

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI



SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE DİJİTAL
BİR HASTALIK OLARAK STALKING

İLETİŞİM BİLİMLERİ YÜKSEK LİSANS TEZİ

HATİCE DEMİRDAĞ

TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Ercan AKTAN

BOLU, ARALIK 2025

KABUL VE ONAY SAYFASI

Hatice DEMİRDAĞ tarafından hazırlanan “**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE DİJİTAL BİR HASTALIK OLARAK STALKING**” adlı tez çalışması jürimiz tarafından İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı İletişim Bilimleri Programında Yüksek Lisans olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.
20/12/2024

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman
Doç. Dr. Ercan AKTAN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Üye
Prof. Dr. Mithat YILMAZ
Hacı Bayram Veli Üniversitesi

.....

Üye
Prof. Dr. Yavuz AKÇİ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Prof. Dr. İbrahim KÜRTÜL
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu ve Şablonuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
 - Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
 - Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
 - Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
 - Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir
- aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Teze ilişkin Turnitin adlı programında enstitü müdürlüğünce belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan benzerlik raporuna göre, tezin benzerlik oranı %30'u geçmemektedir.

Bu çalışma için İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 2024/70 sayısı ile etik izin alınmıştır.

HATİCE DEMİRDAĞ

ÖZET

**SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE DİJİTAL BİR HASTALIK OLARAK
STALKING
YÜKSEK LİSANS TEZİ
HATİCE DEMİRDAĞ
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
(TEZ DANIŞMANI: DOÇ. DR. ERCAN AKTAN)**

**BOLU, ARALIK - 2024
ix + 76 sayfa**

İnternet teknolojisinin gelişip yenilenmesiyle birlikte sosyal medya kavramı önem kazanmıştır. Kullanıcılar, sosyal medyada oluşturdukları yeni dijital kimlikleri ile sanal ortamda beğenilme ve kabul görme iç güdüsü ile hareket ederler. Bu sebeple sosyal medya kullanıcıları, gündelik hayatlarında yaşamış oldukları anları gerçek olmayan bir şekilde kendilerini takip eden diğer bireylerle paylaşırlar. Sosyal medya mecralarının özellikleri arasında yer alan sanal özgürlük kavramı ile kullanıcılar, kendilerine ait olmayan farklı kimlikleri veya başkalarına ait olan görselleri kendi hesaplarına ekleyerek yeni bir dijital vücut yaratırlar. Bu aşamada teknolojik gelişim ve değişimler insan hayatı ve psikolojisi üzerinde etkilere sahiptir. Günümüzde internet kullanımının bilinçsiz ve süresiz kullanımı nedeniyle “dijital hastalıklar” baş göstermiştir. Bireylerin kolaylıkla ulaştıkları akıllı cep telefonları, bilgisayarlar vb. teknolojik cihazlar hastalıkların çoğalmasında etkili rol oynamaktadır. Dijital bir hastalık olarak literatürde yerini alan stalking kavramı ise, bireylerin mahremiyet duvarlarını aşmakta ve stalkerlar tarafından mercek altında kontrolsüzce bireylerin incelenmesine yol açmaktadır. Bu kişiler saatlerce profil ve paylaşım inceleyerek karşı taraf hakkında bilgi toplamaktadırlar. Bu çalışmanın amacı sosyal medya ve stalking kavramlarını detaylı bir şekilde incelenerek sayısı her geçen gün artan dijital hastalıklarla bireylerin nasıl başa çıkacağının belirlenmesidir.

ANAHTAR KELİMELEER: Sosyal medya, Stalking, Stalk, Stalker, Dijital Hastalıklar

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA USE AND STALKING AS A DIGITAL DISEASE

MASTER THESIS

HATİCE DEMİRDAĞ

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY

COMMUNICATION SCIENCES

DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCES

(SUPERVISOR: DOÇ. DR. ERCAN AKTAN)

BOLU, DECEMBER 2024

ix + 76 pages

With the development and renewal of internet technology, the concept of social media has gained importance. With the new digital identities created by social media, users act with instincts that are not liked and accepted in the virtual environment. For this reason, social media users share the moments they experience in their ordinary lives with other people who follow them in an unreal way. With the virtual freedoms that are among the features of social media platforms, users create a new digital body divided into their own accounts with different identities that do not belong to them or stored images of their belongings. At this stage, technological developments and changes continue to exist on human life and psychology. Today, due to the unconscious and indefinite use of the internet, "digital spread" has begun. smart mobile phones, computers, etc. that can be accessed by parts play an effective role in the proliferation of technological products. Stalking methods in the literature with a digital possibility, on the other hand, overcome the privacy walls that can be done and are tried to be examined uncontrollably under the lens by stalkers. They collect information about the other party by examining the profile and sharing of these people. The social purpose of this product and the concepts of stalking are examined in detail to determine how the media will cope with the increasing number of digital spreads.

KEYWORDS: Social media, Stalking, Stalk, Stalker, Dijital Diseases.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLO LİSTESİ	viii
TEŞEKKÜR.....	ix
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Sosyal Medya	4
1.2 Sosyal Medyanın Kavramsal Çerçevesi	4
1.3 Sosyal Medya Uygulamalarına Genel Bir Bakış.....	5
1.4 Sosyal Ağ Siteleri	7
1.4.1 Facebook.....	8
1.4.2 Youtube	9
1.4.3 Instagram	9
1.4.4 Pinterest	10
1.4.5 LinkedIn.....	11
1.4.6 X (Twitter).....	11
1.4.7 TikTok	12
1.4.8 Snapchat.....	13
1.4.9 Spotify	13
1.5 Sosyal Medya ve Dijital Kimlik Olgusu.....	14
1.6 Sosyal Medyada Benlik Sunumu ve Takipçiler Üzerine Etkisi.....	15
1.7 Sosyal Medyada Mahremiyet Olgusu.....	16
1.8 Gözetim Kavramı	18
1.8.1 Panaptikon	19
1.8.2 Sinoptikon.....	20
1.8.3 Omniptikon.....	21
1.8.4 Süperpanaptikon	22
1.8.5 Kataptikon	22
1.8.6 Altan Gözetim	23
1.9 Dijital Hastalıklar ve Stalking Kavramı	18
1.9.1 Dijital Hastalıklara Genel Bir Bakış	25
1.9.2 Dijital Bir Hastalık Olarak Stalking (Israrlı Takip) Kavramı.....	34
1.9.3 Stalk.....	25
1.9.4 Stalklamak	25
1.9.5 Stalker.....	25
1.9.6 Stalklamaya Etki Eden Faktörler	25
1.9.6.1 Problemlili İnternet Kullanımı ve Dijital Hastalıklar.....	25
1.9.7 Stalking (Israrlı Takip) Tipolojileri.....	39

1.9.7.1 Psikiyatrik Teşhislerle İlgili Stalklama Tipolojisi	40
1.9.7.2 Stalklama Tipolojisi ve Mağdur İle ilişkisi	41
1.9.7.3 Psikiyatride İlerleme Grubu (PİG) Açısından Tipoloji	41
1.9.8 Israrlı Takibin Fiziksel, Sosyal, Ekonomik ve Psikolojik Etkileri.....	43
1.9.9 Stalking (Israrlı Takip) ile Baş Etme Davranışları	45
1.9.10 Sosyal Medya Kullanımı ve Stalking.....	45
2. MATERYAL ve YÖNTEM	47
2.1 Araştırmanın Amacı	47
2.2 Araştırmanın Önemi	47
2.3 Evren ve Örneklem	47
2.4 Kapsam ve Sınırlılıklar	48
2.5 Araştırmanın Yöntemi	48
3. BULGULAR	52
3.1 Katılımcıların Stalker Davranışına İlişkin Bakış Açıları.....	52
3.2 Sahte Hesaplara Maruz Kalma ve Oluşan Duygu Durumu İle İlgili Bulgular.....	52
3.3 Sahte Hesaplara İlişkin Farkındalık.....	57
3.4 Katılımcıların Dijital Hastalık ve Stalking Kavramı İle İlgili Bulguları ...	61
3.5 Katılımcıların Dijital Hastalıklara Dair Vaka Bulgusu İncelemeleri	63
4. TARTIŞMA	67
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	67
KAYNAKLAR.....	70

TABLO LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler ve Sosyal Medya Davranışları.	49
Tablo 2. Katılımcıların Stalker Davranışına İlişkin Bakış Açıları.....	52
Tablo 3. Katılımcıların Sahte Hesaplara Maruz Kalmalarına İlişkin Bulgular	55
Tablo 4. Katılımcıların Sahte Hesaplara Maruz Kalmaları Sonucu Oluşan Duygu Durumu	56
Tablo 5. Sahte Hesaplara İlişkin Farkındalık	58
Tablo 6. Katılımcıların Dijital Hastalıklara Dair Vaka Bulgusu	63

TEŞEKKÜR

Tez yazım sürecimi değerli kılan tüm içtenliği ve bilgisiyle bana yol göstererek bundan sonraki hayatımda saygıyla anacağım değerli danışmanım **Doç. Dr. Ercan AKTAN'a** ve kıymetli jüri üyelerim **Prof. Dr. Mithat YILMAZ** ve **Prof. Dr. Yavuz AKÇİ'ye** sonsuz sevgi ve saygılarımı sunuyorum.

Varlıklarıyla bu anlamlı ve değerli süreç de bana güç veren hep yanımda olan değerli eşim Caner DEMİRDAĞ'a, güzel kızım Liya DEMİRDAĞ'a ile kıymetli aile üyelerime tüm kalbimle teşekkür ediyorum.

İletişim alanında çalışırken aidiyet duygumun geliştiği ve samimi duygular ile bağ kurduğumuz Düzce Üniversitesi İletişim ve Tanıtım Koordinatörlüğü aileme hep yanımda olup bana destek oldukları için minnettarlığımı sunuyorum.

Son olarak ise alanında uzman ve deneyimli akademik ve idari kadrosuyla bu bilimsel sürece ilk adımı atmama fırsat tanıyan Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesine teşekkürlerimi sunuyorum.

1. GİRİŞ

İnternetin gelişimi ve dönüşümü ile birlikte toplumların sosyal statülerinde önemli gelişimler yaşandı. Bu yeni teknolojiyle birlikte internet teknolojisinin önemli unsurları olan iletişim ve etkileşim kavramları kişisel bilgisayarların yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin hayatında farklı yaşam olguları oluştu. Zaman ve mekân sınırlamasının olmadığı bu teknolojiye kullanıcı sayısında artışlar gözlemlendi. Gündelik hayatta internetsiz olunamayacağına kanaat getiren bireylerle birlikte geleneksel kitle iletişim süreci de değişime uğramıştır. Birey geleneksel kitle iletişim aracında pasif konumdayken, yeni medya adı verilen mecra ile birlikte aktif konuma geçiş sağladı. İnternetin ilk aşamada bilgi alışverişi için kullanımı değişime uğramış ve sosyal medya adı verilen çok yönlü iletişim dönemine girmiştir. Sosyal medya ile bireyler kendilerine özel profiller oluşturarak paylaşım yapmakta ve diğer kullanıcılarla bağlantı özelliği kazanmışlardır. Bu sayede yeni mecra kontrolü bireye bırakarak, diğer kullanıcılarla etkileşim içinde olunmasına imkân sağlamıştır (Çağlar & Gülgör, 2022).

İnternet süreciyle bireylerin hayatlarına dâhil olan dijital dünya ile bireyler teknoloji ile aralarında duygusal bağ kurarlar. Teknolojik cihazların erişilebilir ve taşınabilir özellikleri ile bu ürünler artış göstermiş ve daha çok insan tarafından kullanımı gerçekleşmiştir. Web 2,0 ile bireyler etkileşimi ön plana alarak iletişim kurmuşlar ve günümüz sosyal medyasında ise Web 3,0 (semantik/anlamsal web) sistemine geçiş sağlanmıştır. Bireyler bu süreçlerden etkilenecek dünyanın farklı yerlerinde bulunan milyonlarca insane sosyal medya kanalıyla ulaşım imkânına erişip, merak etme ve takip etme davranışlarını sergilemeye başlamışlar. Toplum içerisinde yer alan iletişimde bu süreçten etkilenmesiyle birlikte ağ toplumu kavramı etkili olmuştur. Ağ toplumu, sosyal medyada kullanıcıların içeriklerini diğer kullanıcılarla paylaşması ve iletişim kurması ile oluşur. Kullanıcılara sunulan sürekli bilgi akışı beraberinde zaman ve mekân kavramlarını ortadan kaldırarak ekrana bakma sürelerinde artışlara sebebiyet vermiştir. İletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişimler olumlu sonuçları yanı sıra olumsuz sonuçlara da neden olmuştur. Bu olumsuzluklara örnek olarak; bireyler arası yüz yüze iletişimin azalması, bilgi kirliliği ve dijital bağımlılık problemleri baş göstermiştir. Kişilerin bilinçsiz ve fazla internet kullanımı bireysel ve toplumsal hasara yol açmıştır (Aydın, 2022). Bu hasarlar arasında boş zaman aktivitesi olarak görülen stalk ile

kullanıcılar tanıdıkları ve tanımadıkları kişilerin dijital izlerini takibe alarak mahremiyet olgularına zarar vermektedirler (Arslan, 2022).

Bu araştırma sosyal medya ve stalking kavramlarının tıp, psikoloji ve iletişim bilgileriyle harmanlayarak detaylı bir şekilde incelenmesini ve sonuç olarak ise dijital hastalıklara karşı ne tür önlemler alınması gerektiğini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Bu amaçla, çalışmanın birinci bölümünde sosyal medya, ikinci bölümünde dijital hastalıklar ve stalking kavramı ve üçüncü bölümde ise bireylerin sosyal medya kullanımı ve stalking davranışlarının incelenmesi bölümü kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

Her geçen gün literatüre bir yenisi eklenen dijital hastalıklar, bireyler üzerinde zamanla etkisini olumsuz bir şekilde göstermektedir. Bu çalışma ile kimyasal, fiziksel ve psikolojik birçok rahatsızlığa sebep olan dijital hastalık ve stalking konusunda Düzce Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde öğrenim gören (1.2.3.4.5. ve 6. Sınıf) öğrencilere yönelik uygulanan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve çalışmaya eklenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup yarı yapılandırılmış mülakat tekniği aracılığıyla bilgiler toplanmıştır. Araştırma Düzce Üniversitesi Tıp Fakültesinde eğitim gören (1,2,3,4,5,6) sınıf öğrencileri ile sınırlandırılmıştır.

1.1 Sosyal Medya

Sosyal bir olgu olarak karşımıza çıkan insan, diğer insanlarla birlik ve beraberlik içinde sağlıklı bir şekilde yaşamını devam ettirebilmek için iletişime ihtiyaç duymaktadır. İnsanların aralarında kurmuş oldukları iletişim kodlarının açılımının sağlıklı bir şekilde tamamlanması sonucunda iletişim bağları kuvvetlenmektedir. Teknolojik gelişmeler ile birlikte iletişim ağının vazgeçilmez bir parçası olan sosyal medya kavramı bu aşamada karşımıza çıkmaktadır (Çalışkan & Mencik, 2015).

Sosyal medya, internet'in Web 1.0 teknolojisinden Web 2.0 teknolojisine geçişi ile hayatımıza dâhil olmuştur. 1989 yılında kullanılan Web 1.0 teknolojisi ile oluşturulan sayfalar değiştirilmez bir formatta olup kullanıcılarının etkileşim olanağını kullanmalarını kısıtlamaktadır. Bu sebeple 2004 yılında kullanıcılarına etkileşim ve anlık iletişim olanağı sunan Web 2.0 teknolojisi içeriğinde sosyal medya olarak adlandırılan; Facebook, Youtube, Instagram vb. uygulamaları bulundurmaktadır (Okan, 2017). İlk aşamada sınırlı web tabanlı platformlar ve

elektronik posta gönderimi ile başlayan sosyal medya süreci, teknolojik gelişmelerden etkilenerek kullanıcıların içerik paylaşımını sağlayarak diğer kullanıcılarla iletişim halinde kalmasını sağlamıştır (Polat, 2016).

Sosyal medyanın özellikleri arasında 4 önemli maddeyi sayabiliriz. Bunlar (Tam, 2020):

İçerik Oluşturma: Sosyal ağlar bireylerin içerik üretimine imkân tanıyan bir özelliğe sahiptir. Buna göre birey yazı, video veya fotoğraf üretip paylaşabilir.

Toplumsal Hareketleri Başlatma: Tüm insanları etkileme özelliğine sahip olan sosyal medya ile paylaşılan bir haber veya bilgi neticesinde kitleler harekete geçebilir.

Reklam Uygulamalarına Aracılık Etme: Reklam verenler aracılığıyla sosyal medya da reklamlar birçok kullanıcıyla paylaşılır. Bu özelliği ile reklamlar hedef kitlelerine daha kolay ulaşabilir.

Kimlik İnşası: Gündelik sosyalleşemeyen bireyler sosyal medya platformları ile kimlik edinir ve düşüncelerini daha rahat bir şekilde belirtebilirler.

İnsanlar üzerinde gözle görülür şekilde etkili olan sosyal medya, ilerleyen süreçlerde üzerinde sıklıkla bahsedilmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin sosyal medya davranışlarının bağımlılık seviyesine ulaşması neticesinde çevrim içi platformdan kolayca etkilenerek yönlendirilmeye açık hale gelebilmektedirler (Aktan, 2018).

1.2 Sosyal Medyanın Kavramsal Çerçevesi

1950’lerde ilk Sputnik’in fırlatılmasıyla Amerikan ordusunun ileri teknoloji ürünü olan ARPA ile nükleer saldırı karşısında etkilenmeyecek bir iletişim sistemi tasarlanması amaçlandı. ARPANET adını taşıyan ilk bilgisayar ağı 1 Eylül 1969’da ağın ilk 4 bağlantısının kurulmasıyla devreye girdi. Sonrasında ise bilgisayar ağında yer alan diğer 26 ağ sistemi, ABD Savunma Bakanlığı’yla işbirliği içindeki araştırma merkezlerinin kullanımına sunuldu. Askeri alanda kullanım için hazırlanan bu ağ, bilim insanlarının aralarında iletişim sağlaması amacıyla kullanılmaya başlandı. Bu aşamada askeri amaçlı araştırmaları bilimsel iletişimden ve kişisel sohbetlerden ayırmak imkânsız hale geldi. Böylece bütün disiplinlerden bilim adamlarına ağa girme izni verildi. 1983’te bilimsel amaçlara yoğunlaşmış ARPANET ile doğrudan askeri uygulamalara yoğunlaşmış MILNET birbirinden ayrıldı (Eren Çetin & Ayhan, 2020).

Sosyal ağ kavramından gelişen sosyal medya, 1954 yılında Avustralyalı sosyal antropolog John Arundel Barnes tarafından ilk kez literatürde kendisine yer edinmiştir. İnsan İlişkileri Dergisinin 7. sayısında “Class and Committees in a Norwegian Island Parish (Bir Norveç Adası Cemaatinde Sınıf ve Komiteler)” başlıklı makalede ilk kez kullanılan sosyal ağ kavramı, kişilerin çevrelerinde bulunan diğer insanlar ile ilişkilerini isimlendirmek amaçlı kullanmıştır (Akurt, 2022).

Meydana gelmesi eski olmasına karşın, internetin insanların yaşamına etki ettiği 1993 ile 2003 arası zaman dilimi Web 1.0 olarak tanımlanır. Kullanıcıların etkileşim ve içerik paylaşımının sınırlı olduğu bu dönem HTML dil kodlaması, Netscape Navigator gibi yüklemesi neredeyse dakikalar alan ağır işleyen tarayıcılar ve internete telefon hattı üzerinden 14,4 K modemlerle bağlanan Google öncesi arama motorlarının olduğu dönemdir. Dar bant aralığı sebebiyle görsel ve işitsel içeriği fazlasıyla zayıf olduğu teknolojide bilgi alma ve araştırma amacıyla daha çok kullanım yapılmış ve bu aşamada kişiler ilgili araştırma sitelerinden bilgilere ulaşarak kullanım sağlamışlardır. HTML dil kodlamasının uzmanlık gerektirmesi ve karmaşık yapısı sebebiyle Web 1.0 teknolojisinde içerik üretenlerin sayısının az olması ani gelişmelere ayak uyduramamıştır. Bu sebeple Web 2.0 teknolojisi ile kullanıcılar aktif hale gelerek zenginleşen programlama seçenekleri ile birlikte kendi içeriklerini oluşturup paylaşmaya başlamışlardır. Günümüzün öne çıkan internet sitelerinin büyük bir kısmı Web 2.0 teknolojisi sonucunda meydana gelmiştir (Kara, 2013).

Semantik web olarak tabir edilen Web 3.0 ise 2010 ve 2020 dönemlerini kapsamaktadır. Web 2.0’ın sağladığı kullanıcı merkezli altyapı geliştirilerek yazılımsal ve yapay zekâ kavramı benzeri teknikleri ön plana çıkan internet ortamı akıllı bir mecra haline dönüşmüştür (Aghaei vd., 2012). Sonrasındaki evre ise bulut sisteminin ön plana çıktığı içinde bulunduğumuz zaman dilimindeki internet teknolojisini tanımlayan Web 4.0 olmuştur. 2020 ve 2023 dönemlerinde sanal gerçeklik algısını kullanıcılara sunan web teknolojisi “Simbiyotik Web” olarak adlandırılmaktadır (Ersöz, 2020).

1.3 Sosyal Medya Uygulamalarına Genel Bir Bakış

Teknolojik gelişmelerin arka planında yer alan internet, ilk olarak ABD’de askeri amaçlı bir proje olarak tarih de yerini almıştır. Ülkenin savunulması amacıyla

birbirine bağı bilgisayarlar aracılığıyla kurulacak iletişim ağı ile birlikte koordineli bir şekilde çalışması planlanmıştır. Bu aşamada kişisel bilgisayarların sayılarının çoğaltılarak, bilgisayarlar arası iletişim kalıplarının oluşturulması amacıyla bilgisayarlar arası iletişim kalıplarının oluşturulabilmesi ve kişisel bilgisayar sayılarının çoğalmasıyla birlikte, 1 Ocak 1983 tarihinde sınırlı şekilde kullanılabilen internet teknolojisi kullanıcılara sunulmuştur. Kullanıcıların aktif bir şekilde internet teknolojisini kullanması ise 1991 yılından sonra aktif olarak başlamıştır. Web 1.0 teknolojisinde içerik üreticilerinin olmaması ve internet sayfalarının sınırlı sayıda olması kullanıcılara okuma ve araştırma yapmaları konusunda destek vermiştir. Bu sebeple bilgi alışveriş süreci diğer dönemler ile karşılaştırıldığında ucuz ve daha hızlıdır (Uğurkan, 2022).

İnternet ilk bulunduğu dönemde kullanım açısından uzmanlık gerektirmesi ve kişisel bilgisayar sayılarının az olması sebebiyle, bilgisayar uzmanları, bilim insanları ve mühendisler tarafından araştırma ve elektronik posta gönderimi amacıyla kullanılıyordu. 1960'lerden 1980'lere kadar devam eden bu süreç, 1980'li yıllarda soğuk savaşın etkisini yitirmesiyle internet ve bilgisayar sistemi akademik ve ticari alanlarda ilgi çekici olmaya başlamıştır. 1991 yılında bilgisayar programcısı Tim Berners-Lee tarafından world wide web (www) in tasarlanmasıyla da birlikte sosyal medya insanların hayatına dâhil olmuştur (Afşin, 2019). Görsellik açısından zengin olan world wide web (www) çalışma ve ürünlerin bölünmesini basit hale getirmeyi desteklemiştir. Türkiye'de ise internete ilk bağlantı kurulması 1993'te Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde (ODTÜ) gerçekleştirilmiştir. İlerleyen süreçlerde Ege Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi de internete bağlantı sağlamıştır. Türkiye'de akademik camianın birbirleriyle olan bağlantısı ULAKNET ile sağlanırken 1999 yılında yerini TTNET'e bırakmıştır (Eren Çetin & Ayhan, 2020).

21. yüzyılın sonlarında gelişmeye başlayan sosyal medya, ilk aşamada kullanıcılarına geleneksel bir iletişim modeli sunmuştur. Teknolojide yaşanan gelişmelerle birlikte tek yönlü pasif bilgi akışı yerini, kullanıcıların etkileşimlerinin olmasına olanak veren internet ortamı almıştır. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması bu ortamda bulunmanın yollarından birini oluşturmaktadır. Pasif bilgi bilgi akışı ile sınırlandırılmak istemeyen kullanıcılar kendi içeriklerini üretmeye başlamışlardır. Sosyal medya platformları kullanıcılarının kendi

duygularını, düşüncelerini, fikirlerini, görsellerini ve anlık olarak neler yaptıklarını paylaştıkları bir platform halini almıştır (Büyüksener, 2009).

Geleneksel medyanın rolünü üstlenen sosyal medya, kullanıcılarına sunduğu geniş uygulama alanlarıyla günümüzün en çok tercih edilen iletişim kanalı olarak hayatına devam etmektedir. Birçok olumlu özelliğinin yanı sıra sosyal medya da karşımıza çıkan olumsuz durumlar kişilerin günlük hayatına da tesir etmektedir (Aktan & Çakmak, 2015).

Teknolojik gelişmeler ile birlikte bilgisayarın ve internetin hayatımıza dahil olması ile birlikte zaman ve mekân algısı yerinin sınırsızlığa teslim etti. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte kişiler pasif konumdan aktif konuma geçerek hem tüketen hem de üreten kullanıcı haline dönüşmüşlerdir. İletişim kanalının vazgeçilmez bir parçası olan internet teknolojisi kullanıcıların istedikleri anda ulaşabildikleri yapıda olan çevrim içi ortamlar olarak hayatına devam etmektedir (Can, 2022).

Sosyal medyanın özellikleri kısaca şöyle sıralanabilir (Vural & Bat, 2010);

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcılarından geri bildirim almaktadır.

Açıklık: Kullanıcılarına şeffaf olmaya çalışan sosyal medya, geri bildirimine açık olmaması sebebiyle; oylama, yorum ve detaylı bilgi paylaşımları konusunda kişileri desteklemektedir.

Konuşma: Geleneksel medyanın aksine kullanıcılarına çift yönlü iletişim imkânı sağlar. Kullanıcılar yorum ve beğeni süreçlerini özgürce ifade edebilirler.

Bağlantılılık: Sosyal medya bireylerin ilgi alanları ile bağlantılı olarak kullandıkları diğer platformlara link verme özelliği ile etkileşimine devam eder.

Sosyal medyanın bu özellikler çerçevesinde geleneksel medyadan farkı ise şöyle sıralanabilir (Vural & Bat, 2010);

Erişim: Geleneksel medya ve sosyal medya teknolojileri tüm katılımcıların erişebilmesine olanak sağlamaktadır.

Erişebilirlik: Geleneksel medya için üretim süreci genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindeyken, sosyal medyada genel olarak tüm kullanıcılar tarafından çok az veya sıfır maliyetle paylaşım imkânı sunmaktadır.

Kullanılabilirlik: Geleneksel medyada üretim gerçekleştirebilmek için, belirli uzmanlık veya eğitim almak gerekirken, sosyal medya da herkes üretimde bulunabilmektedir.

Yenilik: Geleneksel medya iletişiminde kullanıcıların etki ve tepkilerini ölçmek sosyal medyaya oranla daha uzun olabilmektedir.

Kalıcılık: Geleneksel medya da içerik üretimi sağlandıktan sonra değiştirilemezken (bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz) sosyal medyada yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilme avantajına sahiptir.

1.4 Sosyal Ağ Siteleri

Yukarıda altı çizildiği gibi sosyal ağ olgusu ilk olarak 1954 yılında Barnes tarafından bulunmuştur (Mitchell, 1974). Kavramı detaylı bir şekilde inceleyen Barnes, bireyler arasında ki arkadaşlık, akrabalık, yakın dostluk, komşuluk vb. iletişim modellerinin sosyal ağ kavramına hizmet ettiklerini belirlemiştir (Barnes, 1954).

Sosyal medya, kullanıcıların belirli bir sistem içerisinde tüm bireylere açık veya yarı açık bir şekilde duygu ve düşüncelerini ifade ettikleri platformdur. Sosyal medya bireylere tanımadıkları bireylerle tanışma olanağı sağlar (Coşkun, 2023).

Sosyal medya siteleri farklı tasarım ve özelliklere sahip olsalar da yapı olarak çoğunlukla benzerlerdir. Üyelik gerektiren sosyal medya, bireye sistemde oluşturulan sorulara cevap vermesi amacı güder. Genel olarak üyelerin karşısına çıkan bu sorular kullanıcıyı sosyal medya platformuna tanıtmaya yöneliktir. Bir sosyal medya sitesine kayıt işlemi gerçekleştirildikten sonra, kullanıcılardan bazı tanımlama işlemleri talep edilir. Bu işlemler siteden siteye değişiklik gösterirken genel tanımlamalar ise; arkadaşlar, kişiler, hayranlar ve takipçilerdir üzerinedir. Bazı siteler karşılıklı kabul yoluyla çalışırken bazıları sadece kullanıcının bir butona basmasıyla işleyişine devam etmektedir. Sosyal medya platformun kapsamış olduğu alanları sıralamak gerekirse; bloglar, iş ağları, işbirlikçi projeler, kurumsal, sosyal ağlar, forum blogları, fotoğraf paylaşımı, video paylaşımı örnek verilebilir (Coşkun, 2023). Teknolojik gelişmeler ile birlikte gelişen ve sabit bir yapısı bulunmayan sosyal medya sürekli olarak değişim göstermektedir (Yazbaşı, 2022).

Sosyal medyanın kişisel amaçlı kullanım alanı insan psikolojisi üzerinde de büyük bir etkiye sahiptir (Coşkun, 2023). Sosyal ağ siteleri farklı alt yapıları ile kullanıcılarına sanal alışveriş, blog paylaşımları, içerik üretimi veya içeriği takip olanakları sunmaktadır. Farklı konularda bilgi sahibi olan kullanıcılar turizm, tatil,

ürün vb. deneyimleri uzman görüşleriyle araştırıp etkileşim içerisinde kalabilmektedir (Boyd & Ellison, 2008).

1.4.1 Facebook

Facebook, 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından okulda öğrenim gören öğrencilerin bilgi alışverişi ihtiyacı için oluşturulmuş ve günümüzün en popüler sosyal ağlarından biri konumuna ulaşmıştır. 2006 yılında ise tüm internet kullanıcılarının kullanımına sunulan Facebook kısa sürede büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır (Bulunmaz, 2013).

Web tabanlı bir sosyal ağ platformu olan facebook, kullanıcılar tarafından oluşturulan özel veya herkese açık gerçekleştirdikleri paylaşımlar ile diğer kullanıcılarla iletişim kurabilirler. Facebook, kullanıcıların ilgi alanlarına yönelik olan topluluklara dâhil olarak ve bireyler tarafından üretilen içeriklerin diğer kullanıcılarla paylaşılmasını sağlayan bir yazılımdır (Boyd & Ellison, 2007). Facebook uygulaması zamanla Instagram, WhatsApp ve Messenger gibi uygulamaları da bünyesine ekleyerek sektörün en önemli mecralarından biri haline gelmiştir (Kocabay Şener, 2021).

Pazarlama alanında da etkili olan Facebook, marka sahiplerine geleneksel medyanın dışında farklı olanaklar sunmaktadır. Hedef kitlenin belirlenmesi ve viral reklamlar ile marka sahipleri bu sosyal ağı aktif olarak kullanmaktadırlar (Seçkin, 2015).

1.4.2 Youtube

Youtube, 2005 yılında Chad Hurley, Steve Chen ve Jawid Karim tarafından bulunmuştur. Bireylerin içerik üretim ve tüketim sürecine aktif olarak dâhil olduğu YouTube uygulaması ses, görüntü ve yazı mesajlarının birleştirilerek, aktarılmasını sağlayan video paylaşım sitesidir. 24 Nisan 2005 yılında sitenin kurucularından Jawed Karim'in San Diego Hayvanat Bahçesinde çekmiş olduğu "Me at the zoo" adlı 18 saniye süren kısa video platforma yüklenen ilk içeriktir (Kuyucu, 2019).

Günümüzde Youtube, 2022 Nisan raporuna göre Dünya genelinde en çok kullanılan 2. sosyal medya platformu, video paylaşım uygulaması olarak ise en çok kullanılan 1. paylaşım platformu olarak karşımıza çıkmaktadır (Akurt, 2022).

1.4.3 Instagram

Instagram, etiketleme (hashtag), başka bir kullanıcıyı ilgili görsele ekleme (tag), konum ekleme, hikâye özelliğiyle resim veya videoların diğer kullanıcılarla paylaşılmasını sağlayan platformdur. Bu özelliklerinin yanı sıra bireyler tarafından oluşturulan anlık paylaşımların ve takip edilen kişinin paylaşımlarına ek olarak, takip edilmeyen milyonlarca kullanıcının da paylaşımlarını görme, izleme fırsatı sunan instagram bu yönüyle bireylerin ilgisini çeken bir uygulamadır. Bireylerin gün içerisinde sıklıkla bu uygulamayı ziyaret etme nedenleri Katz tarafından ortaya çıkarılan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıyla detaylı bir şekilde açıklanabilir. Katz'a göre insanlar toplumsal ve psikolojik kökenli bir takım ihtiyaçlarını medyadan ve diğer kaynaklardan gidermek için beklenti içerisine girerler. Medya bu ihtiyaçların bazılarını karşılarken yine medyanın etkisiyle ihtiyaç olarak hissedilmeyen veya beklenti içine girilmeyen sonuçlar da ortaya çıkabilmektedir. Bu anlayışa göre, bireyler medya içeriklerini kullanarak ihtiyaçlarını giderip doyuma ulaşır. Bunun sonucunda da birey ile medya içeriği arasında işlevsel bir ilişki olduğu kabul edilir (Yaylagül, 2017).

Yapılan araştırmalarda bireylerin sosyal medyada girmiş oldukları etkileşim neticesinde süre arttıkça instagram kullanım oranının da yükseldiği gözlemlenmiştir (Aktan, 2018). Kullanıcılar tarafından çokça tercih edilen uygulamanın teknolojik alt yapısından ziyade psikolojik olarak insanlara hangi duyguları aşıladığı önemlidir. Bu sebeple insanlar davranışlarını değiştirmeye başlayarak ilgi alanları dâhilinde dekoratif bir şekilde sunulan sofralara, giyim modasına ve seyahat içeriklerine önem vermeye başlamışlardır. Platform geliştikçe günün kıyafeti, günün yemeği gibi ifadeler instagramlanabilir tarzı ifadelerle sıkça paylaşılmaya başlamıştır. Bu platformda en çok paylaşılan fotoğraflar 8 başlık altında incelenmiş olup detayları aşağıda yer almaktadır (Hu vd., 2014);

1. **Arkadaşlar:** Gündelik hayatta en çok vakit geçirilen arkadaşların yer aldığı paylaşımlardır.
2. **Yiyecek:** Bireyin içecekleri, yemek tarifleri, sofraya görselleri bu kategori de yer alır.
3. **Teknoloji:** Bireyin kullandığı, araba, motor ve elektronik cihazları kapsar.
4. **Yazılı Fotoğraf:** Kullanıcı tarafından görsele yazı yazılması ile oluşturulur.
5. **Evcil Hayvan:** Bireyin evcil hayvanlarını paylaşmasıdır.
6. **Etkinlik:** Bireyin katılmış olduğu etkinliklere ait görüntüleri içermektedir.

7. **Selfie:** Kullanıcının sadece kendisinden oluşan görseli ifade eder.
8. **Moda:** Bireyin ayakkabı, makyaj malzemeleri vb. kişisel eşyalarını kapsar.

1.4.4 Pinterest

Pinterest uygulaması, Ben Silberman, Evan Sharp ve Paul Sciarra tarafından 2010 yılında kurulmuş olup, hayatlarımızı şekillendirme konusunda önemli bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurucularından Silberman ve Sharp daha öncesinde Google ve Facebook gibi önemli platformlarda ürün uzmanı ve ürün tasarımcısı olarak yer alırken Scirra ise girişim sermayesi dünyasında deneyime sahiptir (Davila, 2013).

2010 yılında kullanıma sunulan Pinterest, bireylere görsel keşif ve yaratıcı imkânlar sunan bir uygulamadır. Kullanıcılarını çoğunlukla kadınların oluşturduğu platformda, ilham vermek ve keşfetmek uygulamanın amaçları arasında yer almaktadır. (Pinterest, 2021).

Diğer sosyal medya platformlarına oranla pinterest uygulamasında kullanıcı sayısı daha azdır. Çok daha fazla aktif kullanıcıya sahip olan Instagram, Facebook veya TikTok gibi ağ platformlarına oranla Pinterest, güçlü görsel ve niş alanı sebebiyle pazarlama potansiyeli yüksek bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır (Hazari vd., 2017).

1.4.5 LinkedIn

LinkedIn, kariyer geliştirme becerileri konusu üzerinde kullanıcıların özgeçmişlerini paylaştığı platformdur. İş konusunda deneyim sahibi bireylerin paylaşım yaparak bir araya gelmesini amaçlayan bir SNS uygulamadır (LinkedIn, 2023). Uygulama kullanıcılarına, potansiyel iş adaylarını bulma ve iş başvurunda bulunan bireyleri tanıma fırsatı sunmaktadır (Koch vd., 2018). Sosyal ağ siteleri arasında eğitim seviyesi yüksek olan veya kariyerine önem veren kullanıcıların yoğun olarak tercih ettiği LinkedIn, bu özelliği nedeniyle Facebook, Twitter ve Instagram gibi mecralardan ayrılmaktadır (Zide vd., 2014). LinkedIn uygulaması ücretsiz erişim imkânı sunmasına karşın belirli bir tutar ödeyerek açılan diğer kullanıcı hesaplarına aşağıdaki hizmetlerden faydalanma imkânı sunar. Bu özellikler ücretsiz hesaplar için mevcut değildir (Acar vd., 2014).

- Aramada kısmında daha fazla kullanıcı görüntüleme özelliği.
- Kullanıcının profilini kimlerin görüntülediğini görme özelliği.

- Kullanıcının üçüncü dereceden bağlantı içinde bulunduğu grubun adını görüntüleme
- Kullanıcının ilgi alanına uygun olan özel iş arama özelliklerinden faydalanma.

1.4.6 X (Twitter)

X platformu kullanıcılarına yazı odaklı paylaşım yapabilme özelliği sunan bir uygulamadır. X kullanıcıları, kendi fikir ve düşüncelerini 140 karakter olacak paylaşım yapabilmekteydi ancak zamanla uygulamaya eklenen gelişmiş özellikler sayesinde bu sayı 280'e kadar çıkarak kullanıcıların kendilerini daha rahat ifade edebilmesine olanak sağlanmıştır (Hozar, 2024).

İlk microblog uygulamaları arasında yer alan Twitter, 2023 yılında Elon Musk isimli girişimcinin şirketi satın almasıyla isim değişikliğine gitmiş ve mecranın yeni adı X platformu olmuştur. Sosyal etkileşime dayalı olan bir mecra olarak ön plana çıkmış, belirli karakter kısıtlaması bazında hızlı mesaj paylaşımı özelliği sağlayan bir uygulamadır. Erişim ve anlık takip gibi seçeneklerin diğer ağlara göre daha dinamik yapıda olması nedeni ile öne çıkmaktadır. Bunların yanı sıra uygulama üzerinden metin dışında fotoğraf, video, ya da dış bağlantı linki paylaşmak da mümkündür. Kısa mesaj ve içerik paylaşımı "twitlemek" olarak tanımlanırken, sosyal ağlar arası erişimi kolay kılan "hashtag" kullanımı da twitter ile başlamıştır. "Hashtag" (#) sembolü ile birlikte anahtar sözcük, söz grubu ya da tanımlayıcı terimler kullanılarak erişim ve kategorize işlemleri kolay bir şekilde gerçekleştirilir. "Hashtag" oluşturulurken konu ile ilgili akla gelen ilk kelime seçilmeli ve seçilen kelime uzun olmamalıdır (Bedir & Erişti, 2016).

2013 yılında uygulamaya tanımlanan yeni özellikler ile birlikte X uygulamasının popüleritesi tekrar artmıştır. Bu özellikler arasında; bağlantı bulunan tweetler mavi çizgi ile zaman akışında gösterilmiş, görsel ön izlemeler oluşturulmuştur. Ayrıca kullanıcılar oluşturdukları mesajların içerisine fotoğraf gönderebilme, arayüz güncellemesi ve özellikli haber akışları oluşturma gibi yenilikleri kullanmaya başlamışlardır (Altan, 2015).

X hala birçok kullanıcı tarafından günümüzün haber alma konusunda en etkili sosyal medya platformu olarak kabul görülmektedir. Diğer sosyal medya uygulamalarına oranla görsel özelliğin daha az olduğu bu platformda kullanıcılar son dakika bilgilerine daha hızlı bir şekilde ulaşmaktadır (Uçan, 2021).

1.4.7 TikTok

TikTok uygulaması; Apple, Android ve Amazon mağazalarından kolayca indirilerek, hesap açmadan da kişi ve arama ve görüntüleme yapılabilen bir platformdur. Ancak tüm özellikleri ile birlikte uygulama kullanılmak istenildiğinde üyelik hesabı istenilen birey, uygulamaya ilk giriş yaptığı an; hayvanlar, komedi, seyahat, yemek, spor, güzellik ve stil, sanat, oyun, bilim ve eğitim içeriklerden oluşan algoritmadan bireysel zevklerine uygun olarak seçim yapmaktadır. Bu seçim sonrasında ise uygulama, bireyin seçim yaptığı ve sonrasında izlediği video içeriklerinden yola çıkarak yeni video havuzundan bireye uygun olanları seçerek ekranına düşmesini sağlamaktadır (Çiçeklioğlu & Ünal, 2021). Bireyi merkez olarak kabul eden anlayış sayesinde sosyal medyaya olan ilgi her geçen gün artarak devam etmekte ve sosyal medya ağlarının yenilendiği görülmektedir. Çeşitliliği her gün artan sosyal medya ağlarının bireylerin bakış açısını değiştirme özelliğini de içinde barındırdığı düşünülmektedir. Bu aşamada son zamanlarda dikkat çeken Tik Tok uygulaması ile bireyler kısa video şablonlarını, görsel efektler ve arka plan müzikleri ile diğer kullanıcılar ile paylaşmaktadırlar. Kullanıcıların ayrıca canlı yayın açabildiği, akımlar ve challenge'lar oluşturmaları son dönemlerde popüler hale gelmiştir. Arka planda çalan şarkılar eşliğinde dans eden, dudak oynatma gibi uygulamanın kullanıcıya sağlamış olduğu özelliklerden faydalanan bireyler komedi içeriklerinin yoğun olduğu bu mecraada bireyler maddi kazanç sağlayabilmektedirler (Taşoğlu & Koca, 2022).

1.4.8 Snapchat

Snapchat 2011 yılında Stanford Üniversitesinde öğrenci olan Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından kurulan, süre kısıtlaması olan fotoğraf/video paylaşım imkânı tanıyan uygulamadır (Snapchat, 2016). Snapchat, gönderici tarafından snap adı verilen fotoğraf ve video içeriklerinin izleyicinin ne kadar süreyle görüntülenebileceği konusunda kontrol imkânı sağlamaktadır (Faklaris & Hong, 2016). Snapchat uygulaması, Twitter ve Facebook gibi tarayıcıya ihtiyaç duyulan bir uygulama değildir. Snapchat uygulamasında, gönderen her zaman içeriği kimin alacağına ve görüntüleyeceğine kendisi karar vermektedir. Bu sayede resim/video içeriği oluşturan gönderici tarafından seçilen içerikler Snapchat kullanan takipçilerle paylaşılır. Ayrıca uygulama sayesinde, alıcı bireyin yayınlamış olduğu paylaşımın ekran görüntüsünü telefonuna alırsa, karşı taraf bu

işlem hakkında anında bilgilendirilmektedir. Kullanıcıların anı paylaşmak için kullandığı uygulamada Snaps'lerin kendi kendini yok edici nitelikleri özelliği bulunmaktadır. Snapchat, gençlere ve genç yetişkinlere ulaşmak isteyen birçok ünlü markalar için verimli bir platformdur (Silberman, 2015).

Görsel paylaşım uygulaması olarak karşımıza çıkan snapchat uygulaması mesajlaşma olanağına da sağlamaktadır. Özellikle bu uygulamada güzellik ve moda konusunda içerik üreten etkileyiciler, diğer kullanıcıları yönlendirme konusunda etkili olmaktadır. Güzellik ve moda konusunda deneyimlerini ve kullandıkları ürünleri paylaşan etkileyiciler takipçilerini satın alma davranışına yönlendirmektedirler (Karsak & Sancar, 2017)

1.4.9 Spotify

Spotify, Amerika'da yer alan bir ekip tarafından kurularak müzik severlerin kullanımına sunulmuş dijital bir uygulamadır. Sınırsız müzik dinlenilmesi imkânını sağlayan bu dijital uygulama 2008 yılından itibaren tüm bireylerin kullanımına açılmış olup 2013 yılında Türkiye'de aktif bir şekilde kullanılmaya başlamıştır (Ergün, 2016).

Spotify ile bireyler tarafından en çok kullanılan sosyal medya platformları olarak karşımıza çıkan; Instagram, Facebook, X vb. uygulamalar aracılığıyla, sosyal medya kullanıcıları dinledikleri müzik listelerini diğer kullanıcılarla paylaşmaya başlamışlardır (Kale Efe, 2019). Spotify, kullanıcılarına iki şekilde hizmet vermektedir. Bunlardan birincisi ücretli kullanımdır. Kullanıcılar ücretli kullanım ile talep ettikleri şarkıları sınırsız ve reklamsız bir şekilde dinleyebilmektedir. Ücretsiz kullanımda ise müzik listeleri rastgele bir şekilde oluşturularak reklamlar eşliğinde kullanıcılara sunulmaktadır (Gürkan, 2021).

1.5 Sosyal Medya ve Dijital Kimlik Olgusu

Kimlik kavramı, kişilerin gerek kendilerini gerekse etrafındaki kişileri farkında olarak algılama süreci olarak tanımlanmaktadır (Avcıoğlu, 2011).

Günümüz teknoloji çağında bir dijital vücuda sahip olmak bu varlığı sürdürmek ve ilerleyerek geliştirmek önemli hale gelmiştir. Sosyal medya platformlarında dijital kimlik algısı, kullanıcıların çevrim içi tüm paylaşım, fotoğraf ve benzeri tüm içeriklerini kapsamaktadır (Gill vd., 2015). Sosyal medya platformlarından kolay bir şekilde kazanılan ve doğrulama işlemleri

gerçekleştirilen bu çevrim içi kimlikler dijital kimlik olgusunun önemli birleşenlerini oluşturmaktadır. Kullanıcılar dijital kimlikleri sayesinde oluşturmuş oldukları profiller ile hobilerini, tercihlerini ve bunun gibi kişiye özel birçok bilgiyi internet ortamında paylaşmaktadır (Hearnes, 2019).

Bireyler tüm bilgilerini girdikleri bu sanal ortamda dijitalleşerek kendilerine iki kimlik kavramı oluşturur. Bunlardan biri sanal kimlik diğeri ise gerçek kimliktir. Kişiler sanal ortamda yeni dijital kimlikleri sayesinde kendilerini hiç olmadıkları biri gibi gösterebilir veya yine olmak istedikleri bir konumda karşıdaki kullanıcılara kendilerini sunabilirler (Akkaş & Aksakal, 2023).

Sanal ortamda özgürlük kavramı sunan dijital kimlikler ile insanlar istedikleri an ve zamanlarda sanal ortam da çevrim içi olup emojilerle veya yazılar eşliğinde iletişim kurarak gerçek hayattan uzaklaşır. Böylece gerçek hayatta beden olgusunu yerini sanal ortamda dijital kimliğe bırakır (Lyon, 2018).

Dijital Kimlik Özellikleri;

Kimlik Tanıtıcı: Bu sistem dijital kimlikte link ve tüm uygulamalara izin verilmesini kapsar (Laurent vd., 2015).

Benzersizlik: Dijital kimlikte kullanıcı e-posta ve çeşitli telefon uygulamaları arasındaki farklılığını ifade eder (Laurent vd., 2015).

Kimlik Doğrulama (Belgeleme): Dijital kimlik kullanıcısının kimlik doğrulama işlemi sürecini gerçekleştirerek dijital kanıt sunduğu süreçtir (Laurent vd., 2015).

Nitelik Doğrulama: Dijital kimlik sürecinde nitelik doğrulama, kimliğin tanıtılarak belgelendirilmesini ifade eder (Camp, 2004).

Anonim: Anonim, sanal ortamda bireylerin kimliklerinin açıklanmadığı zamanlarda kullanılan bir terimdir. Genellikle bireyler arası iyi olmayan ilişki süreçlerinde sıkça sanal ortamda bilgi akışı sağlanmasında kullanılır (Wood vd., 2005).

Bağılantısızlık: Dijital ortamda kişi veya gruplara iki farklı paylaşım imkânı sunan kavramı tanımlamak için kullanılır. Kişi veya gruplar yazışma yoluyla veya URL ile iletişime geçebilirler (Laurent vd., 2015).

Bağılantılılık: Sanal ortamdaki insanların bağlantılılık sürecini ifade eden tanımdır (Palfrey vd., 2007).

Takma Ad: Takma ad, bireylerin kendi imajlarını şekillendirmesini ifade eden kavramdır (Wood vd., 2005).

Güven: Dijital kimlik evresinde dikkat çeken iki kavram bulunmaktadır. Bunlar güvenlik ve gizlilik kavramlarıdır. Güvenlik, sanal ortamda kişinin profilini güven altına almasıdır. Gizlilik de kişinin kimlik bilgilerini açığa çıkarmamasını ifade eder (Benarous vd., 2020).

İtibar: Bireyin sanal ortamda oluşturduğu kimliğinde profilini itibar oluşturmak için düzenlenmesi ve bilgiler eklemesini ifade eder (Rodrigues, 2012).

Yetkilendirme: Yetki özelliği dijital kimlik sahibi tarafından sanal ortamda gerçekleştirilen eylemlere izin verme sürecidir (Camp, 2004).

Kimlik: Sanal ortamda bireyin, kendisine diğer kullanıcıların gözünde görülmesini istediği şekilde bir dijital vücut oluşurmasıdır (Brett vd., 2016).

1.6 Sosyal Medyada Benlik Sunumu ve Takipçiler Üzerine Etkisi

Sözlük anlamı ile benlik, bireyin kendisini diğer bireylerden farklı bir bütün olarak ele almasıdır (Budak, 2000).

Benliğin oluşum evresi çocukluk döneminde başlayarak bireyin sosyalleşmesi ile gelişme evresi göstermektedir. Birey çocuk evresinde kabul görülen davranışlarını yetişkinlik evresinde de devam ettirmeye çalışır. Bu aşamada da kişinin benliğinin belirlenmesinde ebeveynler büyük bir öneme sahiptir. Ebeveynlerin diğer insanlara yaklaşma şekli çocuğun benliği etkiler (Yılmaz, 2016). Benlik oluşumunda tek belirleyici özellik sadece çocukluk dönemi özelliklerimiz değildir. Bireyin ilerleyen dönemlerde yaşadığı hayat deneyimleri, çevresinde iletişim kurduğu insanlar ve bu insanların bireyin üzerinde bıraktığı etkileşimler benliğin şekillenmesinde güçlü bir etkiye sahiptir (Dursun vd., 2021).

Kişilerin benliklerinin karşıya aktarımı sırasında iki kavram dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki “verilen izlenimi” diğeri ise “yayınlan izlenim” olarak literatür de yer edinmiştir. Verilen izlenimler kontrolün birey de olduğu yayılan izlenimler ise birey hakkında bilgi amaçlı değerlendirilen sosyal ifadelerdir (Goffman, 1959).

Sosyal platformların gündelik hayattan ayrı düşünülmemesi sonucunda bireylerin davranışlarında ve gündelik seçimlerinde değişiklikler meydana gelmiştir (High & Solomon, 2010). Bireylerin etkileşimde bulundukları iletişim kurdukları bir platform olarak karşımıza çıkan sanal alanlar, kişilerin itibarlarını

yeniden şekillendirdikleri bir saha halini almıştır. Bu sebeple benliğin oluşumunda ve sunumunda kişinin nasıl bir birey olduğunu aktardığı ve karşıdaki insanlardan geri bildirimler alması benliğin şekillenmesinde önemli bir faktördür (Bilgin, 2001).

Gündelik yaşam akışının içerisinde kendisine yer edinen sosyal medya platformları ile kişiler kendilerine tıpkı sosyal ilişkilerinde olduğu gibi tutarlı ve itibar yönünden zengin bir dijital kimlik oluşturmaktadırlar (Gardiner, 2000). Sanal ortam da çevrim içi olma kavramının gündelik yaşamda bireyin var olması ile bağdaştırılmaktadır (Body, 2004). Dijital platformlarda bireyler kendileri için oluşturdukları benlik kavramını sürekli sergileme ve şekillendirme ihtiyacı hissederler (Stryker & Burke, 2000). Bireylerin benlik sunumlarını gösterme eğilimleri karşıdaki bireylerin beklenti ve geri dönüşlerine göre oluşmaktadır (Özkan, 2014).

1.7 Sosyal Medyada Mahremiyet Olgusu

Sözlük anlamı olarak gizlilik anlamı taşıyan mahremiyet (Barkuş & Koç, 2019), kişinin gizli özelliği, mahrem olma durumu, kişisel sır alanı ve bireyin diğer bireylere açılmamasını gerektiren bilgileri barındıran geniş bir kavramdır (İder, 2019).

İnternet ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim ve değişimler bireylerin yaşamlarını çok yönlü bir şekilde etkileyerek toplumların yapılarında değişimlere neden olmuştur (Çaycı & Karagülle, 2014). Toplum içerisinde yer alan bireylerin kendilerini özgürce ifade ettikleri sosyal medya platformları, küreselleşmenin de etkisi dâhilinde kültür, aile vb. olguları daha farklı şekillerde algılayarak yorumlamaya başlamıştır (Yılmaz, 2012). Bu yorumların başlıca nedenleri arasında bireylerin evlerinde yaşanan ilişki ve yaşayış biçimleri mahrem sayılırken günümüz internet çağında ev yaşantılarının milyonlarca kişinin önüne sunulması mahremiyet kavramında değişiklik yaşanmasına sebebiyet vererek bu alanın sınırlarını genişletmiştir (Akar & Akar, 2021). Sosyal medya platformlarının insanlara sunduğu avantajlar ile bireyler platformlarda takipçi tarafından görülme ve gönderilerinin beğenilmesi davranışlarını gütmeye başlamışlardır. Bireyler ev yaşantılarını özel alanlarını, sevinçlerini, üzüntülerini ve kendileri için özel olan günleri sosyal medya üzerinden birçok takipçinin beğenisine sunmuşlardır.

Bireylerin mahrem kavramında yaşadığı değişim ile birlikte özel alan kavramı genişleyerek değişime uğramıştır (Diker, 2015).

Mahremiyet kavramının zaman içerisindeki değişimine etki eden faktörler aşağıda yer almaktadır (Çelikoğlu, 2008):

- İnternet ve iletişim teknolojilerinde gelişmelerin yazılı ve görsel medya eşliğinde gözetleme aracı olarak kullanılması.
- Toplumların küreselleşme ve akıllı cihazlara erişim kolaylığı ile birlikte toplumsal ve kültürel anlamdaki gelişmeleri.
- Sanayi Devrimi'nin bir sonucu olarak iş hayatı ve aile yaşantısında değişimlerin yaşanması.
- Sanayi Devrimi sonrasında toplumların eğitim seviyelerinin ve araştırma oranlarının yükselmesi.
- Toplumların ekonomik kaleminde yaşanan değişim ve gelişmeler ile birlikte kişilerin alım gücünün ve markaların ürün pazarlama taktiklerinin doğrusal oranda ilerlemesi sonucunda teknolojik gelişmelerin daha kolay takip edilmesi.
- Devletlerin siyasal açıdan gelişmeleri neticesinde toplumsal huzur ve refahı gözetmek amacıyla farklı gözetim yöntemlerine başvurması (Çelikoğlu, 2008).

Sosyal mecralar mahremiyet algısına en fazla zarar veren alanların başında yer almaktadır. Sosyal platformların fotoğraf, video ve yazı oluşturulmasına olanak sağlayan kolay yapısı ile bireyler hayatlarına dair tüm detayları paylaşmaktadırlar. Kendi hayatlarına dair detayları paylaşan kullanıcılar ayrıca ünlülerin hesaplarında sundukları paylaşımlara da kolayca ulaşabilmektedirler. Sosyal medya kullanıcıları, fenomenlerin yaşam tarzlarına ilgi ve hayranlık duyarak bu fenomen kişileri taklit etme davranışı sergilerler (Aydın, 2021). Sosyal medyaki bu etkileşim süreçleri kişilerin duygu, düşünce yapılarında ve yaşam tarzlarında değişikliklere sebep olur. Kısacası bireylerin yaşam tarzların da yaşanan farklılıklar ile toplumsal değişimlerin görülmesi sıklığı sosyal medya ile artış göstermektedir (Köseoğlu, 2023).

1.8 Gözetim Kavramı

Kavram itibarıyla gözetim olgusu ilk kez “The Futurist” dergisinde yayınlanan bir makale de kullanılmıştır. Makalenin sahibi sosyoloji profesörü Gary

T. Marx tarafından 1985'te kullanılan gözetim kavramı ile teknolojik gelişmeler ile denetim mekanizması engellerinin aşıldığı ifade edilmiştir (Okmeydan, 2017).

Batı'da kapatılma olayları ile başlayan gözetim faaliyetleri, ilk olarak toplumda yaşanan salgın hastalıklar sebebiyle 17. yy'da başlamıştır. Foucault tarafından bulunan kapatılma kavramı 1656 yılında Paris'te çıkan bir kararnameyle "Genel Hastane" adı ile kurulmuş olup herhangi tıbbi bir amaç kaygısı taşımamıştır (Foucault, 2000). Genel hastane olgusu ile nüfusun büyük bir kısmı özellikle sosyal hayattan dışlanan farklı özelliklere ve toplumsal hayatta çalışma faaliyetini sürdürmek istemeyen bireyler bu hastane de yer almıştır. Kapatılma olayına tabii tutulmak istemeyen bireylere ise çalışma şartı getirilmiştir. Toplumsal denge bozucusu olarak görülen bu grupların toplumdan dışlanarak gözetim altında tutulması hedeflenmiştir (Bauman, 1996).

Gözetim olgusu kavram itibarıyla 18. yy'da Bentham tarafından geliştirilen hapisane mimarisiyle ortaya çıkmıştır (Bozovic vd., 1995). Bu mimari eylemine izin veren panoptikon kavramı ile hastane, tımarhane, hapisane gibi bireylerin sosyal gündelik yaşam akışından biraz daha uzaklaştıkları alanlarda bir denetleyici tarafından sürekli olarak takip edilerek kontrolün sağlanması amaçlanmıştır (Foucault 1992). Teknolojinin ilerlemesi ve toplum arasında kullanımının yaygınlaşması ile birlikte dijital gözetim endüstrinin büyük bir bölümünü oluşturarak gözetimin gizli ve düzenli bir akış da gerçekleştirilmesi sağlanmıştır (Lyon, 2018).

Gözetimin en önemli aracı olan teknolojinin gelişmesi, iletişim araçlarının kitleler tarafından daha çok kullanılmasına yol açmıştır. Sosyal medya araçlarının kullanımının bireylerin hayatına dâhil olması ile birlikte süreç sınırsızlık kavramına etki etmiştir (Gürdal & Kanat, 2020). İletişim teknolojilerinin gelişmesi gözetim kavramında bir takım farklılıklara neden olmuştur. Tek taraflı olarak gerçekleşen gözetleme olgusu gözetleneninde gözetlenmesini etkili kılarak akışkan bir gözetim olgusu halini almıştır. (Dolgun, 2008). Kapitalizm ile birlikte gelişme evresi gösteren iletişim teknolojileri ile gözetim olgusu sürekli hale gelmiştir. Bireyler yaşamlarından paylaşmaya değer buldukları anları sosyal ağlarından üzerinden paylaşarak izlenebilirliği kolaylaştırmaktadır. Sadece bireyler özel hayatta değil kamusal alanda da yönetim çalışan bireyleri denetlemeye başlamıştır (Aydoğanoglu, 2011).

1.8.1 Panaptikon

İmparatorluklar kendilerine ait kitlelerini kontrol etme güdüsüyle bir takım kontrol mekanizmaları geliştirme ihtiyacı duymuşlardır. Bu sebeple 1785’de Jeremy Bentham’ın kardeşi Samuel Bentham tarafından “panaptikon” adlı yapı inşa edilmiştir. Panaptikon ile geniş kitleler kontrol altında tutulmaya çalışılarak gerekirse hapis ve zorla çalıştırma süreçlerinin devreye girmesi amaçlanmıştır (Özdel, 2012). Bentham tarafından geliştirilen bu yeni hapishane gözetim modeli ile gücü elinde bulundurmak isteyen iktidarlar kitleleri gözetlerken bir yandan da iktidarın gözetlenebildiği bir mimarı yapı olan panaptikon ile sistemin yalnız bir kesimi değil tüm parçalarının gözetleme alınması sağlanmıştır (Foucault, 2011).

Panaptikon’da halka şeklinde dizilimi olan binaların tam merkezinde yer alan kule ve etrafında hücre şeklinde ayrılmış odalar yer almaktadır. Odalar da yer alan ikili ve büyük pencereler ile dışardan gelen ışıklar direk hücrede bulunan odalara girer. Yapının merkezinde toplumun dışında tutulan akli dengesi yerinde olmayan bireyler, hastalar veya suçlular yer almaktadır. Her hücre bir kişi için tasarlanmış olup kuleden yansıyan ışık ile hücrelerin içinde yer alan yansımalar kolayca görülebilmektedir (Foucault, 2006). Bu gözetleme kulesi ile toplumsal dışlanmaya maruz kalmış herkesin gözetim altında tutularak toplumsal hayata yarar sağlaması amaçlanmıştır (Akdağ, 2015). Panaptikon yapısında düzenli bir şekilde görülme durumu mevcut gibi görünsede aslında bu bir yanılsamadır. Hücreler de bulunan bireyler net bir şekilde kuleden görülürken kulenin içi net bir şekilde görülememektedir (Bozkurt, 2014).

Gelişen teknolojiyle beraber günümüz dünyasında panoptikon kavramı internet platformlarında değişime uğramıştır. Yaptırım gücünün yüksekliğiyle bilinen bu kavram ile insanlar sanal ortamlarda gönüllü bir şekilde özel alanlarına dair bilgi vermektedirler. Tıpkı panaptikon tasarımında olduğu gibi bireyler seyredilebilir nesneler halini almışlardır (Fidan, 2019). Bu sayede panaptikon kavramı iktidarın gözetimini okullardan, hastanelere, kurumlardan, işletmelere kadar geniş bir yelpazede gözlemlenmesini amaç edinerek güç olgusunu kullanmadan, suçluyu suçunu geride bırakmaya ve iyiye yönlendirmeye, çalışan bireyleri daha kaliteli çalışmaya, öğrenim gören çocukları ise başarılı olmaya teşvik etmektedir (Bozkurt, 2014).

1.8.2 Sinoptikon

Sinoptikon, insanların bulundukları an dâhilinde sanal ortamda diğer bireylerin hayatını gözlemlemesini ifade eden kavramdır. Bu kavram 1997 tarihinde Thomas Mathiesen tarafından bulunmuş olup panaptikon olgusunun tersini belirtir (Toktaş vd., 2012). Panoptikon ve sinoptikon arasındaki farklar yakından incelendiğinde gözetlenen azınlığın zaman içerisinde kendi isteği ve sunduğu bilgiler ışığında gözetlenen konumunda da yer alması farklılar arasında sayılabilmektedir. Genel itibariyle otoriter güç tarafından koyulan kurallar içerisinde panaptikonda birey hücre de yer alırken sinoptikon da bireylerin hücre de olmadığı bir süreç gözlemlenmektedir (Bauman & Lyon, 2013). Bu gözetleme modelinde çoğunluğu oluşturan bireyler daha az olan bireyleri inceleyerek onlara benzemeye çalışır (Öztürk, 2013). Gözlemlenen kişiler genel olarak iletişim teknolojisi platformlarında veya kitle iletişim araçlarında karşılaştığımız ünlüler olmaktadır. Ünlü olarak belirtilen kişilerin diğer bireylerden ayrıştığı nokta ise sürekli ulaşılabilir ve izlenebilir olmalarıdır (Bauman, 2012).

Sinoptikon gözetimde bireyler sadece karşıdaki kişileri gözlemlemekle kalmaz onlarla arasında duygusal bir bağ kurarak etkileşimine girerler. Bu bağ gerçek anlamda değil daha çok gözlemleyicinin kendisine ait dünyasında gerçekleşir (Öztürk, 2013).

Panaptikon yerine geliştirilen sinoptikon ile artık bireylerin hücrelerde tutulmasına ve gözetlenmesine ihtiyaç kalmamış bunun yerine kişilerin kendi iradeleriyle tıpkı panaptikon kulesinin etrafındaki duvarlarlar gibi kendi duvarlarını oluşturmaları sağlanmıştır. Bu sayede bireyler kendi istekleriyle duvarlarını oluşturup kendilerini bu sanal duvarın içine hapsetmişlerdir Bu bireyler sanal ortamlarda yazılı görüşmeler, fotoğraf, video, beğeni vb. faaliyetleri ile iz bırakmaya başlayarak hem takip edilen hem de takip eden konumunda yer almışlardır. Fark edilme içgüdüleriyle paylaşım gerçekleştiren bireyler bu dizilimleriyle toplumdan dışlanmamayı ve saygınlık görmeyi amaçlarlar (Bauman & Lyon, 2016).

1.8.3 Omniptikon

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte mekân ve zaman olgusunun değişime uğramıştır. Bu değişimin bir sonucu olarak sinoptikon kavramının olarak yeterli görülmemesi neticesinde omniptikon kavramı geliştirilmiştir. Omniptikon

kavramı tüm bireylerin birbirini her an gözlemleyebildiği bir süreci ifade eder. Bireyler bu gözetleme kavramını eğlence ve eğlence sonrası oluşan doyum istekleri neticesinde gerçekleştirerek sürekli görünür olma faaliyeti gösterirler (Okmeydan, 2017). Ayrıca bireyler eğlence sürecinde kendilerine ait yeni bir sanal kimlik oluşturarak bu kimliği diğer kullanıcılarla paylaşarak etkileşim sürecine girerler. Yeni dijital kimlik edinen birey sosyal platformlarda benlik inşa sürecine girer ve kendi belirlemiş oldukları yeni imajları ile takipçiler arasında saygınlık kazanmayı amaç edinirler (Baudrillard, 2003).

Sosyal medyanın platformlarının özellikleri arasında yer alan etkileşim ve iletişimde kalma durumu ile bireyler duygu ve düşüncelerini sanal ortamda paylaşabilmektedir. Fakat sosyal medyanın bu özgürlükçü yapısı otoriter güçler tarafından büyük bir sorun olarak görülmektedir (Çoban, 2009).

Omnitikon kavramına ihtiyaç duyulmasının nedeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim ve hızın artarak devam etmesidir (Kandias vd., 2017). Bireyler sosyal ağlarda özgür şekilde paylaşımlar gerçekleştirerek kendilerini görünür kılma, beğeni alma ve onaylanma ihtiyacı duyarlar. Özel hayatlarını albenili şekilde diğer takipçilere sunarak görünür olmaya çalışan bireyler sonuç olarak daha çok denetlenmeye elverişli ortam oluşturmaktadırlar (Çoban, 2009). Sosyal ağlar ve internet teknolojisi insan hayatına uzun yıllardır girmiş olsa da özellikle 2007 yılında tasarlanan Facebook ile hız kazanmıştır. Bir diğer gelişme ise Apple markasının Iphone isimli akıllı cihazları ile iletişim teknolojilerini akıllı cihazlara entegre etmesidir. Ve sonuç olarak bireyler farklı sosyal platformlarına akıllı cihazlarla erişerek kişisel verilerini gönüllü olarak paylaşmaktadırlar (Kandias vd., 2017).

1.8.4 Süperpanaptikon

Panaptikon olgusunun iletişim teknolojileriyle birleştirildiği ve güncel bir kavram olarak karşımıza çıkan süperpanaptikon da tıpkı bedenlerimizin günlük hayatta gözetlenmesi gibi sanal ortamlarda da bıraktığımız dijital ayak izlerinin depolanarak gözlemlenmesi ifade edilir. Bauman'ın Mark Poster'den esinlendiği bu gözetleme modelinde bireylerin kredi kartları ile gerçekleştirdiği satın alma işlemlerinin ve banka hesaplarında yaşanan giriş çıkışların dijital olarak saklanmasıdır (Bauman, 2012).

Süperpanaptikonda gözetleme kavramı iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Birincisinde detaylı bir veri tabanına bakılmaksızın otoriteler tarafından bilgi toplanarak farkındalık sağlamaktır. İkincisi ve üstünde en çok durulanı ise otoriter güçlerin kişilerin kişisel bilgilerini gerek sanal da gerek günlük yaşamda detaylı bir şekilde depolayarak özellikle kurumlar açısından bu bireylere ait bilgilerin hızlı bir şekilde taranarak kişileri tanıma ve konumlandırılmasını hedefler. Otoriter güçler tarafından uygun görüldüğü takdirde devletin yararı veya kurumun yararı gözetilerek bu kişilere güç ve yetki verilmesini de kapsar (Badenhoop, 2021).

Genel hatlarıyla süperpanaptikon incelendiğinde üç farklı özelliği dikkat çekmektedir. Bu özelliklerin birincisi tanımlama, ikincisi kategorize etme ve üçüncüsü sınıflandırma yöntemidir. Tanımlama, bireyin dijital ortamda hareket ederken sahip olduğu profili sanal ortamda onaylatması anlamına gelmektedir. Kategorize etme, dijital alanda bireyin tercih ve zevklerine yön vermesi bireyler hakkında bilgiler oluşturarak kategorize etme işlemi gerçekleşir. Son olarak sınıflandırma yöntemi ise kişinin güç mekanizması çerçevesini düşünerek topluma uygun davranışlarda bulunup bulunmadığının kontrol eden mekanizmadır (Gandy, 1996).

1.8.5 Kataptikon

Panaptikon mimari yapısının hemen ortasında yer alan gözetleme kulesi Kataptikon kavramı ile yerini aynadan oluşan bir kuleye bırakmaktadır (Özdemir, 2020). Aynadan oluşan bu kule sayesinde gözetim daha eşit ve esnek bir şekilde gerçekleşmektedir (Yılmaz & Yengin, 2021). Bu gözetleme şeklinde kişiler arasında eşitsizlik olgusu bulunmamakta olup gözetim herkese eşit uygulanmaktadır (Ganascia, 2009). Panaptikon da kule de yer alan gözetleyiciler panaptikon da artık yer almaz ve tüm bireyler aralarında iletişim kurabilir. Kataptikon ile güç kavramı artık otoritenin yanında değil kullanıcıların yanında yer alır (Ganascia, 2016)

Kullanıcıların birbirini rahatlıkla izleyemedikleri bu özgür ortamda bireyler birbirlerine karşı beğeni ve paylaşım konusunda sert tavırlar takınabilirler (Ganascia, 2016). Sosyal medya platformlarında özel alanlarını rahatlıkla paylaşan bireyler diğer kullanıcıların arasında daha çok farkedilebilmek adına mahremiyet alanlarını paylaşmaktadırlar. Mahremiyet algısının sanal alanlarda değişikliğe

uğraması sebebiyle bireyler gizli kalması gereken özel sınırları içerisinde yer alan davranışları rahatlıkla paylaşmaya devam ederler (Topsakal & Anamur, 2019).

Gelişen iletişim teknolojileri ile beraber sosyal ağ kullanıcılarında kataptikon gözetleme gerçekleştiren bireyler özel alanlarını kamusal alana taşıyarak mahremiyet olgusunda değişimlere neden olmuş ve kullanıcılar arasında siber zorbalık davranış eğilimleri gözlemlenmiştir (Topsakal & Anamur, 2019).

1.8.6 Alttan Gözetim

Steve Man tarafından oluşturulan alttan gözetim kavramı kişi veya bir olay örgüsüne dâhil video veya fotoğraf kayıtlarını teknolojik dünyanın durumunu tanımlamak için kullanır (Ganascia, 2010). 2003 yılında Steve Mann ve Jason Nolan, Barry Wellman tarafından ortak yazılan bir makalede kullanılan alttan gözetim kavramı kamusal alanlar dâhilinde kayıt alınabilmesi ve alınan bu kayıtların işlenebilmesi için rapor hazırlamışlardır (Thomsen, 2019).

Steve Mann, giyilebilir teknolojilerde en çok kullanılan dijital cam gözlükler üzerinde çalışmalar gerçekleştirerek gözlüğü kullanan bireyin bakış hızlarını kaydetme özelliğine sahip ve ekran sayesinde görüş imkânı sağlayan yeni nesil teknolojiler üzerine yoğunlaşmıştır (Lerch, 2014).

Altan gözetim olgusu geri bildirim ve güvenlik kavramlarının üstünde durur (Mann & Ferenbok, 2013). Bu gözetim olgusu giyilebilir yeni nesil teknolojiler, taşınabilir kamera ve akıllı cep telefonları gerçekleştirilmektedir. Özellikle gerek kişisel gerek kamusal alanda yer alan kameralar ile güvenlik sorunu ortaya çıktığında deliller bu akıllı cihazlar ile ortaya çıkarılmaktadır (Ganascia, 2016).

1.9 Dijital Hastalıklar ve Stalking Kavramı

Dijitalleşmenin hızla yenilenmesi ile karşımıza çıkan yeni medya ortamında her geçen gün daha çok söz sahibi olan bireyin platformlara bağımlılık seviyesi artış göstermektedir. Bu artışın bir neticesi olarak bireyler hızla değişen bu teknolojiyle sürekli baş başa kalmaktadır. Geleneksel medyanın aksine bağımlılık süresi ve etkisi fazlasıyla kalıcı olan yeni medya da bireyler gerçeklikten koparak gerçek hayattan uzaklaşmaktadırlar (Övür, 2017).

1970’lerde başlayan kimyasal ilaçlara yönelik yönelim ilerleyen yıllarda teknolojinin gelişmesiyle birlikte farklı bir konuma ulaştı. Teknolojinin hızla

değişmesi ve gelişmesi neticesinde 21. yüzyılda farklı ve yeni hastalıklar ortaya çıktı. En önemli nedeni arasında ise çevrimiçi ağ ile bütünleşmiş cihazların kullanım sıklığı olduğu saptandı. Teknoloji ürünlerinin kontrolsüz kullanımının bireylerin kişiliğini değişime uğratarak “dijital hastalıklar” olarak isimlendirilen teknoloji tabanlı rahatsızlıkların ortaya çıkmasına sebebiyet verdiği belirlendi (Ögel, 2014).

Sınırsız teknolojiye erişimin zengin olduğu bu çağda teknolojik araçlar ve internet hayatımızın vazgeçilmezleri konumuna ulaştı. Bunun sonucu olarak bilgiye erişim saniyeler içerisinde ve önemli bir fiziksel çabaya ihtiyaç duyulmaksızın mümkün seviyeye geldi. Yani internet çağı için önemli bir unsur olan hız faktörü bilginin anlık dağıtımı konusunda önemli kavram haline geldi. Bunca kolaylığı sağlayan teknoloji ve internet teknolojisi insan hayatına büyük kolaylıklar sağlarken yine bireylerin bilinçsiz ve aşırı bu teknolojiyi kullanması birçok olumsuzluğu da beraberinde getirdi (Bayrak & Cihan, 2021). Bu olumsuzlukların bir sonucu olarak karşımıza çıkan stalking (ısrarlı takip eylemi) farklı yerlerde ve belirli aşamalarda gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin, internet ortamında bir bireyi araştırmak, nerede ne yaptığını öğrenmeye çalışmak, mail atmak ya da mektup yazmak, telefon numarası mevcutsa sürekli olarak arayıp rahatsız etmek, sosyal medyadan mağdurun profilini büyük bir dikkatle incelemek sıkça gerçekleştirilen stalking davranışları arasında yer almaktadır. Ayrıca mağdura karşı iltifat içerikli ya da tehdit edici bir üslup kullanmak veya kişisel bilgilerini yaymakla tehdit etmekte yine sosyal medyada karşılaşılan ısrarlı takip davranışları arasında sayılabilir. Stalking’in en uç noktası olan mağduru gerçek hayatta yakından takip ederek fiziksel şiddet uğratmak da stalker davranış tiyolojileri arasında kendisine yer edinmektedir (Şenses & Karaaslan, 2022).

Stalking kavramı (ısrarlı takip eylemi) ilk olarak, 1989’da Amerikalı aktris olan 22 yaşındaki mağdur Rebecca Schaeffer’in kendisini uzun zamandır takip eden saplantılı hayranı tarafından silahla öldürülmesi ile literatüre geçmiştir. Ayrıca yine aynı yıl içerisinde birçok kadının benzer şekilde stalkerları tarafından öldürülmesi bu konu üzerine dikkatleri çekmiştir. Yaşanan olaylar sonrasında 1990’da ilk takip kanunu çıkartılarak Amerika Birleşik Devletleri’nin California eyaletinde stalk suç olarak kabul edilmiştir (<https://www.history.com>).

1.9.1 Dijital Hastalıklara Genel Bir Bakış

Dijital gelişim, bulunduğumuz çağa sadece teknolojik anlamda etki etmemiştir. Toplumsal yaşantımızda farklılıklara sebebiyet vermiş ve toplumsal normlarımızı sosyal ağlara taşımıştır (Karadağ, 2019). Sosyal ağlar ve teknolojinin hayatımızda yer alması ile dijital hastalık kavramı bireyler de görülmeye başlamıştır. Tıp literatürün de yer alan hastalıklar gibi kişinin direk sindirim ve kimyasını etkilemese de uzun bir zaman dilimine yayılarak kişi üzerinde derin ve zorlayıcı izler bırakarak tıp alanında yer alan hastalıklarla benzerlik göstermektedir (Aslan & Küçükvardar, 2020).

Günümüzde insan yaşamının vazgeçilmezi olarak nitelendirilen internet teknolojisi ve beraberinde sosyal medya platformları bireylere fayda sağlamasının yanı sıra bazı olumsuzluklara da sebebiyet vermiştir. Bireyler arası zayıflayan iletişim bağları, akıllı cihazların uzun süreli kullanımları, kişilerin bireyselliklerini fazlasıyla ön plana çıkarma uğraşları sonucunda bireyler de sağlık problemleri baş göstermiştir (Büyükaslan & Kırık, 2016).

Dijital teknoloji ile gerçek de olan her şeyin sayısal temsili oluşturulmuş ve gerçeklik ihtiyacı sanal gerçeklik sistemlerine evrilmiştir. Bu evrilmenin sonuçları arasında ise Baudrillard'ın belirttiği gibi kopya gerçeğin yerini alırken, bireyler gerçek ile kopya arasındaki sınırların gittikçe belirsizleşmesinin etkilerine de her geçen gün daha fazla maruz kalmaktadır. Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi ile birlikte hayatın her alanına nüfuz eden sayısal temsilin keşfedilmeyi bekleyen pek çok yönünden birini de yeni teknolojinin insan sağlığı ve davranışları üzerindeki etkileri oluşturmaktadır. Bu etkilerin bir kısmı sanal gerçeklikten bir kısmı da yeni medyanın aşırı kullanımından kaynaklandığı görülmektedir (Karadağ, 2019).

Dijital teknoloji kullanımında, bilgi arama ve ödüldeki dopamin döngüsü bu noktada önem arz etmektedir. Teknoloji kullanıldığında ne kadar iyi hissettirirse kişi tekrar tekrar kullanma ihtiyacı hisseder. Dopamin adı verilen bu iyi hissi tekrarlama duygusu ile birey, yaşadığı olumlu duyguların tekrarlanması için sürekli olarak teknolojiyi kullanma gereği duyar (Chayko, 2018).

Literatür de yer alan dijital hastalıklar aşağıda yer almaktadır;

Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (FOMO): Teknolojinin yarattığı hızlı bilgi akışı ve olayların ışık hızında iletişim kanallarıyla yayılması, bireylerde olup bitenleri

sürekli takip etme isteği uyandırmaktadır. Özellikle yaşananları takip edemeyen bireylerde “olup bitenlerden yoksunluk” olarak tanımlanan çeşitli olumsuz durumlar ortaya çıkmaktadır (Karadağ, 2019).

Akıllı Tik (Smart Tic): İnsanların günlük yaşam akışları esnasında boşluk buldukları ilk anda akıllı telefona ihtiyaç duyması halidir (Özdemir, 2020).

Enfornografi: Bilgiye olan istekliliğini sanal ortam üzerinden gidermeye çalışan bireyi ifade eder (Gündüz, 2007).

Bilgi Obur (Infoglut): İnsanların günlük hayatta yaşadıkları boşluk ve hiçlik hissiyatından uzaklaşmak için aşırı miktarda bilgiye ihtiyaç duyması ve bilgiyi aşırı tüketmesidir. Bu durum bilgi hazımsızlığına yol açmaktadır (Özdemir, 2020).

Ego Sörfü (Selk Googling): Kullanıcıların sıklıkla kendi isimlerini arama motorları üzerinden arattırdığı hastalıklı durum olarak tanımlanmaktadır (Karadağ, 2019).

Nintendinitus: 1990 yılında alan yazına giren Nintendinitis kavramı ilk olarak, yılbaşı tatilinde 35 yaşındaki kadının çocuklarının aralıksız Nintendo isimli oyunu 5 saat boyunca oynamasının ardından ertesi günü sağ başparmaklarında yaşanan şiddetli ağrı ile doktora gitmeleri ile ortaya çıkmıştır (Tekayak & Akpınar, 2017).

Hiperzihin (Hypermind): Zihni sürekli olarak bağlantılar ve paylaşımlar ile meşgul etmeye verilen isimdir. Bu süreç bireylere mutluluk verse de çoğu zaman, bazı durumlarda da boşa geçirilmiş vakit olarak tanımlanıp bireylere mutsuzluk vermektedir (Özdemir, 2020).

Nomofobi: Telefonlarını kaybetme, onları kullanamama korkusu olarak adlandırılan Nomofobi kavramı teknoloji ve sanal ilişki ikileminin yarattığı problemlerdendir (Karadağ, 2019).

WhatsAppitis (Klavye Hastalığı): Sürekli olarak tekrarlayan başparmak hareketlerinin uzun vadede el ve kollarda bulunan kas ve tendonlarda kan akışını

bozulmasına sebebiyet vererek ağrı problemlerine yol açmasıdır (Kalip & Çöl, 2020).

İçi Boş Akış (Hollow Flow): Gündelik yaşam akışında bireyin sistematik bir şekilde kompulsif internet ağı aktivitesine verilen isimdir. Birey kendisine oluşturduğu rutin içerisinde e-posta kontrolü, Instagram kontrolü, X kontrolü, Facebook kontrolü şeklinde döngü oluşturabilir (Özdemir, 2020).

Dijital Amnezi (Google Etkisi): Zihindeki çeşitli sorulara cevap bulmak için sürekli olarak çevrimiçi olmaya çalışma ve bunu alışkanlık haline getirme durumudur. Bilgiler kısa bir sürede unutulma durumu göstermektedir (Karadağ, 2019).

Dijitalkınma (Dingeing): Bireyin günlük yaşamında teknolojiden uzak kalması ve sonrasında uzak kaldığı süre boyunca tekrar açığı kapatmak istemesi eylemini ifade eden tanımdır. Bu aşamada birey teknoloji ile tekrar kavuştuğu anda yüksek seviyede dopamin hormonu salgılar bu bireyin sevgilisiyle kavuşmasına eş değer bir mutluluk seviyesidir (Özdemir, 2020).

RSI (Repetitive Strain Injury / Tekrarlayıcı Gerilme Yaralanması): Tekrarlayıcı gerilme yaralanmaları terimi birçok farklı içerisinde barındırır. Bunlar; Karpal Tünel Sendromu, Kübital Tünel Sendromu, Guyon Kanalı Sendromu, Lateral Epikondilit ve Bilek Tendiniti veya El Tendoniti gibi birçok durum bu tanımlama içerisinde yer alır (Tulder, 2007). Kişi sürekli aynı pozisyonda kaldığında hastalık belirtileri göstermektedir (Helliwell, 2004).

Siber-Stalk: Elektronik araçlar ve genelde internet aracılığıyla birey, grup ya da organizasyonlara yönelik izleme, kimlik hırsızlığı, tehdit, vandalizm, cinsel taciz, iftira, hakaret vb. davranışları içeren sanal eylemlerdir (Karadağ, 2019).

Güçlüdürtü (Ampulsivity): Gündelik yaşam alanında sınırında birey dürtülerini kontrol altına almaya ve sınırlandırmaya zorlanır. Ancak sosyal ağ platformlarında özgürlük kavramının yoğun olmasından dolayı bu dürtü ihtiyacı serbest bırakılır (Özdemir, 2020).

Siberhondrik: İnsanların başta hastalık olmak üzere ortak semptomlarla ilgili çevrimiçi olarak arama yapma eğilimi bu kavramın ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır (Karadağ, 2019).

Bilgi Hazımsızlığı (Infogestion): Bireyin internet ortamında kendisini aşırı bilgi yüklemesine maruz bırakarak nörolojik olarak zarar görmesidir (Özdemir, 2020).

Hikikomori Fenomeni: Japonca bir terim olan Hikikomori, 1990'ların sonlarına doğru genç bireyler arasında sıklıkla görülen bir rahatsızlıktır. Belirtileri ise aşırı sosyal izolasyon, içe çekilme, kendini sınırlandırma şeklinde görülmektedir (Yeşilyayla, 2022).

Tekno-Stres: Tekno-Stres, insan-teknoloji ilişkisi sonucu ortaya çıkan olumsuz psikolojik durumları içeren bir kavramdır. Gündelik yaşam ve iş süreçlerindeki değişikliklere adapte olamayan ve bununla başa çıkamayan bireylerde tekno-stres görülür (Karadağ, 2019).

Bilgisayımalsal Taşma (Computational Bleed): Bireyin dijital alanda deneyimlediği bağlantı ve tıklama faaliyetlerini gerçek hayatta da deneyimleme isteğini ifade eder. Bu deneyimi gerçekleştirmediğinde ise kaygı, stres ve öfke problemleri baş göstermektedir (Özdemir, 2020).

Blok İfşacılığı: Stalker tarafından karşı tarafı zor durumda bırakacak bilgilerin elde edilerek online mecralarda sürekli olarak herkesin göreceği şekilde paylaşılmasını ifade eden hastalıktır (Çiçek, 2023).

Selfitis: Benlik saygısı eksikliğini gidermek, hayattaki bir boşluğu doldurmak için çekim yapmak ve onları sosyal medyada yayınlamak üzere obsesif bir zorlayıcı arzu olarak tanımlanır (Karadağ, 2019).

Youtube Narsizmi: kişilerin kendilerini tanıtarak sanal dünyada tutunmak amacıyla, Youtube platformunu sürekli olarak kullanma ihtiyacı hissederler. Bu hastalık türünde kişiler için önemli olan takdir toplamaktır (Aksakallı, 2020).

Phubbing: Bireyin çoğunlukla bir ortamda diğeriyle sohbet ederken teknolojik araçlarıyla ilgilenmesi veya karşıdakiyle sohbet etmek yerine cihazlarla haşır neşir olmasıdır (Karadağ, 2019).

Myspace Taklitçiliği: İnternette başka bir kişiliğe, başka bir role bürünme davranışını ifade eden hastalıktır (Özsoy, 2009).

Google Stalking: Kullanıcıların belirli aralıklarla arama motorlarından merceklerinde olan kişiler hakkında bilgiye bireyin isteğinin dışında ulaşarak incelemeler gerçekleştirilmesini ifade eder (Kısaç & Şensoy, 2017).

Otomatiğe Bağlama (Automaticity): Bireyin yarı bilinçli bir şekilde aynı işlemi sürekli tekrarlaması veya birbirine benzer aktiviteleri gerçekleştirmesidir. Bireyin sürekli aynı konu ile ilgili birçok videoyu farkında olmadan izleme eğilimi örnek verilebilir (Özdemir, 2020).

Photolurking: Birey çevre etkisi, merak, problemlerden kaçmak gibi sebeplerle bağımlı hale gelmektedir. Bağımlılık sonucu ortaya çıkan dijital bir hastalık örneği olarak photolurking verilmektedir. Photolurking akıştaki gönderilere saatlerce bakmak ve zamanın nasıl geçtiğini anlamamak olarak tanımlanmaktadır (Olca, 2018).

Wikipedializm (Wikipediholism): Bu rahatsızlığa sahip bireyler, gündelik hayatlarında zamanlarının çoğunluğunu wikipedia gibi wikilerle etkileşim içinde olarak geçirmektedirler., Türkiye’de Ekşisözlük, Uludağsözlük, İncisözlük gibi kullanıcıların duygu ve düşüncelerini yazılı olarak ifade ettikleri ve yazma eylemine aşırı yönelim davranış gösterdikleri siteler arasında yer almaktadır (Wong, 2012).

Bilgi hasreti (Info-craving): Bireyin internet ağlarında dopamin seviyesini sürekli olarak yüksek tutmaya çalışmasını ifade eder (Özdemir, 2020).

Crackberry: İsmi BlackBerry telefonlarından alan bu hastalık, daha çok üst düzey yöneticilerin sürekli olarak maillerini kontrol etmesi ile literatürde kendisine yer edinen bir hastalıktır (Tekayak & Akpınar, 2017).

Cheesepodding: Cheesepodding, kişilerin internet üzerinden mp3 indirme hastalıklarına verilen isimdir. Bu hastalıkta kişi davranış olarak sürekli olarak mp3 indirip arşivlemektedir (Aksakallı, 2020).

Ekran Yanığı (Screen Burn): Bireyin kendisini sürekli ekrana maruz bırakmasını ifade eden kavramdır. Birey ekran yanığı sonrasında depresyon belirtileri gösterebilmektedir (Özdemir, 2020).

JoMo Hastalığı: JoMo hastalığında birey, dijital ortamın negatif unsurlarından kaçma eğilimi göstermektedir. Kısaca “bir şeyleri kaçırma mutluluğu” olarak ifade edilen hastalıkta kişi, internet teknolojilerinden uzaklaşarak gündelik hayatını devam ettirir (Sezgin & Karabacak, 2019).

Bolluk Solucan Deliği (Abundance Wormhole): İnternet ortamında bireye sunulan en iyi otel yeri, en iyi konaklama vb. sıralamalarla ilgili bireye sunulan fazla seçeneklerin bireyde kararsızlığa ve gerginliğe yol açması durumudur (Özdemir, 2020).

Fobo Hastalığı: “Çevrimdışı Olmaktan Korkma” olarak Türkçe’ye çevrilen bu hastalıkta kişiler yurt dışı seyahatlerinde telefon hatlarını internet erişimine açık bir halde tutarak kablosuz internet bulunmayan alanlarda kaçma eğilimi göstermektedirler (Şengün, 2021).

Biriktirme Depresyonu (Backlog Depression): Bireye yoğun şekilde gelen e postaların yaşatmış olduğu gerginlik durumudur. Birey e postaları temizledikten sonra stres seviyesi azalır ve mutluluk hali görülür (Özdemir, 2020).

Kalifornia Sendromu: Bu sendrom Amerika’nın Kaliforniya eyaletinde ilk olarak literatüre eklenmiştir. Sanal ağların hızlı bir şekilde işlemesine karşın gündelik

hayatın yavaşlık unsurunun bireylerde mutsuzluğa sebep olmasını tanımlayan sendrom türüdür (Ercan, 2019).

Haber Gözlüğü (News goggles): Bireyin sosyal ağlarda karşılaştığı üzücü haberleri duygusallıktan uzak bir şekilde değerlendirmesidir (Özdemir, 2020).

Mükemmelliyetçilik /Perfectionism: Mükemmeliyetçilik sosyal medya profillerine sahip bireylerin günlük hayat gerçekliğinden uzaklaşarak kendi istedikleri doğrultu da inşa ettikleri yeni dijital kimliklerini açıklayan bir kavramdır (Carbonell & Brand, 2017).

e-boşanma (Devorce): Partnerlerin fiziksel olarak aynı ortamda bulunsalar dahi teknolojik cihazlarla uğraşmaları veya birbirlerini sanal ağlardan takip etmeleridir (Özdemir, 2020).

Netlessfobia/Netlessphobia: Netlessfobia kavramı ingilizcede “being netless fobia” kelimelerinden oluşmaktadır. Bu kavramı bireylerin internetsiz kalma korkularını tanımlamaktadır (Yıldırım & Kişioğlu, 2018).

E-posta Alerjisi (Email Allergy): Bireyin günlük hayatta karşılaştığı alerji belirtilerini e-posta ile karşılaştığında gösterme eğilimidir (Özdemir, 2020).

Enformasyon Obezitesi: Gündelik beslenme alışkanlıklarının olumsuz bir sonucu olarak ortaya çıkan obezite kavramının dijital ortamda yaşanması olarak tanımlanmaktadır. İnternet ortamında bireylerin çok fazla enformasyona maruz kalmasını ifade eder (Johnson, 2013).

Çevrimiçi Kimlik Rahatsızlığı (Online Identity Disturbance): Kişinin gerçek benliğinin sanal ortama taşınmasını ifade eder. Bu geçiş sırasında birey kendisini savunmasız veya saldırıya açık hissedebilir (Özdemir, 2020).

Hayali Tireşim Sendromu (Phantom Vibration Syndrome): Bireyin telefonundan veya diğer akıllı cihazlarından bildirim gelmemesine rağmen cihazın titrediğini düşünerek sürekli kontrol edilmesidir (Özdemir, 2020).

Facebook Depresyonu: Facebook kullanıcıları yaşadıkları olumsuz ve kötü duyguları diğer Facebook kullanıcıları ile paylaşarak tüm kullanıcıların kendisi gibi olumsuz duygular içinde olmasının istenilmesi olarak tanımlanan durumdur (<https://saglikagi.com/>).

İçerik Kabızlığı (Contentstipation): Bireylerin sosyal ağlarda karşılaştıkları içerik öğelerine aşırı maruz kalması sonucunda yaşanan fazlalık hissidir (Özdemir, 2020).

Pro-Erteleme (Procrastivity): Bireyin günlük yaşam kalitesini yükseltecek ve planlı çalışmasını sağlayacak uygulamaları yüklemesinin ardından uygulamaları kullanmaması veya kaçınmasını davranışını ifade eder (Özdemir, 2020).

Elektronik Uykusuzluk: İnsanın en büyük ihtiyaçlarından biri olan uyku zamanı kişilerin akıllı cihaz kullanımı ve bu sürelerin artması ile ortaya çıkan durumdur. Bireylerin uyku saatinden önce elektronik cihazlarla zaman geçirmesi uyku kalitelerini etkilemekle kalmayıp yaşam kalitelerini de düşürmektedir (Karasu vd., 2023).

Akıllı-Devreleme (Smarting): Akıllı-Devreleme, bireyin evinde bulunan elektronik cihazları birbirlerine bağlanma takıntısı olarak adlandırılmaktadır (Özdemir, 2020).

Bilgi Bağımlılığı (Infodependency): Bireyin internet ve sosyal ağlarda karşılaşmış olduğu bilgi akışı sonrasında psikolojik olarak bilgiye bağımlı hale gelmesidir. Birey günlük hayatta gerçekleştirdiği aktivitelere karşı isteksiz olabilmektedir (Özdemir, 2020).

İnternet Siniri: Bireylerin akıllı cihazlar da karşılaştığı yavaşlık ve sorunlardan kaynaklı yaşanan stres veya sinir halini kapsar (kimpsikoloji.com).

Kritik Yapışma (Critical Goo): Vikiciliğin zıttı olarak ifade edilen kritik yapışma, bireylerin internet ortamında karşılaştığı bilgileri doğruluğunu sorgulamaksızın kabul etmesidir (Özdemir, 2020).

Dijital Göz Yorgunluğu Sendromu: Bireylerin telefon vb. akıllı cihazları kullanırken yaşadıkları görme sorunlarını kapsayan bir sendromdur. Bu sendrom da kişiler ekrana bakarken farklı karakterde yazılan yazıları okumada zorlanırken grafiklerin çevresinde farklı ışık kümeleri görmektedirler (<https://eragoz.com.tr/>).

Bildirim Boşluğu (Notification Trough): Bireyin sosyal platformlarda oluşturduğu gönderi sonrasında beğeni ve yorum sürecini stresli bir şekilde geçirmesini ifade eder (Özdemir, 2020).

Plagomani: Kişinin akıllı cihazla bütünleşerek şarjının bitmesi konusunda stres ve panik durumu yaşaması haline plagomani adı verilmektedir. Bu hastalıkta kişi bulunmuş olduğu ortamda prize veya şarj istasyonuna çok yakın konumda olma iç güdüsü ile hareket eder (Doğan & Övür, 2023).

Patolojik olarak literatür de yer almasa da bir takım sosyal medya alışkanlıklarının ilerleyen süreçlerde dijital hastalıklara dönüşebilme ihtimali bulunmaktadır. Bu hastalıklar şunlardır (Kaya & Ata, 2019):

- Sosyal medya hesabına sahip olmayan bireylerin sosyal ağlarda gerçekleşen olay örgülerini eleştirmesi.
- Sosyal ağlarda gerçekleşen olaylara hâkim olabilmek adına kişinin telefonunu sesli uyarılar alabileceği şekilde ayarlaması.
- Bireye sosyal medya üzerinden gelen mesajlara cevap verme süresinin mesaj gönderenle aynı olması için uğraşması ve beklemesi.
- Birey sosyal ağlarda diğer kullanıcılar tarafından paylaşılan iletileri ilk beğenen kullanıcı olmak için akıllı cihazı başında süresiz bulunması.
- İnternet kullanıcısının bulunduğu alanda sürekli yer bildirimi yapma ihtiyacı gütmesi.
- Sosyal medya ağlarının çökmesi ve yavaşlatılması sonrasında öfke krizlerine girmek,

- Her cümleinin sonuna, her mesaja mutlaka emoji koymak veya hiç emoji kullanmamak,
- Sosyal medyaya erişim için kullanılan telefon, bilgisayar gibi cihazlara performans düşüklüğü sebebiyle zarar vermek,
- Sosyal medyada paylaşımlarının içerdiği yazım yanlışlarını düzeltmeden durmamak,
- Arkadaş ortamlarında psikolojik üstünlük sağlamak için uygulamalardan bildirim gelmese bile elektronik cihazıyla meşgul gibi davranmak,
- Bireyin sosyal medya platformları üzerinde sürekli paylaşımda bulunmak istemesi.
- İnternet kullanıcısının sosyal ağlarda diğer kullanıcılar ile paylaştığı içeriklere az sayıda beğeni gelince üzülüp çok fazla sayıda beğeni gelince sevinmesi.
- Bireyin sosyal ağda bulunan arkadaşlarının kendisini takipten çıkardığını görünce bunun üzerine çok fazla düşünüp üzülməsi.

1.9.2 Dijital Bir Hastalık Olarak Stalking (Israrlı Takip) Kavramı

Israrlı takip kavramı bu olguya maruz kalan bireyler üzerinde çok fazla olumsuz etkiye sebebiyet vermekte olup bu etkiler arasında kişinin sosyoekonomik, psikolojik ve fiziken yaşadığı tahribatlar yer almaktadır (Bilican Gökkaya, 2023). Bireylerin aşırı saplantı durumlarının suç halini alması olarak da ifade edilen stalking kavramı ilk kez ABD’de birçoğu ölümle sonuçlanan suç dosyalarında olayı tanımlamak için kullanılmıştır (Soygüt, 2020). Israrlı takip kavramı ilk aşamada zararsız gibi görünse de ilerleyen süreçlerinde tehlike ve ölüm ile sonuçlanabilmektedir (Korkodeilou, 2020). 1990 yıllarında ortaya çıkan stalking kavramının yasalaşma süreci Rebecca Schafer ile gerçekleşmiştir (Koca, 2022). Stalking kavramının yasalaşma süreci her ne kadar genç aktristin saplantılı takipçisi tarafından evinin önünde silahla vurularak öldürülmesi olayı olsada bu olayın öncesinde 1982 yılında aktrist Theresa Saldana bir stalkerı tarafından takip edilmesi neticesinde bıçaklanarak yaralı bir şekilde kurtarılmıştır (Soygüt, 2020).

Kaliforniya’da yaşanan Rebecca Schafer olayı ile 1993 yılında devletler yasal düzenlemelere başvurmuşlardır. Stalking konusu 16 Ekim 2006 tarihinde Megan Meier davası ile yeniden açılmıştır. 13 yaşındaki kızın intiharı ile sonuçlanan olayda ülkeler ısrarlı takip kavramının suç olarak tekrar altının çizilmesi kararını almışlardır. Megan Meier’a sosyal medya hesabından kendisini on altı yaşında olarak tanıtan John Evans profilinden Meier’ı aşağılayıcı, küçük

düşürücü ve küfürlü birçok mesaj atıldığı ortaya çıkmıştır. İntihar olayının ardından John Evans profilinin 47 yaşındaki bir kişiye ait olduğu ve amacının kızının arkadaşı olan Meimer'ın kızı hakkında ne düşündüğünü öğrenmek olduğu saptanmıştır (Korkodeilou, 2020).

Yaşanan olaylar neticesinde Kanada'da suç tacizi, Avusturya hukuka aykırı takip adıyla ısrarlı takip vakası için yasal düzenlemelere gitmiştir. Sonrasında ise Avrupa, Belçika, Hollanda, Malta, Avusturya, Almanya ve yakın dönemde İspanya, İtalya, Portekiz, Birleşik Krallık ve İskoçya'da bu sürece dâhil olmuştur (Korkodeilou, 2020).

1.9.3 Stalk

Stalk, karşı taraf da korku veya sıkıntıya neden olan, tekrarlanan ve istenmeyen davranışlar bütünü olarak ifade edilmektedir (McEwans, 2021). Bu davranışlar arasında sanal ortamda kişinin profilini mercek altına alma veya ona dair detaylı bilgi edinme içgüdüğü yer almaktadır. İz sürme, takip etme, dikizleme olarak da değerlendirilen stalk eylemini gerçekleştiren kişiye stalker, dikizleme eyleminin hayata geçirilmesine ise stalklamak adı verilmektedir. İz sürme amacı güden stalker, bu eylemi gerçekleştirirken merak unsuru faktörü ile hareket etmektedir (Akmeşe & Deniz, 2017).

Sosyal medya ağları vasıtasıyla gerçekleştirilen paylaşımlar gönderiyi geniş kitlelere ulaştırarak birçok kullanıcının gözetlemesine de ortam hazırlamaktadır. Paylaşımı gerçekleştiren kişiler bu mecralarda hazırladıkları profilleri ve oluşturdukları içerikleri gözetlenme faktörünü göze alarak diğer kullanıcılara sunmaktadırlar. Hatta birçok sosyal medya kullanıcısı içerik, gönderi, fotoğraf veya mesajlar aracılığıyla tanıdıkları ve tanımadıkları kitlelere paylaşımlarını sunmaktan ve gözetlenme olgusundan keyif almaktadırlar (Bauman & Velyon, 2013).

Stalk üzerine yapılan çalışmalarda %23,4'lük bölümün stalker tarafından tekrarlayıcı stalk davranışlarına maruz kaldıkları belirtilmiştir. Çalışmaya katılan 197 kişinin yaklaşık %10'u ortalama bir ay süreye yayılım gösteren ısrarlı takip durumu yaşamışlardır (Purcell vd., 2004)

Stalk konusu üzerine gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise ülkelere göre stalking yoğunluğu incelenmiştir. Çalışmaya göre (Hellmann ve Kliem, 2015).;

Amerika: Kadınlar %8 Erkekler %2

Avustralya: Kadınlar % 32 Erkekler %13

Birleşik Krallık: Kadınlar % 16 Erkekler %7

İsveç: Kadınlar % 9 Erkekler %5,9

Almanya: Kadınlar % 17 Erkekler %4

Hollanda: Kadınlar % 20,7 Erkekler %13,4

Birleşik Krallık: Kadınlar % 16 Erkekler %7

Avusturya: Kadınlar % 17 Erkekler %3 olarak belirtilmiştir.

1.9.4 Stalklamak

Stalklama kavramı dijital teknolojiler öncesinde de kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Stalker, mağduru saplantılı bir biçimde izler, takip eder ve bunun sonucunda rahatsızlık yaratan davranışlar sergiler. Geleneksel stalklama tarih de ilk defa 1990'da ABD'de bir aktrisin saplantılı bir hayranı tarafından öldürülmesinin sonucunda suç olarak kanunda kendine yer edinen bir olgudur. (Heinrich, 2015)

Sosyal medya bireylere günlük yaşamlarında tanıdıkları bireylerle ve yeni tanıştıkları kişilerle ağ üzerinden iletişime geçme imkânı sunar. Bu aşamada birey kabul edilmek, beğenilmek, ilgi çekmek gibi psikolojik sürecin içerisine girer. Sosyal ağlar aracılığıyla kendisine yeni bir dijital vücut bulan birey, internet aracılığıyla tanıdığı veya tanımadığı birçok kişi ile iletişim kurabilme fırsatını yakalar. Bu noktada kullanıcılar sosyal mecralarda sergilemiş oldukları paylaşımlarda eksik ve zayıf taraflarını güçlü yönlerle dönüştürerek sahte bir çevre yaratır. Gündelik hayatında olduğu kişinin dışında, farklı bir kimliğin oluşturulabilmesi konusu kullanıcılara cezip gelmektedir. Gündelik yaşamda toplum tarafından beğenilmeyen veya aşağılanan insan, sosyal medyanın özellikleri sayesinde fotoğraflarını düzenleyerek veya bir başka kişiye ait olan fotoğraflarla, sosyal hayatında yaşamış olduğu sıkıntılarından kaçma ihtiyacına bürünebilir. Bu sayede sosyal medrada kendisine güçlü ve farklı bir imaj yaratabilir (Horzum, 2015). Sosyal medyada karşımıza çıkan ve sahte hesaplar olarak adlandırdığımız bu kavram ile birey kendisini gizleyerek mecrada yeni kimliğiyle varlığını sürdürür. Kendisine sosyal medya da güvenli bir mekân oluşturan kullanıcı, gerçekleştiremediği davranışları, ifade edemediği sözleri, açığa vurmaktan çekindiği tüm tutum ve davranışları bu mecrada sergileme olanağına sahip olur (Timisi, 2005).

1.9.5 Stalker

Sosyal medyada bir kullanıcının başka bir kullanıcıyı gizli bir şekilde takip ederek paylaşmış olduğu gönderileri incelemesine stalklama eylemi adı verilmektedir. Sosyal medya platformu üzerinden gerçekleştiren stalklama eylemini yapan kişiye ise stalker adı verilmektedir (Arslan, 2022). Stalkerların genel anlamda eylemleri incelendiğinde; eski sevgililerini veya eski sevgililerinin yeni ilişkilerini, günlük hayatta hoşlandıkları erkek veya kız arkadaşlarını, rakip olarak gördükleri bireyleri veya iş yerinde iletişim kurdukları veya henüz kurmadıkları arkadaşlarını stakladıkları belirlenmiştir. Stalklama eylemini başlatan merak duygusu ile stalkerlar, sosyal medya üzerinden paylaşımda bulunan bireyleri takip ederek meraklarını giderme içgüdüğü ile hareket ederler (Akmeşe & Deniz, 2017).

İletişim teknolojilerinin gelişimi ve değişimi ile birlikte bireylerin dijital ortamda bilgiyi arama ve aradıkları bilgiye ulaşması dopamin seviyelerine etki etmiştir. Bilgiye ulaşma aşamasında bireyin bu işlemi yüksek motivasyonla gerçekleştirmesi neticesinde işlemi tekrarlama ihtiyacı artmaktadır. Dopaminin etki ettiği bu durum ile kişiler beyin tarafından aktive olan olumlu duygular ile hareket ederler ve stalk eylemini sürekli tekrarlama eğilimi gösterirler (Chayko, 2018).

Bunun yanı sıra sadece kişilere yönelik değil firmalar ve şirketler adına da çeşitli sahte hesaplar ve paylaşımlar gerçekleştirilmektedir. Kurum ve firmaların otoritesini ve duruşuna zarar vermek isteyen stalkerlar, doğru olmayan haber ve duyuruları bu hesaplardan gerçekmiş gibi paylaşabilirler. İnternet kullanıcılarının sosyal medya ağlarında onaylı hesapları takip etmesi bu aşamada önem arz etmektedir (Ünlücan, 2023).

Stalklama faaliyetini gerçekleştiren stalkerlar teknolojik olarak bilişim suçu işlemektedir ve bu faaliyet neticesinde mağdurun rahatsızlığı söz konusu olduğunda ceza işlemleri uygulanabilmektedir (Yıldırımşen, 2021).

1.9.6 Stalklamaya Etki Eden Faktörler

Stalk olgusu 20. yüzyılda psikiyatri uzmanları tarafından, bir bireyin diğer birey tarafından sevilmiş olma yanılgısını, saplantılı duygularını, kişinin kendisinden daha üstün bir insanın kendisine âşık olduğu yanılgısına kapılmasını ifade eden bir kavramdır.

Sosyal medya günümüzün en popüler haberleşme alanıdır. İnternet aracılığıyla bilgi paylaşımı sağlanarak iletişim kurulabilmekte ve aynı zamanda bireyler sosyal medyada kendi içeriklerini oluşturabilmektedir. Gerçek kimlik bilgilerine ihtiyaç duyulmayan bu mecra da kişiler, kolayca dolaşabilmekte ve paylaşımlar gerçekleştirilebilmektedir. Sosyal medya da amaç kişilerin gerçek kimliklerine ulaşmak değildir. Çünkü sosyal medya kullanıcılarının kim olduğuyla ilgilenmez önemli olan kullanıcıların mecra da yer alması, paylaşım gerçekleştirmesidir (Zona vd., 1993).

Platformda bulunmanın önemli olduğu bu olguda, kullanıcılar bazen gerçek kimliklerini açıklamadan yer alırken bazı kullanıcılar ise başkalarını taklit edip onların kimliklerini kullanarak diğer bireylerle iletişim sağlarlar. Literatür de bu olay “sahte hesap” İngilizce karşılığı ise “fake account” olarak yer almaktadır (Uzun, 2016).

1.9.6.1 Problemlı İnternet Kullanımı ve Dijital Hastalıklar

İnternet teknolojileri ve sosyal medyanın birçok yararı olduğu gibi kontrolsüz kullanımı da olumsuzluklara sebebiyet vermektedir. İnternet, sosyal medya ve elektrik kullanımının artmasıyla ilişkili olarak bireylerin aile içi iletişimlerinde azalmalar meydana gelmiştir (Ercan, 2019).

Her geçen gün gelişen teknoloji ile birlikte daha fazla hayatımıza dâhil olan cep telefonları, genç popülasyonda vücudun ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Akıllı telefonlara erişimin kolay olması ile birlikte kişilerin sürekli bir şekilde sosyal medya platformlarını, e-posta hesaplarını ve günlük haber akışı sağlayan siteleri takip etmesi sosyal yaşamlarının bir rutini haline gelmiştir. Ayrıca bireyin sanal platformlarda yaptığı iş görüşmeleri, eş adayı bulması, sanal ortamda gerçekleştirilen alışverişler sanal ortamın gündelik hayata taşınmasına gösterilen örnekler arasında yer almaktadır (Binark & Sütçü, 2007).

Problemlı internet kullanımı kavramının bir çıktısı olarak görülen internet bağımlılığı bireyin sürekli olarak internet ortamında kalma isteğini ve kontrol dışı vakit geçirme şeklini ifade eder (Kırık, 2013).

İnternet teknolojisinin gelişmesi ve kullanıcılara sağladığı kolaylıklar ile sosyal medya platformları bireyler tarafından daha çok tercih edilmeye başlanmıştır. Bu problemlı internet kullanımının bir neticesi olarak sosyal medya bağımlılığı bireyler de sıkça görülmeye başlanmıştır. Bireylerin bilinçsiz internet

kullanımı sadece internet ve sosyal medya bağımlılığına sebebiyet vermemiş olup yeni nesil iletişim teknolojilerinde problemli kullanımlarına sebep olmuştur. Bu sorunlar arasında “nomofobi” “FOMO” ve bilgisayar oyunu bağımlılıkları gibi dijital hastalıklar yer almaktadır (Kırık, 2013).

Yeni nesil internet teknolojilerinin kullanarak sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaya çalışan bireyler, problemli internet kullanımı gerçekleştirerek teknolojinin eksi yönlerine maruz kalmaktadırlar (Demir, 2013). Bireylerde sadece psikolojik izler bırakmayan bilinçsiz internet kullanımı sağlık düzeylerinde de olumsuzluk yaratmaktadır (Caplan, 2007).

1.9.7 Stalking (Israrlı Takip) Tipolojileri

Bireylerin izni olmadan gizli bir şekilde tekrar tekrar takip edilmeleri olarak karşımıza çıkan stalking kavramı, hukuksal boyutta kişinin iradesine aykırılık teşkil eden bir davranış olarak tanımlanmaktadır. Stalkerın bilinçli bir şekilde gerçekleştirdiği ısrarlı takip davranışı, sürekli bir şekilde tekrarlandığında karşı tarafa yapılan takip olayının hangi amaçlarla yapıldığına ve bu amaçların genel olarak neler ifade ettiği hukuksal anlamda önem teşkil etmektedir (Özen & Köksal, 2019).

Stalkerlar üzerine yapılan ısrarlı takip davranışının sebepleri arasında karşı taraf üzerinde; hâkimiyet kurma veya korku uyandırma isteklerinin sebep olduğu ortaya çıkarılmıştır (Tjaden & Thoannes, 2000). Stalkerler bu sebeple stalkladıkları bireye yönelik bazı eylemlerde bulunurlar. Bu eylemler arasında (Duman vd., 2023):

- Mağdura ait olan eşyalara izni olmaksızın dokunmak veya çalmak,
- Mağdurun evine izinsiz girmek veya evin çevresinde sürekli olarak bulunmak,
- Mağdurun telefonlarını dinlemek ve iş yerine sürekli telefon ederek rahatsızlık vermek,
- Mağduru intiharla tehdit etmek veya sahte polis raporları ile tehdit etmek,
- Mağdura yönelik sözlü tacizler de bulunmak,
- Mağdurun yakın çevresini taciz etmek yer almaktadır.

1.9.7.1 Psikiyatrik Teşhislerle İlgili Stalklama Tipolojisi

Basit Takıntılı Takipçi (Simple Obsessional Stalkers):

Basit takıntılı takipçi kategorisi detaylı bir şekilde incelendiğinde stalker ve stalklanan kişinin arasında önceden bir yakınlık bulunmaktadır. İki tarafta birbirleri hakkında detaylı bilgiye sahip olup ısrarlı takip eylemini gerçekleştiren birey genelde erkek partnerdir. Bu kişinin ısrarlı takip gerçekleştirmesinin nedenleri incelendiğinde erkek bireyin haksızlık olarak kavradığı reddedilme duygusu ile hareket ettiği karşı tarafı ilişkiye tekrar dönmesi için zorladığı gözlemlenmiştir (Davis, 2001). Basit takıntılı tacizcinin bir çok kişilik bozukluğuna sahip olduğu ve şiddete eğilimli olduğu belirlenmiştir (Mullen vd., 1999). Bu sebeple basit takıntılı stalker stalkladığı kişiye karşı daha ileriye giderek intikam veya şiddete maruz bırakma davranışında sergileyebilmektedir (Davis, 2001).

Aşk Takıntılı Takipçi (Love Obsessional Stalkers):

Aşk takıntı takip olayında stalker ve stalklanan kişi arasında bir bağlantı bulunmamaktadır. Bu kategori içerisinde yer alan stalkerlar günlük hayatta önceden karşılaştıkları bireyler arasından seçimi yapabilir. Aşk takıntılı stalkerlar bu seçimi yaparken iş yerinde veya alışveriş sırasında gördükleri insanlara ilgi duyabildikleri gibi sokakta hiç tanımadıkları bir bireyin saat sorması neticesinde de karşı taraftan ilişki beklentisi içerisinde olabilirler (Davis, 2001).

Erotomonikler (Erotomaniac Stalkers):

Erotomonik stalkerlar stalkladığı kişilerin kendilerine aşık olduklarını inanarak hastalıklı bir şekilde duygusal bağ kurarlar. Bu stalkerların amacı bu aşamada cinsellik değil kendilerini motivasyonel olarak tatmin etmektir (Davis, 2001). Erotomonik stalkerlar incelendiğinde cinsiyet açısından kadınların bu kategoride yer aldığı gözlemlenmiştir (Zona, 1993).

1.9.7.2 Stalklama Tipolojisi ve Mağdur İle İlişkisi

Mağdurla İlişkiye Göre (Samimi/Tanıdık/İlişki Yok):

Sosyal medya platformları üzerinden stalker; samimi olmak istediği, kıskandığı, nefret duygusu beslediği veya karşı tarafın hayatıyla ilgili detaylı bilgilere sahip olma eğilimi güdebilmektedir. Bu eğilim neticesinde stalker, stalk eylemini rahatça gerçekleştirebileceği; Instagram, X, Facebook vb. internet tabanlı platformlardan kişiyi takip eder (Akmeşe & Deniz, 2017). Stalker bu işlem sırasında karşı tarafta ki kullanıcı tarafından oluşturulan profili stalklayarak, kişinin sosyal medya platformunda oluşturduğu dijital vücuduyla ilgili tüm bilgileri toplar. Bu sebeple stalker, stalkladığı kullanıcının dijital ortamda oluşturduğu benlik inşasını gözlemler ve daha çok bilgi toplamayı hedefler (Akmeşe & Deniz, 2017).

Stalker mağdurla ilişki biçimine göre sadece sanal ortamda değil gündelik hayatta da bir takım taktiklere başvurmaktadır. Bunlar arasında merak ederek gözlemlediği kişinin özel eşyalarını çalmak, çöpünü karıştırarak korkutmak, karşı tarafın adına yemek veya ürün siparişleri oluşturmak yer alır. Hatta stalker daha da ileri giderek kişinin adına kiraladığı araba, ev veya konaklama hizmetleri iptal etme girişiminde bulunabilir (Duman vd., 2023).

Stalklama Motivasyonuna Göre (Aşk/İntikam):

Sosyal medya platformları ve internet alanı ile bireyler gerçek dünyada olmak istedikleri veya olmadıkları kişiliklere sahip olmaya çalışabilirler. Bunun sebebi de gerçek hayatta kurulan insani ilişkiler de yaşanan öz güven eksiklikleri, utangaçlıklar ve çekingen tavırlardır. Bireyler günlük hayatta yaşadığı problemleri baskılayarak sanal dünyada kendilerine yeni bir kimlik inşa ederler ve olmasını istedikleri özellikleri profillerine ekleyerek yeni dijital bir vücut oluştururlar (Yüksel, 2019). Yeni bir kimliğe kavuşan birey zaman içerisinde günlük hayatta ki gerçek benliğinden uzaklaşarak yeni oluşturduğu kimliğe inanmaya başlar ve bunun neticesinde sanal bir tatmin duygusu yaşar (Akmeşe & Deniz, 2017).

Sosyal medya ve stalk üzerine gerçekleştirilen araştırmalar da, sanal iletişim platformlarının bireyleri mutlu edemediği aksine mutsuzluğa sürüklediği belirlenmiştir. Bu olumsuz durumun oluşmasında stalk yapılmasıyla birlikte kişiler arası yakın ilişkilerin sonucunda sadakatsizliklerin ve tacizlerin yaşandığı belirlenmiştir (Nicolescu, 2016). Stalker, ısrarlı takip gerçekleştirdiği kişinin

kimlerle görüştüğünü, nerede olduğunu sürekli olarak izleme eğilimindedir. Bu aşırı ve ısrarlı merak dolayısıyla stalkerın günlük insani ilişkileri daha da kötüleşebilir ve önemli sorunlar yaşayabilir (Yıldırımşen, 2021).

1.9.7.3 Psikiyatride İlerleme Grubu (PİG) Açısından Tipoloji

Davranışsal Ya da Motivasyonel Eksen (Reddedilen/Yakınlık Arayan/Beceriksiz/Yırtıcı/Kinci):

Stalker, sosyal medya platformları aracılığıyla düşünce, fikir ve davranışlarını gerçek kimliğiyle sergileyemediği için sanal ortamda gerçekleştirir. Bu yeni sanal kimliğin nedeni ise reddedilme korkusu yaşaması veya fikirlerinin gündelik hayatta karşılaştığı insanlardan farklı olmasıdır (Yaylagül, 2017). Reddedilme sorunsalı yaşayan bireyler, diğer kişilerle iletişim kurduğunda bazı davranışlar sergileyebilirler (Erözkan, 2007);

- İletişim kurdukları kişilerin hareketlerinin anlamlandıramadıkları durumlarda reddedilme kaygısı yaşarlar.
- Sürekli olarak huzursuz olmalarından dolayı kendilerini güvende hissetmezler.
- İletişim kurdukları kişiye karşı reddedilme korkusu yaşadıkları anda davranışları kin, nefret ve kıskançlığa dönüşebilir.
- Karşı tarafta ki kişilerin söz ve davranışlarını sürekli olarak yanlış anlama eğilimi gösterirler.

Yapılan araştırmalara göre ısrarlı takip mağdurları genellikle 18 ile 30 yaş aralığındadır. Bu mağdurların çoğunluğunu ise kadınlar oluşturmaktadır. Eylemleri taciz seviyesine ulaştıran sahte hesap kullanıcıları ise saldırılarını sosyal medya üzerinden gerçekleştirmektedirler. Kendi gerçek kimliklerini gizleyerek diğer kullanıcılara attıkları mesajlar, karalama çalışmaları ve iyi niyetli olmayan paylaşımları ile bu hesabı aktif bir şekilde kullanma eğilimindedirler. Günümüzde çoğu sanal alan kullanıcısı farkında olmadan stalking eylemi gerçekleştirebilmektedir (Toker, 2021).

Günümüz teknoloji dünyasında bireyler gündelik hayattan ziyade sosyal medya da daha aktif olmaya başlamış ve insan ilişkileri olumsuz yönde etkilenmiştir. Kullanıcılar zamanlarının büyük bir çoğunluğunu sosyal medyada geçirdiği için bireyler arasında asosyallik, özgüven kayıpları ve aşırı stres

rahatsızlıkları yaşanmaya başlamıştır (Şenses, 2022). Sosyalleşemeyen bireyler sosyal medya da stalk yaparak dopamin ihtiyaçlarını karşılayarak günlük hayatta elde edemedikleri sosyalleşme imkanını yaşamayı hedeflerler. İnternet ortamında sosyalleşerek mutlu olan birey, günlük alanda iletişim kuramadığı insanları stalklayarak bilgiler toplar ve tanımaya çalışır. Sosyal medya da ilgi odağına aldığı kişinin beğenilerine uygun olarak oluşturduğu yeni sahte hesabı ile karşı tarafla iletişim kurmaya çalışır (Arslan, 2022).

İlişki Ekseni (Önceki Yakın İlişkiler/Profesyonel Bağlantılar/İş İle İlgili Temaslar/Tesadüfi Tanışıklıklar ve Arkadaşlar/Ünlü Yabancılar):

Sosyal medya kullanıcıları insan ilişkilerinde deneyimledikleri yeterli olamama hissiyatı ile farklı kimliklere yönelim konusunda yatkınlık gösterirler. Yeniden oluşturdukları sahte hesaplar ile daha cesur ve daha motivasyonel iletişimler kurma eğiliminde olurlar (Şenses & Aydoğdu, 2022). Oluşturdukları yeni kimlik ile stalk davranışına yönelen kullanıcılar bu davranışı; kin, nefret, öfke, kıskançlık, rekabet, kıyaslama vb. olumsuz sebeplerden ötürü yapabilirler. Ayrıca aynı iş ortamında etkileşim halinde olan çalışma arkadaşları da iş konuları gündeme geldiğinde kendi aralarında stalk yöntemine başvururlar (Aygül vd., 2020).

1.9.8 Israrlı Takibin Fiziksel, Sosyal, Ekonomik ve Psikolojik Etkileri

Stalklama eyleminin temel yapısı incelendiğinde bazı ortak özelliklerin yer aldığı görülmektedir. Bunlar arasında stalklamaya maruz kalan kişinin onayı olmadığı halde rahatsız edici davranışlarda bulunarak tehdit unsuru ile korku ve endişeye sebebiyet verilmesi sayılmaktadır. Stalkerın bu aşamada takip işlemini yapmak istemesi ve bu takip boyutunu taciz aşamasına getirmesi de mağdur açısından etkileri arasında sayılmaktadır (Uyumaz & Akdağ, 2015).

En yaygın olan takip davranışları şöyle sıralanabilir (Gürgezoğlu, 2010):

- Israrlı bir şekilde gözetlemek
- Uygunsuz yaklaşma ve karşılaşma
- Bireyin ev veya iş yeri çevresinde sürekli olarak bulunma
- Kişinin istemediği telefon aramaları
- Kişiyi veya çevresini tehdit
- Bireyin istemediği mektup veya elektronik posta

- Bireyin istemediği hediyeler
- Fiziksel veya cinsel saldırı.

Bu davranışlara maruz kalmak istemeyen mağdurlar bazı önlemler alabilirler. Bu önlemler arasında günlük hayatta kullanmış oldukları ulaşım güzergahlarını değiştirme ve cep telefonu numaralarını değiştirme örnek olarak verilebilir. Stalkerları tarafından fiziksel saldırıya maruz kalan mağdurların günlük hayatta yalnız kalmaktan çekinme, kıyafetlerinde ve evlerinde herhangi bir saldırıya karşı güvenlik önlemleri aldıkları görülmektedir. Güvenlik endişesi ile kullandıkları arabaları, yaşadıkları evi, çalıştıkları iş yerlerini sıklıkla değiştirme eğilimi gösteren mağdurlar sosyal anlamda bir çok olumsuzlukla mücadele etmektedir (Korkodeilou, 2017). Israrlı takibe maruz kalan bireyler yaşadıkları olaylar neticesinde gerek psikolojik gerekse fiziksel olarak sağlık sorunlarına maruz kalabilirler (Dardis vd., 2017). Bunlara örnek olarak panik atak, kabus, öfke nöbetleri, kaygı seviyesinin değişkenliği, depresyon eğilimi verilebilir (Korkodeilou, 2017). Fiziksel olarak yaşadıkları olumsuzluklar arasında ise ani kilo kaybı, uyku problemleri ve kendine zarar verme eğilimi yer almaktadır (Sheridan & Lyndon, 2012). Mağdurların sosyal ilişki düzeylerine bakıldığında ise kişilerarası iletişimlerinde sorun ve güven problemi yaşamaları da yaşanan olumsuzluklar arasında yer almaktadır (Korkodeilou, 2017).

Israrlı takip üzerine yapılan araştırma da katılımcıların %63'ü stalking sebebiyle sosyal ve ekonomik bir çok sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir (Purcell vd., 2004).

1.9.9 Stalking (Israrlı Takip) ile Baş Etme Davranışları

Takip kavramı farklı yapısından ve gündelik hayatta sorunlara yol açabilmesinden kaynaklı olarak hukuki ve sosyal açıdan birçok araştırma ve deneye konu olmuştur (Fazio & Galeazzi, 2004).

Takip kavramının ilk ciddi vakası ABD'de yaşanan Rebecca Schaeffer adlı aktristin öldürülmesi ile ciddiyet kazanmıştır. 3 yıl boyunca ünlü aktristi takip eden Robert Bardo isimli stalker, Schaeffer'ı evinin önünde silahla vurması sonucu öldürmüştür. Vakanın detaylı bir şekilde araştırılması sonucunda ısrarlı takip kavramı ve beraberinde getirdiği sonuçlarla baş etme davranışları araştırılmaya başlanılmış ve devletler hukuki anlamda takip yasası çıkarmışlardır (Akduman vd., 2006).

Hukuki açıdan kendine yer edinen takip kavramının geneli incelendiğinde gerçekleştirilen davranışın izleme ve yasal olmayan takip etme kavramı ile eş değer olduğu belirlenmiştir. Bu sebeple ısrarlı takibe maruz kalan kişi stalkerını düzenli takip etme suçundan dava edebilir ve suç duyurusunda bulunabilir (Gürgezoğlu, 2010).

Bu hukuki önlemlerin yanı sıra ısrarlı takibe maruz kalan bireyin hayat kalitesinin olumsuz yönde etkilenmesi sonucunda stalkerı ile mücadele etmek için aşağıdaki yollara da başvurulabilir (Cupach & Spitzberg, 2004);

- Stalkerı görmezden gelerek varlığından kaçınma
- Stalker ile yüzleşme ve ısrarlı takip olayını sonlandırması için uyarma veya korkutma
- Güvenlik açısından birey olarak kendi savunma dersleri almak
- Mağdurun yakın çevresinden yardım ve destek alması

İsrarlı takibe maruz kalan kişiler bu maddelerden birini veya bir çoğunu aynı süre zarfında da uygulayabilmektedirler.

1.9.10 Sosyal Medya Kullanımı ve Stalking

Sosyal medya platformları üzerinden paylaşım gerçekleştiren kullanıcılar gönderilerini diğer kullanıcıların görmesini sağlarlar. Gözetlenme döngüsünün farkında olan ve bunu kabul eden kullanıcılar zamanlarının çoğunu fotoğraf ve video paylaşımı sağlamak için geçirebilmektedir (Bauman & Lyon, 2013).

Sosyal medya platformları çevrimiçi olma özelliğiyle kullanıcılarını sürekli olarak içerik üretme, tutum ve davranışları etkileme gibi özelliklerini dijital olarak gerçekleştirmesini sağlar (Leonhard, 2018). Bu özellikleriyle başkalarının düşünce ve hayatlarını da gözetlemeye fırsat sunan ağlar, karşı taraf ile ilgili merak edilenleri stalklama özelliği sunar (Oskay, 1984). Karşı kullanıcının dijital ayak izini takip eden kişiler bu çevrimiçi döngünün içerisine girerler. Bu döngü de kişiler merak ettikleri kişinin nerelere gittiğini, kimlerle vakit geçirdiğini vb. birçok kişisel alan dâhilinde olan bilgileri öğrenme eğilimi gösterirler (Çetin, 2020).

Gözetlenme olgusuna bazı kullanıcılar ılımlı yaklaşırsa da bazı kullanıcılar bundan tedirgin olabilir ve güvenlik kaygısı yaşayabilirler. Bireyler bu aşamada kimlerin kendilerini takip ettiğini bilme ihtiyacı hissederler. Bu nokta da kullanıcıların güvenlik sorununu gidermek için bazı uygulamalar profillerine

kimlerin baktığını, kimlerin hesaplarındaki görsellerin ekran görüntüsünü aldığını bildiren uygulamalar sayesinde kendilerini koruyabilmektedirler (Drebing, vd. 2009)



2. MATERİYAL ve YÖNTEM

2.1 Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Tıp Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin stalking kavramı hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarını ve stalking davranışına sahip olan bir vaka ile karşılaşıldı mı sorularına cevap bulmayı amaçlamaktadır. Stalk, stalker ve stalking kavramlarını detaylı bir şekilde ele alan bu çalışma bu kavramlar neticesinde yaşanan olumsuzlukları ve bu olumsuzlukları önlemenin yollarını işlemeyi hedeflemiştir.

Teknolojinin değişimi ve gelişimiyle beraber insanlarda görülmeye başlanan dijital hastalıkların tanımları çalışmada yer alırken bir bilişim suçu olan stalking ise detaylı bir şekilde araştırma boyunca incelenmiştir. Çalışma da ele alınan dijital hastalıklar ve stalking konusunda önlemler alınmasını amaçlamakta olup tıp ve psikoloji gibi farklı disiplinlerarası olgular birleştirilerek teknolojinin olumsuz yanlarının azaltılması hedeflenmektedir.

2.2 Araştırmanın Önemi

Bireylerin hayatında mutlak izler bırakan teknoloji sayesinde kullanıcılar, akıllı cihaz ve internet kullanımı ile kolayca diğer bireylere erişim sağlarken bu teknolojik cihazlardan da kopamaz hale gelmektedirler (Polat, 2017). Bireylerin dijital alanlarda sürekli olarak rol alması ve tüm insanlığı etkisi altına alabilme gücü neticesinde dijital hastalıklar artış göstermiştir. Yapılan çalışmalar internetin kontrolsüz ve uzun süreli kullanımı sebebiyle sağlık alanında yeni tedavi protokollerinin yapılması gerektiğini ve dijital hastalıklar konusunda farkındalık oluşturulmasının önemini savunmaktadır (Tekayak & Akpınar, 2017).

Bu çalışma, insan hayatına etkisi çok fazla olan sosyal medya platformlarında yaşanan stalking kavramını gerek tıp boyutunda gerek iletişimsel boyutta gerek de psikolojik boyutta ele alarak, farklı disiplinleri bir araya getirmesi bakımından önem arz etmektedir.

Birçok sosyal ağ kullanıcısının farkında olarak veya olmayarak günlük yaşam akışlarında yer verdikleri stalkingin ilk aşamasından en son aşamasına kadar evreleri incelenmiş olup, katılımcı öğrencilerin farkındalık derecelerinin araştırmaya katkı sağlaması amaçlanmıştır.

2.3 Evren ve Örneklem

Nitel bir araştırma deseni olan amaçlı örnekleme ile var olan araştırma kaynaklarının doğru ve etkili bir şekilde kullanılması amaçlanmaktadır. Araştırma da yer alan verimli bir konunun katılımcıların ilgi ve bilgileri dâhilinde cevaplandırmalarını kapsamaktadır. Bu araştırma modelinde katılımcıların bilgi ve görüş bakımından yeterliliğe sahip olmaları sebebiyle araştırma zenginlik kazanmaktadır (Tutar & Erdem, 2022).

Dijital hastalıkların ele alındığı bu çalışmanın araştırma örneklemini ve evrenini Düzce Üniversitesi Tıp Fakültesi (1, 2, 3, 4, 5 ve 6. Sınıf) öğrencileri oluşturmaktır. Tıp fakültesi öğrencilerinin bilgi ve deneyimlerini ele almayı hedefleyen çalışma, nitel araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile gerçekleştirilmiştir. 50 Tıp Fakültesi öğrencisi ile mülakat şeklinde görüşme sağlanmış olup gerçekleştirilen görüşmeler de ses kayıt cihazı kullanılmış ve bu kayıtlar sonrasında deşifre edilerek çalışmaya eklenmiştir.

2.4 Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu araştırma Düzce Üniversitesinde, Tıp Fakültesi eğitimi gören 1, 2, 3 ,4, 5 ve 6. sınıf öğrencilerini kapsamaktadır. 01.04.2024-01.05.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların gönüllüğü esas alınmıştır. 50 kişiden oluşan tıp fakültesi öğrenci grubu ile yarı yapılandırılmış mülakat tekniği aracılığı ile çalışma gerçekleştirilmiştir.

2.5 Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırma, belli bir konu üzerinde daha kapsamlı odaklanmayı ve araştırma problemine yorumlayıcı yaklaşımı benimseyen bir araştırma yöntemidir. Bu araştırma yönteminde, herhangi bir şekilde istatistiksel prosedürler veya sayısal araç zorunlu olmaksızın bulgular üretilir (Tutar & Erdem, 2022).

Nitel araştırma çalışmada yer alan problemin çözüm aşamasında kullanılan görüş ve verilerin toplanılması sürecidir. Bu süreç devamında ise çalışmaya konu olan daha öncesinde detaylandırılmamış veya farkedilmemiş bir konunun çözüm aşamasını verimli bir şekilde değerlendirmeyi ve çözüm sunmayı amaç edinir (Seale, 1999). Nitel araştırmanın çalışmalarda kullanılmasının bir diğer önemli sebebi ise sosyal olgunun karmaşık ve farklı yapısını çözümlemeyi ve ortaya çıkarmayı ise farklı bakış açılarını ortaya koymasıdır (Kitzinger, 1995).

Nitel araştırma yöntemleri, insan yaşamının da yer alan gizemli ve karmaşık yapıyı açıklayabilmek için sosyoloji, psikoloji vb, insana dair tarihi yapıyı inceler. Farklı disiplinler arası kavramları içerisinde barındırması dolayısıyla “doğal araştırma” veya “yorumlayıcı araştırma” gibi farklı isimlerde nitel araştırma ismine atfedilmiştir (Baltacı, 2017).

Çalışma, İnsan Araştırmaları Etik Kurulu (Protokol No: 2024/70) Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi tarafından 01.03.2024 tarihli ve 2024/02 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur.

50 kişiden oluşan öğrenci grubunun “Cinsiyet”, “Sınıf”, “Sosyal Medya Hesabına Sahip Mi?”, “Sosyal Medyayı Hangi Amaçla Kullanılıyor?”, “Sosyal Medyada Sahte Hesaplarla Karşılaşıyor Mu?”, “Sosyal Medyada Karşılaşılan Hesapların Sahte Olduğunu Nasıl Anlıyor” sorularının cevabı tablo ile aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler ve Sosyal Medya Davranışları

	Cinsiyet	Sınıf	Sosyal Medya Hesabına Sahip Mi?	Sosyal Medyayı Hangi Amaçla Kullanıyor?	Sosyal Medyada Sahte Hesaplarla Karşılaşıyor mu?	Sosyal Medyada Karşılaşılan Hesapların Sahte Olduğunu Nasıl Anlıyor?
Ö1	Kız	5	Instagram Facebook X Snapchat	Gündem Takibi Eğlence Amaçlı	Evet	Yorumlardan
Ö2	Kız	2	Instagram	Kişileri Takip	Evet	Profil Fotoğrafi Takipçi Sayısı Beğeni Sayısı
Ö3	Kız	2	Instagram X Snapchat	Gündem Takip Kişileri Takip	Evet	Profil Fotoğrafi Yorumlar
Ö4	Erkek	1	Instagram X	Gündemi Takip Kişileri Takip	Evet	Mesaj Gönderimi
Ö5	Erkek	1	Instagram	Gündem Takibi Kişileri Takip Eğlence	Evet	Takipçi Sayısı Random İsimler Farklı Takipçi Kitleleri
Ö6	Erkek	1	Instagram X Snapchat	Eğlence Kişileri Takip Gündemi Takip	Evet	Gönderi Sayısı Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö7	Erkek	3	Twitter Instagram	Gündemi Takip Kişileri Takip Eğlence	Evet	Profil Fotoğrafi Kullanıcı İsmi Takipçi Sayısı
Ö8	Kız	2	X Instagram Snapchat	Paylaşım Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi Takipçi Kitleleri Takipçi Sayısı
Ö9	Kız	2	Instagram X Snapchat	Kişileri Takip Gündemi Takip	Evet	Takipçi Sayısı Gönderi Sayısı
Ö10	Kız	2	Instagram X	Gündem Takibi Kişileri Takip	Evet	İstek Göndermesi

Ö11	Kız	1	Instagram Whatsapp	Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi Profil Biyografi Yazıları
Ö12	Kız	1	Whatsapp Pinterest	Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö13	Erkek	3	Instagram X Whatsapp	Gündem Takibi Eğlence Amaçlı	Evet	Profil Fotoğrafi Takipçi Sayıları
Ö14	Erkek	5	X Instagram Tiktok Pinterest	Paylaşım Kişileri Takip	Evet	Yorumlarından
Ö15	Erkek	3	Instagram	Eğlence Amaçlı	Evet	Profil Fotoğrafi Mesaj Gönderimi
Ö16	Kız	1	Instagram X Whatsapp	Kişileri Takip Gündem Takibi Eğlence Amaçlı	Evet	Profil Fotoğrafi Paylaşımları Takipçi Kitleleri
Ö17	Kız	1	X Instagram	Gündem Takibi Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö18	Kız	1	Instagram	Eğlence Amaçlı	Evet	Profil Fotoğrafi Kullanıcı Adı
Ö19	Kız	2	Instagram X	Eğlence Amaçlı Gündem Takibi	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi Yeni Açılmış Bir Profil Olması
Ö20	Kız	2	Instagram X Snapchat Tiktok Youtube Spotify	Eğlence Amaçlı Kişileri Takip Paylaşım	Evet	Takipçi Sayısı Kullanıcı İsmi Profil Fotoğrafi
Ö21	Kız	1	Instagram WhatsAap	Kişileri Takip Kişilerle İletişim	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö22	Kız	1	Instagram WhatsAap Spotify Youtube	Kişilerle İletişim	Evet	Takipçi Sayısı
Ö23	Kız	1	Instagram X	Gündem Takibi Eğlence Amaçlı Kişileri Takip	Evet	Yorumlardan
Ö24	Kız	1	Instagram	Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı
Ö25	Kız	1	Instagram X WhatsAap	Kişilerle İletişim Gündem Takibi	Evet	Takipçi Sayısı Farklı Takipçi Kitleleri
Ö26	Kız	5	Instagram X WhatsAap Tiktok	Eğlence Amaçlı Gündem Takibi Kişilerle İletişim	Evet	Profil Fotoğrafi Farklı Takipçi Kitleleri
Ö27	Kız	5	X Instagram	Gündem Takibi	Evet	Kullanıcı İsmi
Ö28	Kız	2	Instagram WhatsAap	Kişilerle İletişim Gündem Takibi	Evet	Kullanıcı İsmi
Ö29	Kız	2	Instagram WhatsAap Facebook	Kişileri Takip Eğlence Amaçlı Eğitim Amaçlı	Evet	Takipçi Sayısı Kullanıcı İsmi
Ö30	Erkek	1	Instagram Youtube	Eğlence Amaçlı Eğitim Amaçlı	Evet	Yorumlarından
Ö31	Erkek	1	Instagram Snapchat X	Gündem Takibi	Evet	Paylaşımlarından
Ö32	Erkek	1	Instagram X WhatsAap	Eğitim Amaçlı	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi

Ö33	Kız	3	Instagram X WhatsAap	Eğitim Amaçlı Gündem Takibi Kişileri Takip Eğlence Amaçlı	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö34	Erkek	1	-	-	-	-
Ö35	Erkek	3	Instagram WhatsAap Youtube	Eğlence Amaçlı Kişilerle İletişim	Hayır	-
Ö36	Kız	1	Instagram X WhatsAap	Eğlence Amaçlı Kişilerle İletişim	Evet	Kişilere Karşı Yapılan Karalama Kampanyaları
Ö37	Kız	1	Instagram Snapchat X	Gündemi Takip Paylaşım Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı Gönderi Sayısı Ortak Takipçi Sayısı
Ö38	Kız	1	Instagram Snapchat	Kişileri Takip Kişilerle İletişim	Evet	Gönderi Sayısı Takipçi Sayısı
Ö39	Kız	5	Instagram X Snapchat	Eğlence Amaçlı Kişilerle İletişim Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı
Ö40	Erkek	3	X Instagram WhatsAap	Gündem Takip Bilgi Amaçlı	Evet	Kullanıcı İsmi
Ö41	Kız	5	Instagram X	Eğlence Amaçlı Kişileri Takip	Evet	Profil Fotoğrafi Kullanıcı İsmi
Ö42	Kız	5	Instagram X Snapchat	Eğlence Amaçlı Paylaşım	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö43	Erkek	3	Instagram X	Kişileri Takip Gündem Takip	Evet	Takipçisi Sayısı Profil Fotoğrafi Aynı Tarihlerde Paylaşım
Ö44	Erkek	4	WhatsAap Instagram	Kişilerle İletişim	Evet	Mesaj Göndermesi
Ö45	Kız	3	Instagram X	Paylaşım	Evet	Takipçi Sayısı Gönderi Sayısı Yeni Açılmış Hesap
Ö46	Kız	2	Instagram	Kişilerle İletişim Gündem Takip	Evet	Takipçi Sayısı Ortak Arkadaş Yokluğu
Ö47	Erkek	4	Instagram	Eğlence Amaçlı	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö48	Erkek	5	WhatsAap Instagram	Kişileri Takip	Evet	Takipçi Sayısı Profil Fotoğrafi
Ö49	Erkek	3	Youtube WhatsAap X Instagram	Eğlence Amaçlı Kişileri Takip Kişilerle İletişim	Evet	Profil Fotoğrafi Takipçi Sayıları
Ö50	Erkek	5	X Instagram	Kişilerle İletişim Eğlence Amaçlı	Evet	Yorumlar

Çalışmaya katılan 50 tıp fakültesi öğrencisinden 31 kişi kız 19 kişi ise erkektir. Çalışmaya katılan tıp fakültesi öğrencilerinin sınıf dağılımları ise şu şekildedir; 1. sınıf 20 kişi, 2. Sınıf 10 kişi, 3. Sınıf 8 kişi, 4. Sınıf 2 kişi, 5. Sınıf ise 9 kişidir.

3. BULGULAR

3.1 Katılımcıların Stalker Davranışına İlişkin Bakış Açıları

Sosyal medyanın gelişmesiyle birlikte kullanıcılar, stalking kavramını meraklarını gidermek için yeni bir yol olarak belirlemişlerdir. Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen stalkingin, direk suç olarak görülmemesi sebebiyle kullanıcıların bazı konularda dikkatli olması gerekmektedir. Bu önemli noktalar; (Purcell vd., 2004).

- Düzenli olarak gerçekleştirilen stalkingin altında psikolojik sorunlar yer almaktadır.
- Stalker davranışları olumsuzluklar içermektedir.
- Stalkerlar tehlike arz etmektedir.

Sosyal medya platformları kullanıcılar için farklı kullanım nitelikleri taşımaktadır. Bazı kullanıcılar bu platformu sosyalleşme veya para kazanma aracı olarak görüp bu amaca yönelik kullanılmaktadırlar. Kullanıcılar amaçlarına uygun hareket ederken güvenlik ve gizlilik konularını geri planda bırakarak sosyal medya da var olabilmek adına stalking ve stalker kavramlarının olumsuzluklarını bilmelerine rağmen önemsememektedirler (Aslanyürek, 2016).

Tablo 2. Katılımcıların Stalker Davranışına İlişkin Bakış Açıları



Çalışmaya katılan tıp fakültesi öğrencilerinin stalker davranışı gözlemlendiğinde ısrarlı takip davranışlarının merak kategorisinde yoğunluk gösterdiği belirlenmiştir. Katılımcılar “Stalkingi Hangi Sebeplerden Dolayı Yaparsınız?” sorusuna, Ö4: “Bazen merak ettiğim için olabiliyor ama hoş değil kabul ediyorum merak duygusundan yapıyorum.”, Ö2: “Merak veya kıskançlıktan dolayı olabilir.” Ö17: “Yakın olduğum bir insandan fiziksel olarak uzak düşüyoruz. Uzak düştüğümüz içinde o mesafenin bitmesine izin vermiyorum. Instagram özellikle bunun için daha yararlı. O mesafeyi kısaltıyor. Haberdar olmak için takip ediyorum.”, Ö22: “Mesela spotify da ne dinliyor diye bakıyorum ve ona göre modunu anlamaya çalışıyorum fikir sahibi oluyorum. Sosyal medyada bir insanı gözlemledikten sonra yeni tanışıyorsam o zaman o sosyal medyada gözlemlediğimi bir kenara bırakıp öyle tanışırım. Karar vermem de değil ama tanışmam da etkili olur. Mesela benlik şeyler paylaşmıyorsa bana saçma geliyorsa attıkları yorumlar falan o zaman tanışmak için istekli olmam.”, Ö23: “Eski sevgilime yaparım. Ya da onun eski sevgililerine yaparım ya da okulda hoşlanmadığım biri varsa .. Yada birinden hoşlandıysam mesela belli aralıklarla bakarım şimdi yapmış acaba bugün naptı onlara bakarım. Naptığını merak ediyorum işte nerede olduğunu hayatı nasıl gidiyor diye merak ediyorum. Bir süre sonrada o alışkanlığa dönüşüyor ister istemez elin gidiyor zaten bakıyorsun o aklına gelmeden bile rutin oluyor.”, Ö33: “Bir şeyi mesela merak ettim diyelim giriyorum Instagram hesabına merak ettiğim şeyi orada bulabilecek miyim diye düşünüyorum. Bulunca tatmin oluyorum bulamayınca öyle kalıyorum. O an mesela onun hakkında bir şeyim öğrenmek istiyorsun ya da bildiğin bilgiyi test ediyorsun doğruluğunu.”, Ö38: “Birinin profiline girip bakıyorum ama sürekli yaptığım bir şey değil. Uzun süredir birisi mesela benim paylaştığım birşeyi beğenmiyorsa storyimi görmüyorsa merak edip giriyorum naptıyor acaba beni takipten mi çıktı diye.”, Ö41: “Şu an görüşmediğim arkadaşlarımın naptıklarını merak ettiğim için. Sevdiğim biriyle ayrıldıktan sonra bakmak istiyorum ne yaptığına ettiğine hayatını nasıl geçirdiğine nasıl devam ettiğine” cevaplarını vermişlerdir.

Katılımcı öğrencilerin bazıları ise stalking davranışına karşı olduklarını belirterek, Ö6: “Ben yapmıyorum. Tercih etmiyorum.”, Ö14: “Yok yapmıyorum hiç.”, Ö15: “İstediğim zaman kişiye kendim soruyorum stalklamıyorum. Stalk benlik bir şey değil ben kullanmıyorum. Sosyal hayatta daha aktifim sosyal medyada daha pasif durumdayım.”, Ö25: “Hiç yok. Açıkçası hiç birinin sayfasını açıp bakmam

yani. Sadece ilk takipleştiresek genel profiline bakarım onun harici bir takipçilerine bakım annesi kimmiş babası kimmiş hiç ilgimi çekmez.” derken Ö30, Ö31, Ö32, Ö40, Ö47 ve Ö48 ise hiç stalking için merak uyanmadığını ve bu davranışı gerçekleştirmediklerini söylemişlerdir.

Katılımcıların bir kısmı ise gündelik hayatta karşılaştıkları bireylerin sosyal medya hesaplarına bakma eğiliminde olduklarını ve arkadaşlık süreci konusunda sosyal medya paylaşımlarının ve profillerin önemli olduğunu dile getirmişlerdir. Ö9: “Yeni tanıdığım kişiyi takip ederim. Sosyal medya hesabını nasıl kullanıyor eskiden nasıl biriymiş falan diye takip ediyorum.”, Ö19: “Sosyal medyada gördüğüm bilgilerden etkilenirim.”, Ö24: “Yani okuldan böyle çok samimi olmadığım ama hayatını merak ettiğim kişiler oluyor. Sosyal medya öngörü oluşturuyor o kişi hakkında. İlk muhabbet de falan bir etkisi oluyor sosyal medyanın.”, Ö45: “Genelde daha çok tanımak istediğim için yapıyorum. Sosyal medya da olduğu kişi mi olmak istediği kişi mi sonuç da bir vitrin oluşturuyor.” diyerek sosyal medya da kişilerin benlik sunumlarının gündelik hayat üzerinde önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Bazı katılımcılar ise kıyaslama, güven sorunu ve çekinme konularından dolayı stalking yaptıklarını belirtmişlerdir. Ö8: “Kendimle kıyasladığım anlarda yada çok iyi bir hayatı veya çok kötü bir hayatı olduğunu düşündüğümde merak ediyorum ve takip etme ihtiyacı hissediyorum.”, Ö16: “Kişi hayatımda değilse artık instagram ile çözerim işi nerede olduğuna ne yaptığına bakarım. Güven problemim varsa sosyal medyadan güven konusunda destek alırım bazı durumlarda. Ya mesela bana bir insan nerede olduğunu söylemiyorsa sosyal medyadan görüyorsam sosyal medyayı kaynak alırım yani.”, Ö46: “Genel arkadaşlarıma bakıyorum gündelik hayatta çekindiğim için kafam da fikir oluşsun diye stalking yaparım.” demişlerdir.

3.2 Sahte Hesaplara Maruz Kalma ve Oluşan Duygu Durumu İle İlgili Bulgular

İnsanlar doğalarının bir gereksinimi olarak hayatlarında gizem kavramını sıklıkla kullanırlar. Bu gereksinimin sebebi ise insanların ilgisini çekme ve diğer insanlardan farklı olma çabalarıdır. İnsanların yaşamlarında yer vermiş oldukları bu kavram, teknolojinin ve sosyal medya ağlarının gelişmesi ile birlikte sanal iletişim ortamında da kendisine yer edinmiştir (Genel, 2016). Gizem kavramından yola çıkarak oluşturulan sahte hesaplar ile özellikle genç sosyal ağ kullanıcıları, fikir ve

düşüncelerini merak ettikleri kişilerin hesabını veya partner olmak istedikleri kişilerin hesaplarını mercek altına alarak incelerler (Tunçbilek & Uz, 2019).

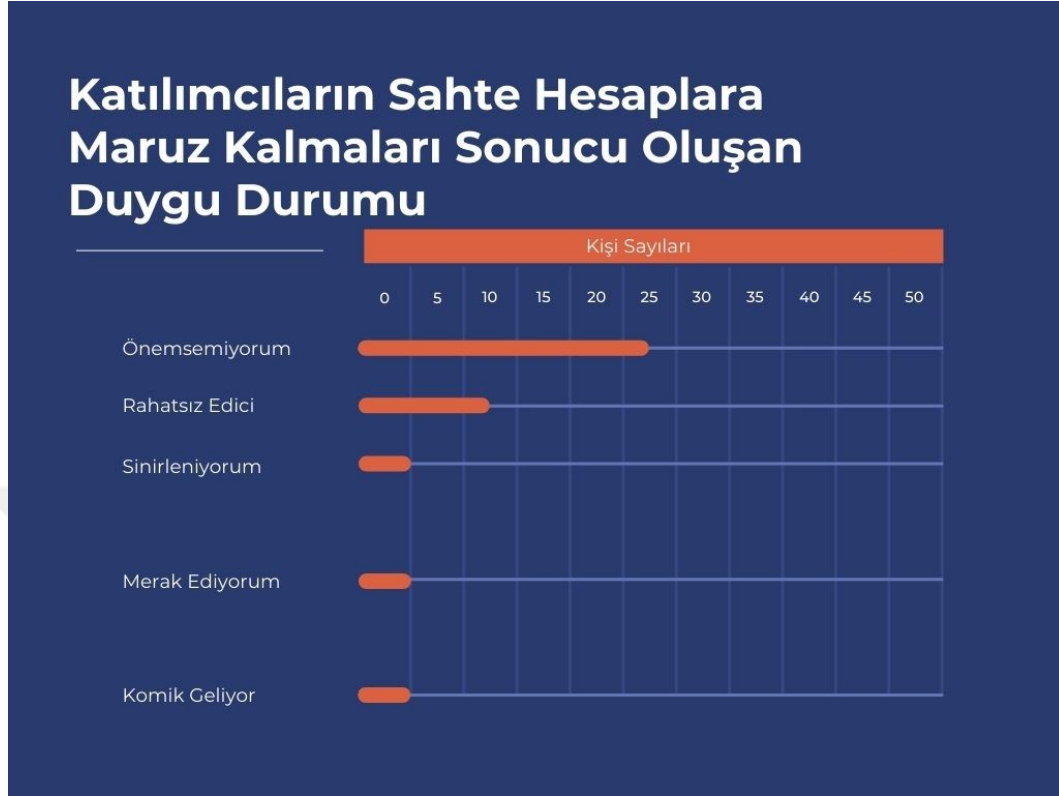
Tablo 3. Katılımcıların Sahte Hesaplara Maruz Kalmalarına İlişkin Bulgular



Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir çoğunluğu “Sosyal Medyada Sahte Hesaplarla Karşılaşıyor Musunuz?” sorusuna evet cevabını vermişlerdir. Sosyal medya platformlarında sahte hesaplara çoğunlukla maruz kaldıklarını belirten katılımcılar, Ö1: “*Bir sürü sahte hesapla karşılaşıyorum. Genel de yorumlarda falan oluyor.*”, Ö6: “*Takip isteği gönderiyorlar da çok kabul etmiyorum.*”, Ö13: “*Evet I nstagram da istek atanlar oluyor.*”, Ö38: “*Evet ama profilim gizli olduğu için almıyorum.*”, Ö41: “*Evet çok fazla.*” şeklinde ifadelerle yer vermişlerdir.

Sahte hesaplara maruz kaldığını belirten öğrencilerin aksine hiç bir şekilde hesaplarında sahte hesaplarla karşılaşmadıklarını belirten öğrenciler de olmuştur. Bu öğrenciler Ö24: “*Ben karşılaşmıyorum. Biraz instagramım küçük olduğu için sanırım.*”, Ö35: “*Şimdiye kadar karşılaşmadım.*” diyerek sahte hesapların sosyal medyada çok fazla yer almadığını belirtmişlerdir.

Tablo 4. Katılımcıların Sahte Hesaplara Maruz Kalmaları Sonucu Oluşan Duygu Durumu



Katılımcılara sahte hesaplara maruz kalmalarının ardından oluşan duygu durumları sorulduğunda bu hesapları önemsemediklerini, rahatsız olduklarını, sinirlendiklerini, komik karşıladıklarını veya karşıdaki hesabı merak ettiklerini belirtmişlerdir.

Sahte hesapları önemsemediklerini belirten katılımcılar, Ö5: “Direk geçiyorum zaten onlarla ilgilenmiyorum. Herhangi bir duygu oluşmuyor.”, Ö8 “Pek umursamıyorum açıkçası.”, Ö9: “Bana gelen takip isteklerini kabul etmiyorum. Onun haricinde beni çok ilgilendirmiyor.”, Ö15: “Umursamıyorum. Fake hesapmış diyip geçiyorum.”, Ö20: “Görmezden geliyorum yani mesaj atıldıysa mesajı görmezden geliyorum istek atıldıysa isteği siliyorum bu şekilde önlem alıyorum uzaklaşmaya çalışıyorum.”, Ö21: “Ya bazıları merak ettiği için fake hesap açıyorlar bazılarına ulaşmak için. Çok gereksiz görmüyorum aslında muhtemelen ben de yapardım bence”, Ö22: “Artık sanırım normalleşmesi gereken bir şey muhtemelen çok karşılaştığımız için çok bir şey düşünmüyorsun sahte hesap diyip geçiyorsun.”, Ö27: “Hiçbir duygu uyanmıyor çünkü herkes yapıyor.” Ö44: “Açıkçası böyle şeylerin çok normalleştiğini düşünüyorum onun için direk

spamlıyoruz. Başka da bir şey yapamıyoruz zaten.” diyerek durumun normalleştiğini ve sosyal ağ sitelerinden çok fazla sahte hesaba maruz kaldıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların sahte hesaplara karşı verdikleri tepkiler arasında durumu rahatsız edici karşıladıklarına dair bulgular yer almıştır. Katılımcılar bu konuda, Ö7: *“Bazen insan izleniliyormuş hissine kapılıyor o birazcık rahatsız edici olabiliyor.”*, Ö38: *“Yani biri tarafından izlendiğimi düşünüyorum rahatsız edici bir duygu yani kötü hissettiriyor.”*, Ö46: *“Öylesine mi atılmış yoksa birisi farklı bir amaçla mı attı diye düşünüyorum. Tedirgin ediyor beni.”* şeklinde ifadelerle sahte hesaplardan rahatsızlık duyduklarını kendilerini güvende hissetmeme durumuyla karşılaştıklarını vurgulamışlardır.

Çalışmaya katılım sağlayan diğer öğrencilerden gelen yanıtlar arasında, Ö2: *“Eğer çok çirkin yorumlarda vs. bulunuyorlarsa sahte hesaba sinirleniyorum.”*, Ö3: *“Tabiki de sinirleniyorum bende.”*, Ö14: *“Sinir bozucu biraz çünkü yorumlara bakıyorum mesela sadece sahte hesabı var o kişinin alakasız şeyler beni sinirlendiriyor.”*, Ö36: *“Sinirleniyorum ne gerek var diye düşünüyorum. Böyle bir şeye amacımız ne diye düşünüyorum. Bir de direk engelliyorum şikayet ediyorum hesabı.”*, ifadeleriyle sahte hesaba karşı sinirli bir tutum takındıklarının altını çizmişlerdir.

Diğer katılımcıların aksine sahte hesabı merak ettiklerini ve komik bulduklarını belirten öğrenciler de olmuştur. Bu öğrenciler, Ö11: *“Napıyor bu falan diye komik geliyor yani.”*, Ö12: *“Bir merak oluyor çünkü benim çok takipçim olmuyor genel de neden bana istek attığını merak ediyorum.”*, Ö13: *“Şunu düşünüyorum bu beni nereden buldu da bana istek attı o kadar. Merak ediyorum nereden karşısına çıktım acaba diye.”*, Ö25: *“Yani sadece bu beni niye eklemiş diye düşünüyorum. Acaba kimdir diyorum?”* şeklinde düşüncelerini belirtmişlerdir.

3.3 Sahte Hesaplara İlişkin Farkındalık

Bireylerin sosyal platformlarında kendilerine ait kimlik ve bilgilerini gizleyerek oluşturdukları profillere sahte hesap adı verilmektedir. Sahte hesaplar sadece bireyin kimlik ve bilgilerini gizlemesiyle değil başka bir kullanıcıyı taklit etmesiyle de olabilmektedir. Oluşturulan bu sahte hesaplar bazen eğlence amacıyla oluşturulurken bazen de karşı tarafa zarar verme, aşağılama veya aldatma amacıyla da yapılabilmektedir (Kayaoğlu, 2013).

Bireylerin sahte hesaba ihtiyaç duyma sebepleri arasında ise güven problemleri, gizlenme güdüsü, günlük hayattan uzaklaşıp heyecan arayışında bulunma, kişi veya toplumları kargaşaya sürüklemek gibi gerekçeler yer almaktadır (Genel, 2016).

Çalışmada sosyal medya da sahte hesaplarla karşılaşılıp karşılaşılmadığı ve karşılaşılıyorsa hesabın sahte olduğunun nasıl anlaşıldığına dair sorular öğrencilere yöneltilmiştir. Ö35: “Hiç sahte hesaplarla karşılaşmadığını” belirtirken, Ö34: “sosyal medya hesabı kullanmıyorum ve bu sebeple sahte hesaplarla karşılaşmıyorum” demiştir. 2 öğrencinin dışında mülakat yapılan 48 öğrenci sosyal medya da sahte hesaplarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5. Sahte Hesaplara İlişkin Farkındalık



Hesabın sahte olduğunun nasıl anlaşıldığına dair soru yönlendirildiğinde öğrencilerin büyük bir çoğunluğu takipçi sayısından anladıklarını belirtmişlerdir. Ö2: “Fotoğrafta çok güzel bir kız oluyor ya da çok yakışıklı bir erkek oluyor ama beğeni sayısı çok düşük oluyor ama takipçi sayısı çok yüksek oluyor.”, Ö8: “Takipçi sayısından anlıyorum. Çok az veya çok fazlaysa anlıyorum.”, Ö9: “Takipçi sayısından çok az oluyor ya da hiç olmuyor bazen de çok fazla oluyor. Ama takipçi sayısı çok çok fazla o zaman takipçiler satın alınmış gibi hissediyorum yani.”, Ö7:

Takipçi sayısı genelde düşük oluyor.”, Ö19: “Az takipçisi varsa.”, Ö25: “Ya genel de daha yapay yani takipçisi sayısı çok az oluyor.”, Ö37: “Genel olarak takipçi sayısından gönderi sayısından ortak takipçilerden anlaşılıyor.”, Ö49: “Takipçi sayıları düşük oluyor ya da hiç takipçi sayıları olmuyor yani instagramın buna karşı bir koruması yok bana da birkaç tane atıldığı olmuştü öyle sahte hesap takipçi isteği ben tabi kabul etmedim yani böyle hesaplar görülüyor.” ifadelerini kullanmışlardır.

Hesapların sahte olduğuna dair edinilen bulgular arasında öğrencilerin en çok kullandığı ikinci kavram ise profil fotoğrafı olmuştur. Ö3: *“Yapay gibi duran insan profil resimleri oluyor.”*, Ö6: *“Profil fotoğrafı saçma oluyor.”*, Ö10: *“Bazıları sahte fotoğraf kullanıyor ya da hiç fotoğraf kullanmıyorlar. Mesela pinterest gibi uygulamalarda yada sosyal medyada sürekli dolaşan fotoğraflardan oluşabiliyor.”*, Ö12: *“Ya genelde olmyor ya da bir ünlünün fotoğrafı yada böyle bir yerden alındığı belli olan fotoğraflar koyuyorlar.”*, Ö16: *“Profil fotoğraflarından genel de yüzleri kapalı bir hesap ya da pinterest den çekildiği çok belli olan fotoğraflar oluyor.”*, Ö33: *“Profil fotoğrafı yoksa anlıyorum.”*, Ö43: *“Çok belli oluyor profil fotoğrafının kalitesinden.”*, Ö47: *“Fotoğrafları olmuyor genel de profil fotoğrafı olarak yada başka bir yerden ünlü isimlerin fotoğraflarını koyuyorlar.”*, Ö49: *“Ya profil fotoğrafı olmuyor ya da anonim oluyor.”* şeklinde düşüncelerini belirten öğrenciler genel olarak sahte hesaplarda profil fotoğrafı kısmında gerçek kişilerin görsellerine yer verilmediğini internetten kolayca bulunan görsellerin sıklıkla kullanıldığı cevaplarını vermişlerdir.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar arasında üçüncü sırada yer alan başlık ise kullanıcı adı olmuştur. Ö7: *Saçma kullanıcı isimleri oluyor. Genelde random oluyor mesela sjdv gibi random oluyor. İsim soy isim kesinlikle olmuyor. Böyle kişiler istek atınca anlaşılıyor yani.”*, Ö18: *“Kullanıcı adı da genel de isim değilde saçma sapan şeyler oluyor. Belli oluyor yani. Ya da mesela isim soy isim kullanılmıyor olabilir ama eğer kullanıcı adını kullanmıyorsan profil kısmına ismini girmen gerekiyor en azından.”*, Ö40: *“İşte kullanıcı adlarından belli oluyor bir kere rastgele kullanıcı adları oluyor onun haricinde kullanıcı adlarından kendilerini ele veriyorlar zaten.”*, Ö41: *İsimler çok genel geçer isimler oluyor o şekilde anlıyorum. Genelde hani böyle hande başay gibi böyle insanların sahip olmadığı ailelerin vermeyeceği kendilerinin istediği isimler oluyor bunlar genel de*

kızın adı Ayşe Fatma kullanıcı adına Hande Ada gibi isimler koyuyor diyorsun ki bu fake bir hesap.” diyerek görüşlerini dile getirmişlerdir.

Öğrencilerin sahte hesaplarda belirleyici özellik olarak belirttikleri diğer kavramlar ise yorumlar, farklı takipçi kitlesi, gönderi sayısı ve paylaşımlar olmuştur. Ö1: “Yazdığı yorumlardan anlaşıyor işte şey falan yazıyor mesela bilmem kaç milyon dolarım var nasıl harcayacağımı bilmiyorum yardım eder misiniz falan. Çok bariz belli oluyor zaten.”, Ö5 “Absürt takipçileri oluyor böyle random isimler oluşturmuş oluyor takip ettiği kişiler”, Ö14: “Özellikle twitterda çok var mesela yorumlarda bir gönderi var diyelim gönderiye çok alakasız yorumlar atıyor hemen o saniye de atılan yorumlar oluyor. Çok belli ediyor kendini alakasız paylaşımlar.” demişlerdir.

Öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar arasında az rastlanan kavramlar ise şunlardır; beğeni sayısı, mesaj gönderimi, yeni hesap, kişilere yönelik karalama veya iftira, ortak takipçi sayısı, arkadaşlık isteği gönderilmesi, biyografi bölümüne yazılan yazılar olmuştur. Ö11: “Genelde benim çevremdeki kişilerin sosyal medya biolarında üniversitesinin adı ya da lisesinin adı, şehir oluyor. Ama fake hesaplarda pek öyle olmuyor anlamsız şeyler yazıyor genelde yada çok fazla emoji olabiliyor. Çok fazla kişisel bilgilerine yer vermiyorlar.” Ö15: “Bazen dm den falan yazdığı zaman fark edebiliyorsun hani dikkat çekmek amaçlı bir şeyi satmaya uğraşıyor.”, Ö36: “Genel de bu para olayı falan bir şeyler paylaşıyorlar onlarla fark ediyorum ya da ne bilim birilerinin hakkında iftira falan atıyorlar öyle anlıyorum.”, Ö43: “Çok belli oluyor takipçisinden attığı gönderiden. Sürekli benzer tarihlerde hikaye atıyor veya gönderi paylaşmış oluyor.”, Ö44: “Herhangi mesajla falan dolandırıcılıkla anlaşıyor bilgilerinizi alabiliir miyim işte bu linkten buna tıklarsanız çok güzel şeyler olabilir şeklinde açıklıyorlar. Oradan anlayıp direk engelliyoruz zaten”, Ö45: “0 takipçi 0 gönderi oluyor. Gönderisi olmadığında yeni açılmış bir hesap olduğunda şüpheleniyorum.”, Ö46: “Ortak arkadaşımız olmadığı halde istek atan hesapların sahte olduğunu anlayabiliyorum.” şeklinde görüşlerini dile getirmişlerdir.

Sosyal medya platformları ile bireyler içerik üreterek diğer takipçiler ile paylaşmakta ve etkileşim kurmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları bu platformu kullanabilmek amacıyla giriş kısmında gerçek kimliklerine yer vermekte ve şahsi bilgilerini paylaşmaktadırlar. Sosyal medyada bireyleri korumak amacıyla oluşturulan gizlilik ayarları kişiler tarafından görmezden gelinmektedir. Bu

aşamada sosyal medyanın dikkatli bir şekilde kullanılması ve gerçek hayatta tanınmayan kişilerle sosyal medyada takipleşilmemesi ve iletişim kurulmaması güvenlik açısından dikkat edilmesi gereken önemli bir noktadır (Kılıç, 2015). Bu aşamada çalışmaya katılan öğrenciler gündelik hayatta tanımadıkları kişileri veya hesapları sosyal medyada takipçi olarak kabul etmediklerini şu şekilde belirtmişlerdir. Ö39: “*Ben birebir tanışmadığım insanları sosyal medya hesabıma dahil etmiyorum sadece tanıdığım insanlarla takipleşiyorum o yüzden de fake hesaplarla çok bir işim olmuyor.*”, Ö49: “*Bana da birkaç tane sahte hesaptan istek atılmıştı ben tabi kabul etmedim bu hesapların sahte olduğu görülüyor yani.*” diyerek tanımadıkları hesapları arkadaş olarak kabul etmediklerini vurgulamışlardır.

3.4 Katılımcıların Dijital Hastalık ve Stalking Kavramı İle İlgili

Bulguları

Kullanıcılara yöneltilen “Dijital hastalıklar var mıdır? Stalking bir dijital hastalık mıdır? Vaka olarak incelediğiniz bir dijital hastalık bulunuyor mu?” sorularına verilen cevaplar bu başlık altında incelenecektir.

Dijital hastalıkların olduğunu belirten öğrenciler şu ifadelerle yer vermişlerdir. Ö1: “*Bence bu hastalıklar insanlar üzerinde olumsuz etkiler yaratıyor.*”, Ö3: “*Özellikle küçük çocuklar telefonsuz yemek yiyememekte. Ailelerin böyle davranmasını hiç hoş bulmuyorum.*”, Ö24: “*Dijital hastalıklar vardır. Sosyal medya da her şey çok güzel gösteriliyor herkesin evi toplu herkesin fiziği mükemmel herkesin yüzü pürüzsüz ama gerçek de öyle değil. Yani bence en çok psikoloji üzerine etkisi var.*”, Ö25: “*Telefon bağımlılığını örnek verebilirim. Telefon yanımda yokken bir eksik kalmış gibi hissediyorum umarım atlatırım.*”, Ö38: “*Dijital hastalık ekran bağımlılığı olabilir. Günün çok uzun bir saatini de kaplıyor. İnsanın kendisini durdurması da zorlaşıyor bağımlılığa dönüşüyor.*”, Ö43: “*Dijital hastalıklar var bence hızlı tüketime yol açtığı için insanlar da odaklanma sorununa yol açıyor. Biz de de en büyük sıkıntı bu eskiden daha yoğun ders çalışabilirken şimdi yarım saat çalışsam bile elim telefona gidiyor. Mola verdiğim de hemen bir video izlemek istiyorum.*”, Ö47: “*Kesinlikle bağımlılığın dijital hastalık olduğunu düşünüyorum. Yani bütün platformlar bizi orada tutmak için herşeyi yapıyorlar bilgilerimize eriştiklerini düşünüyorum. Konum olsun bizim beğendiğimiz içerikler olsun çünkü bize sürekli reklam veriyorlar. Bunu ücretsiz*

bir şekilde yapıyorlar. Uygulama ücretsiz her hangi bir ücret vermiyorsunuz bunu karşılığında reklam alıyorlar sürekli bizim gezdiğimiz içerikleri takip ettiklerini düşünüyorum bu da daha fazla bizi orada tutuyor.” demişlerdir. Çalışmaya katılım sağlayan öğrencilerin çoğunluğu dijital hastalıkların olduğunu belirtmişlerdir.

“Stalking bir dijital hastalık mıdır?” sorusuna olumlu cevap veren katılımcılar ise, Ö2: “İleri boyutlarda stalking bir dijital hastalık olabilir”, Ö12: “Bence stalkingin dozu kaçarsa kişilerin oturduğu yeride öğrenebilirler. Mesela ben Bursa’dan story atıyorumdur. Oradan bir evi görür stalklayarak bulur benim yaşadığım yeri o yüzden bunun ileri derecesi hastalık.”, Ö14: “Bence kesinlikle stalking bir dijital hastalıktır. Çünkü sadece internetten gördüğün birine kafayı takıyorsun. Biraz ürpertici yani. Şimdi mesela biriyle tanıştın diyelim benim hakkımda ben anlatmadan her şeyi biliyorsa bu korkutucu oluyor rahatsız edici oluyor.”, Ö15: “Stalking istenmiyorsa ve sürekli atılıyorsa dijital hastalığa girer.”, Ö23: “Stalking de bir dijital hastalık bence çünkü bir yerden sonra rutin oluyor ona girmeyi düşünmeden bile eliniz gidiyor zaten giriyorsunuz bakıyorsunuz napmış ne etmiş. Artık hani bağlar kopuyor aynı okulda değiliz ama ben hala bakmaya devam ediyorum mesela.”, Ö25: “Stalking bence dijital hastalıklara girer. Benim bir arkadaşım var. Size abartmıyorum diyelim buraya birisi geldi gitti ya onun annesini babasını kardeşini her şeyini araştırır. Ve ben bunun normal olduğunu düşünmüyorum. Ö28: “Ben Erzurum’dan gelmiştim orada okulumuzda bizimle birlikte yiyen içen okuyan bir öğrenci başka bir öğrenciye 6-7 yıldır sosyal medya üzerinden taciz ediyormuş. Stalking bir dijital hastalık bence.”, Ö32: “Stalking dijital hastalıklara girer bence çoğu insanı görüyorum bağımlı olmuş. Bir şeye bağımlı olmak bence hastalıktır.” Ö37: “Stalking bence dijital hastalıklara girer. Altında yatan nedene baktığımızda genelde çocukluk zamanlarında baskılanmış bir aile üzerinden ya da kendi sosyal çevresinden gördüğü baskı yüzünden kendini dışa vurarak ortaya çıkaramadığı için sessiz den götürmeye çalıştığı için hastalığa girer.” Ö40: “Ben ısrarlı takibin psikolojik ruhsal temelli bir hastalığa dayandığını düşünüyorum.” Ö50: “Günlük hayatta da çok fazla dedikodu yapan biri sosyal medya da da stalking yapar.” şeklinde ifadelere yer verirken stalkingin dijital hastalık olmadığını belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Bu katılımcılar ise, Ö1: “Bir şeyi merak ettim baktım bu hastalığa girmez.”, Ö7: “Stalking bir dijital hastalık değil bence normal bir şey.”, Ö11: “Stalking bir hastalık değildir bence. Dijital hastalık diyince benim aklıma daha çok bağımlılık falan geliyor.”, Ö16:

“Stalkingi işine yarayacağı durumlarda yapıyorsan değildir.”, Ö24: “Bence stalking kimisine göre göre dijital hastalık ama benim için değil. Yani mesela şöyle kimisi sevgilisinden ayrılıyor artık konuşmuyorlar iletişim kurmuyorlar iletişimleri kesiliyor stalk yaparak kendine onunla görüşmüş etkisi veriyor ve kendini öyle tatmin ediyor merakını gideriyor.”, Ö41: “Bunlar günümüz de gittikçe artan şeyler. Stalking bence dijital hastalıklara girmez.” şeklinde düşüncelerini belirtmişlerdir.

Bazı katılımcılar stalkingin dijital hastalık kategorisinde yer alıp almamasını stalkingin sıklık seviyesiyle eş güdümlü değerlendirmişlerdir. Çalışmaya katılan Ö4, Ö10, Ö18, Ö34, Ö41, Ö43, Ö45, Ö48 ve Ö49 stalking eyleminin kısa süreli gerçekleştirilmesi veya merak olgusundan dolayı bakılmasını hastalık derecesinde nitelendirmezken, stalking süresinin artması ve taciz boyutuna varan gözetlemenin hastalık derecesine ulaştığını belirtmişlerdir.

3.5 Katılımcıların Dijital Hastalıklara Dair Vaka Bulgusu İncelemeleri

Katılımcı öğrencilere yönlendirilen “Dijital Hastalık Olarak İncelediğiniz Bir Vaka Var Mı?” sorusuna verilen cevaplar bu başlık altında değerlendirilecektir.

Tablo 6. Katılımcıların Dijital Hastalıklara Dair Vaka Bulgusu İncelemeleri



Katılımcıların araştırma sorusuna vermiş oldukları yanıtlar arasında; dijital hastalıklarla ilgili vaka veya incelemeye denk gelmedikleri, bağımlılık, haber, film ve dizilerde dijital hastalık bulgularına rastladıkları, yakın çevrelerinde yer alan bireylerin stalking eylemine maruz kaldıkları veya stalker faaliyeti gerçekleştirdikleri ve son olarak yeme bozuklukları ile ilgili cevaplar yer almıştır.

Katılımcının yakın çevresinde stalking eylemine maruz kalan yada stalker eylemi gerçekleştiren bireyler için öğrenciler şu ifadeleri kullanmışlardır; Ö4: *“Yakın çevremde sosyal medya üzerinden gizli bir hesap yakınımın fotoğraflarını alarak hesabında paylaşmıştı.”*, Ö19: *“Bir arkadaşım yaşamıştı. Sahte bir hesap ve arkadaşımı tehdit etmişti fotoğraflarını paylaşma konusunda ama böyle bir şey yoktu ve sadece şakasına yaptığını söylüyordu. Ama arkadaşım çok kötü etkilenmişti. Özel fotoğraflarını paylaşmak ile tehdit etmişti ama böyle bir fotoğraf ortada yoktu. Sonrasında ailesini aramıştı arkadaşım ve ailesi ona çok destek çıkmıştı. Sonra bunu yapan kişi de ortaya çıktı. Ve sadece kendisinin uydurduğunu söylemişti herkese böyle kapanmıştı olay. Polise kadar gitmedi olay çünkü olaydan bir gün sonra gerçek ortaya çıktı o yüzden uğraşmak istemedi arkadaşım.”*, Ö43: *“Benim arkadaşım direk rahatsızdı. Google mapse kadar girip evini arıyordu hoşlandığı kişinin. Bizim uyarılarımızla düzeldi. Stalklıyordu ama bir şey yapmıyordu aslında bir kızı lisedeyken çok seviyordu dozunu kaçırdığı için birazda çocukça düşündüğü için öyle bir takıntısı vardı ama geçti.”*, Ö49: *“Kardeşim var mesela onun youtube kanalı var takipçileri biraz fazla. O gösteriyor mesajlarını türlü türlü mesajlar var çoğu da anonim zaten çok büyük bir sözlü taciz kimsenin durduk yere bir insana böyle mesajlar atmaması gerekir. Kardeşim ilk baş da tedirgin oluyordu ama sonra alıştı insan yavaş yavaş alışıyor tabi ama bence alışılmaması gerekiyor kötü bir durum.”*, Ö27: *“Çevremde tanımadığı bir insana güvenen bir kız ona para yolluyor çünkü elinde fotoğrafları olduğunu söylüyor. Ailesinden gizli parayı akrabalarından istiyor. Sonunda ailesi anlıyor mahkemelik oluyorlar. Dikkatimi çeken kız çocuğu ergenlik çağındaydı hiç bilmediği bir insana güvenebilmesi şaşırtmıştı beni.”* demişlerdir.

Haber, film ve dizilerde dijital hastalık bulgusunu gözlemlediklerini belirten katılımcılardan, Ö7: internette güvenlik görevlisinin instagram üzerinden linçlenmesine karşılık güvenlik görevlisinin intihar etmesini, Ö12: izlemiş olduğu bir film de instagram üzerinden kadınları takip eden bir stalkerın gözlemlediği profilin hoşlandığı ve seveceğini düşündüğü şeyleri araştırıp gerçek hayatta profil

sahiplerini takip edip iletişime geçerek kadınlara zorbalık yapmasının bir dijital hastalık olabileceğini belirtmiştir. Ö36 ve Ö39 ise netflix platformunda yayınlanan Baby Reinder filmini, Ö40 Sosyal Ağ (The Social Network) filmini, Ö42 ise You dizisini örnek vererek karakterler arasında yoğun bir şekilde yaşanan staklama olayından etkilendiklerini vurgulamışlardır.



4. TARTIŞMA

Çalışma da geleceğin tehlikeli bir faktörü olarak görülen dijital hastalıkların her geçen gün sayısının arttığı ve bireylerin interneti bilinçsiz kullanmaları sonucunda bu hastalıkların tehlikeli boyutlara vardıkları gözlemlenmiştir. Katılımcıların dijital hastalık konusunda çok fazla bilgiye sahip olmadıkları ve stalking eylemini çoğu zaman masum bir olay örgüsünde anlattıkları belirlenmiştir. Katılımcı öğrenciler dijital hastalıkların genel sağlık alanında yer almaması gerektiğini sadece psikolojik olarak incelenmesi gerektiğini savundukları belirlenmiştir. Geleceği bu denli etkileyen bu hastalıkların önüne geçilebilmesi amacıyla dijital detoks ve bilinçli internet kullanımı konusunda farkındalık oluşturulması gerektiği çalışmanın sonuçları arasında yer almaktadır.

İnternet teknolojisinin hızla gelişmesi bireyler de olumsuz etkilere de sebebiyet verebilmektedir. Bu olumsuz durumlar arasında üst sıralarda yer alan dijital hastalıkların engellenebilmesi adına bireylerin bilinçlendirilmesi önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumun her bir üyesinin bilinçli internet kullanımı ve dijital hastalıklar konusunda bilgilendirilmesi adına yetkililer tarafından insanların yoğun olarak bulundukları sosyal alanlara ve kitle iletişim araçlarına konu ile ilgili video ve bilgilendirici reklamlar hazırlanması ve halka sunulması çalışmanın önerileri arasında yer almaktadır. Ayrıca gelecek nesillerin internet teknolojisini sağlıklı kullanabilmesi ve dijital hastalıkların yaratacağı olumsuzluklardan etkilenmemeleri büyük bir öneme sahiptir. Bu konuda ortaokul ve lise çağındaki öğrencilerin ders müfredatlarına “Bilinçli İnternet Kullanımı ve Dijital Hastalıklar” konularında ders eklenerek bu alanda eğitim gören öğretmenler eşliğinde öğrencilerin eğitim alması da çalışmanın önerileri kapsamında bulunmaktadır.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

İletişim teknolojilerinde yaşanan değişimler bireyin günlük hayatına fayda sağlamaktadır. Teknolojik mecraların insan hayatına sunduğu olumlu yönlerinin yanı sıra bazı olumsuzluklara sebebiyet verdiği de saptanmıştır. Teknolojinin bilinçsiz ve aşırı kullanımının bireyin gündelik hayatında aksamalara neden olduğu belirlenmiştir. Sosyal ilişkilerin etkilenmesine sebep olan medyanın bilinçsiz kullanımı bireylerin üzerinde gerek fiziksel gerek psikolojik birçok “dijital hastalığa” sebep olmaktadır. İnternet kullanıcılarının sürekli artış gösterdiği günümüz yeni medyasında bireylere gerek fiziksel sağlıklarını gerek psikolojik sağlıklarını kontrol altına alınmasını sağlayan bir takım öneriler aşağıda yer almaktadır.

Literatüre her geçen gün yenisi eklenen dijital hastalıklara karşı sağlık çalışanlarının ve doktorların bilinçlendirilmesi ve üniversitelerde “dijital hastalıkların” eğitim müfredatına eklenmesinin önemli olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bilinçsiz internet kullanımının zararları ve dijital hastalıklara dair kamu spotu reklamlarının oluşturularak gerek kitle iletişim araçlarında, gerek açık hava reklamlarında gerekse sosyal mecralarda etkili bir şekilde yayınlanmasının insanların farkındalık düzeylerinin artırılması konusunda fayda sağlayacaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde detaylı bir şekilde yer alan dijital hastalıklar konusunda bireylerin internet kullanımı sırasında gerek akıllı cihazlarda gerek bilgisayarda oturma şekillerine dikkat ederek bu tür hastalıkları hafif seyirde yatıştırılabileceği belirlenmiştir. Bilgisayar ve telefon kullanan bireylerin ekran kullanım süresi boyunca duruş pozisyonlarına dikkat etmesi ve uzun süreli hareketsizlik halinden kaçınmaları bu duruma örnek olarak verilebilir.

Kişi dijital mecralarda geçirdiği ekran süresinin artmasıyla birlikte gündelik hayatındaki yaşam becerilerinin etkileneceğinin bilince olmalıdır. Kendisinde sosyal mecralara yönelik karşı koyamadığı istek ve kişilere karşı rahatsız edici davranış belirtileri gözlemlediğinde mutlaka bir psikologdan yardım almalıdır. Sosyal mecralarda her bilginin doğru olmadığından yola çıkarak birey kendisine hastalık teşhisini internet üzerinden sağlamamalı mutlaka uzman bir hekime başvurmalıdır.

İnternet ve teknolojinin gelişimi ve değişimi ile birlikte bireylerin akıllı cihaz kullanımı sıklık kazanmış ve dijital hastalıklar baş göstermiştir. Kullanıcıları

kimyasal ve psikolojik olarak etkileyen dijital hastalıklar bireylerde; kaygı, stres bozuklukları ve korku durumlarına yol açmıştır (Pınarbaşı & Astam, 2020). Problemleri internet kullanımına bağlı olarak gelişen dijital hastalıklar bireylerde tıp alanında yer alan hastalıklar gibi etki etmekte olup önlem alınmadığı takdirde bireye önemli derecede zarar verdiği ve hayat kalitesini olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir. Çalışmaya katılan tıp fakültesi öğrencilerinin bir kısmı dijital hastalıkların önemli olduğunu ve ders kapsamında işlenilmesi gerektiğini belirtirken, bazı öğrenciler ise dijital hastalıkları psikiyatri bölümünün kapsamı bir şekilde ele alması gerektiğini vurgulamışlardır.

Bireyler üzerinde uzun vadede kendisini gösteren dijital hastalıklar, vücudun kimyasal yapısına zarar vermektedir. Bireylere dopamin salgılama, süresizlik ve kolay erişilebilirlik özellikleri sağlayan bu teknolojiler kontrol altına alınmadığında dijital anlamda zehirlenmelere sebep olmaktadır. Teknolojiden uzak kalmakta zorlanan bireyler için dijital hastalıkların kontrol altına alınabilmesi aşamasında bazı tedbirler almaları gerekmektedir. Bu tedbirler ile bireyin yaşam dengesini yeniden tanımlaması ve dijital hastalıkların bilincinde olması sağlığını etkilemektedir (Aslan & Küçükvardar, 2019). Teknolojik cihazlarda ve sosyal medya da takıntılı, süresiz şekilde geçirilen zaman ile birey kontrol mekanizmasını tekrar kazanmak ve var olan mekanizmasını geliştirilebilmek adına zihinsel olarak bağımlılık halini azaltması gerekmektedir. Azaltılan bağımlılık seviyesi ile birlikte birey kendisini teknolojiden uzaklaştırmak adına farklı etkinliklere yönlendirmelidir (Doğan & Övür, 2023). Ayrıca birey teknolojiyi bilinçli kullanma aşamasında dijital detoks yöntemini de uygulayabilmektedir. Bireyin mental olarak rahat hissetmesini hedef alan dijital detoks ile dijital hastalık belirtilerinden uzak ve sakin bir hayat geçirebilmesi sağlanabilmektedir (Aksu Uylaş & Işıklı, 2010).

Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğu stalking eylemini gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Stalking dürtüsünün ortaya çıkmasında merak, kıskançlık, kıyaslama vb. sebeplerin yer aldığını söylemişlerdir. Ayrıca katılımcılar, teknolojinin gelişmesi ve sosyal medyanın her geçen gün insan hayatında daha da fazla yer alması ile stalking eyleminin normalleştiğinin altını çizmişlerdir. Gelişen teknoloji ile birlikte katılımcı öğrenciler bireylerin spotify da müzik seçimlerinden, instagram ve diğer mecralardaki paylaşımlarından bireyleri

tanıma aşamasında bir kanıya ulaşabildiklerini ve bilgi topladıklarını söylemişlerdir.

Öğrenciler, stalking eyleminin gerçekleştirilmesinde bir sakınca olmadığını ama karşı tarafı rahatsız etme derecesine gelindiğinde yapılmaması gerektiğini belirtmişlerdir. Çalışmanın ikinci bölümde yer alan dijital hastalıklar ele alındığında çalışmaya katılan öğrencilerde bir takım dijital hastalıkların varlığı dikkat çekmiştir. Bu hastalıklar arasında; Gelişmeleri Kaçırma Korkusu (Fomo), Akıllı Tik (Smart Tic), Enfornografi, Bilgi Obur (Infoglut), Hiperzihin (Hypermind), Nomofobi, İçi Boş Akış (Hollow Flow), Siber Stalk, Phubbing, Otomatiğe Bağlama (Automaticity), Photolurking, Çevrimiçi Kimlik Rahatsızlığı (Online Identity Disturbance) ve Elektronik Uykusuzluk yer almaktadır.

Birey üzerinde kimyasal ve fiziksel olumsuzluklar olarak görülen dijital hastalıklar ile mücadele yöntemleri kapsamında devletin yetkili birimlerince internetin bilinçli kullanılmasına ilişkin farkındalık oluşturulması ve dijital hastalıklarla mücadele kuruluşlarının aktifleştirilmesi gelecek nesillerin sağlıklı bir şekilde yetiştirilmesi açısından mühim bir alandır.

Her geçen gün kendisini yenileyen ve dönüştüren teknolojik hız ve kullanıcı sayısının artması ele alındığında, dijital hastalıklar üzerine gerçekleştirilen çalışmaların literatür de az olması dikkat çekmektedir. Günümüz dünyasını ve bireyleri etkileme gücüne sahip olan bu hastalıkların araştırmacılar tarafından araştırılması ve literatürün zenginleştirilmesi büyük önem taşımaktadır

KAYNAKLAR

- Acar, S., & Gürsoy, H., & Ünsal, N. Ö. (2014). İlişkisel toplumda sosyal iş ağlarının kariyer gelişimi açısından önemi: LinkedIn Örneği [The importance of social business networks for career development in a relational society: The Example of LinkedIn]. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(3), 17-34.
- Afşin, Z. (2019). Sosyal Bilgiler Öğretmenlerine Yönelik Bir Facebook Grubunun Ve Bu Gruba İlişkin Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.
- Aghaei, N., & M. Keivan & S. Shahrbanian (2012), "Relationship between Organizational Justice and Intention to Leave in Employees of Sport and Youth Head Office of Tehran", *European Journal of Experimental Biology*, 2 (5), s.1564-1570.
- Akar, H., & Akar, F. (2021). Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Üniversite Öğrencileri Araştırması. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 6(1), 285-297. <https://doi.org/10.47107/inifedergi.886334>.
- Akdağ, G. (2015). "Gözetim Toplumu" Teorilerinin Tarihsel ve Teorik Bir İncelemesi. (Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akkaş, İ., & Aksakal, İ. (2023). Üniversite Öğrencilerinde Dijital Kimlik Kullanımı ve Benlik Sunumu Üzerine Bir İnceleme. İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 12(1), 177-194. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1229576>.
- Akmeşe, Z., & Deniz, K. (2017). Stalk, Benliğin İzini Sürmek. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi(8), 23-32.
- Aksakallı, G. (2020) Teknoloji Çağının E-Hastalıkları. Erişim Linki: <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/teknoloji-caginin-e-hastaliklari>
- Aksu U., Uylaş Aksu Z. (2010). Teknolojik Zehirlenme, Semptomları ve Teknolojik Düzen. *Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi*. C. 2, No: 2, 56-87.
- Aktan, E. (2018). Instagram Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonları ve Instagram Takip Davranışlarının İncelenmesi. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 9(33), 127-146. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.3.008.x>.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.379886>.
- Aktan, E., & Çakmak, V. (2015). "Halkla İlişkiler Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Siber Zorbalık Duyarlılıklarını Ölçmeye İlişkin Bir Araştırma". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2).
- Alkan, F. (2022). Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı ve Kişisel Mahremiyetin Sosyal Ağlarda Paylaşımı Üzerine Bir Araştırma.
- Altan, H. Z. (2015). "Sosyal Medyanın "Kullanımlar ve Doyumlar" Haritası: YouTube, Facebook ve Twitter", *Sosyal Medya Araştırmaları 2. A. Büyükarşan ve A.M. Kırık (drl.)*. Çizgi Kitabevi, Konya.
- Arslan, E. (2022). Dijital Hastalık Bağlamında İz Sürme (Stalk) ve Olan Biteni Kaçırma Korkusu (Fomo) İlişkisi. *Journal of Communication Science Researchs*, 2 (3), 154-166.

Aslan Yılmaz, H. (2016). Bir Derleme: Benlik Kavramına İlişkin Bazı Yaklaşımlar ve Tanımlamalar, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 48, 2016, 83.

Aslan, A., & Küçükvardar, M. (2020). Dijital Hastalıkların Tespitinde Etik Bir Model Önerisi. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 10(39), 9-22. <https://doi.org/10.5824/ajit-e.2019.04.001>.

Ata, E. E., Akpınar, Ş. & Kelleci, M. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımı ile Öfke İfade Tazları Arasındaki İlişki. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 10(4), 473-480.

Avcıoğlu, G. (2011). Yapısal Kimlikten Seçimlik Kimliğe; Kimliğin Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 359-370.

Aydemir, M. (2012). İşyerinde Mahremiyet Olgusu. İstanbul: Beta Yayınları.

Aydoğanolu, E. (2011). Emek sürecinin dönüşümü. Ankara: Kültür Sanat-Sen Yayınları No: 5.

Aygül, H. H., Apak, F. ve Akgül, M. (2020). Stalk(er): Instagram mekanında gözetim ve gözetleme. H. H. Aygül ve E. Eke (Ed.), *Dijital bağımlılık ve e-hastalıklar içinde* (385-403), Ankara: Nobel Yayınevi.

Aykurt, M. (2022) Geleneksel Medyaya Karşı Alternatif Medya Platformu Olarak Youtube: Youtube Haber Kanalları Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi.

Badenhoop, E. (2021). The fallacy of perfect regulatory controls: Lessons from database surveillance of migration in West Germany from the 1950s to the 1970s. *Regulation and Governance*, 15(3), 952–968.

Baltacı, A. (2017). Nitel veri analizinde Miles-Huberman modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-15.

Barkuş, F. & Koç, M. (2019). Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme. *Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Dergisi (BEST Dergi)*, 3(1), 35-44.

Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in A Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7(1), 39-58.

Bauman, Z. (1996). Yasa Koyucular ve Yorumcular, Çev: Kemal Atakay, İstanbul, Metis Yayınları, 1996, s. 51.

Bauman, Z. ve Lyon, D. (2013). *Liquid Surveillance: A Conversation*. Polity Press. UK.

Bauman, Z. Velyon, D. (2013) Akışkan gözetim. Elçin Yılmaz (Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bayrak, T., & Cihan, B. (2021). Yeni Medyada Bağımlılık Sonucu Gelişen Dijital Obezite Olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5(1), 78-94.

Bedir Erişti S. D. (2016) Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı. Ankara: Pegem Akademi.

Benarous, Leila, Kadri, Benamar, Bouridane, Ahmed: “Blockchain-Based Privacy-Aware PseudonymManagement Framework for Vehicular Networks”, *Arabian Journal for Science and Engineering*, doi: <https://doi.org/10.1007/s13369-020-04448-z>.

Bilgin, N. (2001). İnsan İlişkileri ve Kimlik, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Bilican Gökkaya, V. (2023). Kadına Yönelik Şiddetin Israrlı Takip Boyutu Üzerine. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 47(1), 51-59.

Binark, M. & Sütçü, G.B. (2007) Yeni Medya Çalışmaları, Mutlu Binark(Eds) TeknogünlüklerdekiÇık(lu) Sessiz Yaşamlar: Yeni Medyanın Sessiz Enstrümanları-Yeni Orta Sınıf Gençlik, (147-1759. Ankara.

Body, D. (2004). Friendster and publicly articulated social networks. Proceedings of ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (1279-1282). New York: ACM Press.

Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. Journal Of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230.

Bozkurt, V. (2014). Endüstriyel & Post-Endüstriyel Dönüşüm-Bilgi, Ekonomi, Kültür (3. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Bozovic, Miran; Bentham, Jeremy (1995). The Panopticon Writings, (Ed. Miran Bozovic), Verso, London, New York.

Brett, Shavers, Bair, John: "Digital Identity", Hiding Behind The Keyboard: Uncovering Covert Communication Methods With Forensic Analysis, 1st. ed., 2016, pp.187-202.

Budak, S. Psikoloji Sözlüğü, Bilim ve Sanat,Ankara,2000,123.

Bulunmaz, B. (2013) Postmodern Dünyanın Gerçeküstü Mekânları: Sosyal Paylaşım Siteleri", Sosyal Medya ve Ağ Toplumu-1: Kitle İletişiminde Yaşanan Değişimler Can Bilgili ve Gülüm Şener (Ed.), İstanbul: Beslenme Saati Kitapları, 13-39.

Büyükaslan, A., Kirik, A.M. (2016). Gözlenen Toplumdan Gözlenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları 3. Sayfa 61, Çizgi Kitabevi, Konya.

Büyüksener E. (2009) Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. inet-tr’09 - XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri

Camp, L. Jean: "Digital Identity", IEEE Technology and Society Magazine, 2004, pp.34-41.

Can, S. (2022). Pozitif Psikoloji Bağlamında Sosyal Medyada Duygu İfade Etme Biçimleri: Facebook ve Twitter Karşılaştırması. İstanbul Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.

Caplan, S. E. (2007). Relations Among Loneliness, Social Anxiety, and Problematic Internet Use. Cyberpsychology & Behavior, 10(2), 234-242.

Carbonell, G & Brand, M. (2017). Choosing a Physician on Social Media: Comments and Ratings of Users are More Important than the Qualification of a Physician. International Journal of Human-Computer Interaction,34829,117-128.

Chayko M. (2018). Süper Bağlantılı (B. Bayındır, D. Yengin, T. Bayrak Çev.) Der Yayınevi

Coşkun, A.T (2023). 6-12 Yaş Aralığındaki Çocukların Youtube İzleme Alışkanlığı ve Youtuber’lar ile Kurduğu Benlik İlişkisi. Marmara Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.

Cupach, W. R. ve Spitzberg, B. H. (2004). The dark side of relationship pursuit: From attraction to obsession and stalking. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Çağlar Ş. & Gülgör M. (2022) Dijital Çağda Medyatik İletişim I. Ankara: Eğitim Yayınevi.

Çalışkan M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi (50), 254-277.

Çaycı, B. ve Karagülle, E. (2014). X kuşağından Z kuşağına değişen mahremiyet algısı. International Trends and Issues in Communication & Media Conference, (s. 190- 196). Dubai.

- Çelikoğlu, N. (2008). Mahremiyet, İstanbul: İskenderiye Yayınları.
- Çiçek, E. (2023) Dijital Çağda Medya Hastalıkları. Journal of Awareness. Araştırma Makalesi.
- Çiçeklioğlu, A. Ş., & Ünal, R. (2021). Haber Üretimi ve Dağıtım Bağlamında Tiktok Uygulaması Ne Vaat Ediyor?. Ankara Üniversitesi İlef Dergisi(2021 Özel Sayı: 2. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu, Süreklilikler ve Kesintiler: Kültürler, Pazarlar ve Siyaset), 69-98. <https://doi.org/10.24955/ilef.1037967>.
- Dardis, C. M., Amoroso, T. ve Iverson, K. M. (2017). Intimate Partner Stalking: Contributions To PTSD Symptomatology Among A National Sample Of Women Veterans. Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, And Policy, 9(1), 67-73. [Http//Dx.Doi.Org/10.1037/Tra0000171](http://Dx.Doi.Org/10.1037/Tra0000171).
- Davila, A. (2013). The Virtual Bulletin Board: A Feminist Critique Of Pinterest. A Senior Project Presented To. California Polytechnic State University.
- Davis, J. A. (2001). Stalking Crimes And Victim Protection: Prevention, Intervention, Threat Assesment And Casa Management. Florida: CRC Press.
- Demir, M. (Ed.) (2013). Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri, Konya: Literatürk Yayını.
- Deniz Anamur, D., & Topsakal, T. (2019). Herkesin Herkesi Gözetlediği Toplum: Siberuzamda Alttan Gözetimin Farklı İnşası Olarak Siber Zorbalık. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 4(2), 37-58.
- Diker, E. (2015), "Gazete Reklamlarında Kadın ve Mahremiyet Anlayışı", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1 (3) 95-110.
- Doğan, O. & Övür, A. (2023). Teknolojik Cihaz Kullanımının Dönüşmesiyle Oluşan Plagomani Hastalığı Üzerine Bir İnceleme. Journal of Communication Science Researches, 3 (3), 271-284.
- Dolgun, U. (2008). Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu. İstanbul: Ötügen Yay.
- Duman, N., Öçalan, H. İ., & Çoban, İ. (2023). Partner Israrlı Takibi veya Stalklama: Mağdur ve Saldırgan Karakteristikleri ve Stalklama Taktikleri. Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi, 7(13), 33-42. <https://doi.org/10.31461/ybpd.1291096>.
- Dursun, S, Yıldız Başboğan S, Aytaç S, 2021. Sosyal Yaşamda Birey. Sosyal Psikolojiye Giriş. DORA Basım – Yayım Dağıtım Ltd. Şti. Bursa.
- Ellison, N., ve Boyd, D. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication 13.1., 210-230.
- Ercan S. (2019) Dijitalizm. Ravza Yayıncılık ve Matbacılık. İstanbul.
- Eren Çetin, Ş., & Ayhan, A. (2020). Katılımcı Kültür Olgusu Bağlamında Sosyal Medya: Netnografik Bir Analiz. Intermedia International E-Journal, 7(12), 47-69.
- Ergün, E. (2016). "Türkiye’de Kullanılan Online Müzik Platformları: Spotify Örneği", The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC April 2016 Volume 6 Issue
- Erözkan, A. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Reddedilme Duyarlılıkları İle Sosyal Kaygı Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17, 225-240.
- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması-Web 4.0. Bilgisayar Bilimleri Ve Teknolojileri Dergisi, 1(2), 58-65.

Faklaris, C. ve Hook, S. A. (2016). Oh, snap! The state of electronic discovery amid the rise of Snapchat, WhatsApp, Kik, and other mobile messaging apps. *The Computer and Internet Lawyer*, 33(10), 1-17.

Fidan, M. (2019). İktidarın Panoptik Gözü Olarak Sosyal Medya: Facebook- Cambridge Analytica Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Foucault M., (2000) Deliliğin Tarihi, Çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara, İmge Yayınları, 2000, s. 90

Foucault, M. (1992). Hapishanenin Doğuşu, (Çev: Mehmet Ali Kılıçbay), İmge Kitabevi, İstanbul.

Foucault, M. (2006). Hapishanenin Doğuşu. (Çev. M. A. Kılıçbay). İstanbul: İmge Kitabevi.

Foucault, M. (2011). “Büyük kapatılma”. (I, Ergüden ve F, Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Frier, S. (2021). Filtresiz: Instagram İş Dünyasını, Şöhreti ve Kültürü Nasıl Dönüştürdü. İstanbul: Nova Kitap.

Ganascia, J. G. (2009). The great catopticon. In 8th International Conference Computer Ethics: Philosophical Enquiry (pp. 252–266)

Ganascia, J. G. (2010). The generalized sousveillance society. *Social Science Information*, 49(3), 489–507

Ganascia, J. G. (2016). Genelleştirilmiş Alttan Gözetim Toplumu. H. Hülür ve C. Yaşin (Ed.) *Yeni Medya, Kullanıcının Yükselişi*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Gandy, O. H. (1996). *Coming To Terms With The Panoptic Sort, Computers, Surveillance, And Privacy*. University Of Minnesota Press.

Gardiner, M.E., (2000) *Critiques of Everyday Life*, London, New York: Routledge.

Genel, M. (2016). Sosyal Medyada “Kimlik Bunalımı”: Kripto Hesaplar, *Yeni Medya Araştırmaları*, 2.

Genel, M. G. (2016). Sosyal medyada “kimlik bunalımı”: kripto hesaplar. *Yeni Medya Araştırmaları*.

Gill, C. B., Zampini, M. A., & Mehta, B. N. (2015). Digital identity: develop one before you're given one. *Urology*, 85(6), 1219-1223.

Goffman, E. (1959). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Barış Cezar (çev.) 2. Basım. İstanbul: Metis Yayıncılık.

Griffiths, M. (1996). Internet addiction: An issue for clinical psychology? *Clinical Psychology Forum*, 97, 32-36.

Gündüz, Ş (2007) Health Problems with the Use of Information Technologies. International Educational Technology (IETC) Conference. Northern Cyprus.

Gürdal, E. & Kanat, S. (2020). Hegemonyal Düzendeki Gözetim Toplumu. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 2020 Cilt: 21 Sayı:2.

Gürgezoğlu, E. (2010). Takip/İzlemeye İlişkin Algının İncelenmesi Ve Mağdur Olan/Olmayanların Kaygı Düzeylerinin Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi.

Gürkan, C. G. (2021). İnternet ile Gelişen ve Değişen Radyo Kültürü: Spotify İncelemesi. İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 7(13), 101-110.

Hazari, S., Sethna, B. N., O', C., & Brown, M. (2017). Determinants of pinterest affinity for marketers using antecedents of user-platform fit, design, technology, and media content. International Journal of Technology Marketing, 12(3), 230. <https://doi.org/10.1504/ijtmkt.2017.089646>

Heinrich, P. A. (2015). Generation iStalk: an Examination of the prior relationship between victims of stalking and offenders.

Helliwell PS, Taylor WJ. (2004) Repetitive strain injury. Postgraduate Medical Journal;80(946):438-44.

Hellmann, D. F. & Kliem, S. (2015): "The Prevalence Of Stalking: Current Data From A German Victim Survey". European Journal Of Criminology, 12(6), 700-718.

Hernaes, C. (2019). Who gets to own digital identity. Kasım 2019 tarihinde <https://techcrunch.com/2019/8/22/who-gets-to-own-your-digital-identity/> adresinden alındı

High, A.C. & Solomon, D.H. (2010). Locating Computer –mediated Social Support within Online Communication Environments. Computer-mediated Communication in Personal Relationships. (Eds: K.B. Wright & L.M. Webb). Hampton Press.

Hortaçsu, N.(2012). En Güzel Psikoloji Sosyal Psikoloji. İmge Kitabevi, Ankara,240.

Horzum Taylor, I. (2015). Facebook and the being liked motive. International Journal of Social Sciences and Education Research, 1 (4), 1216-1227.

<https://eragoz.com.tr/dijital-ekranlar-gozlerimize-nasil-zarar-veriyor/>

Hu, Y., Manikonda L., S. Kambhampati (2014): "What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types", Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 595-598.

Hunter Nick, (2012). Cyber Bullying (Hot Topics), Raintree Books, London, 2012.

İder, S. (2019). "Yetişkinlerde Mahremiyet Algısının Kaynağına İlişkin Nitel Bir Araştırma". *Marife Dini Araştırmalar Dergisi* 19/1 (Haziran 2019), 109-122. <https://doi.org/10.33420/marife.534191>.

Johnson, Clay A. (2013). Bilgi Diyeti, İstanbul: Ufuk Yayınları.

Kale Efe, A. (2019). Bir Görüntülü (Display) Reklam Alanı Olarak Çevrimiçi Müzik Platformu Örneği: Spotify. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, 2(2), 131-146.

Kalıp K, Çöl M. (2020). "Teknolojiyle Bağlantılı Yeni Davranışsal Bozukluklar". ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi. 2020;5(2):318-33.

Kandias, M., Mitrou, L., Stavrou, V. ve Gritzalis, D. (2017). Profiling Online Social Networks Users: An Omniopcon Tool. International Journal of Social Network Mining. 2. 293.

Kara, T. (2013) Sosyal Medya Endüstrisi İnsan, Toplum, Ekonomi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Karadağ, G.H. (2019) Dijital Hastalıklar. İstanbul: DR Yayınları

Karasu F, Polat F, Ayar D. (2023). Yetişkinlerde Yatakta Uyumadan Önce Elektronik Cihaz Kullanımının Kronotip, Gündüz Uykululuk ve Yaşam Kalitesi ile İlişkisi. *Bağımlılık Dergisi*. Haziran 2023;24(2):123-132. doi:10.51982/bagimli.1142977.

Karsak, B., ve Sancar, G. A. (2017). Halkla İlişkilerde Yeni Nesil Kanaat Önderleri Kullanımı: Snapchat Üzerine Niteliksel Bir Araştırma. 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, (s. 315-232). İstanbul.

Kaya A.Y, Ata F, (2019) Sosyal Medya Çalışmaları. Kuram, Söylem, Pratik.Sebat Ofset Matbacılık Konya. 107-132.

Kayaoğlu, H. S. (2013). Sahte hesapların analizi. Erişim adresi: <http://www.hasansabrikayaoğlu.com/sahte-hesapların-analizi/> Twitter yardım merkezi. (?). Onaylanmış hesaplar hakkında SSS. Erişim adresi: <https://support.twitter.com/articles/20169568?lang=tr>

Kesim Güven, S. (2007). Gözetim Toplumu ve Toplumsal Meşruiyet. (Doktora Tezi). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kırık, A. M. (2013). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı. In A. Büyükaslan, A. M. Kırık (Eds.), *Sosyal Medya Araştırmaları 1: "Sosyalleşen Birey"* (77-101). İstanbul: Çizgi.

Kısaç, İ.; Şensoy, E., M. (2017), Gençlerde Sosyal Medya Algısı ve Kullanma Davranışı, *Mediterranean International Conference on Social Sciences*, Podgorica, 1 (1): 379-391.

Kocabay Şener, N. (2021) "Facebook Nasıl "Meta"laştı?", Hakemli, Uluslararası, e-Dergi Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı 11, 174-179 (Çevrimiçi) <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2138932>.

Korkodeilou J.,(2020). Victims of Stalking: Case Studies In Invisible Harms, Palgrave Macmillan, Cham.

Korkodeilou, J. (2017). 'No place to hide': Stalking victimisation and its psychosocial effects. *International Review of Victimology*, 23(1), 17-32.

Köseoğlu, A. (2023). Tiktok'ta Mahremiyet Algısının Dönüşümü. *İNİF E- Dergi*, 8(1), 172-188.

Kuyucu, M. (2019). "The Transformation Of Traditional TV To Youtube With Social Media And Its Reflections In Turkey". *Archives Of Business Research*, 1(7), s. 190- 202.

Küçükvardar, M, (2020) Teknoloji Bağımlılığı ve Dijital İstila. Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.

Küzeci E., & Binark M. (2012). Türkiye'de Dijital Gözetim: T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.

Laurent, M., & Denouel, J, & Levallois B., & Claire., & Waelbroeck, P.“ (2015). "Dijital Identity" , *Digital Identity Management*, Ed.by. Maryline Laurent, Samia Bouzeffane, 2015, pp.1-45.

Lerch, N. (2014). Sousveillance and its impact on privacy. Faculty of Economics and Business Bachelor of Science, International Business.

Lipton, Jacqueline D.,(2011). "Combating Cyber-Victimization", *Berkeley Technology Law Journal*, , Cilt 26, 2011, ss. 1103-1155, <https://www.jstor.org/stable/24118683> (Erişim Tarihi: 29.10.2021).

Lyon, D. (2006), *Theorizing Surveillance: The Panopticon and beyond*, Willan Publishing, 2006, Devon

- Lyon, D. (2018). Gözetlenen toplum-günlük hayatı kontrol etmek. Kalkedon Yayınevi.
- Koca M., Üzülmaz İ, (2022): “Türk Ceza Hukuku Özel Hükümler, 8. Baskı, Adalet Yayınevi, Ankara 2022, s. 531.
- McEwan, T. E. (2021). Stalking threat and risk assessment. In J. R. Meloy & J. Hoffmann (Eds.), International handbook of threat assessment (pp. 210–234). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/med-psych/9780190940164.003.0011>.
- Miller, D., Costa E., Haynes, N., Nicolescu T., Razvan.S., Jolynna J., Venkatraman S., Xinjuan W. (2016). “How The World Changed Social Media”. London: Ucl Press.
- Mullen, P. E., Pathé, M., Purcell, R. ve Stuart, G. W: (1999) “Study of stalkers”. The American Journal of Psychiatry, 156(8), 1244-9.
- Okan A. (2017) Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Analizi: Kadın Dernekleri. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 2017; 3(3): 146-59.
- Okmeydan, S. B. (2017). Postmodern kültürde gözetim toplumunun dönüşümü: ‘Panoptikon’dan ‘sinoptikon’ ve ‘omniptikon’a. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri online dergisi, 8(30), 45–69.
- Olçay, S. (2018). Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi Olarak Sosyal Medya ve Resimler Arasında Kaybolma Bozukluğu: Photolurking: Yeni Medya Elektronik Dergi. 2(2): 90 – 104.
- Ögel, K. (2014). İnternet Bağımlılığı - İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Övür A., (2019). Dijital Hastalıklar, Gökmen H. Karadağ (Ed), Der yayınları.
- Özen M., Köksal A, (2019):“Kişilerin Huzur ve Sükûnunu Bozma Suçu”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 68/2 (2019): 479-527, 516.
- Özdel, G. (2012). Foucault Bağlamında İktidarın Görünmezliği Ve “Panoptikon” İle “İktidarın Gözü” Göstergeleri. Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2(1), 22-29.
- Özdemir, Ş. (2020). "Yeni Binyıl Rahatsızlıkları: İletişim Teknolojileri Kaynaklı Bilişsel Davranış Bozuklukları," *17thThe international symposium Communication in the Millennium* , Eskişehir, Turkey, pp.214-219, 2020.
- Özdemir, Ş. (2020). Post-panoptikon çağı: Gözetimin dijitalleşmesi ve çevrimiçi kimliğin gizliliği üzerine bir analiz. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(3), 81–108.
- Özsoy, T. (2009) Fastfood’dan Facebook’a: İnternet Bağımlılığı. Akademik Bilişim’09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. 11-13 Şubat 2009 Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.
- Öztürk, S. (2013), Filmlerle Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. 0 (36): 132-151.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2007). “Digital Identity Interoperability and eInnovation”, Berkman Publication Series.
- Pınarbaşı, T. E., & Astam, F. K. (2020). “Vazgeçmek Mümkün Mü?": Kuşakların Dijital Detoks Deneyimleri Üzerine Bir Analiz. Atatürk İletişim Dergisi(20), 5-28. <https://doi.org/10.32952/atauniiletisim.775351>.

Polat, O. (2016). Eğitsel sosyal medya platformları ve Edmodo örnek uygulaması. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Purcell, R., & Pathé, M., & Baksheev, G. N., & MacKinnon, A., & Mullen, P. (2012). What mediate spsychopathology in stalking victims? The role of individual-vulnerability and stalkingrelated factors. *Journal of Forensic Psychiatry & Psychology*, 23(3), 361-370.

Rodrigues, R. Edwardina (2012): "Revisiting The Legal Regulation of Digital Identity In The Light of Global Implementation and Local Difference", The University of Edinburgh, Doctor of Philosophy, 2012, pp.1-353.

Schwartz, Kate E.: (2009). "Criminal Liability for Internet Culpritz: The Need For Update State Laws Covering The Full Spectrum of Cyber Victimization", *Washinton University Law Review*, Cilt 87, Sayı 2, s. 406-436.

Seçkin, S. S. (2015). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya. İstanbul: Optimist.

Sezgin, A. A. & Karabacak, Z.İ (2019). Dijital Çağda Korku ve Keyfin Yeni Tanımı: FoMO ve JoMO. *Journal of Communication Theory & Research/İletisim Kuram ve Arastirma Dergisi*, (49), 1-11.

Silberman, L. (2015). Want Millennials? Snapchat Is Your New Best Friend. *Business On Tapp*. Retrieved 15 September 2019 from: <https://www.tapp.com/101/want-millennialssnapchat-is-your-new-best-friend>.

Snapchat. (2016), "Terms of Service", <https://www.snapchat.com/terms> [26.07.2016]

Soygüt, B, "Kadına Yönelik Erken Şiddetinin Önlenmesi Bağlamında Stalking (Israrlı Takip) ve Cezasızlık Sorunu", *Çankaya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt:5, Sayı: 1, Nisan 2020, Ar Gör Ceren Damar Şenel Armağanı-Cilt III, Seçkin Yay, Ankara 2020, s. 2781-2814.

Stryker, S. & Burke, P.J. (2000). The past, present and future of identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 67, 284-297.

Şap Özkan, G, (2014) Yeni Medya Araştırmaları. Ağ Tabanlı Sahnede Benliğin Sunumu: İdealize... Olgun Çelik Ofset Matbaa. Konya.

Şengöz, A (2015) Örgütlerde Sosyal Medya Kullanımı: Sosyal Medya Algıları, Amaçları ve Kullanım Alışkanlıkları, Yüksek Lisans Tezi.

Şengün, C. (2021) Sosyal Medya Hastalıkları: Dijital Çağın Getirdikleri. Erişim Linki: <https://www.themaggar.com/sosyal-medya-hastaliklari/>

Şenses, Ö. (2022) Sosyal Medya Kullanımında Stalklamak: Toplumsal Cinsiyet Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi.

Şenses, Ö. ve Aydoğdu Karaaslan, İ. (2022). Sosyal Medyada Stalklamak Üzerine Yapılan Bir Araştırma, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1527-1543.

Tam, M.S., (2020). Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarının, Sosyal Medya Fenomenlerinin Kanaat Önderliği Rolü Üzerine Etkisi. İstanbul Üniversitesi. Doktora Tezi.

Taşoğlu, N., & Koca, İ. (2022). Türkiye’de iletişimcilerin sosyal medyada üretilen içeriklere bakışına dair bir öngörü: TikTok’a yönelik odak grup çalışması. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(3), 809-832.

Tekayak H, V, & Akpınar. E, (2017). Tıp Alanında Yeni Bir Dönem: Dijital Çağda Doğan Yeni Hastalıklar. Derleme.

Thomsen, F. K. (2019). The Concepts Of Surveillance And Sousveillance: A Critical Analysis. *Social Science Information*, 58(4), 701–713.

Timisi, N. (2005). "Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Ajanlarına Girişi", İnternet, Toplum, Kültür. M.Binark ve B. Kılıçbay (drl.). Ankara: Epos Yayınları.

Toker, F. (2021). The Role Of Fear Of Missing Out On Social Media Addiction and Cyberbullying Victimization. Bahçeşehir Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.

Tombul, I. (2018). Sosyal Medyada Mahremiyetin Dönüşümü Ve Gençlerin Mahremiyete Bakışı. R. Sine Ve G. Sarı (Ed.), Yeni Medyada Yeni Yaklaşımlar. (S. 131-174). Konya: Literatürk.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygöl, E., Binark, M., Börekçi S., & Çomu, T., (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım, İstanbul: Kalkedon.

Tulder V, (2007) Malmivaara A, Koes B. Repetitive strain injury. The Lancet;369(9575):1815-22.

Tumin, Sharil, Encheva, Sylvia: "A Closer Look at Authentication and Authorization Mechanisms for Web-based Applications", Conference Paper, 2012.

Tunçbilek, M. & Uz A. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Paylaşımlarının Etik Açısından İncelenmesi, BMIJ 7(4), 1334-1360.

Tutar H, Erdem A.T, (2022). Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve SPSS Uygulamaları. Ankara: Seçkin Akademik ve Resmi Yayınlar.

Uçan, D. (2021) Siyasal İletişimde Twitter Kullanımı:23 Haziran 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.

Uğurkan, Y.Z.C (2022): "Dijitalleşme Bağlamında Birey, Toplum ve İletişim". Konya: Eğitim Yayınevi.

Uyumaz A., Akdağ İ. (2015): "Türk Özel Hukukunda Şiddet ve Israrlı Takip Kavramı ile Israrlı Takip Mağdurunun Korunması" Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 19, Sayı 2, s. 52.

Uzun, H. (2016). Sosyal Medyanın Bilgi Kalitesine Etkisi: Sahte Hesaplar. Akademia Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (2), 1-31.

Ünlücan, T. (2023). Sosyal Medya Ve Algı Yönetimi Kapsamında; Manipülasyon, Dezenformasyon Ve Propaganda: 'X' De Fikir Öncüleri Adına Açılan Sahte Hesaplar Ve Operasyonel Hesaplar Üzerine İnceleme. Akdeniz Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.

Vural, Z. ve Bat M. (2010). Yeni Bir iletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya. Journal of Yaşar University, Vol. 20 (5), 3348-3382.

Wong, V. (2012) "Social Withdrawal as Invisible Youth Disengagement: Government Inaction and NGO Responses in Hong Kong", International Journal of Sociology and Social Policy, 32 (7/8): 415-430.

Wood, F. Andrew, Smith, J. Matthew (2005): "Online Communication Linking Technology", Identity and Culture, Second Ed., London, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2005.

Yaylagöl, L. (2016). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yazbaşı, E. (2022). Türkiye’de Özel Okulların Pandemi Döneminde Gerçekleştirdikleri Kurumsal İletişim Çalışmalarında Sosyal Medyanın Kullanımı: Americanlife Dil Okulları (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi. Kastamonu.

Yeşilyayla, T.G. (2022) Bir Japon Fenomeni Hikikomori: Aşırı Sosyal İzolasyon ve Modern Zaman Kesişleri. Uludağ Üniversitesi.

Yıldırım S, & Kişioğlu A. (2018). “Teknolojinin Getirdiği Yeni Hastalıklar: Nomofobi, Netlessfobi, FoMO”. SDÜ Tıp Fak Derg. 2018;25(4):473-80.

Yıldırımşen, İ. E. (2021). Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya. Yusuf Levent Şahin (Çev.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Yılmaz, A. (2012). Sosyal Medya Kullanımında Güncel Tartışmalar: Üniversite Öğrencileri Örneğinde Mahremiyet- Kamusal Alan İlişkisi. Global Media Journal, 3(5), 246-264.

Yılmaz, S., & Yengin, D. (2021). Analysis Of Emotional Approach Of Digital Surveillance In Film Studies. Communication And Technology Congress (pp. 233–244). CTC.

Young, K. S. (1998). Internet addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder. Cyberpsychology & Behavior, 1, 237-244.

Yüksel, G. (2002). Üniversite Öğrencilerinin Utangaçlık Düzeylerini Etkileyen Faktörler. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22 (3), 37-57.

Zide, J., Elman, B., & Shahani-Dennig, C. (2014). LinkedIn And Recruitment: How Profiles Differ Across Occupations. Employee Relations, 36(5), 583–604. <https://doi.org/10.1108/ER-07-2013-0086>.

Zona, M. A., Sharma, K. K. ve Lane, J. (1993). A comparative study of erotomaniac and obsessional subjects in a forensic sample. J Forensic Sci, 38, 894–903.