



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Sezen AYCAN

DİJİTAL DİNDARLIKTAKİ MAHREMİYET: DİNDAR MUHAFAZAKAR KADINLARIN
INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÖRNEĞİ

Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Sezen AYCAN

DİJİTAL DİNDARLIKTAKİ MAHREMİYET: DİNDAR MUHAFAZAKAR KADINLARIN
INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÖRNEĞİ

Danışman

Doç. Dr. Bahset KARSLI

Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Sezen AYCAN'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Salih AYDEMİR (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Bahset KARSLI (İmza)

Üye : Doç. Dr. Ali ALBAYRAK (İmza)

Tez Başlığı: DİJİTAL DİNDARLIKTAKİ MAHREMİYET: DİNDAR MUHAFAZAKAR
KADINLARIN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI ÖRNEĞİ

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 25./11./2019...

Mezuniyet Tarihi : 16/01/2020

(İmza)
Prof. Dr. İhsan BULUT
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Dijital Dindarlıkta Mahremiyet: Dindar Muhafazakar Kadınların Instagram Paylaşımları Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Sezen AYCAN





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Sezen AYCAN
Öğrenci Numarası	20165263004
Enstitü Ana Bilim Dalı	Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Bahset KARSLI
Tez Başlığı	Dijital Dindarlıkta Mahremiyet: Dindar Muhafazakar Kadınların Instagram Paylaşımları Örneği
Turnitin Ödev Numarası	1238085319

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 103 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 23/12/2019 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 6

alıntılar dahil % 11'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

23/12/2019

(imzası)
Danışmanın Unvanı-Adı-Soyadı

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	iii
KISALTMALAR LİSTESİ	iv
ÖZET	v
SUMMARY	vi
ÖNSÖZ	vii
GİRİŞ.....	2

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Mahremiyet.....	8
1.2. Mahremiyet ve Toplum	10
1.2.1. Geleneksel Toplum ve Mahremiyet.....	15
1.2.2. Modern Toplum ve Mahremiyet.....	15
1.2.3. Dijital Toplum ve Mahremiyet	18
1.3. Mahremiyete İlişkin Görüşler.....	19
1.3.1. Anthony Giddens’ın Bakış Açısına Göre Mahremiyet.....	19
1.3.2. Gözetim Kuramı (Panoptikon) - Michel Foucault’nun Bakış Açısına Göre Mahremiyet.....	21
1.3.3. Akışkan Gözetim David Lyon ve Bauman’ın Bakış Açısına Göre Mahremiyet.....	22
1.3.4. Şeffaflık Toplumu Byung Chul Han’ın Bakış Açısına Göre Mahremiyet	24
1.4. Mahremiyet ve Sosyal Medya	25
1.4.1. Sosyal Medyanın Bileşeni Olarak Instagram.....	26
1.4.2. Instagram’ın Sayısal Yönü.....	27
1.4.3. Instagram’ın Sosyal Yönü	28
1.5. Instagram’ın Mahremiyeti Dönüştürme Üzerindeki Etkisi	30

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL DİNDARLIK BAĞLAMINDA MAHREMİYET: MUHAFAZAKAR DİNDAR

KADINLARIN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI

2.1. Dijital Alanda Müslüman’ın Dindarlık Görünümü	34
2.1.1. Dijital Alanın Dışa Dönük Dindarlığı.....	36
2.2. Kutsal Bedenin Dijital Görünümü	38

2.3. Mahremiyetin Dijital Bedende Doğallaştırılması: Selfieler	43
2.4. Dini Sembol ve Nesnelerin İnstagram Tüketim Sahasında Mahremiyetin İzdüşümleri	46
2.4.1. Reklam ve Tanıtım Kavşağında Dönüşen Mahremiyet Retorikleri: “Kızlar Tavsiye Ediyorum”	51
2.4.2. Mahremiyetin Sanal Maskeleri Olarak Sloganlar: “Çekiliş Var”	56
2.4.3. Tüketilen Mahremiyet Örneği Olarak Baby Shower: Bebek Cinsiyetini Öğrenme Partisi	60
2.5. Geleneğin Sanal Sunumu: Din ve Mahremiyet Kavşağında Nazar İnancı	63
2.6. Dindar Kadınların Helal Romantizmi: Mahremiyetin Romantik Yorumu	70
2.7. Dijital Dindarlık Olarak Gösterilen Cuma Paylaşımları: Zaman ve Mekan Tasavvurunun Nesneleşen Mahremiyeti	75
SONUÇ	79
KAYNAKÇA	81
ÖZGEÇMİŞ	89

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. 1. Çalışmanın Örneklem Tablosu.....	4
Tablo 2. 1. Dindar Kadınların Paylaşım İçeriği.....	33
Tablo 2. 2. Dindar kadınların ortalama Instagram paylaşım sıklığı	33
Tablo 2. 3. Dindar Kadınların Selfie Sayıları.....	45



KISALTMALAR LİSTESİ

Bk.	: Bakınız
Çev.	: Çeviren
yy.	: Yüzyıl
vb.	: ve benzeri
İHA	: İnsansız Hava Aracı



ÖZET

İleri teknoloji ve kullanımıyla yaşadığımız toplum, dijitalleşme sürecine geçmiştir. Modernite ve postmodernite sonrası olan dijitalleşme ve dijital toplum mekan ve zaman tasavvuru bağlamında sınırlarını esnekletmiştir. Bu bağlamda esneklik kazanan sınırlar ile birlikte mahremiyet alanı da dijitalleşen toplumda yeni bir anlam üretmiştir. Mahremiyetin dijital toplumda ürettiği yeni anlam gösterme ve gösterilme üzerine kurulmuştur. Özellikle de dijitalliğin unsuru olan yeni sosyal medya kullanımında mahremiyetin kazandığı yeni anlam ve görünümü belirgin şekilde görülmüştür.

Günümüz dijitalleşen toplumda sosyal medyanın etkisi ve özellikleri neticesinde mahremiyetin gizlilik boyutunun değişimi ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda mahremiyetin gösterdiği değişim, sosyal medya alanından biri olan Instagram'da etkili olmuştur. Mahremiyetin Instagram'da uğradığı değişimin yapılan paylaşımlarla gerçekleştiği sonucuna varılmıştır. Çünkü Instagram'da yapılan paylaşımların içeriğinde mahremiyeti koruma, saklama, gizleme gibi bir durumdan ziyade gösterdikçe anlam kazanan, beğeni ve takipçi sayısını artıran bir alan olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Çalışmanın örneklem alanı olarak belirlenen Instagram'da kullanıcılar dijital dindarlık bağlamında muhafazakar dindar kadınlardan oluşmuştur. Muhafazakar dindar kadınların paylaşımları doğrultusunda üretilen yeni mahremiyet alanı ve din ile olan ilişkisi değerlendirilmiştir. Dindar kadınların paylaşımlarında yer alan dini anlam, sembol ve ifadelerin yanı sıra paylaştıkları fotoğraflardaki görünümünün mahremiyet ile olan ilişkisi betimsel analiz ve fenomenolojik yöntemlerle açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijital Toplum, Instagram, Mahremiyetin Dönüşümü, Dijital Dindarlık.

SUMMARY
PRIVACY IN DIGITAL PIETY WITHIN THE SAMPLE OF INSTAGRAM
SHARING OF CONSERVATIVE WOMEN

The society we live with advanced technology and its usage has gone through the process of digitalization. After modernity and postmodernity, digitalization and digital society have flexed its boundaries in the context of space and time imagination. In this context, as well as the boundaries that gain flexibility, the field of privacy has created a new meaning in the digitalizing society. It is based on showing and showing the new meaning that privacy creates in the digital society. Particularly in the use of new social media, which is an element of digitality, the new meaning and appearance gained by privacy has been clearly seen.

In today's digitalizing society, as a result of the impact and characteristics of social media, the privacy dimension of privacy has changed. In this respect, the change of privacy has been effective in Instagram, one of the social media fields. It has been concluded that the change that the privacy has undergone in Instagram has been realized through the shares made. Because it is observed that the shares made in Instagram are used as an area that gains meaning and increases the number of likes and followers rather than protecting, hiding and hiding privacy.

In Instagram, which is the sampling area of the study, users were conservative religious women in the context of digital religiosity. The new privacy area and its relationship with religion, which were produced in line with the sharing of conservative religious women, were evaluated. In addition to religious meanings, symbols and expressions in the sharing of religious women, the relationship between the appearance of them in the photographs they shared and privacy was tried to be explained with descriptive analysis and phenomenological methods.

Keywords: Digitalization, Digital Society, Instagram, Transformation of Privacy, Digital Religiosity.

ÖNSÖZ

Yaşadığımız toplum modernite ve postmodernitenin devamı şeklinde dijital veya dijitalleşme kavramları çerçevesinde adlandırılmıştır. Dijital veya dijitalleşmenin etkisiyle ifade edilen toplumda yeni iletişim ve sosyalleşme pratiklerinin gerçekleştiği görülmüştür. Dijitalleşen toplumda yeni iletişim şekillerinin gerçekleşmesiyle birlikte somut olarak değerlendirilen mekan ve zaman kavramı esnekleşmiştir. Mekan ve zaman kavramının dijitalleşen toplumda gösterdiği esnekleşmenin yeni sosyal medya kullanımıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bu çerçeve doğrultusunda dijitalleşen toplumda sosyal medya kullanımının birçok etkisinin olduğu görülmüştür. Özellikle de değişkenlik gösteren farklı toplum tipolojilerinde görülen mahremiyet anlayışı, dijitalleşen toplumda sosyal medyanın etkisiyle görülme ve gösterilme üzerine yeni bir anlam üretmiştir.

Araştırmanın alanı dijitalleşen toplumda sosyal medya kullanımından biri olan Instagram olarak belirlenmiştir. Dindar kadınların paylaşım içeriğine ve sıklığına göre Instagram’da görülme ve gösterme üzerine dayalı hale gelen yeni mahremiyet anlayışı ele alınmıştır. Bu doğrultuda dindar kadınların dini kimliği çerçevesinde gösterilme üzerine anlam kazanan mahremiyet anlayışı üzerinde durulurken, diğer yandan paylaşımlarda yer alan dini anlam, ifade ve semboller de yorumlanmıştır.

Araştırma dijital dindarlık bağlamında muhafazakar dindar kadınların paylaşımları doğrultusunda iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölüm toplumların tipolojilerine göre mahremiyet anlayışları üzerinde durulmuştur. Araştırmanın ikinci bölümü ise Instagram üzerinde paylaşım yapan dindar kadınların ürettiği mahremiyet anlayışları betimsel analiz ve fenomenolojik yöntem ile yorumlanmıştır.

Din sosyolojisi literatüründe dijitalleşen toplumda dindarlık bağlamında mahremiyet anlayışı üzerinde yapılan bu araştırmanın yeni bir kaynak olduğunu ve yapılacak diğer çalışmalara örnek olmasını temenni ederiz. Bu zorlu süreç içerisinde bilgisini ve eleştirilerini benden esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Bahset Karşlı’ya, alanımda beni geliştiren Doç. Dr. Ali Albayrak hocama, araştırmamı okuyup değerlendirmesini yapan Prof. Dr. Mete Çamdereli’ye, beni ben yapan canım annem ve babama çok teşekkür ederim.

SEZEN AYCAN

Antalya, 2019

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu

Toplumlar tarihsel geçmişten bu yana geçirdiği değişimlerle kendini sürekli yenilemiştir. Toplumlar uğradığı bu değişimler ile birlikte dinamik bir yapı sergileyerek yeniliği sürekli hale getirmiştir. Toplumlar geçirdiği bu değişim süreci nedeniyle zamana bağlı olarak farklı bir yapısal özelliğe sahip olmuştur. Bundan dolayı toplum yaşadığı çağa ve uğradığı değişimlere göre adlandırılmıştır. Sosyal bilimler alanı ise toplumu daha iyi analiz etmek ve öngörülebilir bulunabilmek adına toplumları geçmişten bu yana belli tipolojilere ayırmıştır. Toplumlar genel olarak geleneksel, modern ve bilgi/dijital/ağ/postmodern gibi kavramlarla ele alınmıştır (bk. Giddens; Bauman; Lyotard; Castells gibi). Geleneksel toplum kolektif bilincin hakim olduğu, üretimin ve tüketimin doğadan karşılandığı, alet ve gereçlerin ilkel yöntemlerle yapıldığı toplum tipolojisidir. Modern toplum sanayileşme ve rasyonelleşmeye dayalı olan, makineleşmeyle üretimin seri halinde gerçekleştiği, bilim ve aklın temel alındığı toplumdur. Yaşamakta olduğumuz toplum ise ileri teknoloji ve bilgisayar ağlarının yaygın kullanımıyla dijital toplum olarak değerlendirilmektedir.

Modernlik sonrası toplum, postmodern toplum veya dijital toplum olarak adlandırılan toplumları teknoloji çağını yaşamaktadır. Teknolojinin beraberinde getirdiği bilgisayar, internet ve akıllı telefon gibi yeni iletişim araçlarının kullanımı toplum üzerinde belirleyici bir etkide bulunmuştur. Toplumda hızla kullanılmaya başlanan internet ile birlikte sosyal medya da oldukça dikkat çekmektedir. Çünkü yeni iletişim aracı olan sosyal medya gündelik hayatın içine yerleşen ve orada sosyal pratiklerin gerçekleştiği bir unsur haline dönüşmüştür. Gündelik hayatın pratiğine dönüşen sosyal medya kullanımı sonucunda toplum dijitalleşmeye doğru ilerlemektedir. Dijitalleşme yolunda ilerleyen toplum zaman ve mekan kavramını akışkanlaştırarak yeni sosyalleşme pratiğini gerçekleştirmektedir. Dijital toplumda yeni sosyalleşme şekli sınırları ortadan kaldırarak toplumları ve bireyleri görünür kılmaktadır. Bu doğrultuda topluma ait özellikler ve bireyin özel, gizli tutmak ve korumak istediği mahremiyet alanı ifşa edilmiştir. Dijital kullanımın özellikleri sonucunda mahremiyet de bu durumdan etkilenecek değişime uğramıştır. Mahremiyetin dijital alanda uğradığı değişim göstermeye dayalı olarak görünürlük üzerinden yeni bir anlam kazanmıştır. Özellikle dijital alanda sık kullanılmaya başlayan Instagram fotoğraf ve video yoluyla mahremiyet alanını esnekleştirerek zaman ve mekan kavramını ortadan kaldırmıştır. Bunun sonucunda Instagram'ı kullanan bireyler gündelik hayatına dair paylaşımlarını ve dini kimliğine ait

özelliklerini paylaşmaktadırlar. Özellikle de Instagram'ı aktif kullanan, dini kimliğini ve dindarlığını gösteren kadınların paylaşımları dikkat çekmektedir. Çünkü dindar kadınlar Instagram paylaşımlarında mahremiyet alanını dini anlam ve söylemler aracılığıyla şeffaflaştırmaktadır. Bunun sonucunda araştırmanın ana konusu dijital medeniyet döneminin akışkan sosyalleşme pratiği olan Instagram'da dindar kadınların paylaşımları özelinde değişen dindarlık ve mahremiyeti oluşturmaktadır.

Çalışmanın konusu şu başlıklarla geliştirilmeye çalışılmıştır:

- Geleneksel toplumdan dijital topluma geçişin evrelerinin zihinsel arka planı,
- Değişen zaman ve mekan tasavvurunun mahremiyeti dönüştürme gücü,
- Yeni sosyalleşme tipi olarak gelişen sosyal medyanın tarihsel geçmişi,
- Dijital medeniyet döneminin sosyalleşme pratiği olan Instagram'ın dindarlığa etkisi, mahremiyete etkisi,
- Dindarlığın dijital alanda gösterilerek mahremiyet alanını değiştirmesi,
- Dindarlığın tüketim kültürü ile olan ilişkisinde Instagram'ın önemi gibi belirlenen başlıklar doğrultusunda araştırma geniş perspektifte ele alınmıştır.

Araştırmanın Problemi

Çalışmanın ana problemi, dijital medeniyet döneminin akışkan sosyalleşme pratiği olan Instagram'da dindar kadınların paylaşımları özelinde dindarlık ve mahremiyet ilişkisini oluşturmaktadır. Diğer taraftan bu ana problem şu sorularla yorumlanmaya çalışılmıştır:

- Geleneksel, modern ve dijital toplumlarda din ve mahremiyet nasıl bir ilişki içindeydi?
- Toplumsal farklılaşmaların mahremiyete etkisi nasıl olmuştur?
- Dijital alanda Müslüman dindarlığın görünümü ve bunun mahremiyetle olan ilişki nasıl yansıtılmıştır?
- Instagram'da dindarlığın hangi tipolojilerinden yararlanılmıştır?
- Dijital alanda bedenin görselleşmesiyle mahremiyet nasıl değişime uğramıştır?
- Dini sembol ve nesnelerin Instagram'da görünüm şekli ve bunun mahremiyetle olan ilişkisi nedir?
- Dindar kadınların helal romantik dil söylemi nasıl ifade edilmektedir?
- Instagram'da dini tutum olarak nazar inancının mahremiyetle olan ilişkisi nedir?
- Dindar kadınların sosyal durumu (yaş, evlilik, eğitim gibi) ve yaşadıkları kentlere bağlı olarak mahremiyet anlayışlarında farklı veya ortak noktalar bulunmakta mıdır?

Araştırmanın Kapsam ve Sınırı

Bireyin sosyal bir varlık olması kendisini ifade etme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. İletişim bu noktada bireyler arasındaki diyalogu sağlayan önemli bir etkidir. Morley ve Robins'in (1997: 50) ifadesiyle, "iletişim sorunları aynı zamanda topluluğun doğası ve kapsamı ile ilgilidir." İletişimin şekli, değişimi ve devamlılığı topluluğun doğal bir parçasıdır. Bu doğrultuda dijital alanda dönüşüme uğrayan farklı bir iletişim tarzı gerçekleşmektedir. Dijitalleşmenin yaygınlaşması yeni bir iletişim şeklini inşa etmiştir. Yazılı ve sözlü iletişim yerini dijital alanda kurulan sosyal ağlara bırakmıştır. İletişim öncelikle duygu, düşünce ya da bilgilerin her türlü yollarla karşıdaki insana aktarma şeklidir. Bunu gerçekleştirmek için kullanılan telefon, telgraf, televizyon ve bilgisayar bilgi alışverişini sağlayan çeşitli araçlardan oluşmaktadır. Günümüzde kullanılan sosyal ağlar da iletişim görevini üstlenmektedir. Kısa zamanda her an her yerde iletişimi, haberleşmeyi ve sosyalleşmeyi gerçekleştiren sosyal ağlar araştırmalarda dikkat çekmektedir. Bu nedenle araştırmanın kapsam olarak belirlediği sosyal ağ Instagram'dır.

Araştırmanın belirlediği sınır ise değişen dindarlık ve mahremiyet noktasında Instagram'da yapılan dini içerikli paylaşımlar ve fotoğraflardır. Instagram'da paylaşılan fotoğraflarda dinin kullanım şekli, gösterimi, zamanı ve fotoğrafta yararlanılan nesnelerin verdiği ileti değerlendirilmiştir. Fotoğraf altına yapılan yorumlar da değerlendirme içerisinde yer almıştır. Araştırmada belirlenen Instagram kullanıcıları ağırlıklı olarak tesettürlü kadınlardır. Bunun yanında sadece tesettürlü kadın kullanıcılar olarak belirlenmeyip diğer dindar kadınların Instagram'da yaptıkları dini içerikli paylaşımlar da dindarlık boyutuyla değişen mahremiyet anlayışı çerçevesinde ele alınmıştır. Dindarlığın sadece şekil olarak tesettür kıyafetiyle belirlenmesi fenomenolojik olarak eksik görülmektedir. Instagram'da görülen kullanıcılar arasında tesettürlü olmayıp dindarlık ve mahremiyet anlamında sık paylaşım yapan ve dini yorumlarda bulunan kadın kullanıcılar da bulunmaktadır. Genel olarak araştırma Instagram'da paylaşılan fotoğraflar ve yazılan metinlerle mahremiyet üzerindeki etkisi ve bunun dindarlık ile olan ilişkisi yorumlanmak ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca dindar Instagram kadın kullanıcıların mahremiyet anlayışlarını yorumlayabilmek adına örneklem tablosu hazırlanarak medeni durumu, eğitimi, yaşı ve takipçi sayısı hakkındaki bilgiler de değerlendirilerek ele alınmıştır.

Tablo 1. 1. Çalışmanın Örneklem Tablosu

Yaşadığı Şehir	Kod Adı	Medeni Durumu	Eğitimi	Yaşı	Takipçi Sayısı
İzmir	X13	Evli	Lisans	26	731 Bin
Sakarya	X5	Evli	Lisans	26	644 Bin
Rize	X28	Evli	Lisans	25	444 Bin
Kocaeli	X8	Evli	Lise	45	252 Bin
Konya	X1	Evli	Lisans	27	247 Bin
Van	X6	Bekar	Lisans	25	212 Bin
Nevşehir	X24	Evli	Lisans	23	199 Bin
Malatya	X16	Evli	Lise	35	173 Bin
Bolu	X27	Evli	Lisans	26	172 Bin
Trabzon	X4	Evli	Lisans	26	150 Bin
Kayseri	X26	Evli	Lise	32	136 Bin
Uşak	X21	Evli	Lisans	27	125 Bin
Mersin	X17	Evli	Lise	35	120 Bin
Karabük	X22	Evli	Lise	27	119 Bin
Çanakkale	X20	Evli	Lisans	26	108 Bin
Trabzon	X15	Bekar	Lisans	26	102 Bin
Ankara	X10	Evli	Lise	29	100 Bin
Tekirdağ	X29	Evli	Lisans	28	99 Bin
Balıkesir	X9	Evli	Lisans	24	85 Bin
Antalya	X12	Evli	Önlisans	26	79 Bin
Samsun	X18	Evli	Lisans	32	78 Bin
Mardin	X19	Evli	Lise	27	73 Bin
İstanbul	X2	Evli	Lisans	27	69 Bin
Adana	X32	Evli	Lisans	25	60 Bin
İzmit	X14	Bekar	Lisans	25	59 Bin
Şanlıurfa	X7	Evli	Lisans	29	57 Bin
Diyarbakır	X23	Evli	Lisans	26	52 Bin
Ordu	X30	Evli	Lisans	30	52 Bin
Bursa	X3	Evli	Lisans	28	51 Bin
Trakya	X11	Evli	Lisans	23	51 Bin
Erzurum	X25	Bekar	Lisans	21	50 Bin

Araştırma için hazırlanan tablo oldukça önem taşımaktadır. Çünkü hızla kullanılmaya başlanan sosyal medya artık dijital bir toplumu inşa etmektedir. Dijitalleşmenin beraberinde getirdiği çeşitli sosyal ağlar bireyler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Günümüzde kullanıcı sayısını git gide arttıran Instagram kullanımı vazgeçilmez hale gelmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi araştırmanın örneklem olarak belirlediği kullanıcılar kadınlardan oluşmaktadır. Dijital alanda kadınların Instagram’da yaptıkları fotoğraf paylaşımları ve metinsel yazılar mahremiyetin dönüşümü olarak yeni bir anlam kazanmıştır. Tabloda kadınların takipçi sayısı da 50.000 ve üzeri olarak belirlenmiştir. Instagram’da takipçi sayısı oldukça önemlidir. Yapılan paylaşımların sıklıkla beğeni/like alması ve yorumlarda bulunulması dijital alanda yeni sosyalleşme şeklini ortaya çıkarmaktadır. Bu durum kadınların takipçi sayısı ve mahremiyet ile olan ilişkisini açıklayabilmek adına tabloya eklenmiştir. Sosyal medyanın oluşturduğu dijital ortamda mekan ve zamanın akışkan hale gelmesi sınırları ortadan kaldırmıştır. Tabloda farklı şehirlerde yaşayan kadın kullanıcıların belirlenmesindeki neden ise dijital alanda gerçekleşen eylem ve pratiklerin benzerlik gösterip göstermediğini tespit etmektir ve bunun mahremiyet ile olan ilişkisini yorumlamaktır. Ayrıca kadınların Instagram paylaşımlarında medeni durum, yaş ve eğitimlerine göre mahremiyetin görünümü analiz edilmiştir.

Araştırmanın Yöntem ve Tekniği

Araştırma nitel paradigmaya dayalı betimsel analiz ve fenomenolojik yaklaşım kullanılmak üzere dijital alanda Instagram’da dindar kadınların paylaşımları örnekliğinde değişen mahremiyet anlayışını içermektedir. Belirlenen paylaşımlarda mahremiyetin dijital alanda Instagram örnekliğinde yeniden anlam kazanması betimsel analiz ve fenomenolojik yaklaşımlarla karşılıklı şekilde yorumlanmaya çalışılmıştır. Betimsel analiz ve fenomenolojik yaklaşım ile günümüz dijital toplumu analiz edilerek dijital toplum içerisinde akışkanlaşan zaman ve mekanın mahremiyeti değiştirme üzerindeki rolü ele alınmıştır. Instagram kullanımının mahremiyeti etkilemesi durumu paylaşımlar ile değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda paylaşımlarda bedenin, dini tutumun, kullanılan sembol ve nesnelerin gösterilmesiyle mahremiyetin değişiminin dijital alanda gerçekleştiği belirlenmiştir.

Betimsel analiz farklı kişilerden seçilen bireylerin aynı soru hakkında verdiği düşüncelerin görüşülen kişi tarafından aktarılmasıdır. Betimsel analizde elde edilen veriler sistematik şekilde oluşturularak konuşma metinlerinin yazıya dökülmesi, alınan cevapların sınıflandırılması olarak belirlenmektedir (Altunışık, 2010: 322). Fenomenoloji ise

görüngübilimi olarak adlandırılan, Alman felsefeci Edmund Husserl tarafından geliştirilmiş bir yöntem olarak tanımlanmaktadır. Fenomenoloji özü görme yöntemidir (Öktem, 2005: 28). Fenomenoloji nesne algılarımızın ve dünyevi deneyimlerimizin bilinç tarafından kurulmakta olduğunu, dünyayla alakalı edindiğimiz bilgileri bir kenara bırakarak bu bilgilerin nasıl ve hangi süreçlerle elde edildiğine yönelik bilincimizin oluşturulma sürecinibelirtmektedir(Marshall, 1999: 241). Bu doğrultuda dijital toplumda mahremiyetin yeni anlamı betimsel analiz ve fenomenolojik yöntemlerle elde edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Amaç ve Önemi

Araştırmanın amacı dijital alanda dindarlık boyutuyla değişen mahremiyet anlayışını belirtmektir. Görme, görülme ve gözetlenmeye dayalı olan dijital toplumda mahremiyeti koruma veya gizleme gereği bulunmamaktadır. Görmenin ve göstermenin değerselleştiği, gizli olanın ise işe yaramadığı anlayışı dijital toplumun ürettiği bir düşüncedir. Dijital toplumun inşa ettiği göstermenin daha güzel olduğu düşüncesi mahremiyet alanını ortadan kaldırmıştır. Bunun sonucunda dijitalleşmeyle kullanılan çeşitli sosyal ağlarda mahremiyet endişesi duyulmadan paylaşımlar yapılmaktadır. Araştırmada örneklem olarak belirlenen Instagram’da bu nedenle dindar kadınların paylaşımları üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda araştırmada “Dijital toplumda kullanım kültürü haline gelen Instagram’da dindar kadın kullanıcıları nasıl yer almaktadır? Instagram alanında kadınlar dindarlıklarını mekana ve zamana bağlı olarak nasıl göstermektedirler? Dindar kadınların ürettiği helal romantik söylemin (eş veya sevgiliyle ilgili olan paylaşımlar) mahremiyeti dönüştürme noktasındaki etkisi nedir? Instagram’da dindar kadın bedeninin uğradığı değişim ve mahremiyetle olan ilişkisi nedir? Dindar kadın bedeninde bulunan dini sembol ve nesnelerin tüketim kültürü ile olan ilişkisi nasıl gerçekleşmektedir? Instagram’da nazar inancının mahremiyetle olan bağlantısı nedir?” gibi belirlenen sorular çerçevesinde dindar kadınların Instagram paylaşımlarında yeni mahremiyet anlayışı yorumlanmaya çalışılmıştır.

Araştırma dindar muhafazakar kadınları Instagram paylaşımları örnekliğinde üretilen mahremiyet anlayışını yorumlama noktasında literatüre yeni bir kaynak olması bakımından önemlidir. Literatür taraması yapıldığında sosyal medya ve mahremiyetin dönüşümü üzerine çeşitli akademik çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Yapılan bu çalışma kavramsal çerçevede daha önce yapılan diğer çalışmalarla ortak noktada kesişirken, farklı ve önemli olduğu nokta ise dindar kadınların paylaşımları örnekliğinde yeni mahremiyet anlayışını yorumlamak ile ele alınmıştır. Bu doğrultuda dindar kadınların paylaşımları ile mahremiyetin uğradığı

dönüşümün dini kimlik, anlam ve sembollerle gösterimini açıklama noktasında oldukça önem taşımaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Mahremiyet

Mahremiyet kelimesinden köken olarak birçok kelimeler türetilmiş ve anlamında da farklılıklar görülmüştür. İslam Ansiklopedisine (2011: 185) göre mahrem kelimesi Arapça “haram” kelimesinden gelmektedir. “Mahrum”, “hürmet”, “muharrem”, “tahrim” gibi kelimeler de aynı kökten türetilmiştir. Mahrem kelimesi yasaklamak, men etmek, mahrum etmek, mümkün olmamak, el sürmemek, herhangi bir şeyi terk etmek gibi anlamları taşımaktadır. İslamiyet açısından mahremiyet kavramı değerlendirildiğinde “haram, haram kılmak ve haram kılınmış” gibi anlamlara denk gelmektedir. Bu açıdan dini bir kavram olan mahremiyet, Allah’ın yasakladığı, haram kıldığı ve evlenilmesi yasak olan kişileri de mahrem olarak tanımlamaktadır (www.diyanet.gov.tr, 2014). Mahremiyet ise sözlüklerde gizlilik ve mahrem olma hali anlamında kullanılmaktadır. Örneğin Türk Dil Kurumu mahremiyete “gizlilik” anlamını vermektedir (TDK, 1998:1487).Kubbealtı sözlüğü de (2005: 1907) benzer bir şekilde mahremiyeti “Mahrem olma durumu, bir kimsenin gizli özelliği” olarak açıklamıştır. Ötüken Türkçe Sözlükte mahremiyet “bir şeyin gizli yönü, bir kişinin özel yaşamına ilişkin gizlilik” olarak ele alınmıştır (1970: 680). Görüldüğü gibi mahremiyetin tanımı genel olarak gizlilik anlamında kullanılmıştır. Ayrıca mahremiyetin tanımı üzerine birçok çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Ülkemizden ziyade mahremiyet konusundaki literatüre bakıldığında bu konuda çeşitli çalışmalar bulunmaktadır.

Ülkemizde mahremiyeti ele alan ve kavramsal çerçevede mahremiyetin tanımını yapan sosyal bilimcilerin görüşleri yer almaktadır. Örneğin Göle’ye göre mahremiyet samimi, içli dışlı, herkes tarafından bilinmemesi gereken, söylenmeyen, gizli anlamına gelmektedir (Göle, 2016: 128). Göle mahremiyeti daha çok gizli aile hayatını, kadının çizdiği koruma alanını, herhangi bir kişiye ve ona ait eşyasına olan izinsiz bakışı yasaklayan ve saklı kalması gereken şey olarak ifade etmektedir. Bunun dışında ancak bireyin isteği ve izniyle samimi ilişkiler kurarak mahremiyet alanına girilebilir. Başka bir bakış açısına göre mahremiyet, özel alanın diğer bir adıdır. Genellikle bireylerin kendileriyle baş başa kalabildiği, düşüncelerini, davranışlarını, nerede ve hangi saat olursa olsun bizzat kendilerinin belirlediği bir alandır. Ayrıca birey için önemli olan mahremiyet hakkı, bireyin çevresiyle olan ilişkisinde sosyalleşememe durumunu değil, ilişkinin seviyesini korumayı ve güvende tutmayı

amaçlamaktadır (Yüksel, 2003: 182). Aktaş, (1995: 12) mahremiyeti bireyin kendisini keşfetmesi ve taşıdığı özellikleri bilmesi, varlığını sürdürmesi, duygu ve düşüncelerini, sahip olduğu yetenekleri maddi ve manevi açıdan geliştirebildiği kavram olarak tanımlar. Öztekin H. ve Öztekin A.'ya (2010: 530) göre mahremiyet, kurallarını ve sınırlarını bireyin kendisinin belirlediği, kendisinin seçtiği insanlarla başbaşa kaldığı, istediği biçimde davranabildiği yaşam alanı olarak açıklamaktadır. Onlara göre bireyin mahremiyeti toplumsal denetimden ve gözetimden uzaklaşarak, tamamen kendilerinin olduğu ve kendilerini doğal olarak ifade ettikleri yer olarak tanımlanmaktadır.

Mahremiyetin sınırlarını evrensel ve genel geçer olarak kabul etmek zordur. Çünkü toplumlar arasında görülen sosyokültürel, coğrafya ve din gibi etkenlerin farklı olması mahremiyetin içeriğinde değişkenlik göstermektedir. Bu doğrultuda Batı toplumlarında mahremiyet, genel anlamda kamusal alanda insan bedenine dokunulmazlığı ifade ederken, Doğu toplumlarında ise mahrem olanın görünmemesini, yabancı kişilere karşı sakınılmasını ifade etmektedir. Kısaca Batı toplumunda mahremiyet “dokunulmazlığa” denk gelirken, Doğu toplumunda da “görünmezliğe” denk gelmektedir (Çelikoğlu, 2007: 177-178). Doğu ve batı toplumlarında her ne kadar farklı mahremiyet anlayışları bulunsa da genel olarak bireyin mahremiyete ihtiyaç duyması temel gereksinimlerinden biridir. Çünkü bireyin yalnız kalma isteği aile, arkadaş veya yakın çevresindeki kişilerle kuracağı ilişkiyi gözlerden uzak, denetlenmeden özgürce yaşaması özel olarak belirlenen mahremiyete olan ihtiyaç durumunu ortaya çıkarmıştır. Bireyin toplumsal yaşamda duyduğu mahremiyet ihtiyacı da farklılık gösterebilmektedir. Simone Fischer – Hubner (2001) mahremiyetin gösterdiği farklılığı üç boyutta ele alarak değerlendirmiştir. Bunlar; bireysel mahremiyet, mekansal mahremiyet ve enformasyon mahremiyetidir. Mahremiyet kavramının bu tanım zorluğu ve farklı coğrafyalara ait bağlantısının yanında en başat akla gelen yönlerden birisi de beden ve mahremiyet ilişkisidir. Beden mahremiyeti örtünme ve giyinme ihtiyacıyla giderilmektedir. Bireyin toplumsal yaşamda var olabilmesi ve kendini ifade edebilmesi adına bedenin gizli yerlerini örtme ve koruma altına alması gerekmektedir. Çünkü çıplak dolaşmak birey için utanç verici bir durumdur. Bedeni örtmek her ne kadar mahremiyet olarak görülse de toplumsal farklılığa göre bu durum değişebilmektedir. Mekansal mahremiyet söz konusu olduğunda bireyin yakın çevresindekilerini koruma içgüdüğü akla gelmektedir. Modernleşmeyle birlikte ortaya çıkan kentsel yaşam alanında mahremiyet, kamusal alan ve özel alan ayrımında yaşanmıştır. Evin dışındaki kamusal alanlarda mahremiyet resmiyet çerçevesine dayanmaktaydı. Özgür ve isteğe bağlı düşünce ve eylemlerin gerçekleşememe durumu bireylerin mahremiyetini özel

alana taşımıştır. Yaşanılan ev, bireyin yakın çevresiyle olan ilişkisinin gerçekleştiği alanı ifade etmektedir. İlerleyen enformasyon teknolojisi zamanla kamusal ve özel alan ayrımını ortadan kaldırmıştır (Karagülle, 2015: 28-32). İnternet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla bireylerin özel alanı yıkılmıştır. İnterneti kullanmak yeni sosyalleşme şeklini inşa etmiş ve bireylerin gizli mahremiyet alanlarını gözler önüne sererek kolaylıkla ihlal edilebilmeyi sağlamıştır. Bireylerin gizli tutmak istedikleri mahremiyet alanı enformasyonda gösterilmeye dayanmıştır.

1.2.Mahremiyet ve Toplum

Yaşadığımız çağ teknolojinin yeni versiyonundan hareketle dijital merkezli olarak tanımlanmaktadır. Dijitalleşen toplumda mahremiyetin yeni bir boyutta tartışılma gereğine ihtiyaç duyulmuştur. Temelleri modern toplumda atılan dijital toplumun yeni mahremiyet anlayışı ve ürettiği yaşam tarzını ele almadan önce mahremiyetin dönüşümüne örneklik oluşturacak olan toplum tipolojilerine yer verilmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir. Toplamlar sosyokültürel ve teknolojik gelişmeler ile birlikte belli tipolojilere göre ayrılmıştır. Farklı tipolojilere göre ayrılan toplumlar düşünürler tarafından belli tasnifler ile belirlenmiştir. Modern dönem sosyologların toplum üzerindeki düşüncelerine yer vermeden önce sistematik olarak İslam düşünürlerin toplum ile ilgili tasniflerine yer verilmesi daha tutarlı olacaktır. Bu doğrultuda toplum tasniflerinde Farabi ve İbni Haldun'un görüşleri oldukça dikkat çekmektedir.

İslam bilginlerinden olan Farabi toplumu "İctimaatü'l-Medeniyye", "Cemaatü'l-İnsaniyye", "Cemaatü'l-Medeniyye", "İctimaatü'n-Nakısa", "İctimaatü'l-İnsaniyye" "el-Cem" "el-Ma'mûra", "el-Ümme", "el-Medine" gibi kavramlarla tanımlamaktadır. Bu kavramlardan "el-Ma'mûra"; "el-Ümme"; "el-Medine" idari bakımdan büyüklüklerine göre toplumları ifade ederken, "İctimaatü'l-Medeniyye"; "Cemaatü'l-İnsaniyye"; "Cemaatü'l-Medeniyye"; "İctimaatü'n-Nakısa"; "İctimaatü'l-İnsaniyye" kavramlarını da medeni topluluklar, eksik topluluklar ve insani topluluklar anlamında kullanmaktadır. Farabi, "el-Medinetü'l-Fazıla" (2015) adlı eserinde her insanın yaratılış gereği belli ihtiyaçlara gereksinim duyduğunu ve bunu tamamlayabilmek için diğer insanlarla bir arada yaşamak zorunda olduğunu vurgulamaktadır. İnsan, sadece temel gereksinimlerini karşılamak üzere yaratılmamıştır. Toplumsal birlikteliğini ve devamlılığını sağlamak adına diğer insanlarla bir arada yaşama ve iletişim kurmaya ihtiyaç duymaktadır. Buna göre Farabi toplumsal yapının oluşmasında üç temel noktaya değinmektedir. Bunlar: 1. İnsanların ihtiyaçları, 2. En üstün iyilik olan

mutluluğa ulaşma isteği, 3. İnsanın toplumsal bir varlık oluşudur (Farabi, 2015: 52). Toplumsal yapı üzerinde duran Farabi ayrıca toplumları “yetkin olan” ve “yetkin olmayan” şeklinde ikiye ayırarak ele almıştır. Yine Farabi yetkin olan toplumları büyük, orta ve küçük olmak üzere üçe ayırmaktadır.

a) Büyük toplum, bütün toplumların geniş bir ülkede bir araya gelerek oluşturdukları ulustur.

b) Orta Toplum, tek bir ulusun ülkenin bir bölümünde kurulduğu ulustur.

c) Küçük toplum, bir ülkenin belli bir bölümünde, tek bir şehir etrafında kurulan topluluktur.

Yetkinolmayan toplumlar ise köyde, mahallede, sokakta veya evde yaşayan toplumdur. Köy, şehre hizmet sunma görevini üstlenirken mahallede de şehre bağlı bir bölümü oluşturmaktadır. Bundan dolayı küçük birimleri oluşturmaları onları eksik ve kusurlu yapmaktadır.

İbni Haldun “Mukaddime” (2010) adlı eserinde toplumları “Bedevi” ve “Hadari” olmak üzere ikiye ayırmıştır. Bedevi toplum yaylalarda, ovalarda, çorak yerlerde şehir merkezinden uzak göçebe olarak yaşayan anlamında tanımlanmıştır. Geçimlerini yaşadıkları yerlerde hayvancılık veya çiftçilik yaparak sağlamışlardır. Hadari ise yerleşik olan, şehirde oturan ve göçebe olmayan anlamını taşımıştır. Hadari toplumda şehirler kurulmuştur ve şehirlerin bir araya gelerek oluşturdukları belli bir toplumsal düzeni ifade eden kanunlar ve kurallara yer verilmiştir. Toplumsal düzeni ve güvenliği sağlayan bir teşkilat ve devlet yapılanması da mevcuttu. İbni Haldun’a göre medeniyet ve gelişimi sağlayan toplumlar Hadari toplumlardır. Hadari toplum yerleşik yaşam tarzına sahiptir ve bir kentselleşme yapısını oluşturmuştur. Kentsel yaşamda insan ilişkileri belli bir bilginlik seviyesinde gerçekleştiği, ticaretin yapıldığı, devlet ve bürokrasinin egemen olduğu bir toplum tipidir. Haldun’a göre bedevi toplum, vahşi ve savaşçı bir karakter yapısına sahipti ve kan soyuna bağlı bir aşiret topluluğunu oluşturmaktaydı (Haldun, 2010: 70-75).

İslam düşünürlerinden sonra modern dönem paradigmasında da toplum belli tasniflere göre ele alınmıştır. Batılı düşünürler, toplumu doğa kanunlarında geçerli olan, genel ve evrensel, belli bir kanuna dayalı değişmeyen yasalar olarak ele almışlardır. Pozitivist düşünce yapısının temel işlevi batılı düşünürlerin eserlerinde görülmüştür. Bu düşüncenin ilk isimlerinden biri Montesquieu’dur (Kızılcılık, 2006: 190-197). Montesquieu 18. yüzyılın ortalarında yazdığı “Yasaların Ruhu” adlı eserinde toplumu tıpkı bir fizik veya madde olarak gözlem ve analiz ile incelenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Toplumu meydana getiren ahlak,

gelenek ve düşünce yapıları gözlem ve analiz tekniğiyle bilimsel olarak incelenmesi gerektiğini söyleyen ilk kişidir. Saint Simon’a (2010: 72) göre de ilerleyen bilimsel düşünce toplumu anlama gereksinimini ortaya çıkarmıştır. İlk çalışmalarında insanı ve toplumu empirik gözleme dayalı pozitif bir bilim olarak ele almıştır. Ona göre toplum araştırması fizyolojinin dalıdır.

Comte, sosyolojinin doğa bilimlerinden yararlanabileceğini ifade etmektedir (Ritzer, 2013: 107). Comte bu nedenle toplumsal düzeni üç hal yasasına göre belirlemiştir (Turner 2010: 40). Bu evreler “teolojik-askerî”, “metafizik-hukukî” ve “bilimsel-sınai” veya “pozitivist” evreler olarak ele alınmıştır. Her evre, özel bir toplumsal ruha karşılık gelmektedir. Teolojik-askeri evre, doğaüstü güçlere atıfta bulunulan düşüncelerin egemenliği üzerine kölelik ve ordu olarak kurulmuştur. Metafizik-hukuki evre, bilimsel evreye geçiş dönemiyle birlikte gelişmiş siyasal ve hukuki düşünceleri temsil etmektedir. Son olarak bilimsel-sınai evre ise pozitif bilim felsefesinin egemenliğindedir. Comte’un toplumsal düzenle ilgili ele aldığı düşüncelere karşı Bergson da insan zekasını oluşturan temel noktanın toplumda yaşaması olduğunu vurgulamıştır. İnsan, tabiat tarafından toplumda yaşamaya ve toplum kurmaya mecburdur. Bu bağlamda Bergson, insan toplumlarını tıpkı dinler gibi açık ve kapalı olmak üzere ikiye ayırmıştır (Dede, 244-245). Bergson’a göre kapalı toplum statik olup belli bir siteye aittir. Açık toplum ise dinamiktir, tüm insanlığa ait olup hükmetme ve inanma özgürlüğüne sahiptir. Bergson’dan sonra karşımıza Tönnies’in toplum üzerine düşünceleri çıkmaktadır.

Tönnies toplumları “Cemaat” ve “Cemiyet” olarak ikiye ayırmaktadır. Cemaat birbirine bağlı ve organizasyona dayalı bir toplumdur. Cemiyet ise geçici bir birliğin ortaya çıktığı toplumun ifadesidir. Cemaat kendi başına yaşayan, toplumsal düzeni ve kuralları olan, sadakate bağlı birliğin olduğu bir organizmadır. Cemiyet mekanik olarak bir araya gelen toplum şeklini oluşturmaktadır (Tönnies, 2006: 99-100). Tönnies, cemaat kavramını geleneksel kırsal toplumlarla ilişkilendirmektedir. Bu toplum tipi, aile ve dostluk ilişkileri içinde soy veya klanla bağlı bir toplumu ifade etmektedir. Tönnies, cemaatleri doğuştan gelen statünün ön planda olduğu, coğrafi ve sosyal hareketliliğin sınırlı, aile ve kilisenin toplumsal kontrolü elinde tuttuğu, toplumsal yaşamı aile ve kilisenin belirlediği, geleneksel normların ve adetlerin sıkı sıkıya gerçekleştiği toplum tipi şeklinde ele almaktadır (Slattery, 2010:59-60). Cemiyet kavramını ise Tönnies, endüstrinin ve ticaretin egemen olduğu, kentsel yaşam alanına dönüştüğü, akıl ve rasyonel davranışların insanın eylem ve düşüncelerinde

gerçekleştirdiği, birbirine bağlı sıkı insan ilişkileri yerine geçici ve çıkar üzerine olan ilişkilerin kurulduğu toplum olarak açıklamaktadır.

Toplum üzerine olan düşünceler ve belirlenen kriterler sosyolojinin gelişimine katkı sağlamaktadır. Klasik sosyolojinin kuramcıları olan Durkheim, Weber ve Marx'ın toplum tasnifleriyle alakalı düşünceleri sosyal bilimler alanında oldukça önemli bir yere sahiptir. Her biri toplumu belli tasniflere göre açıklamıştır. Durkheim bu doğrultuda toplumu “Organik” ve “Mekanik” olmak üzere ele almıştır. Durkheim’a göre mekanik toplum, benzerliğe dayalı, iş bölümünün sınırlı olduğu ve farklılaşmanın olmadığı toplumdur. Daha çok sanayi öncesi toplum tipine karşılık gelmektedir (Ritzer, 1992). Mekanik toplumdaki bireyler, birbirlerinden çok farklılaşmamışlardır. Toplum içinde aynı duyguları paylaştıkları, aynı toplumsal değerlere sahip oldukları ve aynı kutsala inandıkları görülmektedir. Bireysel farklılaşma olmadığı için bu toplum tipi kendi içinde tutarlıdır (Aron, 2006: 296). Bireyleri birbirine bağlayan tüm bu benzer noktalar toplum içinde birlikteliği sağlayarak kolektif bilinci oluşturmuştur. Organik toplum tipi modern topluma karşılık gelmektedir. Bu toplumda sanayisi hızla gelişerek nüfus miktarında artış yaşanmıştır. Bireyler, geleneksel toplumlardan farklı olarak uzmanlık isteyen yerleri işgal etmişlerdir. İş bölümüne bağlı olarak bireyler sınırlı sayıda uzmanlık alanına sahiptirler. Farklılaşmanın ve uzmanlaşmanın yoğun olması toplumda konsensüsü sağlamıştır (Durkheim, 2012: 56).

Weber'in yorumlayıcı sosyolojik yaklaşımında insan kültürel bir varlıktır ve toplum kültürel bir yapının parçası olduğu için toplumda yaşaması gerektiği görüşündedir. Toplumsal özellikler insanın davranışlarının belirleyicisi olmaktadır. Toplum içinde insanlar kendilerinin ve başkalarının davranışlarına belli anlamlar yükleyerek hareket etmektedir. Weber, bu noktada toplum incelenmesinde pozitivizmin aksine toplumu anlayarak yorumlayıcı bir bakış açısını getirmiştir (Güneş, 2011: 115). Weber'e göre toplum, eylemleri yorumlayarak anlayan ve eylemleri süreç içerisinde nedensel olarak açıklayan bilim dalıdır (Weber, 2011: 21). Weber'e karşı Marx'ın toplum analizinde ise materyalist toplum anlayışı önemli yer tutar. Marx' göre tarih, toplumsal kurumların birbirine bağlı olduğunu, gerilim ve seçimlerin toplumsal yapılarla iç içe gerçekleştiğini ve toplumda sürekli bir değişimin olduğunu açıklamaktadır (Aron, 2006: 145-147). Tarihsel materyalizm, toplumsal değişim ve toplumsal yapı analizinin bir teorisidir. Marx'ın kullandığı bu teoriye göre, insanın yaşaması ve devamlılığını sağlayabilmesi için çalışması ve üretim ilişkisine dahil olması gerekmektedir. Marx'a göre üretim ve üretim ile olan ilişki, toplumları altyapı ve üstyapı olarak ikiye ayırmaktadır. Toplumun altyapısı, ekonomik üretim ve güçlerinden oluşmaktadır. Üretim

güçleri, gerekli üretim araçlarını ve gereçlerini temin eden güçtür. Üstyapı ise toplumun yasal ve siyasi kurumlarını, düşünme biçimini, ideoloji ve felsefesini içermektedir. Marx, toplumun altyapısı ile üstyapısı arasındaki ilişkilerin karşılıklı etkileşime dayandığını ve çatışmanın durdurulamaz olduğunu ele almaktadır (Güneş, 2011: 66-67). Toplumsal yapının temeli değişimdir. Tarihsel olarak toplumların değişimi altyapının gelişimiyle ilişkilidir. Değişim ise altyapı ve üstyapı arasındaki çatışmayı meydana getirmektedir. Genel olarak Durkheim, Weber ve Marx'ın görüşleri yaşadıkları toplumun özelliklerini ve toplumsal yapıyı belirleyen kriterler üzerine inşa edilmiştir.

Toplum yeniliğe ve değişime açık bir özelliğe sahiptir. Bu doğrultuda Marshall McLuhan, toplumsal ilerleme ve değişmeye bağlı olarak toplumun yaşadığı çağı "iletişim çağı" olarak adlandırmaktadır. Fritz Machlup da "bilgi toplumu" olarak ifade etmiştir (Geray, 1997: 37). İletişim veya bilgi toplumu olarak değerlendirilen bu toplum tipinde bilgisayar ve bilgisayara ait yeni kitle iletişim araçları kullanılmaktadır. Bilgisayar ağlarında sunulan bilgi hizmetlerinde birey ön planda yer alarak bilgiyi işleme, yönlendirme ve çeşitli kullanım seçeneğine sahiptir.

Toplum tasniflerinde sistematik bir şekilde İslam ve Batılı düşünürlerin belirlediği kriterlere yer verilmiştir. Tarihsel anlamda düşünürlerin kriterlerine yer verilmesi toplumları dönemlere göre ayırarak daha kolay anlamamızı sağlamaktadır. Toplumları tarihsel anlamda dönemlere göre belirlemek döneme damgasını vuran kriterlerle eş zamanlı bir uyumluluk göstermektedir. Toplumsal tasniflerde kullanılan kriterlerin hepsi genel anlamda belirleyici olmasa da bir bütünü tamamlamak amacıyla oldukça önemli bir etkide bulunmaktadır. Bu nedenle inanç çağından yorum çağına devam eden süreç içerisinde mahremiyetin değişim boyutunun birçok yönden ele alınması gerekmektedir. Çünkü değişim sadece bir nedene bağlı olarak gerçekleşmeyip içerisinde birçok etkeni de barındırmaktadır. Mahremiyetin değişimi de zamansal ve mekansal farklılığa bağlı olarak ekonomik, kültürel, dönüşen üretim ve tüketim biçimlerinde, bilgisayar ağlarının yaygınlaşmasıyla dijitalleşen toplumda görünürlüğün hakim olması gibi etkenler mahremiyeti etkileyen ve yeni bir anlam kazanmasını sağlayan bir süreci oluşturmaktadır. Mahremiyetin yeni anlamını yorumlayabilmek için geçmişten bu yana belli kriterlere göre ayrılan geleneksel toplum, modern toplum ve dijital toplum olarak adlandırılan günümüz toplumundaki mahremiyetin değişiminde yer alan zihinsel arka plana değinmenin bu nedenle gerekli olacağı düşünülmektedir.

1.2.1. Geleneksel Toplum ve Mahremiyet

Geleneksel toplumun sosyo-ekonomik yapısından dolayı temel ihtiyaçlar doğadan karşılanmıştır. Basit bir yapı olan geleneksel toplumda işlenilen malzemeler kısıtlı bir ekonomi ve teknolojiyle üretilmiştir. Genel anlamda fazla gelişmemiş ve karmaşık olmayan iş bölümüne rastlandığı, demografik yapısının ve sosyal hareketliliğin sınırlı olduğu, toplumsal organizasyonların akrabalık sistemine dayandığı ve içerisinde dini sosyo-kültürel faaliyetlerin yapıldığı, kutsalla sıkı bir bağlılık içerisinde olan bir toplum tipi olarak ifade edilmektedir (Günay, 2012:394-396). Ele alınan geleneksel toplum yapısında dinin baskın olduğu görülmektedir. Çünkü üyeler arasında dini bağlılık kuvvetlidir. İnanç ve ibadet birliği, dini emirlere, yasaklara, ayin ve törenlere katılım her fert tarafından gerçekleştirilmektedir. Geleneksel toplumda dinin en önemli işlevlerinden birisi ahlakın korunması ve ayakta tutulmasıdır. Böylece geleneksel toplumda dindarlık, sosyal fonksiyon olarak muhafaza edilmektedir. Bu doğrultuda geleneksel toplumda mahremiyeti dinle ilişkilendirip değerlendirmek daha doğru olacaktır.

Geleneksel toplum yapısında mahremiyet kavramı mevcuttur ama özel olarak korunması ve gizli kalması noktasında herhangi bir çaba bulunmamaktadır. Geleneksel toplumlarda sosyal kontrolün güçlü olması ve bireyin kendini ifade etme özgürlüğünün olmaması mahremiyeti açıklamada zorluk çıkarmaktadır. Bireyin geleneksel toplumda yer alması, o toplumun kendine verdiği rolü ve görevi yerine getirmesi, kendinden daha çok toplumun diğer fertleri için çalışması kendine ait özel ve mahrem alan ihtiyacını ortaya çıkarmamıştır. Geleneksel toplumda bireyin yaşadığı fiziksel mekanın sınırlı olması mahremiyetin boyutunu değiştirmiştir. Örneğin Anglo Sakson kökenli kabilelerin evleri sadece geniş bir odadan oluşmaktaydı. Kabile üyeleri birlikte yatıp kalkıp, yemek pişirme ve dinlenme gibi temel ihtiyaçlarını ortak alanda gidermekteydiler. Ortak bir alanın kullanılması ve beraber işlerin yapılması mahremiyet düşüncesini oluşturmamıştır. Fakat ilerleyen süreç içerisinde geleneksel toplumdan modern topluma geçişte mahremiyet alanına ihtiyaç duyulduğu ve bir gereksinim haline dönüştüğü görülmüştür(Yüksel, 2003: 190-192).

1.2.2. Modern Toplum ve Mahremiyet

Geleneksel toplumdaki mahremiyet anlayışı modern topluma geçiş ile birlikte değişime uğramıştır. Mahremiyetin modern toplumdaki değişimini ele almadan önce modernite ve modernleşmenin ne olduğuna açıklık getirmek daha doğru olacaktır. Avrupa'dan başlayarak dünyayı etkisi altına alan modernleşme; kentleşme, sanayileşme,

teknolojik ilerleme, siyasal örgütlenme ve mesleki sistem gibi değişimleri içeriğinde barındırmaktadır (Karagülle, 2015: 39). Modern kavramı 17. yy'da ortaya çıkan ve rasyonelliğe dayalı bir düşünce sistemi olarak tanımlanmaktadır. Bu düşünce sistemi doğrultusunda modernlikte daha öncesinin olmadığı veya kimsenin dışarıda kalmayacağı sonucuna varılmaktadır (Sevil, 1999: 11). Toplumsal değişme ve ilerleme genel anlamıyla “modernleşme” kavramıyla anlatılmaktadır. Alain Touraine modernleşmeyi eylem halindeki modernlik olarak nitelendirmektedir. Modernlik kavramını Anthony Giddens “on yedinci yüzyılda Avrupa’da başlayan ve sonraları neredeyse bütün dünyayı etkisi altına alan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimlerine işaret etmektedir” şeklinde ifade etmektedir. Abel Jeanniere modernliğe siyasal, endüstriyel, kültürel ve bilimsel devrimlerle gerçekleştiğinden bahsetmiştir. Marshall Berman ise zihinsel süreç içerisinde modernliğe geçişin üç evrede gerçekleştiğini düşünmektedir. İlk evre insanların modern hayatı yeni anlamaya ve tanımaya başladıkları 16. yy ile başlayıp 18. yy sonlarına olan süreyi temsil etmektedir. İkinci evre devrimci dalga ile başlayıp modern bir kamunun ortaya çıkması olarak adlandırılmaktadır. Üçüncü evre ise modernist kültürün sanat ve düşünce alanlarında ilerlemesiyle hemen hemen tüm dünyayı etkisi altına aldığı evre olarak açıklanmaktadır (Berman, 1999: 55). Modernlik ise ekonomik, politik ve kültürel alanda şekillenmiş yeni bir toplum modeli olarak tanımlanmaktadır (Altun, 2011: 37). Modernlik ayrıca eski olanın dışlanarak yeninin kabul edilmesidir (Berger & Kellner, 1985: 78). Modern ile ilgili yapılan tanımlar çerçevesinde bu çağın dikkat çeken en önemli özelliği durağan olmaması ve değişimi hızlı gerçekleştirmesidir. Bu doğrultuda toplumsal pratik ve eylemlerin etkilenecek yenilenmesi bugünkü modern toplumun modernite temelli bir dönüşüme uğradığını göstermektedir. Modernite temelli gerçekleşen değişim toplumu geniş çerçevede etkilediği gibi mahremiyeti de dönüştürmüştür. Mahremiyetin tarihsel dönüşümü modernleşmeyle paralel doğrultuda ilerlemiştir.

Mahremiyetin tarihini yazan David Vincent (2016) mahremiyetin dönüşümünü toplumsal refah anlayışıyla ele alırken bir yandan da iletişim teknolojilerinin ilerlemesi ve yaygınlaşmasıyla da değerlendirmektedir. Ona göre mahremiyet ortaçağda kamusal denetimden uzak özel alanı temsil ederken, modern çağdaki mahremiyet devlet karşısında yalnız kalma ihtiyacının ortaya çıkmasından dolayı özel alana karşılık gelmektedir. Ortaçağda mahremiyet anlayışı evin yapısıyla ilişkilendirilmişti. Çünkü evin içi ve dışı yüksek duvarlarla ve kapılarla belirleniyordu. Duvarlar ve kapılar ne kadar kötü olursa olsun yine de bir mahremiyet alanını belirlemektedir. Bu alana izinsiz girmek mahremiyete yapılmış bir saldırı olarak görülmekteydi. Zamanla toplumsal gelişim ve refahın artması evlerin yapısını

değiştirmiştir. Ortak olarak kullanılan oda sayısı artarak ebeveynler için ayrı bir oda ve çocuklar için ayrı odalar şeklinde özel alanlar inşa edilmiştir. Ayrıca daha sağlam ve yüksek duvarlarla örülen, yapılan güvenli kapılarla mahremiyet alanı korunmaya çalışılmıştır.

Vincent'te (2016: 36-37) göre artan okuryazarlık ve matbaa gibi yeni iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla toplum hayatına giren teknolojik ilerlemeler mahremiyetin özel alan sınırını değiştirmeye başlamıştır. Çünkü erken modern dönemde kitle iletişim mahremiyetin taşıyıcısı durumundaydı. Fakat mahremiyetin kitle iletişim üzerinden taşınması gizliliğin korunmasını engelliyordu. Bilgi teknolojisinin ilerlemesi erken modern döneme göre modern toplumda mahremiyete daha zarar vermiştir. Modern toplum yeni teknolojinin sunduğu imkanlarla denetlenmeyi ve gözetlenmeyi amaçlayan dev bir panoptikon düzeni oluşturmuştur. Modern toplumda on sekizinci yüzyılın sonlarında kurulup on dokuzuncu yüzyılda devlet politikasının yürüttüğü güvenliği ve denetimi sağlamak amacıyla gerçekleşen panoptik düzen, gizli ve özel alanı kolayca ihlal edebilmekteydi. Panoptik kavramıyla ilgili detaylı bilgi ilerleyen sayfalarda verilecektir. Her şeye rağmen on dokuzuncu yüzyılda mahremiyetin alanı olarak belirlenen ev önemini korumaktaydı. Evlerin duvarlarında aşınma olsa da, yeni iletişim araçları evin içine girip mahremiyeti zedelese de, evin içi hala mahrem alan olarak görülmekteydi. Modern toplumda ailenin küçülmesi önemini azaltmamıştır. Yeni iletişim araçlarına rağmen yüz yüze ilişki ve muhabbet ailede varlığını devam ettirmiştir.

Yirminci yüzyılda modern toplumun yeni iletişim araçlarıyla görme ve göstermeye dayalı olması bir değişim sürecini ifade etmektedir. Yaşanılan süreç içerisinde görmenin ve göstermenin değerselleşmesi mahremiyet üzerinden dönüştürücü etkide bulunmuştur. Bu etkinin iki nedeni bulunmaktadır; birincisi yeni iletişim araçları bireylerin zihinsel evrenini geniş tutarken, diğer yandan bireylere haber, bilgi ve eğlenceye kavuşma imkanını sunmaktadır (Vincent, 2016: 152). Telefon gibi yeni iletişim araçlarının yaygınlaşması evin sınırlarını belirsizleştirerek mahremiyet alanını esneklemiştir (Han, 2017: 65). Modern toplum yaşadığı zihinsel dönüşüm sürecinde aile anlayışında görülen çözülme, cinsel rollerde yaşanan esneme, evliliğe dayalı olmayan cinselliğin yaygınlaşması ve normalleşmesi, kadının cinsiyet rollerinde kazandığı eşitlik ve geleneksel sınırların ortadan kalkmasıyla kadının görünümü yeni teknolojinin sunduğu olanaklar ile mahremiyetteki dönüşümü hızlandırmıştır. Bu dönemde yaşanan diğer bir zihinsel dönüşüm de kapanmanın artık bir mahremiyet göstergesi olarak değil, patoloji göstergesi olarak kabul edilmesidir. Evin kalın duvarlarla örülmesi ve perdelerle gizlenmesi durumu esnekleşerek gizli olanın biraz da görülebileceği anlayışı ve tutumu yaygınlaşmaya başlamıştır. Genel itibariyle modernite temelli değişim

gösteren modern toplum bazı sosyal bilimciler tarafından yeniden ele alınarak incelenmiştir. Sosyal bilimciler yeni iletişim ve teknolojinin hakim olduğu toplumun dijitalleşmeye doğru ilerlediğine ve mahremiyetin yeni bir anlam kazandığına dikkat çekmişlerdir. Şimdi modern toplumdan dijital topluma geçişle yeni mahremiyet yorumlanmaya çalışılacaktır.

1.2.3.Dijital Toplum ve Mahremiyet

İletişim ve teknolojinin sunduğu imkanlarla günümüz modern toplumu küresel çapta bir değişim geçirerek dijitalleşme devrimini yaşamaktadır. Dijital bilgi ve iletişimdeki gelişmeler bireylere yeni olanaklar sunmaktadır. Hızlı iletişim ağları sayesinde haberleşme, kültürel bilgi alışverişinde bulunabilme ve devasa bilgi hacimlerine erişilebilmektedir. Nitekim günümüzde yenilikleri sağlayan bilgisayar, akıllı telefonlar, mobil cihazlar sunduğu hizmetlerle vazgeçilmez hale gelmiştir. Kullanılan yeni iletişim araçları toplumda dijital teknolojinin egemenliğinde modern sonrası farklı bir toplum tipolojisini ortaya çıkarmıştır. Bu doğrultuda çeşitli sosyal bilimciler günümüz toplumunu postmodern, akışkan, gösteri, şeffaf toplum gibi isimlerle adlandırmaktadır (bk. Foucault, Bauman, Debord, Han vb). Yeni iletişim olarak adlandırılan internet, mobil iletişim, dijital platformlar, sosyal ağlar geleneksel iletişime göre hızla yaygınlaşması ve toplumda sosyal, kültürel ve siyasal alanda değişimi gerçekleştirdiği gibi zihinsel süreç içerisinde mahremiyeti de dönüşüme uğratmıştır.

Modern toplumda mahremiyetin ihlali gözetlenmeyle gerçekleşirken, postmodern/akışkan veya dijital toplum olarak adlandırılan modern sonrası toplumda gözetlenme anlayışı görme ve gösterme üzerine mahremiyeti farklılaştırmıştır. Bu değişimi Bauman (2013) ‘akışkan’ olarak nitelendirmektedir. Bauman’ın akışkan gözetim ve akışkan toplum kavramlarına değinmeden önce gözetlenmenin modern toplum ve sonrasındaki değişimini ve bunun mahremiyetle olan ilişkisini ele almak daha doğru olacaktır. Modern toplumda gözetlenme şekli genel anlamda devlet güvenliğini sağlama gerekçesine dayanırken, dijital toplumda gözetlenme daha çok ekonomi-politik ve sosyokültürel bir faaliyete dayanmaktadır (Çağan, 2018: 46-48). Modern toplumda iktidarın güvenliğini ve hakimiyetini daha fazla güçlendirmek amacıyla gözetlemeyi gerçekleştirmesi özel alanın sınırlarına girerek mahremiyetin zedelenmesine neden olmuştur. Bireylerin temel hakkı olan özel hayatı gizleme ve koruma hakkı Foucault’un kavramı olan panoptik gözetlemeyle ihlal edilmiştir. Dijital toplumda gözetlenmeyi yapan aktör ise piyasadır. Piyasanın biçimlendirdiği neoliberal politikalar temel arzu ve hazlardan oluşmaktadır. Bireylere aşılana sınırsız özgürlük anlayışı isteyerek görme ve gösterme davranışını ortaya çıkarmaktadır. Bunun sonucunda görme ve

gösterme değerselleşerek mahremiyeti koruma ve gizleme ihtiyacına gereksinim duyulmamıştır. Tam tersine gizli olanın değersizleştiği, görünen ise güzel ve cezbedici olduğu anlayışına doğru gidilmiştir.

Descartes'in meşhur "düşünüyorum öyleyse varım" sözü dijital alanda "görünüyorum öyleyse varım" şeklinde yeniden üretilmiştir. Dolayısıyla görünür olmak birey için özel çaba gerektiren ve temel arzusunu giderme eğilimini oluşturan bir istek haline gelmektedir. Bunun neticesinde bireyin daha fazla görünme isteği ve arzusu mahremiyetin içeriğini de değiştirmiştir. Mahremiyetin dijital alanda gösterdiği değişimin vurguladığı nokta gizliliğin hiçbir değeri ifade etmemesidir. Çünkü mahremiyetin gizliliği özgürlüğü sınırlandırmaktadır. Dijital alan ise bireylere sınırsız özgürlük vaadiyle mahremiyetin şeffaf bir şekilde görünebileceği düşüncesini sunmaktadır. Byung Chul Han'a göre mahremiyetin şeffaf görünümü toplumu teşhire dönüştürmektedir (Han, 2018: 27-28). Han'ın düşüncelerine daha sonra ayrıntısıyla yer vermek üzere ona göre teşhir toplumunda her şey dışa açık, ifşa edilmiş ve çıplaklaştırılarak ortaya serilmiştir. Han'a göre teşhir etmenin aşırılığı mahremiyeti metalaştırarak nesne haline getirmektedir.

Genel anlamda toparlayacak olursak modern sonrası yeni iletişim ve teknolojinin (bilgisayar, akıllı telefonlar, mobil cihazlar, tabletler vb.) egemenliğinde ortaya çıkan toplum tipolojisi dijital toplum olarak ifade edilmektedir. Dijitalleşmenin getirdiği yenilikler ve değişimler toplumu sosyal, kültürel ve politik anlamda etkilediği gibi zihinsel süreç içerisinde mahremiyeti de etkilemiştir. Modern toplumda mahremiyet özel alanı temsil etmekteydi. Gizlilik esasına dayalı ve bireyin temel hakkı olarak görülen mahremiyet korunmaya çalışılmaktaydı. Fakat dijitalleşen toplumda mahremiyet dönüşüme uğrayarak görme ve gösterme üzerinden yeniden anlamlandırılmıştır. Gizliliğin değersizleşerek görünmenin cazip hale gelmesi neticesinde mahremiyet göstermeye dayalı anlam kazanmıştır. Bu doğrultuda mahremiyetin dönüşümünü ayrıntılı bir şekilde yorumlayabilmek adına konuyla ilgili fikirlerde bulunan Giddens, Foucault, Bauman-Lyon ve Byung Chul Han'ın görüşlerine sistematik bir şekilde yer verilmesi araştırma için önemli olacaktır.

1.3. Mahremiyete İlişkin Görüşler

1.3.1. Anthony Giddens'in Bakış Açısına Göre Mahremiyet

Giddens modernizmin öncü sosyologlarından biridir ve çalışmalarının temelinde modernizm yer almaktadır. Bazı sosyal bilimcilerin aksine modernizmin bitmediğini, yeni iletişim ve teknolojinin egemenliği altında değişim gösteren farklı bir modernizmin

yaşandığını ele almaktadır. Bu doğrultuda çalışmalarında zaman ve mekan kavramı modernleşmeden önce iç içeyken, modern sonrasında ise birbirinden uzaklaştığı görülmektedir (Güngör, 2013: 335-336). Zaman ve mekan kavramının gösterdiği değişim özellikle yeni medyanın etkisiyle gerçekleşmiştir. Çünkü yeni medyanın ortaya çıkması ve hızla yayılması, uzak mesafeleri yakınlaştırarak bireylerin birbirlerinin mahremiyet alanlarına kolaylıkla girebilmesini sağlamaktadır. Bunun sonucunda medyanın sunduğu yakınlık ve kolay görünüm mahremiyeti gözler önüne sermektedir. Giddens, mahremiyeti bireyler arasında gerçekleşen ilişki olarak değerlendirmiştir. Ona göre mahremiyet, öteki birey tarafından içselleştirilmek değil, onun özelliklerini bilmek ve bunun sonucunda bireyin kendi özelliklerini ortaya koyması demektir (Giddens, 2010: 89-123). Mahremiyet her şeyden önce, kişiler arası eşitlik bağlamında diğer insanlarla ve bireyin kendi benliğiyle gerçekleştirdiği duygusal iletişim kurma sorunudur. Bireyin çevresinde bulunduğu ailesi, arkadaşları ve duygusal yakınlık kurduğu kişiler arasındaki etkileşim ve diyaloglar mahremiyet alanını ve özelliğini belirtmektedir.

Giddens mahremiyet alanını belirledikten sonra modern toplumlarda mahremiyetin dönüşümünü kimliğin ve cinsiyet rollerinin değişimi üzerinden ele almıştır. Giddens, modernizmden sonra erkeğin kadına gösterdiği değeri kadına verilen bir jest olarak ele almaktadır. Kadınlar, modernliğin duygusal olan yönünü ortaya çıkararak mahremiyet alanının genişlemesine yol açmıştır (Giddens, 2012:125). Kadın ve erkek arasında olan birliktelik ve gizli alan, modern toplumda rol değişimiyle görünürlük kazanmıştır. Ortaya çıkan mahremiyetin yeni durumunu Giddens (1994: 37) Jeffrey Weeks'ten (1998) alıntı yaparak özetlemiştir:

Artık küçük düzensizlik adalarıyla çevrili büyük bir normallik kıtası denebilecek bir şey yok gibi. Bunun yerine, artık çeşitli büyüklükte takımadalar olduğunu görebiliyoruz... Ortaya yeni kategoriler ve erotik azınlıklar çıktı. Özel beğeniler, özgül tavırlar ve ihtiyaçlar cinsel kimlikleri çoğaltmanın temeli haline geldikçe, eski kategoriler ve azınlıklar bir bölünme süreci yaşadılar.

Cinsel kimliğin ölçsüz yaygınlaşması ve her yerde görünmesi mahremiyetin dönüşmesine neden olmuştur. Mahremiyetin kolaylıkla dönüşmesini sağlayan önemli etken ise sunduğu demokrasi vaadidir. Çünkü bu vaad sadece cinsellik alanını değil, ebeveyn-çocuk ilişkilerini ve diğer akrabalık ve arkadaşlık ilişkilerini de gözler önüne sermiştir (Giddens, 2010: 173-175). Esnekleşen cinsel birlikteliklerin ve kişisel alanların mahremiyeti demokratik düzen içerisinde modern toplumda korunmaya çalışılmıştır. Modern toplumda mahremiyet;

etkileşimsel bir betimleme olarak değil, pratik eylemlerin planlamalarını sağlayan, ayrıcalıkların ve sorumlulukların mücadelesini gerçekleştiren bir hak olarak görülmüştür.

1.3.2.Gözetim Kuramı (Panoptikon) - Michel Foucault'nun Bakış Açısına Göre Mahremiyet

Postmodernizm ve postyapısalcılık ile anılan Foucault düşünceleriyle sosyal bilimler açısından önem taşımaktadır. Çünkü Foucault siyaset bilimi, tarih, sosyoloji, antropoloji, felsefe ve kültürel alanlarda önemli düşünceler ortaya koymuştur. Özellikle iktidar ve gözetim konusundaki görüşleri sosyoloji bilimi açısından oldukça değerlidir. Foucault toplum ve iktidar ilişkisini ele alırken gözetimin gerçekleşme şekline değinmiştir. Foucault gözetimi 'panoptikon' adını verdiği kavram çerçevesinde özel hayatın denetlendiği şeklinde ele almaktadır. Özellikle yeni medyada yer alan İnternet ve teknoloji ile günümüz toplumlarının gözetlenmesine dikkat çekmektedir. Foucault gözetimin kapitalist sistemde işçilerin denetlenmesi ile sınırlandırmayarak, genel çerçevede toplumun gündelik hayatının içerisinde de bulunduğunu ifade etmektedir. Panoptikon kavramı bu görüşe açıklık getirmiştir. Panoptikon 1785 yılında tasarlanmış bir yapıdır ve 'pan' ve 'opticon' şeklinde iki kelime bir araya gelerek ortaya çıkmıştır. Pan kelimesi bütün anlamına, opticon gözlemlemek anlamına karşılık gelmektedir. Genel olarak panoptikon kelimesi 'bütünü gözlemlemek' anlamını taşımaktadır (Hekimoğlu, 2018: 35).

Foucault gözetimi toplumsal perspektifle ele almıştır. Modern toplumda oluşan gözetimi açıklamak için Bentham'ın Panoptikon metaforundan yararlanmıştır. Foucault'ya göre gözetim insan davranışları üzerinde belirleyici bir özelliğe sahiptir (Özbay, Terzioğlu, &Yasin, Neoliberalizm ve Mahremiyet, 2011: 8). Çünkü gözlenen, gözetleyen kim olduğunu bilmeden kendi benliğinden farklı bir karakteri yansıtmaktadır. Bu doğrultuda Bentham'ın Panoptikon kavramı mimari bir şekilden ibarettir. Bentham'daki panoptikon kulenin merkezinde ve etrafında halka halinde yer almaktadır. Çevre bina hücrelerden meydana gelmekte ve ışığın içeri girmesini sağlayan pencereler bulunmaktadır. Hücrelerde olan kişiler tek başınadır ve her an görülebilmektedirler. Hücredeki kişileri gözetmenler izlemektedir. Hücrelerin duvarlarla örülmesi, diğer hücredeki kişinin birbirlerini görmelerini engellemektedir. Sadece gözetmen olarak tutulan kişi hücredekileri görmektedir. Panoptikon her ne kadar basit bir sistem olsa da toplumun ahlaki yapısını, eğitimini ve ilişkilerini genel olarak etkilemektedir. Toplumsal alanda sürekli gözetleme ve gözetlenmenin yaşanması toplumsal ve bireysel ilişkilerin gerçekliğini ve hakikiliğini zedelemektedir. Bu nedenle

iktidarın bir aygıtı olma özelliğinde bulunan panoptikon bedeninin ve mahremiyetin gözetlenmesine kadar ileri gitmektedir.

İktidarın aygıtı olan gözetim, bedeni itaatkar kılabilmek için bedene çeşitli cezalar vermiştir. Bedene azap çektirilmesi, organlarının parçalanması, omuz veya yüze simgesel olarak damga vurulması gibi yapılan işlemler, bedeni seyirlik unsuruna dönüştürerek iktidarın beden üzerindeki gücü gösterilmeye çalışılmıştır. Zamanla iktidarın kendini yenilemesiyle uyguladığı sert yaptırım yumuşatılmıştır. Çünkü Foucault’a göre iktidar gözetim şeklini değiştirerek kendini görünmez kılmıştır (Foucault, 2012: 295-296). Bunu da yeni iletişim ve teknolojinin gelişmesiyle sağlamıştır. Yeni iletişim ve beraberinde getirdiği medyanın kullanımında gözetim şekli iktidarın baskısıyla değil, bireylerin isteğiyle gerçekleşmektedir. Medyayı kullanma ve medyada bulunma isteği bireyler tarafından gözetlenmeyi normalleştirmiştir. Toplumun neredeyse her alanında yeni iletişim ve medyanın bulunması ve bireysel ve kurumsal işlemlerin dijital alanda gerçekleşme durumu bireyleri ister istemez medyada olmaya itmiştir (Karagülle, 2015: 60-66). Medyada aktif olabilmek veya yapılması gereken işlemlerin gerçekleşmesi bireyleri hem gözetlenmeye maruz bırakmakta hem de temel mahremiyet bilgilerinin eklenmesi durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bireyin korumak istediği ve temel bilgilerini barındırdığı mahremiyet alanı dijital toplumda yeni iktidar tarafından gözetlenmeye bırakılmıştır.

1.3.3. Akışkan Gözetim David Lyon ve Bauman’ın Bakış Açısına Göre Mahremiyet

21. yüzyılın toplumunu Bauman “postmodernite” demek yerine “akışkan modernite” olarak ifade etmektedir. Ona göre günümüzün modern toplumları o kadar değişkenlik göstermektedir ki bu toplumlar “akışkanlık” seviyesindedir. Bauman akışkanlığı, değişmeyen tek şeyin değişim olduğunu ve gittikçe her şeyin belirsizleşmeye doğru gittiğini günümüz dünyasını ele alarak açıklamıştır. Nasıl ki yüzyıl önce “modernliğin” en üst mükemmellik seviyesine ulaşıldığı ifade edilirken, bugün ise “akışkan modernite” sonu gelmeyen bir gelişme süreci ve ulaşılabilir bir nihai bir amacın ve isteğin olmaması anlamını taşımaktadır (Bauman, 2017: 12-14). Bauman akışkan modernite ile ilgili düşüncelerini ifade ederken aynı zamanda gözetimin yeni çağdaşlaşmış şeklini de ele almaktadır. Ona göre “akışkan gözetim” genel anlamda tanımlamaktan ziyade bir yönelimdir; yani günümüzün değişen ve farklılaşan gözetim yoludur. Bazı teorisyenler, gözetimin katı ve sabit özelliğinden uzaklaşarak daha esnek ve devingen bir hal aldığını iddia etmektedir. Bu doğrultuda Bauman günümüz dünyasının panoptik-sonrası olduğunu ifade etmektedir. İktidar, elektronik teknolojiler

vasıtasıyla denetimini ve kontrolünü sanal güvenlik duvarları ve pencereleriyle sağlamaktadır. Havaalanında bilet kontrolünün akıllı telefonla yapılması, kredi kartıyla bilgisayar üzerinden alışverişin gerçekleşmesi gibi gündelik hayatta yer alan işlemlerin kolaylaşması panoptik-sonrası duruma açıklık getirmektedir. Bu durumdan hareketle sınırların değişmesi bir belirsizlik kaynağıdır. Kimin yetki alanında olduğu, bilgilerin kime gittiğini bilmeden havaalanında güvenlik kontrolünden geçilmesi veya kredi kartının ne kadar güvenli olduğu gibi çeşitli endişeler ve bilinmezlik durumu ortaya çıkmaktadır. Gerçekleşen yeni gözetim şekli, akışkan modern dünyada çeşitli biçimlere bürünmektedir. Buna İHA'lar ve sosyal medya örnek olarak verilebilir. Yeni gözetim biçimleri farklı şekillerde kişisel bilgiler üretmektedir. Sosyal medyanın eğlenceli kullanımı ve İHA'ların küçültülmesi insan bilgilerinin toplandığı depoya dönüşmüştür (Lyon, 2013: 26). Bunun sonucunda yeni nesil İHA'lar her şeyi görüntüleme imkânını elde ederek kendilerini görünmez kılmaktadır ve etraftaki her şeyi gözetleyerek gizlenebilecek bir mahremiyet alanını bırakmamıştır.

Yeni İHA'lar olarak nitelendirebileceğimiz internet ve sosyal medyanın kullanımı mahremiyeti dönüştürerek gözler önüne sermiştir. Bu durumu Brian Stelter şu sözleriyle ifade etmektedir:

İki milyar internet kullanıcısının kolektif zekası ile birçok kullanıcının internet sitelerinde bıraktığı dijital parmak izlerinin bir araya gelmesi, her utanç verici videonun, özel fotoğrafın ve uygunsuz e-postanın, kaynağına atfedilmesi kaynağını kendi iradesinden bağımsız olarak, gittikçe daha fazla mümkün kılıyor.

Mahremiyetin dönüşümündeki ana rol bireyin bilerek ve isteyerek özel alanını paylaşmasıdır (Bauman, 2007: 30). Mahrem olan her şeyin kamusal alanda yapılması ve kamunun tüketimine açık olması sosyal medya ve internet ortamında unutulmayarak erişimini kolaylaştırmıştır. Sosyal medyanın sunduğu hizmetler arasında ucuz cep telefonu kameraları, internetteki ücretsiz fotoğraf ve video sitelerinin kullanımı neyin kamusal neyin mahrem olduğu noktasında bir çelişki yaratmaktadır. Sosyal medyanın sunduğu görünürlük vaadi ve herkesin fark etmesini sağlamak, toplumsal anlamda kabul edilmeye de oldukça uyumluluk göstermektedir.

Mahremiyet genel anlamda “gizli olma durumu” ile ilişkilidir. Simmel’e göre mahremiyet sır tutmak ile sıkı sıkıya bağlantılıdır. Günümüzde bilgi akışının kolaylaşması, engelleme ve yönlendirme biçiminin değişmesi, sırların sosyal medyada kullanımı ile kamusal alanda yer alması noktasında zorluk çıkmaktadır (Simmel, 2013: 34). Modernite öncesinde

itiraf, suçluların cezadan kurtulmak veya işkencenin sona ermesi için verilen cevap olarak görülmekteydi. Modern dönemde ise itiraf içselliğin ve benliğin dışavurum ifadesi, bireyliğin temel mahremiyeti anlamında kabul edilmektedir. Modernitenin önemli icatlarından olan itiraf, mahremiyetin üstünlüğünü bir anda hızla yere düşürmüştür. Mahremiyetin kamusal alanda yer alması ve sömürgeleşmesi; mahremiyetin gizlilik hakkını ve belirleyici özelliğini kaybetmesine neden olmuştur (Bauman, 2013: 35). Modern dönemde mahremiyetin ifşa edilmesi veya görünürlük kazanması eskisi gibi korkutmamaktadır. Aksine mahremiyeti gösterme konusunda çıkış yollarının kapanması endişe vermektedir. Mahremiyet alanının gittikçe özgürlüğü sınırlandırıcı alana dönüşmesi, bireyi özel alana mahkum etmektedir ve bu nedenle mahremiyet, sınırlarını aşarak kamusal alanda şeffaflaşarak görünür olmaya doğru ilerlemektedir.

1.3.4. Şeffaflık Toplumu Byung Chul Han’ın Bakış Açısına Göre Mahremiyet

Günümüz toplumunda yeni medya ve sosyal ağların kullanımı özel-kamusal alan ayrımını ortadan kaldırarak mahremiyetin şeffaf bir görüntü kazanmasına yol açmıştır. Sosyal ağların günümüzde vazgeçilemez halde kullanılmasıyla bireylerin özel alana dair paylaşımlarda bulunması ve bunu bilerek ve isteyerek yapması mahremiyetin şeffaf da olsa görünebileceği anlayışını ortaya çıkarmıştır. Mahremiyetin sosyal ağlarda yeni anlam kazanması ve gösterdiği görünüm şeklini Byung Chul Han “Şeffaflık Toplumu” (2018) adlı eserinde ele almıştır. Ona göre günümüz dijital toplumu mahremiyeti şeffaflaştırmıştır (Han, 2018: 12-19). Şeffaflık, kişisel alanın tümüyle elden çıkarılması anlamına gelmektedir ve içi görülebilir bir iletişimle sağlandığını ifade etmektedir. Şeffaflık tutkusu, enformasyon ve iletişimde mesafeleri ortadan kaldırarak mahrem alanların çıplak olarak görünümünü ortaya çıkarmıştır. Görünümde boşluk bırakmayan mahremiyet ise artarak gösterilmeye bırakılmıştır.

Mahremiyetin sosyal ağlarda artarak gösterilmesi, paralel olarak değerinin de arttığı sonucunu vermektedir. Mahremiyet ve değer ilişkisinin artışı sosyal ağlarda insan simasının gösterilmesine dayanmaktadır. Çünkü insan simasının sosyal ağlarda ‘face’ halinde gösterimi mahremiyeti teşhir ederek görünümünü ortaya çıkarmaktadır. Face, Han’a göre bakışın aurasından yoksun, teşhir edilen bir yüzdür (Han, 2018: 26-28). Teşhir edilen bir yüzün ana temasında güzelliği gösterme söz konusudur. Bu nedenle sosyal ağlarda paylaşılan insan yüzünde ölme, yaşlanma gibi negatif bir durum yoktur. Aksine mahremiyetin güzelliği teşhir edilerek yüz ile gösterime sunulmaktadır. Han’a göre “şeffaflık toplumunda” her birey gösterdiği mahremiyetinin reklamını yapmaktadır. Bunun sonucunda bireyin sergilediği

mahremiyet gösterim değeriyle ölçülerek dışa çevrilmiş bir şekilde ortaya serilmektedir. Mahremiyetin gösteriminin aşırılığı da mahremiyeti derhal tüketilmeye açık bir meta haline dönüştürmektedir.

Mahremiyetin açıkça gösterilmesiyle uğradığı dönüşüm çizdiği alanın mesafelerini ortadan kaldırmasıyla ilgilidir. Mesafesizlik yakınlık değildir, tam tersine yakın olanı yok eder. Yakınlık mekan açısından çeşitlidir, mesafesizlikte ise belli bir mekan yoktur. Sosyal ağlarda iletişimin gerçekleşmesi, somut olan mekan kavramını ortadan kaldırmıştır. Uzak ve yakınlık mesafesi sorunu modernite toplumun sorunu olmaktan çıkmıştır. Heidegger bu durumu “uzaklığa katlanan saf yakınlık” şeklinde bahsetmiştir. Mahremiyetin şeffaflığı sosyal ağlarda uzak ve yakın mekânları mesafesizleştirmiştir (Han, 2018: 30-43). Bu doğrultuda dijital alanda görünmek ve göstermek oldukça kolaylaşarak mahremiyet alanına hızlıca girilmeyi sağlamıştır. Bu da sosyal ağlarda mahremiyet içerikli pornografik fotoğrafların paylaşılmasıyla gerçekleşmektedir. Han’a göre pornografik fotoğraf “bozulmuş, çatlak” bir görüntüdür. Pornografik fotoğraf ve görüntüler, her şeyi dışa yönelik sergiler; içselliği, mahremiyeti, gizliliği yoktur. Hiçbir şeyi örtmeyen, her şeyin görünürlük kazandığı mahremiyet, müstehcendir. Günümüzde kullanılan sosyal ağlarda paylaşılan fotoğraflar mahremiyeti gösterme boyutuyla pornografik bir özellik taşımaktadır. Çünkü sosyal ağlarda paylaşılan fotoğraflar beğenme/like sayısına göre değer kazandığı için mahremiyetin gizli olma durumuna gereksinim duyulmamakta ve bu da sınır olmadan artarak devam etmektedir.

1.4.Mahremiyet ve Sosyal Medya

Dijitalleşen toplumda mahremiyetin uğradığı zihinsel dönüşüm boyutu sosyal bilimcilerin görüşleri doğrultusunda ele alınmıştır. Şimdi ise araştırmaya yön verebilmek amacıyla mahremiyetin kelime olarak ne anlama geldiği ve mahremiyetin toplumlardaki karşılığının ele alınması önemli olacaktır. Çünkü mahremiyet kavramı günümüze kadar varlığını devam ettirmesine rağmen tam olarak sınırının ne olduğu konusunda hala belirsizliğini korumaktadır. Bunun nedeni hem bireysel hem de toplumsal anlamda mahremiyet anlayışlarında görülen farklılıktır. Ayrıca toplumsal ilerlemeye bağlı olarak mahremiyet kavramı dinamik bir özellik göstererek kendi içerisinde değişimi gerçekleştirmiştir. Zira mahremiyetin değişimini yaşadığımız dijitalleşen toplumda görmekteyiz.

Gizlilik esasına dayalı olan mahremiyet kavramı internet ve yeni iletişim araçlarının kullanımıyla değişime uğramıştır. Dijitalliğin yaşandığı toplumda özel ve kamusal alan

ayrımının belirsizleşmesiyle mahremiyet görünürlük üzerine yeni bir anlam kazanmıştır. Dijital alanda mahremiyetin görme ve gösterme üzerine ürettiği yeni anlam bireylerin yaşam şekli ve pratiklerinde de belirleyici değişikliğe neden olmuştur. Çünkü bireyin temel mahremiyetini yaşadığı ev, duygu ve düşünceleri, aile veya yakınlarla geçirilen zaman dilimi dijital alanda paylaşılarak göstermeye dayalı bir değeri ortaya çıkarmıştır. Dijital alanda mahremiyetin görünümü sosyal ağlarda paylaşılan fotoğraf, video veya yazılan yazılarla gerçekleşmektedir. Sosyal ağlarda birey sıklıkla kendisini, ailesini, yakınlarını veya gittiği yerleri, hissettiği duyguları fotoğraf ve yazılarla sanal arkadaşlarına göstererek bildirmektedir. Sosyal ağlarda inşa edilen bu kullanım kültürü her şeyi gösterme üzerine dayatarak mahremiyetin gizliliğini değersizleştirmektedir. Sosyal ağlar içerisinde mahremiyetin gizliliğini ortadan kaldıran ve daha fazla görünürlüğünü sağlayan Instagram oldukça dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın ikinci bölümüne altyapı oluşturabilmek ve yorumlayabilmek amacıyla Instagram'ın ne olduğu ve mahremiyeti nasıl etkilediği açıklanacaktır.

1.4.1.Sosyal Medyanın Bileşeni Olarak Instagram

Instagram 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan fotoğraf ve video paylaşım amacını taşıyan bir sosyal ağ sitesidir. Instagram İngilizce 'instant' yani Türkçesi 'hızlı ve anlık olan' anlamına gelirken, İngilizce 'telegram' telgraf kelimesinin birleşiminden adını almıştır (Uzundumlu, 2015: 81).2012 yılında Instagram, Facebook tarafından satın alınmıştır. Instagram kullanımının hızla yaygınlaşarak popülerleşmesi filtre özelliği sayesinde olmuştur. Instagram'ın filtre özelliği, kullanıcılar tarafından paylaşılan fotoğraf ve videoların değiştirilerek kullanımın eğlenceli hale dönüşmesidir. Ayrıca Facebook tarafından satın alınan Instagram'da paylaşılan bir içerik eş zamanlı olarak Facabook'ta da paylaşılmaktadır (Hekimoğlu, 2019: 28). Instagram'ın görsel içeriğe dayalı olması bu ağda beğeni ve takipçi sayısının önemini de vurgulamıştır. Beğeni ve takipçi sayısının fazlalığı Instagram fenomeni olarak adlandırılan kullanıcıları ortaya çıkarmıştır. Paylaşılan fotoğrafların beğenilmesi ve altına yorumların yapılması Instagram kullanım oranının arttığını göstermektedir

Instagram'da paylaşılan fotoğraflar etiketlenme özelliğini taşımaktadır. Etiketlenme özelliği literatürde hashtag olarak adlandırılmaktadır. Hashtag adı verilen “#” işareti; bir fotoğrafın kategorileştirilmesini ve daha kolay erişilmesini sağlamak için belirli bir konudaki fotoğrafın bir başlık altında toplanması anlamına gelmektedir. Paylaşılan fotoğrafın açıklama

veya yorumlama kısmında önüne # işaretini yerleştirerek yazılan hashtag, fotoğrafa ulaşımı sağlamak için anahtar kelime görevini üstlenmekte ve fotoğrafla ilgili listeleri göstermektedir (Türkmenoğlu, 2015: 98). Hashtag sayesinde fotoğrafa erişmek kolaylaşmıştır.

Instagram diğer sosyal ağlara göre daha elit bir özelliğe sahiptir. Bunun nedeni ise bilgisayara bağlı bir ağ sitesi yerine mobil tabanlı bir ağ sitesinde ortaya çıkmıştır. 2010'lu yıllarda Android kullanımının yaygınlaştığı dönemlerde, Iphone kullanıcısının kısıtlı olduğu zamanda Instagram sadece IOS işletim sisteminde çalışmıştır. İlerleyen zamanlarda Iphone ile çekilen fotoğrafların çok beğenilmesi ve Instagram'da popüler hale gelmesi "iphoneography" adında bir akımı yaygınlaştırmıştır. Ayrıca Instagram'da kullanıcılar arasında halkın geneli olmasının yanı sıra, ünlü kişiler, sanatçılar ve yazar gibi kişilerin de olması Instagram'ı popülerleştirmiştir (Hekimoğlu, 2019: 29).

Dünyaca ünlü sosyal medya araştırma şirketi olan WE ARE SOCIAL'ın 2018 Ocak verilerine göre Instagram kullanıcı sayısı 800 milyona ulaşmıştır ve bu rakam internet kullanıcıların %11'lik dilimini göstermektedir. Instagram kullanımının cinsiyetine göre dağılımına bakıldığında %49, 6 kadın, %50, 4 erkek kullanıcılardan oluşmaktadır. Kullanıcıların yaş dağılımları ise 18-24 yaş arasında 128 milyon kadın, 117 milyon erkek, 25-34 yaş aralığında ise 117 milyon erkek ve 117 milyon kadın, 65 yaş ve üstünde ise kadınlar 8, erkekler 9 milyon civarındadır. Rakamların gösterdiği sonuca göre Instagram'ı kullanan kitle genç nüfustan oluşmaktadır (www.instatuturkiye.com erişim tarihi: 25.04.2018). Genç nüfusun Instagram'ı bu kadar tercih etmesinin nedeni ise hem sayısal hem de sosyal yönden gösterdiği sosyalleşme durumunu sağlamasıdır.

1.4.2.Instagram'ın Sayısal Yönü

Instagram kullanım özelliği oldukça geniş çerçevelidir. Çünkü Instagram'ın kendini sürekli yenilemesiyle bireylerin paylaşımları, gönderileri, beğenileri, takip ve takipçileriyle ilgili kullanıcılara sayısal yönden hem bilgi verilmekte hem de erişimlere kolaylıkla ulaşılabilme imkanı sağlanmaktadır. Bu doğrultuda Instagram'ı rahat kullanmada Instagram'ın sayısal yönünün olması kullanıcılar için avantajlı bir durumdur. Instagram'ın sayısal yönünü ifade eden kullanım teknik terimleri karşımıza çıkmaktadır. Bu terimleri sırasıyla açıklamak gerekirse;

Post/Gönderi:Post, Instagram kullanıcısının yayınladığı her gönderiye verilen addır. Kısaca kullanıcıların Instagram sayfasında paylaştığı fotoğraf ve videolardır.

Çoklu Fotoğraf ve Video Yükleme:2017 yılında Instagram’da yapılan güncelleme ile tek seferde 10 fotoğraf veya video paylaşımı yapılmaktadır. Bu özellik sayesinde kullanıcılar gönderilerini ‘albüm’ şeklinde toplamaktadırlar (www.linkedin.com erişim tarihi: 25.04.2018).

Filtreler:Instagram’a fotoğraf veya video yüklerken farklı renk tonlarını ekleme ve üzerinde değişiklik yapmaya filtre denilir. Instagram’ın kendine özgü filtreleri Instagram kullanımını eğlenceli hale getirmektedir.

Takip/Takipçi Sayısı:Bir Instagram kullanıcısının profiline üye olmaya takip etme, bunu yapan kişiye ise takipçi sayısı denmektedir (Yeniçifti, 2016: 153).

Beğeni/Yorum Beğenme:Instagram kullanıcısının yaptığı paylaşımların takipçiler tarafından kalp şeklinde olan tıklanma yerine basılması beğenmeyi, gönderinin altına yapılan yorum kısmında yer alan kalp butonuna basılması ise yorum beğenme olarak adlandırılır (www.webtekno.com erişim tarihi: 25.04.2018).

Gönderiyi Kaydetme:Instagram kullanıcıları yaptıkları paylaşımlar arasında istedikleri gönderiyi sağ altta yer alan kaydet butonuna basarak kendi profillerinde ‘kaydedilenler’ kısmında ekleyebilmektedirler. Bu özellik sayesinde kullanıcıların Instagram’da koleksiyonları oluşmaktadır. Kolaylıkla kullanıcılar beğendikleri gönderileri bir arada bulabilirler (www.cnnturk.com erişim tarihi: 25.04.2018).

Arşivleme:Arşivleme özelliği ile kullanıcılar sadece kendilerinin görebileceği bir klasör oluştururlar. Arşivlemenin en önemli özelliği kullanıcıların silmek istediği paylaşımları silmeden arşive alarak tekrar görmek istediklerinde paylaşımlara ulaşma kolaylığını sağlamaktadır (www.ntv.com.tr erişim tarihi: 25.04.2018).

Instagram İşletme Hesabı Profili: Instagram’da bulunan bu özellik ile kullanıcılara iş ve marka yöneticileriyle beraber bir işletme hesabı kurularak kullanıcının adını duyurma, satış sağlama ve tanıtım yapma gibi olanaklar sunulmaktadır. İşletme hesabına sahip olmak için bir Facebook hesabının olması gerekmektedir. Bunun nedeni ise Facebook-Instagram hesaplarını birleştirmektedir. Ayrıca Instagram işletme profilinde kullanıcı hesabında kaç kişinin olduğunu, kaç kişinin çıktığını, hesabında olan sayısal yoğunluk hakkında bilgi edinebilmektedir (www.Instagramturkiye.com erişim tarihi: 25.04.2018).

1.4.3. Instagram’ın Sosyal Yönü

Instagram kullanımı bireylere kendilerini ifade edebilmeyi, sosyalleşebilmeyi ve kısa zamanda mekan-zaman kavramının ötesinde yeni yerleri tanıyıp keşfedebilme olanağını

sunmaktadır. Instagram’da yer alan bu özellikler bireylerin sosyal yönünü geliştirmektedir. Çünkü Instagram’ın görme ve gösterme üzerine dayalı olması kullanıcılara arkadaş edinmeyi, bilgi alışverişinde bulunmayı ve kültürel diyalogda artışın sağlanması gibi avantajları sunmaktadır. Bu doğrultuda Instagram’ın sosyal yönünü gerçekleştiren kullanım terimleri karşımıza çıkmaktadır. Kullanım terimlerini sırasıyla ele almak gerekirse;

Instagram Zaman Akışı (Ana Sayfa):Instagram kullanıcıları kişisel platformunda istekleri doğrultusunda paylaşımlar yapmaktadırlar. Yapılan paylaşımlar Instagram’da kronolojik bir sıraya göre ana sayfada yer almaktadır. Fakat ilerleyen süreçte Instagram kullanıcı sayısı artmıştır ve kullanıcılar takip ettikleri kişilerin paylaşımlarına yetişememektedir. Bu nedenle Instagram kendini yenileyerek paylaşımları kronolojik sıraya göre değil, popülerliğine göre zaman akışında göstermektedir (Hekimoğlu, 2019: 29). Kevin Systrom’a göre Instagram kullanıcıları paylaşımların %70’ni görememektedir (www.milliyet.com.tr). Instagram’ın kendini yenilemesiyle vakti olmayan bir kullanıcının kronolojik sıraya maruz kalmadan takip ettiği kişinin popüler paylaşımlarına erişebilmektedir. Sonuç olarak Instagram’da zaman kaybı olmadan kullanım etkinliği artırılmıştır.

Keşfet: Keşfet bölümü, Instagram’ın arama bölümü yerindedir ve orada popüler olan paylaşımlar bulunmaktadır. Instagram’ın bu özelliğiyle birbirini tanımayan insanlar birbirlerinin paylaşımlarını beğenmektedir. Keşfet bölümünün içeriği Instagram kullanıcısının daha önce beğenip paylaştığı paylaşımlara göre düzenlenir. Bazen de kullanıcının beğenmediği içerikler olduğunda bunu engelleyerek kaldırma seçeneği de kullanıcıya verilmiştir (Hekimoğlu, 2019: 30). Haziran 2018’de yapılan güncellemeye göre keşfet bölümü kategorize edilerek (güldürü, stil, yemek ve müzik gibi) kullanıcıların aramaları kolaylaştırılmıştır (www.ensonhaber.com erişim tarihi: 25.04.2018).

Hikaye (Story): Instagram’ın hikaye özelliği hem en çok kullanılan bir özelliktir hem de en geçici olma özelliğine sahiptir. Çünkü hikaye kısmında paylaşılan içerikler sadece 24 saatte görülmektedir. Bu özellik sayesinde kullanıcılar gündelik hayatının bir kısmını takipçileriyle paylaşmaktadırlar. Ayrıca hikaye bölümünde konum bildirimi, farklı yüz filtreleri, etiketleme, farklı stillerde yazı yazma, hava derecesi, gün, saat ve emojiler gibi çeşitli kullanım içeriğinin bulunması popülerliğini arttırmıştır (Hekimoğlu, 2019: 30). Kullanıcının kontrolünde olan hikaye bölümü, kimlerin hikayeleri izlediğini görmekte ve görmesini istemediği kişileri engelleyebilmektedir.

Mesajlaşma ve Direct Uygulaması: Instagram’ın Direct Message (Direkt mesaj/DM) özelliği ile fotoğraf veya video başka bir Instagram kullanıcısına gönderilmektedir. Hatta buradan

birkaç kişiyle grup kurarak sohbet yapmak mümkündür. DM özelliğinin sık kullanılmasıyla Instagram Direct adında bir uygulama geliştirerek mesajlaşma özelliğini başlatmıştır. Ayrıca mesajlaşma özelliğini kullanmak istemeyenler “mesajlaşma özelliğini kapat” seçeneğini tıklayabilirler (Instagram Account, 2017 erişim tarihi: 06.21.2018).

Hashtag (#):Hashtag # işaretinin çerçevesinde konular bir çatı altında yer alır. Bir nevi konu hakkında kullanıcıların düşüncelerini ifade etmek için gönderilen bir davetiye gibidir(Sütçü ve Aytekin, 2013: 1865).

Canlı Yayın:Instagram’ın canlı yayın özelliği ile kullanıcılar istedikleri zaman bulunduğu ortam içerisinde canlı yayın yapabilir, hatta başka bir Instagram kullanıcıını da ekleyerek beraber canlı yayında olabilirler. Canlı yayını izleyen takipçiler yorum yapabilir veya beğenebilir. Tıpkı hikaye özelliği gibi 24 saatte Instagram’da izlenmektedir (www.ntv.com.tr erişim tarihi: 25.04.2018).

Reklam ve Tanıtım Yapma: Instagram’da paylaşılan gönderiler reklam ve tanıtım yapma amacıyla da kullanılmaktadır. Kullanıcılar ticari sayfa oluşturarak gönderilerinin ve sayfalarının reklamını yapmaktadırlar. Reklamlar ücretli olup ücret bilgileri ve reklam süresi gibi detaylar kullanıcının kendisine aittir. Instagram reklamları fotoğraf, video, Instagram stories olarak yer almaktadır (business.instagram.com erişim tarihi: 05.07. 2018).

1.5 . Instagram’ın Mahremiyeti Dönüştürme Üzerindeki Etkisi

Instagram bireylerin görünürlüklerini yansıtan sosyal ağlardan biridir. Instagram’ın bu özelliği mahremiyetin değiştiğini ve gizli olanın sergilenmesini normalleştirmiştir. Instagram kullanıcıları profillerini açık veya yarı açık bir şekilde kullanarak kitlelere fotoğraf ve video ile görünmeyi, beğenmeyi ve izlenmeyi amaçlamaktadırlar. Açık olarak kullanılan Instagram profilleri, ‘keşfet’e düşerek takipçiler dışındaki diğer kullanıcılar arasında da izlenmekte ve görülmektedir. Görülmenin artışıyla beraber Instagram’da takipçi sayısı da artmaktadır (Aslanoğlu, 2016: 36). Takipçi sayısının fazlalığı Instagram’da kullanıcılar arasındaki görülmeyi şeffaflaştırmıştır. Bireysel olarak Instagram kullanımında mutluluk, sevinç veya bazen üzüntü duyulan durum da paylaşılmaktadır. Bireyin sıklıkla her anını paylaşması Instagram’da popüler olabilme amacını taşımaktadır. Bu anlamda Instagram’da takipçi sayısı ne kadar fazlaysa beğenme ve haz duygusu da beraberinde artmaktadır.

Bireyin Instagram’da yaşadığı beğenme ve haz duygusuyla birlikte paralel olarak paylaşımlarda da artış olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda bazen “bir kereden bir şey olmaz” düşüncesiyle özel yaşama ilişkin paylaşımlar ardı ardına yapılmaktadır. Örneğin; daha

önce eşi veya sevgiliyle ilgili paylaşım yapmayan birey, ilk defa ilişkisiyle ilgili paylaşım yaptıktan sonra beğenme sayısı ve yorumlarda yapılan mutluluk dilekleri, bireyi daha fazla paylaşım yapmaya yönlendirmektedir. Bunun gibi yapılan paylaşımlar adım adım mahremiyet ihlaline doğru götürmektedir (Hekimoğlu, 2019: 49). Başka bir örnek vermek gerekirse; mahremiyet denilince akla ilk gelen beden Instagram'da gösterme üzerine bir anlam kazanmıştır. Özellikle kadınların paylaşımlarında beden ve üzerinde kullanılan nesnelerin ön planda yer alması bedenin mahremiyet alanını yok ederek bedeni gösterilen cisme dönüştürmüştür.

Bireyin Instagram'da gösterdiği bu davranışlar, toplumun belirli bir kesimine ait değildir. Genel olarak Instagram'ı kullanan bireyler değer kayması yaşamaktadır. Çünkü toplumsal anlamda önemli olan aile, sevgi, aşk, ahlak ve mahremiyet gibi özel anlam taşıyan kavramların görünümü sınır ve kota olmadan ihlal edilmektedir (Hekimoğlu, 2019: 51). Bunun en temel kaynağı bireyin mahremiyetini bilerek ve isteyerek gün yüzüne çıkarmasıdır. Bireyin mahremiyetini bizzat ihlal etmesi, kişi ve söylemlerle özel yaşam alanını genele açması mahremiyeti zedelemektedir (Yüksel, 2003: 185). Instagram kullanımı birey için görünür olmayı, birileri tarafından takip edilmeyi ve beğenilmeyi ifade etmektedir. Hedeflenen amaç doğrultusunda beğenilmek ve görünür olmak, mahremiyeti koruma düşüncesini ortadan kaldırmıştır. Bu nedenle Instagram kullanıcısı sıklıkla paylaşım yapmaktadır. Paylaşımlarda özellikle kadınlar dini kimliği çerçevesinde kendilerini, bedenini, dini anlam ifade eden sembol ve nesneleri, anneliği, eşe veya sevgiliye duyulan hisleri Instagram'da fotoğraf ile birlikte takipçilerine göstermektedirler. Instagram kadın kullanıcıların yaptıkları bu paylaşımlarda dikkat çeken nokta ise gösterilen mahremiyet alanı dini anlam ve ifadelerle birlikte paylaşılmaktadır. Kadınların mahremiyet alanlarını Instagram'da göstermelerinde dinin araçsal olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda Araştırmanın ikinci bölümünde dini paylaşım yapan, dindarlığını gösteren kadınların mahremiyete yükledikleri yeni anlam yorumlanmaya çalışılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL DİNDARLIK BAĞLAMINDA MAHREMİYET: MUHAFAZAKAR DİNDAR KADINLARIN INSTAGRAM PAYLAŞIMLARI

Araştırmanın ikinci bölümünde temel alınan nokta dijital alanda mahremiyetin dönüşüm boyutunu yorumlamak olmuştur. Mahremiyet kapılar ardında, gizlilik esasına dayalı ve bireyin özel alanında yer alırken zamanla dijital teknolojinin egemenliği altında dijitalleşen toplumda mahremiyet zihinsel dönüşüme uğrayarak görünürlük üzerine yeni bir anlam kazanmıştır. Bu doğrultuda mahremiyetin günümüzde görünürlüğünü sağlayan sosyal ağlar oldukça dikkat çekmektedir. Sosyal ağlarda bireyin kendisini göstermesi ve özel alanının açılması mahremiyetin dönüşüm boyutunu hızlandırmıştır. Özellikle Instagram kullanımının yaygınlaşmasıyla mahremiyet yeni bir anlam üretmiştir. Mahremiyetin Instagram örnekliğinde dönüşümü kadınların paylaşımları çerçevesinde gerçekleşmiştir. Çünkü Instagram’da erkeğin paylaşımı sosyalleşme üzerine anlam kazanırken kadının yaptığı paylaşımlar mahremiyetin dönüşümü olarak değerlendirilmiştir.

Instagram’da kadınların paylaşımları azımsanmayacak derecede sıklıkla karşımıza çıkmıştır. Araştırmada özellikle dindar kadınların paylaşımları ve içeriği değerlendirilerek mahremiyetin dönüşüm üzerindeki etkisi yorumlanmıştır. Gündelik hayatın vazgeçilmez halini alan Instagram kullanımında kadınlar geleneksel yargılardan ve kalıplardan uzaklaşarak kendilerini ifade ederken aynı zamanda dindarlık kimliğini de paylaşımlarda göstermişlerdir. Dindar kadınların fotoğraf ve metinsel yazılarındaki paylaşımlarında mahremiyetin dönüşümü dini anlam ve gösterilen nesnelerle yumuşatılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda araştırmada örneklem olarak belirlenen dindar kadınların paylaşım içerikleri kategorilendirilmiştir. Bu kategoriler söz konusu dönüşümü yorumlamak amacıyla geliştirilmiştir.

Tablo 2. 1. Dindar Kadınların Paylaşım İçeriği

Aile
Kutsal Mekanlar
Çekilen Selfieler
Kıyafet (Başörtüsü, elbise, şal, tunik vb.)
Makyaj malzemeleri
Dini söz, yazı ve ekran görüntüsü

Tablo2.1.'de görüldüğü gibi dindar kadınların sıklıkla aile, kutsal mekânlar, çekilen selfieler, kıyafetler, kullanılan makyaj malzemeleri, dini söz ve yazılar ile ilgili yaptıkları paylaşımlar yorumlanmaya çalışılmıştır. Araştırmada belirlenen dijital alanda dindarlık görünümü ve mekan-zaman ilişkisi, dindar kadınların ürettiği helal söylem, bedenin görünümü, kullanılan dini sembol ve nesnelerin mahremiyeti dönüştürme noktasındaki etkisi Instagram paylaşımları örnekliğinde ele alınmıştır. Bu nedenle araştırmanın yönteminde yer alan betimsel analiz ve fenomenolojik yöntem dindar kadınların paylaşımları örnekliğinde kullanılmıştır. Ayrıca örneklem olarak belirlenen kadınların paylaşım sıklığı da tablolastırılarak betimsel analiz ve fenomenolojik yöntemlerle yorumlanmaya çalışılmıştır.

Tablo 2.2. Dindar kadınların ortalama Instagram paylaşım sıklığı

Şehir	Günlük	Haftalık	Aylık
İstanbul	3-4	21-28	84-112
Şanlıurfa	2-3	14-21	56-84
Sakarya	3-4	21-28	84-112
İzmir	8	56	224
Kocaeli	10	70	280
İzmit	4	30	120
Karabük	3	21	84
Rize	1-2	7-14	28-112
Ankara	4-5	28-35	112-140
Denizli	2	14	56
Trabzon	3-5	21-35	84-140
Konya	3-4	21-28	84-112

Diyarbakır	2-3	14-21	56-84
Gümüşhane	2-3	14-21	56-84
Antalya	1-2	7-14	28-56
Bursa	3-5	21-35	84-140
Kütahya	3-4	21-28	84-112
Samsun	2-3	14-21	56-84

Tablo 2.2’de dindar Instagram kadın kullanıcıların günlük, haftalık ve aylık olmak üzere paylaşımları veri halinde tablolastırılmıştır. Dindar kadınların paylaşım verilerine bakıldığında düzenli bir şekilde paylaşım yapıldığı görülmektedir. Bu durum Instagram’ın görme ve gösterilme üzerine olması ve Instagram’da sürekli paylaşım yapma sıklığı kullanıcılara popüler kimliği sağlamaktadır. Dindar kadınların edindikleri popüler kimlik doğrultusunda da devamlı olacak şekilde Instagram paylaşımlarının yapıldığı veriler ile belirlenmiştir.

2.1. Dijital Alanda Müslüman’ın Dindarlık Görünümü

İnternet çeşitli değişimleri beraberinde getirerek “Dijital Kültür” alanını inşa etmiştir. İletişim tarihinde internetin ve teknolojinin getirdiği yeni kültür şekli, dijital alanda gerçekleşmektedir. Dijital alanda birey; sanal mekanlarda gezinerek yeni insanlarla tanışmakta, bilgi edinmekte ve bunun sonucunda kültürel alışverişi sağlamaktadır. Dijital alan fiziksel olanı bölerek kendini daha verimli hale getirmektedir. Bu doğrultuda her türlü dijital alanı kullanan ve kültürünü edinen kullanıcılar bulunmaktadır (Arslan ve Ünlü, 2016: 41-65). Dijital alanı kullanan kullanıcılar ağırlıklı olarak genç nesillerden oluşmaktadır. Kullanıcı olan gençlere “Einstein nesli”, “Dijital nesil” veya “Dijital yerliler” gibi isimler verilmektedir. Dijital dönemin çok öncesinde doğanlara da “Dijital göçmen” adı verilmektedir (Dijk, 2016: 307).

Dijital yerliler, günümüz internet çağında dünyaya gelen, günlük işlerini ve aktivitelerini dijital alan üzerinde gerçekleştiren nesildir. Bu nesil, teknolojik faaliyetlere açıktır, iletişim ve sosyalleşmeyi de dijital alanda sağlamaktadır (Lei, 2009’dan akt. : Günüş, 2011: 2). Yeni iletişim ve teknolojik ürünlerine ergenlik döneminden sonra tanışan bireylere de dijital göçmen adı verilmektedir. Dijital göçmenlik, yirmili yaşlarında teknoloji, internet ve web hakkında bilgi sahibi olmaya başlayan, teknolojiyi ve ürünlerini kullanırken zorlanan veya uyum sorunu yaşayan, teknoloji okuryazarlığının dijital yerlilere göre eksik olan bireyler

olarak tanımlanmaktadır (Prensky, 2001: 5). Dijk'e (2016: 312: 313) göre dijital alanı çoğunlukla kullanan ve yenilikleri beraberinde getiren dijital yerlilerdir. Dijital yerliler teknolojiyi kullanırken belirledikleri ortak dil çerçevesinde kendilerini gösterebileceği bir dijital alanı inşa etmişlerdir. Bu alan içerisinde sms kodları ve kişisel mesajlar yer almaktadır. Kullanıcı gençler, mobil telefon ve internet ile gündelik hayatlarını, duygu ve düşüncelerini, dini tutum ve kimliklerini oluşturdukları dijital alanda ifade etmektedirler. Dijital alanın genç kullanıcılara verdiği avantajlar arasında gündelik hayata uyum sağlama, sosyal ilişkilerde bulunma, öz benliğini oluşturma ve kendini ifade etme gibi enformasyon paylaşımları ve içeriği bireylere sunulan özellikler arasında yer almaktadır. Bilgisayar ve kesintisiz internet bağıyla oluşan dijital alan, bireyin yaşam merkezinin temel alanını ve karakterini gösterme noktasında yardımcı olmaktadır. Bireyin yaşam alanında ailesi, arkadaşları ve toplumun özellikleri belirleyicidir. Karakter oluşumunda ise sosyal ve psikolojik durumlar birey üzerinde önemli bir etkene sahiptir. Bireyin kimliğini oluşturduğu, tutum ve değerlerini inşa etmesini sağladığı diğer bir etken de inandığı dinidir. Çünkü birey toplumsal yaşam alanında dini kimliği çerçevesinde eylem ve pratiklerini, duygu ve düşüncelerini gerçekleştirmektedir. Bunu yaparken de dindarlık olarak ele alınan çeşitli tipolojiler karşımıza çıkmaktadır. Dindarlık tipolojilerini ele almadan önce dindarlığın ne olduğunu açıklamak daha sistematik olacaktır.

Genel olarak değerlendirildiğinde bireyin yüce varlıkla olan bağı inanç, bu inanç merkezinde ortaya çıkan ilişki din, bağ ve ilişkinin bireyin yaşam alanında eylemlere dökülmesi ise dindarlık olarak kabul edilmektedir (Onay, 2007: 23). Dindarlık dine ait inanç, ibadet ve sembollerle ilişkili olma ve onlarla zaman geçirme sıklığını ifade etmektedir (Kurt, 2009: 16). Ayrıca dindarlık, bireyin yaşam alanının merkezinde dinin yer alması olarak da değerlendirilmektedir. Dinin belirlediği iman, ibadet, yasak ve günahların yaşamın her alanında bulunma durumudur. Her bir dindarlık türü farklı görünüme sahiptir. Dindarlık tipolojileri arasında duygu ve coşkuya yer veren, hikmet ve murakabeye dayanan, fedakarlıkve çileciliğe, ahlaka ve imana bağlı olan tipolojiler örnek olarak verilebilir (Paden, 2008: 162-171). Allport'a göre dindarlık iç kaynaklı ve dış kaynaklı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İç kaynaklı dindarlıkta bireyin yaşam alanının merkezinde din yer alır. Birey duygu ve düşüncelerini, eylemlerini dini emirlere ve görüşlere göre gerçekleştirir. Dini emirleri içselleştiren birey, dinin bütün gereklerini yerine getirmeye çalışır. Birey için din, tüm sorunlarla ve engellerle başa çıkma yolunu sağlayan bir güçtür. Dinini zevkle yaşamak ve benimsemek birey için amaç haline gelmiştir. Dış kaynaklı dindarlıkta ise bireyin yaşam

merkezinde dinin yer almasından ziyade bireyin istek ve amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla din araçsallaştırılmıştır. Toplum tarafından beğeni ve değer görmek için dinin emrettiği ibadetler yapılmaktadır. Zayıflamak için oruç tutmak, toplumsal açıdan dışlanmamak adına cuma namazına gitmek bu tip dindarlığa örnektir (Köse, 2012: 113). İç kaynaklı dindarlıkta samimi bir şekilde dine bağlılık söz konusuysen, dış kaynaklı dindarlıkta ise bireyin amaçları çerçevesinde din araçsal olarak kullanılmaktadır.

Birey dindarlığını dijital alanın özelliğine göre ifade etmektedir. Dijital alan içerisinde kullanılan sosyal ağlarda birey paylaşımlarında özlü söz, fotoğraf veya video ile dindarlığını sanal çevresine göstermektedir. Bireyin dijital alandaki bu gösterimi daha fazla beğeni ve takdir almaya dayanmaktadır. Çünkü kullanılan sosyal ağlarda kolay beğeni almanın diğer bir yolu dini paylaşım yapmaktır. Bu doğrultuda bireyin dijital alandaki dini paylaşımları dış kaynaklı dindarlık olarak ifade edilebilir. Özellikle günümüzde sık kullanılan Instagram’da kadın kullanıcılar dindarlığını göstermek adına paylaşımlarında dini içerikli söz ve anlamlara yer vermektedir. Kadın kullanıcıların dijital alanda dindarlıklarını göstermesi ve bunu mahremiyet olarak görmemeleri yeni bir kuşağın özelliği olarak açıklanmaktadır.

2.1.1. Dijital Alanın Dışa Dönük Dindarlığı

Dijital alan, Müslüman bireylerin ve toplumların din ve dindarlığını bildirme ve gösterme açısından kolaylık sağlamaktadır. Müslüman birey, dijital alanın kültürel özelliklerine ve söylemlerine ayak uydurarak dindarlık davranışlarını sergilemektedir. Dijital alan bireyin bilgilerinin yer aldığı, fotoğraf paylaşımlarının yapıldığı, bireysel ilişkilerin ve duyguların ifade edildiği kamuya açık bir alandır. Bu nedenle dijital alanın dışa açık görünümü Müslüman bireylerin dindarlık davranışlarını göstermekte ve mahremiyet anlamlarını değiştirmektedir. Dijital alanda ortaya çıkan Müslüman bireyleri, İngiliz Müslüman Yazar Shelina Janmohamed yazdığı “*Generetain M-Dünyayı Değiştiren Genç Müslümanlar*” adlı son kitabında Y neslini, Generetain M, yani M Jenerasyonu olarak tanımlamaktadır. Dünyanın en genç nüfusuna sahip olan İslam dininde, 1.6 milyar Müslüman’ın üçte ikisi 30 yaşın altında olup M Jenerasyonu tanımına girmektedir. Janmohamed’e göre M nesli; küresel alanda görünürlük kazanan, dinlerini hayatlarının merkezine yerleştiren ve varlıklarını her yerde gösteren nesildir. Bu nesil, belli bir coğrafyaya ait olmayıp, kendi inanç değerleri çerçevesinde oluşan bir karaktere sahiptir (Janmohamed, 2018: 52). Janmohamed; genç Müslümanların değişimini ise haklarındaki klişeleşmiş yaklaşımları yıkan, geleneğe ve kalıplaşmış kültüre meydan okuyan, en yeni trendlere liderlik

eden, dinamik, enerjik, girişimci, düşünce ve eylemleri gerçekleştiren şeklinde açıklamaktadır. Janmohamed'in açıklamaları çerçevesinde Müslüman M Jenerasyonu, gerçek dünya ile dijital alanı bir araya getirmektedir. M Jenerasyonu kendini ifade etmek ve dikkat çekmek adına gerçek dünyalarını dijital alanda göstermektedir. Dijital alan M Jenerasyonu için yeni bir alan açma, küresel kimliklerini inşa etme ve büyütme imkanını sağlamıştır. Bu doğrultuda M Jenerasyonu; blog yazmak, sosyal ağları kullanmak, eş bulmak, yeni müzikler keşfetmek, yenilikçi olduklarını göstermek, dinleri ile ilgili bilgi edinmek, kendileri için güvenli alanlar oluşturmak ve kendilerini göstermek gibi amaçlarla dijital alanı kullanmaktadır.

Dijital alanın çok boyutlu kullanımı ve getirdiği görünme özelliği sayesinde dini görünüm gerçekleşmektedir. Dijital alanda dinin görünümü ile birlikte dini bilgi, dini pratik ve uygulamalar da gösterilmektedir. Tespih çekmekten kurban kesmeye, dua etmekten namaz kılmaya kadar dini ibadetler dijital ibadet haline dönüşmüştür (Çamdereli, 2013: 65). Dijital ibadetin taşınabilir olması ve kolaylıkla gerçekleşebilme özelliği sayesinde dijitalleşen dijimüminler (Müslümanlar), dijitalleştirdikleri dijiibadetlerini her türlü zaman ve alanda gerçekleştirmeye başlamışlardır. Cuma hutbesi dinlerken çekilen selfiler, şeytan taşlama ve Kabe'ye olan yakınlığın fotoğraflanarak edep ve mahremiyet aşınımı hissedilmeden dijital alanda yayılması dijital ibadetin söylemine dönüşmüştür. Dijital alanda görülme ve izlenme hazzı yapılan ibadetin önüne geçmiştir. Müslüman dindarlığın görünümü, dijital alanın söylem ve özelliklerine göre şekillenerek paylaşılmıştır.

Dijital alanın sunduğu yenilikler arasında sosyal ağların yeri önem taşımaktadır. Din ve dine ait olan pratik ve uygulamalar sosyal ağlarda paylaşılarak görünürlük kazanmaktadır. Dini selamlama, hayırlama, dua ve ibadet etme gibi dini yaşamın aktiviteleri olan eylemlerin dijitalleşmesinin yanında dinsel bir şekilde yapılan nişan, düğün, evlilik gibi toplumsal eylemler de dijital alanın sosyal ağlarında paylaşılarak gösterilmektedir (Çamdereli, 2018: 40). Toplumda yapılan kimi törensel uygulamalar mahremiyet taşıyarak yakınlar tarafından bilinirken, sosyal ağların kullanımıyla sanal kullanıcıların bilgi ve görüşlerine sunulur hale dönüşmüştür. Dijital alanın Müslüman nesli, kullandığı sosyal ağlarda evliliğinin yakınlar tarafından bilinmesiyle yetinmeyerek sanal arkadaşlarına mesaj, fotoğraf ve video gibi paylaşımlarla bildirmektedir. Dijital alanın ritüelleri, mahremiyeti ifşa ederek dindarlık anlamlarını başkalaştırmıştır. Çeşitli gün ve vakitlerde dua paylaşımlarının yapılması, dini mekanların fotoğraflanması ve dini zamanlarda dindarlığın vurgulanması dijitalleşmenin dayattığı özelliklerdir.

Günümüz dijital toplumunda dindarlığın gösterildiği sosyal ağlar arasında olan Instagram oldukça önem taşımaktadır. Çünkü Instagram’da dini ritüeller ve dini ibadetler kullanıcıların paylaşımlarında bulunmaktadır. Müslüman kadın kullanıcılar Instagram kullanımının özelliğine göre kendilerine yeni sosyalleşme alanını inşa ederken, diğer yandan dini kimlikleri çerçevesinde dindarlıklarını da yansıtmaktadırlar. Bu doğrultuda kadınların paylaşımlarında yer alan dini söz, anlam veya gidilen kutsal yerlerin fotoğraflanmasıyla dindarlık gösterilmeye çalışılmaktadır. Ayrıca toplumsal ritüellerden biri olan söz, nişan, evlilik, annelik gibi eylemler de kadınların Instagram paylaşımlarında dini anlamda kullanılarak gösterilmektedir. Müslüman kadınların Instagram’daki bu paylaşımlarında din araçsallaştırılarak mahremiyetin görünürlüğü normalleştirilmektedir. Bununla birlikte Instagram’ın görme ve gösterme üzerine dayalı olması Müslüman kadınları hem paylaşım yapmaya hem de mahremiyet alanını ortadan kaldırarak kendilerini göstermeye doğru sürüklemiştir. Dindarlıklarını göstermelerinin yanı sıra kadınlar bedenlerini dini anlam ve sözlerle birlikte paylaşarak mahremiyetin görünümü esnekleştirilmeye çalışılmıştır. Gizliliğe dayanan kutsal beden anlayışı Instagram’da gösterme üzerine yeni bir anlam üretmiştir.

2.2. Kutsal Bedenin Dijital Görünümü

Geçmişten bu yana toplumların beden ile ilgili anlayışlarında çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Beden ruhun evi ya da hapisanesi, aklın zıttı ya da çelişiği, hazzın ve acının kaynağı, benliğin ve sosyal kimliğin oluşumu gibi ifadeler ile edebi, dini, felsefi ve tıbbi açıdan değerlendirilmeye çalışılmıştır (Yıldırım, 2008: 5-6). Beden, toplumların özelliklerine göre kimi zaman güzelleştirilerek önemli mevkide yer almış, kimi zaman ise terbiye etmek amacıyla aç bırakılmış ve kısıtlanmıştır. Beden, Antik Çağda güç ve cesaret sembolü olarak estetik odaklı bir algı taşımıştır. Orta Çağda ise beden, ruh ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Batı medeniyeti bu dönemlerde bedeni bir yük olarak görüp bedeni acı çekmeye, eziyet etmeye ve hor görerek terbiye etmeye, bedeninin temel ihtiyaçlarını ve arzularını gidermeyerek bedeni arındırmaya çalışmıştır. Bu sayede bedeni şeytandan uzaklaştırarak bedeninin temizlendiğine ve yüceltildiğine inanılmaktadır (Şişman, 2003: 34-36). İslam düşüncesine göre bedeninin ruha ev sahipliği yapması bedene önem verilmesini sağlamaktadır. Birey bedenine iyi davranmak, temel ihtiyaçlarını sağlamak ve korumak, bedeni iyi işlerde kullanmakla sorumludur. İslam peygamberinin “*Bedenin senin üzerinde hakkı var*” (İslam Ansiklopedisi, 1997: 137) sözü, dini yönden bedeni korumayla ilgili düşünceye açıklık getirmektedir.

Beden “mahrem” ve “genel” olmak üzere iki farklı boyutta değerlendirilmiştir. Bedenin mahrem boyutu “örtme” kelimesi eşliğinde bedeni gizli tutma ve başkalarından sakınma anlamını ifade etmektedir. Yani “örtünme” sadece fiziksel örtünme değil, bedeni gözlerden ve yabancı bilgiden uzak tutma kapsamındadır. Bedenin genel boyutu ise sosyalleşme, sosyal kimlik edinme, bilgi ve görüşe açık olan alanıdır. Bu anlamda İslam’da örtünme bedenin mahrem olduğunu, kimse tarafından izlenmesi ve görülmesine müsaade edilmediğini, korunması ve temiz tutulması gerektiğini, sahibinin dışında kimsenin beden üzerinde hakimiyet kuramayacağını ifade etmektedir (Öğüt, "Açık Görüş", Star Gazetesi, 14 Ocak 2008). Toplumsal ilerlemeye bağlı olarak dijitalleşen toplumda bu durum mahremiyet olarak görülen beden anlayışını değiştirerek bedeni görme ve gösterme üzerine yeniden anlamlandırmıştır. Bireyin bedenini görselleştirdiği alan dijital teknolojileridir. Dijitalleşme ve internetin gelişimi ile birlikte kamusal ve özel alanın değişimi mahremiyete farklı bir boyut kazandırmıştır (Dolgun, 2008:193). Kamusal alanın ev rahatlığını vermesi, mahremiyetin gizli kalma ihtiyacını ortadan kaldırmıştır. Bedenin açık bir şekilde her parçası bölünerek gösterilmesi, bedeni seyirlik unsuruna dönüştürmüştür.

Dijital alanda bedenin görselleştiği, bireyin ad, soyad ve kimlik bilgilerinin yer aldığı sosyal ağlar bulunmaktadır. Sosyal ağlar fotoğraf, video, mesaj, yorum gibi görsel ve dijital iletişimin sağlandığı yeni alandır. Bireylerin kendilerini ifade ettikleri, haberleştikleri, yazıştıkları ve gündelik hayatlarını yansıttıkları sosyal ağlar geniş çapta kullanılmaktadır (Güzel, 2006: 7, aktaran Özdemir, 2009: 376-377). Günümüzde bedenin görünümü sosyal ağlardan olan Instagram’da sıklıkla paylaşım yapılarak mahremiyetin değişimini göstermektedir. Bedenin mahremiyet boyutunun gösterdiği değişim kadınların paylaşımları üzerinde gerçekleşmektedir. Çünkü İslamiyet’e göre kadın bedeni Müslüman toplumlarda cinselliğin namus kavramıyla özdeş anlama gelmektedir. Kadının namusu veya mahremiyeti, dokunulmazlığı toplumun düzeniyle aynı ifadeyi taşımaktadır (Demir ve Yiğit, 2013: 468). Bu durum dijital alanda değişerek bedeni görmemeyi kaçınılmaz hale getirmiştir. Özellikle kadınların paylaşımlarında kendilerini göstermeleri ve Instagram’da paylaşımların herkes tarafından görülmesi mahremiyetin gizliliğini değiştirmiştir.

Instagram kullanıcısı olan dindar kadınların paylaşımlarında dini kimliğini, kutsal ve mahremiyet olarak gördüğü bedenini dini mekân ve zamanlarda fotoğraflayarak paylaşım yapmaktadır. Mahremiyetin sınırı ve dindarlık algılamasında kadın dindarlığı, toplumsal cinsiyetle ilgili bir durumdur. Instagram’da görünmek için paylaşılan fotoğraflarda erkekler ve kadınlar arasında farklılık görülmektedir. Erkeğin fotoğraf paylaşımı sosyalleşme amaçlı

kullanıma denk gelmekte iken, kadınların fotoğraf paylaşımları mahremiyetin dönüşümünü göstermektedir (Karslı, 2016: 213). Instagram'ın dindar kadın kullanıcıları bu doğrultuda dini kimliğini gittiği dini mekanlarda fotoğrafını bedeninin bütün şeklini alacak şekilde çekerek Instagram sayfasında paylaşmaktadır. Bu konuda Instagram'da yapılan paylaşımları örneklendirmek gerekirse:

Yaptığımız bütün ibadetleri kabul eyle. Hoşnutluğunu kazandıracak, kusursuz kullukta bulunma imkanlarını lütfeyle. Bizi, rızanı kazanmak için acele edenlerden, amel-i Salih işleyenlerden eyle. Hakiki iman edenlerden, yoluna yönelenlerden, emrine kulak verenlerden eyle. Birbirine karşı hakkı ve sabrı tavsiye edenlerden, seni zikredenlerden ve sana şükredenlerden eyle. İyilik ve güzellikten yana olan, hayır ve hizmetten geri durmayanlardan eyle. Bahtiyar kullarının amellerini işleyenlerden, muradına nail olanlardan eyle. Böylece bizi razı olduğun sevgili ve seçkin kullarından eyle Ya Rabbi (Amin, 2017 Nisan, Rabbim tekrarını nasip et, isteyen herkese nasip etsin, giden kardeşlerimize tekrarını nasip etsin çok özledim...

Instagram kullanıcısının bu paylaşımında dini söyleme yer verilmiştir. Ayrıca paylaşım ile birlikte gösterilen fotoğrafın içeriğinde dindar Instagram kadın kullanıcı gittiği Umre ziyareti sırasında elini ve başını Kabe'ye değdirerek secde yapıyormuş gibi fotoğraflamıştır ve Instagram sayfasında paylaşmıştır. Dini ibadet ve eylem görselleştirilerek takipçiler tarafından beğenme, takdir etme ve övülme hazzını yaşatmaktadır. Dindarlık gözlerden uzak ibadetlerin gerçekleştirilmeye çalışıldığı, Allah'a olan manevi yakınlığın gizlendiği dini eylemdir (Okumuş, 2012: 60). Müslüman kadının Instagram'da yaşadığı dindarlık dini söz ve anlamlarla, dış görünümle ve gidilen kutsal yerlerin fotoğraflanmasıyla dış görünümlü dindarlık kavramını somutlaştırmıştır. Dindarlığını daha fazla gösterme amacıyla dini paylaşımlar birden fazla yapılmıştır.

Yüreği yangın yeri olup dilinden buraları eksik etmeyenlere de Rabbim nasip etsin en güzel zamanlarım. En güzel anılarım Umre'nden kabul olunan en güzel dualarım.

Bu yazıyı neden paylaşıyorum? Belki nasiplenene olur, özellikle insanların kalbini diliyle kırmayı huy edinenlere, ölümlü dünya.

'Allah'ıTeala çirkin hareketler yapan, çirkin sözler söyleyen kimseden nefret eder' (Tirmizi, Birr, 62).

Bir Müslüman'ın, yanında bulunmayan din kardeşine yapacağı dua kabul olunur. Bir kimse din kardeşine hayır dua ettikçe, yanında bulunan görevli bir melek ona, 'Duan kabul olsun, aynı şeyler sana da verilsin' diye dua eder." (Müslim, Zikir 87, 88; İbni Mâce, Menâsik 5) Dualarımdasınız inşallah (Bursa, 28, Lisans, Evli).

Paylaşılan fotoğrafın altına yazılan bu yazıda kadın bedeni arkada olup Kabe ön plana çıkartılmaya çalışılmıştır. Elini kaldırarak Kabe'ye selam verilmiştir. Bedensel duruş, bireyin

vermek istediği iletiyi karşı tarafa bilgilendirmenin kolay bir yoludur. Bu nedenle görselde verilmek istenen ileti, beden ve kutsal mekanın birlikte gerçekleştirdiği ruhani uyumu gösterme amacını taşımaktadır.

Instagram kullanımı mekan-zaman kavramını esnekleştirerek kadın kullanıcıların zamanla aynı eylem ve pratiklerde bulunduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda farklı şehirlerde yaşayan kadınların dijital alandaki dindarlıkları yaptıkları paylaşımlarla aynı amacı taşımaktadır. Sakarya’da yaşayan dindar kadının paylaşımları bu duruma örnektir.

Yar’im, Yar bildiğim... Beşeri alemlerden yüreğime nakşeylediğim... Ey Leyl-i Lem Ey Katre-i Dem. Söyle şimdi hangi narın fırkatı yakacak bu sineyi sensiz. Hangi kuyuya Yusuf olacak gönlüm ki Züleyha. Karşılıksız sevecek beni kim İbrahim diye yakacak sinemi. Kim beni sen gibi hasretinle yollara davud edecek... Ah yar iste bu yüzden ben yine Bi’lâl hükmünde, bu sefer ben değil, minareler benim üstümde... Haydi al kuşak takıp gel hüznünle geceme, yüz görümlüğün ömrümdür. Tak beni boynuna yar, Rahman ve Rahim Olan ALLAH’ın aşkıyla.

Ve gördük ki; mekân değildir, zamandır önemli olan. Ve lakin o da değildir, eylemdir önemli olan. Ve o dahi değildir kalp olmadıkça.

Müşrikler tarafından hırpalanan Hz. Ebubekir (ra) baygın bir vaziyette evine götürülür yüzü kan içinde kalmış bir halde uyanınca ilk sorduğu şey “Rasûlullah iyi mi?” olmuş. Kendi canından geçmek, nasıl bir vefa nasıl bir dostluk?

Gönenli Mehmet Efendi’nin bir duası: Yarabbi razıyım senden, sen de razı ol benden. Hayırlar yaz başımıza, iyileri çıkar karşımıza (Sakarya, 26, Lisans, Evli).

Birey dindarlığını yaşayabilmek için belli bir kutsal mekana ihtiyaç duymuştur. Bireyler yeryüzünde yaşadıkları süre boyunca dini pratik ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kapı, zemin, pencere, duvar, eşik gibi nesneleri dini metafora dönüştürmüşlerdir. Bu doğrultuda dindar bireyler, geleneksel ruh-beden ayrımında bedeni fiziksel mekânlara yerleştirmekte, ruhu ise bilinç-maneviyat açısından metafiziksel yapılar olarak tasarlamışlardır (bkz. S. R. Bürge, “Angels, Ritual and Sacred Space in Islam” Comparative Islamic Studies, 2017:221-245). Dijitalleşen toplumda ise kutsal beden gösterilmeye dayanmaktadır. Dijital alanda fiziksel mekanlar yerini kullanılan sosyal ağlara bırakmıştır. Bunun sonucunda beden ve bireysel dindarlık gösterimi Instagram’da paylaşılarak mahremiyeti değiştirmiştir. Çünkü inanç çağından beğeniye, gösterime dayanan yeni bir mahremiyet anlayışı üretilmiştir, bunu da yapılan paylaşımlarda görmekteyiz. İzmir’de yaşayan dindar kadının paylaşımları bu açıklama çerçevesinde karşımıza çıkmaktadır.

Ey iman edenler! Sabrederek ve namaz kılarak Allah'tan yardım dileyin. Şüphe yok ki, Allah sabredenlerle beraberdir.

“Şu hayatta kalbinizin güzelliği kadar iyiliklerle, kalbinizin çirkinliği kadar da kötülüklerle karşılaşacaksınız... Benim kendim için ve sizler için Allah'tan dileğim; herkes kalbinin ekmeğini yesin inşallah... (Beğenmeyi unutmayın)

“Şüphesiz ki bedende bir parça vardır; o düzgün olursa bedenin tamamı düzgün olur, bozuk olursa bedenin tamamı bozuk olur. Dikkat ediniz ki o kalptir”(İzmir, 28, Lisans, Evli).

Bu paylaşımlarda bedenin maneviyatına değinilerek onu güzelleştiren noktanın kalp olduğu dile getirilmiştir. Beden namaz kılınarak dini ibadetlerini yapma şeklinde ifade edilmektedir. Ayrıca bedeni mahremiyet olarak koruyan, saklayan ve yabancı bireylerin bakışlarından uzak tutan bedenin giydiği kıyafetlerdir. Instagram'da mahrem olan beden fotoğrafta bütünüyle yer almakta ve kıyafetin beden üzerindeki görünümü takipçiler tarafından beğenilme isteğini taşımaktadır. Ankara'da yaşayan dindar kadının paylaşımlarında da benzer şekilde bedenin dijital görünümü ve dindarlık ilişkisi gösterilmeye çalışılmıştır.

Hayatımızda Mevlana hazretlerinin hoş görüşünü, edebini, tasavvufi ahlâkını katamıyorsak bence Mevlana'yı tanımıyoruz demektir. Mesnevi bir aşktır. Okurken ilim ile yanan yüreklerden eylesin (Amin).

Kalp deniz, dil kıyıdır. Denizde ne varsa kıyıya o vurur. (Mevlana).

(hiss-i kablel-vuku) Olacak bir şeyi henüz gerçekleşmeden önce hissetmek, önsezi. Dilimize Arapçadan geçmiştir. His kelimesinin, önce manasındaki kabl ve meydana gelme manasındaki vuku kelimeleriyle birleşiminden oluşmuştur.

Ah da yerini bulur er ya da geç, hak da yerini bulur. Sen iyi şeyler düşün içinden ne düşünürsen o olur. İlâhi adalette zaman aşımı yoktur (Ankara, 29, Lise, Evli).

Paylaşımlar ele alındığında kadın kullanıcının Instagram'da gösterdiği dindarlık özel dini günlere ve kişilere bağlı olarak daha fazla artmıştır. Mevlana haftası olmasından dolayı kadın kullanıcı paylaşımlarında Mevlana'nın düşünceleriyle dindarlık gösterilmeye çalışılmıştır. Bununla birlikte Arapça bir kelimenin Türkçe karşılığına yer verilerek yüz selfiesiyle paylaşım yapılmıştır. Fotoğrafın altına da ilahi adalet ve zaman kavramına değinilmiştir. Genel anlamda kadınların paylaşımlarında dini anlamların kullanılmasıyla birlikte gösterilen bedenin uğradığı mahremiyet anlayışı Instagram'ın kullanım kültürüyle normalleşen bir durum haline gelmiştir. Çünkü mahremiyet alanı Instagram'da açık şekilde paylaşılarak gösterime sunulmaktadır. Bu doğrultuda dindar kadınların paylaşımlarında bedene ait el, yüz, ayak gibi paylaşımlar yapıldığı görülmektedir. Özellikle bedenin sıklıkla gösterildiği yüz selfiesi mahremiyetin değişim boyutunu açıkça göstermektedir.

2.3.Mahremiyetin Dijital BedendeDoğallaştırılması: Selfieler

Instagram’da fotoğraf paylaşımında bedenın yanı sıra selfie olarak çekilen fotoğraflar oldukça sık paylaşılmaktadır. Selfie kelimesi İngilizce bir kelime olup self + ie eklerinin birleşmesiyle oluşmuştur. Self sözcüğünün Türkçe anlamı kendi, kişisel anlamına gelmektedir. Selfie sözcüğünün İngilizce karşılığı ise cep telefonu veya fotoğraf makinesiyle kişinin kendi fotoğrafını çekmesi ve sosyal ağı yüklemesi anlamını ifade etmektedir. Selfie 2013 yılında Oxford İngilizce Sözlüğü tarafından yılın kelimesi seçilmiştir (oxforddictionaries.com). 2002 yılında selfie sözcüğünü Avustralya’daki bir blog yazarı kullanmıştır. Selfie sözcüğü sosyal ağda 2004 yılında flickr sitesinde görülmüştür. 2000’li yılların başında My Space’te, 2009’da Flickr sitelerinde kadınların selfie fotoğrafları yaygın olarak yer almıştır. Özellikle genç kızların ve kadınların çektiği selfie fotoğrafları, sosyologlar tarafından dikkat çekmektedir. Çünkü çekilen selfieler erkek bakışı için sunulmuş ve arzunun birer nesnesi halini almıştır (Uzundumlu, 2015: 8).

Instagram’ın hayatımıza girmesiyle beraber selfie-Instagram bütünlüğü oluşmuştur. 2011 yılında Jennifer Lee adlı kullanıcı ilk kez Instagram hashtag’i kullanmıştır. Lee’nin selfie hashtag’i Instagram’da popülerleşerek selfie paylaşımlarını günümüzde arttırmıştır. Selfienin günümüz sosyal ağlarında ve özellikle Instagram’da kullanım amacı tespit edilmesi gereken bir durumdur. Bu doğrultuda selfie paylaşımlarında bireyler günlük ruhsal durumlarını takipçileriyle paylaşarak popüler olma ihtiyacını gidermektedirler. Takipçi sayısını arttıran bireyler, selfie ile sık sık profil fotoğrafını değiştirerek “Ben Güzelim” vurgusunu yapmaktadırlar. Sosyal ağlarda beğenilme ve popüler olma ihtiyacı, bireyin kendini daha iyi gösterme sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Barthes’e göre fotoğrafı çekilen kişi, daha iyi görünmek için bambaşka bir bedene bürünmektedir (Barthes,2011: 23, akt; Uzundumlu,2015: 8). Bu nedenle Instagram’ı kullanan birey, mutluluğunu ifade etmek için dil yerine kocaman bir gülümsemeyle çekilen selfieyi tercih etmektedir. Yazar Daniel Gulati’ye göre Instagram gibi kullanılan sosyal ağlar bireyi teşhir etmekte ve mutsuz olmasına sebebiyet vermektedir. Çünkü bireylerin hayatlarında ne kadar mutlu olduğunu göstermesi, insanların yaşamlarını sorgulamasına neden olmaktadır (mail.salom.com.tr). Sosyal ağlarda mutluluğa dair yapılan paylaşımlarla birlikte yemek yenilmeden, kıyafet giyilmeden önce çekilen selfie fotoğrafları yer almaktadır. Fotoğraflarda anı yaşama keyfinden uzaklaşılarak “like-beğen” sayısını arttırmak amacıyla mutluluk göstergeleştirilmiştir.

Göstermeye dayalı olan selfie fotoğraflarında bireyin kendisi ön planda yer almaktadır. Günümüzde selfie fotoğrafları sadece yüzü çekmekle kalmayarak bireyin ne

giydiğine, ne pişirdiğine, kiminle nereyi gezdiğine ve hangi sofrada ne yemek yediğiyle alakalı birçok mahrem alanı gözler önüne sermektedir (Bilgili- Şener vd, 2013). Bu da bireyi temel özelliği olan ‘düşünüyorum o halde varım’dan uzaklaştırarak ‘görünüyorum o halde varım’ şekline dönüştürmüştür. Kültürel hale gelen selfie, bireyleri görünür kılmakla beraber, kamusal alanı ortadan kaldırarak güven ve benlik duygusu sorununu meydana getirmiştir (Rutledge, 2014). Instagram’ın gündelik hayatta yer alması ve selfie fotoğraf paylaşımlarının sıklıkla yapılması sosyal etkileşim, beden dili, özfarkındalık, gizlilik gibi kamusal davranış şekillerini değiştirmiştir (Saltz, 2014: 45). Selfie fotoğrafları bireyin en doğal halini paylaşmaya doğru ilerlemiştir. Mesela birey uyanır uyanmaz yatağında “Günaydın Selfiesi” veya “Duş Selfiesi” gibi en mahrem alanlarını paylaşmaktadır. Bu paylaşımlarda bireyin mahremini gizleme ve utanma duygusu gibi endişeleri bulunmamaktadır.

Mahremiyetin değişerek Instagram’da gösterilmesi Müslüman kadınlar üzerinde de etkili olmuştur. Müslüman dindar kadınların da sıklıkla selfie fotoğrafını paylaşmaları dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda dindar kadınların Instagram sayfalarında paylaştıkları selfie fotoğraflarının sayısı ile mahremiyetin değişim ilişkisi tablolaştırılarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Tablo 2.3. Dindar Kadınların Selfie Sayıları

Şehir	Selfie Sayısı	Şehir	Selfie Sayısı
Erzurum	86	Karabük	30
Bursa	61	Tekirdağ	34
İstanbul	150	İzmir	110
Sakarya	120	Şanlıurfa	135
Antalya	150	Kocaeli	50
Mersin	55	Diyarbakır	60
Trabzon	52	Gümüşhane	72
Denizli	36	Yalova	85
Ordu	52	Konya	30
Ankara	40	Samsun	83

Tablo2.3.’e baktığımızda dindar kadınların selfie paylaşımları azımsanmayacak derecede olduğu gözükmektedir. Çünkü kentsel farklılığa rağmen dijital alanda dindar kadınların selfie fotoğraflarıyla paylaşım yapmaları aynı eylem ve pratiklerde bulunulduğunun bir sonucudur. Dindar kadınlar, çektikleri selfie fotoğrafları ile bir yandan

bedeni teşhir ederken diğer yandan dini kimlikleri çerçevesinde paylaşımın altına dini içerikli söz ve anlamları da eklemektedirler. Dini içerikli paylaşımları örneklendirmek gerekirse:

Beyaz başörtümle sürekli Umre'den gelmiş gibiyim.

Olmuyorsa vakti değildir, hakkın değildir. Olmuyorsa hakkında hayırlı değildir. Küsmeyen, isyan etmeden sabredeceksin.

İstisnasız her seferinde yıkmalarına rağmen, tuz buz olmama rağmen; içimdeki tertemiz hisleri korumak için baya savaş veriyorum. Verelim bakalım (Antalya, 26, Ön lisans, Evli).

Selfie fotoğraflarında gösterilen mutluluk, benlik yüzdeki hat ve mimikler bireyin kimliğini, kültürel özelliklerini yansıtmaktadır. Bununla birlikte selfiede yüzün ön planda olması birey üzerindeki nesneleri ayrıntısıyla göstermektedir. Kadınların selfie fotoğraflarında bedenin gösterilmesiyle beraber dini kimliği ifade eden tesettür, giyim ve nesneler dini içerikli anlamlarla paylaşılmaktadır.

Yaprak döker bir yanımız, bir yanımız cennet bahçe.

Ey inci, kırıldım diye üzülme. Parlayacaksın...

Sen bir devsin, yükü ağır devin. Kalk ayağa, dimdik doğrul ve sevin! Ölse de sevinin, eve dönsek de! Sanma bu tekerlek kalır tümsekte. Yarın elbet bizim, elbet bizimdir. Gün doğmuş, gün batmış, edeb bizimdir.

Siz siz olun... Siz siz olun başkası olmayın.

Bin sene de okusam... Ne biliyorsun diye sorsalar bana, haddimi bilirim derim.

Geceye dair son kelam, Allah büyük vesselâm (İstanbul, 27, Lisans, Evli).

Dijital alanın kullanımı ve yaygınlığı günümüz mekan-zaman kavramını akışkan hale getirmiştir. Bu doğrultuda Instagram'ın aktif kullanımı farklı şehirlerde yaşayan ve farklı kültürel özelliklere sahip olan dindar kadınları aynı eylem ve pratiklerde buluşturmuştur. Dindar kadının paylaşımları ve çekilen selfie fotoğrafları bedeni ve yüzü teşhir ederek ve buna dini anlamları ekleyerek mahremiyetin gösterilmesini kültürel hale getirmiştir.

Bir elin hissediş hikâyesidir bu satırlar. Gözler ellere takılır önce yardıma uzanacak ellere. El olmak lazım aslında yüreklere serpilen sevinç tohumları taşıyan. Ve yine el olmak lazım sevgiye aç olan kalpleri açmak için.

Ama küçük, ama büyük; her hayal kırıklığı, her acı; bir fırsat yaşamdan yeni bir şeyler öğrenebilmek için; kaçırmamalı! Çünkü hiç düşmemişsen, el vermezsin kimseye kalkması için, hiç çaresiz kalmamışsan, dermanı olamazsın dertlerin; ağlamayı bilmiyorsan neşesizdir kahkahaların; merhaba dememişsen, anlamsızdır elvedaların (Bursa, 28, Lisans, Evli).

Velhasıl kelim; kalp herkeste var. Yürek denen başka bir şey... (Mevlana Celaleddin-i Rumi).

Bu kadar şükredecek şey varken, neden çok şükürlük hayatların az şükürlü insanlarıyız? Hatta hiç bir şeyden memnun olamıyoruz (Ordu, 24, Lisans, Bekar).

Şeffaf=Saydam Yani diyor ki bir taraftan bakınca diğer tarafı görülen ya da artık kesinlikle görülmeyen mi demek lazım? Şeffaflıktan öyle uzağız ki artık. Oysa biz neyseki oyuz. Doğru söylesek de, yalan söylesek de ne boyumuz uzuyor, ne kilomuz azalıyor. Kızım sana söylüyorum gelinim sen işit. Şeffaf olmak insana neler kazandırır, neler kaybettirir üzerinde tamamen durulması gereken bir konu. Ne çok saçmaladım değil mi öyle olaylarla karşılaşıyorum ki kelimelerim karman çorman oluyor. Allah bizleri doğru gerçek olanlardan eylesin. Amin(Erzurum, 21, Lisans Öğrencisi, Bekar).

Instagram dindar kadınların kullanıcı profillerine bakıldığında akla Janmohamed'in *Generetain M-Dünyayı Değiştiren Genç Müslümanlar* adlı çalışmasında kavramsallaştırdığı M nesli gelmektedir. Çünkü dindar kadınların paylaşımları ve kullanıcı profilleri değerlendirildiğinde kadınlar Instagram'da kendilerini geleneksel yargılardan uzak bir şekilde ifade etmektedirler. Gündelik yaşamın içerisinde yer alan sevgi, şükür, dürüstlük, hayata karşı mücadele etmek gibi duygusal ifadeler kadınların gösterdikleri dindarlık söylemi içerisinde kullanılmıştır. Ayrıca görsel olarak paylaşılan selfie fotoğraflarında bedenin ayrıntısıyla gösterilmesi mahremiyet alanını şeffaflaştırmıştır. Bu durum kadınların selfie paylaşım sıklığıyla mahremiyetin gösterilmesini ve takipçiler tarafından beğenilmesini normalleştirmiştir. Dindar kadınların selfie fotoğraflarında ve yukarıdaki paylaşımlarında dikkat çeken diğer bir ayrıntı ise kullandıkları dini sembol ve nesneleri tüketim kültürü amaçlı olarak kullanmalarıdır. Paylaşımlarda beden üzerindeki tesettür giyim ve kullanılan nesneler fenomenleşen dindar kadınlar tarafından reklam ve tanıtım ile gösterilmektedir. Dindar kadın bedenin gizli yerlerini örten tesettür giyimin Instagram'daki paylaşımlarda gösterilme biçimi ve bunun mahremiyetin değişim ile olan ilişkisi yorumlanması gereken bir durumdur.

2.4.Dini Sembol ve Nesnelerin Instagram Tüketim Sahasında Mahremiyetin İzdüşümleri

Dijital toplumda görme ve görülmenin kolaylaşması, imajın önemini ortaya çıkarmıştır. İmajın kazandığı değer hakikatin yerine geçecek kadar dijital alanda yerini korumaktadır. Çünkü imajlar görülmeyi ve gösterişi barındırdığından ve hakikate yer vermediğinden dolayı birey, adeta kendini dijital alanın sanal dünyasına kaptırmaktadır (Okumuş, 2012: 163). Toplumun yaşam alanının merkezinde yer alan imaj, marka ve popüler ürünler, bireyin benliğini ve dini kimliğini etkileyerek, bireyi fark edilebilen ve görünür kılınabilen bir bedensel yapıya dönüştürmüştür. Bu yapı, bireyleri alışılmışın dışında benzersiz ve marjinal olma durumunu ortaya çıkarmaktadır. Toplumun bu yeni eğilimi bireyi

moda merkezli popüler kültür, yaşam tarzları, marka ve imajlara doğru sürüklemiştir (Zorlu, 2006: 18). Bunu kolaylaştıran etken ise dijital alanda imajın gösterime dayanmasıdır. Dijitalleşen günümüz toplumunda yaşayan bireyin temel duyuları, dokunma etkinliğinden görmeye doğru bir evreyi yaşamaktadır (Chaney, 1999: 130). Bireyin insani davranış ve jestlerle korumak istediği iç ve dış alanlar, yerini dışsal görüntülerle korumaya bırakmıştır. Ortaya çıkan bu durum nesnel görüntünün değer kazandığını ifade etmektedir. Görüntülerden oluşan, görüntülere itaat eden ve görüntüler üzerinden gerçekleşen dijital ilişkiler yaşanmaktadır (Baudrillard, 2012: 68-69). Görüntülerde kullanılan nesnelere de güzellik ve güzel olma değerinin verilmesi, o objeye sahip olma ve prestij kazanma dürtüsünü sağlamaktadır (Veblen, 2005: 93). Bu nedenle yaşam şekline has olan kıyafetler, onları kullanan bireyler tarafından özel bir imaja sahip oldukları veya yeni bir imaj edindikleri düşüncesini oluşturmaktadır.

Dini inançlar, ideolojik fikirler, bireysel ve toplumsal değerler de estetik görüntüler ve simgelerle kendini gösterme potansiyeline sahiptir (Chaney, 1999: 107). Toplumsal hayatta var olma ihtiyacı nedeniyle belli bir grupta yer alan birey, ait olduğu grubun sembol, imaj ve stillerini üzerinde taşımaktadır. Bu etkenler bireyin özgürlük, farklılık, görünürlük ve kimlik odaklı varlığını oluşturmada ve toplumsal rollerini kavramasında önemli etkiye bulunmaktadır (Zorlu, 2006: 160). İmajın ön planda olduğu dijital alanda bireysel ve toplumsal ilişkiler görüntü, gösteri veya sanal unsurlar üzerinden yürütülmektedir. Dijital alandaki bu ilişkiler “gösteri” eksenli olmanın sonucunda gerçekleşmektedir. Debord’a (2010: 38-52) göre “*gösteri ayrı olanı birleştirir, ama ayrı olarak birleştirir*”. Bu ifade ile gösteri dünyası gerçekliği tersine çevirme yetkisine sahiptir. Gerçek ve görünüş arasındaki ilişkide yer alan gerçeklik, genel anlamda geleneksel düşünce olarak kabul edilir. Fakat dijital alanda yer alan görünüş, gerçekliğin yerine geçerek imaj, gösteri ve gösteriş kavramları çerçevesinde hakimiyet kurmaktadır. Debord’un günümüz dijitalleşen toplumunu “gösteri toplumu” olarak kavramsallaştırması toplumların manevi yönünü etkileyerek de değiştirmiştir. Dijital alanda meydana gelen gösterileri seyretmek bireyi seyirci konumuna yerleştirmiştir (Kakalıçoğlu: 2013: 72). Debord’un bakış açısından değerlendirme yapıldığında gösteri toplumu, bireyleri mutlu etme amacından vazgeçmiştir. Hatta gösteri toplumu bireylere içselleştirmeye çalıştığı “*görünen şey iyidir, iyi olan görünür*” düşüncesinde direkt olarak sadece “*bu öyledir*” söylemini oluşturmuştur. Ayrıca Okumuş’a (2012: 15) göre gösteriş haline gelen dijital toplumda din ve dindar birey de etkilenmektedir. Dijital alanda gerçekleşen yeni iletişimin

yanı sıra toplumsal ve bireysel anlamda gösterilmenin normalleşmesi dindarlık şeklini de değiştirmiştir.

Gösterişin ve gösterilmenin varlığını devam ettirmesi toplumun varlığına borçludur. Çünkü toplumsal ilişkiler, dijital alanda gösteriş üzerinden sağlanmaktadır. Birey, benliğini ve kimliğini olmak istediği şekilde gösteri üzerinden yansıtma kolaylığını elde etmiştir. Dindar birey de bu durumdan etkilenerek dini kimliğini ve benliğini dijital alandaki seyircilere sunmaktadır. Birey dindarlığının gösteriş olarak sunulmasını sağlayan beş unsur bulunmaktadır. Bunlar: 1. Beden, 2. Dış görünüş, kıyafet, 3. Söz, 4. Eylem, 5. Bireyin çevre, sohbet erkanı ve ziyaretçi sayısından oluşmaktadır (Okumuş, 2012: 64-65). Belirlenen bu beş unsur dijital alanda yer alan Instagram'da oldukça sık kullanılarak karşımıza çıkmaktadır. Dindar birey, Instagram hesabında beden, eylem ve dış görünüşünü fotoğraf ve paylaşımlar yoluyla gösterime sunmaktadır. Dindarlığını yansıtmak için ise Instagram'da görsel paylaşımlarının altına metinsel olarak dini söz ve anlamlara yer vermekte ve bunu takipçileriyle paylaşmaktadır. Bu anlayış doğrultusunda dindar birey, kendisi olmaktan uzaklaşarak yüksek toplumsal statüye yakın olduğu hissi ve mesajını vermektedir. Dindar bireyin gösterdiği sunuş şekli hem kimliğinde hem de toplumsal alanında bir akışkanlığa sebebiyet vermektedir (Sungur, 2016: 137-138). Dindarlığın Instagram'da görünümü yeni bir anlamı ifade etmektedir. Çünkü dijital alandaki dindarlık imaj, gösteri ve gösteriş üzerinden değer kazanmaktadır. Instagram'ın sunduğu gösterme ve gösterilme, dindar kullanıcının Instagram sayfasında aktif olmasını ve paylaşımlarda bulunmasını dayatmaktadır. Bu doğrultuda dindar Instagram kadın kullanıcıları, dindarlığını söz ve eylemlerle, dış görünümünü tesettür giyim ve nesnelerle gösterirken mahremiyet anlayışına da yeni bir boyut kazandırmıştır. Dindar kadınların mahremiyet olarak değerlendirdikleri beden, Instagram'da yerini paylaşımlarla gösterilen imaja bırakmıştır. Dindar kadınların yaptıkları paylaşımlarda beden üzerinde yer alan başörtüsü, elbise, tunik, ayakkabı, çanta ve takılan aksesuar gibi dış giyim nesneleri imaja dayalı gösterimi sunarken, ayrıca dini anlam ve ifadelerle gösterilen mahremiyet alanı yumuşatılmaya çalışılmıştır. Dindar kadınların paylaşımları değerlendirmeye uygun olarak Instagram ana sayfasında yer almaktadır. Karşımıza çıkan paylaşımları örneklendirmek gerekirse:

Vicdanını kaybeden huzur aramasın. Eşarbım @vissona.

Hayatımız kalbimiz gibi geçsin, ben kalbimden eminim ya siz? Yaka broşum @ikiyaka_accession.

Ben attığım adımla mükellefim, gerisi mi tevekkül. Allaha emanet. Leoparı bu sene daha çok sevdim ben, eşarbım @vissona.

Allah sadece kalbi verir, içini sen doldurursun. Kalbi güzel insanlara selam olsun.

Derdimden büyük Allah'ım var çok şükür. Siyah aşktır.

Bu aralar çok kullanıyorum sabır, dua, şükür. Eşarbım @vissona.

Kabuğu kırılmış sedef üzüntü vermesin sana, çünkü içinde inci vardır.

Çekilip kabuğuna inci ol, varsın derinden seni nefesi yeten çıkarsın. Bugün günlerden mavi” (İstanbul, 27, Lisans, Evli).

Instagram’da yapılan paylaşımlar ve gösterilen fotoğraflar toplumu şeffaflaştırarak açık hale getirmiştir. Açık toplumlarda statüler ve hiyerarşiler kaybolarak kendini toplumsal dikey hareketlilik ve tüketim üzerinden gösteriş olarak sunmaktadır (Zorlu, 2006: 14). Bu nedenle gösteriş ve onun kaynağı olan gösteri sürekli afyon savaşı mücadelesini vermektedir.

Gösterişin temel prensibinde pahalı olanın güzel ve kaliteli olması vurgulanırken, ucuz ve güzel olanın tercih edilmemesi gerektiğine dikkat çekilir (Sungur, 2016: 139). Çünkü prestij, imaj ve zenginliğinin sunumu gösterilen ürün ve nesnelerle gerçekleşmektedir. Bu doğrultuda İstanbul’da yaşayan dindar kadının paylaşımlarında kalite ve imaja vurgu yapılarak tesettür ve aksesuar görselde ana temayı oluşturmaktadır; ayrıca tüketimin devamlılığını sağlayabilmek adına satışta bulunduğu Instagram adres sayfası etiketlenerek paylaşılmıştır. Yalova’da yaşayan dindar kadının paylaşımlarında benzer şekilde tüketimsel kültürü sağlamak amacıyla tesettür giyim ve ürünlerine vurgu yapılmaktadır:

Şu abaya modelimi paylaşıırken bugün şunu da yazmak istedim: Rabbim iyi insanlar ile karşılaştırsın.

Abaya alana çay, kahve, muhabbet, manzara benden.

Sen doğru yolda ol da varsın sanan eğri sansın; sen kendini bildiğin sürece doğru insansın.

Şu dünya bir dağ gibidir, ona nasıl seslenirsen o da sana aynı şekilde karşılık verir. Hayır çıkarsa hayır döner, güzellik çıkarsa güzellik döner. Yeni abayalar sayfamda kızlar.

Rüzgâr öyle güzel esiyordu ki bırak abayayı dağınık paylaşalım dedim.

Dua ettiğinizde çok isteyin. Çünkü vereceği hiçbir şey Allah’a ağır gelmez (Yalova, 29, Lisans, Evli).

Dindar kimliğin Instagram’da tamamlayıcısı olan imaj ve gösterişin yanı sıra moda da varlığını hissettirmektedir. Moda; yenilik, farklılık ve özgürlük gibi kavramlar üzerinden toplumsal ve bireysel anlamda gizli veya açık bir şekilde tüketime gönderme yapmaktadır (Zorlu, 2006: 207). Toplumda görünürlüğünü artırmak isteyen ve bu doğrultuda kimliğini inşa eden birey, algılanmak istediği kişi olmak için ve diğer bireylerden farklı olduğunu ifade etmek adına mahremiyet alanını da gözler önüne sunmaktadır (Kırdar, 2012: 43). Dijital

alandaki sunulan farklı olma ve özgürlük yaşantısı mahremiyetin gizliliğini değersizleştirmiştir. Bu doğrultuda dindar kadın paylaşımlarında yenilikçi, farklı ve özgür olduğuna değinmekte, hem de Instagram'ın oluşturduğu kültürel alanda dindarlığını dini söz ve anlamlarla ifade etmektedir. Diyarbakır'da yaşayan dindar kadının paylaşımlarında da benzerlik görülmektedir:

Eşarabın renkleri nasıl ama en sevdiğim tonlar.

Arkadaşlar şal için ben daha çok ipek şal tavsiye ediyorum. Hem kullanışlı hem daha çok kaliteli. Gözüm kapalı tavsiye ediyorum. Taktığım şal @ipekhanofficial'a ait, o sayfadan temin edebilirsiniz.

Abaya insanı mıyım ne?''.

Bugün hikayede paylaştığım çantayı güzelce kombinleyerek sizlere geldim. Çanta inanılmaz kaliteli diyebilirim. Kalıp gibi aynı böyle bir kalite ve çantayı kaçırmayın. @zeynepkrz.s ulaşabilirsiniz.

Kaliteli insan işiyle, boş insan kişiyle uğraşır.

İnsan diliyle değil, yaptığı işlerle konuşmalı. Siyah papatya abaya çıtçıtlı tam boy, kumaş şahane.

Kalbinizle yaptığınız her şey size geri dönecektir.

Havanın güzelliğine bir mavi abaya yakışır değil mi?

İyi insan gülüşünü sevdiğimiz insandır (Diyarbakır, 29, Lisans, Evli).

Kıyafet bireyin yaşadığı toplumun kültürel yapısını ve kimliğini ifade etmektedir. Ayrıca kıyafet bireyin toplumsal statü ve etnik yapısını belirlediği gibi ait olduğu dini grubu da sembolleştirmektedir. Örneğin başörtüsü Müslümanlığı, kipa da Yahudiliği temsil etmektedir (Saad, 2002: 175). Modern toplumların sınıfsal farklılığını belirleyen etkenlere baktığımızda karşımıza yaşam tarzı, ekonomik gelir seviyesi, paranın tüketim biçimi ve statü gibi kavramlar birer ölçüt olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte giyilen kılık kıyafet, kendi bünyesinde görsel bütünlüğü gerçekleştirmektedir (Barbarosoğlu, 2016: 114). Toplumsal alanda bireyin fark edilmesini sağlayan kılık kıyafet, ayakkabı, broş ve kullanılan aksesuarlar hem modadaki güncel durum hakkında bilgi vermekte hem de gösterişçi tüketim olarak araçsallaştırılmaktadır (Zorlu, 2006: 8). Instagram'da dindar kadın mahremiyetini tesettür ile görselleştirdiği gibi aynı zamanda uyumlu hale getirdiği nesneleri modalaştırarak tüketimsel anlamda takipçileriyle paylaşmaktadır.

Instagram kullanımı mekan ve zaman kavramını akışkanlaştırarak her kentte sayısız kullanıcıların olduğunu göstermektedir. Mesafeler arası uzaklığın aşınması mahremiyet alanını değiştirirken, bir yandan dindar kimliğin gösterimini de Instagram'da yaygınlaştırmıştır. Kentsel yaşam bireysel ihtiyaçların ve arzuların artma nedenidir (Baudrillard, 2011: 67-68). Bu doğrultuda kentsel yaşamda bireyin ihtiyaçlarından biri giyimdir ve ayrıca mahremiyeti örten temel kullanım nesnesidir. Kentlerde bireyselliğin

gerçekleşmesi mahremiyet alanını eve taşımıştı. Fakat dijitalleşme ile birlikte özel-kamusal alanın sınırlarının esnekleşmesiyle birlikte mahremiyet gizlilikten gösterilmeye doğru ilerlemiştir. Dijital alanın kullanımıyla dindar kadınlar paylaşımlarında mahrem ve kutsal anlam taşıyan tesettür giyim ve kullanılan nesneleri moda ve gösteriş olarak tüketim kültürü bağlamında takipçileriyle paylaşmaktadır. Dindar kadınların yaptıkları bu paylaşımlarda tüketim kültürünü devam ettirmek adına takipçilerle güvene dayalı bir ilişki kurulmaktadır. Ayrıca Instagram’da düzenlenen çekiliş kampanyalarıyla da dini nesnelerin reklam ve tanıtımının yapıldığı görülmektedir.

2.4.1.Reklam ve Tanıtım Kavşağında Dönüşen Mahremiyet Retorikleri: “Kızlar Tavsiye Ediyorum”

Dijital toplumda tüketim kültürü kendini yenileyerek devam etmektedir. Çünkü tüketim kültüründe esas nokta sürekliliktir. Bu doğrultuda dijital alan ile birlikte ortaya çıkan sosyal ağlarda nesnelerin reklam ve tanıtımı yapılmaktadır. Reklam “satış amaçlı tanıtım” olarak ifade edilirken, dijital alandaki gösterim şekli “internet reklamcılığı” olarak ele alınmaktadır (Çamdereli, 2018: 9). İnternetin ticari amaçla kullanımı 1990’lı yıllarda başlamıştır. Ticari hedefle başlayan internet kullanımı zamanla reklam amaçlı olarak da değerlendirilmiştir. İnternet üzerinde yapılan ilk reklam örmeği ise 1994 yılında Hot Wire şirketinin kendi sitesinde yayınladığı banner reklamıdır. İnternet reklamcılığı web siteleri, e-postalar, reklam destekli yazılımlar ve akıllı telefonlar aracılığıyla yapılmaktadır. İnternette yayınlanan reklam örnekleri ise arama sayfaları, afiş reklamları, zengin medya reklamları, sosyal ağ reklamcılığı, geçiş reklamları ve e-posta içeren reklamlar olarak sıralanabilir (Deshwall, 2016: 201).

Günümüz dijital toplumunda internet reklamcılığının her geçen gün arttığını söylemek mümkündür. Çünkü hem reklam verenlerin hem de reklam yapanların internetten aktif olarak yararlandıkları görülmektedir. İnternet reklamcılığının yoğun olarak yapılması iki nedene dayandırılmaktadır. Bunlardan birincisi her evde internet erişiminin olması, ikincisi ise internetin daha fazla kitleye ulaşmasıdır (Tavor, 2011: 121). Genel olarak internet reklamcılığının bu kadar büyümesinin nedenleri arasında reklam verenlerin pazar alanlarını iyi yönetmeleri ve düşük fiyatlarla müşterilerine sunmalarıdır. Ayrıca internet reklamlarının hızlıca yayına girmesi ve zamanın da verimli kullanılması oldukça önemli bir etkidir. İnternet zaman kavramını esnekleştirerek sınırlar ötesi alanlara da erişim sağlamaktadır. Bu

da internette yapılan reklam gelirlerini arttırmıştır. İnternetin her yere erişim sağlaması ve kolay bilgi elde etmesi müşterilerini tanıma noktasında etkili olmaktadır. Müşteri hakkında elde edilen bilgiler sayesinde internet reklamcılığında hızlıca yenilikler ve değişimler yapılabilmektedir (Göktaş-Tarakçı, 2018: 50-67). İnternet reklamcılığın kendini yenileyerek devamlılığını sürdürmesini sağlayan ana etmen ise kullanılan sosyal ağlardır. Sosyal ağlarda yapılan reklamcılıkta müşterilerin güvenini kazanmak ve gösterilen nesneler hakkında bilgi vermek oldukça olumlu değerlendirilirken, diğer yandan satın alma davranışını etkileyememe noktasında eksiklik olduğuna dair görüşler yer almaktadır (Aslan ve Ünlü, 2016: 101). Fakat bu eleştirilere rağmen sosyal ağlarda yapılan reklamcılık artarak devam etmektedir. Özellikle video ile nesnelerin tanıtımının yapılması, like (beğeni) sayısının yükselmesi reklamın hızlıca yayılmasını kolaylaştırmaktadır.

Sosyal ağlarda reklamcılığın bu kadar yaygınlaşması ile birlikte bireyin mahremiyet alanı da daralmaktadır. Sosyal ağlarda aktif olabilmek için bireyin temel bilgilerine gereksinim duyulmaktadır. Yapılan reklamların sosyal ağlarda erişime açık olması bireye ait bilgilerin kolaylıkla yayılmasını gerçekleştirmektedir. Bu durum sosyal ağlardaki reklamın başarısını arttırırken, bireyin mahremiyet alanını da gösterime sunmaktadır. Bireyin mahrem bilgilerinin en ufak detayına kadar sosyal ağlardaki reklamlarda yer almasının sonucunda özel alanın güvenliği zedelenmektedir (Aslan ve Ünlü, 2016: 47). Son zamanlarda özellikle hem reklamın sıklıkla yapıldığı hem de mahremiyet alanının gösterildiği sosyal ağlardan biri olan Instagram oldukça dikkat çekmektedir. Çünkü fotoğraf paylaşımının yanı sıra videolarla dijital reklamcılık yapılmaktadır. Instagram’da reklamcılığın bu kadar yaygınlaşmasını sağlayan noktaları ise canlı yayın ve storyler (hikayeler) özelliğinin eklenerek geliştirilmesidir (Yılmaz, 2017: 132). Instagram’da önceleri sadece fotoğraf paylaşımı yapılırken, zamanla videolu paylaşımların da eklenmesiyle 24 saatte 5 milyona yakın video paylaşımları yapılmıştır (Sabuncuğlu ve Göker, 2016: 1139). Instagram’ın en önemli özelliklerinden biri kullanıcıları rahatsız etmeden, reklamlarını göstermesidir. Instagram’ın yeniliğe açık olması reklam içeriğini ve sayısını da sürekli değiştirmektedir. Bu durum çeşitli Instagram kullanıcılarını da etkilemektedir. Özellikle dindar kadınların dini kimliği çerçevesinde reklam ve tanıtım amaçlı olarak paylaşımlarda bulundukları görülmektedir. Dindar Instagram kadın kullanıcıların reklam amacını taşıyan paylaşımlarına bakıldığında;

Hafta sonu geldiii. Büyük beden giyenlere müjdem var. Bugün çok rahat bir tunik giydim. Ferace kumaşı ve iki taraflı pul detayı var. Önündeki düğmelerle ayrıca bir rahatlık katmış. Üstelik 36 bedenden 46 bedene kadar mevcut. @fatima.boutiquee’den ulaşabilirsiniz çok rahat.

Bebek kangurusu gördük @mamadusbaby’de teyzemin kızı için hemen sipariş ettik. Hediye düşünüyorduk zaten Allah çıkardı karşıma. O kadar güzel modelleri var ki ödediğimiz fiyatın çok çok fazlasını hak ediyorlar bence. Bu arada çekimler içinde @doğanbingolx’e teşekkür ederiz.

Bu seneki elbiseler olay değil mi? Babetle giydim, topuklu ile giydim hatta spor ile giydim. Hepsinde de o kadar farklı durdu ki anlatamam. Üstelik büyük bedene kadar mevcut rahat rahat alın giyin bence. @arzummm.butik” (İzmir, 26, Lisans, Evli).

Hayırlı akşamlar kızlar. Halımın renklerine bittim. Bu modelin siyah beyazını kullanıyordum. Bu seneki model de ayrı bir hava kattı mutfağıma teşekkürler @hayathome. İster püsküllü, ister püskülsüz kullanabilirsiniz. Makinada yıkanabilir çok kullanışlı tavsiye ederim.

Hayırlı akşamlar. Yorumlardan sıkça sorulan çerçevem @renkli.hobilerim_ sayfasından. Her gören hayran kalıyor. Ne yalan söyleyeyim ben de her yanından geçtiğimde hayran kalıyorum. @renkli.hobilerim_ emeğine sağlık işçilik harika. İster tekli, ister ikili de yaptırabilirsiniz. Ben koridor için seçtim. Siz salonunuza ya da oturma odanıza da kullanabilir, şıklık katabilirsiniz. Sayfada çok seçenek var. @renli.hobilerim_.

Hayırlı akşamlar, @oztaşgumus sayfasından aldığım takım sizce de çok zarif değil mi? Sayfada çok tarz gümüş tasarım takılar var. Tüm alışverişlerinizde gümüş ve altın parlatma bezi hediye. Tavsiye ederim” (Bursa, 28, Lisans, Evli).

Bursa ve İzmir’de yaşayan kadınların Instagram paylaşımlarında gösterilen nesnelerin reklamı yapılmıştır. Ayrıca gösterilen nesnelerin rakamsal büyüklüğü, alternatif olarak sunulan farklı çeşidi ve ortaya çıkardığı görsel uyumdan duyulan mutluluk ifade edilmektedir. Fotoğraflanarak reklamı yapılan nesneler ev veya evin dışı olan kamusal alanlarda çekilmiştir. Bu durum Instagram’ın özel-kamusal alan ayrımının esnekleşmesinden kaynaklanan bir sonuçtur. Dindar kadınların yaptıkları reklam amaçlı paylaşımlar arasında aynı şekilde benzerlik görülmektedir.

Gerçeği ile birebir 22 ayar altın kaplama takılarım @kaylan_gold_imitasyon sayfasından 2 yıl garantili olup asla kararma solma yapmıyor kızlar. Güvenle alışveriş yapabilirsiniz @kaylan_gold_imitasyon.

Bu aralar kırmızıya taktım ama gerçekten benim rengim kırmızıymış bunu anladım. Çok sorulan takımım @esila_tesettürevi sayfasından kızlar. Samimi bir şekilde söylüyorum ben bu takıma bayıldım. Duruşu, kalitesi muhteşem. @esila_tesettürevi #aile #family #love #mylove.

Sürekli alışveriş yaptığım, güvendiğim tek sayfa @miss_gold_taki ürünler 2 yıl garantili ve Türkiye’nin her yerine kargoları var. Çok memnun kaldım” (İstanbul, 27, Lisans, Evli).

@yarenn_butik gelmicem diyene ne diyim. Sizin de dediğiniz gibi keyfi yerinde. Neyse yarın sabah eşim işe giderken çıkıp onunla biraz Mersin sahil turu yapacağız. Zorla getireceğiz Mina hanımı.

Ardından bir de havuç suyu içtik mi tamam. Kızlar siz sormadan söyleyeyim üzerimdeki elbiseyi tabi ki geçen gün paylaştığım gri kadife güzeller güzeli elbisemi aldığım sayfa @yaren_butikten aldım. O da bu da hamile elbisesi değil kızlar. 38 beden yani hamilelik sonrası kolayca giyebileceğim şeyler aldım. Öpüyorum hepinizi Allah’a emanet. Biz hurma yemeye devam diş ağrısı çeksek de (Mersin, 35, Lise, Evli).

Kadınım ben... Minicik yüreğinde dünyayı taşıyan, elleri hamur kokan... Kırılğan, alıngan, gözyaşları içinde gizli. Biraz çocuk, biraz anne, biraz deli... Aşkın her hali, tutkulu, düşbaz, haylaz bir kadınım ben. İncitmeyin beni... Giydiğim fistanlar bile çiçekli... Bedenimin ne önemi var ki! Benim hazinelerim yüreğimde gizli. Bugünkü kızlarımla yaptığım kombinimiz çok güzel değil mi? Kıyafetimizi zeynepshome sayfasından bulabilirsiniz. Çok kaliteli ve üstümde hiç hissetmiyorum.

Kalbinizle hareket edin ama aklınız da yanınızda bulunsun. Kızlar elbisem inanılmaz güzel ve kumaşı çok kaliteli. Fiyatı da çok uygun kızlar @modanoivatesettür (Karabük, 27, Lisans, Evli).

Farklı şehirlerde yaşayan dindar kadınların reklam amaçlı olarak yaptıkları paylaşımlarda gösterilen nesnelerin kalitesine ve güvenilirliğine değinilmiştir. Ayrıca takipçi sayısı fazla olan kadınların gösterdikleri nesneleri bizzat kendilerinin kullanmaları ve tavsiye etmeleri, takipçilerle olan güven ilişkisini güçlendirmiştir. Instagram’da kurulan güven ilişkisi ise dindar kadınların Instagram’ı adeta dijital habitus olarak kullanmalarıyla ilişkilidir. Habitus kavramı öncelikle “toplumsallaşmış bir öznellik” olarak tanımlanmaktadır. Geniş çerçevede değerlendirildiğinde “alandaki güç dengesini dönüştürmek veya muhafaza etmek için girişilen mücadele” (Bourdieu, 2013: 69) ile doğrudan ilişkisi bulunmaktadır. Bourdieu’ya göre alan, habitusu şekillendirmektedir; çünkü habitus toplumsal olanı gösteren, sosyalleşen gerçeklerdir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 126). Her bir toplumsal alan kendini yeniden üreterek habitus sayesinde etkili olmaktadır. Genel anlamda alanın kendi sermayesini oluşturabilmesi için sürekli üretmesi şeklinde ele alınmaktadır (Özsöz, 2010: 17-19). Bu durum dijital alanda bireylerin oluşturdukları profil sayfalarındaki kimlik oluşumuyla habitus alanlarını inşa etmektedir. Geukjian’a göre dijital alan ve onun etkisi bilgiyi üretme, aktarma ve değiştirme yönünde ideal alanı sağlamaktadır. Dijital alan, bireylerin sosyal sermaye yönünü kurma noktasından oldukça önemli bir işleve sahiptir. Dijital alanda yer alan sosyal ağlarla birlikte bilginin paylaşılması ve yayılması, yeni sosyal ilişkilerin kurulmasını sağlayarak sosyal sermaye alanının ihtiyacını gidermektedir (Geukjian, 2013: 6-7). Bu doğrultuda sosyal ağlarda yeni habitus alanlarının ve pratiklerinin oluştuğu söylenebilir.

Sosyal ağlarda kurulan habitus alanlarında birey, sosyal sermayenin yanında simgesel sermayeden de yararlanmaktadır. Bireyler kullandıkları sosyal ağlarda aktif olabilmek için Goffmann’ın ifadesiyle performans sergilemektedirler. Birey, sergilediği performansında

sosyal ve simgesel sermayeden de yararlanmaktadır. Özellikle sosyal ağda aktif olan bireyler popülerliğini arttırmak amacıyla paylaşımlarında like ve etiketlenme oranını yükseltmek için simgesel sermayesini arttırmaktadır. Ayrıca bu sermayeyi ekonomik sermayeye dönüştürebilme imkanını da elde edilebilmektedir (Güzel, 2016: 20-22). Bu doğrultuda Instagram'daki dindar kadınların reklam amaçlı olarak yaptıkları paylaşımlar oldukça dikkat çekmektedir. Çünkü dindar kadınların adeta dijital habitusu olan Instagram, beğeni almak ve takipçi sayısını yükseltmek için neredeyse düzenli olarak paylaşım yapma durumunu dayatmaktadır. Dindar kadınların ilk başta reklam amaçlı olarak fotoğraf ve video ile yaptıkları paylaşımlarda nesnelerle birlikte kendilerini de göstermektedirler. Dindar kadınların bu paylaşımlarında tanıtılan nesneler araçsallaştırılarak mahremiyet alanı gösterilme üzerinden anlamlandırılmaktadır. Çünkü dindar kadınlar reklamını yaptığı nesneyi ya evinin bir köşesine yerleştirerek paylaşmakta (halı, ayna, kilim, gibi.) ya da beden üzerinde yer alan (takı ve giyim çeşitleri) nesneleri şıklık ve güzellik üzerinden göstermektedirler. Bunu da dindar kadınlar Instagram'da mahremiyet alanı ve sınırı olmadan paylaşmaktadırlar. Dindar kadınların Instagram'da mahremiyet alanlarını esnekleştirerek bu kadar kolay göstermelerini sağlayan nokta ise genel takipçilerin yine kadınlardan oluşmasıdır. Bu durum çelişkili bir durumu ortaya çıkarmaktadır. Dindar kadınlar yaşadıkları eve kadar her şeylerini paylaşırken mahremiyet alanına dikkat etmemektedirler. Fakat gösterilen mahremiyet alanının izleyicileri yine kadınlardan oluşmaktadır. Nazife Şişman (2016: 50) bu ikilem durumu şu cümleleriyle ifade etmektedir:

Müslümanların nefis terbiyesinin temel ilkesinin az konuşmak olduğunu; ayıpların örtülmesinin temel ahlak kaidesi olduğunu; kendini övmenin en büyük ahlak zaafı ve 'görünme'nin de 'olma'nın önündeki en büyük engellerden biri olduğunu kabul ederler. Bu kabullere rağmen Müslümanların, görmenin ve görünmenin hiyerarşisini değiştiren yeni teknolojileri sorgulamaksızın ve hiçbir filtre ya da kasis koyma gereği duymaksızın hayatlarına dahil ediyor oluşu, zamanımızın en çelişkili ve en eklektik durumu.

Şişman'ın ifadeleriyle birlikte genel anlamda değerlendirdiğimizde görünme ve gösterme, mahremiyeti şeffaflaştırma noktasında bir endişe duygusunu ortaya çıkarmamaktadır. Tam tersine Müslüman dindar kadınlar, yaşadıkları eve kadar özel ve mahrem durumlarını Instagram'da takipçileriyle paylaşmaktadır. Her ne kadar genel izleyici kitlesi kadınlardan oluşsa da popüler olan paylaşımlar keşfet'e düşerek erkekler tarafından da görülebilmektedir.

Instagram’da dindar kadınlar tüketim kültürünün devamı olarak yaptıkları reklam ve tanıtım amaçlı paylaşımlarının yanı sıra haftalık veya aylık olmak üzere çekiliş kampanyaları da düzenlemektedirler. Yapılan çekiliş kampanyalarında dindar kadınlar, paylaşımlarında gösterdikleri marka nesneler etrafında yapılması gerekenler şeklinde belli kurallar oluşturmuşlardır. Slogan şeklinde paylaşılan çekiliş kampanyalarının ürettiği dini söylem ve mahremiyete yönelik etkisi de bu doğrultuda dikkat çekmektedir.

2.4.2. Mahremiyetin Sanal Maskeleri Olarak Sloganlar: “Çekiliş Var”

Instagram’ı kullanan dindar kadınların ‘Çekiliş Var’ paylaşımı, düzenli olarak haftalık ve aylık olmak üzere, fotoğraf veya video yolu ile paylaşılmaktadır. “Çekiliş Var” paylaşımlarını belli aralıklarla yapan dindar kadınlar adeta tüketim kültürünü sürekli hale getirmek için bu paylaşımı sloganlaştırarak yayınlamaktadırlar. Çünkü gösterdikleri nesnelerin dikkat çekici olabilmesi için kendine özgü bir slogan oluşturmaları gerekmektedir. Gösterilen nesnelerin kolaylıkla tüketilmesinde kullanılan sloganın etkililiğine, ses ve görüntüye dayalı olmasına dikkat edilmektedir. Bu da doğal olarak nesnelerin hızlıca tüketilmesini sağlamaktadır. Sloganların hedef kitle üzerinde etkili olabilmesi için bazı temel ilkeleri bünyesinde barındırmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Sloganlar kısa, anlaşılır ve olumsuz ifadeleri içermemelidir. Sloganlar yüklemli veya yüklemsiz cümlelerden veya soru cümlelerinden oluşabilirler. Slogan cümlelerde ürüne dair özelliklere yer verilerek de reklamı yapılabilir. Ayrıca sloganlarda kelime oyunlarından yararlanılabilir, bu da hedef kitle üzerinde olumlu bir etki yaratabilir. Bir sloganın genel anlamda doğru ve etkili olabilmesi için anımsanabilen, markayı hatırlatan, yarar içeren, nesneyi farklılaştıran ve güvenilir duyguları içeren özellikleri taşıması gerekmektedir (Foster’den aktaran: Çorapçı, 2005). Gösterilen nesnenin hedef kitlenin kişiliğini yansıtmalı, stratejik ve kampanyaya uygun olmalı, orijinal, yalın ve ürünü tüketmeye dayalı olmalıdır. Bu doğrultuda Instagram’da yapılan ‘Çekiliş Var’ paylaşımları belirlenen amaç etrafında takipçilere sunulmaktadır. Dindar kadınlar belli aralıklarla bu paylaşımları yaparak tüketim kültürünün devamını sağlamaktadırlar. Dindar kadınların paylaşımlarını örneklendirmek gerekirse:

Çekilişimiz Varrrr! Yapmanız gereken bu görseli beğenmek ve yorum kısmına istediğiniz kadar emoji ve etiket yapmak. Tüm sayfaların en son görsellerine beğeni yapmak. Hediyeler 1. Kazanana İphone 7, 2. Kazanana @organizer.nur sayfasından çanta düzenleyici, 3. Kazanana @alisya_sahansoz sayfasından çocuk giyim, 4. Kazanana @bebeğimveben54 sayfasından çanta, 5. Kazanana @silvamop sayfasından el mopu. Çekiliş 20 Haziran saat 23:00-24:00 aralığında @çekiliş platformu sayfasından tüm yorumlar

toplanarak hikayede açıklanacaktır. Not: kazanan kişinin mutlaka bu sayfaların hepsini takip ediyor olması gerekiyor.

Çekiliş Varrrr! Kızlar siz çok istediniz biz de sizler için abiyemizi bir kişiye hediye etmeye karar verdik. Yapmanız gereken ise çok basit. @moddobio ve beni takip etmek. Dilediğiniz kadar arkadaşınızı etiketlemek.

Çekilişim Var!!! Güzel insan aramak ile insandaki güzelliği aramak arasında derin bir fark var. Ve beklediğiniz İPHONE 7 ve 3 bin tl hediye ederiz. Bütün sayfayı takibe almayanlar katılamayacak. Yorumlar @umutsepetim sayfasına yapılacaktır. Yapacaklarınız aşağıdaki sayfaları takibe almak” (Trabzon, 26, Lisans, Evli).

Trabzon’da yaşayan dindar kadının paylaşımlarına bakıldığında söylem olarak ‘Çekiliş Var’ paylaşımı slogan şeklinde metinsel olarak paylaşılmıştır. Çekiliş sloganına vurgu yapılarak yapılması gerekenler sıralanmıştır. Paylaşımında çekilişi kazanmak için görseli beğenme ve belirlenen birkaç Instagram sayfasının takip edilmesi zorunluluğu dile getirilmiştir. Bunun nedeni ise Instagram’da popüler olabilmek için paylaşımların beğeni almasına ve takipçi sayısının yüksek olmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca paylaşımında dikkat çeken bir diğer nokta da dindar kadın, dini kimliği çerçevesinde dini sembolleri ve nesneleri de düzenlenen çekilişin içeriğine eklemesidir. Müslüman kimliği ile gösterdiği nesne arasında ilişki kurarak dindar kadın takipçilerin dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Instagram’da ‘Çekiliş Var’ paylaşımları dindar kadınlar arasında oldukça popülerdir ve sıklıkla karşımıza çıkmaktadır.

Yeni evime de gelmişken bir hediye vermesem olmazdı minnoşlarım. Hem instax mini 8 hem de silkhom eşarp hediye ediyoruz. Tek yapmanız gereken; #silkhomemoda ve @yasinelus hesabını takip etmek, 5 gerçek arkadaşınızı yoruma etiketlemek, bu fotoğrafı beğenmek. 3 yapmanız gereken madde oldu ama hakkınızı helal edin.

Hayırlı akşamlar kızlar. Harika bir çekiliş düzenledik. @ithalesarponline ile çekiliş sonucu beğendiğiniz bir eşarabı size gönderiyoruz. Yapmanız gerekenler: @ithalesarponline ve @rkubra29 hesaplarını takip etmek, resmi beğenip 3 arkadaşınızı etiketlemek bu kadar.

Merhaba kızlar harika bir çekiliş düzenledik. @tarz_erva ile çekiliş sonucu size şahane 3’lü jardinyer tepsi gönderiyoruz. Yapmanız gerekenler: @tarz_erva ile @rkubra29 hesaplarını takip etmek, yoruma bol bol emoji bırakmak.

Bil ki görünen güzellik yok olur, ama mana ebedidir, ölümsüzdür. (Hz. Mevlana). Merhaba kızlar şahane bir çekiliş ile geldik. Bu harika ayakkabıyı sizlere hediye ediyoruz. @sirinayakkabılar sayfası ile yapmanız gerekenler çok basit. @sirinayakkabılar ve @rkubra 29 hesaplarını takip etmek. Resmi beğenip altına bol bol emoji yorum bırakmak. Bu kadar bol şans herkese” (Ankara, 29, Lisans, Evli).

Ankara’da yaşayan dindar kadının paylaşımlarında benzer şekilde reklam içerikli paylaşımların bir benzeri olan çekiliş paylaşımları Instagram sayfasında yer almaktadır. Bu paylaşımların içeriğinde genel anlamda marka nesneler (instax mini 8), gündelik hayatta kullanılan araçlar ve dindar kadınların dini kimliğini ifade eden semboller bulunmaktadır. Instagram’da reklam olarak yapılan bu paylaşımlarda markalaşan nesnelerin gösterilmesinde bireyin kişisel arzularını, toplumda beğenilmeyi, başarıyı, kendine güvenmeyi ve popüler olmayı başarabilme amacı yer almaktadır. Lefebvre bu durumu gündelik yaşamın ve davranışların reklamlar yoluyla baskı altına alındığını, bizlerin de sembollerden göstergelere olan değişimlerin yerini artık işaretlerin göstergelerine bıraktığını ifade etmektedir (Lefebvre, 2005: 113- 114). Instagram’da mutluluk, hüzn, öfke, kızgınlık ve ağlamak gibi ifadeler emojilerle anlamlandırılmıştır. Instagram kullanıcıları arasında yapılan yazışmalar ve konuşmalar arasında emojiler sıklıkla kullanılmaktadır. Bu nedenle çekiliş paylaşımlarında yapılması gereken şartlardan birinin bol bol emoji ifadelerine yer verilmesi durumu, yerini işaret gösterimine dayalı yeni bir iletişim şeklini ortaya çıkarmıştır. Paylaşımlarda gerekli şartların yanında gönderide arkadaşını etiketleme vurgusu yapılmıştır. Instagram’da etiketleme yapma son zamanlarda oldukça popülerleşen özelliklerden biridir. Instagram’ın etiketlenme özelliği ile istenilen kişilere ve profillere anında bildirim gitmekte ve yapılan paylaşım hakkındaki bilgiler profillerde görülebilmektedir (www.salihbosca.com). Etiketlemenin bu özelliği ile birlikte yapılan çekiliş kampanyaları hakkındaki detaylı bilgiler etiketlenen sayfalara aktarılırken, bir yandan takipçi sayısını artırma hedefine ulaşılmaktadır. Bu doğrultuda Instagram kullanıcıları arasında birbirlerini rahatlıkla görme ve dikizleme durumu yaşanmaktadır. Belirlenen her hangi bir mahremiyet alanı olmadan da çekiliş paylaşımları ile dindar kadınlar profillerinde paylaştıkları her şeylerini görebilmektedir. Benzer paylaşıma son bir örnek vermek gerekirse:

@esseshodenby mutlu haftasonları kızlar. @esseshodenby sayfası güzel bir çekiliş düzenlemiş benden söylemesi. Sayfanın son gönderisine bakın kızlar elimde tuttuğum çantayı hediye ediyorlar. Hemen etiket yapın sayfaya yalnız benim sayfama değil kızlar. @esseshodenby sayfasının güzel çekilişini sizlerle paylaşmak istedim.

Merhaba kızlar @uçanhalim ile şahane bir çekiliş düzenledik. Kazanan kişiye halı hediye ediyoruz. Şartları anlatıyorum: beni ve @uçanhalim hesaplarını takibe almak. Ne kadar çok yorum o kadar çok şans. Herkese bol şans diliyorum.

Selamün aleyküm kızlarr, ÇEKİLİŞ GELDİİİİ. Bir kişiye bu elbiseyi hediye ediyoruz. Yapmanız gerekenler: beni @1meffun ve @serleystore’yi takip etmek. Takip etmeyenlerin yorumları geçersiz

sayılacaktır. Fotoğraflı beğenmek, yorum kısmına istediğiniz arkadaşınızı etiketlemek (ne kadar etiket o kadar şans) bol şans. 10 Temmuz'da açıklanacak (Edirne, 33, Lisans, Evli).

Genel olarak 'Çekiliş Var' paylaşımları değerlendirildiğinde gösterilen nesneler ve yapılması gereken şartlar şeklinde belli kriterler belirlenmiştir. Bu kriterler gönderiyi beğenme, yorum yapma, arkadaşları etiketleme ve emoji ifadelerine yer vermedir. Gerekli kriterler yapıldığı takdirde de çekilişi kazanma olasılığı elde edilmektedir. Çekiliş paylaşımlarında gösterilen nesneler marka etrafında reklamı yapılarak takipçilere fotoğraf ve video yoluyla paylaşılmaktadır. Instagram'ın gündelik yaşamın ayrılmaz birer parçası haline gelmesiyle markalaşan nesnelerin dijital alanda tanıtılması oldukça etkili olmuştur. Çünkü Instagram'ın neredeyse herkes tarafından kullanılmaya başlanması ve gösterime dayalı olması marka nesneleri düşük maliyetle hedef kitleye ulaştırmaktadır (Öymen, 2018: 6-7). Böylece reklam amaçlı yapılan çekiliş paylaşımlarında hem markanın prestiji hem de değeri kolaylıkla yükselmektedir. Instagram bireylerin ilgi alanlarının, beğenilerin ve kişisel bilgilerinin açıkça yer aldığı bir sosyal ağıdır. Bu nedenle tüketimsel kültürü devam ettirmek amacıyla Instagram'da bireylerin temel bilgilerine ulaşılma imkanı elde edilmektedir. Bireylerin temel bilgilerinin Instagram'da yer almasıyla her hangi bir mahremiyet endişesi duyulmadan rahatlıkla çekiliş paylaşımlarında bulunmaktadır. Özellikle dindar kadınlar çekiliş paylaşımlarında kullandıkları dini sembol ve nesneleri daha ayrıntılı tanıtmak için hem dini söylemlere değinmekte hem de mahremiyet olan bedeni göstererek giyim reklamını yapmaktadırlar. Dindar kadınlar bu paylaşımlarıyla Instagram sosyal ağında fenomen olarak adlandırılan popüler kimliği elde etmektedirler. Paylaşımlarla fenomenleşen dindar kadınlar takipçileriyle güven ilişkisini kurarak çekiliş kampanyalarını düzenlemektedirler. Instagram'da kurulan güven ilişkisine bağlı olarak dindar kadınlar her ne kadar reklam amacını taşıyan çekiliş paylaşımlarını yapsalar da özel yaşamına dair temel bilgilere yer verilerek mahremiyet alanı esneklik kazanmıştır. Ayrıca dindar kadınların medeni durumlarına bağlı olarak son zamanlar ülkemizde popülerleşen Baby Shower partisine dayalı kutlamalar ve paylaşımlar Instagram'da sıklıkla görülmektedir. Baby Shower ile ilgili paylaşımların tüketim kültürüyle olan ilişkisinin dindar kadınların dini kimliği çerçevesinde ürettiği mahremiyet anlayışı dikkat çekmektedir.

2.4.3. Tüketilen Mahremiyet Örneği Olarak Baby Shower: Bebek Cinsiyetini Öğrenme Partisi

Günümüz toplumunun gösterme ve gösterilmeye dayanan yaşantısı dikkat çekmektedir. Çünkü dijital alanda kullanılan Instagram toplumları gösterme ve gösterilme konusunda açık hale getirmiştir (Çamdereli, 2018: 27). Instagram'ın gündelik hayatta yer alması ve gündelik hayatı etkilemesi bireylerin Instagram'ı aktif kullanmasıyla ilişkilidir. Instagram'ın kendini sürekli yenilemesi sayesinde bireylerin kullandığı nesnelerin ve sembollerin yeni anlam ve değer kazanması kolaylaşmaktadır. Bu doğrultuda görüntünün ve gösterilmenin önemli olduğu Instagram'da çeşitli kullanım kültürü oluşmaktadır. Instagram kullanımının meydana getirdiği gösterme ve gösterilme kültürü özellikle kadın kullanıcıları etkilemektedir. Kadınların erkek kullanıcılara göre Instagram'ı daha fazla kullandığı görülmektedir (Karagülle, 2015: 35). Cinsiyet farklılığına bağlı olarak kadın kullanıcıları Instagram'da daha çok evlilik, hamilelik, eş, aile ile ilgili paylaşımlarda bulunmaktadır. Özellikle son zamanlarda Instagram'da yer alan ve hızla popülerleşmeye doğru giden bebek cinsiyetini öğrenme partisi olan baby shower kadın kullanıcılar tarafından Instagram'da kutlanmaktadır.

Baby shower, doğumdan kısa bir süre önce anne adayının heyecanına ortak olmak, korkusunu azaltmak adına verilen manevi destek ve bebeğin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla da maddi olarak yapılan organizasyon şeklinde tanımlanmaktadır (bkz. Milliyet.com. tr, 2018). Genellikle Amerika ülkesine ait olan bu kültürel etkinliği anne adayının kız kardeşi veya en yakın kız arkadaşı düzenlemektedir. Dijital alanda sınırların ortadan kalkmasıyla beraber hızla yaygın hale gelen baby shower, ülkemizde de etkili hale gelerek anne adayının kendisi veya en yakın arkadaşı bu partiyi hazırlamaktadır. Baby shower partisi evde veya dışarıda bir mekan tutularak yapılmaktadır. Özellikle bahçeli ve büyük evlerde bu partinin yapılması parti sahibinin tercihidir. Baby shower partisinde baba adayı da yer almaktadır. Zaman olarak baby shower doğuma bir ay kala yapılmaktadır. Kadınların hamilelik dönemlerinde kendilerini iyi hissetme anları farklılık gösterdiğinden genel olarak bu zaman değişiklik göstermektedir. Bu nedenle kesin bir tarih belirlemek anne adayının tercihine kalmış bir durumdur. Bazen de parti için yapılması gerekenler anne adayını yorduğu için organizasyon şirketleri bu görevi üstlenmektedir.

Baby shower partisini düzenleyen organizasyon şirketleri, parti sahiplerinin tercihlerine göre konsepti oluşturmaktadır. Partinin konsepti için çeşitli nesnelerden yararlanılmaktadır. Örneğin kullanılan nesneler arasında davetiye, pano, masa süsleri, anı

defteri, balonlar ve pankartlar vb. bulunmaktadır. Yiyecek ve içecekler ise parti konseptine göre ayarlanmaktadır. Özellikle pastanın görselliğine ve dikkat çekici olmasına önem verilmektedir (Milliyet.com.tr, 2018). Mekan süslenmesinde ise bebeğin cinsiyetine göre renkler bulunmakta ve partiye gelen misafirler için günün önemiyle alakalı hediyeler verilmektedir. Ayrıca partiye gelenler partinin konseptine uygun olarak da giyinmekte ve beraber hatıra fotoğrafları da çekilmektedir. Partinin sonuna doğru ise pasta kesilerek aperatif olarak hazırlanan ikramlıklarla birlikte partiye son verilmektedir.

Baby shower partisi çeşitli Instagram kullanıcıları tarafından kutlanmaktadır. Baby shower partisini yapmak isteyen kullanıcılar arasında dindar ve evli olan kadınlar da bulunmaktadır. Kadınlar, dini kimliğini Instagram’da beden ve söylemlerle ifade ettiği gibi yapmak istediği baby shower partisini de dini kimliği etrafında nesne ve sembollere dini anlam yükleyerek göstermektedir. Instagram gibi dijital alanda kullanılan nesne ve sembollere dini unsurların eklenmesi tüketim kültürü olarak kullanıldığına açıklık getirmektedir. Çünkü dijital alanda popülerleşen nesneler, video, kitap, film gibi kültürel faaliyetlerin içerisinde kullanılan kavram, kahraman veya verilmek istenen iletide dini unsurlar yer almaktadır. Buradaki amaç bireyin dini unsurları istediği gibi seçme özgürlüğünde bulunmasıdır (Dobbelaere, 1996: 1-13).

Tarihsel süreç içerisinde dindarın kendini göstermesi ve gösteriş haline gelmesine karşı çıkmıştır (Miller, 2012: 290). Ancak günümüz toplumların gelişerek ilerlemesi ve dijitalleşmenin hızla yayılması dindarları da etkilemiştir. Dijital alanda sadece dindar bireyler değil, dini sembol ve fenomenler de tüketim nesnesi olarak kullanılır hale getirilmiştir. Bu nedenle tüketimde devamlılığı sürdürmek adına kullanılan dinin daha sağlam ve huzurlu olacağı görüşü bir öngörüdür (Demirezen, 2015: 105-106). Çünkü dijital alanda dindar tüketici dini ve dini unsurları alışveriş nesnesine dönüştürmüştür. Günümüz toplumunun tüketim anlayışında ne kadar dindar olursa bile piyasanın oluşturduğu kurallara uyulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Baudrillard, 2011: 229-230). Bu doğrultuda Instagram’da dindar kadınların yapmış olduğu baby shower partisi hem dindarın kendini göstermesine hem de tüketim kültürüne ayak uydurduğuna birer örnektir. Dindar kadınların Instagram’da yapmış olduğu paylaşımlarda da bu durum görülmektedir. Dindar kadınların baby shower partisiyle ilgili paylaşımlarında hamileliğin bedensel gösterimi yer almaktadır. Partide kullanılan nesnelere ve sembollere dini anlam yüklenerek dindar kimlik gösterilmektedir. Özellikle baby shower partisini düzenleyen organizasyonun ve kullanılan

nesnelerin Instagram hesabının etiketlenerek verilmesi günümüz tüketim kültürünü yansıtmaktadır. Yapılan paylaşımlara örnek vermek gerekirse:

Allah sabredenlerle beraberdir, Rabbim herkesin gönlüne göre versin inşallah. Organizasyon @partytasarım.

Bugüne özel çok severek yaptırdığım hediyeliklerim ve detaylar.

Sen varsan her şey güzel canım eşim.

Her anne, gözleri sevdiği adama benzeyen bir oğlu olsun ister.

O gün kız mı erkek mi diye size sormuştum, duygularımızın tarifi yok. Allah isteyen herkese nasip etsin (Sakarya, 26, Lisans, Evli).

Farklılık kazanan sembol ve göstergeler toplumsal ilişkilerde yer almaktadır. İllich toplumsal ilişkilerin göstergeler üzerinden sürdürülmesini ambalaj çağı olarak nitelendirmektedir (Illich, 2011: 7). Çünkü kullanılan nesneler sadece fayda sağlayan maddi nesneler değil, bireyler için anlamlaştırılan, bireyin kim olmak istediği mesajını veren nesneler haline gelerek araçsallaştırılmıştır. Ayrıca gösterilen nesnelerin yanı sıra mahrem alanda gerçekleşen duygular ve ifadeler Instagram’da paylaşılmaktadır.

O gün kızımızın olduğunu öğrendiğimizde eşimin bana o duygusal gözleriyle bakması elimi ayağımı titretti. Kulağıma çok güzel bir cümle ile o günü bitirdi ve o bana fazlasıyla yetti. Başımdaki aksesuar ve elbise @hazelsaloggical.

Bütün kısa videoları tek bir videoda topladım, cinsiyet bu videoda. Ben çok şaşırdım, ben de beklemiyordum, tam tersi düşünüyordum. Artık üç kişi olucaz şimdiden bunu yazmak bile çok heyecanlı yaşamayı sabırsızlıkla bekliyorum. Bu arada elbisem @hazelsalofficial her zaman ki gibi yanımda olduğun için teşekkür ederim. Pastam: @pastacikizi Organizasyon: @betus_organizasyon Ve son olarak mekân @goldentulipbayrampaşa kesinlikle tavsiye ediyorum (İstanbul, 27, Lisans, Evli).

Mahremiyet kavramı denince aklımıza özel alan gelmektedir. Gizli, özel olan ve Allah’ın evlenilmesini yasakladığı kimseler olarak ifade edilmektedir. Ayrıca mahremiyet denilince bedenın korunması, gizli bölgelerin örtünerek yabancı kişilerin bakışından uzak tutma olarak anlamlandırılmaktadır. Mahremiyet sadece bedenle ilgili değil, bireyin duygu, düşünce ve değerlerini de kapsamaktadır (Giddens, 2010: 128). Bu doğrultuda Instagram’da beden ve nesnelerin gösterilmesiyle beraber dindar kadınların eşlerine duydukları özel duyguların ve hislerin paylaşılması, mahremiyetin dönüştüğünü yansıtmaktadır.

Aşkımızın meyvesi için sabırsızlanıyoruz.

Bazen ne yazacağını bilemezsin ve sadece düşünürsün ben bunları hak edecek ne yaptım da Rabbim bana bu kadar güzelliği bir arada yaşıyor diye? Ve sonra sadece şükür edersin.

Şükür edersin ve yine şükür edersin. En kötü günümüz böyle olsun sevdiğim. Ufak bir maşallahınızı esirgemeyin. Organizasyon: @erorganizasyon Makyaj ve türban: @meralpinarturbantasarim Elbisem: @tugbakemanogluboutique Fotoğraf: @fotografsevii #babyshower”(Gümüşhane, 25, Lisans, Evli).

Dindar kadınların düzenlediği baby shower partisi ayrıca dini kimliği etrafında şekillenmektedir. Bu nedenle nesnelerin anlamlandırılması önemli değildir, görüntünün ön planda yer almasına da dikkat edilmektedir. Debord’un “Gösteri Toplumu” olarak ele aldığı toplum tipi görüntüselliği ve anlam yitimine vurgu yapmaktadır (Debord, 2010). Baudrillard’a göre bu vurgular, gerçeğin ortadan kaldırılmasıyla bireyleri göstergelere dayanan bir yaşantıya doğru sürüklemektedir.

“Mutluluğun fotoğrafını çekmişler. Hep hayalimizdi hatta lisede kutu hazırlayıp içine pembe ayakkabılar koymuştum ve not yazmıştım. Düşünsene “Hadi gidiyoruz” diyeceksin ve arkamızdan tatlı bir ses bağıracak: ‘Anne baba ben daha ayakkabılarımı giymedim’ diye. Ve o ayakkabılarla haberini verdim mucizemizin. En tatlı heyecanlarımız anı kalsın diye böyle bir organizasyon yaptırdık cinsiyetini sevdiklerimizle beraber öğrenmek istedik. İçinden pembe çıkınca bakın görün böyle bir sevinç. @iremunaldiororganizasyon sağolsun tam istediğim gibi hazırladı. Nikah organizasyonumuzu da İrem yapmıştı yine her şey çok içime sindi. Her zaman yanımda olan abimiz @fotosentezkonya da en güzel anılarımızı yine fotoğrafladı”(Konya, 27, Lisans, Evli).

Teknoloji ve iletişim araçlarının hızla yaygınlaşması yaşadığımız dünyayı ve çevreyi kamusal alanın erotik bir haline çevirmiştir (Sungur, 2016: 168). Günümüzün kitle iletişim araçları ve buna Instagram gibi sosyal ağlarını da eklersek, tüketim kültürü odaklı bir toplum içerisinde bireye ve ailesine ait olan mahrem alanlar ifşaya uğramaktadır. Instagram’da takipçi sayısı kazanarak fenomenleşen dindar kadınlar yaptıkları baby shower partisiyle ilgili detayları paylaşırken genel anlamda ‘çok memnun kaldım, tavsiye ederim, her şey çok güzeldi’ gibi ifadelerle yer vererek tüketim kültürünü devam ettirmek anlamında takipçilerine güvenebilirsiniz mesajını vermektedir.

2.5. Geleneğin Sanal Sunumu: Din ve Mahremiyet Kavşağında Nazar İnancı

Dijitalleşme toplumun şeklini, duygularını, kültürünü ve dini tutumlarını ifade eden, gündelik hayata dair olanı yansıtan bir toplum tipini ortaya çıkarmıştır (Yıldırım, 2014: 57). Gündelik hayat, toplum ve birey hakkında pek çok bilgiyi barındıran özellikleri taşımaktadır.

Lefebvre'ye göre gündelik yaşam çeşitli pratikleri bulundurarak toplumsal ilişkilerin, ideolojilerin, toplumsal yaşamın her alanının anlaşılabilmesine açıklık getirmiştir (Lefebvre, 2009). Gündelik hayat, bireyin yaşam şeklini yansıtmakta olup, ayrıca bireyin doğup yetiştiği toplumun yapısal özellikleri hakkında da bilgi vermektedir (Arklan ve Akdağ, 2016: 17-18). İş ve serbest zaman arasında işleyen gündelik hayat, bireyleri hem toplumsal yaşama bağlamakta hem de gündelik hayatın zorluğundan kaçma imkanını sunmaktadır (Köse, 2008: 12). Dijitalleşme sayesinde gündelik yaşamın zorluğundan uzaklaşarak yeni pratikler geliştirilmekte ve üretilen dijital teknolojik gelişmeler gündelik hayata yerleştirilmektedir.

Dijitalleşmenin getirdiği sosyal ağlar ve bunların kullanımı, gündelik hayatın pratiklerini ve oluşumunu göstermektedir. Sosyal ağların kullanımı toplumsal ve bireysel olarak gündelik hayatı değiştirmekte, dönüştürmekte ve geliştirmektedir. Bireylerin sosyal ağları kullanımı gündelik hayatı hem bir etken hem de bir sonuç haline getirmiştir (Lövhheim, 2013: 26). Sosyal ağlar bireylerin tutum ve düşüncelerini, dini inanç ve kimliklerini, yeni arkadaşlıklar edinme gibi olanakları sunmaktadır (Altunay, 2010: 36). Sosyal ağlar aracılığıyla birey, kimliğini veya olmak istediği bireyi kimlikleştirerek dijital alana taşımaktadır. Günümüz dijital toplumunda bireyin gündelik hayatı, sosyal ağlardan biri olan Instagram'da gösterime sunulmaktadır. Bireyin günlük pratikleri, siyasi düşünceleri, ideolojisi, kimliği ve yaşadığı toplumun tutumları Instagram paylaşımlarında yer almaktadır (Çamdereli, 2018: 68). Özellikle Instagram'ın kadın kullanıcıları ve aralarında dindar olanları dini inançları çerçevesinde dini zaman ve mekana bağlı olarak dini paylaşım ve tutumlarda bulunmaktadır. Kadınların evlendikten sonra Instagram paylaşımları arasında hamilelik süreci, doğum ve çocukla ilgili paylaşımlarında kötü bakıştan korunma, olabilecek zararlı durumu engelleme amacıyla dini kalkan olarak nazara sıklıkla vurgulandığı görülmektedir. Instagram'da nazar inancı özellikle paylaşılan fotoğrafta bir kısım gizlenerek mahrem bir anlam üretmiştir. Dijital alanda nazar ve mahremiyet ilişkisini değerlendirmeden önce nazarın ne olduğu, ülkemizde nazara karşı sergilenen tutumu ele almak daha sistematik olacaktır.

Nazar kelimesi Arapça kökenli olup bakış, bakma anlamlarını taşımaktadır (TDK Güncel Türkçe Sözlük). Nazar; kadın veya erkek olması fark etmeksizin bir bireyin isteyerek veya istemeyerek bir kişiye ve bu kişinin sahip olduklarına bakarak veya överek zarar gelmesine yol açtığına inanılan halk inanışı olarak tanımlanmaktadır (Dundes, 1981: 258). Nazara olan inanış pagan döneminde, mitolojide ve tek tanrılı inanışlarda görülmektedir. Toplumlar arası farklı kültürel etkenler, inanışlar ve göç gibi unsurlar nazar inanışında çeşitliliğin olduğunu göstermektedir (Yolcu, 2008: 111-112). Nazar inanışı evrensel bir

özellik taşıyarak kimi toplumlarda daha güçlü bir inaniş sahiptir (Shoeck, 1981: 193-195). Literatürde nazar inaniş halk bilimi alanında değerdendirilmektedir (Özkarlı, 2000; Çıblak, 2004; Yolcu, 2008; Öcalan, 2010; Ekici ve Fedakar, 2014). Nazarın batıl bir inaniş olduğuna dair düşünceler de bulunmaktadır. Skinner batıl kavramını; bir davranış ve sonrasında gerçekleşen olaylar arasında her hangi bir bağlantı bulunmamasına rağmen bireyin olayları geliştirerek neden-sonuç ilişkisine anlamlar yüklemesi olarak ele almıştır (Skinner, 1958: 94). Bu nedenle bireyler başlarına gelen kötü durumları nazar olarak değerdendirebilmektedirler. Nazar inanişında kötülüklerden sakınma, korunma duygusu olduğ u gibi korkma duygusu da bulunmaktadır. Bu nedenle Freud, nazar korkusunu en eski ve en evrensel batıl inaniş olarak kabul etmektedir. Ona göre birey yaşadığı nazar korkusunun kaynağını bilmekte ve diğer kişilerin kötü duygularından korkmaktadır. Birey kötü duygularını sözlü olarak ifade edemese de bakışlarıyla ve davranışlarıyla yansıtmaktadır (Freud, 2016: 195-198). Nazara inananlar kötülüklerden korunmak için birtakım eylemlerde bulunmakta ve nesnelerden yararlanmaktadır (Berger, 2013: 785). Nazardan korunmak için kullanılan nesneler fetiş nesnesi olarak adlandırılmaktadır (Akpınarlı, 1987: 31).

Nazar inancı ve bireyin kendini nazardan korumak için yaptıkları Türk kültürünün gündelik hayatının birer parçası haline gelmiştir (Manzakoğlu ve Berkan, 2016: 194-195). Türkiye’de nazar inancının gündelik hayatta yer alışı nı inceleyen Çıblak (2004: 5-17), nazar değmeden önce ve nazar değdikten sonra yapılan ritüelleri ikiye ayırarak ele almıştır. Nazardan korunmak için nazar muskası yapımı, “maşallah”, “nazar değmesin” gibi sözcükler gündelik hayatta kullanılmaktadır. Nazardan korunmak için kullanılan nesneler ise nazarlık olarak kabul edilen nazar boncuğu, el figürü, nal, kaplumbağa kabuğu, hayvan kafatası, çan, delikli taş, civa ve çeşitli bitkilerden oluşmaktadır. Nazardan sonra ise kurşun dökme, köz söndürme, tütsüleme, tuz dolandırma gibi pratikler uygulanmaktadır. Nazara karşı özellikle bebekler, çocuklar, hamile kadınlar, güzel kadınlar ve yakışıklı erkeklerin daha güçsüz olduğ u ve bireylerin sahip olduğ u eşyalarına, kıyafetlerine ve başarılarına nazar değceğı düşüncesi yer almaktadır (Öcalan, 2010: 21). Nazar boncuğu özellikle bebeklerin kıyafetlerine veya eşyalarına iğne ile takılmaktadır. Ayrıca fincan, tabak gibi nesnelerin üzerinde de görülmektedir.

Türk kültüründe nazara olan inanç ve tutumlar, Instagram’da metinsel ve görsel olarak yer almaktadır. Instagram’da dindar kadın kullanıcıları annelik ve çocuğa dair paylaşımlarında nazardan korunmak için fotoğrafın belli bir kısmını gizlemekte ve dini

içerikli paylaşımlarda bulunmaktadır. Instagram’da fotoğrafın altına yazılan metinlerde görülen nazara karşı paylaşımları örneklendirmek gerekirse:

Sevmek dua etmektir. Kimse bilmeden, duymadan sessizce kalbimizde ve duamızda olan tüm sevdiklerimize bizi sevenlere; hayırlı kandiller. Bir maşallahınızı alırsanız minik kandil simidime.

Bir gün peygamberimizin eşleri ‘Ya Resulullâh, cennette seninle birlikte olmak istiyoruz. Bize öyle bir amel söyle ki, cennete gitmemize yol olsun’ der. Efendimiz (sav) buyurur: ‘Tek kollu kadınlara yardım edin’. Eşleri Medine sokaklarına çıkıp tek kolu eksik kadın ararlar ama bulamayıp peygamber efendimizin tekrar yanına gelirler. Efendimiz (sav) tebessüm ederek buyurur: ‘Tek kollu kadınlar annelerdir, yardım edin ama bunu dilinizle, tavrınızla da yapın’. Bazen marketten çıkarken gözümün içine baka baka yardım etmeden vurup geçiyorsunuz, vallah güceniyorum.

Yine harika ve muhteşem ötesi oğlum Zeyd ile mükemmel anne-çocuk olma yolunda hızla ilerliyoruz. Coni conî, yes anası kurban olsun ona, Nazar değmesin maşallah.

Cenneti görmedim, kokusunu da bilmiyorum ama muhtemelen böyle bir şey maşallah.

Canım, can özüm. Hayatıma anlam katanım, günümün aydınlığı, dertlerime şifa oğlum. Mis kokulum, cennet kuşum benim, bugün bir yaşına girdin. Sonsuz kez hamdolsun seni bana emanet eden Rabbime nasıl şükredeyim bilmiyorum. Ömrün güzel olsun, güneş yüzünü yakmasın, yağmur canını üşütmesin, ayağına taş değmesin. İyi ki varsın annem, iyi ki varsın.

Kasas suresinde, Peygamber Musa Aleyhisselam’ın annesi, sevgisini bebeğini kucağında tutarak ve onu besleyerek gösterir. Bu iki anlatım arasında çocuklara sevgi göstermenin ne demek olduğunu tam bir resmini bulursunuz. Bir taraftan onların sizin yanınızda kendilerini öyle rahat hissetmelerini sağlamalısınız ki size her şeyi anlatsınlar, bir rüyayı bile. Diğer taraftan onlara sevginizi fiziksel şefkatle göstermelisiniz (onları kucağa alarak ve onlara sarılarak) Nouman Ali Khan.

Cennet kokulu kuzum. İlk söylediği kelime ‘Allah’ oldu, dış buğdayında da Kuran’ı Kerim’i aldı hamdolsun. Rabbimin yolundan, doğruluktan ayrılmayan iyi bir mümin; vatanına milletine hayırlı bir evlat olası inşallah can parçam. Annen seni verene kurban olsun, hafız olduğun günleri de göreyim.

Sudeys küçükken yaramazlık yaptığında annesi ona ‘Kâbe’ye imam olası Sudeys’ dermiş. Bir anne bedduası Sudeys. Bir anne ne kadar kızabilirse de o kadar kızmış anası, bir anne ne kadar beddua edebilirse de öyle beddua etmiş. Bir ananın bedduası bile en güzel dua olmuş. Sudeys büyümüş, Kâbe’ye imam olmuş. Maşallah oğluma (Antalya, 26, Evli, Ön Lisans).

Akıllı telefon kullanımı gündelik hayatın birer parçası haline gelerek hızlı ve kolay bir şekilde fotoğraf çekmeyi cazip hale getirmiştir. Fotoğrafların kusursuz çekilmesi ve Instagram’da kolaylıkla paylaşılması fotoğrafa olan ilgiyi arttırmıştır (marmarisfotofest.com). Fotoğraf, görüntüyü açıkça net bir şekilde gösterme amacını taşımaktadır. Bu nedenle Instagram’da paylaşılan fotoğraflarda her şey belirgin olarak görülmektedir. Belli bir sınır ve korunma alanı olmadan, mahremiyet endişesi taşımadan fotoğraf ile gösterme ve görünme şeffaflık kazanmıştır (Han, 2018: 22). Antalya’da yaşayan dindar kadın, Instagram hesabında

bebeğinin fotoğraflarını paylaşmaktadır. Fotoğraf paylaşımında evlat sevgisi ve anneliğe kutsal dini içerikli sözlerle vurgu yapmaktadır. Ayrıca fotoğrafların içeriğinde Kabe ve cami gibi dini mekanlardan görsel ve metinsel olarak yararlanılmıştır. Fotoğraflarda nazardan korunmak için bebeğin yüzü flulaştırılarak veya sembollerle gizlenerek ‘maşallah’, ‘nazar değmesin’ gibi sözcükler eklenmiştir. Instagram’da nazara karşı alınan önlemlerde dindar kadın paylaştığı bebeğinin fotoğraflarını gizleyerek mahrem alanını belirlemekte ve nazardan korunma önlemini almaktadır. Antalya’da yaşayan kadının mahremiyet alanı bebeği büyüyene kadar, daha doğrusu nazardan korumak için belli bir süre yüzü gizlenmiştir. Kocaeli’nde yaşayan dindar kadının paylaşımlarında da aynı şekilde evlat sevgisi ve annelik dini anlamlarla ifade edilmektedir. Fotoğraflardaki yazılı paylaşımlara bakıldığında:

Sen doğdun, seninle yeniden doğdum minik mucizem. İki ayda bile ne çok şey öğrettin bana, en güzel şükür sebebimsin. Rabbim isteyen herkese nasip etsin.

Çocuğun ağlaması ilk iki ayda Allah’tan başka ilah olmadığına şehadettir, dördüncü ayın sonuna kadar Allah’a tevekkül, sekizinci ayın sonuna kadar Hz. Peygamber’e salat, ikinci sene sonuna kadar anne ve babası için istiğfardır.

Bebeğimin ismi Asel Hafsa. Asel bal, Hafsa ise Hz. Ömer’in kızı Peygamber efendimizin eşlerindendir. Babasının adı Ömer olunca Hafsa isminden zorlanmadık. İnşallah Hafsa annemiz gibi sadakat sahibi, İslam hanımefendisi olur bal kızım.

Anne-baba oluyoruz biz. Evet, biz zaten anlamıştık dediğinizi duyar gibiyiz. Miniğimizin, bizim en kıymetlimizin biraz büyümesini bekledik. Dualarınızla, dualarımızla büyüsün inşallah meleğimiz.

Şükür listem; rabbimin muazzam bir düzenle yarattığı doğa, kusursuz dağlar ve evlat.

Bir gün Ayasofya’da beraber namaz kıldığımız günleri de görürüz inşallah kelebeğim.

Karanlığımızdan ve hüznümüzden faydalanan insanlar vardır. Allah bizleri onların şerrinden korusun bebeğim (Kocaeli, 26, Evli, Lisans).

Annelik ve evlat; şükür ederek, dualarla ve bebeğin ismine dini anlam yükleyerek Instagram’da paylaşılmıştır. Instagram’da hamilelik haberi belli bir süre gizlenerek ve bebeğin yüzü flulaştırılarak nazardan korunmaya çalışılmıştır.

Bazı Instagram kadın kullanıcıları yeni doğan bebeğinin yüzünü gizlemeyerek de fotoğraf ile paylaşmaktadır. Şanlıurfa’da yaşayan kadının paylaşımlarında bu görülmektedir:

Dağhan’ın kırkını uçurmaya saatler kaldı. Değerli misafirlerim için Yasin-i Şeriflerimiz ve kokulu tespihlerimiz hazır.

Kesintisiz evimiz iki saat okundu bugün. Şuan öyle hafifim ki anlatamam, rabbim kabul eder inşallah #kırkmevlüdü.

Bir kadının en büyük kariyeri cenneti ayaklarının altına almasıdır. Çok şükür verdiği, vereceğine. Rabbim isteyen her kadına nasip etsin hayırlısıyla.

Bazen o kadar gururlanıyordum ki Rabbim layık gördü ben de gözüm gibi bakıyordum.

Adına kutsallık denmişse demek ki vardır bir bilinen. Hem beden hem ruhen bir çöküş dönemindeyim.

Ona gelmesin, bana gelsin tüm acılar dediğin tek varlıktır evlat. Rabbim hiçbir kulunu evladıyla sınamasın, hiçbir kuluna evlat acısı yaşatmasın amin.

Banyo sonrası keyif, suratına emoji koymaya gerek yok, zaten kaşık kadar (Şanlıurfa, 32, Evli, Lisans).

Paylaşımlarda görüldüğü gibi annelik kutsallaştırılmakta ve bebek için yapılan mevlüt ve hazırlıkları hakkında bilgi verilmektedir. Ayrıca bebeğin yüzü açıkça fotoğrafta gösterilerek nazardan korunma ve saklama endişesi bulunmamaktadır. Instagram'da takipçilerin yaptıkları yorumlarda ise nazara karşı bebeğin yüzünün gizli tutulmasına dair görüşler yer almaktadır. Bu görüşe dair yapılan Instagram yorumları ise şöyledir:

Nazar olacak çocuk, bu kadar göstermeseniz.

Ay maşallah, sübhanallah. Allah nazarlardan korusun bebişi. Ya böyle atmayın nazar değer, her gören maşallah, sübhanallah desin.

Annenin nazarı çabuk değermiş, ağzınızdan maşallah düşmesin, ayrıca bebeğinizi güle güle büyütün. Allah nazarlardan korusun.

Bebekler çok naif ve nazik yaratılmışlardır, nazara karşı güçsüzdürler. Bu sizin olumlu düşünmenizle alakalı değil, yapılarında nazara hassasiyetleri var. İyi bakan birinde bile olabilir. O yüzden bu resimleri göstermek tehlikeli yine de tabi siz bilirsiniz, sizin tercih ve kararınız.

Maşallah maşallah canım, Allah nazarlardan korusun, çok fazla paylaşma bacım nacizane fikrim.

Annesi sen bu minnoşa sürekli Felak ve Nass oku, Allah korusun nazar değer maşallah melek surat.

Çocuğun kırkı çıkmadan kim bilir kaç kişi gördü yazık yani. Benim üçüzlerim var bir gün cesaret edip atamadım. Herkesin kalbi kendi kalbiniz gibi olmuyor. Bir de olan var olmayan var. Bir kadın yüzüme karşı dede ki: Allah sana niye üç tane verdi, bana niye vermiyor?.

Maşallah sübhanallah Rabbim nazardan korusun. Yanlış anlamayın ama bebeğin foto ve videosunu çok paylaşmayın. Daha çok küçük, nazardan hasta bile olur. Sizin göğsünüz şişer, ben yaşadım bunu. Yine de siz bilirsiniz.

Yapılan yorumlarda aynı şekilde nazara karşı kötü bakıştan ve hastalıktan korunma amacını taşıyan tutumlar görülmektedir. Kadın takipçilerin yorumlarında maşallah, Allah korusun, sübhanallah ve nazara karşı okunması gereken dualara değinilmiştir. Küçük bebeğin Instagram'da açıkça gösterilmesine karşı olabilecek kötü veya iyi bakışta da nazar olabileceği düşüncesi ifade edilmiştir. Çünkü nazar inancına göre bebekler nazara karşı daha savunmasızdır. Bu dini tutum dijital alanda Instagram ağında da devam etmektedir.

Mersin’de yaşayan kadının Instagram hesabında ise bebeğin yüzü gizlenerek dini paylaşımlar yapılmıştır. Bu paylaşımlarda karşımıza çıkan metinler ise şöyledir:

Efendimiz (sav) şöyle buyuruyor: Anneler dua ettiklerinde çocuklarının çevresindeki zırhı görselerdi duayı hiç bırakmazlardı. O yüzden artık dualarımın başrol kahramanısın canım oğlum. Rabbim evlatlarımıza uzun ömürler versin inşallah.

Sen ömrümüzün en güzel hediyesisin bize. ‘Allahümme barik fihi vela tedurrahu. Euzu bi kelimâtilhi’t-tâmmeti min külli şeytanin ve hammetin ve min külli aynin lammeh’. Her türlü nazardan, şeytani şeylerden ve kem gözlerden bütün kelimelerin yüzü hürmetine Allah’a sığınırım. #maşallah #bebek #annebebek.

Ben yüreğimdiki bütün şükürleri Rabbime döktüm, o yüzden burayı boş bırakıyorum #maşallah #aile #evlat #mutluluk #şükür.

Canım oğlum, Rabbim sana hayırlı uzun ömürler nasip etsin inşallah. Kurbanımızı kestik, mevlütümüzü okuttuk, Rabbim kabul eylesin. Bugün yine dualarımdaydınız, Rabbim isteyen herkese nasip etsin diye”(Mersin, 35, Evli, Lise).

Yapılan paylaşımlarda dini ifadelerin yanı sıra dualara ve hadislerle de yer verilmiştir. Anne-çocuk arasındaki kutsallığa, şükre ve edinilen dualarda takipçilerin olduğuna değinilmektedir. Bu durum dijital alanda ayrıca dindar kadınlarda sosyalleşme durumunu sağlamaktadır. Ayrıca takipçilerin paylaşımlarda bebeğin yüzünün gizlenmesini gereksiz bulan görüşler yorumlar kısmında ifade edilmektedir. Bu görüşleri örneklendirmek gerekirse:

Öncelikle maşallah diyorum, Rabbim nazarlardan korusun. Beni yanlış anlama canım ama yüzünü neden saklıyorsunuz, dışarıya çıkınca herkes görmüyor mu? Kuafördeki çalışanlar da gördü. E neden hala saklıyorsunuz yüzünü gerçekten anlam veremiyorum? Yargılamak için sadece sordum, benim akrabalarım da var böyle yapan ama bana saçma ve komik geliyor?.

Gebelik de dahil her süreci foto ile paylaşıp sonra çocuğun suratına nazar değer diye kapatmak niye? Bu kadar nazara inanıyorsan gebeliği neden paylaştın? Hadi bu ikilem seni yormuyor, illa koyucam ama nazar değer diyorsan, o zaman bebeğin yüzü gözükmeyecek tarzda kareler yakala. Nazar değdirecek insan bebeğin üstündeki tulumdan bile nazar değildir. Sen kalp koyduğunla kalırsın.

Dindar Instagram kadın kullanıcıların paylaşımlarında ve yapılan yorumlarda dini tutum olarak nazara olan inanç görülmektedir. Kadınların paylaşımlarında dini tutum olarak annelik, evlat ve hamilelik süreçleri nazardan korunmak amacıyla manevi sözlerle ve dualarda dile getirilmiştir. Ayrıca nazarın bakış veya bakmayla gerçekleştiğine dair olan inançtan dolayı dindar kadınlar, Instagram’da bebeklerinin yüzünü gizlemekte veya dini sözlerle ‘maşallah’, ‘nazar değmesin’ gibi kelimelerle nazardan korunma önlemini almaktadırlar. Bu

konuda yapılan çalışmalardan biri olan akademisyen Ayda Sabuncuoğlu İnanç ve doktora öğrencisi Ezgi Saatçioğlu'nun 2017 yılında *Nazar İnancının Sosyal Medyaya Yansıması: Instagram'da Nazardan Korunma Pratikleri Olarak Hashtaglar Üzerine* bir araştırması yayımlanmıştır. Araştırma tabakalı örneklem tekniği ile nazar korkusuna ilişkin belirlenen 2000 hashtag üzerinden içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Ele alınan hashtaglar çocuk, eş-sevgili, aile, dostlar, manzara, evcil hayvanlar, gıda, ulaşım araçları, kendi fotoğrafları ve ünlüler olarak kategorilendirilmiştir. Kullanıcı kategorileri ise kadın, erkek, anonim ve Instagram butikleri olmak üzere belirlenmiştir (Sabuncuoğlu İnanç, Saatçioğlu 2017, cilt:6, sayı:5). Yapılan araştırmada ortaya çıkan bulgulara göre nazardan korunma pratiği olan hashtaglar en çok çocuk ile ilgilidir. Çocuk hashtaglerini Instagram'da sıklıkla kullanan ise kadınlardır. Kadınlar Instagram hesaplarında çocukları nazardan korumak için #maşallah, #nazardeğmesin, #allahnazarlardankorusun, #maşallahdiyelim gibi hashtagleri kullanmaktadırlar.

Instagram'da farklı şehirlerde yaşayan kadınların metinsel ve görsel paylaşımlarına bakıldığında bazı dindar kadınlar nazardan korunmak için çocuklarının yüzünü mahrem olarak gizlemektedir. Bazı Instagram kadın kullanıcıları ise mahremiyet duymadan açıkça bebeğini göstererek hashtaglar yoluyla nazardan korumaya çalışmaktadır. Yorumlar kısmında ise Instagram takipçilerinin görüşleri ikiye ayrılmaktadır. Bir kısım Instagram takipçileri bebeğin yüzünün saklanarak nazardan korunacağını düşünürken, diğer Instagram takipçileri ise bebeğin yüzünün saklanmaması gerektiğini düşünmektedir. Genel anlamda Instagram'daki dindar kadın kullanıcıları nazara inanarak belli dini tutumlarda bulunmaktadır. Dindar kadınların paylaşımlarında çocuklarına yer vermesinin yanı sıra eş veya sevgiliye duyulan hisler açıkça Instagram'da herkesin görebileceği şekilde ana sayfasını gizli tutmayarak da paylaşılmaktadır. Bu durum erkek ve kadın arasında olan mahrem duyguların Instagram'da gösterilmesi ve dini araçsallaştırarak kullanmaları helal romantizm başlığında ele alınması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.

2.6. Dindar Kadınların Helal Romantizmi: Mahremiyetin Romantik Yorumu

Dijital alan sınırları aşarak getirdiği yeniliklerle geniş olarak etkide bulunmuştur. Dijitalleşme, uzak mesafeleri yakınlaştırarak küresel anlamda bireyleri bir araya getirmekte ve iletişimi sağlamaktadır. Klasik şekilde gerçekleşen iletişim, dijital alanda mesafelerin sınırlarını ve zaman kavramını akışkanlaştırmıştır (Bauman, 2017: 26). Bu akışkanlaşmayla birlikte dijital alanda bilgi edinmeyi ve bilgiye ulaşmayı sağlayan nokta gösterme ve görünme

özelliğidir. Dijital alanda göstermeyi gerçekleştiren etken ise fotoğraf paylaşımlarıdır. Fotoğraf paylaşımları dijital alan içerisinde çeşitli sosyal ağlarda sıklıkla paylaşılmaktadır. Yeni dijital alan ve iletişim teknolojilerinde fotoğraf paylaşımının tarihine bakıldığında, Amerika Birleşik Devletleri KPCB (Kleiner Perkins Caufield & Byers) analist Mary Meeker'ın 2014 yılı "İnternet Eğilimleri" raporuna göre; her gün 1.8 milyar fotoğraf internete yüklenmekte ve paylaşılmaktadır. Fotoğraf paylaşımları içerisinde en fazla 700 milyon fotoğraf Snapchat'e yüklenmekte, Whatsapp'ta 350 milyon, Facebook'ta 27 bin ve Instagram'da ise 40 milyon fotoğraf yer almaktadır.

Fotoğraf aslında mesaj verme ve iletişim şeklinin bir yoludur. Dolayısıyla fotoğraf, bireyin duygu ve düşüncelerinin, anlam dünyasının yer aldığı, gösterme yoluyla karşıdaki bireyi bilgilendirme amacını taşımaktadır. Roland Barthes'ın da belirttiği gibi: *"fotoğraf; resim, çizgi-roman, sinema, televizyon ve gazete haberi, karikatür, masal, insan davranışları vb. tümü anlatı formlarıdır ve bir öykü anlatır"* (Barthes 1988: 7). Bu nedenle fotoğrafta kullanıcı vermek istediği mesajı hikayeleştirmektedir. Ünlü fotoğrafçı Ara Güler'e göre fotoğraf, tıpkı bir tarihçinin ya da gezginin yazdığı tarihi bir belge gibi, fotoğraf da anları yakalayarak tarihleştirmektedir ve dünyanın görsel tarihini yazmaktadır.

İnternet ve teknolojinin gelişmesiyle beraber fotoğrafın yeni anlamı ve adresi dijital alan olmuştur. Dijital alanda paylaşılan fotoğrafta güzel olanı ön plana çıkarma amacı bulunmaktadır. Güzel olan dijital alanda dikkat çekmekte ve beğeni kazanmaktadır. Doğada güzel-çirkin, iyi-kötü kavramları belirlidir ve varlığını hissettirmektedir. Canlıların yaşam alanında pozitif durum olduğu gibi negatif durum da bulunmaktadır. Dijital alanın güzelliğinde negatif durum gösterilmeyerek ortadan kaldırılmıştır. Bu nedenle güzel olan pürüzsüzdür ve her hangi bir eksiği, aralığı bulunmamaktadır (Han, 2018: 27-30). Dijital alanda paylaşılan fotoğrafların bu amaç doğrultusunda güzelleştirilerek görünürlük kazanması, toplumları fotoğrafa ve kontrol ekranına dönüştürmektedir. Fotoğrafta açıkça görünme ve gösterilme, beğenme sayısını artırma amacıyla mahrem olanı değiştirmiştir. Mahrem olan bir örtüyle gizlenmeye çalışılmıştır fakat dijital alan saklı olanı pürüzsüz şekilde yansıtmaktadır. Dijital alan güzel, gizli ve mahrem alanı geciktirmeden doğrudan fotoğraf ile göstermektedir.

Dijital alanda güzel görünme amacıyla kullanıcılar bireysel özelliklerine göre profil sayfalarında fotoğraflarını eklemekte ve ona göre paylaşımlarında bulunmaktadır. Instagram kullanıcıları arasında olan dindar kesim, profillerinde Mescid-i Haram'da Kabe'nin veya caminin fotoğraflarını ekleyerek dindarlık kimliğini göstermeye çalışmaktadır. Özellikle

muhafazakâr kadınların Instagram’da dini paylaşımları sıklıkla yapılmaktadır (Özel, 2018, Sayı:38, Nihayet Dergisi). Dini kimlik temsil edilirken Instagram’da yeniden anlam kazanmıştır. Dindar kadın; başörtü, cami, namaz, iman, dua gibi dini içerikli fotoğraf paylaşmaktadır. Dindar kadın gündelik hayatını dini anlamlarla ifade ettiği gibi söz, nişan, düğün gibi toplumsal eylemleri, İslami yaşam tarzına uygun bir şekilde camide gelinlikle fotoğraf paylaşımını yaparak gerçekleştirmektedir. Kadın kullanıcı dindarlık imajını Instagram’da dini sözler ve fotoğraflarla göstermektedir. Dindar kadınların Instagram paylaşımları incelendiğinde karşımıza eşi, nişanlısı veya sevgilisi hakkında yaptığı romantik dini paylaşımlar çıkmaktadır. Dijital alan, din dışı olanı dinileştirerek görünme ve gösterme çabası içerisindedir. Bu doğrultuda aşk Instagram’da helâl hale gelerek fotoğraf ile paylaşmakta ve altına yazılan metinlerle ifade edilmektedir. Kadınların paylaşımlarındaki metinlerine bakıldığında;

Şükürler olsun masalımı ilmek ilmek dokuyan Rabbe (dini nikâhımız).

Nikâhımız önce göklerde kıyıldı, Rabbim mübarek kılsın (Amin).

Bir ömür çayını demlerim, derdini dinlerim, dualarıma seni de eklerim.

Allah hayallerimizi dua, dualarımızı da kabul eylesin, Mevlana’nın dediği gibi ‘Allah’ım hayalime bile günah girmesin.

Rabbim cennetinde de bizi bir kılsın; ayırmasın.

Sabır; sadece Allah’ın duyduğu bir duadır. Dualarımızı yaşatan Rabbime şükürler olsun.

Alın öpmek, alın yazısını öpmektir. Onun kaderine kefil, hayatına ortak olmaktır.

Kaşı, gözü, gülüşü, bakışı, hatta kirpikleri bile benim için bilerek yaratılıp karşıma çıkarıldı sanki öyle güzel gönlümde.

Mutlu günler yakın haber aldım gözlerinden, ilâhi kalemle yazılmışsın emir büyük yerden.

Kirpiğine kadar sevdiğim adam, kokun cennetim, yüreğin en büyük servetim.

Sen cennetin yeryüzüne inişi, sen cenneti yâr yüzünde keşfedişimsin.

Ve sevmek, sevdiğini emanet etmektir. Emanetleri kaybolmayan Allah’a (Sakarya, 26, Lisans, Evli).

Paylaşımlara bakıldığında dindar kadın eşine karşı duyduğu özel hislerini Instagram hesabında fotoğraf ve yazı ile dile getirmektedir. Paylaşımlarda aşkını helal söylemlerle dinselileştirerek göstermeye çalışmaktadır. Evli çiftler arasında olması gereken mahremiyet içerikli özel durumlar dijital alanda görsel ve metinsel şekilde Instagram’da paylaşılmaktadır. Dini kimlik ve dindarlık romantik imaj kazanarak dijital alanda yer kazanmıştır (Özel, 2018, Sayı:38, Nihayet Dergisi). İstanbul’da yaşayan kadının paylaşımları da bu doğrultudadır.

Hangi ettiğim duanın karşılığısın.

Başınızı yasladığınız omuz sağlam ise gerisi kendiliğinden gelir zaten, Allah yarı yolda bırakmayacak insanlar ile karşılaştırsın.

Çocuklar gibi şen gönlüm senin yanındayken. Rabbim herkesin hakkında kim hayırlı ise ömrüne onu nasip etsin (Amin).

Çünkü sen çölüme yağmur oldun, dünyadaki cennetim.

Sevdan üflendi bir kere vakit aşk-ı kıyamet. Sen kopuyorsun yüreğimde; gönlüm gönlüne emanet.

Kadın, erkeğin gelincik çiçeğidir (Hz. Muhammed sav).

Aşk ancak Allah'a olandır ve yâr ancak Allah'tan armağandır. İyi ki varsın şansım, Rabbimin en güzel armağanısın.

Yüzümü güldüren, kalbimde çiçekler açtıran adam. Dünya'daki hediyeysin sen Yaradan'dan (İstanbul, 27, Lisans, Evli).

Dijital alanda gerçekleşen iletişim şekli gündelik hayattan farklı olarak metinsellik üzerinden kurulmakta ve anlamlandırılmaktadır. Birey gerçek benliğini ses tonu, mimik, jest gibi dışsal tepkiler yerine dijital alanda kullanılan sembol, simge ve göstergelerle ifade etmektedir. Dijital kullanıcılar, dijital alanın diliyle kendini sunmaktadır (Karakaya, 2013, cilt: 6, sayı:27). Dindar kadın kullanıcıların Instagram paylaşımları, gündelik hayatının yanı sıra yaşadıkları ilişkilerini, aşklarını dini metinlerle göstermeye çalışmaktadır. Mahrem olarak görülen evlilik ritüelleri Instagram ile medyatik hale gelmektedir. Fotoğraf paylaşımının mahremiyeti ifşa ettiği endişesi yaşanmamaktadır. Bu nedenle sıklıkla mahrem duyguların Instagram'da paylaşılması dini söylemlerle normalleştirilmektedir (Çamdereli, 2015: 84). Fotoğraf paylaşımının sıklaşması beğeniyi arttırmakta ve daha fazla görünme isteğini ortaya çıkarmaktadır. Konya'da yaşayan kadının paylaşımlarında romantik dini söylemler görülmektedir:

Mutlu bir evlilik, dünyada kavuşulmuş cennetten başka bir şey değildir. Rabbim isteyen herkese hayırlı bir eş, huzurlu bir yuva nasip etsin, tüm hayallerimiz gerçekleşsin.

Aynı duaya âmin dediğiniz bir hayat arkadaşı, bütün güzelliklerin başlangıcıdır. Hüznün ve mutluluğun fotoğrafı (Dualı düğün çıkışı).

Sevecekseniz eğer; bir erkeğin merhametini sevin. Para, mal, mülk tükenir; yakışıklılık gider. Ancak merhamet bakidir. Merhamet erkeğe en çok yakışan aksesuardır. Rabbim merhametli adam nasip etsin ömrünüze.

Ne güzel bir söz: Kalbiniz gibi geçsin hayatınız. Rabbim hep kalbi güzel insanlarla karşılaştırsın.

Ebedi bir şifadır evlenmek. Rabbim herkese hayırlı eşler, musmutlu yuvalar nasip etsin.

Allah muradını versin diye dua edildiğinde size hafif bir tebessümle aklınızdan da kalbinizden de sevdiğiniz kişiyi geçirip âmin dediniz mi hiç? İşte sen benim âminlerimin sonucusun can eşim. Her duamda Allah'a yakarışım, sonsuz şükrümsün.

Aynı duanın rengi altında yâr, seninle çocuklar gibi koştuk. Yüreğim sevdana hasretken dilindeki dua ile el ele tutuştuk. Şehrimin en güzel yerinde yârin vuslatına kavuştuk. Ellerinin kınasıyla gönlümün cennetinde buluştuk.

Ebedi bir şifadır sevdiğinle evlenmek. Gençliğin elden gidişi değil, birlikte ihtiyarlayacak olmanın tatlılığıdır.

Ben seni Rabbimden istedim, beraber gidelim inşallah cennetine.

Edeptir aşk sevdirenin hürmetine (Konya, 27, Evli, Lisans).

Paylaşımlarda görülen romantik dini söylemlerde aşk; dua, edep, cennet, huzur, Allah'a yakınlık gibi temalar etrafında dile getirilmiştir. Helâl ve huzurlu evlilikte erkeğin aldığı rol ve etkisi ifade edilmektedir. Kadın ve erkek arasında oluşan duygusal romantik bağ, toplumların kültürel farklılığına göre yorumlanmaktadır. Batı'da aşk seküler meta özelliğini taşıırken, Doğu'da kişiye duyulan aşk, kişiden uzaklaşarak ilahi aşka dönüşmektedir (Özel, 2018, sayı:38). Instagram'da helalleştirilen aşk paylaşımlarında ilahi aşka vurgu yapıldığı da görülmektedir. Denizli'de yaşayan dindar kadının paylaşımlarında da romantikleşen dini söylemler Instagram hesabında görülmektedir. Örneklendirmek gerekirse:

Nasıl bir iyilik yaptım bilmiyorum ama Rabbim beni seninle çok güzel ödüllendirdi elhamdülillah.

Göklere inanırdım eskiden ama sen, denizlerin derinliğini gösterdin bana.

Hayallerin en güzeli seninleydi, bir sonraki hayalimiz için bismillahirrahmanirrahim.

Birlikte yaşlanma tatlılığı diye bir şey var. Âmin diyenin de hayalleri gerçek olsun inşallah.

Al cennetine kabul et beni. Adının yanında ne güzel durur adım.

Şükürler olsun, o kadar duygusal bir an ki dualar eşliğinde yeni bir yuva kurmaya gidiyoruz.

Hem hüznün hem de mutluluk. Allah hepimize mutlu huzurlu bir yuva nasip etsin, dualarınızı eksik etmeyin.

Pamuk şeker aynı senin gibi yumuşak ve tatlı, iyi ki varsın. En güzel günler seninle.

İşin sırrı sabır, Allahuekber. Evlendik sonunda, ahretliğim, eşim (Denizli, 27, Evli, Lisans).

Dindar kadınların Instagram sayfalarında yaptıkları romantik dini söylemler aynı zamanda dindarlığını göstermektedir. Kadın dindarlığı cinsiyete, yaşa, medeni duruma ve toplumsal farklılığa göre değişmektedir. Kadın, psikolojik olarak kendini günahahtan arındırma ve koruma çabası içerisinde. Bu nedenle duygusal anlamda Allah'a yakınlık duyma ve affedilme ihtiyacını daha yoğun hissetmektedir (Yapıcı, 2016: 131-161). Ayrıca toplumların cinsiyete yönelik tutum ve davranışları dindarlık şeklini belirlemektedir. Ataerki toplumlarda kadının itaatkar oluşu ve sorumluluğun yüksek olması, dini hayatı daha rahat benimsemesini ve dine kolay yönelmesini sağlamaktadır. Erkek ise kendine güvenmeyi ve bağımsız olmayı öğrenerek dini kudretin emirlerini yerine getirmektedir. İlerleyen teknolojik gelişmeler

toplumu dijitalleşmeye doğru bir üst noktaya taşımıştır. Bunun sonucunda dijital toplumda dini benlik ve dindarlık da kendini ifade edebilme kolaylığına erişmiştir. Din, kendi özünü ve gerçeğini değiştirmeden dijital alanda yer almaktadır. Değişen nokta ise dini ifadelerin, söylemlerin, sembollerin, dindarlığı gösteren unsurların dijital alanda yeni anlamlar kazanarak görünmesidir (Çamdereli, 2018: 48). Bu doğrultuda dinin özel ve mahremiyet boyutu değişerek dijital alanda görünürlük kazanmıştır. Kadınların Instagram sayfalarında mahremiyet alanı içerisinde gerçekleşen tutum ve söylemler fotoğraf paylaşımları ve yorumlarla gösterilmektedir. Eşe, sevgiliye duyulan mahrem ifadeler, açık veya yarı açık Instagram sayfalarında açıkça paylaşılarak dijital alanda gösterime dayalı bir anlam kazanmıştır. Bunun yanı sıra kadınlar dindarlıklarını gösterebilmek için Cuma paylaşımlarından da yararlanmaktadır. Cuma gününe özel dini semboller, nesneler ve ifadelerin paylaşımlarda gösterilmesi dikkat çekmektedir.

2.7. Dijital Dindarlık Olarak Gösterilen Cuma Paylaşımları: Zaman ve Mekan Tasavvurunun Nesneleşen Mahremiyeti

Instagram'da kadınların paylaştıkları konular arasında yer alan Cuma paylaşımları oldukça dikkat çekmektedir. Çünkü Cuma paylaşımları dini anlam ve hassasiyeti taşıdığından ötürü kolaylıkla Instagram'da beğenilmektedir. Bu durum kadınların Instagram'da dindarlıklarını göstermesini sağlamaktadır. Müslüman dindar kadınlar, dini kimliği çerçevesinde Cuma gününe özel paylaşımlarda bulunmakta ve paylaşımlarında özel bir hassasiyet göstermektedirler. Kadınların Cuma paylaşımlarını ele almadan önce Cuma gününün Müslümanlar için önemini açıklamak ve bunu sistematik bir şekilde yorumlamak daha doğru olacaktır.

İslamiyet'e göre Cuma haftalık toplu ibadetlerin yapıldığı gündür ve yapılan ibadetin, namazın adıdır. İslâmiyet'ten önce haftanın altıncı gününe arûbe denilirdi. Altıncı günün Cuma adını alması toplantı günü olmasından dolayıdır. Haftalık ibadet günü olarak belirlenen Cuma günü, Yahudi ve Hristiyanlar için de geçerlilik kazanmış, fakat bu konuda farklı düşünerek Yahudiler Cumartesi gününü, Hristiyanlar ise Pazar gününü haftalık toplantı ve ibadet günü olarak kabul etmişlerdir. İslâmiyet toplu ibadet olarak Cuma gününü ayet ve hadislerle kabul etmiştir. Aynı adı taşıyan Cuma suresinde görüldüğü gibi *“Ey iman edenler! Cuma günü namaz için çağrı yapıldığı zaman, hemen Allah'ın zikrine koşun ve alışverişi bırakın. Eğer bilerseniz bu, sizin için daha hayırlıdır”* buyrulması Cuma'ya verilen önemi ifade etmektedir. Konuyla alakalı hadislerde de görülen Ebû Hüreyre (r.a)'den rivayet

edildiğine göre Resûlullah (s.a.v) şöyle buyurdu: “*Üzerine güneş doğan en hayırlı gün cuma günüdür. Âdem o gün yaratıldı, o gün cennete konuldu ve yine o gün cennetten çıkarıldı.* Yine Ebû Hüreyre (r.a)’den rivayet edildiğine göre Resûlullah (s.a.v) şöyle buyurdu:

Bir kimse güzelce abdest alarak cuma namazına gelir, hutbeyi ses çıkarmadan dinlerse, iki cuma arasındaki ve fazla olarak üç günlük daha günahları bağışlanır. Kim hutbe okunurken çakıl taşlarıyla oynarsa, boş ve mânasız bir iş yapmış olur.

İbn Ömer (r.a)’dan rivayet edildiğine göre Resûlullah (s.a.v) şöyle buyurdu: “*Biriniz cuma namazına gideceği zaman boy abdesti alsın*”. Hadislerde görüldüğü gibi Cuma gününün Müslümanlar için değeri ve o güne özel nasıl davranılması konusunda bilgi verilmiştir. Müslümanlar tarafından oldukça önem taşıyan Cuma gününde farz olan namaz ile birlikte boy abdesti almak, bedeni temiz tutmak, tırnak kesmek, camiye erkenden gitmek, Hz. Peygambere salâtü selam getirmek sünnet olarak kabul edilmiştir (Canbulat, 2016: 2). Müslüman’ın Cuma namazıyla yükümlü olması için erkek, hür, dinen yolcu sayılmayan ve mazeretsiz olması gerekmektedir. Cuma gününde namaz bitinceye kadar alışveriş veya başka bir işle meşgul olmak yasaklanmıştır. Bu da gösteriyor ki Cuma Müslümanlar için ertelenemeyecek bir ibadet günüdür. Cuma’nın Müslümanlar tarafından bu kadar önemli olması dijitalleşen toplumda da ifade edilmektedir. Özellikle Instagram’da erkeklerin yanı sıra kadınlar paylaşımlarında düzenli olarak Cuma gününe özel dini anlam ve sözlerle de yer vermektedirler. Dindar kadınların Instagram’daki Cuma paylaşımlarına örnek vermek gerekirse;

Esselâmu aleyke eyyühennebiyye ve rahmetullahi ve berakeetühü. Essalâtu vesseleemü aleyke yâ RasûlAllah. Essalâtu vesseleemü aleyke yâ HabibAllah. Essalâtu vesseleemü aleyke yâ HalilAllah. Essalâtu vesseleemü aleyke yâ NebiyyAllah. Salevaatullahi ve melaaikehi ve enbiyaaîhi ve rusûlihi ve hamelete aşihi ve cemi’halgihi alee seyyidinee ve rebiyyinee Muhammedin ve alee eelihi ve eshaabihi ecmaiin.#Hayırlı Cumalar.

Allahümme ente Rabbi lâ ilahe illâ ente halakkeni ve ene andüke ve ene ala ahdike ve vağdike nestetağtü eüzü bike min şerri mâ sareğ’tü. Ebûü leke biniğmetike aleyye ve ebü ü bizenbi fağfirli zunûbi’fe innehû lâ yağfiruz zunûbe illâ ente (birahmetike ya erhamerrahimin).

Allah’ım sen benim Rabbimsin. Senden başka ilah yoktur. Beni, sen yarattın ve ben senin kulunum. Ve ben iman ve kulluğumda gücüm yettiğince senin ahdü misâkın üzereyim. Yâ Rabbi! Sen beni afv ü mağfîret eyle. Zira senden başka günahları afv ü mağfîret edecek kimse yok. Cumamız hayırlı olsun.

Cumamız mübarek olsun, dualarda buluşalım dostlar. Amine Asya hepinizin Cumanızı hayırlı dileklerde bulunuyor. Maşallah boncuğuma (Samsun, 26, Evli, Lisans).

Samsun’da yaşayan dindar kadının paylaşımlarına bakıldığında Cuma gününe dair dua ve dini anlamlarda bulunduğu görülmektedir. Paylaşımlarda kadının Instagram’da göstermek istediği ise çocuğudur. Instagram kadın kullanıcısı çocuğunu dini zaman ve mekâna bağlı fotoğraflayarak paylaşmıştır. Mekan olarak cami ve Kabe’ye yer verilmesi dindarlık boyutunu göstermek amacıyla araçsallaştırılmıştır. Dindar kadının paylaşımında Cuma ve çocuğun birlikte gösterilmesi özellikle kadın takipçiler tarafından oldukça olumlu karşılanmaktadır. Çünkü kadınlar Instagram’da hem anneliğini hem de dindarlığını Cuma paylaşımları yolu ile göstermektedir. Dindar kadınların yaptığı Cuma paylaşımlarında azımsanmayacak derecede yorum ve beğeni yapılmaktadır. Cuma paylaşımlarının bu kadar çok beğenilmesi ve yorum yapılması sonucunda dindar kadın kullanıcısı çocuğunu daha fazla göstererek çocuğun mahremiyet alanını da esnekletirmektedir. Dindar kadınların buna benzer paylaşımları Instagram’da sık görülmektedir. Örneğin;

Selamünaleyküm çocuk sahibi olmak isteyenlerin ya da hamilelerin dilinden düşürmeyeceği bir dua vermek istiyorum: Rabbi heblî mines-sâlihîn. Anlamı; Ey Rabbim! Bana iyi olan Salih kullardan (evlatlardan) nasip eyle. Bence hazineler dolusu servetten daha değerli bir şey varsa eğer o da hayırlı Salih evlatlar yetiştirmektir. Rabbim gönlünüzdekini hakkınızda hayırlı etsin. Hayırlı Cumalar.

Açmış, incelemiş, yırtmış, uyuyakalmış sen çok yaşa can evlat. Rabbim seni Kur’an ehli bir evlat olmanı nasip etsin #Maşallah Hayırlı Cumalar.

Kim Kur’an’ı okur, öğrenir ve onunla amel ederse kıyamet günü, anne ve babasına nurdan bir taç giydirilir. Onun zıyası güneş ışığı gibidir. Onun ana-babasına iki hulle giydirilir ki dünya onlarla boy ölçüşemez. Onlar: ‘Ne karşılığında bunlar bize giydirilirdi?’ derler. ‘Çocuğunuzun Kur’an tutması sebebiyle’ denilir. Hayırlı Cumalar.

Rabbim sen evlatlarımızın Kur’an ehli insanlar olmasını nasip et, hayırlı nurlu Cumalar” (Ankara, 29, Evli, Lise).

Ankara’da yaşayan dindar kadının Cuma paylaşımlarında annelik, babalık ve çocuk sahibi olmak dini anlam ve dualarla kutsallaştırılmıştır. Bu paylaşımlarda da aynı şekilde çocuk gösterilmiştir. Paylaşımlarda dikkat çeken nokta ise Cuma gününe özel kız çocukları tesettür kıyafetle, küçük erkek çocukları ise namaz kılıyormuş gibi fotoğraflanarak paylaşılmaktadır. Instagram’ın oluşturduğu kullanım kültürü ve yaygınlığı zamanla kullanıcıları aynı eylem ve pratikler çerçevesinde bir araya getirmektedir. Ankara’da yaşayan dindar kadın, kızının başını örterek Cuma paylaşımında bulunurken, Yalova’da yaşayan kadın ise erkek çocuğunu namaz kılar şekilde fotoğraflayarak göstermektedir. Yalova’da yaşayan kadının Cuma paylaşımlarına bakıldığında;

Mescidi Aksa'yı ezansız, namazsız, Müslümansız bırakma Allah'ım. Hayırlı Cumalar.

Aşk beş vakittir. Aşkımızın meyvesi Maşallah Muhammed Kadir'im #Hayırlı Cumalar.

Boş bulduğumuz seccadeleri dolduran gençlerden olursun (olursunuz) inşallah. Hayırlı cumalar.

Çocuğun kalbi ekilmemiş tarlaya benzer; ne ekersen tutar kalbine şimdiden küçük tohumlar atanlardan olalım hayırlı cumalar.

Hayırlı cumalar Rabbim ettiğimiz duaları kabul etsin inşallah.

En iyi nasihat en iyi örnek olmaktır. Rabbimiz! Bize dünyada iyilik ver. Ahirette de iyilik ver. Bizi cehennem azabından koru. Amin. Hayırlı Cumalar.

Ey Rabbim beni ve soyumdan gelecekleri namazı devamlı kılanlardan eyle; ey Rabbimiz duamı kabul et! (İbrahim Suresi 40. Ayet). Hiçbir anne-baba evladına iyi bir eğitimden, iyi bir ahlaktan daha değerli miras bırakamaz. Hayırlı cumalar. Bir amin bir de maşallahınızı alınız.

Selamünaleyküm, Muhammed Kadir ezan duyunca ellerini açıp Allah'ım anneme, babama, kardeşime, bana sağlık ver amin. Allah'ım annem, kardeşim evimize sağlıklıyla gelsin. Çocuklarımıza vereceğimiz en büyük servet merhamet olmalı. Allah'ım kalp güzelliği versin. Hayırlı cumalar.

Dijital alanda dini anlamların, ifadelerin ve söylemlerin yer alması kutsal olanın sekülerleşmesiyle ilişkilendirilmektedir. Santiago Zabala'ya göre (2009: 10)dini içerikler seküler bir el tarafından yeniden kurgulanarak farklı bir din anlayışını inşa etmektedir. Etkisini ve yaygınlığını gösteren yeni din anlayışı aynı zamanda dindarlığın da sekülerleşmesini kaçınılmaz kılmıştır. Yeni dindarlık anlayışında korku, şiddet ve boş inanç gibi kalıpsal düşüncelere yer verilmemiştir. Aksine gösterilen yeni dindarlıkta iyilik, sevgi ve merhamet duyguları bulunmaktadır; gerisi ise teferruattan başka bir şey değildir. Dijital alanda bireyin isteği ve kabullerine dayalı gösterilen dindarlık ve mahremiyet alanı, mekan ve zaman ötesi sınırları aşarak belirsiz, akışkan, şeffaf bir yapıyı oluşturmaktadır. Bireyin dijital alanda belirlediği yapı içerisinde istediği her şeyi, kendisine özel olanı özgürce paylaşabilme olanağını elde etmiştir. Bu doğrultuda bireyin mahremiyetini göstermesi bulunduğu psikolojik ve sosyolojik duruma bağlı olarak gerçekleşmektedir. Örnek olarak verilen paylaşımlarda kadınlar dindarlıklarını sevgi ve merhamete dayalı evlatları üzerinden göstermektedirler. Hayırlı evlat tanımı namaz, seccade, dua ve ayetler eşliğinde ifade edilmektedir. Dindar kadınlar bunu yaparken Cumanın dini anlamından, çocuklarını ise inandıkları dini kimlik ile beden ve duruş üzerinden yansıtmaktadırlar. Instagram'da, kadın kullanıcıların isteği doğrultusunda yapılan bu paylaşımlar, mahremiyetin görünümünü dindarlık anlamında normalleştirmektedir.

SONUÇ

21. yy'da modernite ve postmodernitenin etkisiyle ilerleyen toplum dijital veya dijitalleşme sürecini yaşamaktadır. Dijitalleşme sürecini gerçekleştiren toplumda yeni iletişim şekilleri ve pratiklerinin yaşandığı görülmüştür. Geleneksel iletişim şekli ve pratikleri dijital toplumda sosyal medya üzerinde inşa edilmiştir. Çünkü dijitalleşmenin önemli unsurlarından birinin sosyal medya olduğu saptanmıştır. Dijital alanda kullanılan sosyal medya üzerinde bireysel ve toplumsal değişimlerin yaşandığı, var olan sınırların esnekleştiği ve temel anlamda gizlilik esasına dayalı olan mahremiyet anlayışının yeni bir anlam ürettiği belirlenmiştir.

Dijitalleşmenin getirdiği özellikleri taşıyan günümüz toplumunda mahremiyet önemli bir değişim geçirmiştir. Sosyolojik anlamda toplumlar farklı tipolojilere göre değerlendirildiğinde mahremiyete dair anlamların ve ifadelerin toplumda önem taşıdığı görülmüştür. Geleneksel toplumda bireylerin ortak bir alanda yaşaması, kolektif bir yapıya sahip olması mahremiyet alanını koruma veya gizleme gereksinimini ortaya çıkarmamıştır. Fakat modernleşmeyle birlikte özel ve kamusal alanın ortaya çıkması mahremiyete olan ihtiyacı zorunlu hale getirmiştir. Modern toplumun bir parçası olan birey, kamusal alanda siyasi ve bürokrasi otoritenin belirlediği kuralları ve şartları yerine getirmeye çalışırken, özel olarak dinlenebileceği veya yakın çevresiyle zaman geçirebileceği bir alana ihtiyaç duymuştur. İleri teknoloji ve bilim ile birlikte modern sonrası bilgi, ağ, postmodern, gösteri gibi ifadelerle adlandırılan, araştırmada da dijitalleşme olarak ele alınan dijital toplumda mahremiyet gizleme veya koruma yerine gösterme ve gösterilme üzerine yeni bir anlam üretmiştir. Dijital toplumda görme ve görülmenin, bireylerin birbirlerini kolaylıkla denetleyebileceği bir alan inşa edilmiştir. Dijital toplumda sınırların esnekleşerek şeffaf olarak görülmeyi sağlayan unsurun sosyal medya olduğu izlenimine varılmıştır.

Günümüzde aktif olarak kullanılan ve sosyal medyanın bir parçası olan Instagram'ın kolaylıkla görülme üzerine inşa edilmesi mahremiyeti dönüştürme noktasında dikkat çekici olduğu değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda Instagram'ın fotoğraf ve video paylaşımları içeriğine sahip olması kullanıcıların daha çok paylaşım yapma sıklığını arttırmıştır. Instagram'da bireylerin paylaşım yapma sıklığı ve içeriği de mahremiyetin dönüşümünü meydana getirmiştir. Çünkü Instagram kullanım alanında paylaşımlarda belli bir sınır veya engelleme gibi bir durumun görülmediği anlaşılmıştır. Mahremiyetin uğradığı dönüşümü Instagram'da yorumlayabilmek amacıyla örneklem olarak belirlenen kullanıcı profili

muhafazakar dindar kadınların paylaşımları çerçevesinde ele alınmıştır. Muhafazakar dindar kadınların paylaşımlarında öncelikle oluşturdıkları dini kimlikleri çerçevesinde metinsel ve görsel paylaşımların olduğu görülmüştür. Dindar kadınların Instagram'daki metinsel ve görsel paylaşımlarında gösterdikleri dini anlam, sembol ve ifadeler doğrultusunda gösterişçi dindarlık veya dışa dönük dindarlık kavramları çerçevesinde dindarlığın ele alınması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Paylaşımların içeriği betimsel analiz olarak değerlendirildiğinde dindar kadınlar dua, sure veya ayet gibi dini anlamlara yer vermişlerdir. Mekan olarak ise paylaşımlarda cami ve kutsal yerler gösterilmiştir. Bu paylaşımlarda dindar kadınların Instagram'daki takipçiler tarafından daha çok takdir edilme ve beğenilme/like sayısının arttığı görülmüştür. Fenomenolojik olarak değerlendirildiğinde muhafazakar dindar kadınlar paylaşımlarında dini anlam ve ifadelere yer verirken aynı zamanda kendilerini de göstermişlerdir. Dindar kadınların görsel paylaşımlarında mahremiyet olarak görülen beden ve bedene ait olan el ve yüz fotoğrafın ana temasında yer alarak mahremiyetin gösterilme noktasında Instagram'da yeniden anlamlandırıldığı belirlenmiştir. Beden İslamiyet'e göre kutsal ve mahremiyet olarak ele alınırken, Instagram'da güzelleştirme üzerine değer kazanmıştır.

Muhafazakar dindar kadınların paylaşımlarında yer alan dini anlam ve ifadelerin yanı sıra dini sembol ve nesneler de gösterilmiştir. Gösterilen dini sembol ve nesneler Instagram'da dindar kadınlar tarafından tüketim kültürünün devamı olacak şekilde reklam ve tanıtım amacıyla paylaşılmıştır. Bu paylaşımlarda dindar kadınlar tavsiye, öneri veya çekiliş var söylemleriyle tüketim kültürünün devamını sürdürmüşlerdir. Ayrıca kullanım kültürü haline gelen Instagram'da hızla popülerleşen baby shower partisi de tüketim kültürünün bir parçası olarak değerlendirilmiştir.

Tüketim kültürü genel olarak devamlılığını sağlamak amacıyla dini anlam ve ifadeleri araçsallaştırarak kullanmıştır. Kullandığı dini anlam, ifade, sembol ve nesneler dijital alanda beğeni sayısı ile değerselleştirilerek gösterilmeye çalışılmıştır. Diğer yandan mahremiyet alanı olarak belirlenen özel yaşam alanı ve evlilik, nişan, düğün gibi toplumsal faaliyetler arasında sınırların esnekleşmesi de mahremiyetin gizlilik üzerine değil, gösterim üzerine anlam kazandığı yorumunu ortaya çıkarmıştır. Elli bin ve üzeri takipçi sayısına sahip olan dindar kadınlar Instagram'da var olabilmek için daha fazla paylaşım yapma üzerine dayatılmıştır. Dindar kadınlar paylaşım yaptıkça ve beğeni sayısını aldıkça mahremiyet olarak görülen değerler ve yaşam alanı, dini anlam ve ifadelerle kullanılarak mahremiyet gösteriminin yumuşatılmaya çalışıldığı sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akpınarlı, H. F. (1987). *Ankara İlinde Nazar ve Nazarlıklar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aktaş, C. (1995). *Mahremiyetin Tükenişi*. Nehir Yayınları, İstanbul.
- Aksan, D. (1998). *TDK Sözlüğü*. Ankara Yayınları, Ankara.
- Altun, F. (2011). *Modernleşme Kuramı Eleştirel Bir Giriş*. Küre Yayınları, İstanbul.
- Altunay, M. (2010). “Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da “Pıt Pıt Net”. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12): 31-56.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Arklan, Ü. ve Akdağ, M. (2016). “Gündelik Yaşamın Sosyal Medyası, Sosyal Medyanın Gündelik Yaşamı: İlişkisel ve Etkileşimsel Perspektiften Uygulamalı Bir Çalışma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16): 16-34.
- Aron, R. (2006). *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri*. Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Aslan, A. ve Ünlü, D. G. (2016), “Instagram Fenomenleri ve Reklam İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme”. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2): 41-65.
- Aytekin, Ç. ve Sütçü S. (2013). *Elektronik Ticaretten Sosyal Ticarete*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Ayverdi, İ. (2005). *Kubbealtı Sözlüğü*. Kubbealtı Yayınları, İstanbul.
- Barbarosoğlu, F. K. (2016). *Şov ve Mahrem*. Timaş Yayınları, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2011). *Nesneler Sistemi*. (Çev. Oğuz Adanır-Aslı Karamollaoğlu), Boğaziçi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.
- Baudrillard, J. (2012). *Tüketim Toplumu*. (Çev. Hazal Deliceçaylı- Ferda Keskin). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2007). *Modernite ve Holocaust*. Versus Yayınları, İstanbul
- Bauman, Z. (2011). *Sosyolojik Düşünmek*. (Çev: A. Yılmaz) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2013). *Akışkan Modernite*, (Çev: Sinan Okan Çavuş). Can Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2017). *Akışkan Gözetim*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Berger, A. S. (2013). The evil eye: A Cautious Look”. *Journal of Religious Health*, (52): 785-788.

- Berman, M. (1999). *Katı Olan Her şey Buharlaşıyor.*: İletişim Yayınları, İstanbul.
- B, G. ve İ, T. E. (2018).“Bir Tutundurma Aracı Olarak Reklamın Sosyal Medyada Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma: Instagram Örneği”. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3):50-67.
- Bourdieu, P. (2013), *Bilimin Toplumsal Kullanımları: Bilimsel Alanın Klinik Bir Sosyolojisi İçin*. (Çev: Levent Ünsaldı), Heretik Yayıncılık, .Ankara.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2003). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*.(Çev: Nazlı Ötüken).İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bürge, S.R. (2009). “Angels, Ritual and Sacred. Space in Islam”.*Comparative Islamic Studies*, 5(2): 221-245.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları*. Dost Kitapevi, Ankara.
- Çağbayır, Y. (2017). *Türkçe Sözlük*. Ötüken, İstanbul.
- Çamdereli, M. (2014). *Reklamın Görme Dediği*. Avrupa Yakası Yayıncılık,İstanbul.
- Çamdereli, M. (2018). *“Din Ekranda Nasıl Durur? Medyada Dinin Popüler Temsilleri*, Ketebe Yayınevi, İstanbul.
- Çamdereli, M. (2018)*Dijitalleşen Din, Medya ve Din 2*.Yayınevi: Köprü Kitapları, İstanbul.
- Çamdereli, M. (2014) *Medya ve Din*. Yayınevi: Köprü Kitapları, İstanbul.
- Çelikoğlu, N. (2007).*Türkiye’de Üniversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşümü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çıblak, N. (2004). “Halk Kültüründe Nazar, Nazarlık İnancı ve Bunlara Bağlı Uygulamalar”. *Türklük Bilimi Araştırmaları (TÜBAR)*, 15: 103-125.
- Debord, G. (2010). *Gösteri Toplumu*.(Çev: Ayşen Ekmekçi-Okşan Taşkent),Ayrıntı Yayınları,İstanbul.
- Dede, M. (1999). Kapalı Toplamlar ve İlk İnanişlar. *Ankara Üniversitesi Dergisi* (40):1.
- Demir, N. K. ve Yiğit, Z. (2013). “Reklam fotoğraflarında kadın bedeninin Değişimi”.8/6, 459-472, Ümit Yayıncılık, Ankara.
- Demirezen, İ. (2015).*Tüketim Toplumu ve Din*. Yayınevi: Dem Yayınları, İstanbul.
- Deshwal, P. (2016). “Online advertising and its impact on consumer behavior”. *International Journal of Applied Research*, 2(2): 200-204.
- Dobbelaere, Karel, and Voyé L. (1996). “From Pillar to Postmodernity: The Changing Situation of Religion in Belgium”, *Sociological Analysis*; 51: 1-13.
- Dolgun, U. (2008). *Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu*, Ötüken Yayınevi, İstanbul.

- Dundes, A. (1981). *Wet and Dry, the evil eye: An Essay in Indo-European and Semitic Worldview*. USA: University of Wisconsin Press, (21): 257-312.
- Durkheim, E. (2012). *Toplumsal İşbölümü*. (Çev: Özer Ozankaya). Yayınevi: Cem Yayınevi, Ankara.
- Ebru K. İ. (2018). “Gözetlenen ve Gözetleyen Bir Toplumda, Beden ve Mahremiyet İlişkisi: Facebook Örneği”. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 376-377.
- Ekici, M. ve Fedakar, P. (2014). “Gelenek, Aktarma, Dönüşüm ve Kültür Endüstrisi Bağlamında Nazar ve Nazar Boncuğu”. *Milli Folklor*, 26(101): 40-50.
- Farabi. (2015). *El-Medinetül Fazıla*, (Çev: Prof. Dr. Ahmet Arslan).Yayınevi: Divan Kitap, Ankara.
- Foucault, (2012). *Hapishanenin Doğuşu*.(Çev: Mehmet Ali Kılıçbay), Yayınevi: İmge Kitapevi, İstanbul.
- Freud, S.(2016).*Günlük Yaşamın Psikopatolojisi*. (Çev: Şemsa Yeğin),İthaki Yayınları, İstanbul.
- George,R.(1992). *Klasik Sosyoloji Kuramları*. (Çev. Himmət Hülür), Yayınevi: De Ki, Ankara.
- Geray, H. (1997). “İletişim, Bilgi Toplumu ve Küreselleşme”. *Küreselleşme İçinde* (34-45). İmge Yayınları, Ankara.
- Giddens, A. (2010). *Mahremiyetin Dönüşümü*, (Çev: İdris Şahin),Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel Kimlik*. (Çev: Ümit Tatlıcan), Say Yayınları,İstanbul.
- Göle, N. (2016). *Modern Mahrem*. Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Göktaş, T. (2018). Bir Tutundurma Aracı Olarak Reklamın Sosyal Medyada Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma: Instagram Örneği. 2(3): 50-67.
- Günay, Ü. (2012). *Din Sosyolojisi*, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Güngör, E. (2013). *İslam'ın Bugünkü Meseleleri*,Ötüken Neşriyat, İstanbul.
- Günüç, S. (2011). “Türkiye, Dijital Yerlilerde Çalışan Bellek ve Çoklu Görev”. *Sth International Computer & Instructional Technologies Symposium*.Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Güzel, E. (2016).“Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: Dijital Habitus, Gümüşhane Üniversitesi. *İletişim Fakültesi, Elektronik Dergisi*, 1/4 (20-22).
- Han, B. C. (2018). *Şeffaflık Toplumu*,(çev: Haluk Barışcan),Metis Yayıncılık, İstanbul.

- Hekimoğlu, H. (2019). “*Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği*”. Erciyes Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Haldun, İ. (2017). *Mukaddime*. (Çev. Turan Dursun). Yayınevi: Kaynak Yayınları, İstanbul.
- İnanç A. S. ve Saatçioğlu E. (2017). “Nazar İnancının Sosyal Medyaya Yansıması: Instagram’da Nazardan Korunma Pratikleri Olarak Hashtagler Üzerine Bir Araştırma”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5): 2729-2759.
- Yaman, M.(1997) *İslam Ansiklopedisi*. İstanbul.
- İllich, İ. (2011). *Şenlikli Toplum*. Yayıncı: Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Janmohamed, S. (2018).*M Nesli-Yeni Müslüman Gençlik*, (Çev: Esin Kızılelma), Kaknüs Yayınları,İstanbul.
- Kakaliçoğlu, C. (2013). “Küreselleşmenin Ahlaki Serencâmı: Değerlerin Tüketimi”, 357-365.
- Karagülle, A. E. (2015). “*Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi*”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karakaya, B. (2013). 10 Adımda Muhafazakar Romantik Kitap Yazma Kılavuzu, Nihayet Dergisi, (6), 27, İstanbul.
- Karslı, B. (2016). *Dindar Orta Sınıfta Nesil Farklılaşması X ve Y nesillerinin Din Algıları ve Değişen Yaşam Tarzları*.İlahiyat Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Kırdar, Y. (2012). *Postmodern Pazarlama ve Tüketim Kültürü*. Moss Yayınları, İstanbul.
- Kızılcılık, S.(2006).*Sosyoloji Tarihi1*, Anı Yayınları, Ankara.
- Köse, A. ve Ayten A. (2012). *Türebeler: Popüler Dindarlığın Durakları*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Kurt, A. (2009). “Dindarlığı Etkileyen Faktörler”, Uludağ Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi, 1-26, Bursa.
- Ayverdi, İ. (2005) *Kubbealtı Sözlüğü*, İstanbul.
- Lefebvre, H. (2005). *Everyday Life in the Modern World. Making Sense of Media*. UK: Blackwell Publishing, 2(5): 32-40.
- Lövheim, M. (2013). Social Media: Implications for everyday life, politics and human agency. *Approaching Religion*, 3(2): 26-37.
- Manzakoğlu B. ve Berkan, S. (2016). “Evil Eye Belief in Turkish Culture: Myth of Evel Eye Bead”. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 6(2): 193-204.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

- Marx, K.(1987). *Tarihsel*.Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (40): 1
- Marx, K. (1999). *Materyalizm*, (Çev: Cem Gönenç). El Yayınları, İstanbul.
- Meriç, C. (2010). *Saint-Simon İlk Sosyolog, İlk Sosyalist*.İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Michel F.(2012).*Hapishanenin Doğuşu*, (Çev: Mehmet Ali Kılıçbay), Yayınevi: İmge Kitapevi, İstanbul.
- Miller, G. (2010). “Tüketim Toplumunun Oluşumu ve Din ile Etkileşimi”. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*. 10(3): 97-109.
- Morley, D. ve Robins,K. (1997). Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar. (Çev: Emrehan Zeybekoğlu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Yeniçifti, N. T.(2016).“Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma”, 9(2): 92-115.
- Okumuş, E. (2012). *Gösterişçi Dindarlık*. Ark Kitapları, İstanbul.
- Onay, A. (2007). *Dindarlık, Etkileşim ve Değişim*. Dem Yayınları, İstanbul.
- Öcalan, F. Z. (2010). *Günümüzde Nazarlık: Formları, Kullanım Alanları ve İşlevleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özkarslı, Ş. (2000). *Türk Kültüründe Tılsımlı Objeler*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özsöz,C. (2007). “*Pierre Bourdieu’nün Temel Kavramlarına Giriş*” Sosyoloji Notları Dergisi, 1.
- Öymen, Ö. K. (2018) “Ancient and Modern Solutions to Global Problems”, International Association for Greek Philosophy, “Polis, Cosmopolis and Globalization”, (7):30.
- Öztekin, A. ve Öztekin H. (2010). “Modernleşme-Mahremiyet İlişkisi ve Siber Mekanda Mahremiyetin Aleniye Dönüşmesi”. *e-Journal of New World Sciences Academy* 5(4): 526-540.
- Özel, E. (2018). Helal Romantizm, Nihayet Dergisi, (38): 24-28.
- Paden, W. E. (2008). *Kutsalın Yorumu*, (Çev: Abdurrahman Kurt), Sentez Yayıncılık, İstanbul.
- Saad, G. (2012). *Tüketim İçgüdüsü Neden Ferrari, fast-food ve porno seviyoruz?*.(Çev. Nadir Özata), Mediacat Kitapları, İstanbul.
- Sabuncuoğlu A. ve Göker, G. (2016). “Sosyal Medyada Görsel Paylaşımdan Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 15(7): 108-131.

- Sevil, M. (1999). *Türkiye 'de Modernleşme ve Modernleştiriciler*. Vadi. Ankara.
- Simmel, G. (2013). *Modern Kültürde Çatışma*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Skinner, B. F. (1958). "Reinforcement Today". *American Psychologist*, 13 (3): 94-99.
- Slattery, M. (2010). *Sosyolojide Temel Fikirler*. Sentez Yayın, İstanbul.
- Sungur, E. (2016). *Postmodern Tüketim Anlayışında Dindar Yaşam Biçimleri*. Araştırma Yayınları, Ankara.
- Schoeck, H. (1981). *The Evil Eye: Forms and Dynamics of a Universal Superstition*. A. Dundes.. USA: University of Wisconsin Press, 192-200
- Şener, G. Bilgili C. (2013). *Kültür, Kimlik, Siyaset/ Sosyal Medya ve Ağ Toplumu 2*. Grafik Tasarım Yayınları, İstanbul.
- Şişman, N. (2003). *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*. İnsan Yayınları, İstanbul.
- Şişman, N. (2016). *Mahremiyet Hayatın Sırları ve Sınırları*, İnsan Yayınları, İstanbul.
- Terzioğlu, A., Özbey, C. ve Yasin, Y. (2011). *Neoliberalizm ve Mahremiyet: Türkiye'de Beden Sağlık ve Cinsellik*. Metis Yayıncılık, İstanbul.
- Tönnies, F. (2006). *Cemaat ve Cemiyet*. Vakıfbank Kültür Yayınları, İstanbul.
- Turner, B.S. (2015). *Klasik Sosyoloji*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Türkmenoğlu, H. (2015). *Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram*. *ULAKDİLGE*, 2(4): 87-100.
- Uzundumlu, Ö. (2015). "Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği". Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi Erzurum.
- Van, D. J. (2016). *Ağ Toplumu*. Kafka Yayınları, İstanbul.
- Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfın Teorisi*. (çev. Zeynep Gültekin-Cumhur Atay). Babil Yayınları, İstanbul.
- Vincent, D. (2016). *Mahremiyet Kısa Bir Tarih*. Epos Yayınları, İstanbul.
- Weber, M. (2011). *Sosyoloji Yazıları*. Metis Yayınları, İstanbul.
- Yapıcı, A. (2016). "Cinsiyete Göre Farklılaşan Dindarlıklar ve Kadınlarda Dinsel Yaşamın Farklı Görüntüleri". *Dini Araştırmalar, Kadın Özel Sayısı*, 131-161.
- Yıldırım, O. (2014). *İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımıyla Gündelik Yaşam Pratikleri: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Alan Araştırması (Anadolu Üniversitesi Özelinde Fen Fakültesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Bilimleri Fakültesi ve Porsuk*

- Meslek Yüksekokulu Örnekleri*). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yılmaz, N. (2017). “Sosyal Medyada Canlı Yayın Anlayışı”. *E-Journal of New Media*, 1(1): 127-136.
- Yolcu, F. (2008). *Adana İli Ceyhan İlçesi Halk Kültürü Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Yüksel, M. (2003). “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58-1.
- Zabala, S. (2016). *Dinin Geleceği*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Weeks, J. (1998). “*Farklılığın Değeri*”, *Kimlik: Topluluk, Kültür, Farklılık*. Sarmal Yayınevi, İstanbul.
- Zorlu, A. (2006). *Modern Tüketim Tarihinden Tüketim Araştırmalarına Tüketim Sosyolojisi*. Glocal Yayıncılık, Ankara.
- Zorlu, A. (2006). *Üretim ve Tüketim Teorileri*. Glocal Yayınları, Ankara.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Aslanoğlu, H. N. (2016). “Muhafazakar Genç Kuşağın Instagram Profilleri: Mahremiyet, Moda ve Ahlakilik İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme”. *İlem Blog*, 1(8): 259-272. (Erişim Tarihi: 02.20.2016).
- Canbulat, M. “Cuma Günü ve Cuma Namazı”.
<https://www2.diyanet.gov.tr/DinHizmetleriGenelMudurlugu/VaazProjeleri/Cuma%20G%C3%BCn%C3%BC%20ve%20Cuma%20Namaz%C4%B1.pdf> (Erişim Tarihi 28.07.2018).
- Çorapçı, K. (2005). “Televizyon Reklamlarındaki Sloganların Marka Algılamasına Etkisi”.
<http://www.adsslogans.co.uk/ans.index.html>. (Erişim Tarihi: 30.08.2017).
- Geukjian, K. (2013). “Power, Social Media, Social Movements: A Bourdieuan Path to Discovering the Power of Social Movements Within the Space of Social Media”, Final Major Research Paper, Graduate School of Public and International Affairs University of Ottawa, <https://www.ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/26237/1/GEUKJAN,%20Katrina%2020135.pdf> (Erişim Tarihi: 19.01.2016).
- Prensky, M. (2004). The emerging online life of the digital native: What they do differently because of technology, and how they

doit.Aralık 2010 tarihinde http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-The_Emerging_Online_Life_of_the_Digital_Native-03.pdf adresinden alınmıştır.

Rutledge, P.B. (2013). “Selfie use: Abuse or balance?”, <https://www.psychologytoday.com/us/blog/positively-media/201307/selfie-use-abuse-or-balance>, Erişim Tarihi: 17.04.2018..

Saltz, “Art at Arm’s Length: A History of the Selfie”, New York Magazine, Erişim Tarihi: 05.26.2014.

Tavor, T (2011) “Online Advertising Development and Their Economic Effectiveness”, Australian Journal of Business and Management Research vol. 1 No.6, 121-133, Erişim Tarihi: 04.04. 2017.

www.salihbosca.com (Erişim Tarihi: 25.05.2018).

www.marmarisfotofest.com (Erişim Tarihi: 27.08.2018).

www.instagramturkiye.com (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.instaturkiye.com (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.linkedin.com (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.webtekno.com (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.cnnturk.com (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.ntv.com.tr (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.milliyet.com.tr (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.ensonhaber.com (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

www.yenisafak.com, (Erişim Tarihi: 09.08.2018)

Instagram Account (Erişim Tarihi: 06.21.2018)

Business.Instagram.com (Erişim Tarihi: 05.07. 2018)

oxforddictionaries.com (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

mail.salom.com.tr (Erişim Tarihi: 25.04.2018)

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Sezen AYCAN
Doğum Yeri – Tarihi	Siverek/ŞANLIURFA-28.12.1991
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Kemal Hasoğlu Lisesi, 2010
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü
Tez Konusu	Dijital Toplumda Dindarlık Bağlamında Mahremiyetin Dönüşümü: Dindar Muhafazakar Kadınların Instagram Paylaşımları Örneği
Yabancı Dil	İngilizce
Çalıştığı Kurumlar	Halkalı Nazmi Arıkan Fen Bilimleri
E-Posta	sezen_aycan1991@hotmail.com