alt gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan test sonucu aşağıda verilmiştir.

Sosyal Medyada Geçirilen Süre		W	p
Zaman geçirmem	Günde 1 saatten az	4.4888	0.019
Zaman geçirmem	Günde 1-3 saat arası	6.4126	< .001
Zaman geçirmem	Günde 3-5 saat arası	5.0183	0.005
Zaman geçirmem	Günde 5-8 saat arası	-2.3362	0.564
Zaman geçirmem	Günde 8 saatten fazla	2.8896	0.318
Günde 1 saatten az	Günde 1-3 saat arası	3.3754	0.161
Günde 1 saatten az	Günde 3-5 saat arası	2.5611	0.459
Günde 1 saatten az	Günde 5-8 saat arası	-3.9765	0.056
Günde 1 saatten az	Günde 8 saatten fazla	1.4748	0.904

Sosyal Medyada Geçirilen Süre		W	p
Günde 1-3 saat arası	Günde 3-5 saat arası	0.3237	1.000
Günde 1-3 saat arası	Günde 5-8 saat arası	-4.7089	0.011
Günde 1-3 saat arası	Günde 8 saatten fazla	0.5013	0.999
Günde 3-5 saat arası	Günde 5-8 saat arası	-3.9449	0.059
Günde 3-5 saat arası	Günde 8 saatten fazla	-0.0449	1.000
Günde 5-8 saat arası	Günde 8 saatten fazla	2.9957	0.278

Tablo3.41: Pairwise comparisons testi sonuçları.

Zaman geçirmem diyenler ile günde 1-3 saat girenler arasında günde 1-3 saat zaman geçirenler lehine, zaman geçirmem diyenler ile 3-5 saat geçirenler arasında 3-5 saat geçirenler lehine, 1-3 saat ile 5-8 saat geçirenler arasında 1-3 saat geçirenler lehine ve zaman geçirmeyen ile 1 saatten az geçirenler lehine fark çıkmıştır ($p<,05$).

j. Paylaşılan içerik türüne göre

Paylaşılan konular düşük sayıda olması nedeniyle karşılaştırma yapılmamıştır.

k. Sosyal medya hesaplarının gizliliğine

Sosyal Medya Hesap. Giz	N	Sıra Ortala	Sıra Top	U	Z	p	Rank biserial correlation
Evet	124	275,56	34170,00	19088,00	-2,685	,007	0.161
Hayır	367	236,01	86616,00				
Toplam	491						

Tablo3.42: Mann Whitney U testi- sosyal medya hesap gizliliği

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi sosyal medya hesaplarının gizliliği değişkenine bağlı olarak katılımcıların görüşleri arasında evet diyenler lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ($U=19088,00$, $p<,05$, Rank biserial correlation= ,161). Ortaya çıkan bu farklılık düşük etki düzeyindedir.

I. Sosyal medyadaki (İnstagram) takipçi sayılarına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

İnstagram'da takipçiniz var?	kaç N	Sıra Orta	X^2	sd	p	ε^2
Kullanmıyorum	35	163,97	24,667	4	,000	0.050
101-200 kişi	132	221,96				
201-300 kişi	81	245,46				
301-400 kişi	78	254,42				
400 ve fazla	165	278,91				
Toplam	491					

Tablo3.43: Kruskal Wallis H Testi Sonuçları- Instagram takipçi sayısı.

Yukarıdaki tabloya göre takipçi sayısına bağlı olarak katılımcı görüşleri arasında anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır ($X^2_{(4)}=24,667, p<,05, \varepsilon^2=0.050$). Ortaya çıkan anlamlı farklılık düşük düzeyde etkiye sahiptir. Ortaya çıkan bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan test sonucu aşağıda verilmiştir.

		W	p
Kullanmıyorum	101-200 kişi	3.047	0.197
Kullanmıyorum	201-300 kişi	4.414	0.016
Kullanmıyorum	301-400 kişi	4.579	0.011
Kullanmıyorum	400 ve fazla	5.842	< .001
101-200 kişi	201-300 kişi	1.884	0.671
101-200 kişi	301-400 kişi	2.287	0.487
101-200 kişi	400 ve fazla	4.716	0.008
201-300 kişi	301-400 kişi	0.741	0.985
201-300 kişi	400 ve fazla	2.675	0.322
301-400 kişi	400 ve fazla	1.946	0.643

Tablo3.44: Pairwise comparisons testi.

Kullanmıyorum diyenler ile 101-102 takipçisi arasında takipçi sayısı 101-102 takipçi lehine, Kullanmıyorum diyenler ile 201-300 takipçi arasında 201-300 kullanıcı lehine, Kullanmıyorum diyenler ile 400 ve fazla diyenler arasında 400 ve fazla diyenler lehine ve 101-200 takipçi ile 400 ve fazla takipçi arasında 400 ve fazla takipçi lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır($p < .05$).

3. Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet bilinçleri ile sosyal medya kullanım motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

		Mah_Bil_Ölç	Sosy_Med_Mod_Öl
Mah_Bil_Ölç	Spearman's rho	—	
	p-value	—	
	N	—	
Sosy_Med_Mod_Öl	Spearman's rho	0.017	—
	p-value	0.706	—
	N	491	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tablo3.45: Correlation Matrix.

Yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi mahremiyet bilinçleri ile sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır ($p > .05$).

3.2.2. NİTEL ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM

Araştırmanın nicel boyutu için “mahremiyet bilinci ölçeği” ve “sosyal medya kullanım motivasyonu ölçeği” kullanılmıştır. Mahremiyet, sosyal medya ve cinsellikle ilgili katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilecek nitel veriler araştırmanın nicel verileri ile karşılaştırılmak istenmiştir. Bu sebeple araştırmanın nitel boyutunda katılımcılar ile mahremiyet, sosyal medya ve cinsellik konularında görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların mahremiyet algıları ve teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyet algılarına etkisi ve sosyal medyadaki denetim ve gözetim hakkındaki görüşleri belirlenmek istenmiştir. Bu doğrultuda sorulan sorular ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel veri analizi doğrultusunda katılımcıların mahremiyet sorularına verdikleri yanıtlardan oluşturulan temalar *tablo 3.46*’da yer almaktadır.

Katılımcılar		
Mahremiyet Algısı	Özel Alan\Ev	K1, K5, K7, K8, K12, K13, K14, K15, K16, K18
	Kişisel Sınırlar	K1, K8, K9, K10, K14, K16, K17
	Gizlilik	K2, K3, K4, K7, K9, K10, K12, K13, K15, K18
Teknoloji ve Sosyal Medyanın Mahremiyet Etkisi	Mahremiyetin Dönüşümü	K3, K5, K6, K8, K12, K13
	Depolama\Bulut Hesaplar	K1, K9, K18
	Geniş Kitleye Ulaşma	K7, K10, K11, K14, K19

Sosyal Medyadaki Siyasi Denetim	K1, K3, K7, K9, K10,
Denetim ve Gözetim	K11, K12, K13, K15,
Düşüncesi	K19
Sermaye Sahipleri Tarafından	K10, K14, K16, K18
Reklamlar ile Denetim	
Gönüllü Gözetim	K4, K5, K14

Tablo3.46: Katılımcıların Mahremiyet Algısı ile İlgili Görüşleri

Araştırmaya katılan 19 sosyal medya kullanıcısının mahremiyet tanımları için verdikleri yanıtlar doğrultusunda katılımcıların mahremiyet algıları “özel alan/ev”, “kişisel sınırlar” ve “gizlilik” olarak üç kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla özel alan/ev, kişisel sınırlar, gizlilik, olarak belirlenmiştir.

Mahremiyet algılarını “özel alan\ev” olarak belirten 10 katılımcı bulunmaktadır. K16 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Mahremiyet kavramı bence insanın kendilerince koymuş olduğu bir özel alan sınırıdır manevi olarak veya maddi olarak gündelik yaşantımda mahremiyet bunları gündelik hayata dökmektir yer bu özel alanı gündelik hayatın uygulamaya koymaktır...”. K8 ise şu cümleler ile açıklama yapmıştır: “Mahremiyet kavramını kişilerin sınırlandırdığı başkalarının neye ne kadar dahil olacağını ya da dahil olmaması gerektiğini belirleme durumu olarak tanımlayabilirim bunu örneklerle açıklayacak olursam ya şöyle söyleyelim örneğin kişilerle kurduğumuz mesafe bir mahremiyetin yansımasıdır diye düşünüyorum bir temas hali mesela şöyle örnek verelim toplu taşımada özellikle işte kalabalık toplu taşımalarda bu mahremiyet alanlarının delindiğini görebiliriz yani kişilerle aslında kurmak istediğimiz mesafelerin hani mümkün olmadığını işte o alanlarda görüyoruz ve dolayısıyla bu mahremiyet algımızın mahremiyetinin bozulduğu için rahatsızlık hissettiğimizi söyleyebiliriz mesela yine o tip alanlarda bir işte telefon konuşmalarını duyabiliriz mesajlaşmalara yine tanık olabiliriz vesaire yani bu çok onun sınırlarının mahremiyet sınırlarının sağlanmasına müsaade edilmeyen alanlar olduğunu düşünüyorum yine aynı şekilde evimiz kendi belirlediğimiz özel alanlar bunlar bizim mahremiyetimizi tanımlayanlar diyebiliriz.”

K18'in görüşleri bu şekildedir: *“Mahrem olan işte özeldir kişinin paylaşmadığı kendinde tuttuğu şeylerdir. Gündelik yaşamda ise ev olur aile meseleleri olur sırlar olur cinsellik olur bu tarz şeyler mahremiyetin içine girer.”* K14'ün görüşleri de şekilde belirtmiştir: *“Genel anlamda mahremiyet benim açımdan şunu ifade eder benim özel alanıma özel alanımı teşkil eden başkaları tarafından bilinmesini istemediğim ikinci bir kişi tarafından bilinmesini istemediğim veya benim ikinci bir kişiyle özel alanımı oluşturan üçüncü bir kişi tarafından bilinmesini istemediğim veya benim bir arkadaş grubu olarak başkaları tarafından yine bilinmesini istemediğim paylaşmak istemediğimiz bize has bize özel şeyler özel hayat mahremiyet daha doğrusu kapsamında değerlendirmek mahremiyetin biraz anlamı büyük olduğu için özel hayatta ya da özel alan demek daha doğru olur bence gündelik hayatımda da ben yine bu şekilde bakıyorum ben onun dışındaki şeyler mahrem şeyler değildir mahrem de olmaması gereken şeylerdir aslında kapalı yaşamaya alışkın bir toplum olduğumuz için biraz bizim mahremiyet algımız fazla özel fazla önemli önemli olmaması gerekiyor neyse...”* K1'in görüşleri ise şu şekildedir: *“Genel anlamda mahremiyet kavramı için kişinin belli sınırlar çerçevesinde gizli kalmasını istediği özel alanı diyebiliriz. Gündelik yaşamımda mahremiyet eve girdiğim anda mahremiyet başlar bence.”* Katılımcı görüşlerinden yola çıkarak mahremiyet algısını özel alan/ev olarak belirten katılımcılar mahremiyetlerini ev gibi diğer insanlarla paylaşmayı tercih etmedikleri daha kişisel ve bireysel alan olarak tanımlamaktadırlar.

Mahremiyet algılarını “kişisel sınırlar” olarak belirten 7 katılımcı bulunmaktadır. K9 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Sosyal medyada mahremiyet, kullanıcıların tercihleri doğrultusunda belirlenir. Paylaşımı yapan kişi, kendisi ile ilgili mahremiyet sınırlarını tercih ettiği şekliyle oluşturmuş olur.”* K8 bu konuda görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Sosyal medyada da mahremiyet yine aynı şekilde kendi belirlediğimiz sınırlarının korunmasıdır yaptığımız paylaşımların paylaşmak istediğimiz kitleyle sınırlı kalmasıdır da diyebiliriz fakat sosyal medyada mahremiyetin çok uygulandığını uygulanabilir bir ortam olduğunu düşünmüyorum yani sosyal medyanın çok sınırları belli bir alan olmadığı için hangi paylaşımların işte kimlere ulaşacağını kestiremediğim ve sosyal medyada internet ortamının*

üstünde izlediğimizi de düşündüğümünden açıkçası bu paylaştığımız bilgilerin kimler tarafından kullanılıp kullanılmadığını bile açıkçası denetleyecek durumda değiliz bence o sebeple de şimdi mahremiyetin çok sağlandığı bir ortam olduğunu düşünmüyorum.” K16 görüşünü şu cümleler ile açıklamıştır: “Sosyal medya mahremiyeti insanların kendi isteklerince koyduğu sınır yani nasıl diyebilirim benim mahremiyet anlayışında ben örnek veriyorum mahremiyetimde ailemle bir şey paylaşmam mesela özel görürüm bunu başkası gider onlyfans açar yani bu tamamen kişiye kalmış bir şey...” K17 ise konu ile ilgili şu cümleleri kurmuştur: “Mahremiyet kavramı kişinin kendi nezdinde çizdiği sınırlar ve bu sınırları da topluma göre dışarıya göre onları rahatsız etmeyecek seviyede çizmektedir iki etken aslında bence etkiliyor mahremiyeti gündelik yaşantımızda mahremiyet de bahsettiğim çizdiğim sınırlarım içerisinde yaşamaktır aslında.”

Katılımcı görüşlerinden yola çıkarak mahremiyet algısını kişisel sınırlar olarak belirten katılımcılar mahremiyet algılarını kendi kişilik özellikleri doğrultusunda oluşturdukları hassas noktalar ve sınırları olarak belirtmektedir.

Mahremiyet algılarını “gizlilik” olarak belirten 7 katılımcı bulunmaktadır. K9 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Kişiye özgü, özel ve gizli olan her şey mahremiyettir. Gündelik yaşantımda mahremiyet benim için kimseyle ya da bazı kişiler hariç kimseyle paylaşmak istemeyeceğim soyut ve somut her şeyi ifade eder.” K3 bu konudaki görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “...mahremiyet insanın kendi kendine yaptığı bazı şeylerin kendi kendine kalabilmesi kalıyor olması mesela dinlediğim şarkıları kimsenin görmemesi veya izlediğim şeyleri kimsenin bilmemesi bu tarz şeylerin bilinmesine gerek yok diye düşünüyorum kendi adıma.” K12 görüşünü şu cümleler ile ifade etmiştir: “Benim için mahremiyet kavramı bir orantı yani orantılılık ben bunu seviyorum hayatımın bir planı gözükür ama arka planı bana kalır yani o oranı kurabilmek gerekiyor bana özgü olan herkesin göremeyeceği herkes arkadaşımın ev arkadaşımın veya evime gelen çok yakın arkadaşlarımın görebildiği alan benim mahremiyetim ama yoldan geçtiğinde selamlaştığım veya işte 40 yılda bir görüştüğüm arkadaşlarımın beni Instagram'dan takip eden insanların gördüğü kısım hayatımda mahremiyetin olmadığı alan. Gündelik yaşantımda da mahremiyet insanların beni yoldan geçtiğinde tahmin yürüttüğü kısımdır yani bu kız

mesela üstüne bunları giymiş ama acaba kafa yapısı ne bu da mahremiyet hani benim ne düşündüğümü bilmiyorlar bu da benim mahrem olanın hani mahrem olan deyince sadece şey kastetmiyorum mesela sadece cinsel yaşamım evde ne giydiğim ne içtiğim her şey dahil ne okuduğum ne iş yaptığım bunlar da görülebilir dışarıdan hangi bölümden mezun oldum falan ama hangi yemeği sevdiğim evde hangi pozisyonda uyuduğum.” K10 ise görüşünü şu cümleler ile ifade etmiştir: “Mahremiyet fiziksel bir gizlilik de olabilir bu daha soyut bir şey de olabilir gibi geliyor bir şeylerin korunmasını çağrıştırıyor bana...” Katılımcı görüşlerinden yola çıkarak mahremiyet algısını gizlilik olarak belirten katılımcılar mahremiyet algılarını genellikle fiziksel bir gizlilik üzerine kurmuşlardır. Bu fiziksel gizlilik özel yaşantılarının gizliliği olarak belirtilirken aynı zamanda sosyal medyadaki gizliliklerini de kapsadığına çoğu katılımcı değinmiştir.

Araştırmaya katılan 19 sosyal medya kullanıcısının teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyet etkisi için verdikleri yanıtlar doğrultusunda “mahremiyetin dönüşümü”, “depolama\bulut hesaplar” ve “geniş kitleye ulaşma” olarak üç kategori oluşturulmuştur. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla mahremiyetin dönüşümü, geniş kitleye ulaşma ve depolama\bulut hesaplar olarak belirlenmiştir. Teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyet etkisi hakkında mahremiyetin dönüşümü ile ilgili görüş bildiren 6 katılımcı bulunmaktadır. Bu konuda görüş bildiren K6 şu ifadeleri kullanmıştır: “Sosyal medyada mahremiyet bence yoktur. Olmalı mı bence insanlar özgür olmalı bu konuda isteyen istediğini paylaşmalı böyle bir dünyadayız çünkü. Önceden vardı ama sosyal medyada da mahremiyet bu konuda bir dönüşüm geçirdiğini söylemek mümkün araçların gelişmesi ve insanların bunlara ayak uydurmasıyla birlikte. Türkiye’de özellikle genç kesimden dolayı bir dönüşüm gerçekleşti. Genç kesim daha her şeyini paylaşmaya meyilli olduğu için çağ ilerledikçe bu algı değişti.” K5 görüşlerini şu ifadeler ile açıklamıştır: “Aslında bence baktığımızda ilk çağlarda mahremiyet diye bir şey yoktu insanlar bencil ve öznel hayatlarında yaşıyorlardı ve bunu saklama ihtiyacı duyabilecekleri bir pozisyonda olmadılar ama sosyal medya herkesi dünyaya açtığı için ve daha birçok kalıbı aşamadığımız için mahremiyet oluşmaya başladı yani bu toplumsal ahlak yasası gibi bir şey aslında ama bir dönüşüm geçirdi demek daha doğru olacaktır herkesten herkese değişen bir şey olması gerektiği yerlerde de toplumsal olarak

ortak kabul haline gelmesi gereken bir şeymiş gibi davranılıyor.” K8 şu ifadeleri kullanmıştır: “Teknolojinin de mahremiyete katkı sağladığını düşünmüyorum çünkü dediğim gibi her ne kadar bunun bunlarla ilgili kanunlar bulunsun da bu verilerin kimlerle paylaşılıp paylaşılmadığını bilemiyoruz en azından ben hani kendim bu konuya şüpheyle yaklaşıyorum dolayısıyla katkı sağladığını düşünmüyorum yine aynı şekilde sosyal medyada mahremiyete katkı sağladığını düşünmüyorum fakat şöyle söyleyebilirim mahremiyetin dönüşümüne katkı sağlıyor olabilir o zaman belki toplumsal mahremiyetin dönüşümüne katkı sağlıyor olabilir çünkü çok fazla içeriğe ve çok fazla çeşitliliğe maruz kaldığımız bir alan aslında sosyal medya ve yani farklı bireylerin mahremiyet algılarını da gördüğümüz veya zamanla kabullendiğimiz diyebileceğim bir alan dolayısıyla belki ya o açıdan düşündüğümüzde katkı sağlıyor diyebilirim.”

Görüş bildiren bir diğer katılımcı olan K12’nin ifadeleri şu şekildedir: “Teknolojinin mahremiyete yani bir katkısı yok bence ekstra mahrem alanlarımız da tamamen ulu ortaya serildiğini düşünüyorum teknoloji sayesinde artık bunlar benim için normal olmaya başladı mesela yazın post atmamız lazım bu bize artık gereklilik olarak lanse ediliyor atacağız ve bütün vücudumuz ortaya çıkacak hani buradan örnek verdim de buradan yürüyorum bunu başka bir şeye de yürütebiliriz mesela teknoloji covid-19’da hayatımıza girdi herkes evde görüntülü konuşmalar ve canlı yayınlar yapmaya başladı herkes herkesin yatak odasındaki duvarı gördü mesela hani mahremiyet kısmı teknolojiye genişledi kesinlikle olumlu yönleri var olumsuz yönleri var dediğim gibi o dengeyi kurarsanız eğer yine size kalan bir alan olabilir o da sizin benliğiniz bence herkes bilmesin böyle. Teknoloji ile sosyal medyayı da şöyle ayırayım şu soruda sosyal medyanın da mahremiyete bir katkı sağladığını düşünmüyorum aslında geliştirdi yani mahremiyet kavramının genişlemesine sebep oldu bir noktada mahremiyeti dönüştürdü de diyebiliriz teknoloji de sosyal medya da sosyal medya daha çok sosyal platformlar üzerinden insanların mahremiyet algılarını yıktı teknoloji de buna elverişli bir araç sağladı kısaca bunu söyleyeyim.”

K13 görüşlerini şu ifadeler ile açıklamıştır: “Teknolojinin mahremiyete katkı sağladığını düşünmüyorum çünkü insanlar bir şeyleri paylaşmaya çok daha rahat ulaşıyor artık yani yanında bir insanın ne yaptığını öğrenebiliyorsunuz sosyal medya

sayesinde fakat mahremiyet hakkında bilinçli bir toplum oluşturmak için teknolojinin katkı sağladığını söyleyebilirim bilinçlendirme kavramı olarak bakarsak katkı sağlıyor. Sosyal medya bu konuda bir önceki soru gibi cevaplayacağım bir soru değil çünkü sosyal medya daha çok paylaşım yapılan bilinçlendirmeden çok tüketmeye yönelik bir mecra o yüzden insanların bol bir şekilde mahremiyet alanlarını işgal eden noktaları aşan paylaşımlar yaptığını düşünüyorum aslında mahremiyetin farklı bir yere dönüştüğüne etki ettiğini söylemek mümkün tabii bu soru her insan açısından farklı cevaplar oluşturabilir sonuçta benim mahremiyet alanıma giren bir durum başkası için mahremiyet olmayabilir.” ...”

Teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyete etkisini mahremiyetin dönüşümü olarak gören katılımcıların görüşleri özellikle sosyal medya araçlarının kullanımının mahremiyetin dönüşümüne katkı sağladığına dair birçok tartışmayı destekler doğrultuda çıkmıştır. Sosyal medya, insanların özel yaşamlarına dair bilgilerin paylaşılması ve diğer insanlarla etkileşime geçilmesi için yeni bir platform sağlamıştır. Bu da birçok insanın cinsellikle ilgili konularda daha açık olmasını ve bu konularda daha fazla paylaşım yapmasını sağladığından bu konuda bir dönüşüm gerçekleştiği yorumu yapılabilmektedir.

Teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyet etkisi başlığı altında depolama\bulut hesaplar ile ilgili görüş bildiren 3 katılımcı bulunmaktadır. Bu konuda görüş bildiren K1 şu ifadeleri kullanmıştır: *“Teknolojinin mahremiyete katkı sağladığını kesinlikle düşünmüyorum ama çok sosyal medya odaklı düşündüm sanırım bunu yani geniş yelpazede baktığında belki katkıları olabilir ama sosyal medya bazında kesinlikle yok teknolojinin mahremiyete katkısı olarak şu an şey aklıma geldi ve bu bulut hesapları gizliliği koruma vesaire hani bunlar olabilir. Sosyal medyanın mahremiyete katkı sağladığını düşünmüyorum aksine daha fazla mahremiyeti arka plana attığını düşünüyorum.”* K9 görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: *“Teknolojik gelişmelerin, her alanda olduğu gibi mahremiyet konusunda da olumlu ya da olumsuz olacak şekilde etkilerinin olabileceğini düşünüyorum. Özel hayatın gizliliğine katkı sunacak güvenlik sistemleri olduğu gibi, kişilerin mahremiyet konusunda sahip oldukları hak ve özgürlüklerin kolaylıkla başkaları tarafından ihlal edilmesine katkı sağlayabilecek gelişmeler de mevcut ve erişilebilir*

durumda. Sosyal medya araçlarının, toplumun gündelik yaşamda iletişim kurma biçimlerini direkt olarak etkilediğinden, mahremiyet konusunda da en azından alışkanlıkları değiştirebileceğini düşünüyorum. Bu değişimin ya da etkinin olumlu ya da olumsuz olması konusununsa olaylara özgü ve biricik olduğunu düşünüyorum ve genel bir yargıya varmayı dar kapsamlı bir sonuca ulaşmış olmak olarak görüyorum.”

Bu konuda görüş bildiren üçüncü kişi olan K18’in ifadeleri şu şekildedir: *”Teknolojinin mahremiyete katkı sağladığını düşünüyorum muayen nasıl hayır ve evet aslında şimdi sosyal medyada her şeyin paylaşılabilir olması mahremiyete katkı sağlamıyor yani instagram’da paylaşamazsam gider twitter’da paylaşıyorum twitter’da paylaşmazsam gider redditte paylaşırım bu yüzden bu biraz mahremiyete negatif etki yapıyor ama aynı zamanda bu kasa teknolojileri şifre eklemeler cloudlar tarzı şeylerden dolayı bazı şeyleri gizli tutmaya yarıyor bu tarz şeyler belki bu şekilde mahremiyete katkı sağlıyordur. Sosyal medyanın sağladığını sanmıyorum çünkü tam tersine insanların takipçi ve ilgi uğruna her şeyi paylaşmasını sağlıyor yani o yüzden katkı sağlamıyor.”* Teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyete etkisi hakkında depolama\bulut hesaplar yanıtlarını veren katılımcılar, diğer katılımcılara kıyasla teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyete olumsuz etkilerinin yanında olumlu olabilecek etkilerinden de bahsetmektedirler. Bu da teknolojinin bir getirisi olarak depolama aygıtları, cloudlar gibi bilgi depolamaya yarayacak araçların üretimi ve özellikle sosyal medya kullanıcılarına sunulmasıyla ilgili olmaktadır.

Teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyet etkisi başlığı altında “geniş kitleye ulaşma” hesaplar ile ilgili görüş bildiren 5 katılımcı bulunmaktadır. Konu hakkında görüş bildiren K13 şu cümleleri kurmuştur: *“Genç kuşaklar arasında abartılı yaşantılarla ilgili yanlışlıklara düşülebileceğini düşündüğüm için yani bu 18 yaş altı lise grubunun özellikle üzerinde olumsuz etkileri olabilir hem teknolojinin hem sosyal medyanın. Sosyal medyanın özellikle ergenler için cinsel anlamda olumsuz ve yanlış bir yönelim yapabileceğini düşündüğüm için özellikle kötü bir etkisi vardır diyebilirim bunların zaman içerisinde yaşla birlikte yaşanarak öğrenilmesini doğru buluyorum örneğin 13 yaşındaki bir gencin srf sosyal medya kullanarak bilmemesi gereken bir şeyi öğrenmesi onu olumsuz etkileyecektir.”* K19 görüşünü şu cümleler ile ifade etmiştir: *“Teknolojinin mahremiyete olumlu yönde katkı sağladığını*

düşünmüyorum. Teknolojinin gelişmesiyle mahremiyet alanlarımız tüm dünyaya yayılmakta. Bu durum kimine göre pozitif bir durum iken kimine göre de negatif bir durum. Sosyal medya kullanım biçimine göre mahremiyet alanlarımızı olumsuz yönde etkileyebilir.” K10 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Mahremiyet az önce de belirttiğim kişilerin aslında bazı durumlarının korunması ve gizli kalmasıyla alakalı bir şey ve sosyal medya paylaşımlarında bunun aksi şeyler yapılıyor o yüzden bir katkı sağladığını düşünmüyorum ama şayet kişinin mahremiyet algısı çok daha farklı ise benim bahsettiğim algılarla taban tabana zıt, aslında onun mahremiyet algısı için bir katkı sağlamış olabilir çünkü daha rahat paylaşımlar yapıyor olabilir ya da göstermek istediği şeyi daha kalabalık kitlelere gösteriyor olabilir onun için bir avantaj olabilir.”

Görüş bildiren bir diğer katılımcı olan K7 şu cümleleri kurmuştur: *“Teknolojinin mahremiyete katkı sağladığını düşünmüyorum çünkü insanlar teknolojinin gelişmesiyle birlikte daha online yaşamaya yönelik adımlar atılıyor her gün yani önceden grup buluşması işte gerçek hayatta bir yerde aktivite yapmak için arkadaşların birbirleriyle buluşması bazı yaş gruplarında kendini işte discordda buluşmaya işte online platformlarda buluşmaya dönüşüyor bununla birlikte de buna ek olarak daha doğrusu sosyal medya akımlarının gelişmesiyle birlikte insanlar kendini ifade edeceği alanların burada olması sebebiyle yeni yöntemler bulmaya başlıyor işte bunlardan en önemlisi işte fotoğraf paylaşımı içeren site instagram bunun daha öncesinde gündelik hayatından paylaşımlar yapılabilen Facebooktu. Neden mahremiyete zarar veriyor çünkü sonuçta topluma yönelik bir uygulama olduğu için buralarda sınırlamaların yapılması imkansız teknolojinin doğası gereği olarak da çocuklar için yetişkinler için yaşlılar için bazı yerlerde zararlı içerikler oluşturabiliyor. Sosyal medyanın da mahremiyete katkı sağladığını düşünmüyorum yani sosyal medyanın olumlu tarafları da var bunu hani sosyal medyayı çoğunlukla olumsuz olarak nitelendiriyorum ancak kamuoyu oluşturmanın haricinde. Bunu yaparken de pek çok insanın istemediği şekilde gündem olmasına bu magazinsel tarafına da katkıda bulunduğunu düşünüyorum bu sebeple sosyal medyanın mahremiyeti sağladığını düşünmüyorum katkı sağlamaya geç sosyal medyanın mahremiyeti negatif etkisi olduğunu düşünüyorum.” K4 ise görüşlerini şu şekilde*

belirtmiştir: “Teknolojinin mahremiyete katkı sağladığını düşünmüyorum çünkü birinin mahrem sayılacağı diyelim ki bir ortamda eee bir toplulukta başınıza hani sizin mahremiyetinizi zedeleyecek bir olay geldiğinde bundan 20 yıl önce sadece ortamdakiler ve ortamdakilerin anlattığı kadarı ve zamanla silinecek olan bir hikaye kalır ama sosyal medya instagram kameralar canlı yayınlar bunu sonsuza kadar internette bir köşede tutuyor o yüzden olumsuz etkilediğini düşünüyorum mahremiyetin aynı şekilde. Ama mahremiyetini paylaşmak isteyen insanlar için de olumlu etkiliyor olabilir mesela birbirlerine nude atan insanlar ya da 1.000 takipçisine Wanda Nara gibi bir kadının durmadan böyle doğru mu olur pornografik fotoğraflar paylaşması hoşlarına gidiyorsa takipçileri sırf bunun için takip ediyorsa hiçbir sorun yok yararına oluyor.” Teknoloji ve sosyal medyanın mahremiyet etkisi sorularına yönelik cevapların çoğunluğunun olumsuz olmasına karşın bazı katılımcılar özellikle sosyal medyanın kamuoyu oluşturma ve geniş kitlelere ulaşabilme özelliğine vurgu yapmışlardır. Bu özelliğin olumlu yanına vurgu yapılmasının yanında özellikle influencer kategorisinde geniş kitleleri etkileyebilme kapasitesine sahip kişilerin yapmış olduğu paylaşımların küçük yaştaki kullanıcılar için olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlarda bulunmalarını da dikkate almak gerektiği belirtilmiştir.

Sosyal medyadaki denetim ve gözetim hakkındaki katılımcı görüşleri “siyasi denetim”, “sermaye sahipleri tarafından reklamlar ile denetim” ve “gönüllü gözetim” olarak üç kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla siyasi denetim, sermaye sahipleri tarafından reklamlar ile denetim”, gönüllü gözetim olarak belirlenmiştir. Sosyal medyadaki denetim ve gözetimin siyasi denetim ile gerçekleştiği doğrultusunda 10 katılımcı görüş belirtmiştir. Bu konuda K10 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Herkes stalklanabilir sosyal medyanın bu yönü var. Ayrıca hem devlet hem de özel şirketlerin reklamcılık amacıyla yaptığı bir denetim ve gözetim mekanizması da var. Ayrıca devlet memuru olduğum için bazı paylaşımları beğenmekten çekiniyorum. Bunları paylaşırsam ya da beğenirsem yanlış algılanabilirim ya da düşüncelerimden dolayı farklı şeyler yaşayabilirim. Bunlardan kendimi korumak durumunda hissediyorum.” K13 görüşünü şu ifadeleri kullanarak belirtmiştir: “Aslında bu denetim ve gözetlemeye sadece iktidar araçlarının etkisi var

bence çünkü benim sosyal medyadaki paylaşımlarım iktidar haricinde herhangi başka bir kurum tarafından veya kişi tarafından denetlenemez belirli sınırları aşmadığı sürece hakaret boyutuna varmadığı sürece bu sebepten ötürü iktidar araçlarının denetlediğini düşünüyorum ve aslında bu denetim ve gözetimde mevzubahis konu benim paylaşımlarım olduğu için gözetimi tetikleyecek paylaşımlarda bulunursam aslında benim etkim olmuş oluyor bir noktada fakat bunun denetim ve gözetimi gerektiren bir paylaşım olup olmadığı konusundaysa daha esnek bir bakış tercih ederdim.”

K12'nin görüşü şu şekildedir: “Sosyal medyada gözetlediğimi ve denetlendiğimi düşünüyorum ve iktidar araçlarının bu denetim ve gözetime etkisi tabii ki vardır özellikle benim yaptığım meslek alanında ve hukukla alakalı hukuk devletin somutlaştığı bir alandır adliye devletin somut bulunduğu bir yerdir yani aslında adliye devlettir bence ama böyle bir meslek yapınca sosyal medyada dilediğiniz gibi siyasi görüşünüzü gösteremezsiniz müvekkilleriniz sizi seçmeyebilir mesela hani bu asla bir kıstas olmamalı ama öyle bunun bir dezavantajı oluyor avukatlara keza hakim savcı olmak istiyorsanız yine mesela siyasi görüşünü belirtemezsiniz çünkü kimse hakkında hükümlülük veya ceza avukatı olmasanız bile hakkınızda bir yargılamayı yapacak olan kişinin düşünce yapısını bilmek istemezsiniz onlar biraz kara kutu olur bunun mesleki anlamda anlıyorum dediğim gibi mesleki anlamda ettiğim kısım bu iktidar kısmına gelince de iyi artık bizim dönemimizde maalesef hizipleşme çok olduğu için sadece yandaşlar bir yere geldiği için dilediğimiz paylaşımı yapamıyoruz dilediğimiz gibi kanunu eleştiremiyoruz bir Anayasa Mahkemesi bir karar verdiği zaman dilediğinizce bu karar hukuka uygundur bu kararın uygulanması gerekiyor diyemiyoruz çünkü yarın bir gün eğer bir devlet memuriyeti düşünürseniz hakimlik savcılık gibi önümüz tamamen kapanmış olur o yüzden gözetleme yetkisi var insanlar susturuluyor düşünce özgürlüğünden de mahrum ediliyorlar bu denetim ve gözetime benim bir etkim yok bu tamamen dış etkenlerden dolayı benim düşüncelerimi hür bir şekilde ifade etmek isteyen biri olsam da sadece bir sürü gibi bir koyun gibi paylaşım yapmayarak ayak uyduruyorum.”

K7 ise görüşlerini şu cümleler ile ifade etmiştir: “Sosyal medyada gözetlendiğimi ve denetlendiğimi kesinlikle düşünüyorum iktidar araçlarının bu denetimi gözetlemeye etkisi kesinlikle vardır az önce söyledim işte bu sosyal medyanın kamuoyu oluşturmaya katkısı ne kadar dramatik olursa bu sosyal medyadaki gözetlenmesi de eşit derecede o kadar fazladır çünkü iktidar sahipleri bu türkiye’ye özel bir şey olduğunu düşünmüyorum ben iktidar sahipleri elinde bulundurduğu gücü korumak için tüm ülkeyi bir insan topluluğu olarak düşündüğümüzde bu topluluğu yönetmek adına küçük gruplar halinde de olsa halkın düşünce şekillerini düşünce döngülerini anlamak için takipler yapmayı hisseder yapması gerektiğini düşünür günümüzdeki sosyal medya muhbirciliği de diyelim bunun tam olarak yansımaları iktidar araçları hatta bunun ana sebebi gözetlemenin ana sebebi ikinci bir yanı da insanların birbirini stalklaması dediğimiz tabir bu potaya girebilir insanlar da birbirlerini takip etmeyi seviyor açıkçası bence ama bunun ana sebebi iktidar araçlarının burayı gözetleme amacıyla kullanması diyebiliriz bu denetim ve gözetime kendi etkim o insanların sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanıp hayatlarında etkisini hayatlarında etkisini arttırması bence direk bu gözetlemeye katkısı var yani ne kadar çok kullanırsan o kadar çok gözetlenirsin.” Sosyal medyadaki denetim ve gözetimin siyasi denetim ile gerçekleştirildiğini konusunda görüş belirten katılımcılar genellikle sosyal medyada siyasi içerikli gönderileri beğenmekten ve kendi görüşlerini paylaşmaktan kaçındıklarını ifade etmişlerdir. Siyasi olarak takip edildikleri görüşünü paylaşan katılımcılardan bazıları da bu durumdan kaynaklı gerekçelerle isimsiz sosyal medya hesapları kullanabildiklerini belirtmişlerdir. Bu doğrultuda siyasi denetimin sosyal medya kullanıcılarını etkilediği çıkarımı yapılabilir.

Sosyal medyadaki denetim ve gözetimin sermaye sahipleri tarafından reklamlar ile denetim ile gerçekleştiği doğrultusunda 4 katılımcı görüş belirtmiştir. Bu konuda K10 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Birçok büyük firmanın şirketin bile var bazen yakın arkadaşlarımla otururken bir şeyler konuşacağımız zaman aman dur bu çok özel interneti kapat şunu kapat bunu kapat diyoruz çünkü konuştuğumuz şeyin maksimum bir saat 2 saat sonra sponsorlu ürün olarak reklam olarak karşımıza çıktığını görüyoruz.” K14 ise şu ifadeleri kullanmıştır: “Sosyal

medyada gözetleyip denetlendiğini tabii ki düşünüyorum ama bu daha çok iktidar araçları ile alakalı olduğunu çok düşünmüyorum bunun daha çok sermaye sermaye ve kapitalizmle ilgisi var firmaların şirketlerin biz senin nasıl bir ürün pazarlayacaklarına dair araştırmalarına veri sağlıyoruz kendimiz onlara izinler veriyoruz kişisel bilgilerimizi sunuyoruz arama kayıtlarımızı ilgilendiğimiz sayfaları algoritmalar aracılığıyla da aslında nasıl bir onlar için nasıl bir portföy olabileceğimizi biz kendimiz sunuyoruz dolayısıyla bunun devletle iktidardan daha çok sermaye ve kapitalizmle alakalı olduğunu düşünmek lazım diye düşünüyorum ben kendi etkim evet kendi etkim olduğunu düşünüyorum dediğim gibi o da yani sosyal mecrada var olma zorunluluğu hissettiğimiz için onlardan ayrı kalmadığımız için onlar tabii bizden bu verileri bir şekilde alıyorlar daha sonra bize bir tür pazarlama aracı olarak sunuyorlar.”

K18’in görüşleri şu şekildedir: *“Yani tabii şimdi kişiselleştirilmiş reklamlar bazı uygulamalarını keşfet bölümleri ve uygunsuz reklamların kaldırılması bunun bir örneği zaten ve iktidar araçlarının etkisi olabileceğini düşünüyorum tabii çünkü ne de olsa sosyal medya şirketlerinin verileri ve denetimleri iktidarın elinde...”* K16 ise bu konudaki görüşlerini şu cümleler ile ifade etmiştir: *“Sosyal medyada gözetildiğimi ve denetlendiğimi düşünüyorum evet yani şöyle mesela diyorum ki telefonlar kapalı saat alacağım filan diyorum böyle arkadaşlarla konuşuyorum bir giriyorum instagram'a saat reklamları...”* Sosyal medyadaki denetim ve gözetimin sermaye sahipleri tarafından reklamlar ile gerçekleştirildiğini konusunda görüş belirten katılımcılar telefonları yanlarındayken gerçekleştirdikleri konuşmalarda geçen materyallerin bir süre sonra sosyal medya platformlarında karşısına sıklıkla reklam olarak çıktığını belirtmişlerdir. Bu ifadelerden bu konuda görüş belirten katılımcıların sermaye sahipleri tarafından kendi iletişim araçları vasıtasıyla gözetlendiklerini ve denetlendiklerini düşündükleri çıkarımı yapılabilir.

Sosyal medyadaki gönüllü gözetim ile gerçekleştiği doğrultusunda 3 katılımcı görüş belirtmiştir. K4’ün görüşleri şu şekildedir: *“Sosyal medyada gözetim ve denetime bildiğim kadarıyla kendimiz izin veriyoruz iphone'da bu özellik var bulunduğumuz konuma göre ya da internetteki aramalarınıza göre reklamlar ona göre çıkıyor bu gayet okey yani şu an bundan rahatsız olacak kadar önemli biri*

değilim o yüzden hiç sorun yok. Bence önemli biriysen muhtemelen hani bunu istediklerinde seni sana ulaşıp seni dinleyebilirler ama bence bunu devlet değil yani bu konu hakkında tabi ki video izlemiştim microsoft'un ya da apple'ın ceosuyla biri konuşuyor diyor ki bu telefon benim ne yaptığımı biliyor mu o da ona şey diyor benim az önce söyledim hani buna siz asla izin veriyorsunuz ki ben onu sormuyorum sana bu telefon beni dinliyor mu diye böyle hintli biriyle bir Amerikalı adamın karışması yani çok sorun değil diyorum ben ya hani ne yapalım 1984 gibi de değil ama hani şu anki gibi de değil yani hani bahsedilen kadar da değil yani bir zahmet ne yaptığımızı ne ettiğimizi birileri umarım doğru birileri görüyordur yani. Bu denetim ve gözetime kendi etkim yoktur ben istemezdim açıkçası yani ben ortamda bir kamera olduğunda bile rahatsız oluyorum yani beni izleyecekse bir tek Allah izlesin.” K5 görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: “Bilgilerimin depolandığı zaten sosyal medya araçlarına üye olurken onayladığımız sözleşmede yazıyor herkes okumaz genelde ama zaten herhangi bir polislik durumunda bu bilgileri paylaşabilecekleri yazıyor ama benim gözetlenmem çok da umurumda olmaz açıkçası böyle şeyler. Bir siyasi lider de gelip yanımda otursa çok davranışlarını değiştireceğimi düşünmüyorum. Etkim de elbet bir yerlerde vardır. Onaylama meselesinde mesela bu geçerli olabilir.” K14 ise görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: “...bu arada tabii şey var iktidarın bir aracı olarak kanun kişisel verilerin korunması kanunu var kişisel verilerin korunması kanunu bizim bu kişisel verilerimizin yani onlara biri olarak sağladığımız bilgilerin özel bilgilerin kullanımının sınırlandırılmasına dair bizi koruyan bir kanun dolayısıyla denetim ve gözetleme etkisi şu anlamda var bu yasanın uygulanması konusunda uygulanması iktidarın sorumluluğunda ama çok uygulanmadığını yani dünyanın herhangi bir yerinde çok da fazla uygulanmadığını özellikle pazarlama açısından çok da fazla uygulanmadığını görüyoruz çünkü zaten bu verilere erişim izni biz kendimiz veriyoruz verilerimiz el altında satıldığında daha önce birkaç defa denk geldik buna bir devlet verileri falan çalınmış milyonlarca kişinin banka hesapları çalınmış vesaire hiçbir şekilde bir ceza mekanizmasının çalıştığına şahit olmadık dolayısıyla bu denetleme ve gözetleme bu bağlamda bu şekilde düşünüyorum.”

Sosyal medyadaki denetim ve gözetimin gönüllü gözetim ile gerçekleştirildiği konusunda görüş belirten katılımcılar özellikle sosyal medya araçlarına üyelik sözleşmelerinde yer alan maddelerin okunmadan veya okunduğu halde bilerek onaylanarak gönüllü olarak denetlenilmelerine izin verilmeleri konusunu ele almışlardır. Ayrıca sosyal medyada yapılan her paylaşım ile de aslında sosyal medya kullanıcıları gönüllü gözetimin birer edimi haline gelmektedirler.

Araştırmaya katılan sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım amaçları, hesaplarının paylaşım içerikleri ve paylaşım yönelimleri belirlenmek istenmiş ve bu doğrultuda gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Nitel veri analizi doğrultusunda katılımcıların sosyal medya sorularına verdikleri yanıtlardan oluşturulan temalar Tablo3.47’de yer almaktadır.

		Katılımcılar
Sosyal medya kullanım amacı	Eğlence	K3, K4, K5, K8, K10, K11, K14, K15, K16, K17, K18, K19
	İletişim	K2, K3, K4, K6, K8, K9, K11, K13,
	Gündem Takibi	K7, K9, K19
Sosyal medya paylaşımlarınızın ve takip ettiğiniz hesapların içerikleri	Kişisel, ilgilenilen ve beğenilen şeyler	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K17, K18, K19
	Günlük yaşantı	K8, K13, K16
Sosyal medya içeriklerine dönük	Çıplaklık/Pornografi	K1, K2, K8, K12, K17
	Şiddet	K8, K9, K13, K19

tutumlar	Fazla kişisel paylaşım	K3, K4, K7, K10, K11, K12, K18
----------	------------------------	--------------------------------

Tablo3.47: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Görüşleri.

Tablo 3.47'ye göre katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları üç kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla eğlence, iletişim ve gündem takibi şeklindedir. Sosyal medya kullanım amacı sorulduğunda 12 katılımcı “eğlence” yanıtını vermiştir. Bu konuda görüş belirten K3’ün ifadeleri şu şekildedir: *“Paylaşımlarım genel olarak komik eğlenceli şeyler üzerine, araştırmalar yapmaya çalışıyorum. Takip ettiğim paylaşımlar yine dediğim gibi eğlenceli şeyler üzerine sanırım hepsini kapsıyor bu zaten.”* K4 şu ifadeleri kullanmıştır: *“Sosyal medyayı komik şeylere izlemek sonra arkadaşlarımı paylaştığı şeyleri görmek ya da arkadaşlarımla çektiğim fotoğrafları paylaşmak ya da benim için komik olan bir şey hikaye olarak atmak sonra sosyal medya günümüzde karşı cinsle iletişime geçmek için de önemli bir yer bunun da etkisini uzun bir süre kendi fotoğraflarım yoktu sonra anladım ki böyle olmuyor ama ben fotoğraf atmadan biriyle yakınlaşmaya başladım yani böyle işte kullanma sebebim başka ilgi duyduğum işlerle alakalı dünyada neler oluyor instagram'dan görebiliyoruz mesela aşçılık futbol oyun ya da komedi dizileri komedi çizgi dizileri ya da parodiler böyle şeyler görüyorum.”* K10’un görüşleri şu şekildedir: *“Sosyal medyayı kendimle ilgili paylaşımlar yapmak ya da beğendiğim yerlerle ya da beğendiğim nesne kitap tarzı şeyleri paylaşmak ve eğlence için kullanıyorum.”*

K14 ise görüşlerini şu cümleler ile belirtmiştir: *“Sosyal medya aslında bütün mecraların bir kullanım amacı fark genel olarak Facebook kullanmıyorum tabi twitter'da daha çok politik gelişmelerden haberdar olabilmek için kullanıyorum ve borsayla ilgili gelişmelerden tabii ki instagramı kullanmamın belli bir amacı olduğunu düşünmüyorum sadece işte hoşuma giden paylaşımları yapmak için bir mecra aslında yapmak için kullanmıyorum ama kaçamıyoruz da öyle bir şey söyleyebilirim linkedin kullanıyorum mesela bu profesyonel bir mecra dolayısıyla işle ilgili aslında kendi markamı tanıtmak için kendi markamı göstermek için orayı kullanıyorum.”* Sosyal medya kullanım amacını eğlence olarak belirten katılımcıların

çeşitli platformlarda genellikle kişisel zevkleri doğrultusunda videolar izlemek ve yine kendi kişisel zevkleri doğrultusunda hesaplarında paylaşımlar yapmak için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal medya kullanım amacı sorulduğunda 9 katılımcı “iletişim” yanıtını vermiştir. K16’nın görüşü şu şekildedir: *“Kullanma amacım eğlence veya ilgim olan sayfaları kategorileri takip etmek de arkadaşlarımla tabii ki de vakit geçirmek.”* K2 ise şu cümleleri kurmuştur: *“...Arkadaşlarımı takip etmek için ayrıca arkadaşlarım da benim yani sürekli görüşmediğim hani aynı şehirde yaşamadığımız arkadaşlarım da benim hayatımdan haberdar olsun onlarla iletişimde kalalım diye kullanıyorum.”* K11 şu cümleleri kurmuştur: *“Arkadaşlarımla ve tanıdıklarımla hayatlarında ne yaptıklarıyla ilgili bilgi sahibi olmak için kullanıyorum.”* K13’ün görüşü ise şu şekildedir: *“Sosyal medyayı iletişim halinde olduğum insanlar ve çevremi oluşturan insanların gündelik yaşantılarını takip edebilmek bununla birlikte ilgi alanlarım oluşturan konular üzerinde bilgi sahibi edinebilmek amacıyla kullanıyorum.”*

Sosyal medya kullanım amacı sorulduğunda 3 katılımcı “gündem takibi” yanıtını vermiştir. K7 bu konuda görüşlerini şu cümleler ile ifade etmiştir: *“Sosyal medyayı genelde bilgileri takip etmek amacıyla kullanıyorum bu türkiye'deki yaşamla ilgili politikayla ilgili sanatla ilgili bilimle ilgili politikayla ilgili genelde bilgileri takip etme amacıyla kullanıyorum.”* K9’un görüşü şu şekildedir: *“Aynı zamanda sosyal medyayı haber ve bilgi kaynağı olarak, işim ve ilgi alanlarımla alakalı içerikleri ve gündemi takip etmek için kullanıyorum.”* Diğer sosyal medya kullanım amaçlarına kıyasla katılımcıların çok az bir kısmının sosyal medya kullanım amacının gündem takibi olduğu söylenebilir. Genel bir yorumla katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları genellikle eğlence ve iletişimdir.

Araştırmaya katılan 19 sosyal medya kullanıcısının sosyal medya paylaşımlarının ve takip edilen hesapların içerikleri için verdikleri yanıtlar doğrultusunda” kişisel, ilgilenilen ve beğenilen şeyler”, “günlük yaşantı” ve “olarak iki kategoriye ayrılmıştır. Sosyal medya paylaşımlarınızın ve takip ettiğiniz hesapların içerikleri sorulduğunda 15 katılımcı “kendim, ilgilendiğim ve beğendiğim şeyler” ve benzeri yanıtlar vermişlerdir. K18 görüşlerini şu cümleler ile ifade

etmiştir: “Sosyal medyada ben genel olarak paylaşım yapmıyorum yaparsam işte arkadaşlarım postlarını tekrardan atıyorum o da işte arkadaşlarımla geçirdiğim vakti paylaşıyorum. Takip ettiğim paylaşımlar işte dediğim gibi mizah sayfalarını futbol sayfalarını bazı bilim sayfalarını takip ediyorum bunların nedeni de işte gündemde kalmak geniş şeyler öğrenmek bilmek arkadaşlarımla gülmek için yani takip ediyorum.” K17’nin görüşleri şu şekildedir: “Sosyal medyada genel olarak paylaşım yapmıyorum fakat yaptığım zaman da kendi fotoğraflarımı paylaşıyorum. Takip ettiğim paylaşımlar genel olarak müzik dizi film mizah bu tarz. Bu tür paylaşımları takip etmemin nedeni de eğleniyorum keyif alıyorum ve ilgilendiğim konular...” K12’nin görüşleri şu şekildedir: “Sosyal medyada genel olarak hayatımı paylaşıyorum yaptığım şeyleri hobilerimi aslında çok büyük hobim yok ama tiyatroya gitmek hobi sayılabilir takip ettiğim paylaşımlar da daha çok sanat üzerine işte nerede gezilecek müze var hangi oyunlar güzel ya da işte faydalı cilt bakım rutinleri ve yemek videoları bunları takip ediyorum bu tür paylaşımları takip etmemin nedeni de etkilenmek etkiledikten sonra benim de onları bir şekilde hayatıma uyarlamak için.”

K1 görüşlerini şu cümleler ile ifade etmiştir: “Sosyal medyada paylaşımlarım ya kendime ya arkadaşlarımı ya da beğendiğim bir manzarayı bir görsele bir mekana atarım bunun dışında paylaşım yapmıyorum. Takip ettiğim paylaşımlar genellikle mekan ve yemek odaklı çünkü buna ilgi duyuyorum deneylerde keşfetmeyi seviyorum bu yüzden de yani büyük bir çoğunlukla mekan keşifleri bu tarz sayfaları takip ediyorum.” K5 ise şu cümleleri kurmuştur: “Paylaşımlar genel olarak şarkı ve kendi fotoğraflarım üzerine. Takip ettiğim paylaşımlar da genellikle tasarım üzerine. Bu tür paylaşımları takip etme sebebim de gözümü ne kadar açarsam o kadar hayal edebilirim hayal ettiğim sürece de çizebilirim.” Katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda sosyal medyalarını kendi kişisel zevklerine hitap edebilen bir mecra olarak kurgulamaktadır. Kendi beğenilerini ve kişisel zevklerini insanlarla paylaşarak ve yeni hobiler arayarak kendilerini geliştirme amacı taşıdıkları çıkarımı da yapılabilir.

Sosyal medya paylaşımlarınızın ve takip ettiğiniz hesapların içerikleri sorulduğunda 3 katılımcı “öğrenmek istenilen şeyler ve günlük yaşantı” ve benzeri

yanıtlar vermişlerdir. K8'in görüşleri şu şekildedir: *"Sosyal medyada genel olarak gündelik hayatımda güzel bulduğum her şeyi paylaşıyorum diyebilirim işte iyi vakit geçirdiğim bir zamandan anı olmasını istediğim bir an ya da işte kendimi paylaşabilirim çevremdeki kişileri paylaşabilirim bir nesneye işte bir manzarayı paylaşabilirim ya da savunduğum bir düşünceyle ilgili bir fikri paylaşabilirim ya da bir kampanyaya destek vermek istiyorsan onunla ilgili bir paylaşım yapabilirim genellikle bunlar üzerine takip ettiğiniz paylaşımlar ne üstüne. Takip ettiğim paylaşımlar dediğim gibi eğlence olabilir ilgi alanlarımız üzerine olabilir mimari ile ilgili olabilir dekorasyonla ilgili olabilir grafik tasarımla ilgili olabilir moda ile ilgili olabilir makyajla ilgili olabilir kişisel bakımla ilgili seyahat olabilir bu tür şeyleri takip ediyorum genellikle bir de estetik açıdan yani beni ne diyelim tatmin ve mutlu edecek şeylerdir böyle fotoğrafçıların fotoğraf hesapları alabilir bu tip şeyleri de takip ediyorum paylaşımı takip etmemin nedeni dediğim gibi ilgi alanım olması işte beni mutlu ediyor olması."* K15 ise görüşlerini şu şekilde açıklamıştır: *"Sosyal medyada paylaşımlarım kullandığım o an paylaşımı yapacağım sosyal medya platformunun ne olduğuna göre değişir fakat fotoğraf fazla bir paylaşım yaparsam bu genel olarak sosyal yaşantımın içerisinde arkadaşlarımla geçirdiğim vakitlerde keyif aldığım anlardan oluşur düşüncese bir paylaşım yaparsam yani öyle bir platform kullanıyorsam siyaset ülke gündemi sporla ilgili paylaşımlar yapıyorum. Takip ettiğim paylaşımlar da aslında paylaşım yaptığım konularla paralel ilerliyor bu tür paylaşımları takip etmemin nedeni de bu konulara ilgi duymam işte siyaset kısa vadedeki ülke gündemi uzun vadedeki ülke gündemi spor dalları ve bunun hakkındaki gelişmeler..."*

Katılımcıların sosyal medya içeriklerine dönük tutumları ile ilgili yapılan görüşmelerden rahatsızlık duydukları içerikler üç kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre fazla kişisel paylaşım, çıplaklık/pornografi, şiddet şeklindedir. Sosyal medya içeriklerine dönük tutumlarına yönelik paylaşmaktan kaçındıkları ya da paylaşılmasını görmekten rahatsızlık duydukları sorular sorulduğunda ise 7 katılımcı "fazla kişisel paylaşım" yanıtını vermişlerdir. K3 görüşlerini şöyle açıklamıştır: *"Paylaşmaktan ya da paylaşılmasından rahatsız olduğum şeyler genelde gösteriş ya da saçma insanların saçma sapan danslarla*

sürekli ekranımızda olmasından birazcık rahatsızım bir de çok fazla gösteriş tabii ki olabilir. Bence her şey paylaşılmamalı ya ben birazcık mahremiyet olması gerektiğini düşünüyorum insanların hayatında.” K10’un görüşleri şu şekildedir: “Bu görelî bir konu çünkü insanların algıları birbirinden farklı ama sanırım artık her şeyi paylaşabiliyoruz ben kendi adıma şahsen her şeyi paylaşmadığımı düşünüyorum. Genellikle kendime hitap eden şeyleri paylaşıyorum ama zaman zaman şey de olabiliyor bunu paylaşayım mı diye düşünüyorum sonra diyorum ki ya bu sana göre bir şey değil bu da beni bir çelişkiye düşürebiliyor şeyden biraz kendi adıma rahatsızlık duyuyorum insanların çok fazla detaylı peş peşe uzun özel yaşamlarını aktaran şeyleri paylaşmasından biraz hani bugün ne gerek vardı diyorum rahatsızlık duymaktan kastım bu aslında.” K18’in görüşleri şu şekildedir: “Bence sosyal medyada her şey paylaşılmaz yani hatta özel olan hiçbir şey paylaşılmaz yani ben ayıp olmasın diye takip ettiğim kişiler var onların storylerini postlarını gördükçe hoşlanmıyorum yani yeni araba alıp hanemize hayırlı olsun bilmem ne emlakçılık bu işi yaptık gibi bunlardan hiç hoşlanmıyorum bir de şey var ki benim duruşuma karşı görüşten paylaşımlar olduğunda hoşlanmıyorum.”

Sosyal medya içeriklerine dönük tutumlarına yönelik paylaşmaktan kaçındıkları ya da paylaşılmasını görmekten rahatsızlık duydukları sorular sorulduğunda ise 5 katılımcı “çiplaklık\pornografi” yanıtını vermişlerdir. K12’nin görüşleri şu şekildedir: “Sosyal medyada bence her şey paylaşılabilir hayatımın çok mahrem alanını paylaşmak istemem aynı şekilde çok mahrem gördüğüm o alanım mesela evim yatak odam olabilir yatak odamda odamdan bir fotoğrafı post olarak paylaşmam mesela daha çok açık hava açık ortam ve herhangi bir mekan veya bir doğanın ön planda olduğu bir post atarım bunlar bence. Ya ben açıkçası şu çağda insanların mahremiyet kavramının bu kadar genişlemesinden rahatsızlık duyuyorum mesela artık pornografik içerik sayacağımız açıklıkta fotoğrafları ne bileyim bunun gibi şeyler işte bunlardan rahatsızlık duyuyorum ya veya insanların sadece bunlar üzerine bir hesap mesela her fotoğraf çok açık seçik ben yazın bikinili fotoğraf paylaşılmasından da rahatsızlık duyuyorum abi kışın bir şekilde paylaşamıyorsan yazın bunu niye paylaşabiliyorsunuz kışın mahrem olan yazın niye okey anlamsız.” K7’nin görüşleri şu şekildedir: “Bence sosyal medyada her şeyin hayır

paylaşılması gerekir toplumsal etik dediğimiz kavramla çelişen şeyler paylaşılmalıdır aslında tabi bu genel etikten bahsetmiyorum da biraz daha uç noktaları vardır atıyorum cinsel organların paylaşılması gibi veya aşırı terör propagandası yapan içerikler gibi. Az önceki soruda belirttiğim gibi ileri cinsel paylaşımlar cinsel organların paylaşılması veyahut terör propagandası yapan paylaşımlar bunlar beni rahatsız eder.” K8 görüşünü şu cümleler ile açıklamıştır: “Bence sosyal medyada her şey paylaşılmalı sosyal medyanın çok sınırları belli olmayan bir alan olduğunu düşünüyorum bir paylaşmanın kime ulaşacağını aslında ne kadar denetlediğini düşünsek de bence hani bu çok bizim kontrolümüzde olmayabiliyor dolayısıyla da her şey paylaşılmalı bence yaş gruplarını düşünecek olursak çocuklar için pornografik içerikler paylaşılmalı ya da aslında çocuklar için bile değil bu özel bir alan olduğunu düşünüyorum dolayısıyla herkesin görmek isteyeceği içerikler olmayabilir.”

Sosyal medya içeriklerine dönük tutumlarına yönelik paylaşmaktan kaçındıkları ya da paylaşılmasını görmekten rahatsızlık duydukları sorular sorulduğunda ise 4 katılımcı “şiddet” yanıtını vermişlerdir. K13’ün görüşü şu şekildedir: “Bence sosyal medyada her şey paylaşılabilir benim nezdimde çünkü bizim özgürlüğümüzün sınırları başka bir insana bir noktadaki ihlal ettiğinde rahatsızlık verecek derecedeyse orada bitiyor aslında. Yani şahsi olarak cevaplırsam eğer karşıt bir görüşüme veya rahatsızlık oluşturacağını düşündüğüm paylaşımları ben kendim görmekten rahatsız olmam çünkü karşı argüman üretebilmek için ona da maruz kalmam gerektiğini düşünüyorum ama genel olarak cevaplayacak olursam toplumun ruh sağlığını etkileyecek vahşet içerikteki görüntülerin paylaşılmasını rahatsız edici buluyorum.” K19’un görüşü şu şekildedir: “Bence sosyal medya, hayatımızla doğru orantılı. Bu nedenle hayatımızda yaşadığımız her durum sosyal medyada paylaşılabilir. Hatta bu sebepten her türlü şiddet, yobazlık gibi durumların önüne sosyal medya sayesinde geçtiğimizi düşünüyorum. Herhangi bir canlıya zarar verilen paylaşımları asla görmek istemem.” K8 ise şu cümleleri kurmuştur: “...Şiddet içerikli şeyler paylaşılmalı bence ötekileştiren işte hakaret ya da kaba sözcükler bunlar da paylaşılmalı yalan haberler vesaireler yani kişilerin doğruluk algısıyla oynayacak haberler

paylaşılmalı yani bunlar paylaşılmaz diye düşünüyorum dediğim gibi bu tip şeylerin paylaşılmasını görmekten rahatsız olurum kendi de paylaşmam.”

Katılımcıların kamusal alan ve özel alan hakkındaki görüşleri belirlenmek istenmiş ve bu doğrultuda sorulan sorular ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel veri analizi doğrultusunda katılımcıların kamusal alan ve özel alan sorularına verdikleri yanıtlardan oluşturulan temalar Tablo3.48’de yer almaktadır.

Katılımcılar		
Kamusal Alan	Mahremiyet	K1, K5, K7, K9, K13, K14, K17, K18
	Sokak	K2, K11
Özel Alan	Kişisel Alan\Ev	K1, K2, K3, K6, K10, K11, K12, K15, K16, K19
	Cinsellik	K1, K5, K9, K13, K18, K19
	Özgürlük	K18

Tablo3.48: Katılımcıların Kamusal Alan ve Özel Alan ile ilgili görüşleri.

Araştırmaya katılan 19 sosyal medya kullanıcısının kamusal alan ve özel alan soruları için verdikleri yanıtlar doğrultusunda kategoriler “mahremiyet”, “sokak”, “kişisel alan\ev”, “cinsellik” ve “özgürlük” olarak beşe ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla kamusal alan için mahremiyet ve sokak; özel alan için ise kişisel alan\ev, cinsellik ve özgürlük olarak belirlenmiştir. Kamusal alan tanımı ve mahremiyet ve cinsellikle ilişkisine dair sorulan sorulara 8 katılımcı “mahremiyet” yanıtını vermiştir.

Kamusal alan tanımı ve mahremiyet ve cinsellikle ilişkisine dair sorulan sorulara “mahremiyet” yanıtını veren 8 katılımcı bulunmaktadır. K7 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Kamusal alan ve özel kavramlarının cinsellikle ilişkisini tam kestiremedim ama mahremiyetle ilişkisi bence vardır hatta mahremiyet açısından*

bunu yorumlayacak olursak bunu bir daire gibi düşünebiliriz işte herkesin bu insanların birbirleriyle olan ilişkilerini iletişimlerini de diyeyim belli kesişim kümeleri vardır bu kesişim kümelerinde kalan alanlar ortak alanlardır yani kamusal alanlardır bu keşke kesişim kümelerinde olmayan alanlarda mahremiyet alanları da şimdi bunun skalasını büyüttüğünde bütün toplum için kurmaya çalıştığında bu daire şemasını kesişiminde kalan o küçük alan aslında kamusal alan oluyor kesişiminde kalmayan bütün alan farklı farklı alanlarda yani birbiriyle kesişen farklı farklı alanlarda insanların mahremiyet alanları oluşturuyor bence bu şekilde açıklayabilirim ama cinsel bunun doğrudan cinsellikle bir alakası kurulabilir mi emin değilim bence kurulamaz.” K5 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Aslında benim için kamusal ve özel alan çok da fark etmiyor. Tabii mesela evde çıplak dolaşabilirken Rize’nin sokaklarında çıplak dolaşamıyorum tek farkı bu olabilir aslında benim için özel alan mahremiyet sağlıyor diyebilirim. Mahremiyet burada insanların ön yargılarına karşı oluşturduğum kişilikle alakalı.” K17 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Kamusal alan herkese ortak bir alan olduğu için toplum etiğine uygun mahremiyeti göstermemiz ve cinsellik aktivitelerini diyeyim burada göstermememiz gerekir.”

Kamusal alanda mahremiyete uygun davranışlar sergilenmesi gerektiği yanıtını veren katılımcıların yanında özel alan yaşantısını mahrem ile ilişkilendiren katılımcılar da bulunmaktadır.

Kamusal alan tanımı ve mahremiyet ve cinsellikle ilişkisine dair sorulan sorulara 2 katılımcı “sokak” yanıtını vermiştir. K11 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Kamusal alan sokakta, devlet kurumlarında olan yerler diye algılıyorum. Sokakta insanların birbirine sarılmasının yadırgandığı bir toplumda yaşıyoruz ama bulunduğumuz yere ve Türkiye için konuşuyorum bulunduğumuz bölgeye göre bunlar değişkenlik gösterebilir yaşanan şeyler cinsel algı olarak farklılaşabilir cinsel tutumlar ve bunların yaşanma şekilleri yakınlaşmalar farklılaşabilir toplumun içerisinde ama yine toplumu rahatsız etmemek adına bazı şeyleri hoş görüyle kendi özel alanımıza evimize saklamamız gerekir bazı yerlerde de rahat bir alan içerisindeyse belirli sınırlara kadar tamamen olmasa da kamusal alanda bir şeyler paylaşılabilir.” K2 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Kamusal alan otel ve ev

dışındaki her yerdir. Yani buralar özel alanımdır kendi fikirlerimi ya da işte kendimi rahatça ifade edebildiğim kendim gibi olabildiğim yerler. Ama kamusal alanda bi şekilde başka şeyleri de ailemi işte işini temsil ettiğim için her yerde kendim olamam her şeyi konuşamam ya da evet kamusal alan her yer bir kafe de sokak ortası da bir park da bir iş yeri de her yer kamusal alandır. Ama özel olan daha çok ev ve otel olabilir yani maksimum. Tabi cinsellikle ilişkisi var yani kamusal alanda insanlar her istediğini yapamaz.”

Özel alan tanımı ve mahremiyet ve cinsellikle ilişkisine dair sorulan sorulara 10 katılımcı “kişisel alan\ev” yanıtını vermiştir. K1 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Kamusal alan halka açık olan her yer, özel alan da mahremiyet yani kendi ortamımız kendi evimiz olarak düşünüyorum. Bu iki kavramın mahremiyet ve cinsellikle ilişkisi bence kesinlikle var yani bu aslında burada cinselliğin hani mahremiyet çerçevesinde özel alanda yaşanmasını bekleyebiliriz ama açıkçası benim burada aklıma public seks geldi yani bunu da tercih eden birçok insan var aslında doğru mudur yanlış mıdır tartışılır çünkü insanların bazı fantezilere ihtiyacı olabilir bu hayatta yani sanırım bu public seks kavramında da yine de Şey bir noktada o mahremiyet şeyine dikkat etmek gerekiyor yani her ne kadar kamusal bir yandan da olsan da kontrollü davranmak şart diye düşünüyorum.”* K15 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Kamusal alan daha resmi bir paylaşım yeri olarak düşünüyorum özel alanı ise kendime dair olan kişisel alanımdır. Kamusal alanda cinselliği düşünmüyorum ama özel alanda mahremiyet sınırı genişletilebilir.”* K10 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Özel alan benim evim olabilir ya da iç dünyam olabilir kendimi gizli ya da korunabilir mahrem hissettiğim her an olabilir ama genellikle bu benim evimdir ya da çok yakın gördüğüm insanlarla da olabilir ama bu da zaman zaman olabilir annemle babamla beraberken bunlar benim en yakın olduğum insanlar ya da erkek arkadaşım ile beraberken ya da yakın çok yakın gördüğüm arkadaşlarımla beraberken de bazen kendimi mahrem alanda hissedemiyor olabilirim bu zaman zaman değişebilir kamusal alan da işte benim iş ortamım olabilir kahve içmeye gittiğim bir kafe olabilir yürüyüş yaptığım bir alan olabilir bu iki kavramın cinsellik ve mahremiyetle bir ilişki olabilir mahremiyetle kesinlikle ilişkisi var ama cinsellik ne ilgili de ve düşünmen gerekir diye düşünüyorum kendi evimden davrandığım gibi*

kamusal alanda davranmayabiliyorum istediğim gibi giyinemiyorum istediğim gibi davranamıyorum istediğim şeyleri söyleyemiyorum ama bunların da böyle olması gerekiyor sınırlandırılması gerekiyor ki keza ben böyle yaparım benim böyle yapmam gerekiyor diğer insanların da böyle yapması gerekiyor sanırım dengenin sağlanması için kamusal alanda bunların dikkat edip bunlara dikkat edilmesi gerekiyor ama cinsellikle ilgili siz bu soruyu sordunuz diye üzerine düşünmek durumunda kaldım değilse kamusal alan bana cinsellik çağrıştırmıyor ama böyle bir soruyla karşılaşınca düşündüm yine de buna bir çağrışım da bulunmadı ve olmaması gerekir diye düşünüyorum çünkü böyle bir şeyler asla yaşamak istemem bence cinsellik mahrem bir kavram hani kamusal alanda yapıyorsan da şayet cinsellik eylemini gerçekleştirmeye niyetliyim diyorsan da buna maruz kalacak insanların olmamasına dikkat etmen gerekiyor bence çünkü kimse seni o halde görmek istemiyor olabilir sen şayet bunu sergilemek istiyorsan da görmek isteyen insanlarla bunu gerçekleştirmelisin diye düşünüyorum.”

K3 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Kamusal alan herkesin girebileceği vatandaşlığı olan mesela kendi ülkemizde vatandaşlığı olan herkesin gidebileceği sormadan etmeden rahat serbest bir şekilde girip kullanabileceği alanlar. Özel alan kavramı ise işte şahsi olan kimsenin gelemeyeceği normalde girilse de bunun bir suç sayılacağı yaptırımları olacağı olan ev gibi alanlar diye herhalde ayırabilirim. Yani özel alan birazcık daha mahrem kamusal alan birazcık daha genel bir kavram olarak burada şey yapıyor ama cinsellikle ilişkisini ben çok bağdaştıramadım.”

Özel alan tanımını “cinsellik” olarak belirten 6 katılımcı bulunmaktadır. K13 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Kamusal alan insanların ortak bir yarar adına ortak bir paydada bulunduğu toplum halinde yaşamının gerekliliklerini sağladığı alanlardır ve özgürlüğümüzün kısıtlı olabileceği sınırlar vardır. Özel alansa insanın kendi konfor alanını oluşturan istemediğinde başkalarını da iletmebileceği ve orada hür bir şekilde davranabilecekleri alanlardır. Bu iki kavramın mahremiyet ve cinsellik ile ilişkisi vardır örneğin kamusal alanda cinsel ilişkiye girmeyen suçu Türk Ceza Kanunu 225. maddesinde düzenlenmiş bir suç olarak da geçmektedir yani sen cinselliğini kamusal alanda insanların gözü önünde yaşarsan bir suç teşkil etmiş olur bu hareketin mahremiyet ve cinsellikle kamusal alan aslında farklı noktalara

ilerleyen kavramlardır özel alan mahremiyet ve cinselliğin mahremiyetini sağlayabileceği ve cinsellik yaşayabileceğin alan konfor alanı olan özel alanıdır bu 2 alanı birbirinin içerisine geçirmemek gerekir.” K5 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Yani evsel alan yani özel alan daha fazla cinsellik içerir. Yani şöyle düşün herhangi bir kafede çalışırken biri sana gelip yazıldığı zaman ne kadar karşındakini istersen iste bir hareket yapamıyorsun çünkü bu kurumsal bir yerde oluyor. Ama işten çıktığın anda özel alanına giriyorsun ve bundan sonra yapacağın hiçbir şey diğer alanı bağlamıyor. O yüzden tabii ki bu da dediğim gibi diğer insanların yargılarıyla alakalı bir şey ama kamusal alanı cinsellikle ilişkilendiremezken özel alanı mahremiyet alanını cinsellikle ilişkilendirebiliyorum.” K19 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Kamusal alan, toplumsal olarak katıldığımız alan; özel alan ise aile, arkadaşlar ile katıldığımız alandır. Evet bu iki kavramın mahremiyet ve cinsellikle ilişkisi vardır. Kamusal alanlarda genellikle mahremiyet durumları paylaşılmaz, cinsellikten ve cinsellik ile ilgili herhangi bir konudan oldukça uzak durulur. Özel alanda ise mahremiyet ve cinsellik konuları paylaşılabilir.”

Katılımcıların cinsellik algılarını ölçmeye yönelik sorulan sorulara karşın verdikleri yanıtları içeren tablo aşağıda yer almaktadır.

Katılımcılar		
Cinsellik	Biyolojik\Fizyolojik	K1, K7, K8, K9
	His\İstek\Arzu	K4, K12, K14, K15, K16
	Eylem	K2, K3, K10
	İhtiyaç	K6, K18, K19
	Üreme\Çoğalma\Soyunu Devam Ettirme	K5, K13, K17

Sosyal Medya	Beden Teşhiri	K2, K6, K7, K12, K14
Paylaşımlarında Beden ve Cinsellik Algısı	Gerçek dışılık	K1, K4, K5, K7, K18, K19
	İlgi	K11, K18

Tablo3.49: Katılımcıların Cinsellik Algıları ile ilgili görüşleri.

Araştırmaya katılan 19 sosyal medya kullanıcısının cinsellik algılarını ölçmeye yönelik sorulan sorulara karşın 5 katılımcı His/İstek/Arzu, 4 katılımcı Biyolojik/Fizyolojik, 3'er katılımcı da eylem, ihtiyaç ve üreme/çoğalma/soyunu devam ettirme kodlarının üretildiği yanıtlar vermişlerdir.

Cinsellik tanımına dair sorulan soruya 5 katılımcı "his\istek\arzu" yanıtlarını vermişlerdir. K12 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *"Cinselliğin bence iki tane formu var biri bedensel anlamda iki tarafın birbirini tatmin etmesi diğeri bedensel tatminin yanında iki tarafın yoğun hisler hissetmesi burada ben de sorulduğu için bunları bir araya daha cevap vereceğim bence cinsellik içerisinde duyguyu da barındırması gereken bedenlerin bütünleşirken yaşattığı haz duygusu."* K14 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *"Cinsellik bence cinsel ilişkiye dair 2 cins ya da bugün ister çok daha cinsler cinsiyetler çok daha fazla ifade edilebiliyor saygı duyuyoruz bu cinsler arasındaki ilişkiye dair her şeydir bence geniş anlamda tabi seks değildir sadece sekse kadar seksi de kapsayan sonrasında kapsayan diğer her şey duygu durumları bedenler hazlar hazların uyumu vesaire yani ona ilişkin her şey diye tarif edebilirim temel olarak üzerine tabi düşünmediğim bir konu yani cinsellik bence nedir hiç üzerine düşünmedim aslında."*

K4 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *"Cinsellik bence bir dürtüdür ve bence bedeni asla terk etmemelidir cinsellikte dürtünün aynı şekilde karşılığını bedeninizle verebildiğiniz sürece keyifli bir cinsel hayatınız olur diye düşünüyorum yani şunu demek istiyorum yaşıyorsunuz 55 de olsa cinsel hayatınızı koruyabilmelisiniz diye düşünüyorum illa 60 yaşında eşinizle seks yapmak zorunda değilsiniz ama yine birbirinizi mutlu edebilirsiniz diye düşünüyorum tabii karşılıklı olarak iki tarafın da içinden geliyorsa."*

Cinsellik tanımına dair sorulan soruya 4 katılımcı “biyolojik\fizyolojik” yanıtlarını vermişlerdir. K1 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik bence bireyin benlik algısı kendini keşfetme süreci fizyolojik ve biyolojik ihtiyaçları yönelimleri ve bunların hepsini kapsayan ve bütün diyebiliriz.”* K9 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik, kişinin biyolojik ve psikolojik olarak tüm yönleriyle cinsel var oluşunu ifade bir kavramdır.”* K8 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik kişinin biyolojik ve fiziksel kodla temel alan deneyimleriyle kültür çevresiyle de şekillenen kendini ifade etme biçimidir diyebilirim.”* K7 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik bence içgüdüyle biyolojik etmenlerin birleşimidir.”*

Cinsellik tanımına dair sorulan soruya 3 katılımcı “eylem” yanıtlarını vermişlerdir. K10 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik bence kişinin öncelikle kendi vücudunu keşfetmesiyle alakalı bir şey çünkü kendinin farkına varmadan farklı bir bedenin farkına varabileceğini düşünmüyorum şahsen benim algılarıma göre cinsellik aslında bu çok farklı da algılanabilir ya da farklı yorumlar da yapılabilir bunu ama bir kadın bedeni ve bir erkek bedeni arasında daha fazla sayıda bir kadın bedeni ve erkek bedeni de söz konusu olabilir ama karşılıklı olarak gerçekleştirilecek bir eylemdir.”* K3 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Yani bir cinsellik insanın doğasında olan gayet basit bir konuyken işte ülkemizde birazcık tabulaştırıldığını düşünüyorum o yüzden bu kadar konuşulduğunu düşünüyorum bu kadar da büyük bir olay olduğunu düşünmüyorum aslına bakarsak milyonlarca yıldır insanların yaptığı ve yapmaya devam edeceği şey sadece eylem olarak görüyorum.”* K2 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik iki kişi arasında tabi çoklukla da olabilir kişiye bağlı arasında yaşanan ve mahrem kalması gereken bir eylemdir bana göre sevgiyle gerçekleşir ya da beğeniyle bana göre iki kişi arasında kalmalıdır.”*

Cinsellik tanımına dair sorulan soruya 3 katılımcı “ihtiyaç” yanıtlarını vermişlerdir. K18 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik bir ihtiyaçtır yani aynı zamanda insanın sevgisini gösterme yoludur bence ve yakınlıktır.”* K19 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik, hormonal ihtiyaçlarımızla duygusal hazlarımızın birleşmesidir.”* K6 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik ihtiyaçtır bence ve olmalıdır.”*

Cinsellik tanımına dair sorulan soruya 3 katılımcı “üreme\çoğalma\soyunu devam ettirme” yanıtlarını vermişlerdir. K5 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik yani çok basite indirgmeden nasıl anlatacağımı bilmiyorum. İlk çağlarda daha çok çoğalma ve soyunu devam ettirmekken bence şu anda tamamen zevk almak üzerine kurulu aslında gizli hedonizm diye nitelendirdiğim bir şey. Ama insanlar niyeyse bunu kabul etmeden cinsellik yaşamaya devam ediyor ben sadece biraz daha bilinçli olduğumu düşünüyorum.”* K13 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Cinsellik insanlığın ilk ortaya çıkış tarihlerinden itibaren var olan fiziksel ve psikolojik yansımaları olan hormonal ve iç güdüsel bir dürtüdür insanlık tarihinden beri birçok evrim aşaması geçirmiştir cinsellik insanların ilk tarihlerinde sadece soyun devamı insanlığın devamını getirmek amacıyla devam etse de sonrasında teknolojinin ve çeşitli kontrol yöntemlerinin gelişmesiyle birlikte cinselliğin doğal bir sonucu olan üreme haricinde de farklı bir bakış açısı kazanmıştır.”*

Sosyal medya paylaşımlarında beden ve cinsellik algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara 6 katılımcı gerçek dışılık, 5 katılımcı beden teşhiri ve 2 katılımcı ilgi yanıtlarını vermişlerdir. Katılımcıların bu başlıklar altında verdikleri ayrıntılı yanıtlar aşağıda yer almaktadır.

Sosyal medya paylaşımlarında beden ve cinsellik algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara 6 katılımcı “gerçek dışılık” yanıtını vermişlerdir. K7 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“İnsanlar sosyal medyada gösterdiği kişi değil aslında bence bu sebeple de sosyal medyada kendini çok nasıl diyeyim çok kapalı gösteren bu konuda hani cinselliğe kapalı yeniliklere kapalı gösteren biri gayet bu konulara gerçek hayatta açık olabilir ya da tam tersine sosyal medyada kendisini çok bu konulara açık çok özgür gösteren biri gerçekte bu konulara çok kapalı olabilir sosyal medyanın bu konuda gerçeği yansıttığını ben kesinlikle düşünmüyorum.”* K4 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Kişilerin sosyal medya paylaşımları ve cinsellik algıları arasındaki ilişkiye dair çok ters örnekler olabilir çünkü cinsellik çok derin bir konu bence o yüzden sosyal medyada birçok kişi görmüşüzdür yani profilinde Allah kuran din yazıp başkasının fotoğrafının altına seni öyle yaparım böyle yaparım diyenler ya da işte manzara fotoğrafı paylaşıp çok garip fantezisi olan insanlar bu bağlantıyı bence sağlıklı bir şekilde kuramayız yani”* K5 görüşünü şu şekilde

belirtmiştir: “Bence bu durum tam olarak Jung’ın söylediği gibi insan gölgelerinde yaşıyor ve gölgelerimizde gizli kalan şeyleri sosyal medyada daha rahat paylaşabiliyoruz. Sen de biliyorsundur ki sosyal medyada çok aktif olan birilerini gördüğün zaman genelde çekingen ya da az konuşan hepsi için demiyorum ama genelde sosyal hayatında çok başarılı olmayan kişilerin sosyal medyada paylaşımlarının daha çok olduğunu en azından deneyimlerime dayanarak söyleyebilirim.”

Sosyal medya paylaşımlarında beden ve cinsellik algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara 5 katılımcı “beden teşhiri” yanıtını vermişlerdir. K14 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Sosyal medyada cinselliğin sunumu yani eskiden sanki daha çok kadın bedeni üzerindendi sosyal medyada cinselliğin sunumu ama şuan çocuk üzerinden bile yapıldığını düşünüyorum yani son zamanlarda balansiaganın reklamı gibi işte tabii cancellandı falan ama Balanciaga yana bu reklamdan sonra hala küçük çocuklarla reklam yapıyor ya da kadınların sosyal medyada çocuk gibi davranması tiktokerların vesaire işte çocuk gibi giyinmeleri ya tüm bedenler üzerinden artık eskiden sadece kadındı artık erkek kadın ya da işte kendini farklı tanımayan herkes bu da arttı.” K14 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: “Sosyal medyada cinselliğin sunumuyla ilgili tam olarak ne kastediliyor bilmiyorum ama daha çok öne çıkarılan göze sokulmak istenen şeyin beden oldu ve bu bedenin daha çok kadın bedeniyle temsil edildiğini söyleyebilirim araba reklamları bunun en göze çarpan örneği arabadan çok kadın öne çıkartılıyor ama öne çıkartılmak istenen şey araba ve sanki denmek istenen şey iletişim dili anlamında söylenmek istenen şey arabayı alırsanız böyle bir kadın promosyon olarak hayatınıza girer gibi bu çok tartışıldı bu arada benim yorumum değil esasen böyle bir yorum yapacak veri de yok elimde ama genel olarak bu dondurma reklamlarında kadın bedeni var ve cinsel istek uyandırabilecek bir kadın bedeni üzerinden sunum yapılıyor spor salonunun mu reklamda da kadın bedeni var bu arada çoğunlukla ama işte vücut yapan erkek orada asıl müşterisi erkek ya da aklıma başka ne geliyor bilmiyorum etrafımızda güneş gözlüğü reklamında kıyafet reklamında kadın bedeni var kısaca hemen hemen her şey mekanlarda lokanta bir restoran güzel bir restoranın ya da yeni nesil meyhanelerin özellikle son son dönemde bir arkadaşımızın düğünü dolayısıyla birkaç

araştırma yaptım birkaç restoranda özel sunulan şey güzel kadınlar bizde güzel güzel eğleniyorlar verilmek istenen mesaj çoğunlukla o yani fokuslanan şey o mekan kadar kadın bedeni üzerinden bir som yapıyor diye düşünüyorum benim yorumum bu”

K12 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Sosyal medyada cinselliğin sunumundan rahatsızım ben sosyal medyada cinselliğin bu kadar ön planda olması gençlerin bu durumdan bu kadar kötü etkilenmesi beni çok rahatsız eden bir duygu ve özellikle de feminizm çok yanlış anlaşılıyor bu rahat sunumdan dolayı diyeyim ya da şu anda gençler eşitlik duygusunu istediğimi yaparım istediğimi giyerim mantığıyla ilişkilendirilmiş durumda mesela cinsellik de feminist de feminizmle bir yerde eş ki dünyasında iki tarafın da eşit bir şekilde cinselliğini savunması cinselliğin yaşaması gerekiyor tamam ama kadın ve erkeğin bunları sunum şekli bir tarafı daha cüretkar ve daha sinirli agresif yapıyorken bunu diğer taraf bundan memnun olan tarafta yani aslında hiçbir şekilde aynı amaca hizmet etmiyor öyle olunca da bu sunum biri art niyetli biri de hani sadece durarak bu süreci tamamlamış oluyor buna birazcık karışık cevap verdiğim için bir cümleye toparlayayım cinselliğin sunumu sosyal medyada kepaze bir durumda cinselliğin sunumu sosyal medyada maalesef yanlış yorumlanıyor özellikle de kendi fikirlerini henüz oluşturmamış oluşturma aşamasındaki daha genç beyinler bunu bir isyan olarak görüyor anladığım kadarıyla o yüzden de ileri gittikçe gidiyor ama bu bir başkaldırı değil yarın bir gün insan bedenine o kadar aç teşhir ettiğinden rahatsızlık duyabilir veya duymaz bilemiyorum.”*

K7 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Sosyal medyada ben cinsellik sunumunu şu şekilde açıklayabilirim kendi görüşümü yani en azından bence sosyal medyadaki cinsellik sunumu tamamen çıkar üzerine kurulu bi formatta örneğin bunun en önemli iki örneği işte yeni oluşturulan platformlar işte bu onlyfanstır daha önce hani birkaç şey vardı ismini hatırlayamıyorum instagram'da özellikle işte bu nudity dediğimiz şeyin yayılması işte bu sırf buna özel hesapların açılması işte gibi bunlar daha çok işte gerçek hayatta kendilerine bir çıkar sağlayan bir formatta kullanılıyor atıyorum ille de paradan değil ilgi de bir çıkar olabilir burada ya da bu aslında kurumsal sayılabilecek hesapların haricinde normal yaşantısı olan bireyler*

de bunun farkında olup ya da olmayıp bunları da kullanıyor onu demeye çalışıyorum temelinde ama bu ilişkinin temelinde çıkar yatıyor bu maddi olur manevi olur.”

Sosyal medya paylaşımlarında beden ve cinsellik algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara 2 katılımcı “ilgi” yanıtını vermişlerdir. K11 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Abartılı ve ayarsız olabiliyor bazen sosyal medyada cinsellik. Gündelik hayatla ilişkisiz bir şekilde sosyal medyaya sahip insanlar var popüler olmak ve dikkat çekmek ilgi toplamak adına. Bunu saçma ve yakışsız buluyorum. Kişilikle sosyal medyada kişilikle arasındaki uyumsuzluktan dolayı yoksa Rita Ora’ya bayılıyorum ve gayet de açık bir profile sahip”* K18 görüşünü şu şekilde belirtmiştir: *“Kişilerin sosyal medya paylaşımları ve cinsellik algıları arasında bir ilişki influencer gibi kişilerin olabilir ama genel olarak normal insanların paylaşımlarında olduğunu sanmıyorum yani ama belki işte vücudunu biraz daha sergileyerek daha çok ilgi göstermek isteyen ilgi görmek isteyenler olabilir”*

SONUÇ

Tüm canlılar doğdukları andan itibaren çevreleriyle ve diğer canlılarla etkileşim içine girmeye başlarlar. Bu etkileşim süreci toplumsallaşma ve insanların sosyal hayatlarındaki iletişimleriyle birlikte sosyalleşme kavramını ortaya çıkarır. Sosyalleşme, günümüzde internetin hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline geldiği zamana kadar geleneksel yollarla gerçekleşmekteydi. Ancak internetin ve medyanın gelişmesiyle birlikte sosyalleşme süreci de bu yeni medya araçlarıyla birleşerek farklı bir iletişim dilinin ve görselliğin varlık bulduğu bir alanı oluşturmuştur.

Günümüzde, geleneksel medya kullanımı azalırken sosyal medya kullanımı hızla artış göstermektedir. Sosyal medya kullanımı, toplumun genelinde yedi kat artarken 19-29 yaş grubunda ise yüzde 10'dan yüzde 90'lara çıkmıştır². Bununla birlikte, gizlilik kurallarına ilişkin farkındalıkta bir artış gözlenmemektedir. Tam aksine, kullanıcılar daha mahrem bilgilerini daha kolay paylaşmaya başlamışlardır. Özellikle adres ve cep telefonu gibi en mahrem bilgilerin sosyal medyada bu derecede paylaşılması, istismarcıların işini kolaylaştırmakta ve endişe vericidir. Neredeyse tüm gençler, kişisel fotoğraflarını ve kendi isimlerini paylaşmaktadır. Bu hızlı artış oranı, mahremiyet konusunda çalışılması gerektiğine dair sinyaller vermektedir.

Sosyal medya araçları, iletişimi kurma, haber alma ve vermeyi sağlama ve toplumsal örgütlenmeyi kolaylaştırma olaylarını gerçekleştiren araçlar olmalarının yanında mahremiyet kavramı içinde yer alanlar ve dışında kalanlar arasındaki sınırları belirsizleştirerek özel alana ait olan birçok şeyin kullanıcıları tarafından gönüllü olarak paylaşıldığı araçlar haline almışlardır. Sonuç olarak, sosyal medyanın cinsellikle ilgili paylaşımların artmasına katkı sağladığı ve mahremiyetin dönüşümüne yol açtığı iddiasıyla yola çıkan bu tez çalışmasında nicel ve nitel yöntem birlikte kullanılmış ve sonuçlara ulaşılmıştır.

Akar ve Akar (2021)'in İletişim Fakültesindeki 269 öğrenci ile yapmış oldukları anket çalışmasının sonucunda gençlerin sosyal medya araçlarını en çok

² <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/#:~:text=How%20many%20people%20use%20social,almost%20six%20billion%20in%202027.>

eğlenmek ve arkadaşlarıyla vakit geçirmek için kullandıklarına ulaşılmıştır. Yine aynı çalışmanın verilerine göre katılımcıların birçok kişi tarafından mahremiyet sınırları içerisinde kabul edilen ilişki durumu ve yaşam alanları gibi kişisel bilgilerini paylaşmaya daha meyilli oldukları ve mahremiyet sınırlarını bu konuda genişletebildikleri sonucuna ulaşılmıştır. Akgül ve Hekimoğlu Toprak (2019)'un 558 veri ile yapmış oldukları araştırmanın sonucuna göre öğrencilerin gelir düzeylerinin yükselmesi mahremiyet ihlallerinin de artmasıyla paralel şekilde ilerlemektedir. Akyazı (2019)'un farklı alanlardan 40 ünlü ile yapmış oldukları araştırmaya göre ünlülerin %22'sinin özel alanlarında fotoğraf paylaşmaktan çekinmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ünlülerin kamusal alanlarda bulunduklarını gösteren fotoğraf ve videoların da takipçileri tarafından daha fazla beğenildiği belirtilmiştir. Algül (2018), rastgele örnekleme yöntemiyle 727 kişiye uyguladığı araştırma ile internet kullanım sıklığı ve cinsiyet özelliklerinin mahremiyet bilincini belirlemede etkili demografik bilgiler olduğunu ortaya koymuştur. Alkan ve Özcan (2019)'un 386 üniversite öğrencisiyle gerçekleştirmiş olduğu araştırmanın sonuçlarına göre de öğrencilerin birçoğunun gözetimin farkında olmadığı belirlenmiştir. Özellikle Bauman(2016)'ın Özgürlük kitabında da öne çıkardığı şekilde kişilerin daha fazla güvenlik karşısında mahremiyetlerinden vazgeçebildikleri ve gözetime maruz kalmayı sorun etmedikleri sonucu ortaya konulmuştur. Bostancı (2019)'un sosyal medyada çocuklarının mahremiyetini korumaya yönelik olarak ebeveynlerin kısıtlamaya yönelik çeşitli gözetim ve denetim yollarına başvurduğu sonucu ortaya konulmuştur. Özgür Şahin (2021)'in ebeveynlerle gerçekleştirdiği nitel çalışma sonucunda ise sosyal medyanın ebeveynleri ve sınava çalışan öğrencileri bilgilendirme açısından faydalı olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Şimşek (2019)'un Instagram üzerine yapmış olduğu çalışmaya göre, kişilerin mahremiyet bilinçlerinde olumsuz anlamda bir dönüşüm yaşandığında, sosyal medyada kendilerini paylaşma oranları artmaktadır.

Bu çalışma, sosyal medyada cinsellik paylaşımlarının artmasıyla birlikte mahremiyetin bir dönüşüm geçirdiği iddiasını araştırmaktadır. Bu sebeple nicel ve nitel araştırma yöntemlerini bir araya getirerek kapsamlı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Nicel analiz ile katılımcıların mahremiyet bilinçlerinin yüksek düzeyde olduğu saptanmıştır. Veriler, sosyal medyada çeşitli platformlarda ise

paylaşımların sayısında belirgin bir artış olduğunu ortaya koymaktadır. Bu artış, sosyal medyanın kişilerin kullanım motivasyonlarına yönelik içeriklerin yayılmasına ve erişilebilirliğine olanak sağlamasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda, kullanıcıların mahremiyet algısının da bu artışla birlikte değiştiği gözlenmiştir. Nitel analiz, sosyal medyada cinsellik paylaşımlarının mahremiyet kavramına olan etkisini derinlemesine incelemiştir. Katılımcılarla yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlar ile cinsellikle ilgili içeriklerin sosyal medyada daha kolay ve kamuya açık bir şekilde paylaşıldığını ortaya koymuştur. Bu durum, bireylerin mahremiyet sınırlarının değiştiğini ve cinsellikle ilgili konuların daha geniş bir kitleye açıldığını göstermektedir. Ayrıca, sosyal medyanın anonimlik ve sanal ortamın getirdiği güvenlik hissi nedeniyle bireylerin daha cesur ve özgürce cinsellikle ilgili içerikler paylaştığı tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın sonuçları nitel analizler aracılığıyla yorumlandığında, sosyal medyanın cinsellik paylaşımlarının artmasıyla birlikte mahremiyet algısında bir dönüşüm yaşandığına işaret etmektedir. Geleneksel mahremiyet sınırları sosyal medya ortamında gevşemiş ve daha geniş bir şekilde kamuya açık hale gelmiştir. Bu durum, bireylerin cinsellikle ilgili içerikleri paylaşma ve tüketme konusunda daha serbest ve cesur olmalarına yol açmıştır. Ancak, bu dönüşüm beraberinde mahremiyetin korunması ve kişisel güvenliğin sağlanması konusunda yeni zorluklar getirmiştir. Gelecekteki araştırmalar, sosyal medyanın mahremiyet kavramı üzerindeki etkisini daha da anlamak ve bireylerin mahremiyetlerini korumalarına yönelik stratejiler geliştirmek açısından önem taşımaktadır.

SPSS programı ile yapılan nicel verilerin analizi sonucunda öncelikle kişilerin mahremiyet bilinçleri ile cinsiyet ve öğrenim durumu değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Bu farklılık kadınlar ve Ortaöğretim mezunu katılımcıların karşısında Üniversite ve Yüksek Lisans ve üstü katılımcılar lehine oluşmuştur. Ayrıca sosyal medya hesaplarını gizli kullananlar ile açık kullananlar arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları ile cinsiyet değişkenleri arasında erkekler lehine, medeni duruma bağlı olarak

katılımcılar arasında ise bekarlar lehine anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Ayrıca sosyal medyada Zaman geçirmem diyenler ile günde 1-3 saat girenler arasında günde 1-3 saat zaman geçirenler lehine, zaman geçirmem diyenler ile 3-5 saat geçirenler arasında 3-5 saat geçirenler lehine, 1-3 saat ile 5-8 saat geçirenler arasında 1-3 saat geçirenler lehine ve zaman geçirmeyen ile 1 saatten az geçirenler lehine fark çıkmıştır. Sosyal medya hesaplarının gizliliği değişkenine bağlı olarak katılımcıların görüşleri arasında gizli kullananlar lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır.

Yine yapılan bir analize göre de Instagram kullanıcılarının sosyal medya kullanım motivasyonları arasında Kullanmıyorum diyenler ile 101-102 takipçisi arasında takipçi sayısı 101-102 takipçi lehine, Kullanmıyorum diyenler ile 201-300 takipçi arasında 201-300 kullanıcı lehine, Kullanmıyorum diyenler ile 400 ve fazla diyenler arasında 400 ve fazla diyenler lehine ve 101-200 takipçi ile 400 ve fazla takipçi arasında 400 ve fazla takipçi lehine anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır.

Fakat yapılan analizler sonucunda mahremiyet bilinçleri ve sosyal medya kullanım motivasyonları arasında anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Bu veri sonucunda ise daha kapsamlı ve ayrıntılı bilgilere ulaşabilmek açısından nitel yönteme başvurulmuştur. Yarı yapılandırılmış mülakatlar sonucunda ise belirli kodlar oluşturulmuştur. Araştırmaya katılan 19 sosyal medya kullanıcısının mahremiyet tanımları için verdikleri yanıtlar doğrultusunda katılımcıların mahremiyet algıları “özel alan/ev”, “kişisel sınırlar” ve “gizlilik” olarak üç kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla özel alan/ev, kişisel sınırlar, gizlilik, olarak belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları üç kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla eğlence, iletişim ve gündem takibi şeklindedir. Katılımcıların sosyal medya içeriklerine dönük tutumları ile ilgili yapılan görüşmelerden rahatsızlık duydukları içerikler üç kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre fazla kişisel paylaşım, çıplaklık/pornografi, şiddet şeklindedir. Araştırmaya katılan 19 sosyal medya kullanıcısının kamusal alan ve özel alan soruları için verdikleri yanıtlar doğrultusunda kategoriler “mahremiyet”, “sokak”, “kişisel alan\ev”, “cinsellik” ve “özgürlük” olarak beşe ayrılmıştır. Bu kategoriler frekansına göre sırasıyla kamusal alan için mahremiyet ve sokak; özel alan için ise kişisel alan\ev, cinsellik ve

özgürlük olarak belirlenmiştir. Katılımcıların cinsellik algılarını ölçmeye yönelik sorulan sorulara karşın 5 katılımcı His/İstek/Arzu, 4 katılımcı Biyolojik/Fizyolojik, 3'er katılımcı da eylem, ihtiyaç ve üreme/çoğalma/soyunu devam ettirme kodlarının üretildiği yanıtlar vermişlerdir. Sosyal medya paylaşımlarında beden ve cinsellik algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara 6 katılımcı gerçek dışılık, 5 katılımcı beden teşhiri ve 2 katılımcı ilgi yanıtlarını vermişlerdir.



KAYNAKÇA

- Akar, Hüsamettin,
Akar, Fatma: “Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Üniversite Öğrencileri Araştırması”, **İnif E- Dergi**, 6/1, 2021, s. 285-297.
- Akça, Gürsoy,
Başer, Doğa: “Karanlığın Yok Oluşu: Gelişen Teknolojinin Gizlilik ve Mahremiyet Üzerindeki Etkileri”, **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2015, s. 19-42.
- Akçay, Elif: “Dijital Çağda Açıklık Etiği ve Etik Tercihin İmkânsızlığı: The Circle Filmi”, **International Journal of Information, Technology and Philosophy**, 2/3, 2019, s. 1-27.
- Akgül, Mahmut,
Hekimoğlu Toprak,
Hande: “Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği”, **AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi**, 10/38, 2019, s. 75-114.
- Alacahan, Osman,
Vatandaş, Saniye: “Kamusal-Özel Alan Ayrışmasının İnşa Süreci ve Sosyal Medya”, **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 10/1, 2021, s. 720-733.
- Algül, And: “Sosyal Ağ Kullanıcılarının Abartılı Paylaşım, Benlik Sunumu ve Mahremiyet Tüketimleri”, **Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi**, 13/49, 2018, s. 21-44.
- Alkan, Feryat, “Üniversite Öğrencilerinin Gözetime, Güvenlik ve

- Özcan, Ali: Mahremiyet Bağlamında Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 7/1, 2019, s. 270-292.
- Arpacı, Murat: “Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisinde Beden, Cinsiyet ve Cinsellik”, **İmgelem**, 4/6, 2020, s. 245-264.
- Aydın, Bermal: “Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Anlayışının Dönüşümü”, **İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi**, 3/5, 2014, s. 131-146.
- Bauman, Zygmunt: **Sosyolojik Düşünmek**, çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2015.
- Bauman, Zygmunt, Lyon, David: **Akışkan Gözetim**, çev. Elçin Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2016.
- Barron, Martin, Kimmel, Michael: “Sexual Violence in Three Pornographic Media: Toward A Sociological Explanation”, **Journal of Sex Research**, 37/2, 2000, pp. 161-168.
- Bauman, Zygmunt: **Özgürlük**, çev. Kübra Eren, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2016.
- Bauman, Zygmunt: **Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları**, çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Bauman, Zygmunt, Donskis, Leonidas: **Ahlaki Körlük: Akışkan Modernlikte Duyarlılığın Yitimi**, çev. Akın Emre Pilgir, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2020.

- Bauman, Zygmunt: **Postmodern Etik**, çev. Alev Türker, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2020.
- Bentham, Jeremy, Watkin, J. P., Werret, S.: **Panoptikon: Gözün İktidarı**, çev. Barış Çoban ve Zeynep Özaslan, Su Yayınları, 2008.
- Berger, John: **Görme Biçimleri**, çev. Yurdanur Salman, İstanbul, Metis Yayınları, 2020.
- Bingöl, Orhan: “Foucault’da İktidar, Beden ve Özne Üçlüsü”, **Asia Minor Studies**, 2, 2019, s. 327-334.
- Bitirim Okmeydan, Selin: “Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a”, **Academic Journal of Information Technology**, 8/30, 2017, 45-69.
- Bourdieu, Pierre: **Ayırım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi**, çev. Derya Fırat ve Günce Berkkurt, Ankara, Heretik Yayınları, 2015.
- Bostancı, Mustafa: “Dijital ebeveynlerin sosyal medyada mahremiyet algısı”, **AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi**, 10/38, 2019, s. 115-128.
- Boyd, Danah M., Ellison, Nicole B.: “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, **Journal of computer-mediated Communication**, 13/1, 2007, pp. 210-230.
- Brown, J. D., “Sex, Sexuality, Sexting, and Sexed: Adolescents and

- Keller, S,
Stern, S: The Media”, **The Prevention Researcher**, 16/4, 2009, pp. 12-16. [https://www. researchgate.net/ publication/234656991_ Sex_Sexuality_Sexting_and_SexEd_Adolescents_and _the_Media](https://www.researchgate.net/publication/234656991_Sex_Sexuality_Sexting_and_SexEd_Adolescents_and_the_Media)
- Bulur, Neslihan: “Covid-19 Sürecinde Sosyal Medya Uygulamaları ve Karşı Gözetim Stratejileri: Nitel Bir Araştırma”, **İletişim Çalışmaları Dergisi**, 7/3, 2021, s. 487-501.
- Butler, Judith: **Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi**, çev. Başak Ertür, İstanbul, Metis Yayınları, 2019.
- Bülbül, Ahmet Emin: “#Nymphomaniac: Dijital Çağ'da Sinema, Sansür ve Mahremiyet”, **Moment Dergi**, 1/2, 2014, s. 212-240.
- Cansever, Ayten Bengisu: “Instagram’da Benliğin Sunumu ve Stalk Eylemi: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma”, <https://www.researchgate.net/>
- Charteris, Jennifer,
Gregory, Sue,
Masters, Yvonne: “‘Snapchat’, Youth Subjectivities and Sexuality: Disappearing Media and The Discourse of Youth Innocence”, **Gender and Education**, 30/2, 2018, pp. 205-221.
- Ciocca, Giacomo, vd.: “Sexological Aspects Related To Tinder Use: A Comprehensive Review Of The Literature”, **Sexual medicine reviews**, 8/3, 2020, pp. 367-378.

- Comte-Sponville, Andre: **Cinsellik, Aşk ve Ölüm**, çev. Canan Özatalay, İstanbul, İletişim Yayınları, 2013.
- Cresswell, J. W.,
Garret, A. L.: “The “Movement” of Mixed Methods Research And The Role of Educators”, **South African Journal of Education**, 28/3, 2008, 321-333.
- Cresswell, J. W.: **Araştırma Deseni**, Eğiten Kitap, 2016.
- Cresswell, J. W.: **Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş**, Pegem Akademi Yayıncılık, 2017.
- Cresswell, J. W.: **Eğitim Araştırmaları**, Edam, 2017.
- Çağlak, Uğur: “Teşhir Toplumu ve Yeni Medya: Teşhir Toplumunun Oluşmasında Önemli Bir Araç Olan Yeni Medya Üzerine Bir Değerlendirme”, **Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi**, 2/2, 2020, s. 12-20.
- Çakır, Hülya: “Sosyal Medyada Bedensel Dış Görünüm Söyleminin Kadın Bedenini İnşası: Sosyolojik Bir Değerlendirme”, **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, 3/2, 2020, s. 261-272.
- Çakır, Pervin: Mahremiyet Kavramı Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Benlik Sunumu: Instagram Örneği, **Diss. Kastamonu Üniversitesi**, 2021.
- Çakır, Pervin,
Temir, Erkam: “Sosyal Medyada Benlik Sunumu ve Mahremiyet Kavramı ile İlişkisi: Nicel Bir Araştırma”, **Yeni**

Medya, 13, 2022, s. 205-228.

Çalışkan, Osman: “Kamusal Alan Bağlamında Ağ Toplumu ve Yeni Kamusal Alan Arayışı”, **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 1, 2014, 41-62.

Debord, Guy: **Gösteri Toplumu**, çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2020.

Duerr, Hans Peter: **Çıplaklık ve Utanç: Uygarlaşma Sürecinin Miti**, çev. Tarhan Onur, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 1999.

Duygulu, Serap: “Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmanın Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi”, **TRT Akademi**, 4/8, 2019, s. 428-487.

Dolgun, Uğur: **Şeffaf Hapishane yahut Gözetim Toplumu: Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri**, İstanbul, Ötüken Neşriyat, 2015.

Dolgun, Uğur: **Biri Bizi Gözetliyor**, İstanbul, Kutu Yayınları, 2019.

Ekşi, Halil,
Kışlak Sancak, Tuğba: “Ergenler İçin Geliştirilen Sosyal Medya Kullanım Motivasyonu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlama Çalışması”, **Akdeniz 8. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi**, Girne, Kıbrıs, 2022.

Elmalı Şen, Derya, “Zihinde ve Sanal Mekânda Mahremiyet Algısı:

- Yetim, Evşen,
Öztürk, Elif: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 21/3, 2019, s. 875-891.
- Eryılmaz, Ayşegül: “Dijital Çağda Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı İle Değişen Mahremiyet Algısı”, **MS thesis**. Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2021.
- Eşitti, Şakir: “Gözetim Toplumunda Sinoptikon ve Sosyal Medya”, **Doctoral dissertation**, Marmara Üniversitesi, 2013.
- Fetullahoğlu, Rukiye Nur: “Sosyal Medyada Mahremiyet: X ve Y Kuşağı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, **Diss.**, Bursa Uludag University, 2021.
- Freud, Sigmund: **Cinsellik Üzerine**, çev. Özlem Altun, İstanbul, Olimpos Yayınları, 2020.
- Freud, Sigmund: **Psikanalize Giriş: Rüya**, çev. A. Can İdemen, İzmir, Cem Yayınevi, 2020.
- Foucault, Michel: **Hapishanenin Doğuşu**, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Kitabevi Yayınları, 2019.
- Foucault, Michel: **Cinselliğin Tarihi**, çev. Hülya Uğur Tanrıöver, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2020.
- Gatens, Moira: **İmgesel Bedenler: Etik, Güç ve Bedensellik**, çev. Dilan Eren, İstanbul, Otonom Yayıncılık, 2018.

- Gazi, Mehmet Ali: “Siyasal Aktivizm Aracı Olarak Twitter: 2019 Venezuela Başkanlık Krizi Üzerine İnceleme”, **Selçuk İletişim**, 13/2, 2020, s. 800-823.
- Giddens, Anthony: **Mahremiyetin Dönüşümü: Modern Toplumlarda Cinsellik, Aşk ve Erotizm**, çev. İdris Şahin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Giddens, Anthony: **Modernite ve Bireysel Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum**, çev. Ümit Tatlıcan, Say Yayınları, 2019.
- Giet, Sylvette: **Özgürleşin! Bu Bir Emirdir: Kadın ve Erkek Dergilerinde Beden**, çev. İdil Engindeniz, İstanbul, Dharma Yayınları, 2006.
- Gilroy, Connor, Kashyap, Ridhi: “Digital Traces Of Sexualities: Understanding The Salience Of Sexual Identity Through Disclosure On Social Media”, **Socius**, 7, 2021.
- Goffman, Erving: **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**, çev. Barış Cezar, İstanbul, Metis Yayınları, 2014.
- Göker, Göksel, Göker, Neslihan: “Bir Reklam Çekiciliği Olarak Akışkan Cinsellik: The Secret Life Of Flowers Örneğinde Bir Çözümleme”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 34, 2020, s. 260-282.
- Göle, Nilüfer: **Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme**, İstanbul, Metis Yayınları, 2019.

- Gulbenkian Komisyonu: **Sosyal Bilimleri Açın: Sosyal Bilimlerin Yeniden Yapılanması Üzerine Rapor**, çev. Şirin Tekeli, Metis Yayınları, İstanbul, 2003
- Güler, Şakir,
Şahin, Yusuf,
Balcı, Emre Vadi: “Sosyal Medyada Çevrimiçi Benlik Sunumunun Öznel İyi Oluş Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma”, **Erciyes İletişim Dergisi**, 9/1, 2022, s. 361-380.
- Günen, Ruken: “Çalışma İlişkilerinin Dönüşümü Bağlamında Beden Denetimi: Sosyal Medya Üzerinde Çalışan Kadınlar”, **MS thesis.**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2022.
- Gürbilek, Nurdan: **Vitrinde Yaşamak: 1980’lerin Kültürel İklimi**, İstanbul, Metis Yayınları, 2019.
- Greene, J. C.,
Caracelli, V. J.,
Graham, W. F.: “Toward a Conceptual Framework For Mixed-Method Evaluation Designs”, **Educational Evaluation and Policy Analysis**, 11/3, 1989, 255-274.
- Hafner, Katie,
Lyon, Matthew: **Where Wizards Stay Up Late: The Origins of the Internet**, Simon & Schuster, 1998.
- Han, Byung-Chul: **Güzeli Kurtarmak**, çev. Kadir Filiz, İstanbul, İnsan Yayınları, 2020.
- Han, Byung-Chul: **Şeffaflık Toplumu**, çev. Haluk Barışcan, İstanbul, Metis Yayınları, 2020.

- Hasinoff, Amy Adele: “Sexting As Media Production: Rethinking Social Media and Sexuality”, **New Media & Society**, 15/4, 2013, pp. 449-465.
- Haug, Wolfgang Fritz: **Meta Estetiğinin Eleştirisi: Kapitalist Toplumda Görüntü, Cinsellik ve Reklam**, çev. Ayşe Gül, İstanbul, Spartaküs Yayınları, 1997.
- Hoffer, Eric: **Kesin İnançlılar**, çev. Erkıl Günur, Plato Film Yayınları, 2011.
- Jarman, Hannah K., et al.: “Critical Measurement Issues In The Assessment Of Social Media Influence On Body Image”, **Body Image**, 40, 2022, pp. 225-236.
- Kahraman, Hasan Bülent: **Cinsellik, Görsellik, Pornografi**, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2010.
- Karademir, Aret: “Foucault ve Cinsellik Deney(İm)İ Kurgusu”, **Kilikya Felsefe Dergisi**, 2, 2015, s. 86-100.
- Karagülle, Ayşegül Elif: “Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi”, **MS thesis**. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015.
- Köse, Hüseyin: “Tüketim Toplumunda Bir “Sosyal Beden” Kurgusu Olarak Kadın”, **Selçuk İletişim**, 6/4, 2011, s. 76-89.
- Lacan, Jacques: **Yine/Hala: Seminer 20. Kitap 1972-1973**, çev. Murat Erşen, İstanbul, Metis Yayınları, 2019.

- Lawrence, D.H.: **Pornografi ve Müstehcenlik**, çev. Burcu Sipahi, İstanbul, Fabula Kitap, 2015.
- Leylek, Elif: “Skopofili: Bakış, Haz ve İmge”, 2020.
- Lokke, Eirik: **Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat**, çev. Dilek Başak, İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları, 2020.
- Lyon, David: **Gözetlenen Toplum Günlük Hayatı Kontrol Etmek**, çev. Gözde Soykan, Kalkedon Yayınları, 2018.
- McCune, Z.,
Thompson, J.: “Consumer Production in Social Media Networks”, **Doctoral Dissertation**, University of Cambridge, 2011.
- Morozov, Evgeny: **Twitter’den Sonra Bir Tarih Kaldı Mı?**, çev. Murat Tekin, Açılım Kitap, 2019.
- Niedzwiecki, Hal: **Dikizleme Günlüğü**, çev. Gökçe Gündüç, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2019.
- Oakley, Ann,
Mitchell, Juliet: **Kadın ve Eşitlik**, çev. Fatmagül Berktaş, Pencere Yayınları, 1992.
- Özboilat, Abdullah: “Postmodern Dönemde Bedenin Tüketim Temelinde Yeniden İnşası”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 10/8, 2011, s. 317-334.

Özgür Şahin, Şeniz: Üniversiteye Giriş Sınavına Hazırlanma Sürecinde Lise Son Sınıf Öğrenci Annelerinin Deneyimleri: Fenomenolojik Bir Araştırma, **ms thesis.**, 2021, Marmara Üniversitesi.

Öztürk, Deniz,
Eyüboğlu, Gülcan,
Göçmen Baykara, Zehra: “Mahremiyet bilinci ölçeği: Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması”, **Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması**, 27/1, 2019.

Öztürk, İlknur Doğu: “Panoptikon 2.0: Alternatif Medya ve Karşı Gözetim”, **Erciyes İletişim Dergisi**, 6/1, 2019, s. 701-712.

Robertson, Roland: **Küreselleşme: Toplum Kuramı ve Küresel Kültür**, çev. Ümit Hüsrev Yolsal, Bilim ve Sanat, 1999.

Rose, Jacqueline: **Görme ve Cinsellik**, çev. Ayşe Deniz Temiz, İstanbul, Metis Yayınları, 2020.

Sayımer, İdil: “Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri”, **Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi**, 2/2, 2014, 97-112.

Semiz Türkoğlu, Hülya: “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, **Connectist: Istanbul University**

Journal of Communication Sciences, 54, 2018, s. 163-189.

Simmel, Georg: **Kadınlar, Cinsellik ve Sevgi**, çev. Onur Kuzgun, İstanbul, Pinhan Yayıncılık, 2016.

Snow, David A.,
Soule, Sarah A.,
Kriesi, Hanspeter, eds: **The Blackwell companion to social movements**, John Wiley & Sons, 2008.

Sultan, Doğan,
Küçükgöncü, Suat: “Geçmişten Günümüze Cinsellik Araştırmaları”, **Nöropsikiyatri Arşivi**, 46, 2009, s. 102-109.

Şimşek, Hasan,
Yıldırım, Ali: **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, 2021.

Şimşek, Turan: “Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyete Dönük Tutum Ve Davranışları İle Narsisistik Kişilik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin Analizi “Özçekim Örneği””, **International Journal of Social Science**, 2/2, 2019, s. 7-28.

Şimşek, Turan: “Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası “Instagram Örneği””, **Sosyolojik düşün**, 4/1, 2019, s. 10-24.

Tannahill, Reay: **Tarihte Cinsellik**, çev. Sinem Gül, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 2003.

Tapan, Aysel: “Postmodern Romantik İlişkiler ve Reklam: Tinder Örneği”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 31, 2019, s. 32-59.

- Tilly, Charles,
Wood, L. J.,
Castaneda, E.: **Toplumsal Hareketler**, Alfa Yayınları, 2022.
- Tomlinson, John: **Küreselleşme ve Kültür**, çev. Arzu Eker, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004.
- Turner, Bryan S.: **Beden ve Toplum: Sosyal Teoride Arayışlar**, Nobel Akademik Yayıncılık, 2020.
- Ünlü, Ayhan: “Habermasçı Kamausal Alanın İmkânı: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme”, **MS thesis.**, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020.
- Vatandaş, Saniye: “Mahremiyetin Dönüşümü ve İletişim Araçları”, **HUMANITAS-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, 8/16, 2020, s. 437-458.
- Vian, Boris: **Pornografi Üzerine**, çev. Işıl Y. Yüce, İstanbul, Altıkırkbeş Yayın, 1998.
- Vincent, David: **Mahremiyet: Kısa Bir Tarih**, çev. Deniz Cumhur Başaraner, Ankara, Epos Yayınları, 2016.
- Weeks, Jeffrey: **Bir Kavramın Anatomisi: Cinsellik**, çev. İlknur Güzel, İstanbul, Everest Yayınları, 2016.
- Yüksel, Mehmet: “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”, **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi**, 58/1, 2003, 275-298.

Zeldin, Theodore: **İnsanlığın Mahrem Tarihi**, çev. Elif Özsayar, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010.

Zizek, Slavoj: “Post-insan çağında cinsellik”, çev. Rodi Haznedaroğlu, **Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi**, 7, 2021, s. 151-161.



EKLER

EK1: MAHREMİYET BİLİNCİ ÖLÇEĞİ

İFADELER	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.Genellikle, tanımadığım kişilerin mahremiyetini koruyacak şekilde davranırım.					
2.Mahremiyetimi kesinlikle korumak isterim.					
3.Toplu taşıma araçlarını kullanırken başkalarının telefonlarına bakmamayı alışkanlık haline getirdim.					
4.Başkalarının, arkadaşlarımla yaptığım konuşmaları dinlemelerini istemem.					
5.Yabancı kişilerin mahremiyetini genellikle düşünmem.					
6.Kişisel bilgilerim, herkes tarafından bilinmemelidir.					
7.Yabancı biri yakınımda telefon ile görüşürken onu kasıtlı olarak dinlerim.					
8.Arkadaşlarımla mahremiyetini genellikle düşünmem.					
9.Yabancı kişiler arasındaki konuşmaları kasıtlı olarak dinlerim.					
10.Kendi mahremiyetimi koruyacak şekilde davranırım.					
11.Genellikle, arkadaşlarımla mahremiyetini koruyacak şekilde davranırım.					

EK2: SOSYAL MEDYA KULLANIM MOTİVASYONU ÖLÇEĞİ

İFADELER	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1.Arkadaşlarımla hayatındaki gelişmeleri paylaşabiliyorum diye kullanırım.					
2.Dışlanmış hissedebilirim diye kullanırım.					
3.(Sosyal medyayı kullanırım) Böylece arkadaşlarım ne yaptığımdan haberdar olur.					
4.Popülerliğimi artırmak için kullanırım.					
5.(Sosyal medyayı kullanırım) Böylece daha fazla insan beni tanır ve sever.					
6.İnsanları etkilemek için kullanırım.					
7.(Sosyal medyayı kullanırım) Böylece insanlar beni istediğim gibi görür.					
8.Fotoğraflarımla çekici görünüp görünmediğimi bilmek için kullanırım.					
9.Görünüşümü nasıl geliştireceğimi öğrenmek için kullanırım.					
10.Nasıl görüldüğümü arkadaşlarımla karşılaştırmak için kullanırım.					
11.Nasıl görüldüğümle ilgili arkadaşlarımla fikrini almak için kullanırım.					
12.Paylaştığım fotoğrafları filtrelemek için kullanırım.					
13.Önemseyen şeyler adına mücadele etmek için kullanırım.					
14.Aynı şeyi önemseyen insanlarla bağlantı kurmak için kullanırım.					
15.Benim için önemli olan meseleleri desteklemek için kullanırım.					

EK3: DEMOGRAFİK BİLGİLER FORMU

1.Yaşınız

2.Cinsiyetiniz

- ☐ Kadın
- ☐ Erkek

3.Eğitim durumunuz (Son mezun olunan ya da devam edilen)

- ☐ Sadece okuma\yazma biliyorum
- ☐ İlköğretim
- ☐ Ortaöğretim
- ☐ Üniversite
- ☐ Yüksek lisans ve üzeri

4.Ne iş yapıyorsunuz?

- ☐ Kendi işi
- ☐ Kamuda Ücretli\Maaşlı
- ☐ Özel Sektörde Ücretli\Maaşlı
- ☐ Sivil Toplum Kuruluşları
- ☐ Ev hanımı
- ☐ Emekli
- ☐ Öğrenci
- ☐ Çalışmıyor\İşsiz
- ☐ Diğer

5.Aylık toplam geliriniz (maaş, burs, ek gelir vd.)

- ☐ Asgari ücretten az (8,506.80 tl altı)
- ☐ Asgari ücret (8,506.80 tl) - 12.000 tl arası
- ☐ 12.001 tl - 18.000 tl
- ☐ 18.001 tl ve üzeri

6.Medeni durumunuz

- ☐ Bekar
- ☐ Evli

7.Yaşadığınız şehir

8.Hayatınızı büyük oranda hangi yerleşim yerinde geçirdiniz?

- ☐ Büyükşehir
- ☐ Küçük şehir
- ☐ İlçe
- ☐ Köy

9.Kaç yıldır sosyal medya hesabı kullanıyorsunuz?

- ☐ 1 yıldan az
- ☐ 1-5 yıl
- ☐ 5 yıldan fazla

10.Hangi sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Youtube
- ☐ LinkedIn
- ☐ Snapchat
- ☐ Tiktok
- ☐ Onlyfans
- ☐ Tinder ve benzeri uygulamalar
- ☐ Diğer

11.Günde ortalama kaç saat sosyal medyada zaman geçiriyorsunuz?

- ☐ Zaman geçirmem

- ☐ Günde 1 saatten az
- ☐ Günde 1-3 saat arası
- ☐ Günde 3-5 saat arası
- ☐ Günde 5-8 saat arası
- ☐ Günde 8 saatten fazla

12.Sosyal medya hesaplarındaki biyografinizde\paylaşımlarınızda ne tür içeriklere yer veriyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- ☐ Yaş
- ☐ Yaşadığınız şehir
- ☐ Eğitim
- ☐ İlişki durumu
- ☐ Dini inanç
- ☐ Siyasi görüş
- ☐ Paylaşım yapmıyorum
- ☐ Diğer

13.Sosyal medya hesaplarınız herkese açık mı?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

14.İnstagram'da kaç takipçiniz var?

- ☐ Kullanmıyorum.
- ☐ 100'den az
- ☐ 101-200 kişi
- ☐ 201-300 kişi
- ☐ 301-400 kişi
- ☐ 400'den fazla

EK4: GÖRÜŞME FORMU

İstanbul Üniversitesi'nde yüksek lisans yapıyorum. Soruları cevaplamanız araştırmaya katılmaya gönüllü olduğunuz anlamına gelmektedir. Tezimin araştırma konusu doğrultusundaki sorulara gerçekçi yanıtlarınızı rica ederim.

Bana görüşme sürecinde söylediklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgileri araştırmacıların dışında kimsenin görmesi mümkün değildir. Görüşmemizin yaklaşık yirmi dakika süreceğini tahmin ediyorum. Görüşme verilerini hem daha iyi kaydedebilmek hem de zamanı daha iyi kullanabilmek için izniniz olursa yapacağımız görüşmeyi ses kaydına almak istiyorum. Sizin için bir sakıncası var mı?

Bu görüşmeye katılmayı kabul ettiğiniz için şimdiden teşekkür ederim. Başlamadan önce sormak istediğiniz bir soru var mı?

Katılımcının;

Yaşı:

Cinsiyeti:

Eğitim durumu:

İşi:

Aylık toplam geliri:

Medeni durumu:

Yaşadığı şehir:

Hayatınızı büyük oranda hangi yerleşim yerinde geçirdiniz?:

Kaç yıldır sosyal medya kullanıyorsunuz?:

Hangi sosyal medya araçlarını kullanıyorsunuz?:

Günde ortalama kaç saat sosyal medyada zaman geçiriyorsunuz?:

Sosyal medya hesaplarınız herkese açık mı?.,

Instagramda kaç takipçiniz var?:

1-Sosyal medyayı hangi amaçla kullanıyorsunuz?

- Sosyal medyada paylaşımlarınız genel olarak ne üzerine?

- Takip ettiğiniz paylaşımlar ne üzerine? Bu tür paylaşımları takip etmenizin nedeni nedir?

- Sizce sosyal medyada her şey paylaşılabilir mi? Ya da neler paylaşılmaz?

- Neleri paylaşmaktan ya da nelerin paylaşılmasını görmekten hoşlanmazsınız\rahatsız olursunuz?

2- Genel anlamda size göre mahremiyet kavramı neyi ifade ediyor?

- Gündelik yaşantınızda mahremiyet sizce nedir?

- Sizce sosyal medyada mahremiyet nedir? Nasıl olmalıdır?

- Teknolojinin mahremiyete katkı sağladığını düşünüyor musunuz? Nasıl?

- Sosyal medyanın mahremiyete katkı sağladığını düşünüyor musunuz? Nasıl?

-Kişilerin sosyal medya paylaşımları ve mahremiyet bilinçleri arasında bir ilişki var mıdır? Varsa, nasıl?

3- Sosyal medyada gözetlendiğinizi ve denetlendiğinizi düşünüyor musunuz? İktidar araçlarının bu denetim ve gözetlenmeye etkisi var mıdır?

- Bu denetim ve gözetime kendi etkiniz olduğunu düşünüyor musunuz? Varsa ne şekilde?

4- Cinsellik sizce nedir?

5- Beden ve cinsellik kavramları arasında bir ilişki var mıdır? Varsa, nasıl?

(Cinselliği beden üzerinden açıklayabilir misiniz?)

6-Sosyal medyada cinselliğin sunumunu nasıl yorumlarsınız?

7- Kişilerin sosyal medya paylaşımları ve cinsellik algıları arasında bir ilişki var mıdır? Varsa, nasıl?

8- Kamusal alan ve özel alan kavramları size ne ifade ediyor?

-Bu iki kavramın sizce mahremiyet ve cinsellikle ilişkisi var mıdır? Varsa nedir?