

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
YENİ MEDYA VE İLETİŞİM YÖNETİMİ BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SOSYAL MEDYADA DİJİTAL KİMLİK İNŞASINDA GÖZETİM
TOPLUMUNUN ETKİSİ

MERVE YILDIZ

2501181060

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. YEŞİM GÜÇDEMİR

İSTANBUL - 2021

ÖZ

SOSYAL MEDYADA DİJİTAL KİMLİK İNŞASINDA GÖZETİM

TOPLUMUNUN ETKİSİ

MERVE YILDIZ

Geçmişte iletişim araçlarında yaşanan her gelişme toplum yapısında bir takım değişikliklere yol açmış ve bu değişiklikler farklı dönemlerde düşünürler tarafından tartışılmıştır. Geleneksel kitle iletişim araçlarının icadı ve yaygınlaşması enformasyon toplumuna dönüşüme etkileri açısından değerlendirilmiş ve bahsedilen araçların gözetimsel faaliyetlere katkısı irdelenmiştir.

İnternet ve sosyal medya ağlarının icadı ile günlük hayatın her alanına nüfus etmeleri arasındaki oldukça kısa zamanda, bahsi geçen ağların, iletişimden toplum yapısına kadar çeşitli alanlara etkisi farklı açılardan ele alınmış ve incelenmiştir. Bugün 4.6 milyar kullanıcısıyla, dünya nüfusunun %59.5'ine yayılmış olan sosyal medya ağları, bireylerin günlük ortalama 2,5 saatlerini geçirdikleri platformlar haline gelmiştir. Sosyal medya ağlarının bu denli hızlı yayılmasına en önemli etken etkileşimlilik ve çift yönlü iletişim imkânı sunması olarak görülmektedir. Sosyal ağların bu özelliğinin olumlu getirilerinin yanı sıra pek çok olumsuz sonucu olduğu, görünürlük, sosyal ağların sağladığı ekonomik kazançların dağılımı gibi konularda eşit ve adil olmaktan uzak bir sistemin yaratıldığı görüşleri de mevcuttur. Tüm bunların yanı sıra sosyal medya ağlarındaki kullanıcı verilerinin ticari ve siyasi güç sahiplerince gözetlendiği ve bu veriler üzerinden bir takım kazançlar elde edildiği ileri sürülmektedir.

Kimlik kavramının bireysel anlamda tartışılmaya başlaması modernizm etkisiyle gerçekleşmiş, o dönemde bireyin ve bireye özgü konuların ön plana çıkması kamusal alan ve özel alan kavramlarının da tartışılmaya başlamasına sebep olmuştur. Sonraları postmodernizm ve tüketim kültürü, kimlik kavramı üzerinde etkisini göstermiş ve böylece kimlik, sürekli tüketilen imajlar olarak akışkan bir hal almıştır. İnternet teknolojisi ve toplumsal etkileri sonucu dijimodernizm olarak adlandırılan

bir dönemin yaşanmaya başladığı ve bu dönemde anlık olarak inşa edilebilen dijital kimliklerin kendi dil ve sembolleri olduğu ifade edilmiştir (Kirby, 2009).

Tüm bu toplumsal dönüşümler kendi içlerinde bir takım gözetimsel faaliyetlere çeşitli biçimlerde imkân tanınması açısından eleştirilmektedir. Her dönemin kendi teknolojik gelişmeleri çerçevesinde gözetime olanak tanıdığı ve bu dönemler içinde toplum yapısının yanı sıra gözetim faaliyetlerinin de değişip dönüştüğü vurgulanmaktadır. Gözetim teknolojilerinin çeşitliliği ve kapsamı, içinde yaşanan toplumu günden güne gözetim toplumuna dönüştürmekte ve bireyler, gözetimin en yaygın aracı olan sosyal medya ağlarına katılırken, inşa ettikleri dijital kimliklerini gözetim toplumunun etkisinde şekillendirmektedir. İnternet teknolojisi ve dijitalleşme ile tanıştıkları döneme göre dijital yerli ve dijital göçmen olarak iki gruba ayrılan kullanıcıların, sosyal medya ağlarında dijital kimliklerini inşa ederken mahremiyet ve gözetime karşı farklı yaklaşımlara sahip olduğu düşünülmektedir. Bu çalışma toplamda 622 dijital yerli ve dijital göçmen grubuna dahil aktif sosyal medya kullanıcısının, dijital kimlik inşası sürecinde gizlilik endişesi, gizlilik kontrolü, mahremiyet ifşası, gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlâli farkındalığı açısından karşılaştırmalı değerlendirmesini içermektedir. Araştırmanın sonucu, sosyal medya ağlarında dijital kimlik inşası sürecinde, dijital yerlilerin daha az mahremiyet ifşası yaptığını, dijital göçmenlerin daha fazla gözetime karşı farkındalık sahibi olduğunu ve bahsi geçen iki grubun gizliliklerinden endişe etmek, gizlilikleri üzerinde kontrol sahibi olma düşüncesi ve mahremiyet ihlâli farkındalığı konularında farklılık göstermediklerini ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya ağları, gözetim toplumu, benlik, kimlik, dijital kimlik inşası, panoptikon, sinoptikon, süperpanoptikon, omniptikon, dijital yerli, dijital göçmen.

ABSTRACT
THE EFFECT OF SURVEILLANCE SOCIETY ON DIGITAL
IDENTITY CONSTRUCTION IN SOCIAL MEDIA
MERVE YILDIZ

Every development in communication tools in the past has led to some changes in the social structure and these changes have been discussed by thinkers in different periods. The invention and dissemination of traditional mass media have been evaluated in terms of their effects on the transformation into an information society and the contribution of these tools to surveillance activities has been examined.

In a very short time between the invention of the internet and social media networks and their penetration into all areas of daily life, the effects of the mentioned networks on various areas from communication to the structure of society have been discussed and examined from different perspectives. Today, with 4.6 billion users, social media networks, which have spread to 59.5% of the world's population, have become platforms where individuals spend an average of 2.5 hours a day. The most important factor in the rapid spread of social media networks is seen as the possibility of interactivity and two-way communication. There are also opinions that this feature of social networks has many negative consequences besides its positive benefits, and that a system that is far from being equal and fair has been created on issues such as visibility and the distribution of economic gains provided by social networks. In addition to all these, it is claimed that the user data in social media networks are monitored by the owners of commercial and political power and some gains are obtained from these data.

The concept of identity began to be discussed individually, with the effect of modernism, and the emergence of the individual and the issues specific to the individual at that time led to the discussion of the concepts of public space and private space. Afterwards, postmodernism and consumer culture showed their effects on the concept of identity, and thus identity became fluid as constantly consumed

images. As a result of internet technology and its social effects, it was stated that a period called digimodernism started to be experienced and digital identities that can be built instantaneously in this period have their own language and symbols (Kirby, 2009).

All these social transformations are criticized in terms of allowing some surveillance activities in various ways. It is emphasized that each period allows surveillance within the framework of its own technological developments and during these periods, surveillance activities have changed and transformed as well as the structure of society. The diversity and scope of surveillance technologies transform the society in which they live into a surveillance society day by day, and while individuals participate in social media networks, which are the most common means of surveillance, they shape their digital identities under the influence of the surveillance society. It is thought that users, who are divided into two groups as digital natives and digital immigrants, according to the period they met with internet technology and digitalization, have different approaches to privacy and surveillance while constructing their digital identities in social media networks. This study includes a comparative evaluation of 522 digital native and digital immigrant active social media users in terms of privacy concerns, privacy control, privacy disclosure, surveillance awareness and privacy violation awareness in the process of digital identity construction. The result of the research is that in the process of digital identity construction in social media networks, digital natives disclose less privacy, digital immigrants are more aware of surveillance, and they do not differ in the two groups concerned about their privacy, the thought of having control over their privacy, and awareness of privacy violations showed.

Keywords: Social media networks, surveillance society, self, identity, digital identity construction, panopticon, synopticon, superpanopticon, omnipotent, digital native, digital immigrant.

ÖNSÖZ

Hume'un "Eğer burada durup daha ileriye gitmeyeceksek, niçin bu noktaya kadar geldik?" sorusundan aldığım ilham ile çıktığım bu yolculukta, karşılaştığım her problem ve zorlukta kendime aynı soruyu sorarak daha azimli olmaya ve elimden gelenin en iyisini yapmaya çalıştım. Her zaman hayallerimi sabırla dinleyip benden yardımlarını ve desteğini esirgemeyen, problemleri çözme hızı ve yöntemlerine hayran olduğum sevgili dostum Sibil Can'a, benim için her zaman neşe kaynağı olan ve çıktığım her yolculukta beni yüreklendiren, tüm duygusal çalkantılarımda sabrı ve şefkatiyle yanımda olan hayat arkadaşım Yılmaz Yıldız'a, daima başarılı olacağıma dair inançla gözleri ışıldayan, başka bir şehirde de olsa gölgesini hep üzerimde hissettiğim başta canım babam Atilla Mehmet Açıkgozoğlu'na ve aileme tüm kalbimle teşekkürü borç bilirim.

Hem lisans hem yüksek lisans eğitimimde derslerine katılma şerefine nail olduğum, iletişim alanındaki engin bilgilerinin yanı sıra samimiyetleri ve güler yüzlü halleriyle İstanbul Üniversitesi'ni ikinci yuvam olarak benimsememi sağlayan kıymetli hocalarım Prof. Dr. Ayla Okay ve Prof. Dr. Yeşim Güçdemir'e, tez konusu belirleme ve tez yazım süreçlerinde yaşadığım tüm zorluklara karşı beni cesaretlendiren, bilgi birikimiyle yoluma ışık tutarak sonsuz desteğini benden esirgemeyen tez danışmanım, sevgili hocam Prof. Dr. Yeşim Güçdemir'e tüm katkıları ve sağladığı motivasyon için şükranlarımı sunuyorum.

İstanbul, 2021

Merve Yıldız

İÇİNDEKİLER

ÖZ	ii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
RESİM LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA ve DİJİTAL KİMLİK İNŞASI

1.1.İnternet ve Sosyal Medya; Temel Kavramlar ve Gelişim Süreci	9
1.1.1.İnternetin Gelişimi; Web 1.0, Web 2.0, Web3.0 ve Sosyal Medyanın Hayatımıza Girişi	17
1.1.2.Sosyal Medyanın Özellikleri.....	23
1.1.3.Dijital Ortamlar ve Sosyal Ağlar	27
1.2. Kimlik İnşası, Benlik ve Dijital Kimlik.....	33
1.2.1. Kimlik Kavramı	36
1.2.2. Kimliğin Dönüşümü.....	42
1.2.2.1. Modern Kimlik.....	45
1.2.2.2. Postmodern Kimlik	46
1.2.3. Benlik Kavramı	47
1.2.4. Benlik Sunumu.....	55
1.2.5 Dijital Kimliğin Tanımı	60

İKİNCİ BÖLÜM

GÖZETİM TOPLUMU ve DİJİTAL KİMLİK İNŞASINA ETKİLERİ

2.1. Gözetim: Kavramsal Çerçeve	66
2.1.1. Kuramsal Açıdan Gözetim Sistemlerinin Tarihsel Gelişimi	73
2.1.1.1. Bentham'dan Foucault'ya Panoptikon.....	76
2.1.1.2. Sinoptikon	80
2.1.1.3. Süperpanoptikon	80
2.1.1.4. Omniptikon	82
2.1.2. Geleneksel ve Yeni Gözetim Teknolojileri Arasındaki Farklar.....	83
2.1.3. Modernizm Postmodernizm ve Dijimodernizm Ekseninde Küreselleşen ve Dönüşen Gözetim, Kamusal Alan ve Özel Alan Kavramları.....	84
2.2. Gözetim Toplumunda Dijital Kimlik İnşası	97
2.2.1. Dijital Göçmenlerden Dijital Yerlilere, Gözetim Toplumu ve Gözetim Toplumuna Dönüşüm.....	100
2.2.1.1. Dijital Göçmenler.....	101
2.2.1.2. Dijital Yerliler	102
2.2.2. Gözetim Toplumu ve Gözetim Toplumuna Dönüşüm Süreci	104
2.2.3. Gözetim Toplumunda Mahremiyet ve Bireylerin Kimlik İnşası Sürecine Etkileri.....	108
2.2.3.1. Gözetim Toplumunda Mahremiyetin Dönüşümü ve Dijital Kimliklere Etkileri	117
2.2.3.2. Gözetim Toplumu Benlik Sunumuna Etkileri	122
2.2.3.3. Gözetim Toplumu ve Dijimodern İnsan	123
2.3. Gözetim Karşıtlığı ve Gözetime Karşı Gizlenme	125

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
GÖZETİM TOPLUMUNA DÖNÜŞÜMÜN BİREYLERİN
DİJİTAL KİMLİK İNŞASI SÜREÇLERİNE ETKİLERİ: DİJİTAL
YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER KARŞILAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Yöntemi, Konusu ve Önemi	129
3.1.1. Araştırmanın Amacı.....	130
3.1.2. Araştırmanın Modeli	130
3.1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	130
3.1.4. Araştırmanın Problemi	131
3.1.5. Araştırmanın Soruları.....	131
3.1.6. Araştırmanın Hipotezleri	132
3.2. Araştırma Evreni ve Veri Toplama Araçları.....	133
3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler	134
3.4. Verilerin Analizi	136
3.5. Bulgular.....	138
3.5.1. Açıklayıcı Faktör Analizi –AFA.....	138
3.5.1.1. Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi- AFA	142
3.5.1.2. Gizlilik Kontrolü Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi- AFA	143
3.5.1.3. Mahremiyetin İfşası Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi- AFA	144
3.5.1.4. Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi- AFA	146
3.5.1.5. Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi- AFA	147
3.5.2. Güvenirlilik Analizi	148
3.5.3. Araştırma Kullanılan Yapılara Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA).....	149

3.5.3.1. Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA.....	149
3.5.3.2. Gizlilik Kontrolü Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA	151
3.5.3.3. Mahremiyetin İfşası Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA	152
3.5.3.4. Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA	153
3.5.3.5. Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA.....	156
3.5.4. Demografik Bulgulara İlişkin Değerlendirme	157
3.5.5. Sosyal Medya Kullanım AlışkanlıklarıBulgularına İlişkin Değerlendirme.....	158
3.5.6. Mahremiyet Algısına İlişkin Değerlendirme	166
3.5.7. Fark Testleri ve Genel Değerlendirme.....	170
3.5.8. Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular.....	171
3.6. Bulgular ile Elde Edilen Sonuçlar.....	174
SONUÇ VE TARTIŞMA	182
KAYNAKÇA	187
EKLER.....	214

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Gözetimin işlevsel sınıflandırılması	68
Tablo 2.2: Günümüz kişisel veri izleme teknolojileri	71
Tablo 2.3: Mahremiyet kavramına ilişkin tanımlamalar	108
Tablo 3.1: Ölçek ve Alt Boyutlarının Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	137
Tablo 3.2: Ölçek İfadelerinin Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları	140
Tablo 3.3: Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları	142
Tablo 3.4: Gizlilik Kontrolü Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları.....	144
Tablo 3.5: Mahremiyetin İfşası Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları	145
Tablo 3.6: Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları.....	146
Tablo 3.7: Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları.....	147
Tablo 3.8: Ölçeklere Ait Güvenilirlik Analizi Bulguları	148
Tablo 3.9: Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri.....	149
Tablo 3.10: Gizlilik Kontrolü Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri	151
Tablo 3.11: Mahremiyetin İfşası Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri	152
Tablo 3.12: Gözetimin Farkındalığı Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri	154
Tablo 3.13: Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri	156
Tablo 3.14: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Kişisel Bilgilerinin Dağılımı	157
Tablo 3.15: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığının Karşılaştırılması	159
Tablo 3.16: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Sıklığının Karşılaştırılması	159
Tablo 3.17: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Aralıklarının Karşılaştırılması	162
Tablo 3.18: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Amaçlarının Dağılımı	163
Tablo 3.19: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarında Paylaşım Yapma Sıklığının Karşılaştırılması.....	164

Tablo 3.20: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medyada Kimlik ve Benlik Değişimlerinin Karşılaştırılması	166
Tablo 3.21: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarında Yer Verilen Bilgilerin Karşılaştırılması.....	167
Tablo 3.22: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Kullanım Şartları ve Gizlilik Politikasını Okuma Durumlarının Karşılaştırılması	169
Tablo 3.23: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Gizlilik Ayarları Yapma Durumlarının Karşılaştırılması.....	169
Tablo 3.24: Dijital Göçmen ya da Dijital Yerli Olma Durumuna Göre Değişkenlerden Elde Edilen Ortalama Skorların Farklılaşma Durumu.....	170
Tablo 3.25: Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları	171

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1: Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeği DFA Sonuçları.....	150
Şekil 3.2: Gizlilik Kontrolü Ölçeği DFA Sonuçları	152
Şekil 3.3: Mahremiyetin İfşası Ölçeği DFA Sonuçları.....	153
Şekil 3.4: Gözetimin Farkındalığı Ölçeği DFA Sonuçları	155
Şekil 3.5: Gizlilik Kontrolü Ölçeği DFA Sonuçları	157



RESİM LİSTESİ

Resim 1.1: Johari Penceresi.....	51
---	----



GİRİŞ

İletişim teknolojileri ve kitle iletişim araçları, insanlık tarihi boyunca toplumsal yapıyı değiştirip dönüştürmüştür. Telgraf, telefon, radyo ve televizyonun icadı ile insanlığın katettiği ilerleme serüveninde, internetin keşfi bir sıçrama olarak görülmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının, toplumu enformasyon toplumuna dönüştürdüğü, bilim ve rasyonel düşünme temelli, ekonomiden tarıma bütün sektörlerde enformasyon üretimine odaklanmış biçimde, medyanın kendine has semboller ve anlamlar ile enformasyon ürünlerine hakim olduğu bir toplum yapısının oluştuğu görülmektedir (Van Dijk. 2016: 42-43). Castells (1996) ise geçmişteki tüm toplumların enformasyona dayalı olduğunu, dolayısı ile enformasyon üretimi, işlenmesi ve dağıtımının, üretim ve gücün temeli olarak işlev gördüğü toplumsallaşma biçimini enformasyonel toplum olarak ifade etmeyi daha doğru bulmaktadır. İnternet teknolojisinin ve beraberinde sosyal medya ağlarının altyapı sağladığı, ağ toplumu olarak ifade edilen toplum yapısında ise bireyler ve kitleler birbirleriyle, internet aracılığıyla zaman ve mekandan bağımsız biçimde bağlantılı olmaktadır. İnternet teknolojisi ilk kullanılmaya başladığı Web 1.0 döneminde, tek yönlü ve kaynağı tekelleşmiş bir iletişim biçimi halindeyken günümüzün teknolojisi Web 2.0'a geçişle, zengin içeriklerin aktif kullanıcılar tarafından üretildiği ve tüketildiği, iş birliğine ve etkileşime dayalı bir yapıya dönüşmüştür. Sosyal medya ağlarının gündelik yaşamın her zerresine nüfuz ettiği günümüzde, bireyler bu platformlara çeşitli kişisel bilgilerini kaydederek, toplumsal görünürlük kazanabilecekleri sosyal ağlara üye olmaktadır. Bundan sonraki internet nesli olan Web 3.0 ile yapay zekanın okuyup, anlayıp yorumlayabileceği semantik web dönemine geçileceği ön görülmektedir (Güçdemir, 2017: 7-9). Sosyal medya ağları sayesinde bireylerin ve kitlelerin birbiriyle sürekli olarak bağlantıda olması ve buna bağlı olarak yaşanan dönüşümler ile ilgili çeşitli yaklaşımlar mevcuttur. Bir grup, yaşanan dönüşümleri toplumsal açıdan ilerici ve faydalı bulmakta ve yeni imkânlar doğduğunun altını çizmektedir. Kitleli iletişimin, güç sahibi bir grup insanın kontrolünden çıkıp, herkesin söz sahibi olacağı, muhalif seslerin de duyulabileceği haberleşme ve organizasyon ortamları haline geldiği vurgulanmaktadır. İnternet

teknolojilerini ifade etmek için şemsiye bir kavram ihtiyacı ile ortaya çıkmış yeni medyanın, bireylerin fikir ve görüşlerini ifade edebileceği, tartışmalara katılabileceği ve sosyalleşebileceği sosyal medya platformlarını barındırması, çift yönlü ve etkileşim esaslı bireysel ya da kitlesel iletişim akışını sağlaması açısından son derece önemli mecralar olarak kabul edilmektedir. Öte yandan internet etkisiyle değişen ve dönüşen toplumsal yapıya şüpheli bir yaklaşım ya da tamamiyle olumsuz bir bakış açısıyla, bahsi geçen teknolojilerin toplumsal yapının sonunu getireceğine dair görüşler de mevcuttur (Baban, 2012: 65). Sosyal medya ağlarının, iletişim bağlamında sağladığı bilginin kolay yayılımı ve bilgiye kolay erişim, bireysel bazda bilgi kaynağı veya alıcısı olarak belli bir seviyede yetkinlik gereksiniminin bulunmaması, geleneksel medya araçları sayesinde, küresel köy haline gelen dünyamızın sınırlarının, internetin keşfiyle daha fazla daralmış olması gibi sonuçların potansiyel dezenformasyon üretimi ve yayılımını da beraberinde getireceği düşünülmektedir (Çakır, 2017 :12). Aynı zamanda, bu ağların politik, ekonomik ve kültürel erk sahiplerince kontrol altında tutulduğu ve bu ağlardan elde edilen kazanç ile gönüllülüğün, asimetrik biçimde dağılmasının yanı sıra kitleleri gözetim altında tutmak amaçlı kullanıldığı ifade edilmektedir (Fuchs, 2016: 113).

İnternet teknolojilerinin yaşattığı toplumsal dönüşüm kimlik kavramı ve bu kavrama yaklaşım açısından da bir takım dönüşümlerin yaşanmasına sebebiyet vermiş, sosyal medya ağlarının kullanımının yaygınlaşması, bireylerin bu ağlarda varlık gösterirken diğer bireylere yansıtacakları dijital kimliklerini inşa edebilmelerine olanak tanımıştır. Kimlik kavramı zaman içinde farklı durumlar üzerinde temellenmiş ve bireyin toplumdaki yeri açısından önemi oldukça geç kavranmıştır. Önceki yüzyıllarda bireylerin kimlikleri ait oldukları sosyal sınıf, inanç, mevki gibi konular çerçevesinde değerlendirilmiştir. 16. yy'da dinin ve din adamlarının toplumsal yaşamda etkisinin azalması, sanayileşmenin, rasyonel düşünmenin ve aydınlanmanın yükselişiyle modernleşme beraberinde bireyselleşmiş kimlikleri getirmiştir (Güney, 2017: 72). Aynı zamanda modernleşme hareketleri, kamusal ve özel alan kavramlarının ayrışmasına, özel alan ve mahremiyet gibi kavramların önem kazanmasına sebep olmuştur (Aslan, 2011: 135). Bireyler bu dönemlerde kim oldukları ve yaşam amaçlarının neler olduğu gibi sorulara eğilerek kendilerine birey

merkezli kimlikler inşa etmeye başlamıştır (Baban, 2012: 74). Postmodern dönemde ise kimlik, bireylerin davranışlarından yola çıkarak değerlendirilen imajlarından oluşan ve tüketim kültürünün etkisinde akışkan ve değişime müsait bir yapıya bürünmüştür (Ayan, 2016: 40-41). Teknolojik gelişmelerin öncülüğünde yaşanan toplumsal değişimler, kimliğin sürekli olarak yeniden inşasına sebep olmuş ve günümüz toplumunda kimlik, anlık olarak üretilip tüketilen bir nesne haline gelmiştir (Özdemir, 2015: 112). İnternet etkisinde yani dijimodern dönemde ise kimlik kendi diline, kültürel öğelerine ve sembollerine sahiptir. Dijital kimlikler bireylerin çevrimiçi dijital platformlarda kendilerine dair paylaştıkları enformasyonlar aracılığıyla inşa ettikleri kimlikleri ifade etmektedir (Morva, 2016: 43). Postmodern ve dijimodern dönemde, sosyal ağların yükselişi ve internetin birey yaşamına tam anlamıyla entegre olması, kamusal alan ve özel alan arasındaki ayrımın yeniden silikleşmesine ve mahremiyet ifşası ve mahremiyet ihlâlinin anlamsal açıdan dönüşüme uğramasına, bireylerin kendi mahremiyetlerini gönüllü olarak ifşa ettikler, dijital kimliklerini bu yolla inşa ettikleri bir gözetim toplumuna sebebiyet vermiştir.

Bireyler çevrimdışı yaşamlarında da çeşitli rollere ve bu rollerin gereği olarak birden fazla kimliğe sahiptir. Sosyal medya ağlarındaki iletişimin yapısı, bireylerin olmak istedikleri kişiye ait benliği yansıtarak, dijital kimliklerini inşa ederken olduklarından farklı bir kişi portresi çizebilmelerine imkân tanımaktadır. Çünkü bireylerin benlikleri özünde, diğer bireylerin kendilerine yönelik algılarından yola çıkarak şekillenmektedir (Yavuz, 2019: 40). Bu sebeple kişiler, diğer insanlar üzerinde olumlu intiba bırakmaya çabalamaktadır. Dijital kimlik inşası süreçlerinde kullanıcılar, süreklilik halinde fotoğraf, video, metin ve benzeri içerikler paylaşarak, kim olduklarına dair paket bir sunumu, takipçileri ve dünya ile paylaşmaktadır. Bazı durumlarda da bireylerin gerçek isimlerini, cinsiyetlerini, statülerini ve yaşlarını gizlemek veya farklı göstermek gibi yöntemlerle, kurmaca bir kimlik üzerinden diğer kullanıcılarla etkileşime girdiği ve hatta iletişime katıldıkları mecranın yapısına göre bu durumun değişiklik gösterebildiği görülmektedir (Otrar ve Argın, 2014: 2). Goffman bireylerin, beğenilme ve kabul görme dürtüsü sebebiyle, içinde yaşadıkları toplumdan ayrılmış kimlikler inşa edemeyeceğini savunmaktadır ve ona göre bireyler daima alkış alma motivasyonu ile oluşturdukları sahne önü kimlikleri ve

sahne arkası kimlikleriyle ikili bir yaşam sürmektedir (Özdemir, 2015: 115). Sosyal medya ağlarında inşa edilen dijital kimlikler için alkış unsuru beğeni, yorum ve daha fazla görüntüleme olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimi zaman bu duruma benzer biçimde, bireylerin çevrimdışı ve dijital kimlikleri arasındaki farkların aşırıya kaçması sonucu, kimlik çatışmaları da yaşanabilmektedir. Dijital kimlikler ile ilgili bir başka yaklaşım ise bu kimliklerin inşası sürecinde çevrimdışı kimliklerle tam ilişki halinde ve bütünlük içinde olmasına çaba sarf edildiğini ifade etmektedir.

Dijital kimliklerin inşası sürecinde, sosyal medya ağları bireylere özgürlük hissi pompalıyor gibi görünse de bu mecralarda kişi hürriyeti konusunda eşitsizlikler söz konusudur. Demokrasi ve hukuk devletlerinde bireyler sosyal medya ağlarını kamusal bir alan olarak görüp, kamuyu ilgilendiren meseleler ile ilgili şahsi görüşlerini sunarken, hukukun üstünlüğünün tartışmalı olduğu coğrafyalarda, sosyal medya ağlarının direkt gözetime imkan tanıyan yapısı, bireylerin bu mecralarda fikir beyan ederken anonim kalmak istemesi ya da fikrini beyan etmemeyi tercih etmesiyle sonuçlanabilmektedir. Bu durum sosyal medya ağlarının sanal birer panoptik hapishaneye dönüştüğünü çağrıştırmaktadır (Baban, 2012: 74-77). Diğer yandan bireyler, sosyal medya ağlarının sağladığı düşünülen anonimlik hissine fazlasıyla kapılarak, bu mecralar aracılığıyla nefret söylemlerine ve linç kültürüne de katılabilmektedir.

Tarihsel süreçte güç sahipleri, hükmettikleri toplulukların üzerindeki kontrollerini sağlama almak amacıyla çeşitli gözetim faaliyetlerine başvurmuştur. İlk zamanlarda askeri denetim ve nüfus sayımı gibi eylemlerle gerçekleştirilen gözetim, zaman içerisinde hükmedilen grupların ve coğrafyaların genişlemesi ve teknolojik gelişmeler ile boyut değiştirmiştir. Geleneksel yöntemlerle toplumların ve bireylerin fiziki olarak gözetlenmesi şeklinde gerçekleştirilen gözetim faaliyetleri, gözetim teknolojilerinin ve araçlarının çeşitlenmesiyle dijital bir suret kazanmıştır. Bu dijitalleşme sayesinde, toplanıp depolanan bireylere ait verilere, biyolojik veriler, kamera kayıtları gibi yenileri eklenmiştir (Aydın, 2011: 4). Geleneksel ve modern dönemde gözetimsel faaliyetleri açıklamak için bir hapishane mimarisinin metaforik ifadesi olan panoptikon yani gözetleyen azınlığın tam görünmezlik halinde olduğu ve

gözetim nesnesi çoğunluğun bütünüyle gözetime açık olduğu sistemden bahsedilirken, modern ve postmodern dönemde geleneksel kitle iletişim araçları sayesinde çoğunluğun azınlığı gözetlediği sinoptikon, postmodern ve dijimodern dönemde internetin icadıyla azınlığın çoğunluğu zaman ve mekandan bağımsız olarak sanal ortamlar yardımıyla gözetleyebildiği süperpanoptikon ve en nihayetinde bu sanal ortamlar aracılığıyla herkesin herkesi gözetlediği omniptikon kavramları ortaya atılmıştır (Kalaman, 2016: 67). Gözetime karşı yaklaşımlardan biri bu faaliyetlerin toplumsal güvenliği sağlamak ve organizasyon amaçlı gerçekleştirildiğini ve gerekli olduğunu savunurken, diğer bir yaklaşım ise bireyler ve toplumlar üzerinde kontrol sağlamayı hedeflediği ve tektipleştirmeyi teşvik ettiği yönündedir (Akdağ, 2015: 10-11). Çağımızın dijital temelli gözetim faaliyetleri, sosyal medya ağları üzerinde, bireyleri yalnızlık çekmemek, görünür olmak, fark edilmek ve dışlanmamak için işbirliğine ve ifşaya teşvik ederek gönüllü mahremiyet ihlâli gerçekleştirmeleri üzerine şekillenmektedir (Bauman ve Lyon, 2016: 36-37). Böylece gözetim toplumuna dönüşüm kaçınılmaz olmuştur. İnternetin yaşamımızın her alanına dahil olduğu günümüzde, bireyler sosyal medya ağlarına katılırken kendilerine sunulan kullanım şartları ve gizlilik politikalarını çoğunlukla okumadan kabul etmekte ve dolayısı ile kişisel verilerinin üçüncü şahıslar tarafından erişilebilir hale geldiğinin farkında olmamaktadır (Esgin, 2015: 49). Bu sebeple, gözetim toplumu, bireylerin mükemmel olana öykündüğü dijital kimliklerinin, gönüllü mahremiyet ifşası ve ihlâli gerçekleştirerek gündelik yaşam içinde gözetimi normalleştirmek yoluyla güç sahipleri, ticari şirketler ve diğer bireyler için kolayca izlenebilir hale geldiğini ifade etmektedir (Kalaman, 2016: 64-65). Dijitalleşme kısa bir sürede oldukça hızlı biçimde yaygınlaştığı için nesiller arasında oluşturduğu farklılıklar da internet önceki döneme nazaran daha fazla derinleşmiştir. Bugün internet ile hayatının belli bir döneminden sonra tanışmış yani Türkiye için 1990 yılı öncesi doğumlu dijital göçmenler ile internet ile doğumundan itibaren iç içe olan 1990 yılı ve sonrası doğumlu dijital yerliler arasında dil, düşünce yapısı ve dünyaya bakış gibi gibi pek çok konuda büyük farklar olduğu gözlemlenmektedir. Dijital yerliler için internet teknolojisi adeta bir uzuv gibi işlev görmekte ve öğrenme biçimleri, sosyalleşme, kültür ve daha pek çok alanda kendilerine has bir yöntem geliştirmelerine imkân tanımaktadır. Bu durum dijital yerliler ve dijital göçmenlerin

sosyal medya ağlarında etkileşime katılırken, mahremiyet konusuna yaklaşımlarının da farklılaşmasına sebep olmaktadır (Tuğran, 2016: 10). Dijital yerliler açısından sosyal medya ağları ve bu ağlarda dijital kimlik inşası gerçekleştirmek için çeşitli kişisel ve mahrem bilgiler paylaşmak son derece olağanken, dijital göçmenler sanal dünyaya daha temkinli yaklaşmaktadır. İnternetin hayatımıza girdiği ilk dönemlerde dijital göçmen olarak isimlendirilen grubun bu ağlara yaygın olarak anonim hesaplarla katılmayı tercih ettikleri de bilinmektedir (Yıldız, 2012: 530). Ancak bankacılık işlemlerinden sağlık hizmetleri, alışveriş, sosyalleşme ve kültürel faaliyetlere kadar pek çok gündelik aktivitenin tamamen dijitalleşmesi ile dijital yerliler ve dijital göçmenlerin internet ortamına yaklaşımları arasındaki farklılığın yok olmaya başladığı da gözlemlenmektedir.

Mahremiyet kavramı hukuk çerçevesinde korunan, bireylerin özel alanlarına ait unsurların ikinci ve üçüncü şahısların müdahalelerinden izole olmasını ifade etmektedir ve bireysel haktır (Yavuz, 2019: 11). Fakat bu kavram gözetim toplumu dinamikleri içinde biçim değiştirmiştir. Bireylerin toplumsal anlamda görünürlük kazanması bir bakıma sosyal medya ağlarında var olmalarına bağlı hale geldiği için, bu ağlarda mahremiyetin çerçevesini belirlemek ve korumak da mümkün olmamaktadır. Gözetim toplumunun mahremiyeti gönüllü olarak ifşa eden yapısı, sosyal medya ağlarında yaşanan bir takım gizlilik ihlalleri ile sorgulanmaya başlamıştır. Önceleri bireylerin bu ağlardaki verilerinin çeşitli şifreleme yöntemleri ile korunduğunu dair yanılgıları, kişisel verilerin üçüncü şahıslar tarafından satın alınıp çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılabilecek bir nesne haline geldiğini gözler önüne seren bir takım faaliyetler sonucu yerini gizlilik endişesine bırakmıştır ve bu nedenle gözetim farkındalığı, mahremiyet ihlalinin farkındalığı gibi konular tartışılmaya başlamıştır (Kalaman,2016: 13).

Bu çalışma ile dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki sosyal medya kullanımı, sosyal medyada gözetime karşı farkındalık, mahremiyet ihlalinin farkındalığı ve mahremiyet ifşası konularındaki farklılık, ve gözetim toplumuna dönüşümün dijital kimlik inşasına etkisini ölçmek amaçlanmaktadır.

Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır:

H.0: Dijital yerliler gözetim toplumuna dönüşümde bireyin sosyal medyada dijital kimliğini yeniden inşası sürecinde gözetimin etkisiyle dijital göçmenlerden davranış farklılıkları göstermektedir.

H.0: Dijital yerliler gözetim toplumuna dönüşümde bireyin sosyal medyada dijital kimliğini yeniden inşası sürecinde gözetimin etkisiyle dijital göçmenlerden davranış farklılıkları göstermektedir.

H.1: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile gözetim farkındalığı durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.1a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla gözetim farkındalıkları daha yüksektir.

H.1b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla gözetim farkındalıkları daha yüksektir.

H.2: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile mahremiyet ihlâli farkındalığı durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.2a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla mahremiyet ihlâli farkındalığı daha yüksektir.

H.2b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla mahremiyet ihlâli farkındalığı daha yüksektir.

H.3: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile gizlilik endişesi yaşama durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.3a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla gizlilik endişesi yaşama durumları daha yüksektir.

H.3b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla gizlilik endişesi yaşama durumları daha yüksektir.

H.4: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile mahremiyet ifşası yapma durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.4a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla mahremiyet ifşası yapma durumları daha yüksektir.

H.4b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla mahremiyet ifşası yapma durumları daha yüksektir.

H.5: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile gizlilik kontrolüne sahip olduklarını düşünme durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.5a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla gizlilik kontrolüne sahip olduklarını düşünme durumları daha yüksektir.

H.5b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla gizlilik kontrolüne sahip olduklarını düşünme durumları daha yüksektir.

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veriler çevrimiçi anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket kısmında Kalaman (2017)'in mahremiyet ifşası, mahremiyet ihlali farkındalığı ve gözetim farkındalığı soruları, Xu ve arkadaşları (2008)'nin gizlilik ile ilgili endişeler soruları ve Benson ve arkadaşları (2015)'nin gizlilik kontrolü soruları kullanılmıştır. Sorular sosyal medya ağları kullanıcılarından 18-60+ yaş aralığındaki dijital yerliler ve dijital göçmenlerden oluşan basit tesadüfi örneklem ile seçilmiş 659 katılımcıya ulaştırılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde, internetin icadı, Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 nesilleri, sosyal medya ağları ve bu ağların özellikleri, kimlik, benlik ve dijital kimlik kavramları kimliğin zaman içinde modern, postmodern ve dijimodern kimliklere evrimi açıklanmıştır. İkinci bölümde ise gözetim kavramının kuramsal açıdan tarihsel evrimi panoptikon, sinoptikon, süperpanoptikon ve omniptikon kavramlarıyla ele alınmış ve gözetim teknolojilerindeki gelişmelerin, gözetim toplumuna dönüşüme katkısı ile kamusal alan, özel alan ve mahremiyet kavramlarındaki etkisi ve bu durumun dijital yerliler ve dijital göçmenler özelinde dijital kimlik inşasına etkisi değerlendirilmiştir. Üçüncü ve son bölümde, araştırmanın yöntemi, konusu, önemi, kullanılan ölçekler ve bu ölçeklerin geçerliliği doğrultusunda gerçekleştirilen analizlere, analiz sonuçlarına göre elde edilen bulguların geçmiş çalışmalardan hareketle tartışılmasına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA ve DİJİTAL KİMLİK İNŞASI

1.1. İnternet ve Sosyal Medya; Temel Kavramlar ve Gelişim Süreci

Geçmişte telgrafla başlayan iletişimsel gelişmeleri takip eden telefon, radyo, televizyon gibi teknolojik ilerlemeler, günümüzde internetin keşfi ile büyük sıçramalar yaşamaktadır. İletişim teknolojilerinin 20.yy'ın ikinci yarısından sonra yükseliş göstermesi, günlük yaşam içinde haberleşme, bilgiye ulaşma, iş, bankacılık, alışveriş gibi konularda büyük değişimler yaşanmasına sebep olmuş ve kitlesel iletişimi nicel ve nitel anlamda etkilemiştir.

Geleneksel medya araçları sayesinde dünyanın her yerinden haberdar olabilme durumu internetin gelişimiyle, iletişimin küresel bir boyutta gerçekleşmesine dönüşmüştür. Bireyler ya da gruplar, zaman ve mekândan bağımsız olarak, sanal biçimde birbirleri ile iletişim kurabilmekte ve böylece 7/24 dünyadan kopmadan yaşayabilmektedir. Çağımıza damgasını vuran teknolojik gelişmeler, en büyük etkiyi iletişim alanında göstermekte, iletişim olanakları ve iletişim teknolojileri günden güne yeni bir soluk kazanmaktadır (Güçdemir, 2015: 6-7). Teknolojik gelişmelerin günden güne akıl almaz boyutlara ulaşması ve dünya çapında tüm yaşam pratiklerinin dijital ortamlara entegre edilmesi ile internete olan ihtiyaç artmış, bireyler için internet ortamında varolmak adeta nefes almak kadar gerekli hâle gelmiştir. İnternetin keşfinden bu yana, her geçen gün internet kullanıcı sayısı artış göstermektedir. Ocak 2021 itibari ile dünya çapında internet kullanıcı sayısında %7.3 oranında yani 316 milyon kişi kadar artış gerçekleşmiştir. Dünya çapında, aktif sosyal medya kullanıcı sayısı %13.2 (490 milyon), artış göstermiştir. Böylelikle 2021 yılına ulaşıldığında dünya çapında internet kullanıcısı sayısı toplam nüfusun %59.5'ini ifade eden 4.66 milyara ulaşmıştır. Günümüzde her bir birey, günde ortalama 6 saat 54 dakikayı internet ortamında geçirmektedir (Bayrak, 2021a).

Toplumsal hayat üzerinde yeni iletişim teknolojileri ile gözlemlenen dönüşümlere farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu yaklaşımlardan ilki yaşanan dönüşümleri toplumlar için oldukça faydalı ve ilerici bulmakta, ikinci yaklaşım dönüşümle birlikte insanlık için doğan imkanların öneminin altını çizmekle birlikte ütopyalara karşı da şüpheci bir yaklaşım sergilemektedir. Üçüncü yaklaşım ise yeni iletişim teknolojilerine karşı son derece keskin bir tutumla olumsuz yaklaşmakta ve bu toplumsal dönüşümlerin toplumları parçalayacağı ve insanlığın sonunu getireceğini ifade etmektedir (Louw, 2006'dan aktaran Baban, 2012: 65).

Yaşanan teknolojik gelişmelerle internetin insan yaşamına hızla dahil olması ve beraberinde getirdiği küreselleşmeye yönelik çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. İnternetin gelişimiyle ve kullanımının yaygınlaşmasıyla, birey yaşamının temel pratiklerinde ve insan ilişkilerinin şekillenmesinde, zaman ve mesafe kavramlarının önemi kalmamış, Virilio'nun (2003) tabiriyle 'coğrafyanın sonu' gelmiştir. Virilio bu ifadesiyle sanal ortamı coğrafyanın sonu olarak değerlendirirken internete karşı olumsuz bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır. Castells (2001) ise internetin yaygınlaşmasıyla insan ilişkilerinin daha hızlı geliştiğini öne sürmektedir. Gerçek bir sanallık kültürüyle dönuşen zaman ve mekân olgusu biyolojik sınırlandırmalardan kurtularak insan ilişkilerini şekillendirmektedir. Bireyler internete tamamen entegre olmuş toplumsal yaşam içinde varlık gösterebilmek ve diğer bireyler tarafından dışlanmamak için sanal ortamlara dahil olmaktadır. Bauman (2006) ise Castells gibi internetin gelişimiyle ilgili olumlu düşünmemektedir. Bauman'a göre teknolojik gelişmeler, zaman ve mekân kavramını yok ederek, insanları birbirlerine yabancılaştırmaktadır ve kutuplaşmaya sebep olmaktadır (Virilio 2003, Bauman 2006 ve Castells 2001'den aktaran Kaya, 2017: 160-161).

Çevrimiçi platformlar, iletişim ve etkileşimde yeni bir boyuta geçişe sebebiyet vermiştir. İnteraktivitenin öneminin artması ile e-postalar, mobil iletişim araçları, anlık iletiler iletişim süreçlerinde boyut atlanmasına neden olmuştur.

Bilgisayar ve ihtiyaçları karşılama konusunda ciddi bir kaynak olan internet, temelanlamda milyarlarca uluslararası bilgisayarın, birbirleri ile iletişim halinde olduğu bir ağ olmaktadır. İnsanlara, çeşitli protokoller aracılığıyla bilgiye erişim imkânı sunmakta ve insanlık tarihinde, büyük toplumsal dönüşümlere sebep olan, sanayi devrimi gibi çığır açan toplumsal gelişmelere aracılık etmektedir (Kalaman, 2016: 13). Toplamlar günümüzde, dijitallikle birlikte iletişim faaliyetleri başta olmak üzere tüm toplumsal ve bireysel etkileşimlerin ağlar üzerine taşınmasıyla ağ toplumu haline gelmiştir. Bu yeni toplumsal örgütlenme biçimi büyük teknolojik gelişmelerle meydana gelmiştir ve sosyal ilişkiler, evrimii ve evrimdişi etkileşimle bireysellik ve topluluk oluşturma durumları yeniden inşa edilmektedir (Güçdemir, 2017: 6). Buhar makinalarının üretim ve kullanımı dolayısı ile üretim faaliyetlerinin makineleşmesi ile gerçekleşen sanayi devriminde enerji türlerinin önemi ne ise çağımız için de enformasyon teknolojilerinin önemi odur. Günümüzde yaşanılan teknolojik devrimin bir diğer özelliği ise enformasyonun kaynağı değil bilgi ve enformasyon işlenme biçimi ve bu enformasyonların iletişim aygıtlarına entegre edilmesi olmaktadır (Castells, 2008: 40). Yeni iletişim ortamlarının ve dolayısıyla internetin iletişim tarzı, çoklu iletişim biçimlerini bir ağ ortamında bütünleştirmesi ve kültürel tüm etmenleri sıkıştırılmış vaziyette içermesi, yeni iletişim ortamlarının, geleneksel iletişim ortamlarından farklarını nitelemektedir (Timisi 2013’ten aktaran Engin, 2015: 10).

Castells (2008) ağların gelişimini şöyle ifade etmektedir:

“20. Yy’ın son 30 yılında internetin gelişimi askeri stratejilerin bilim ve teknolojik gelişmelerle ortaklığının bir ürünüydü. Sonraları dijital teknolojiler, ses görüntü ua da veri her türlü mesajın paketlenmesini sağladığında, bağlantılı kontrol merkezlerini kullanmaksızın iletilebilen bir ağ oluşturmuştur. Dijital dilin evrenselliği ve iletişim sistemlerinin ağ oluşturmaya yönelik saf mantığı, yatay, küresel iletişim için teknolojik koşullar hazırlamıştır” (58).

İnternet ile iletişim, enformasyonun ses, görüntü, metin gibi çoklu biçimlerin birleşmesi ile gerçekleşmektedir. Zaman ve mekândan bağımsız olarak, küresel boyutlarda gerçekleştirilen bir iletişim sürecidir ve bireyler arası, gruplar arası, gruplar ve bireyler arası etkileşime imkân tanıyan toplumsal iletişim ortamı

oluşturmaktadır. Teknolojinin gelişimi ile değişen toplum yapısında, enformasyon ve teknoloji sıkı bir birliktelik içinde bulunmaktadır. Toplumsal, siyasi, iktisadi ve kültürel tüm yaşamımız teknolojinin hızına ayak uydurmuştur. Bilgiyi elde etme hızı ve yoğunluğunda yaşanan artışla bireyler karşılaştıkları enformasyonları derleyip bilgi elde etmek ve bunları paylaşma olanağına kavuşmuştur (Güçdemir, 2015: 9-12). *“Çoğul iletişim biçimlerinin dijitalleşmiş, ağlar oluşturmuş bütünlüğüne dayanan yeni iletişim sisteminin temel özelliği, bütün kültürel ifadeleri kapsamayı ve aktarmasıdır”* (Castells, 2008: 499).

Teknolojik gelişmelere paralel olarak iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim, yeni iletişim ortamlarını tanımlamak üzere yeni medya kavramının ortaya atılmasını sağlamıştır. Yeni medya ortamları bireylere fikir ve görüşlerin paylaşılabilceği, sosyalleşme ve tartışmalara katılma imkânı sunmaktadır. Yeni medyanın bireylere sunduğu bu sosyalleşme platformları sosyal medya olarak ifade edilmektedir. Sosyal medya platformları, çeşitli toplumları barındırması ve bireyleri bir araya getirmesi ile iletişim açısından büyük önem taşımaktadır (Vural ve Bat, 2010: 3348). Yeni iletişim teknolojileri, insan yaşamının temel pratiklerini kökten bir değişime uğratmıştır. Kültürel, coğrafi ve tarihsel özelliklerinden koparak, yepyeni bir sistem demeti halinde birleşirler. Bu durumda uzam ve zaman önemini yitirmekte ve onun yerini akışlar almaktadır. Kültürün maddi temellerinin yerini sanallık kültürü almıştır (Castells, 2008: 501). İnternetin insan yaşamına girmesi kısa bir geçmişe dayansa da iletişim ortamı olarak, mesajların iletiminde alıcı ve gönderici arasında etkileşime olanak tanıyan bir kanal olmasıyla kısa sürede küresel bir etki yaratmıştır. Tüm dünyada birbirine bağlı milyonlarca bilgisayardan oluşan bir ağ olan internet; bilgiye ulaşma, bilginin yayılması, bilginin saklanması kolaylığı gibi özelliklerinin yanı sıra, düşük maliyetli ve hızlı bir iletişim kanalı olmasından dolayı her geçen gün kullanıcı sayısını arttırmaktadır (Güçdemir, 2015: 24-26).

Akıllı telefonlar, tabletler, akıllı saatler ve televizyonlar gibi teknolojik gelişmelerle bireysel ve kitlesel iletişimde hız saliselerle ölçülecek kadar artmış, 3G ve 4G teknolojiler geleneksel medyanın, eğlence, eğitim, iletişim işlevlerine iş birliği kavramını eklemiş ve böylece yeni bir medya ortamı olan sosyal medya ortaya

çıkmiştir (Peltekoğlu, 2012: 4). Ocak 2021’de yayınlanan rapora göre dünya çapında kullanıcıların internet ortamına katıldığı cihazlar %55.7’lik oranla mobil cihazlar, %41.4 ile dizüstü ve masaüstü bilgisayarlar, %2.8 ile tablet ve %0.07 ile diğer cihazlar olarak belirlenmiştir. Bu cihazların bir önceki yıllara göre göstermiş olduğu kullanım oranı değişiklikleri ise mobil cihazlar için %4.6 artış, Dizüstü ve masaüstü bilgisayarlar için %5.8 azalma ve tabletler için %3.3 artış olarak kaydedilmiştir (Bayrak, 2021a).

Teknolojik gelişmeler tarihsel süreçte her zaman toplumsal düzeni ve insan ilişkilerini etkilemiştir. Matbaanın icadından internet teknolojisine kadar çeşitli dönemlerde radyo, televizyon ve bilgisayarın gelişimi toplumsal düzene ve insan ilişkilerine farklı biçimlerde etki etmiştir. İletişim süreci, 20. yüzyılın son on yılında küreselleşen kitle iletişim ve bilgisayar aracılı iletişimin birleşmesiyle multimedyanın insan iletişimine hâkim olması şeklinde gelişim göstermiştir (Castells, 2005’ten aktaran Güçdemir, 2017: 4).

“Enformasyon çağında baskın alan işlevler ve süreçler giderek ağlar tarafından örgütlenmektedir. Ağlar toplumlarımızın yeni sosyal morfolojisini oluşturur; ağlar oluşturma mantığının yayılması da üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinde işleyişi, sonuçları ciddi biçimde değiştirmektedir. Toplumsal örgütlenmenin ağ biçiminde olması, başka zamanlarda başka uzamlarda gerçekleşmiş olsa da yeni teknolojik paradigma, toplumsal yapının tamamına yayılması için gerekli maddi zemini de sağlar.” (Castells, 2008: 621).

İnternetin keşfiyle ortaya çıkmış olan yeni medya kavramı, eski teknolojilerin evrimi ile kendi içinde yeni kalıplar üretmiş ve günümüzde her türlü teknolojik yeniliğin adı haline gelmiştir. Karşılıklı etkileşimi temel alan bu medya ortamları, zamanla bireyi merkeze alan proaktif bir tutumun gelişmesini sağlamıştır. Yeni medya, bireylerin ortak bir platformda, etkileşimde oldukları küresel çaptaki kitlelere fikir ve görüşlerini sunma ve imaj paylaşımı imkânı sağlayan sosyal medya ağlarıyla, iletişim boyutunda çığır açan yenilikler getirmiştir (Küçük, 2015: 60-61). Yakınsama fonksiyonuyla tüm kitle iletişim araçlarını birleştirmiştir ve internet teknolojisine entegre edilmiş etkileşim ögesi sayesinde ortaya çıkan sosyal paylaşım ağları kullanıcıların internet ortamında bir araya gelmesi, bilgi ve veri paylaşımı yapmaları,

arkadaşlıklar kurmaları ve sosyalleşmeleri kısaca bireysel etkileşime olanak sağlamasıyla ön plana çıkmaktadır (Kırık, 2017: 71-72). İnternet bilgiye erişim ve kişiler ya da gruplar arası etkileşim konusunda sağladığı kolaylıkların yanı sıra bireylerin toplumsal olaylar hakkında fikirlerini beyan edip fikir alışverişi yapabilecekleri bir ortam sağlamasıyla toplumsal bir mekân haline gelmiştir. Tek taraflı bilgi akışı yerine çift yönlü ve etkileşim temelli iletişimin gerçekleştirildiği sosyal medya uygulamaları, toplu grupların yer aldığı, kişilerin kendileri yahut kurumlarını ve ürünlerini tanıttıkları, arkadaşlık ilişkileri kurdukları çevrimiçi medya türü olarak en yüksek paylaşımın gerçekleştiği ortamlardır (Sarı, 2012: 1-3). Bireyler taşınabilir ya da giyilebilir teknolojilerden, geleneksel medya araçlarından biri olan televizyona kadar pek çok iletişim ortamlarındaki içeriklere, tek tuşla ulaşabilmektedir. Bahsi geçen tüm cihazlardan sosyal medya uygulamalarına erişilebilmektedir. Bu durum iletişim süreçleri açısından büyük değişimlere yol açmakta ve iletişim teknolojilerinin geleceğine yön vermektedir.

Online ortamlar, eski iletişim teknolojilerinin bireylere sağladığı olanaklardan farklı özelliklere sahip olması sebebiyle yeni medya olarak nitelenmektedir. Eski iletişim ortamlarında içeriklerin belli bir kaynaktan yayılmasından farklı olarak günümüzde sosyal medya ortamlarında dolaşımda olan içeriklerin kullanıcılar tarafından oluşturulmuş olması, sosyal medya kullanımının hızla yaygınlaşmasına sebep olmuştur (Engin, 2015: 7). Sosyal medya ortamları yani forumlar, bloglar, çevrimiçi yayın ortamları, haber siteleri ve sosyal paylaşım ağları, pasif bir okuyucu durumundaki kullanıcıları iletişim sürecine dahil ederek etken duruma ve içerik üreten aynı zamanda tükettiği içerikle ilgili geri dönüş yapabilen kullanıcılar haline getirmiştir (Kalaman, 2016: 3-4).

İnternetin 20. yy'ın son on yılında hızla gelişimi, Castells tarafından üç etkene bağlanmıştır; birincisi Tim Berners-Lee tarafından World Wide Web (WWW)'in keşfi ve bunun beraberinde VintCarf ve Robert Kahn'ın geliştirdiği TCP/IP ile internet protokollerinin açıklığının süreklilik kazanması ve hala webin bu açık kaynak kodu ilkesiyle çalışması olmaktadır. İkinci etken; internetin yapısı gereği hem küresel bir ağ topluluğu olup hem de özelleştirilerek ticari ve iş birliği amaçlı

kullanımına imkân tanıyan yapısı iken üçüncü etken; toplum yapısı ve kültürel açıdan meydana gelen büyük değişimler, kısaca bireyselleşme ve ağ toplumuna dönüşüm olarak açıklanmaktadır (Güçdemir, 2017: 5-6).

Sosyal medya ortamları ile geleneksel medya arasında enformasyonların oluşturulması ve dağıtımı açısından pek çok farklılık bulunmaktadır. Geleneksel medyada belirli bir kaynaktan yüksek maliyetlerle yayılan enformasyonun yerini, mali açıdan neredeyse hiçbir külfeti olmadan kullanıcılar tarafından oluşturulup dağıtılan enformasyon almıştır. Geleneksel medya araçlarında tek yönlü iletişim gözlemlenirken, sosyal medya ortamlarında çift yönlü ve etkileşimli iletişim gerçekleşmektedir.

Sosyal medya ortamlarının sağladığı teknolojik olanaklar, kullanıldığı toplumlarda hem toplumsal hem bireysel büyük değişikliklere sebep olmaktadır. Bireysel ve toplumsal büyük dönüşümlere sebep olma potansiyelinin yanı sıra kullanıcılar arası dezenformasyon üretimi ve yayılması, yanıltıcı içerikler ve önyargıların beslenmesi gibi sonuçlar da doğmaktadır (Çakır, 2017: 12).

Sosyal medya üzerine yapılan tartışmaların büyük çoğunluğu sosyal medyanın sosyalliği üzerine olmaktadır. Sosyal medya herhangi bir zaman ya da mekân farklarından doğan fizikî engelleri ortadan kaldırarak, bireylerin birbirleriyle bir araya gelmesini ve sosyalleşmesini mi sağlamakta yoksa tam aksine bireylerin sanal dünyalar içinde gerçeklik algısını yitirmesine ve içine kapanmasına mı sebep olmaktadır sorularının cevabı derin tartışmaların konusudur. Bu soruların cevabına yönelik kuramcılarının yoğun çalışmaları olsa da sosyal medyanın sosyalliğe etkisi konusu netlik kazanmamıştır (Baban, 2012: 70). Sosyal medya ile bireylerin, gizli kimlikler üzerinden ya da aslında olmadıkları ama olmak istedikleri kimlikleri diğer bireylere yansıtarak sanal dünyanın içinde sahte bir yaşam sürerek öz benliklerinden uzaklaşmakta ve yalnızlaşmakta oldukları görüşünün yanı sıra bireylerin, sosyal medya sayesinde görüşlerini daha özgürce ifade etmekte ve daha geniş kitlelerle etkileşim imkânı bularak sosyalleşmekte oldukları görüşü de mevcuttur.

“Fuchs webin gelişimini sosyolojik açıdan; Durkheim’in sosyal olgu modeli, Weber’in sosyal eylemler/ilişkiler modeli ve Marx ve Tönnies’in iş birliği modelini temel alarak bir çerçeveye oturtmaktadır. Sosyolojik açıdan webin, bilginin biliş, iletişim ve ortaklaşmanın üçlü dinamik sürecini kapsadığı varsayılmaktadır. Biliş süreci Durkheim’a göre, sosyal bir davranıştır. Weber’e göre, insanlar sadece diğer insanlarla sosyal ilişkiler içine girerek varolabilirler. Onlar bu ilişkilerde sembollerini takas ederler, iletişim kurarlar. Bu seviye ise Weber’in sosyal ilişkiler kavramının karşılığıdır. Marx ve Tönnies ise iletişimin bireysel olmadığını, zamanda ve mekânda da sürekli olduğunu söylemektedir. Web 1.0, web aracılı biliş üzerine kuruludur. Bireyler sosyal ağ üzerinden her türlü veriye ulaşabilirler. Web 2.0 ise web aracılı biliş yanında iletişim üzerine kuruludur. İnsanlar, bilgisayar ve bilgisayar ağlarından yararlanarak depolanan iletilere ulaşmakta, bunları yaymakta ve birbirleriyle iletişime geçmektedir. Web 3.0 ise web araçlı bilişim alt yapısı ile web aracılı iletişime imkân tanımaktadır. Web tabanlı iletişim süreci bilişim alt yapısı olmadan mümkün değildir.” (Fuchs, 2009’dan aktaran Güçdemir, 2017: 9-11).

Sosyolojik açıdan webin dönemleri ele alındığında, web 1.0 teknolojisi Durkheim’ın teorisine yakın bulunmaktadır. Çünkü Durkheim biliş, tek bir bireyin sosyal gerçekliğinin devamlı olarak düzenlenmiş ve nesnelleştirilmiş bir sosyal düzeni olarak açıklamaktadır ve bu düzenin sosyal davranış olduğunu belirtmektedir. Web 2.0 ise birçok düşünce yapısını bir arada bulundurması ve buna bağlı olarak toplumsal rollerin gerçekleştirilmesi ile iletişimsel bakış açısıyla Weberci anlamda sosyaldır. Topluluk oluşturma ve karşılıklı sembolik bir etkileşim sağlanmasını ifade eden web 3.0, Marx ve Tönnies’e göre sosyal oluşumlar içinde karşılıklı bağlılık, birliktelik duygusu ve değerlerin ortaklığını odak noktası haline getirmektedir. Çevrimiçi ortamlar kullanıcıların sosyal ağ kurmalarına ve sosyal birliktelik duygusunun gelişmesine olanak tanır. Web 1.0 insan bilişini, web 2.0 insan iletişimini, web 3.0 ise iş birliğini temel alan bir sistemdir (Güçdemir, 2017: 12-13).

Sosyal medya Postman’a göre etige ve toplumsal yaşama uygunsuz olan her türlü tutum ve davranışın sergilendiği mecraları içermektedir. Bilgiye erişimi kolaylaştırması ve bilgiyi yayınlatabilmek için gerekli yetkinliği sıradanlaştırması ile olumsuzluklara sebebiyet vermektedir. Baudrillard’a göre ise; enformasyona ulaşma kolaylığı sunması ve kişisel iletilerin aktarımı gibi konularda saliselerle ölçülebilecek derece artan hızıyla sosyalleşmeye katkı sağlamaktadır. Marshall McLuhan sosyal medya kavramını literatüre kazandırdığı ‘küresel köy’ kavramıyla ilişkilendirerek

değerlendirmekte ve sosyal medyanın bahsi geçen küresel köyün sınırlarını daha fazla daralttığını öne sürmektedir. Manuel Castells ise bireylerin teknolojiden izole bir hayat sürmelerinin imkânsız olduğunu düşünmektedir (Kütükoğlu, 2019: 84-88). Toplumlara ve toplumlar içindeki bireylere online bir yaşam alanı sunan sosyal medya, online ortamlarda varlık göstermeyen bireylerin, çevrimdışı yaşamında da toplumda yer edinemeyeceğine dair bir etki yaratmaktadır (Gündüz, 2013: 134). Teknolojik gelişmeler ve bilgi teknolojilerinde yaşanan devrim niteliğinde gelişmeler, kapitalizmin toplum yapısında sebep olduğu değişimlere eklendiğinde ortaya yeni bir toplum yapısı olarak ağ toplumu kavramı çıkmaktadır (Castells, 2006: 3).

Safko'ya (2009) göre, çevrimiçi topluluklar arasında sözel, görsel ve işitsel içeriklerin yaratılması ve paylaşılmasını sağlayan web tabanlı, etkileşimli medya aracılığıyla bireylerin fikir ve düşüncelerini paylaşmak üzere faaliyet gösterebilecekleri uygulamalar, sosyal medyayı akla getirmektedir. Sosyal medya ortamlarında kilit sözcük iş birliği olmaktadır. Sosyal medya ortamları olarak, görsel, işitsel ve metinsel içeriklerin paylaşılabileceği mikrobloglar, Facebook, Instagram gibi sosyal ağlar, Wikiler, eğitim amaçlı yayınların yapılabilmesi yayıncılık uygulamaları, kullanıcıların kendilerini bir parçası olarak hissedebileceği kümülatif sanal dünyalar, bloglar, forumlar, içerik üretme siteleri, Yahoo, SurveyMonkey, Google gibi bütün kategorileri barındıran arama motorları, Whatsapp, Skype, Messenger gibi kişiler arası iletişime olanak tanıyan uygulamalar gibi on beş temel kategoriden söz edilmektedir. (Safko, 2009'dan aktaran Peltekoğlu, 2012: 4-5).

1.1.1.İnternetin Gelişimi; Web 1.0, Web 2.0, Web3.0 ve Sosyal Medyanın Hayatımıza Girişi

Mart 1989'da, "Yüksek Enerji Fiziği" konusunda dünyanın çeşitli yerlerinden araştırma yapan bireyler arasında iletişim sağlanması amacıyla geliştirilen Web 1.0, Tim Berners-Lee tarafından CERN'de geliştirilmiştir. WWW; ses, görüntü, metin gibi birbirinden farklı yapılarıdaki verilerin, kompakt ve etkileşimli bir biçimde

bulunduğu çoklu hiper ortamdır. Webin ilk dönemlerinde kullanıcılar ve web sunucuları arasında tek taraflı bir veri aktarımı süreci mevcuttur, kullanıcılar yalnızca pasif okuyucular konumundadır ve içeriğin oluşturulması sürecine dahil olmamaktadırlar. Web sitelerinin içeriğinin oluşturulması ve kontrol edilmesi bakımından tekellik bulunmaktadır. Etkileşimin söz konusu olmadığı Web 1.0 döneminde, web altyapısı yetersizliğinden dolayı, web sitelerinin görüntüsü basit broşürler şeklinde olmaktaydı. O'Reilly Media tarafından Web 2.0'ın geliştirilmesiyle, iş birliği ve etkileşime dayalı bir ortam haline gelen internet, sosyal ağ uygulamaları, web tabanlı özgür ansiklopediler, forumlar, podcastler ve diğer çevrimiçi sosyalleşme ve paylaşım olarak tanıyan ortamlarla zenginleşmiştir. İnternetin ilk dönemi Web 1.0 olarak adlandırılmaktadır. Web 1.0 döneminde içerikler bir yayıncı tarafından yayınlanmakta ve kullanıcıların okuması için sunulmaktaydı. Bu dönemde kullanıcılar, pasif okuyucular olarak rol almakta ve etkileşim imkânı bulamamaktaydı. Web 2.0 dönemine geçişle kullanıcılar yalnızca içerik okuyucuları değil aynı zamanda içerik oluşturan, oluşturdukları içerikleri sosyal ağ profillerinde belirli kitlelerle paylaşan ve onlarla etkileşime geçen bireyler haline gelmiştir. Sosyal ağlarda oluşturdukları profiller aracılığıyla çevrimiçi olarak diğer bireylerle sosyalleşmekte, kendi arkadaş listelerindeki kişilerle paylaşım, beğeni ve yorumlar aracılığıyla iletişime geçebilmekte ve hatta kendi arkadaş listelerindeki kişilerin arkadaş listelerine de ulaşabilmektedir. Sosyal medya olarak da adlandırılan Web 2.0 teknolojileriyle bireyler çevrimiçi ortamlarda yalnızca pasif tüketici olarak değil, aktif ve üreten kullanıcılar olarak yer almaktadır. Sosyal medya araçlarıyla bireyler dünya ile eşzamanlı olarak tüm olaylardan haberdar olabilmekte yine eşzamanlı olarak tüm dünya ile iletişim kurabilmektedir (Güçdemir, 2017: 7-8). Web 2.0 terimi ilk olarak bilgisayar teknolojisinde öncülük eden O'Reilly Media tarafından literatüre kazandırılmıştır. Web 2.0'ın temel nitelikleri; köklü merkezizleştirme, kesin bir güven, tek bir noktadan yayıncılık anlayışı yerine kullanıcıların rol aldığı katılımcılık, zengin kullanıcı deneyimi, bireylerin kendi verilerini kontrol edebildiği bir platform, daha büyük kullanıcı kitlesine hizmet veren daha iyi yazılım, kolektif zekâ ve belirsiz kullanıcı davranışları olarak belirlenmiştir. Web 2.0 birbirine bağlı cihazların zengin kullanıcı deneyimi sağlayan ve sürekli olarak çeşitli güncellemelerle hizmet veren uygulamalar sayesinde daha çok insanın

çevrimiçi ortamlarda gerçekleşen iletişime katılmasına olanak tanımaktadır (Fuchs, 2016: 50).

İletişimin ses, görüntü, metin gibi çeşitli formlarda gerçekleştirildiği, bireysel tecrübelerin bir hikayeler demeti halinde paylaşıldığı ve zaman-mekân kısıtlamalarından etkilenmeksizin paylaşma ve tartışma platformlarına dahil olmak suretiyle sosyalleşme imkânı sağlayan sosyal medyanın, katılımcılara özgüven veren ve etkileşime katılmaları konusunda cesaretlendiren bir yapısı bulunmaktadır. Bireyler sosyal medya platformlarında diğer kullanıcılardan geri bildirim alabilmektedirler. Sosyal medya platformlarının yoğun etkileşim imkânı sunması dolayısıyla açıklık, geleneksel medyaya nazaran daha işlevli ve çift yönlü iletişim ortamı sunması sebebiyle konuşma, hızlı bir biçimde topluluk oluşturmaya olanak tanınmasıyla topluluk ve birçok siteyi barındırması ve siteler arası gezinme imkânı sunması dolayısıyla bağlantılılık özelliği bulunmaktadır (Vural ve Bat, 2010: 3351).

Uzay zaman kısıtlamasından muaf olarak internete erişebilen sanal/dijital kimlik kullanıcılarının, içerik üretme, paylaşma, diğer bireylerin oluşturduğu içerikleri beğenme, yorum yapma, gündelik sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel konularailişkin fikirlerini beyan etme yoluyla iletişim ve etkileşim süreçlerine katıldığı ortamlara sosyal medya adı verilmektedir. Sosyal medya sayesinde bireyler diğer kişilerle iletişim ve etkileşim halinde olma imkânı elde etmektedir. Zaman ve mekân konusunda herhangi bir engelle karşılaşmadan diğer kullanıcılarla yardımlaşma, sorulara yanıt bulma ve diğer kullanıcıların sorularını yanıtlama olanağı sağlamasıyla sosyal medya günümüzde etkileşimin ve iletişimin en yoğun yaşandığı platformdur (Engin, 2015: 1-2).

“Sosyal medya terimi kullanıcıların birbirleriyle bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaşarak etkileşim kurmaları için olanak sağlayan online araçlar ve web sitelerini içermektedir. Sosyal medya, teknolojiyi, sosyal girişimciliği kelimeler, fotoğraflar, videolar ve ses dosyaları ile birleştiren şemsiye bir kavramdır” (Özel 2011’den aktaran Engin, 2015: 8).

İnternet ve sosyal medya sayesinde oluşan sanal iletişim dünyası, kişilerarası iletişim boyutunda, arkadaşlık, evlilik, bir grubun üyesi olma, kimlik ve aidiyet gibi kavramların da şekil değiştirdiği bir ortam haline gelmiştir. Kullanıcılar zaman ve mekân kısıtlamasından uzak, kendilerini yeniden tanımlama imkânı bulmakta, kimlik inşası gerçekleştirebilmektedir. Başlangıçta yalnızca dijital yerliler olarak tanımlanan genç nesil tarafından kullanılsa da sosyal medya günümüzde yaşlı sayılabilecek dijital göçmenlerin de oldukça rağbet gösterdiği iletişim bir iletişim ortamı haline gelmiştir. Ağ bağlantılı yapısıyla dijital çağ, fiziksel bağlayıcılıklardan sıyrılmış, etkileşimli ve herkesin hem üretici hem de tüketici rolünü üstlendiği bir çağ haline gelmiştir (Güçdemir, 2015: 59-60). İnsanlığın ilk çağlarında mağara duvarlarına çizilen resimler ve betimlemeler aracılığıyla gerçekleştirilen paylaşımlar, günümüz toplumunda sosyal medya ortamlarında fotoğraf, ses, video, metin gibi materyallere evrilmiş, paylaşım ortamı ve şeklinde değişiklikler çok fazla olsa da paylaşım dürtüsünün aynı olduğu belirtilmiştir (Küçük, 2015: 61).

İnternet ve dolayısıyla sosyal medyanın ortaya çıkışı, bireylerin iletişim ve etkileşim konusunda en üst seviyede faaliyet gösterebilmesine olanak sağlamıştır. İnternetin ilk dönemlerini tanımlayan Web 1.0 teknolojilerinin yerini alan Web 2.0, sosyal ağ siteleri internetin paylaşım ortamına dönüşmesini sağlamıştır. Web 1.0 teknolojilerinin bilginin aktarımı konusunda geleneksel medya ortamlarına benzer biçimde etkileşime daha az imkân sağlaması sorunu Web 2.0 teknolojileriyle aşılmış, sosyal medya ağları bireylerin hem içerik üreticisi hem tüketicisi konumuyla diğer bireylerle günlük yaşam rutini içinde sosyal ilişkiler kurduğu ortamlar haline gelmiştir. Bireyler Web 2.0 olarak isimlendirilen sosyal ağları sanal bir toplumsal yaşam alanı olarak benimsemektedir. Sosyal ağlar bu sanal toplumsal yaşam alanı düşüncesi ile kayıtlı kullanıcılar ve onların diğer kullanıcılarla ilişkileri üzerine temellenmektedir. Bu sosyal ağlarda kullanıcılar kendileri hakkında ne kadar bilgi paylaşacaklarına yine kendileri karar vermektedir (Büyüksener, 2009: 19).

Kullanıcıları tek yönlü iletişimin pasif alıcıları rolünden, sosyal medyanın getirdiği ana yenilik olan etkileşim, uzaklaştırmıştır. Etkileşimli ortam sayesinde kullanıcılar aktif olarak iletişim ortamlarına katılmakta, içerik okumakta, içerik üretmekte,

yayınlamakta, diğer kullanıcıların paylaşımlarını beğenmekte ya da paylaşmakta ve böylelikle coğrafi sınırlamalara maruz kalmadan özgürce içerik üreticisi olarak sosyalleşmektedir. Kullanıcılar özgürce oluşturdukları içerikleri diledikleri kişilere diledikleri zaman ulaştırabilmektedir (Uraltaş ve Bahadırılı, 2012: 37).

Sosyal medya kavramıyla ilgili çok çeşitli tanımlamalar bulunmakta, günden güne hızlı gelişimi ve dönüşümü sebebiyle çoğu zaman tanımlama konusunda zorluklarla karşılaşmaktadır. Sosyal medya kavramıyla ilgili çeşitli tanımlardaki ortak noktalar şöyle sıralanmaktadır (Güçdemir, 2017: 15):

- Sosyal medya içeriği kullanıcıların oluşturduğu ve bu içerikler üzerinden etkileşim sağlanan sanal topluluklardır.
- Sosyal içerikli web siteleridirler.
- Kullanıcılar tarafından oluşturulan ses, görsel ve metin dosyalarını içerirler.
- Kullanıcılar kendi içeriklerini özgürce oluşturmaktadır.
- Yoğun katılımın sağlandığı dijital ortamlardır.

Bilgiyi tek yönlü biçimde yalnızca okuyucu olarak görüntüleyebilen Web 1.0 kullanıcıları, bilgiyi paylaşma ve geribildirim konusunda eksik bir konumda bulunmaktaydı. Web 2.0 teknolojisi ile interaktif bir hal alan iletişimsel faaliyetler, Web 1.0'daki tek yönlülüğü ve pasif bilgi yayınlarını ortadan kaldırmıştır (Uraltaş ve Bahadırılı, 2012: 36).İnternetin iletişim kanalı olarak popülaritesinin artmasının bir diğer sebebi Web 1.0 döneminin sosyal medya olarak da adlandırılan Web 2.0 teknolojilerine geçilmesidir. Sosyal medya uygulamaları, içeriği tamamen kullanıcıların belirlediği, etkileşimin ve tartışmanın ön planda olduğu bir iletişim ortamıdır (Güçdemir, 2015: 27-28).

Web 2.0 teknolojisi zaman içinde gelişerek önemli değişimler yaşamış ve pek çok farklı uygulamaların kullanıcılara sunulmasını sağlamıştır. Facebook, Youtube, Myspace, Twitter, Instagram ve diğer pek çok uygulama ile kullanıcılar diğer kullanıcılar ile iletişime geçmek üzere çeşitli profiller oluşturmakta, bu mecralarda yansıtacakları benlik özelliklerine uygun kimlik inşa etmektedir. Web 2.0 kitlesel bir teknoloji olmaktan ziyade bireysel odaklı olma özelliği göstermektedir. Dinamikliği

sayesinde kullanıcıların ön plana çıktığı bir internet anlayışı gelişmesini sağlamaktadır (Kırık, 2017: 74-75).

Web 2.0 günümüzün web teknolojisi olarak kabul edilmekte ve webin geleceği için “semantik web” dönemine geçişle üçüncü nesil web teknolojisi yani Web 3.0 döneminin başlayacağı öngörülmektedir. Semantik web kısaca yapay zekanın okuyup anlayarak, yorum yapabilecekleri bir sistemdir. Web 3.0 teknolojisine göre, webdeki tüm içerikler tek bir veri tabanı gibi düzenlenerek, kullanıcıların aradıkları tüm içeriklere tek seferde ulaşabilecekleri bir sistem oluşturulacaktır. Web 3.0’da web siteleri yalnızca web sayfaları olarak değil, siteler içindeki her bir kelime kendi içinde bir anlam ifade edecek biçimde kodlanacak ve arama motorları web sitelerin içindeki her bir kelimenin neyi ifade ettiğini kavrayıp yorumlayabilecektir. Cümlelerin öğeleri olan özne, yüklem, nesne ve sıfat gibi öğeler daha iyi analiz edilerek kullanıcılara yeni bir web deneyimi yaşatacaktır. Yapay zekâ çevrimiçi ortamlardaki bilgileri kontrol ederek kullanıcılara daha doğru arama sonuçları sunabilecektir. Web 3.0 teknolojisi sayesinde yapay zekâ kullanıcıların web üzerindeki davranışlarını yorumlayabilecek ve bundan hareketle kullanıcıya özel içerikler düzenleyebilecektir. Üçüncü nesil webde kullanıcılar arama motorlarına yalnızca arzu ettikleri şeyi yazarak tüm seçenekleri kendilerine özel bir kombinasyonla ulaşabileceklerdir (Güçdemir, 2017: 9).

İnternetle hayatımıza giren sosyal medya kavramı yani Web 2.0 ve bu teknolojiyle kullanımı başlayan sosyal paylaşım ağları, internet teknolojisiyle toplumsal davranış biçimlerinde en büyük dönüşümün gerçekleşmesini sağlamaktadır.

İnternet ve sosyal medya ile kitlelerle iletişim, yalnızca güç sahibi erklerin elinde olmaktan çıkmış muhalif sesler için de haberleşme, organizasyon ve planlama ortamı oluşmuştur. Yani yalnızca görülmesi istenen şeyler değil, gizli tutulmaya çalışılan birtakım konular da sosyal medya ortamlarında bireyler tarafından tartışma konusu haline getirilmiştir. Sosyal medya ve sosyal paylaşım ağları sayesinde çeşitli gruplar bir araya gelebilmekte video, ses, metin gibi çeşitli biçimlerdeki bilgiyi birbirleriyle paylaşabilmekte, savundukları çeşitli düşünme biçimlerini paylaşabilmekte ve sanal

dolaşıma sokabilmektedir. Sosyal medya ağları üzerinde bilginin yayılma hızı dolayısıyla kontrol ve denetim zorlaşmakta, içerikleri oluşturan kullanıcılar bile ürettikleri içeriklerin nerelere kadar gidebileceğini bilmemekte ve bundan doğabilecek sorunları kestirememektedir (Çakır, 2017: 25).

1.1.2.Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya enformasyona ulaşma konusunda, içerik okuyucusu konumundaki kullanıcıların yayınlayıcı konumunu da paylaşması ile demokratik bir ortam haline gelmiştir. Sosyal medya bireylerin birbirlerini bireysel veya grup olarak etkileyebilmelerini sağlayan ölçeklendirilebilen bir iletişim teknolojisidir. Kısaca sosyal medya bireylerin sosyalleşmek amacıyla kullandığı araçlar olarak tanımlanmaktadır (Görenli ve Hürmeriç, 2012: 214).

Sosyal medya küresel çapta kullanıcıların iletişim ve etkileşim kurduğu Web 2.0 teknolojileriyle desteklenen dijital ortamları ifade etmektedir. Sosyal medya ortamları 2000’lerde çeşitli uygulamalar şeklinde sosyal ağ siteleriyle zenginleşmiştir. Bu yeni medya ortamları bireysel kullanımların yanı sıra kurumsal bazda da kullanılmakta ve kurumsal açıdan firmaların hedef kitlelerine ulaşabilmeleri için ortam sağlamaktadır. Sosyal medya sayesinde kurumlar hedef kitlelerine karşı halkla ilişkiler, pazarlama ve reklam faaliyetlerini daha verimli biçimde yürütebilmekte, hedef kitlelerinin sosyal medya davranışlarını doğru analiz ederek kişiselleştirilmiş hizmet sunabilmektedir (Güçdemir, 2017: 14).

“Sosyal medya, yataylık, katılımcılık ve çokseslilik temelli yeni bir kültürün oluşum sürecinde, hibrid ağ toplumunun olmazsa olmazı konumundadır. Sosyal medya mikrodan makroya birçok yaşam alanında, yeni bir kültürün, siyasetin, yaşam biçiminin kurgulanması ve yaşama geçirilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır.” (Çoban, 2014’ten aktaran Kalaman, 2016: 18).

Sosyal medya ortamlarının özellikleri şöyle ifade edilmektedir (Güçdemir, 2017: 16):

- Sosyal medya araçları tüm kullanıcılara açıktır.
- Az maliyetle geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamaktadır.

- Tüm kullanıcılar için içerik üretme konusunda demokratik bir ortam sunmaktadır.
- Sosyal medya içerikleri yeniden düzenlemeye olanak tanınması sebebiyle değiştirilebilme özelliği göstermektedir.
- Sosyal medya tüm kullanıcılar tarafından eşit şekilde kolayca erişilebilir, müdahale edilebilir, küresel bir platformdur.

Sosyal medyanın özelliklerini açıklamak için yapılmış bir diğer sıralama ise şöyledir (Vural ve Bat, 2010'dan aktaran Dilmen, 2012: 138):

- Katılımcılar: Sosyal medyada bireyler iletişime geri bildirimler yoluyla katılım göstermektedir.
- Açıklık: Sosyal medya ortamları, yorumlar, beğeniler, oylamalar ve bilgi paylaşımı yoluyla bireylerin geri bildirimine açıklık göstermektedir.
- Konuşma: Sosyal medya iki yönlü iletişime imkân vermesi dolayısıyla yayın odaklı değil konuşma odaklıdır.
- Toplum: Sosyal medya zaman ve mekân kısıtlamasından bağımsız olarak kolay, hızlı ve etkili bir biçimde topluluk oluşturmaya imkân sağlamaktadır.
- Bağlantılılık: Sosyal medya hiperlinkler sayesinde birbiri arasında bağlantılılık gösteren site ve uygulamalar içermektedir.

Araştırmalar sonucunda, bireylerin sosyal medya kullanım amaçları; arkadaşlarla iletişim kurmak başta olmak üzere sırasıyla, tanıdıklardan haberdar olmak, zaman geçirmek, eğlenmek, oyun oynamak, yeni arkadaşlar edinmek, evlenmek amacıyla tanışmak ve cinsel ilişki kurmak amacıyla tanışmak olarak belirlenmiştir (Çakır, 2017: 59).

Sosyal medyanın ve geleneksel medyanın ortak paydası olan küçük ya da büyük belirli bir hedef kitleye ulaşmak özelliğinin yanı sıra birbirleriyle erişim, erişilebilirlik, kullanılabilirlik, yenilik, kalıcılık gibi farkları da bulunmaktadır. Erişim sosyal medya ile geleneksel medyanın kullanıcıların erişimleri bakımından farklarını ortaya koymaktadır. Geleneksel medyanın aksine sosyal medya tüm birey, grup ya da kurum ve kuruluşlara belli bir kitleye erişim imkanını esneklikle sağlamaktadır.

Erişilebilirlik açısından bu iki medya ortamının arasındaki fark geleneksel medyada üretim yapmak özel bir zümre, ya da şirketlerin tekelindeyken sosyal medya ortamlarında tüm bireyler bu olanağa sahip olmaktadır. Kullanılabilirlik konusunda geleneksel medyada üretim belirli bir uzmanlık gerektirdiğinden burada üretim belirli kimseler tarafından gerçekleştirilebilirken, sosyal medyada herkes üretime katılabilmektedir. Geleneksel medyada içeriklerin oluşturulması ve kamuoyuna sunulmasında bir takım editoryal süreçlerden geçildiği için anlık olarak yenilik sağlanamazken, sosyal medya ortamlarında bunun aksine anlık bir akış gözlemlenmekte ve içerikler her saniye güncellenebilmektedir. Sosyal medya kalıcılık açısından geleneksel medyaya göre çok daha zayıftır. Geleneksel medyaya kamuoyuna sunulmuş bir içerik değiştirilemez durumdayken sosyal medyada içerikler üzerinde düzenlemeler yapılabilir, yorumlar silinebilir durumdadır. İçeriklerin kalıcılığı yayıncısının kontrolü altında bulunmaktadır. Daha belirleyici bir perspektifle, geleneksel medya ile sosyal medya iki noktada birbirinden ayrılmaktadır; sosyal medyada içeriklerin kurum ya da kişiler tarafından öznel olarak oluşturulmasına karşın, geleneksel medyada bu süreçlerin bir yönetim ve işleyişe tabii olması durumu söz konusudur. Ayrıldıkları bir diğer nokta ise, sosyal medya geleneksel medyaya nazaran çok daha özgür ve kontrolsüz bir ortam sunmaktadır (Özgen, 2012: 11-13). Çakır'a göre (2017: 19) sosyal medya merkezi olmayış yani tek bir otoriteye bağlı olmama, akışkanlık, çeşitlilik, süreklilik, kitle kültürü ve popüler kültür üzerinde temellenme, interaktiflik, gerçeklik algısını bulanıklaştırma ve belirsizlik gibi özelliklerini barındırmaktadır.

Sosyal medya ölçeklenebilmesi ve kolay erişilebilir olmasıyla oldukça kullanışlı bir teknoloji haline gelmektedir. Kullanıcı temelli yani kullanıcıların istek ve taleplerine göre şekillenen sosyal medyada kullanıcıların tutum ve davranışlarını ölçümlemek, kimlikleriyle ilgili analizler yapmak oldukça kolaylaşmaktadır. Bireysel yahut kitlesel iletişime olanak sağlamakta ve farklı lokasyonlardaki bireylerin tanıdıkları ya da tanımadıkları kişilerle ilişkiler kurabilmelerine imkân tanımaktadır. Bireyleri ve kitleleri etkileme gücüyle kamuoyu oluşturmaktadır. Tüm bunlar sosyal medyanın temel niteliklerini olarak ifade edilmektedir (Kırık, 2017: 77).

Sosyal medya kavramını kuramlar açısından irdelemek noktasında ele alınması gereken ilk kuram kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıdır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre bireyler sosyal medyada eğlenmek, rahatlamak, kendini ifade etmek ve bunlardan doyum sağlamak amacıyla bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının kullanıcılara sağlayacağı doyumlar; içeriklerin zenginliği bakımından yüz yüze iletişim tatmini sağlayan gerçekçilik, ayırt edici olmayı mümkün kılmasıyla soğukkanlılık, sürekli güncellemeler ve teknolojik gelişmelerle sağladığı yenilik deneyimi, fiziksel sınırları ortadan kaldırmasıyla aynı anda birden fazla yerde bulunma hissi, topluma karışarak diğer insanlarla bağlantı kurmayı kolaylaştırma, fikir ve görüş alışverişine ve diğer bireylerin fikrine başvurmaya olanak sağlamasıyla çoğunluğa katılma, tercihlerin belirlenmesine yardımcı olan filtreleme, aktivite ve etkileşim olarak belirlenmiştir. Sosyal medya bakımından değerlendirilmesi gereken bir diğer kuram ise suskunluk sarmalıdır. Suskunluk sarmalı ve sosyal medya tartışmalarında iki görüş mevcuttur; bunlardan ilki sosyal medyanın bireylere sağladığı özgür ortam sayesinde suskunluk sarmalını ortadan kaldırdığını işaret etmekte, bir diğer yaklaşım ise linç kültürü ve nefret söylemi gibi sebeplerden dolayı suskunluk sarmalına olanak sağladığı yönündedir. Sosyal medya bakımından incelenmesi gereken bir başka kuram medya zenginliği kuramıdır. Kaynak ve hedef arasında gönderilerin iletimi için kullanılacak olan kanalın, mesajın anlamını taşıyabilecek nitelikte olması gerektiği, böylelikle ağlarda net olmayan bilgilerin azaltılabileceği düşüncesi üzerinde temellenmektedir. Medya zenginliği kuramına göre bireylerin birbirlerini doğru biçimde anlayabilecekleri iletişim ortamları elzem nitelikte olmakta, dolayısıyla sosyal medya belirsizlikleri ortadan kaldırarak kullanıcılara açık bir iletişim deneyimi sunmasıyla önem taşımaktadır. Son olarak sosyal medya sistem kuramı kapsamında da incelenmesi gereken bir kavramdır. Sistem kuramı, her türlü örgütlenmenin içinde yer aldığı bir üst sisteme uyma zorunluluğunu işaret etmektedir. Bireyler de kabul görme kaygısıyla içinde yaşadıkları topluma uyum göstermek zorundadır. Buradan hareketle sistem yaklaşımının, sosyal medyada gerçekleştirilen iletişimi anlamlandırmak açısından doğru analizler yapmaya olanak tanıdığı belirtilmektedir (Kütükoğlu, 2019: 89-92).

Çeşitli bilgilere hızlı biçimde kısa sürede ulaşmayı sağlayan sanal ortam, kitle iletişim araçlarında büyük dönüşümler meydana getirmiştir. Günümüzde internet her türlü iletişim teknolojisinin temelinde bulunmaktadır. Bu sanal ortam, beraberinde türlü faydalar getirdiği gibi, pek çok olumsuzluğu da getirmektedir. Bireyler sosyalleşme kisvesi altında tam aksi yönde aksiyon göstererek yalnızlaşabilmekte, ifade özgürlüğü alanları genişlemiş gibi gözükse de bireyler sosyal medya üzerinden gerek siyasi erkler tarafından gerekse diğer bireylerce maruz bırakıldıkları gözetim sebebiyle kendilerini özgürce ifade etme haklarını kaybetmektedir. Suskunluk sarmalını etkisiz hale getirmesi beklenen sosyal medya, bireylerin suskunluk sarmalına dahil oldukları yeni iletişim alanı haline gelmektedir (Kırık, 2017: 87).

1.1.3.Dijital Ortamlar ve Sosyal Ağlar

Bireylerin belirli sınırlar dahilinde, çeşitli gizlilik ayarları yardımıyla yarı veya tamamen açık profiller oluşturularak sanal ortamda gerçekleştirilen iletişim ve etkileşim faaliyetlerine katıldıkları internet tabanlı sosyal medya platformlarına sosyal ağ adı verilmektedir. Kullanıcılar bahsi geçen sosyal ağlarda oluşturdukları profillerinde kişisel bilgilerini iletişim halinde oldukları diğer kullanıcılarla paylaşmakta, onların paylaştıkları içerikleri görmekte ve bu içeriklerle etkileşime girmektedirler (Büyükşener, 2009: 19). Çevrimiçi ortamlarda sosyal paylaşım ağlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla, bireyler kendilerine profiller oluşturarak kişiselleşmiş, küçük çaplı bir topluluk yaratmakta ve kendisini bu topluluğun merkezinde konumlandırmaktadır. Böylece bireysel özgürlüklerin ve tatminlerin toplumsal uyum ve özgürlükle eşleştirildiği bu çevrimiçi ortamlar, kullanıcılarına kendileri gibi düşünülen kişi, grup veya kuruluşlara dahil olma ve hitap etme olanağı tanırken aynı zamanda görünmez topluluklar oluşturma imkânı tanımaktadır (Kalaman, 2016: 33). Bireylerin internet üzerinden birbirleriyle etkileşim halinde olmaları sosyal ağlar üzerinden gerçekleşmekte ve sosyal medya tüm bu ağların belirli bir amaç doğrultusunda örgütlü bir biçimde kullanılması olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya ve sosyal ağlar ile ilgili net bir tanımlama yapılamamasıyla birlikte sosyal ağlar da sosyal medya aracı olarak kullanılmaktadır.

İnsanların fikir ve görüşlerini paylaşp etkileşime girdiği mikrobloglar, bloglar, sohbet siteleri ve forumlar gibi platformlar sosyal ağlar olarak adlandırılmaktadır (Baban, 2012: 72). Sosyal paylaşım ağlarını, bir grup insanın arkadaşlık veya profesyonel amaçlarla çalışma ya da bilgi alışverişi için diğer bireylerle sosyal ilişkiler kurduğu, arzu edilen sonuca ulaşmak üzere uzmanlık, kaynak ve bilgi paylaştığı interaktif etkileşimli ortamlar olarak tanımlamak mümkün olmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında kullanıcılar yalnızca yeni insanlarla tanışma amacı gütmemekte, aynı zamanda mevcut ilişkilerini yürütebilmeyi de hedeflemektedir (Sarı, 2012: 3).

Sosyal ağlar kullanıcılara çevrimiçi profiller ya da ağlar oluşturma olanağı sağlamakta ve bu profiller kullanıcıların şahsi web sayfaları olarak işlev görmektedir. Web tabanlı sosyal ağlarda katılımcılar kendi aralarında ilişkiler geliştirebilmekte, kendilerine ait kişisel bilgileri, sevdikleri kitapları, filmleri, hobi ve hobilerini bu ağlarda oluşturdukları profiller aracılığıyla diğer kullanıcılarla paylaşmakta, onlarla etkileşime girmektedir. Günümüzde sosyal ağların gelişimi, internetin kullanımının yaygınlaşması ve hızının artmasına bağlı olarak, sosyal ağların kamuoyu oluşturma konusundaki başarısı, yeni iletişim teknolojilerine karşı artan güven, çeşitli yazılım güncellemeleri ve birbirinden farklı uygulamalarla geliştirilen sosyal ağ kullanım deneyimlerine bağlanmaktadır (Kara, 2012: 114-119).

Sosyal paylaşım ağları, tek bir ortak kaynak üzerinden birbirine ağlar yoluyla bağlanmış bireyler ve grupları ifade etmektedir. Sosyal medya araçları olan sosyal ağlar, uygulamalar yahut web siteleri üzerinden kullanıcıların kendilerine ait profiller oluşturarak diğer bireylerle sosyalleşmelerine olanak tanımaktadır. Sosyal ağlar türlerine göre üç grupta ele alınabilirler ve bunlar kişisel ağlar, içerik ağları ve ortak ilgi toplulukları olarak ifade edilmektedir. Kişisel ağlar, bireylerin birbirleriyle sosyalleşmek amaçlı ya da mevcut ilişkilerini sürdürmek için anlık iletiler paylaştıkları sosyal ağ türü olarak anılmaktadır. Facebook, Snapchat gibi sosyal paylaşım ağları buna örnek teşkil etmektedir. İçerik ağları ise, genel bir ifadeyle büyük ölçekli ve eş zamanlı topluluk iletişimleri için kullanılmaktadır. Twitter, InstagramPinterest gibi ağlar kişisel ağlara örnek gösterilmektedir. Ortak ilgi

toplulukları olarak adlandırılan son sosyal ağ türü, profesyonel ya da kişiler ilgi alanlarıyla ilgili içeriklerin aynı ilgi alanlarına sahip kullanıcılar arasında paylaşıldığı ağlardır. Bireyler bu tür ağları öğrenmek, öğretmek, ilgi alanları ve profesyonellikleri ile ilgili içerikleri sergilemek amacıyla kullanmaktadır. LinkedIn, Flickr, Meetup gibi sosyal ağlar ortak ilgi toplulukları türündeki ağlardır (Kuş, 2016: 49). Dünya çapında yüksek aktif kullanıcı sayısı ile ön plana çıkan ve Türkiye’de de kullanılmakta olan sosyal ağlardan bazıları şu şekilde sıralanmaktadır (Bayrak, 2021b):

1. Facebook – 2,7 milyar aktif kullanıcı
2. YouTube – 2,9 milyar aktif kullanıcı
3. WhatsApp – 2 milyar aktif kullanıcı
4. Instagram – 1,2 milyar aktif kullanıcı
5. Tumblr – 642 milyon aktif kullanıcı
6. Tik Tok – 689 milyon aktif kullanıcı
7. Twitter – 353 milyon aktif kullanıcı
8. LinkedIn – 294 milyon aktif kullanıcı
9. Snapchat – 498 milyon aktif kullanıcı
10. Pinterest – 442 milyon aktif kullanıcı

Sosyal ağlar arasında en popüler platform olan Facebook 2004 yılında kurulmuş ve kullanıcıların fikir ve görüşlerini, müzik, ses, fotoğraf ve video dosyalarını paylaşma, oyun oynama, iletişim kurma, alışveriş yapma, diğer kullanıcıları gözetleme gibi sebeplerle kullandıkları, bireylere benliklerini yeniden inşa etme ve diğer kullanıcılarla paket halinde paylaşma olanağı tanıyan bir sosyal ağıdır.

2006 yılında kurulan Twitter ise kullanıcıların, günlük yaşam tecrübelerini veya gündemdeki konularla ilgili görüşlerini belirli bir karakter sınırlaması olan metinlerle ya da sesli tweetlerle diğer kullanıcılar ile paylaşabilmelerine imkân tanıyan, kullanıcıların gündemi takip etme ve habere ulaşma, politikaya dair içeriklere ulaşma gibi amaçlarla kullandıkları, dayanışmayı mümkün kılan kamusal paylaşım ağıdır.

2010’da kurulup 2012 yılında Facebook tarafından satın alınan Instagram’ın kullanımında kısa sürede yaşanan hızlı artış, kullanıcıların bu platform

sayesinde diğerkullanıcılarla sanal bağlantılar kurarken, bu kullanıcılara kendi yaşamlarına, günlük rutinlerine, hobilerine kısaca kim olduklarına ve yaşam tarzlarına dair görsel bir otobiyografik öykü sunmasıyla ilişki göstermektedir. Popüler kültür etkisi altında daha fazla takipçi daha fazla beğeni ve daha fazla yorum alma yarışına girmiş bireyler paylaştıkları içeriklere başka kullanıcılar, mekanlar ya da grupları etiketleme yöntemiyle daha geniş bir ağ ile etkileşime girme imkânı bulmaktadır (Türkmenoğlu, 2014: 96). Instagram'ın gelişim hikayesi her geçen gün yeni bir özelliğin eklenmesiyle zenginleşmeye devam etmektedir.

Whatsapp başta akıllı telefonlarda kullanılmak üzere geliştirilmiş olsa da zamanla yapılan güncellemeler bu uygulamanın internete erişimi olan tüm aygıtlarda kullanımını mümkün kılmıştır. Whatsapp kullanıcıların birbirlerine fotoğraf, video, ücretsiz arama, sesli ve yazılı mesaj, belge göndermesini sağlar. Her yeni güncelleştirme ile iyileştirilen uygulama günümüzde 24 saatlik dilimlerle durum paylaşma, duyguları ifade etme konusunda gif ve stickerları kullanma, sesli ve görüntülü arama yapabilme özellikleri ile kullanıcılara hizmet sunmaktadır.

Youtube 2005 yılında kurulmuştur ve kullanıcıların kanallara abonelik yoluyla, yorum, beğenme ve paylaşımlar sağlayarak birbirleriyle etkileşime geçebildiği bir ortamdır.

Linkedin bireylerin profesyonel yaşamları ile ilgili içerikleri paylaşabildiği sosyal ağıdır. Her yaştan ve her sektörden farklı insanların birbirleriyle bağlantı kurmasını sağlamaktadır.

Tumblr, blog tabanlı bir sosyal ağ olarak Türkiye'de özellikle gençler tarafından kullanılmaktadır. Tumblr isimli sosyal ağ, kullanıcıların multimedya ve diğer içerikleri kısa bir form şeklinde paylaşmaya olanak tanıyan bir blog olarak işlev görmektedir.

Son dönemde adından sıkça söz ettiren, fotoğraf, video paylaşım ve mesajlaşma uygulaması TikTok, en çok indirilen uygulamalar arasında yer almaktadır. Akıllı

telefonlar ve bilgisayar ortamında kullanılabilen Tiktokuuygulamasının ana teması, 15 saniyelik müzikli videoları paylaşarak diğer kullanıcılarla etkileşime geçmektir. Kolay video yapma araçları ile özel efektler ekleyebilme özelliği sunan Tiktok, Instagram, Youtube, Vine ve Snapchat'e benzerlik göstermektedir (İnanç, t.y.).

Temel mantığı kullanıcılarına fotoğraflarla mesajlaşma hizmeti sunmak olarak kurgulanan Snapchat adlı sosyal ağ,telefon rehberinizdeki kişileri takip edebilme imkânı sunmasının yanı sıra,kısa süre görüntülenebilen video ve görsel içeriklerle mesajlaşma ayrıca metin üzerinden iletişim kurma olanağı tanımaktadır.

Pinterest, pinleme özelliği, tablolardan (pano) oluşan yapısı ve sınırlı kategorisiyle sınırlı bir deneyime imkân vermektedir. Bireyler ilgi alanlarına göre çeşitli video ve fotoğraf içeriklerini pinleyerek diğer kullanıcılarla etkileşime geçmektedir.

Özetle; sosyal ağlar sayesinde bireyler arasında paylaşım ve etkileşimin gerçekleşmesi, birey özelinde ağdaki diğer insanlara karşı güven oluşmasını ve empatinin gelişmesini sağlamaktadır. Bireyler birbirlerini çevrimdışı yaşamda tanımıyor olsalar dahi sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirdikleri iletişim ve etkileşim sonucunda birbirlerine empati besleyebilmekte ve güven duyabilmektedir. Ortaya çıkan bu empati ve güven duygusu bireylerin birbirleriyle daha fazla paylaşımda bulunmasına sebep olmaktadır. Sosyal ağlar bireylerin sosyalleşebilmesinin temel unsuru olan paylaşım için oldukça elverişli ortamlardır. Çağımızın sosyalleşme platformları olan sosyal ağlarda paylaşılan bilgileri üç kategori altında toplamak mümkün olmaktadır. Bu üç kategori standart bilgi, hassas bilgi ve tanımlayıcı bilgiler olmak üzere sıralanmaktadır. Profil resmi, yaş, cinsiyet, doğum tarihi, e- posta adresi gibi bilgiler standart bilgi kategorisinde bulunmaktadır. Bireylerin sosyal ağlar üzerinden birbirleriyle paylaştıkları, iş yaşamlarına, işlerindeki pozisyonlarına dair bilgilerden oluşan içerikler hassas bilgiler kategorisi altında ele alınırken, dini inanç, politik görüş, cinsel eğilim, hobiler ve fobiler gibi bilgiler ise tanımlayıcı bilgiler kategorisinde değerlendirilmektedir (Yıldırım, 2012: 244).

Peltekoğlu'nun verilerine göre 12-17 yaş arası gençlerin %93 gibi büyük bir oranla çevrimiçi mecralarla ilişki halinde olduğu, %63 oranında da her gün bu mecralarda online olduğu bilinmektedir. Bu veriler dikkate alındığında sosyal medyanın hedef kitleye etkisi tartışılmaz hale gelmektedir. Tüm bunlar ışığında sosyal medyanın yalnızca kişilerarası ya da örgütsel iletişim açısından değil, toplumsal açıdan da değişim ve dönüşüm için bir kanal olduğu görülmektedir. Sosyal medya arkadaşlık, özgürlük, güvenlik, mahremiyet ve şöhret gibi kavramların da yeni bir boyut kazanmasına sebep olmuştur. Her şeyin sanal bir mahiyet kazanması gerçekliği de tartışmalı hale getirmiştir. Kullanıcılar sosyal medyada online oldukları her an arkalarında silinemeyecek dijital ayak izleri bırakmaktadır. Sosyal medya ile sıkça anılan sınırların ortadan kalkması, özgürlük alanlarının genişlemesi ve özgürlüklerin çeşitlenmesi, eğlence ve haz gibi kavramların yanı sıra, gözetimin sınır tanımaz boyutlara ulaşması da sosyal medya konusundaki en büyük çelişkileri yaratmaktadır (Peltekoğlu, 2012: 5-8).

Sosyal medya sayesinde bireyler, üye oldukları platformlar aracılığıyla, kendilerine ait bilgileri sergileyerek toplumsal açıdan görünürlük kazanmaktadırlar. Bireyler kim olduklarına dair bilgileri sosyal medya üzerinden sergilerken içinde bulundukları sosyal çevreye sunmak üzere aile, arkadaşlık ilişkileri ve tüketim alışkanlıkları gibi bilgilerden oluşan kurgulanmış ve görselliğe dayalı bir kimlik inşa etmektedirler (Özdemir, 2015: 113).

Sosyal medya eleştirel bakış açısıyla değerlendirildiğinde iyimser yaklaşımların belirttiği gibi kullanıcılar tarafından şekillendirilen çevrimiçi bir platform olduğu yönündeki düşüncenin aksine ekonomik, politik ve kültürel güçler tarafından kontrol altında tutulan bir çeşit gözetim sistemi olduğu öne sürülmektedir. Bu yaklaşıma göre sosyal medyanın ekonomik gücü asimetrik bir biçimde dağılmıştır ve özel bir sınıfın tekelinde bulunmaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların hâkim olduğu bir sosyal medya mümkün olmamaktadır. Sosyal medya birtakım karar mekanizmalarının tek elinde bulunmakta ve siyasi gücü asimetrik olarak dağılmaktadır. Bu sebeple sosyal medyanın karar alma mekanizması olarak görev alması tüm kullanıcılar için geçerlilik göstermemektedir. Popülerlik ve görünür olma konusunda demokratik bir

ortam sunma özelliği de tamamen yanılgıdan ibarettir. Sosyal medyanın kültürel gücü bir grubun tasarrufunda olduğu müddetçe online ortamlarda görünürlük kazanan ideolojiler de buna bağlı olmaktadır. Yani sosyal medya ağlarında gündem olan toplumsal olaylar belli bir grup tarafından kamuoyunun düşüncelerini kontrol altına almak amacıyla ortaya atılmaktadır. Sosyal medya ağlarında tüm kullanıcıların eşit görünürlük olanağına sahip olması ancak kültürel gücün simetrik dağılmasıyla gerçekleşebilmektedir (Fuchs, 2016: 113).

1.2. Kimlik İnşası, Benlik ve Dijital Kimlik

Bireyin sosyal yaşamda varlığını gösterebilmesi için olmazsa olmaz kavramlar benlik ve kimlik kavramlarıdır. Benlik ve kimlik birey için diğer bireylerle iletişimi ve etkileşimi kolaylaştıran öğelerdir. Benlik ve kimlik yalnızca diğer bireylerle iletişim sürecinde değil, kendilerini anlama noktasında da önem arz etmektedir. Çünkü bireyler kendilerini doğru anladıkları ve kim olduklarına dair doğru değerlendirmeler yaptıkları sürece diğer bireyler hakkında da doğru değerlendirmeler yaparak onlarla sağlıklı iletişim kurmaktadır. Bireylerin kimlik ve benlik kavramları ile ilgili algıları, ilişkileri ve etkileşimleri düzenlemekte ve toplumsal yapıyı güçlendirmektedir. Burada bahsi geçen güçlenme çift yönlü gerçekleşmektedir zira kimlik ve benlik bilinciyle gerçekleştirilen iletişim ve etkileşim toplumsal yapıyı güçlendirirken aynı zamanda bireyin benlik ve kimlik yapısını da güçlendirmektedir. (Güney, 2017: 71). 20. yüzyılın son on yılında toplumsal ve siyasal yönelim, tarih, coğrafya, cinsiyet gibi faktörlere dayalı bir anlam arayışı içinde inşa edilmiş kimlikler, ağ toplumuna dönüşüm ile temel bir bölünme yaşamış ve kimlik kavramı ağ ile benlik arasında çift kutuplu bir karşıtlık çerçevesinde yeniden şekillendirilmiştir (Castells, 2008: 3-4).

Kimlik kavramı, psikolojik açıdan bireyin kendine dair yapmış olduğu tanımlamalar ve nitelendirmeler olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin kendileriyle ilgili sahip oldukları fikir ve görüşlerinden oluşan bir demeti kapsayan kimlik; insanın kendine yönelik algısı ve diğer bireyler ile etkileşimi sonucu aniden ortaya çıkan, öğrenilen

yahut zaman içinde geliştirilen ve değiştirilen bir olgudur. Bireyin kendi iç dünyası, içinde yaşadığı toplum ve sosyal çevresindeki diğer bireyler ile geliştirdiği diyaloglar ve bu diyaloglardan doğan öz farkındalıkla kendisinin “kim” olduğuna dair soruya verdiği cevap olarak da tanımlanabilir. Aynı zamanda kimlik, kişinin kendi biyografisini inşa ettiği, öznenin dinamik gelişim sürecidir (Sarı, 2012: 90). Benlik ve kimlik kavramları toplumsal yaşamda bireyleri tanıtıcı öğeler oldukları için, insanlar sürekli olarak benlik ve kimliklerini geliştirmek için çaba sarf etmektedirler. Bu çaba dahilinde, yaşamları boyunca ihtiyaç duydukları bilgileri toplamaktadırlar (Güney, 2017: 76).

Kimlik bireylerin doğumlarından ölümüne kadar devamlı olarak gelişim ve değişim gösteren bir kavramdır. Bu duruma sebebiyet veren değişken ise kimliğin bireyin aidiyetleri ile ilgili olmasıdır. Birey sürekli olarak gelişmekte ve yaşam içinde farklı dönemlerde kendini birden fazla gruba ait hissedebilmektedir. Bu durumda da birey sürekli olarak dahil olduğu gruba uyum sağlamak ve kimliklerini bu yönde şekillendirmekte, yaşamları boyunca sosyal ilişkilerinde çeşitli kimliklere bürünebilmektedir. Kimlik bireylerin varoluş nedenlerinden biridir zira bireyler bir takım karakteristik özellikler kazandıkları müddetçe ‘birey’ olmaktadır (Zararsız, 2017: 32).

Bireylerin kim olduklarına dair benlik algıları ve kimlik bilinçlerinin oluşması için diğer bireylerle etkileşim sağlaması vazgeçilmez bir gerekliliktir. Bireyler kendileri ile ilgili değerlendirme yaparken diğer bireylerin görüşlerine ihtiyaç duymaktadır. Diğer bireylerin kendileri hakkında yapmış olduğu değerlendirmelerden yola çıkarak kim olduklarına dair çıkarımlar yapmak ve bu yönlendirmeler doğrultusunda kimliklerini inşa etmektedirler. Bu anlamda sosyal etkileşim bireyler için kendi öz değerini belirleme, dış görünüşünü, statüsünü başarı durumunu düzenleme konularında büyük önem arz etmektedir (Ertürk, 2017: 122). Kimlikler bireylerin diğerleri ile aralarındaki farklardan doğan orijinallik duygusunu pekiştirmekte ve toplum içinde tanınan ve onaylanan bir birey olma dürtüsünü de barındırmaktadır (Sarı, 2012: 96). Kendilerini çevreleyen toplumsal yaşam pratikleri, ideolojiler ile kimlikler, toplumsal cinsiyet kalıplarının oluşmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Yalnızca ele alındığı dönem, mekân ve toplumsal yapıdan yola çıkılarak

anlaşılamayacak seviyede kompleks olan kimlik kavramı, bireyler ya da gruplar arası ilişkilerde ötekilerin tanımlamalarından yola çıkarak kurgulanmaktadır (Erol, 2001: 132).

Birtakım araştırmalar sonucu kimlik kavramı bireysel ve kolektif kimlik olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bireysel kimlikler bireylerin aile, toplumsal cinsiyet, sınıf, bölge, etnik ve milli yönlerini ifade etmekte, kolektif kimlik ise etnik ve milli bağlar gibi daha kapsayıcı bir çerçeveyi nitelemektedir. Kolektif kimliklerle bireyler, ait olma ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Kolektif kimlikler sosyal kimliğin topluluklar seviyesindeki ifadesi olarak tanımlanmaktadır (Zararsız, 2017: 33). Sosyal kimliği niteleyici unsurlar, yaşanan toplumsal yapının içinde bireylerin sosyal yaşama katılırken sergiledikleri tutum ve davranışları şekillendiren toplumsal değerler, normlar, statü ve roller olarak belirtilmiştir (Engin, 2015: 27). Goffman’a göre bireyin yalnızca tek bir kimliğe sahip olması söz konusu değildir. Bireyler sahip oldukları çoklu kimlikleri, günlük yaşamlarında, içinde bulundukları duruma göre gerekliliği doğan kimliği ön plana çıkarmak suretiyle sergilemektedir (Özdemir, 2015: 115). Yeni iletişim ortamlarının yaşadığı değişim, bireyler için bu yeni ortamlar çerçevesinde kimlik inşasına imkân sağlamaktadır. Özellikle sosyal medya platformları, bireylerin kendilerine ait özellikleri en iyi şekilde diğer bireylere yansıtmasına ve topluma karşı kendisini aslında olmak istediği kişi halinde sunmasına olanak tanımaktadır (Yavuz, 2019: 54). Teknolojik gelişmelerin toplumsal yapıda yarattığı dönüşümler, kimlik kavramı ve bu kavrama yaklaşım konularında da dönüşümlere sebebiyet vermektedir. İnternet teknolojisi sayesinde değiştirilebilir ve yeniden inşa edilebilir hale gelen kimlikler gündeme gelmiştir.

Kapitalizmin küresel çapta etkili olmasıyla belirsizlik artmış ve bireyler kimlik arayışına sürüklenmiştir. Sosyal medya ağları bahsi geçen kimlik arayışına zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya ortamlarında oluşturulan kişisel profiller ile ‘ben’ kavramı okunmakta, yazılmakta ve ‘ben’ üzerinden kimlik inşası gerçekleştirilmektedir (Özdemir, 2015: 121). Sosyal medya sayesinde bireyler, gerçeklikle ilgileri olmasa bile, imgelemin gücüyle birtakım durumları zihinlerinde canlandırabilmekte, analiz edebilmekte ve yeniden inşa edebilmektedir. Sosyal medyanın sınırlayıcı unsurlardan uzak doğası, bireylerin bu mecralarda dilediğince

özgür biçimde hareket etmesine imkân sağlamakta ve kendilerini diğerlerine karşı diledikleri biçimde ifade edebilmelerine olanak tanımaktadır. Sosyal medya ortamlarında gerçekleştirilen iletişim, bireyin içindeki arzulanan ‘ben’i özgürce canlandırabilmesi, olmadığı biri gibi davranabilmesi, diğer bireylere çevrimdışı yaşamında gönderemeyeceği iletileri rahatlıkla gönderebilmesi, yani aslında sahip olmadığı bir benliği yansıtabilmesi ile sonuçlanabilmektedir. Sosyal medya ortamlarının kimlik inşası üzerindeki bu etkisi bireysel kimlik boyutunun yanı sıra kolektif boyutlarda da gözlenmektedir (Zeybek, 2012: 283-284).

1.2.1. Kimlik Kavramı

Kimlik kavramının sosyal ilişkilerdeki öneminin anlaşılması, oldukça yakın tarihlerde gerçekleşmiştir. Orta Çağ’da bireyler arası ilişkiler sabit, nizamî ve dini inanç tarafından şekillendirilen yapıda olmaktaydı. Bireylerin kimlikleri toplumdaki pozisyonları ile önemli hale gelmekteydi. Yani bireylerin mensubu olduğu sosyal sınıfı, ailesi, mevki, doğum yeri ve ailedeki doğum sırası bireyin toplum nezdindeki değerini belirlemekteydi. Bahsi geçen dönemde birey ve kimlik kavramına karşı sergilenen bu yaklaşım 16. yy. ile değişmeye başlamıştır. Bu değişimde dönemin koşulları büyük etki göstermiştir. Toplumsal yaşamda din adamlarının etkisinin azalması, sanayileşme, aydınlanma hareketleri ve psikoanalitik düşünme ile bireysellik artmış ve kimlik kavramı önem kazanmıştır (Güney, 2017: 72).

Kimlik, bireylerin kültürel değerleri, toplumsal statü ve rollerinin karşılığı olarak çok boyutlu bir kapsama sahiptir. Kimlik kavramı bireylerin davranışlarını, düşüncelerini ve ruhsal yaşamlarını irdeleyen psikoloji bilimine ait bir kavramdır. Kimlik kavramının bireyselliğe bağlı yönü, bireyin ‘ben kimim?’ sorusuna verdiği yanıtlara bağlıken toplumsal yönü, bireyin kendisini ait hissettiği toplumsal grubun değerleriyle bütünleşme oranı neticesinde ortaya çıkmaktadır. Kimlik kavramı psikolojik ve toplumsal öğeler barındırması dolayısıyla değerlendirmeye alınırken hem psikolojik yönden hem de toplumsal bakımdan bütünleştirici bir yaklaşımla incelenmelidir. Bireyler sosyal ilişkileri esnasında içinde bulundukları psikolojik ve

toplumsal duruma göre kimliklere bürünmektedir. Böylelikle bireyler bulundukları ortama göre roller geliştirmekte ve bu rolleri üstlenmektedirler (Zararsız, 2017: 31).

Bireyler yaşamları süresince içinde bulundukları toplumsal çevreye mensup diğer bireyler tarafından nasıl algılandıklarıyla ilgilenmektedirler. Dolayısı ile bireyin kendisiyle ilgili algısı bir bakıma diğer bireylerin kendisine nasıl davrandığına ve kendisini nasıl değerlendirdiğine dair ipuçları barındırmaktadır. Bireyler çoğu kez diğerleri üzerinde olumlu etkiler bırakmak üzere tutum ve davranışlarını şekillendirmektedirler (Gimis ve Leary, 2004'ten aktaran Yavuz, 2019: 40).

“Kimlik kavramı toplumun sosyal sisteminin en temel ve en önemli kökenini oluşturmaktadır. Kimlik bireyin gerek kültürel gerekse yaşadıkları çevrelerdeki sosyal konum ve statülerinin karşılığı olan çok boyutlu, inanç, tutum ve değer yargıları gibi yaşam biçimini sembolize eden bir kapsama sahiptir. Kimlik kısaca kişilerin ve çeşitli büyüklükte ve nitelikteki toplumsal grupların ‘Kimsiniz, kimlerdensiniz?’ sorularına verdikleri cevaplardır.” (Güven, 1993'ten aktaran Engin, 2015: 27).

Online ortamlarda bireyler, diğer kullanıcılarla iletişime geçerken adını, cinsiyetini, yaşını ve sosyal statüsünü gizleyerek veya farklı göstererek kimliklerini saklayabilmekte, anonim ya da kurgulanmış kimliklerle etkileşimde bulunabilmektedir (Otrar ve Argın, 2014: 2).

Toplumsal yaşamın önemli bir unsuru olan kimlik; bireylerin içinde bulundukları toplumun değerleri ve normlarını sembolize etmesiyle birlikte, bireylerin içinde yaşadıkları toplumun kültürü, coğrafyası ve değerlerini barındırır özelliğindedir. Toplumların grupların ve bireylerin kim oldukları sorusuna cevap olan kimlik, günümüz teknolojik gelişmelerden etkilenmiş ve yeni bir boyut kazanmıştır (Çelik, 2010: 34). Belirli bir toplumsal alanda, bireylerin diğerleri ile ilişkilerinden edindiği çıkarımlarla, kendisini ait hissettiği birtakım konumlar ve roller toplamı olarak ele alınabilecek olan kimlik kavramı; çeşitli büyüklüklerde gruplara ilişkin öğelerin bütünü ve uyumunu yansıtmaktadır (Akyazı ve Ateş, 2012: 176). Kimliğe ait bir diğer özellik ise bir takım toplumsal süreçlerden geçerek oluşmuş toplumsal bir yapı

olmasıdır. Kimliğin kompleks bir yapıya sahip olması bireylerin diğerleriyle etkileşimleri sonucu oluşmasından kaynaklanmaktadır (Presten, 1997: 4-5).

Kimlik kavramı, bireyin diğerleriyle etkileşimi sonucunda doğması sebebiyle bireysel kimlik söz konusu olsa dahi toplumsal çevrede oluşan bir olgu olarak açıklanmaktadır. Toplumsal bir olgu olmasının sonucu olarak kimlik kavramı farklılık ve başkalık özelliği taşımaktadır. Temel bir biçimde ben biz ve öteki ayrımını ifade eden bu farklılık ve başkalık, tüm kimlik türlerinde ve düzeylerinde bulunmaktadır (Akyazı ve Ateş, 2012: 176).

Kimliğin bir etkileşim süreci ve zaman ile inşa edilen bir anlatı olarak ele alındığı durumda kitle iletişim araçlarının yadsınamaz etkisi ön plana çıkmaktadır. Toplum yapısını şekillendirmek konusunda tartışılmaz bir etkiye sahip olan medya, kimlik inşasında da bireyleri, kendilerini özgürce ifade edebildikleri bir ortam yanılgısına sürükleyerek, kolektif kimlik duygusunu harekete geçirmektedir. Özgürlük yanılgısı sağlaması ile bahsi geçen ortamlar internetin gelişimiyle ortaya çıkan sosyal medya ağlarıdır. Geçmişte bireylerin yaşadıkları ortama ve kültüre uygun olarak yerellikle şekillenen kimlik formülasyonları sosyal medya ile büyük dönüşüme uğramıştır. Yerel kimlikler de bireylerin kimliklerine dair bilgileri yerel bilgilerdir ve sözlü aktarımla sınırlı olmaktadır. Hayatın gerçeklerine karşı tam adaptasyon halinde ve kişilerin gözünde önemli konumdaki yani kanaat önderi konumundaki bireylerce şekillendirilmekteydi. Çağımızda bu durum iletişim ortamlarının gelişimiyle aşılmış ve kimliklerin inşası süreci kitle iletişim araçları ve özellikle internet aracılığıyla gelişen sosyal medya etkisinde ve hatta üzerinden sağlanmaya başlamıştır. Bireylere zaman ve mekân sınırlamaları olmaksızın gündelik yaşamın mekânsallığından uzak biçimde çevrimdışı yaşam pratikleri içinde gerçekleştiremeyeceği deneyimlere ulaşma imkânı sağlamıştır. Bireyler diğer bireylerle sosyal medya sayesinde onların fiziksel varlığını dikkate almadan iletişim kurma olanağına erişmiştir. Diğer kullanıcıların cinsiyeti, yaşı, statüsü gibi toplumsal varlığını oluşturan öğeleri önemsemeksizin onlarla iletişim kurabilmekte ve diğerlerine karşı kendilerine her zaman değiştirebilecekleri, bireyselliğin ön plana çıktığı kimlikler yaratabilmektedirler. Diğer kullanıcılarla anonim bir biçimde iletişime

geçebilmektedirler. Kimlik tamamen kurgulanmış bir hal almakta seçilip oynanabilmektedir. Bireylerin sosyal medyada kimlik kurgularken yaşadıkları özgürlük duygusu her yerde aynı olmamaktadır. Demokratik açıdan gelişmemiş ülkelerde, bireyler için sosyal medya üzerinde özgürlük yanılgısı oluşturulmakta ancak bireyler sosyal medya ağları üzerinden gözetlenmektedir. Tıpkı Panoptikon’da olduğu gibi gözetleyenin görünmezliği dolayısıyla bireylerde algısal ve zihinsel olarak hapisane duygusu uyandırılmaktadır. Bu durum bireylerin sosyal medya ağları üzerinden gerçekleştirdikleri kimlik inşasına büyük etki göstermektedir. Bireyler sürekli olarak gözetlenme duygusuyla gerçek ya da dijital kimliklerini inşa ederken özgürce hareket edememektedir. Bireyler sosyal medya ağlarında bir özgürlük yanılgısı altında gözetime maruz kaldıkları için ötekileşmekte ve pasif bir kimlik inşası gerçekleştirmektedir (Baban, 2012: 74-77).

Kimlik türleri şu şekilde ifade edilmektedir:

1. Sosyal kimlik: Sosyal kimlik bireyin içinde bulunduğu toplumsal gruba ve bu grubun üyelerine dair bilgisi ve bu toplumsal gruba ait olmaya atfettiği değerden hareketle benlik algısının oluşmasını ifade etmektedir. Turner (1982), “Bireyin, kendisi için duygusal ve anlamlı olan bir sosyal gruba üyeliğine ilişkin bilgisidir” cümlesiyle sosyal kimliği açıklamaktadır. Sosyal kimlikle alakalı bir diğer görüş ise bireyin benlik algısının ve benlik saygısının, bireyin kendini ait hissettiği gruptan ayrı düşünölemeyeceğini belirtmektedir (2).
2. Milli Kimlik: Bireylerin ait oldukları milletlerin kültürel, ideolojik yani toplumları diğerlerinden farklılaştıran tüm öğelerin birey bazındaki yansımalarını ifade etmektedir. Bu bakımdan varlığını kanıtlamış tüm milletlerin birbirlerinden farklı dünya görüşleri, olaylara karşı duygusal yaklaşımları ve tüm bunların gündelik yaşamlarındaki yansıma biçimleri olduğu öne sürölmektedir.
3. Kültürel Kimlik: Coğrafya, tarih ve deneyimler bakımından ortak paydada birleşen kültürel kuralları tanımlamaktadır.
4. Etnik Kimlik: Bireylerin içinde yaşadıkları topluma ait kimlik öğelerinden farklı olarak, orijinal kültürel nitelikleri taşıması sonucu ortaya çıkmaktadır. Mesafe sebebiyle birbirinden kopuk yaşayan ve gelişen kültürlerarası entegrasyonun gerçekleşemediği durumlarda görölmektedir. Etnik kimlikler toplumsal

tabakalaşmalara sebebiyet verebilmekte ve etnik kimliklerin oluşumunda dil, din, ortak sosyal değer yoksunluğu gibi öğelerden söz edilmektedir (Akyazı ve Ateş, 2012: 177-178).

Kimlik kavramının iki temel boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar bireylerin kendilerini algılamaları ve tanımlamaları ile bir yerlere ait olma ihtiyacı olarak belirlenmiştir. Bu iki temel boyut üzere belirlenmiş kimlik türleri şu şekilde açıklanmaktadır (Güney, 2017: 86):

1. Sosyal Kimlik: Bireylerin kimliklerinin mensubu oldukları toplumsal gruplar açısından değerlendirilip anlamlandırılmasını ifade etmektedir. Sosyal kimlikler bireylerin birlikte yaşadıkları gruba aidiyet göstererek onu yüceltmesi, grup davranışlarına uygun davranması ve olaylar karşısında benzer tepkiler vermesi gibi davranışlarla ilgili olmaktadır.
2. Kişisel Kimlik: Bireysel kimlik olarak da anılan bu kimlik türü bireylerin hangi şartlar altında ve hangi durumlar dahilinde birey sayılabileceğini barındırmaktadır. Kişisel özellikleri ve kişisel ilişkileri ifade etmektedir.

Goffman bireylerin kimlik inşası sürecinde içinde yaşadıkları toplumun oluşturmuş olduğu çerçevenin dışında yahut bu çerçeveye aykırı şekilde kimlik inşasında bulunamayacağını ifade etmektedir. Bireylerin temelde beğenilme dürtüsüyle inşa ettikleri “kişisel vitrin” olarak tanımlanan halka açık kimlikleri, toplumsal değerlere ve yargılara uyum gösterecek biçimde inşa edilmektedir. Sosyal medya ortamlarında bireyler yapmış oldukları paylaşımların etkileşimini yani beğeni ve yorum sayısını analiz ederek çevrimiçi ortamlardaki kimlik inşasının ne yönde gelişeceği ile ilgili çıkarımlarda bulunmaktadır. Böylece birey kendi kimliğini diğer bireylerin onayı çerçevesinde inşa etmektedir (Kara, 2015: 473). Bireyin kimliği ve benliği, içinde bulunduğu sosyal ortama aitliğini ifade eden en önemli etkenlerdendir. Kimlik ve benlik kişinin diğer bireylerle iletişim halinde olması ve toplumda sosyal bir varlık göstermesi bakımından büyük önem taşımaktadır. Kimlik ve benlik, kişinin kendisini ve diğer bireyleri doğru analiz etmesi, kendisinin ve diğer bireylerin davranışları ve düşünceleriyle ilgili doğru çıkarımlarda bulunması konusunda yardımcı olmakta ve

benlik algısının güçlendirerek sosyal etkileşimlerin düzenlenmesini sağlamaktadır (Güney, 2017: 71).

Bireyler çevrimiçi veya çevrimdışı ortamlarda kimlik inşa ederken diğer bireylerce nasıl görülmek istedikleri ya da nasıl algılanmak istedikleri konusunda birtakım beklentiler içinde bulunmaktadır. Bunun yanı sıra diğer bireylerin nasıl görünmesi ya da nasıl bir algı oluşturmaları gerektiğine yönelik de bazı beklentiler içine girmektedirler. Tüm bunlar sonucunda bireylerin yalnızca kendi kimliklerinin inşasında değil diğer bireylerin kimliklerinin inşasında da kontrol sahibi olmak istedikleri söylenmektedir (Kara, 2015: 472-473).

Sosyal medya ortamlarının en önemli özelliklerinden birisi kullanıcıyı kimlik inşası ve kimlik sunumuna sevk etmesi olmaktadır. Kullanıcılar bahsi geçen ortamlarda devamlı olarak, fotoğraf paylaşımı, beğeni, takip edilen kişiler, ilgi alanları, yaşanılan çevre ve haz alınan eylemler üzerinden kim olduğunu sergilemekte, toplumsal bir görünürlük kazanmaya çalışmaktadır (Özdemir, 2015: 122). Kullanıcılara hizmet vermeye başladığı ilk dönemlerde sosyal medya platformlarına dahil olan bireyler, anonim hesaplar aracılığıyla diğer kullanıcılarla iletişim kurmayı tercih etmişlerdir. Gerçek kimliklerin yerine kullanıcıların o anki ruhsal durumlarını yansıtan, siyasi görüşlerini ifade eden ya da hayranı oldukları ünlü kişilerle özdeşleştirilmiş takma adlar ve görüntüler kullanılmıştır. Yani sanallık yalnızca ilişkisel anlamda değil bireylerin bahsi geçen platformlardaki kimliklerini de etkilemiştir. Çevrimdışı yaşamda ‘kim’ olduklarına dair çoğu zaman ipucu barındırmayan dijital kimlikler iletişim kanalı olarak kullanılan mecraya göre de değişiklik göstermiştir. Gerçeklik bakımından tam bir muammanın yaşandığı sosyal medya ağlarında diğer bireylerle kurulan bağlantılar ve sürdürülen ilişkiler çevrimdışı yaşama taşınmaya başladığında tam manada anonim halde bulunan kimliklerin yerini bireylerin çevrimdışı yaşamlarında sahip oldukları kimlikler almaya başlamıştır (Toprak ve diğ., 2014: 157-158).

Burada bahsi geçen dijital ve çevrimdışı kimlik uyumu çoğu zaman kullanıcıların gerçek isimlerini kullanmaları ve kendilerine ait fotoğraflarla profil oluşturmalarını

kapsamaktadır. Sosyal medya ve sosyal paylaşım ağlarının kullanımının artması, görünürlüğün toplumsal açıdan varolmanın bir koşulu haline gelmesi, mahremiyet kavramının yeniden tanımlanmayı gerektirecek düzeyde dönüşüme uğramasının sonucu olarak günümüzde sosyal medya ağlarında -özellikle toplumsal meselelerle ilgili görüş beyan ederken- anonim kimlikler kullanıyor olmak olumsuz karşılanmaktadır.

Yeni iletişim ortamları bilhassa sosyal medya bireylerin benlik sunumları için sahne görevi görmektedir. Bireyler halihazırda var olan, olmak istedikleri veya yeniden inşa ettikleri kimliklerini bu platformlar üzerinden izleyicileri haline gelmiş diğer kullanıcılara aktarmaktadır. Yazılımsal gelişmelerle sosyal medya ağlarının bireylere kişiselleştirilmiş bir benlik sunumu alanı sunması bireylere doğrudan ya da dolaylı olarak performansları aracılığıyla kimliklerini yeniden inşa etme olanağı sağlamaktadır. Sosyal medya ortamlarında online profiller sayesinde bireyler fiziki olarak gerçekleştiremeyecekleri manipülasyonlara imkân bulmakta, akranlarıyla iletişim ve etkileşim halinde olarak onların kendileriyle ilgili görüşlerini alabilmekte, mevcut kimliklerini sergileyebilmekte ya da anlık olarak kendilerine olmak istedikleri kişi üzerinden yeni kimlikler inşa edebilmektedirler. Bu durum kişilerin ihtimal dahilindeki kimliklerinin gerçek kimlikleri haline gelmesine yol açmakta ve ayrıca kimlik algısında dönüşümün başlangıcına işaret etmektedir (Boz, 2012: 38-39).

1.2.2. Kimliğin Dönüşümü

Tarih boyunca çeşitli etkenler karşısında değişen toplum yapısı kimliğin algılanış biçimini de değiştirmiş ve modern dönemde bireylerin işleri ve içinde yaşadıkları toplumdaki statüleri ile açıklanan kimlik postmodern dönemde bireylerin görünüşleri, diğer bireylerce algılanma biçimleri gibi etmenler üzerine inşa edilen serbest zaman faaliyetlerinden yola çıkılarak kurulmaktadır (Özkan, 2013: 387).

Modern öncesi dönemde kültürel öğeler geleneksel kodlarla sıkı sıkıya bağlılık gösterdiği için durağandır. Yani kimlikler sabit ve kararlı özellikler göstermektedirler. Geleneksel dönemde kimlikler aile, din ve toplumsal statü üzerinde şekillenmekte ve bu durumdan ötürü inanç ve ritüellere bağlı olmaktadır. Geleneksel dönemde kolektif kimlikler esas alınmaktadır. Milli ve dini bütünlük kimliğinin belirlenmesinde önemli bir faktördür. Geleneksel dönemde bireysel kimliklerden söz etmek mümkün olmamaktadır. Kimlik kavramı bir kültür sorunu olarak gelenek ve görenekler üzerinde inşa edilmekte ve bireyler kolektif kimlikleriyle sosyal ilişkilerinde varlık gösterebilmektedir. Geleneksel dönem ve modern dönem arasında geçiş süreci olarak konumlanan dönemde toplumsal yapıda yaşanan dönüşümler, kimlik inşasına ve bireylerin üstlendikleri rollere etki etmektedir. Gelenekselliğin baskın olduğu dönemlerden sonra internet teknolojisiyle gelişen sosyal medya uygulamaları sayesinde bireylerin Goffman tarafından sahne arkası olarak nitelenen kimlik özellikleri ve rolleri sahne önüne çıkmış yani toplumun gözleri önüne serilmiştir (Zararsız, 2017: 30-34).

Bireylerin her şeyi sorguladığı ve kendi anlam arayışında olduğu birey merkezli yaşamda kimlik kavramı devreye girmiş ve birey kim olduğu, yaşamdaki amaçlarının neler olduğu, diğer bireyler tarafından nasıl algılandığı konularına eğilmiştir. Böylelikle birey kendisi için bir kimlik inşa etmeye başlamıştır. Modernleşme ile birlikte bireysellik yükselmiş ve bireyler içinde yaşadıkları toplumun kimliği ile anılmamaya başlamış ‘biz kimliği’nin yerini ‘ben kimliği’ almıştır. Birey birlikte yaşadığı toplumun bir parçası olmasına dair kimlikten ayrılmış ve toplumdan etkilendiği ölçüde toplumun kimliğini etkileyebildiği yeni bir kimlik anlayışı doğmuştur. Kimlik bakımından tek taraflı bir etkileme değil çift yönlü bir etkileme ve etkileşim ortaya çıkmıştır. Kimlik kavramı içinde bulunan iktisadî durum, cinsiyet, kültürel öğeler, sınıf ve etnik köken ile bireylerin sahip olduğu bir şey olmaktan uzaklaşmıştır. Modern ve postmodern dönemlerin etkisiyle kimlikler değişkenlik kazanmış ve kimliğin bu değişken durumu olağanlaşmıştır. Değişken kimlikler yeniden inşa edilebilir bir özellik kazanmıştır. Postmodernizm ile birlikte bireyin doğuştan sahip olduğu etnik köken, kültürel benlik, içinde bulunduğu

toplumla ortak ideolojilerde özdeşleşmesi gerektiği anlayışına eleştirel bir sorgulama getirilmiştir (Akça, 2005'ten aktaran Baban, 2012: 74).

Zaman ve mekân kısıtlamasının ortadan kalkması ve kültürel farklılıkların yerini küresel bir köy haline gelen dünyanın çok kültürlü bir yapıya bürünmesi, ekonomik ve sosyal değişimler, ulusal kimlikleri aşındırmış, toplumlar arasındaki fiziki mesafelerin önemini yitirmesi kimlik yapılarını çeşitli yollardan etkilemiştir (Engin, 2015: 26).

Toplumsal açıdan yaşanan değişimler kimlik kavramını aşındırmış ve yeniden inşa etmiştir. Günümüzün içinde bulunduğu hızlı ve anlık akış kimliklerin de anlık olarak kullanımının benimsenmesini sağlamıştır. Çağımızda kimlikler de tıpkı diğer her şey gibi tüketim nesnesi haline gelmiş ve anlık olarak üretilir bir vaziyete bürünmüştür (Erkan, 2013: 1827). Daha önceki dönemde içinde yaşanan topluma göre kalıp olarak kabul edilen kimlikler, modernleşme sürecinde diğer bireyler üzerinden tanımlanan, çok katmanlı, öz düşünömsel, dinamik ve bütönselleşmiş olarak anlamlandırılmıştır. Küreselleşme ve postmodernizm ile merkezi olarak edinilen kimliklerin, akışkan ve yeniden inşa edilmeye müsait, çevreyi etkileyen ve çevresinden etkilenen bir yapıya bürünmesi söz konusu olmuştur. Günümüzde kimlik kavramı, sosyal medya sayesinde yeniden biçimlenmiş ve kurgusal gerçekliğini ve anlamsal değerini buna göre belirleyen bir kavram haline gelmiştir (Armağan, 2013: 2-18). Çağımızda teknolojik gelişmelerle, toplumsal yapıya etkisi tartışılmayacak derecede önemli olan gelenek ve görenekler, eskiye oranla önemini yitirmiş ve bireyselleşen toplumsal yapının içinde kimlik inşası bireyin toplum içindeki öz varlığından yola çıkılarak gerçekleştirilmeye başlamıştır (Engin, 2015: 27). Türkiye'nin toplumsal yapısında da olduğu gibi etnik ve inanç temelli ideolojiler de kimlik değişiminin göstergelerindendir. Kimlikler gelişen iletişim teknolojileri sebebiyle yalnızca yerel, geleneksel, kültürel ve modern yapıda bulunmak yerine tüm bu öğelerin harmanlanmasıyla oluşmakta ve içinde bulunan sistemin dinamiklerine katkıda bulunmaktadır (Erincik, 2011: 220).

1.2.2.1. Modern Kimlik

Modern dönemde sanayileşme ile ekonomik büyüme gerçekleşmiş ve bu durum toplum yapısında birtakım dönüşümlere sebep olmuştur. Toplumsal rollerde çeşitlenmenin yolunu açmış ve bireylerin kimlik inşası sürecinde çeşitlenmeler meydana getirmiştir. Bireyler kolektif kimlikleri ile toplumda varlık göstermek yerine bireysel kimliklerini ön plana çıkarma imkânına kavuşmuştur. Böylece geleneksel dönemde çeşitli etkenlerden dolayı bireylere hazır halde gelen kimliklerin yerini, bireylerin kimlik inşası ile daha fazla sorunluluk ve toplumsal rolü üstlendiği bir dönem almıştır (Zararsız, 2017: 35).

Giddens'a göre toplum ve birey arasındaki ilişkide modernlik, 'ben'in oluşumuna etki etmektedir. Başka bir ifadeyle, modernlik ile bireyler yansımali birer proje haline gelmekte ve geniş bir perspektifle sosyal ilişkilerle bağlantılı olan kişisel yaşamın mahremiyeti dönüşüme uğramaktadır (1994:26). Modernlik, geleneksel toplum yapısının aksine kimlikleri bireylerin kendi yaşam öykülerinden hareketle gerçekleştirmeleri gereken görevler haline getirmiştir. Modern dünyada baş göstermeye başlayan akışkan yaşam biçimi tek bir kimliğe bağlı olarak tüm yaşamı boyunca bu kimliğe uygun davranmayı imkânsız hale getirmiştir (Bauman, 2017).

Gelişen teknolojiler ve toplumsal değişimlerle modern dönemlerde kimlik kavramına bakış açısı büyük değişimler yaşamıştır. Çok katmanlı ve bireyin kendi seçimleriyle belirlenen modern kimliğin özellikleri şöyle sıralanmaktadır:

- Kimlik diğer bireylerle etkileşimin etkisinde gelişmektedir.
- Her zaman değişim ve dönüşüme açık, devingen bir yapıdadır.
- Modern dönemler kimlik kavramı açısından geleneksel dönemlere ait değer yargılarının yıkılışında ara dönem olarak değerlendirilir.
- Kimlik toplumsal açıdan değerini yitirebilir ya da demode hale gelebilir, birey zamanla kendi kimliğine yabancılaşabilir, aksi bir durum yaşanabilir ve birey kimliğini tam anlamıyla benimseyerek sosyal rollerinin getirdiği sorumluluklarla yüzleşebilir (İmançer, 2007'den aktaran Sarı, 2012: 101).

1.2.2.2. Postmodern Kimlik

Postmodern dönemde dönüşen pek çok kavram gibi kimlik kavramı da dönüşüm yaşamıştır. Önceleri kimlik tanımlamalarında ulusal değerler referans alınırken postmodernite ile bu referanslar daha kurgusal ve somut küçük gruplara dönüşmüştür. Ulus kimliği yerini tek bir kimlik yapısı etrafında şekillenen kimliklere bırakmıştır (Girgin, 2018: 212). Postmodern kimlik bireylerin davranışları ve bu davranışlar sonucunda oluşturduğu algı ile edindiği roller üzerine kurulmuş, modern kimlik ise bireylerin kim olduklarına dair ipuçları veren tercihleri ve kendileriyle ilgili daha somut imgelerden yola çıkılarak oluşturulmuştur (Engin, 2015: 25). Postmodern toplumlarda kimlik kavramı için en önemli faktör tüketim kültürüdür. Şüphesiz ki; postmodern çağda kimlik olgusu, tüketim kalıpları ve tüketim malları etkisinde, tüketim kültürü çevresinde şekillenmektedir. Tıpkı bu dönemim belirleyici ögesi tüketim kültürü gibi üretilebilen, değiştirilebilen ve hızla tüketilebilen bir kimlik kavramının varlığından bahsetmek mümkün olmaktadır (Özdemir, 2015: 112).

Postmodernizm ile bütünsel ve tutarlı akılla hareket eden öznenin yerini devamlı bir oluş halinde, bütünlük ve tutarlılıktan yoksun biçimde çevresini etkileyen ve çevresinden etkilenen, farklılaşmaya başlamış ve çelişkiler barındıran postmodern kimlikler özneyi tanımlamaya başlamıştır. Modernizm etkisindeki toplum yapısında bireylerin kimlikleri toplumsal etkileşimin çoklu yapılarında üretilmekteyken postmodernizm etkisindeki toplumsal yapı içinde tüketim kültürü ve dönüşen iletişim araçlarının sunduğu imkânlar çerçevesinde akışkan bir kimlik yapısı ortaya çıkmıştır. Bu dönemde yalnızca bireylerin kimlikleri kendi içinde bölünmeler yaşamamakta bu durum birey ve toplum arasında da birtakım çözümlere neden olmaktadır. Postmodern dönemdeki tüketim kültürü birey kimliklerinin bir numaralı dönüştürücü gücü olarak, tamamen imajlar ve görünüşler üzerinden değerlendirilen kimlik anlayışının gelişmesine sebep olmuştur. İmajlar temelinde inşa edilen postmodern kimlikler çoklu, akışkan, hareketli ve değişime müsait bir karakteristik sergilemektedir (Ayan, 2016: 40-41).

Postmodern yaklaşım anlamların tüketildiği bir anlayışa sahiptir ve kimlik inşası da bu bağlamda gerçekleşmektedir. Tüketildiğinden söz edilen anlamlar bireylerin sosyal konumları ve bu konumlarda sergiledikleri davranışlarına göre oluşmaktadır. İmgeler, türlü metaforlar ve anlatı yoluyla oluşan kültürel kaynaklar kullanılmaktadır. Dijimodern dönemde ise postmodernizmden bu bağlamda ayrılmaktadır. Dijimodern çağda metinsellik ve kültürel öğeler bazında dijitalleşmeler mevcuttur. Bu dönemde metinler okuyucuları eş zamanlı olarak etkilemek istemektedir. Kültürel metinlerin başlangıcı bellidir fakat sonu için belirsizlik hakimdir, içeriklerin değişmesi de bireylerin dönüşüm geçirmesinde etkili olmaktadır. Dijimodern dönemde internet etkisinde oluşturulmuş yepyeni kültürel öğeler ve dil hakimiyet kurmuştur. Özellikle dijital yerliler yaşamlarının büyük kısmını sosyal medya ağlarında geçirdikleri için çevrimiçi ve çevrimdışı yaşamda birbirinden ayrılan iki farklı kimlik özellikleri göstermektedirler. Dolayısıyla bir kimlik çatışması da zaman zaman söz konusu olmaktadır (Yazıcı, 2019: 866-867).

1.2.3. Benlik Kavramı

Psikoloji alanında yapılan çalışmalar kimlik olgusuna yönelik tanımlamalarda, benlik kavramını merkezi konumda ele almaktadır. Benlik kavramı bireylerin kendilerine yönelik değerlendirmelerinin bir bütünü olarak, bireyin kim olduğunun açıklaması olarak kabul edilmektedir. Bireylerin kim olduklarına dair kafalarında var olan imajlar bütünün ifade eden benlik, bireyin keşfedilmeyi bekleyen özelliklerinden ziyade kişilerarası ilişkilerle gelişen ve değişebilen öz imaj ve bilinç olarak görülmektedir. Benlik kavramının birey nezdinde gelişmesi için diğer bireylerle etkileşim en önemli koşuldur çünkü birey kendisi ve kim olduğuyla ilgili çıkarımları, diğer bireylerin onu nasıl gördüklerinden yola çıkarak yapmaktadır. Bu çıkarımlar ışığında birey davranışlarını şekillendirmektedir (Sarı, 2012: 90-91). Bireyin kendini değerlendirme ve tanıma şekli olarak tanımlanan benlik, bireyin kendisine ait özelliklerini, yaşamsal amaçlarını ve inançlarının tamamını içermektedir. Kişinin yalnızca mental ve psikolojik vaziyetini değil kişilik özelliklerini de bir bütün

halinde barındırmaktadır. Benlik bu bakımdan öznellik göstermesi sebebiyle anlaşılması zor bir kavramdır (Güney, 2017: 73).

Bazı psikologlar benlik bilincini temel alarak bir takım benlik kuramları geliştirmişlerdir. Bu yaklaşımlardan bazıları şöyle açıklanmaktadır (Güney, 2017: 82-85):

- Benlik Yaklaşımı Kuramı: İnsan doğasını iyimser bir bakış açısıyla değerlendiren kuram, bireylerin davranışlarının mekanik bir süreç ile yönlendirildiğini belirtmektedir. Bireyler yaşamları boyunca doyuma ulaşma arzusuyla hareket etmekte ve bir arayış halinde seçimlerine karar vermektedir. Burada bahsi geçen doyuma ulaşma, mutluluk ve iyi olana yönelmekle gerçekleşmektedir.
- Carl Rogers'ın Benlik Kuramı: İyimser bir yaklaşımla geliştirilmiş bu kuram, benlik bilinci üzerinde durmaktadır. Carl Rogers'a göre bireyin kendisi ile ilgili yargıları ve algılamaları onun benlik bilincini oluşturmaktadır. Olumlu olumsuz ya da hem olumlu hem olumsuz özellikler taşıyabilecek olan benlik bilinci her zaman gerçeği yansıtmayabilir.
- Maslow'un Benlik Kuramı: Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramında benlik bilinci de yer almaktadır. İhtiyaçlar hiyerarşisinde insan gereksinimleri basamaklar halinde ele alınmaktadır. Bireyler bu gereksinimleri en alt basamaktan başlayarak yukarıya doğru gidermeye çalışmaktadır. İhtiyaçlar hiyerarşisinin en üstteki basamağı bireylerin kendilerini gerçekleştirme olarak belirlenmiştir. İşte bu son basamağa ulaşmış bireylerin benlik bilinçleri de sağlıklı biçimde oluşmuş olarak kabul edilmektedir.

Benlik ve kişilik kavramları birbirinden büyük farklılıklar ile ayrılmasa da birkaç noktada iki kavram arasındaki farktan söz edilebilmektedir. Kişilik ve benlik kavramları açıklanması oldukça zor kavramlardır. Benlik kavramı kişinin kendisine dair kanıları toplamı ve kendisini değerlendirme biçimi olarak tanımlanmaktadır. Benlik kişiliğe dair öznel değerlendirmeleri ifade etmektedir. Bireyler yaşamlarını kim oldukları, hayattaki hedeflerinin neler olduğu, yaşamı boyunca yapabildikleri ve yapmak istediklerinin neler olduğu, inanç ve değerlerinin neler olduğu gibi soruların

yanıtlarını arayarak geçirmektedirler. Bu sorulara verilen yanıtlarla benliklerini tanımaktadırlar. Kısaca benlik, insanların özellikleri, amaç ve beklentileri, yetenek ve sahip olduğu imkânlar, değer yargıları ve inanç sistemlerinden oluşan değişken bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Ertürk, 2017: 122-123).

Ersanlı'nın (1996) ifadeleriyle benlik kavramı 'bilinen, sosyal ve ideal benlik' olarak üç kategoride incelenmektedir. Bilinen benlik; kişinin toplumsal statüsü rolü ve becerileriyle, sosyal benlik; bireylerin diğer bireyler tarafından algılanış biçimiyle ve son olarak ideal benlik ise kişinin ulaşmayı arzu ettiği kişilik ile açıklanmaktadır (10-11).

Benlik kavramını açıklamaya çalışan kuramcılar farklı ifadeler kullansalar da temelde benzer tanımlamalar yapmaktadırlar. Psikanalitik kurama göre birey sürekli iç dürtülerinin etkisiyle hareket etmekte, davranışçı yaklaşım ise çevresel koşulların sonucu olarak ele almaktadır. Benlik yaklaşımı kuramcılarına göre ise birey mutluluk duygusunun peşinde, kendisinin farkında olarak bilinçli seçimler yapmaktadır. Çevresel faktörlerden ve sosyal ortamdaki diğer bireylerden alınan yorumlarla oluşturulan benlik, kişinin kendi hakkındaki gözlemlerinden de etkilenmektedir. Bireyler kendileri hakkında çevrelerinden sıklıkla duydukları yorumları benliklerinin bir parçası olarak görmektedir. Bu yorumlar ışığında oluşan benlik algısı bireyin davranışlarını da şekillendirmektedir. Bireyler, sosyal bir çevre içinde olmaktan ve diğer bireylerle etkileşimden uzaklaştıkları durumlarda, davranışlarını pekiştirip toplum nezdinde kabul görecektir davranışlar geliştirmek konusunda başarısız olmaktadır. (Ertürk, 2017: 125-126).

Benlik kavramını açıklamak adına geliştirilen bir diğer kuram ise 'Johari Penceresi' olarak bilinen kuramdır. Luft ve Ingham'ın geliştirmiş olduğu kuram; bireyin kendine karşı farkındalığı ve bireylerarası farklılığı açıklamaktadır. Kurama göre bireylerin benliklerini oluşturan birbiriyle bağıntılı dört pencere bulunmaktadır. Bireylerin kendileri hakkında bildikleri ve bilmedikleri, diğer bireylerin kişi hakkında bildikleri ve bilmediklerinden oluşan pencerelerden birinde yaşanan değişim diğer pencereleri de etkilemektedir. Johari Penceresi'ne göre benliğin açık

penceresi kişinin hem kendisi hem de diğer bireylerce bilinen özelliklerini içermektedir. Dışardan gözlemlenebilen tüm özellikler bu alanda toplanmaktadır. Birey olaylar ve durumlar karşısında duygu ve düşüncelerini, tutum ve davranışlarını diğer bireylerle paylaşmakta, açık bir iletişim yürütmektedir. Bireylerde açık pencerenin geniş olması, bireyin kendi duygu dünyası, tutum ve davranışları bakımından farkındalık içinde olduğunu göstermekte, aynı zamanda bu bireylerin, insan ilişkilerinde rahat, doğal, açık görüşlü, benlik saygısı yüksek bir kişi olduğunu göstermektedir. Benliğin kör penceresi; bireyin kendisi tarafından bilinmemesine rağmen, çevresindeki diğer bireyler tarafından bilinen benlik özelliklerini ifade etmektedir. Bir diğer ifade ile bireyin kendisine karşı farkındalığının zayıf olduğu durumları açıklamaktadır. Bireylerin kendilerine karşı farkındalıkları arttıkça kör pencere daralmaktadır. Benliğin kör penceresinin geniş olduğu bireyler, eleştirilere kapalı, yoğun korku ve kaygı yaşayan, savunmacı, bencil ve zaman zaman saldırgan, empatiden yoksun ve tek yönlü iletişime aşina olmaktadır. Benliğin gizli penceresi; sadece birey tarafından bilinen ve çevresindeki diğer bireylerin haberdar olmadığı benlik özelliklerine sahip olmasını tanımlamaktadır. Bu pencere bireyin diğer bireylerle paylaşmak istemediği, kendisine ait bilgileri barındırmaktadır. Gizli pencerenin genişlemesi halinde bireyler çevreleriyle etkileşime girerken kendilerini olduklarından farklı sunma eğilimi göstermektedirler. Son olarak benliğin bilinmeyen penceresi ise ne bireylerin kendileri ne de etkileşime girdikleri insanlar tarafından bilinmeyen yönlerini ifade etmektedir. Bu pencerenin geniş olduğu bireylerde kendilerine karşı öz farkındalık yetersizliği gözlemlenmektedir (Ertürk, 2017: 188-191).

Resim 1. 1: Johari Penceresi

	Kişinin bildiği	Kişinin bilmediği
Başkalarının bildiği	AÇIK ALAN	KÖR ALAN
Başkalarının bilmediği	SAKLI ALAN	BİLİNMEYEN ALAN

Johari Penceresi

Kaynak: [“Johari Penceresi”, 2012]

Bireylerin tecrübe ve yaşam standardı bilinen benliği nitelemekte ve nesnel benlik olarak ifade edilmektedir. Nesnel benlik sosyal, fiziksel ve manevi olarak üç kategoride ele alınmaktadır. Sosyal benlik bireyin toplum içindeki saygınlığı, özsaygısını ve diğerleri tarafından tanınırlığını ifade etmektedir. Fiziksel benlik, bireylerin dış görünüşlerini temsil etmektedir ve son olarak manevi benlik, bireylerin bilişsel faaliyetlerini ve inançlarını ifade etmektedir (Dilmaç ve Eki, 2008: 279). Duygusal zekâ, psikolojik ihtiyaçlar, sosyal çevreden beğeni ve takdir alma, kendini kabul etmiş olmak gibi iletişime dayalı unsurlar benliğin yaşam boyunca edinilen deneyimlere bağlı değişkenleri olmaktadır (Ertürk, 2017: 123).

Beyazyüz ve Göka’ya (2011) göre bireylerin kendilerine yönelik algıları şu kategorilerde incelenmektedir:

- Sosyal benlik: Bireyin diğer kendisiyle ilgili algılamalarının diğer bireylerin görüşlerinden etkilenmesiyle oluşur. Birey içinde bulunduğu sosyal çevreye mensup kişilerin kendisiyle ilgili görüşlerini referans alarak benliğini inşa etmektedir.
- İdeal benlik: Bireylerin yaşamlarının belirli dönemlerinde kendilerini nerelerde görmek istedikleriyle ilgili arzularından oluşmaktadır.
- Kişisel Benlik: Bireylerin kendilerine yönelik sahip olduğu fikir ve görüşlerden oluşmaktadır (35).

Düşünörlere göre benlik kavramı üç farklı bölümden oluşmaktadır. Bunlar; benlik imajı, benlik saygısı, ideal benlik olarak adlandırılmaktadır. Bireyin kendisi ile ilgili

düşünce ve algılamalarını içeren benlik imajının mutlaka gerçeklikle örtüşmesi gerekmemektedir. İdeal benlik ise kişinin nasıl biri olmak istediğini belirlemektedir. Yani birey tarafından kendisinde bulunmasını istediği özellikleri içermektedir. Son olarak benlik saygısı bireyin öz değerini tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Kişinin sahip olduğu benlik ve sahip olmak istediği benlik özellikleri arasındaki fark olarak tanımlanabilmektedir. Bireyin kendi değerini tanımlayan benlik saygısı için eğer sahip olunan benlik ve sahip olunmak istenen benlik arasındaki fark az ise bireyin benlik saygısı yüksek, fark çok ise bireyin benlik saygısı düşük olarak değerlendirilmektedir. Benlik saygısı bireyin özgüvenini açıklamaktadır (Ertürk, 2017: 130). Benliğin fonksiyonunu ve yönünü belirten bilişsel ve duygusal olarak iki boyutu bulunmaktadır. Bireyin kendisiyle ilgili düşünce ve algıları bilişsel boyutu, kendisine yönelik olumlu olumsuz duygu ve bu duyguların analizi duygusal boyutta değerlendirilmektedir (Ersanlı, 1996: 10).

Benlik ile ilgili tüm ifadelerde genel olarak benlik fiziksel bir varlığa sahip birey ile ilişkili biçimde ele alınmaktadır. Günümüzde bireylerin sosyal medya ağlarında sergilediği bedensiz dijital varlığı söz konusu olduğundan benlik kavramına dair geleneksel tanımlamaların gözden geçirilmesi gerekliliği doğmuştur. Dijital ortamlarda sergilenen benlik üzerine yapılan tanımlamalarda çevrimiçi ve çevrimdışı benliğin arasında farklılıklar olduğu ya da bu iki benliğin birbiriyle bağlantılı olduğuna yönelik ifadeler yer verilmektedir. Tıpkı çevrimdışı benlik ve kimlik kavramlarının birbirleriyle ilişki halinde olduğu gibi çevrimiçi benlik ve kimlik kavramları da birbirleriyle ilişkili olarak ele alınmaktadır. Dijital kimlik bir kişinin dijital platformlarda kendisine dair inşa etmiş olduğu tüm enformasyonların toplamı olarak ifade edilmektedir (Morva, 2016: 43). Online ortamlarda bireyler etkileşimde bulunurken toplumsal düzeyde benlik baskısı yaşamadan özgür bir şekilde fikirlerini beyan edebilmektedirler. Sanal mekanlarda buluşan kullanıcılar gerçek yaşamdaki rollerinden bağımsız olarak özgürce iletişime katılabilmektedirler (Engin, 2015: 18).

Burgoon (1974)'a göre, benlik kavramının beş bileşeni bulunmaktadır. Bunlar, maddesel, psikolojik, düşünsel, sosyal ve ideal olarak kategorize edilmektedir. Maddesel benlik, kişinin bedensel benliğine yönelik algısı gerçeklikle objektif

biçimde uyduğu durumlarda fiziksel benlik doğru yansıtılmaktadır. Psikolojik benlik olarak adlandırılan ikinci bileşen, kişinin kendi benliğine dair yaşamının herhangi bir döneminde vermiş olduğu kararları ifade etmektedir. Üçüncü bileşen olan duygusal benlik, çeşitli kaynaklarda ruhsal benlik olarak da ele alınmaktadır. Bu bileşen bireyin, düşünme, hissetme ve olayları algılama yahut yorumlama biçimleri gibi sübjektif değerlendirmeleri barındırmaktadır. Benlik kavramının dördüncü bileşeni olan sosyal benlik, bireyin sosyal ortamında diğer bireylerce gözlemlenebilen benlik yansımalarını ifade etmektedir. Sosyal benlik, bireyin içinde yaşadığı toplumla çok yakından etkileşim kurmaktadır. Benliğin son bileşeni olan ideal benlik ise bireylerin olmak istedikleri kişiye ait özellikleri barındırmaktadır. Bireyin kendisi için ideal insan davranışı olarak tayin ettiği birtakım davranışları sergileme çabasını ifade etmektedir. İdeal benlik, halihazırda sahip olunan benliğe ne kadar yakınsa birey benliği ile o miktarda bütünleşmiştir (Burgoon, 1974'ten aktaran Ertürk, 2017: 128-129).

Burgoon'un beş bileşende topladığı benlik kavramını Burger üç ana başlıkta ele almaktadır. Sosyal benlik; bireylerin birbirleriyle etkileşimi sonucunda oluşmaktadır. Bireylerin düşünme, algılama, hisler ve ruhani vaziyetleri doğrultusundaki eylemleri ruhsal benliklerini oluşturmaktadır. Bireyin kendisini nasıl algıladığı ile ilgili tanımlamalar ruhsal benlikte değerlendirilir. Bireyin kendisine ait tüm maddesel özellikleri de maddi benliğini oluşturmaktadır. Dış görünüşüne dair tanımlamalar, fiziksel özellikleri vb. öğeler maddi benliği içinde değerlendirilmektedir (Ertürk, 2017: 128).

Benliğin günlük yaşamda bireylerin tutum ve davranışları üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Yaşam boyunca gerçekleştirilen eylemler, yapılan işler ve bu işlerde elde edilen başarıları etkilemektedir. Çünkü benlik, bireylerin içlerinde onların tutum ve davranışlarını denetleyen bir mekanizma işlevi görmektedir. Bireyleri değerlendirmekte, yargılamakta ve tüm bunların sonucunda bireylerin eylemlerini belirleyen içsel bir güç olarak görev almaktadır. Bireylerin kendi tutum ve davranışlarını, duygu ve düşüncelerini yaşadıkları sosyal çevre dahilinde değerlendirmesi ayna benlik olarak adlandırılmaktadır. Ayna benlik ile bireyler,

diğer bireylerin kendilerine karşı dışa vurulmuş davranışlarından hareketle, kim olduklarına ilişkin değerlendirmeler yapmakta ve çıkarımlara varmaktadır (Güney, 2017: 74). Benliğin kişilerarası etkileşim ile gelişen bir öz değerlendirme olarak ele alınması ve buna bağlı olarak süreklilik gösterdiği sürece kimlik niteliği taşıması ayna deneyimini işaret etmektedir. Ayna benlik kavramı bireylerin diğerlerine sunduğu imajlar, diğerlerinin birey hakkındaki yargıları ve bu yargılardan doğan pozitif ya da negatif duygular olarak üç ögeyi birleştirmektedir (Sarı, 2012: 91-95).

Benliğin birey yaşamında başlıca görevlerini şu şekilde sıralamak mümkün olmaktadır:

- İçgüdüleri ve içgüdüsel davranışları denetleyerek düzenlemek ve gerektiğinde engellemek,
- Çevredeki canlı yahut cansız varlıklarla bağlantı kurmak,
- Gerçeği tanımak, denemek, anlamak ve gerçekliğe uyum sağlamak,
- Çevreden gelen uyaranlara karşı algıları açık tutmak, düşünmek, karşılaştırmak, sınırlamalar getirmek, kategorize edebilmek, zamanlamak, çıkarım ve yargılarda bulunmak,
- Kişinin öz farkındalıkla yaşamda karşılaşılabileceği engellere karşı güçlü olmasını ve savunma mekanizması geliştirebilmesini sağlamaktadır (Ertürk, 2017: 123).

Benlik kavramı sosyal psikologlar tarafından ele alınırken, benlik gelişiminde etkili olan faktörler üç temel kriterde değerlendirilmektedir. Bu kategoriler; geçerlilik, tutarlılık ve elverişlilik olarak belirlenmiştir. Bahsi geçen kriterleri taşıyan güdüler, benliğin gelişiminde ve güçlenmesinde etkili olmaktadır (Güney, 2017: 77).

Dijital kimlikler sanal ortamlarda inşa edilen, soyut bir benlik algısı ile ilişkili sosyal bir varoluşu ifade etmektedir. Yani bahsi geçen dijital ortamlarda, etkileşime geçilen diğer bireylerin etkisiyle tasarlanmakta ve inşa edilmektedir. Dijital kimliklerin çevrimdışı kimliklerden en bariz farkı eşzamanlı olarak çoklu kimlikler sunabilmesi olarak ifade edilmektedir. Dijital kimliklerle ilintili olarak ele alınan dijital benliklerin dört temel niteliği bulunduğu öne sürülmektedir. Bunlar; dijital

benliklerin içe yönelimli oluşu, anlatıya dayalı olması, arzu edildiği takdirde değiştirilebilir, vazgeçilebilir ya da geri alınabilir olması ve son olarak çoklu ve çeşitli olması olarak sıralanmaktadır. Bu niteliklerden ilki olan içe yönelimlilik, bireylerin çevrimdışı ortamda duygularını açığa vurmak konusunda yaşadıkları sorunların sosyal medya ortamlarında anonim profiller aracılığıyla ortadan kaldırılabildiği düşüncesini açıklamaktadır. Dijital benliğin ikinci karakteristiği olan anlatıya dayalı olma durumu bireylerin çevrimdışı hayatta kim olduklarına dair diğer bireylere açıklamalar yapma ihtiyacı duymamalarına rağmen sosyal medya ağlarında varlık gösterebilmek için kendilerini anlatmaya ve öz betimlemeye ihtiyaç duymalarını ifade etmektedir. Üçüncü nitelik yani değiştirilebilir, vazgeçilebilir ve geri alınabilir olma, çevrimdışı hayatta somut bir bedenle ilişkili olarak şekillenmiş olan benliğin aksine tam bir bedensizleşme ile ilişki gösteren dijital benliğin kolaylıkla müdahaleye müsait oluşuna işaret etmektedir. Dördüncü nitelik olan çokluk ve çeşitlilik dijital teknolojilerin getirdiği zaman ve mekândan bağımsız olma özelliği ile dijital benliklerin çoğalıp çeşitlenme olanağı bulmasını nitelemektedir (Zhao, 2005'ten aktaran Morva, 2016: 44-47).

1.2.4. Benlik Sunumu

Bireylerin, diğerlerinin kendileri ile ilgili algılarını olumlu yönde etkilemek için sergiledikleri çaba benlik sunumu kavramıyla açıklanmaktadır. Bireyler başkalarının algısında kendileriyle ilgili görüş ve düşünceleri kontrol etme ve düzenlemeye çalışmaktadır (Altıntaş vd., 2007: 92).

“Goffman, bireyin başkalarının bulunduğu ortamda taahhüde dayalı faaliyetlerde bulunduğunu ileri sürer. Ona göre performans, bireyin üzerinde etkisi bulunan ve kendisini izleyenlere yönelik gerçekleştirdiği eylemlerdir. Bireyin muhataplara sunulurken, birbirinden farklı roller doğrultusunda birbirinden farklı performanslar sergilediğini ve sosyal hayatın bir sahne olduğunu belirtir. Dolayısıyla birey herhangi bir davranışta bulunacağında bu davranışın muhatapları üzerinde arzu ettiği bir etki bırakmasını ister. Birey kendisini izleyenlerden onlara sunduğu karakterin asıl karakter olduğuna inanmalarını bekler” (Goffman, 2009'dan aktaran Yavuz, 2019: 47).

Erving Goffman'ın benlik sunumu teorisine göre bireyler birbirleriyle etkileşim kurarak, birbirlerine kendileri hakkında birtakım bilgiler vermekte ve tanışmaktadır. Birbirleri hakkında belli başlı izlenimler edinen ve bu izlenimler vasıtasıyla çeşitli çıkarımlarda bulunan bireyler kazanımcı benlik sunumu gerçekleştiriyorsa sergileyeceği belirli davranışlar ile kabul edilirliliğini arttıracaklarının bilincinde hareket etmektedir. Korumacı benlik sunumu gerçekleştiren bireyler ise, belirli tutum ve davranışları sergileyerek toplum tarafından dışlanmaktan kaçınmaktadır. Benlik sunumu bireylerin bilinçli yahut bilinç dışı olarak, sosyal etkileşimin düzgün işlenmesini sağlamak için gerekli olan bir tür izlenim yönetimidir (Ertürk, 2017: 149-150).

Yeni iletişim ortamlarında daha iyi anlaşılması ve kritik edilmesi adına niteliksel ve niceliksel araştırmalar yapabilmek için benlik sunumu yöntemlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Leary en önemli benlik sunumu yöntemlerini şu şekilde sıralamaktadır (Leary 1996'dan aktaran Boz, 2012: 43-45):

- Benlik tanımı
- Tutum bildirimi
- Sözel olmayan davranışlar
- Sosyal ilişkiler

Bireylerin sözel ifadelerle benlik sunumu yapmaları benlik tanımı olarak ifade edilmektedir. Bireyler kendilerini diğer kişilerden olumlu geri dönütler alabilecekleri şekilde sunduklarından benlik tanımlama yönteminde son derece seçici olmaktadır. Tutum bildirimi yönteminde bireylerin davranışları, tutumları, değerleri ve inançlarına yönelik ipuçları bulunmaktadır. Tutum bildirimi yaparak başkaları tarafından algılanmayı hedefleyen bireylerin bahsi geçen tutum ve davranışları sergilerken aşırıya kaçmalarına gerek yoktur. Üçüncü benlik sunumu yöntemi olan sözel olmayan davranış yönteminde, mimikler, görsel ve fiziksel ifadeler ve duygusal ifadeler bulunmaktadır. Bireylerin benlik sunumlarını gerçekleştirirken duygularını, görsel öğeleri ve mimiklerini muhataplarına yansıtmaları durumudur. Son benlik sunumu yöntemi olan sosyal ilişkiler yöntemi diğer yöntemlere kıyasla daha dolaylı olsa da bireyler tarafından sıklıkla tercih

edilmektedir. Bireyler bu yöntem kapsamında kendi benliklerini diğer bireylere aktarırken toplum nezdinde önemli görülen konu ya da kişiler üzerinden gerçekleştirir. Popüler bir grup, popüler bir kişi ya da görüş üzerinde yansıtma yaparak muhataplarının nazarında bu popülarite ile algılanmayı hedeflemekte, böylece diğer kişilerin gözünde olumlu bir izlenim bırakmaya çalışmaktadır (Boz, 2012: 44).

Mark Leary (1996)'nin ifadelerinden yola çıkarak benlik sunumu yöntemlerinin kavramsal bir çerçeve içinde dört boyuta ayrıldığı belirtilmektedir. Bahsi geçen boyutlar; öz-tanımlamalar, tutum ifadeleri, sözel olmayan ifadeler ve sosyal bağlantılar olarak belirlenmiştir. Öz tanımlamalar boyutuyla kişinin benlik sunumunda kullandığı değerleri, mesleği amaçları gibi unsurları ifade eden sözel içerikler anlatılmaktadır. Kişiler bu boyut dahilinde diğer bireylere sunulacak çok fazla içeriğe sahip oldukları için diğer bireylerde kendileri ile ilgili oluşturmak istedikleri izlenimlere göre seçici davranmaktadırlar. Diğer bir boyut olan tutum ifadeleri boyutuyla birey diğer bireylerin dikkatini çekmesini arzu ettiği tutum, davranış ve değerlerini sergilemektedir. Sözel olmayan davranışlar boyutu, kişinin jest ve mimik, fiziksel özellikler, duygusal ifadeler şeklinde üçe ayrılmaktadır. Duyguların kişilerin iç dünyasında saklı olan soyut kavramlar değil, diğer bireylerin de kavrayıp çeşitli göstergelerle fark edebileceği şeylerdir. Duyguların jest, mimik, ses tonu gibi fiziksel öğelerle diğer bireylere ifade edildiği benlik sunumu yöntemidir. Son boyut bağlantılar boyutudur. Kişiler diğer bireylere kendisiyle ilgili bilgiler vermek yerine toplum nezdinde iyi izlenime sahip bireyler ve kendisi arasında bağlantı kurarak benlik sunumunu gerçekleştirmektedir. Bağlantı kurduğu bireylerin sahip olduğu iyi izlenim sayesinde kendilerinin de iyi bir imaj yaratacaklarına inanmaktadırlar (Leary, 1996'dan aktaran Bilbil ve Çerçi: 2015: 285-286).

Goffman'ın benlik sunumu kavramı, bireyin yaşamı boyunca tıpkı bir tiyatro sahnesindeymişçesine diğer bireyleri seyirciler olarak görerek onları etkilemek üzere farklı roller sergilediğini açıklamaktadır. Bireyler bu rolleri sergilerken çeşitli taktiklere başvurmaktadır. Daima beğeni ve onay almayı amaçlayarak dahil olduğu

veya olacağı sosyal ortamlarda nasıl davranması gerektiği ve çıkarlarını nasıl koruyabileceğine dair bilgilere gereksinim duymaktadır (Hülür, 2017: 164).

“Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu” adlı eserinde Goffman, benlik sunumuna yönelik geliştirdiği şu kavramları irdelemektedir:

- Performans: Birey seyircilerinin gözlerini üzerinde hissettiği her an bir performans sergilemektedir.
- Vitrin: performansla ilişkili bu kavram bireyin fiziksel özellikleriyle yani görsel öğeleri kapsamaktadır.
- Takım: Bireyin performansını sergilerken iş birliği içinde bulunduğu diğer üyelerle ifade edilmektedir. Bireyin beğenilmek adına kendini aitmiş gibi gösterdiği çeşitli zümreler bu kavrama örnek olabilir. Örneğin; bir kişi toplumsal statüsünü yükseltmek için mesleği ile ön plana çıkmak üzerine performans sergiliyorken, kendisiyle aynı meslek grubundan herhangi birinin olumsuz davranışları o meslek grubundaki herkesi etkileyecek biçimde olumsuz bir görüş oluşmasına sebep olabilmektedir.
- Bölgeler ve bölgesel davranışlar: Bireyler sergiledikleri performansı desteklemek üzere toplum içindeki konumlarına göre farklı bölgelerde aslında sahip olmadıkları özellikler gösterebilmektedir. Örnek olarak bir müşteri temsilcisi muhatabıyla iletişim kurarken son derece sabırlı ve güler yüzlü görünmesine rağmen sahne arkası olarak tabir edilen bölgede, muhataplarının görmediği anlarda sabırsız ve somurtkan bir tavır sergileyebilmektedirler.
- Ayrık roller: Bireylerin performansları sırasında takımla birlikte hareket etmesi ve o takıma mensup olmaları durumunda ortaya çıkan sınırları ihlal etmekten kaçınması olarak ifade edilmektedir. Örneğin; özünde şiddete meyilli olan bireyler içinde bulundukları takımın özellikleri arasında şiddete yer yoksa bu yönünü takıma karşı olumsuz izlenimler oluşmasını önlemek adına gizlemektedirler.
- Karakter dışı iletişim: Bireylerin performansları esnasında sergiledikleri tutumların tam aksi davranışlar sergilemeleri durumudur. Örnekle sahnedeysen muhatap aldığı kitleye karşı saygıyla yaklaşan bir

siyasetçinin sahne dışında kitlesini aşağılaması şeklinde açıklanabilmektedir.

- İzlenim denetimi sanatı: Bireylerin diğerlerine karşı sergilediği performansında başarıyı yakalamak adına birtakım özelliklere sahip olması gerektiğini ifade etmektedir (Goffman, 2009).

Benlik ve kimlik konuları pek çok kuramcının açıklama getirmeye çalıştığı kavramlardır. Goffman'ın geliştirdiği izlenim yönetimi kuramı kimlik inşası sürecini açıklamaktadır. Bu kuram bireylerin sosyal yaşamlarında diğer bireylerle etkileşimlerinde kullandıkları sosyal kimliklerin bilinçli ya da bilinç dışı biçimde diğer bireylerin kendilerine dair görüşlerini yönlendirmek üzere inşa edildiğini, sürdürüldüğünü ve genişletildiğini öne sürmektedir. Birey bir tiyatro sahnesi olarak gördüğü yaşamı boyunca çeşitli rolleri, içinde yaşadığı toplum tarafından beğenilmek ve kabul görmek için edinmekte ve sergilemektedir. Birey dış görünüşünü, yaşam biçimini ve yaşam alanını rolüne uygun olarak düzenlemektedir. Bireyler diğer bireylerle etkileşim halinde oldukları alanları kamusal alan yani sahne olarak nitelendirmekte, kendileriyle baş başa kaldıkları alanları ise sahne arkası, yani özel alan olarak adlandırmaktadır. Bu bağlamda sosyal etkileşim bir tiyatro oyununa benzetilmekte, bireyin etkileşimde bulunduğu diğer bireyler seyirciler olarak tanımlanmakta ve sosyal etkileşime giren bir bireyin, tıpkı bir aktör gibi rolünü sergilediği öne sürülmektedir. Dekor, senaryo kostüm gibi öğelerle seyircide olumlu izlenimler yaratmaya çalışan birey, diğerleri tarafından kabul görmeyi ve alkış almayı amaçlamaktadır. Goffman izlenim yönetimi kuramıyla bireylerin, diğer bireyler üzerinde oluşturdukları izlenimlerin farkında olarak, benlik sunumu aracılığıyla süreci yönetmeye çalıştığının altını çizmektedir (Ertürk, 2017: 147-149).

Kullanıcıların çevrimdışı yaşamda sahip oldukları benlik ve kimlik özelliklerini şeffaf biçimde yansıtmaya zorunluluklarının bulunmadığı sosyal medya ağları, bireylerin benlik sunumlarını diledikleri biçimde gerçekleştirebilmelerine olanak tanımaktadır. Bireyler birbirinden farklı platformlarda, iletişim ve etkileşim süreçlerine dahil oldukları platformun yapısına uygun olarak farklı benlik ve kimlik özellikleri sergileyebilmekte, kendilerine içinde bulundukları sanal dünyadaki diğer

kullanıcıların kabul ve takdir edeceği roller atfedebilmektedir. Anonim hesaplar üzerinden sosyal medya platformlarında varlık gösteren bireyler ise tam tersi biçimde, bilinçaltında saklanmış, toplum nezdinde kabul görmeyecek rollerisergileyerek benlik sunumu yapabilmektedir.

1.2.5 Dijital Kimliğin Tanımı

Dijital kimlikler teknoloji ile harmanlanmış sanal tutum ve davranışlardır. Dijital kimlik kullanıcıları sosyal medya uygulamalarında tutum ve davranışlarını ahlaki normlara göre düzenlemekte, diğer bireylerce kabul görmeyecek davranışlardan kaçınmaktadır. Dijital kimliğe sahip bireyler internet ortamlarında sergiledikleri davranışların ahlaki ve toplumsal değerler açısından nasıl değerlendirilecekleri ile ilgili doğru analizler yapabilen, interaktif ortamlarda etkileşim sağlarken bu ahlaki ve toplumsal değerlere uygun hareket eden, etik çerçevede tavırlar sergileyen bireyler olmaktadır. Dijital kimlikler, bireylerin sosyal medya ortamlarında kendilerini diğer bireylere tanıtmalarına yardımcı olmaktadır. Dijital kimlikler bireylerin sanal ortamlarda kiminle iletişim kurduklarından emin olmalarını sağlamaktadır. Dijital kimlikler ihtiyaç halinde değiştirilebilmekte ve yeniden düzenlenebilmektedir. Dijital kimlikler, bir takım mail ve ileti uygulamalarında mail içeriklerini şifrelemek ve alıcı olarak belirlenen adres dışında kişilerce okunmasını engelleyen, çeşitli kurumlarca çalışanlarına sağlanan sertifikalar olarak da bilinmektedir (Gündüz ve Engin, 2016: 51-54). Sanal ortamlarda dijital kimlik sahibi bireylerin etkileşimde bulunurken davranışlarının etik sonuçlarına dair doğru analizi ve kritiği yapabilmesi, sosyal medyada toplum nezdinde kötü olarak atfedilmeyecek bir profil çizmesi ve diğer bireylerle iş birliği halinde olması beklenmektedir (Özel ve Sert, 2014: 303).

İnternetin iletişim süreçlerinde başrol haline gelmesiyle birlikte, iletişim tarihinde ilk kez biyolojik varlığın sesi, görüntüsü ve cinsiyeti iletişim sürecindeki önemini yitirmiş ve sanal bir bedensizlikle diğer bireylerle etkileşime girmeye başlamıştır. Bahsi geçen sanallık sayesinde bireyler özgürce dijital kimliklerini inşa etmeye başlamış ve kendilerini diğer bireylere arzu ettiği biçimde sunma imkânı bulmuştur

(Gündüz ve Engin, 2016: 50). İnternetle birlikte bireyler biyolojik ve sosyal varlıklarının yani ses, cinsiyet ve sosyal statü gibi durumların etkisinde kalmadan diğer kullanıcılarla iletişim kurma olanağına kavuşmuştur. Bireyler kendilerine arzu ettikleri biçimde profiller oluşturarak yeni bir kimlik yaratmakta ve kendileri hakkında belirli bilgileri paylaşıp paylaşmama konusunda özgür olmaktadır (Ellison, 2012: 1).

Dijital kimlik kavramı açıklanırken en çok değinilen unsur, çevrimiçi ortamların zaman ve mekân kısıtlamalarından bağımsız olarak bireylerin çevrimdışı yaşamda sahip oldukları kimliklerden farklı ve hatta olmak istedikleri kişiye atfettikleri kimlik özellikleri üzerinden benlik sunumu gerçekleştirmeleri ve kimlik inşa etmeleridir. Bireyler sosyal medyada fiziksel beden kısıtlamalarına maruz kalmadan dijital bir bedensizleşme yaşamaktadırlar. Böylece bahsi geçen ortamlar kimliğin öngörülemez bir sinerji ile yeniden ve yeniden inşa edilebildiği etkileşimli platformlar haline gelmektedirler. Dolayısıyla ağırlıklı olarak bireylerin çevrimdışı yaşamlarındaki kimlikleri ile dijital kimlikleri arasında büyük farklar gözlemlendiği fikri ön plana çıkmaktadır. Birey tıpkı çevrimdışı yaşamda olduğu gibi çevrimiçi ortamlarda da dijital kimliğini diğer bireyler nazarında kabul edilebilirliğe göre inşa etmektedir. Yani dijital kimlikler de çevrimdışı kimlikler gibi diğerlerinin varlığına bağlı olarak bulunmaktadır. Bireyler sosyal medyada paylaşmayı, beğenmeyi yani etkileşime girmeyi tercih ettiği fotoğraflar, videolar ve metinler aracılığıyla diğer kullanıcıların olası tepkileriyle ilgili çıkarımlarda bulunmaya çalışarak bu doğrultuda kendine ait enformasyonları yapılandırmakta ve dijital kimliğini inşa etmektedir (Morva, 2016: 50-55). Sosyal medya ortamları bireyler tarafından kimlik inşası, kimlik sunumu, imaj oluşturma, rol yapma ve boş zaman doldurma amacıyla kullanılmaktadır. Sanal ortamlarda bireyler gerçeklik iddiasında bulunmadan kendilerine dair imajlar sunarak akışkan bir kimlik inşa etmektedir (Armağan, 2013: 2). Kullanıcılar sosyal medya üzerinden kimliklerini inşa ederken, sosyal paylaşım sitelerinde oluşturdukları profiller üzerinden diğer kullanıcıların erişimine sundukları kişisel bilgileri, metinleri, görselleri kullanmaktadırlar. Bahsi geçen ağlarda paylaşılan içeriklerin her biri dijital kimlik inşası sürecinin bir parçası olarak görülmektedir.

Günümüz toplumlarında bireyler sosyal medya ağlarının da etkisiyle görüldükleri sürece varlıklarını kanıtlayabileceğine inanmaktadır. Bu çevrimiçi ortamlarda kimlik inşasını da görünür olmak üzerine kuran birey bu süreçte ötekilerini nesnelleştirmekte ve kendisini yüceltmektedir (Kara, 2015: 474). Bireylerin beğenilme arzusu, toplumdaki diğer bireyler tarafından kabul edilme ve sevilme ihtiyacı kimlik inşası sürecinde etkisini fazlaca göstermektedir. Sosyal medya ortamları bu anlamda bireylere büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bireyler sosyal medya ortamlarında kendilerine dair bilgiler paylaşıırken takipçileri başta olmak üzere sanal ortamdaki tüm bireyler tarafından beğenilme arzusuyla hareket etmekte, sosyal medya ortamlarının değişken yapısı içinde kendisine farklı durumlar için birbirinden farklı kimlikler inşa edebilmektedir. Sosyal medyada tanınma, kendisini o ortama ait hissetme ve hatta fenomen haline gelme çabasıyla hareket etmekte, düşüncelerini özgürce ifade ederek, belki de çevrimdışı yaşamında sahip olduğu kimlikle asla bağdaştırılamayacak davranışlar sergilemekte veya kendisiyle bağdaştırılamayacak gruplara katılmaktadır (Arık, 2013: 104).

Teknolojik gelişmeler ışığında toplumsal düzen bakımından geline nokta artık kimlikler her biçime bürünebilmekte ve yeniden inşa edilebilmektedir. Kimlik olgusu bu açıdan ele alındığında, sosyal medya ve internetin kimlik inşasına etkileri açıkça görülmektedir. Bireylerin içinde yaşadıkları kısıtlı sosyal çevre ve coğrafyanın etkisiyle edinilen kimliklerin yerini, zaman ve mekân konusunda herhangi bir kısıtlamaya tabî olmayan, bedensizliğin ve sanallığın hâkim olduğu, bireyin internete erişimi olan herkesle etkileşime geçilebileceği bir ortam olan sosyal medya ağlarında inşa edilen dijital kimlikler almıştır (Sarı, 2012: 106).

Sosyal medya ortamlarında inşa edilen bu sahte ya da anonim kimlikler, bireyler için psikolojik bir yük teşkil edebilmektedir. Bireyler sosyal medya üzerinde kendileri için inşa ettikleri, çoğu zaman gerçektışı öğeler içeren sanal kimliklerin, çevrimdışı dünyada sahip oldukları kimliklerle örtüşmediği durumlarda ikileme düşmekte ve bu durum ruhsal sorunlara yol açabilmektedir (Bernea, 2013'ten aktaran Kalamani, 2016: 42-43). Dijital kimlikler, teknoloji ekseninde inşa edilmiş tutum ve davranışların bir bütünüdür. Dijital kimliklerle online ortamları kullanırken bireyler

etik davranışlar sergilemeyi ve bu bağlamda etkileşime katılmayı hedeflemektedirler (Özkan, 2013: 387). Dijital kimlikler bireylerin kişisel sertifikaları olarak işlev göstermektedir. Bireyler iletişim ortamlarında dijital kimlikleriyle diğer kullanıcılara göndericinin kendileri olduğuna dair garanti vermiş olmaktadır. Bireyler dijital kimlikleri tıpkı çevrimdışı yaşamdaki kimlikleri gibi kendilerini diğer kullanıcılara tanıtmak bir başka kişinin kendileri gibi davranarak onlar adına diğer kullanıcılarla iletişime geçmesini engellemek amacıyla kullanmaktadır (İşlek, 2012: 32).

Dijital kimlikler, sanal ortamlarda elektronik posta adresleri ile gönderilen iletileri şifrelemek, içeriği kaynak ve alıcı arasında sınırlı tutmak ve değiştirilmesini engellemek adına kurumlarca, üyelerine sertifika yöneticileri aracılığıyla sağladıkları dijital kartpostallar olarak da tanımlanmaktadır. Bu dijital kimlikler iletişim sürecinde açılabilir ve istenildiği takdirde üzerinde değişiklik yapılabilir özelliktedir (Özkan, 2013: 388).

Bireylerin sosyal medyada varlığını göstermek üzere diğerlerine yansıttığı kimliği çoğu zaman gerçek kimlikleriyle örtüşmemekte, eğlenmek, sosyalleşmek, eğitim ve iletişim kurmak amaçlı kullanılan sanal kimlikler bireylerin çevrimdışı dünyadaki benliklerini yansıtmak yerine, olmayı arzu ettikleri benliği yansıtacak şekilde inşa edilmektedir. Sanal ortamda oluşturulan kimlikler bireylerin kendilerini ifade etme biçimi olarak ele alınmaktadır. İnsanlar bu kimliklerle sanal bir aidiyet yaşamakta ve kendilerini sosyal medya ortamlarında yaratılan sanal toplulukların içinde konumlandırmaktadır. Sosyal medya ortamlarında inşa edilen bu gerçeklikten uzak yahut anonim kimliklerle, bireyler için, yenilikleri keşfetme, özgürce iletişim kurma, toplumsal baskı ve normlardan uzak olma, ifade özgürlüğü elde etme, farklı gruplara karışabilme olanağı doğmaktadır (Özbek, 2014: 38). Bireyler sosyal medya ortamlarında inşa ettikleri bu sanal kimliklerle diğer bireyler tarafından fark edilmeye değer bulunmak, beğenilmek, görülmeye değer olduğunu kanıtlamak gibi dürtülerini tatmin etmeye çalışmaktadır (Colomina, 2011: 23).

Bireylerin sosyal medya üzerinden inşa ettikleri dijital kimlikler, çevrimdışı yaşamlarındaki kimlikleriyle çoğu zaman örtüşmemesinden dolayı, bireylerde benlik

çatılmasına sebep olmaktadır. Bireyin sosyal medya üzerinden olmak istediği kişiye öykünerek, beğenilme ve ait hissetme kaygısıyla oluşturduğu dijital kimlikler, gerçek yaşamda sahip olduğu kimlikten daha çok beğenildiği takdirde, sanal kimliğini, çevrimdışı kimliklerine oranla daha fazla benimsediği gözlenmiştir. Bireylerin sosyal medyada inşa ettiği kimlikler her zaman bireyin en iyi özelliklerini yansıtmakta, en güzel çıktığı fotoğraflarla desteklenmekte, birey sahip olduğu iyi özellikleri ön plana çıkartmaya çalışmakta ya da hiç sahip olmadığı özellikleri varmış gibi göstermektedir (Kalaman, 2016: 39).

Bireyler sosyal medya ortamlarında olduğu kadar, çevrimdışı yaşamlarında cesur olamamaktadır. İçinde yaşadığı toplumun görüş ve kurallarına ters düşecek herhangi bir davranış sergileyememekte, çevresindeki diğer bireylerin kendisi ile ilgili düşünebileceklerinde çekinerek kendisini ifade etmek konusunda çekingen davranabilmektedir. Oysa sosyal medya üzerinden bireyler kendilerini ifade ederken, bu sanal ortamların kendilerine bir çeşit görünmezlik kazandırdığına inanmakta ve bu anonimlik hissi sayesinde daha rahat olmaktadır. Bireyler bu ortamlarda diğer kullanıcılarla iletişime geçerken yaş, cinsiyet, toplumsal statü ve roller gibi özelliklerini gizleyebilmekte yahut değiştirebilmektedir (Zeybek, 2012: 286).

Dijital kimlikler ile ilgili ortaya atılan görüşlerden bazıları, çevrimdışı kimlikler ve dijital kimlikler arasındaki farklılıkların anonimliğin boyutu ile ilişkili olduğunu ileri sürmektedir. Sosyal medya platformlarında oluşturulan profillerde inşa edilen ve sergilenen dijital kimlikler, iletişim kanalı olarak kullanılan platformun anonimlik düzeyine göre çevrimdışı kimliklerden farklı özellikler gösterebilmektedir. Aksi durumlarda çevrimdışı kimlikler ve dijital kimlikler birbirleriyle bağlantı ve uyum içinde diğer bireylere sunulmaktadır. Birey sosyal medya ağları üzerinden diğerleriyle etkileşime geçerken, aslında ‘kim’ olduğu ne kadar az biliniyorsa o kadar özgür biçimde fikir ve görüşlerini diğer kullanıcılarla paylaşmaktadır. Bireyler sosyal ağlarda çevrimdışı yaşamlarında da yakından tanıdıkları aile üyeleri, akrabalar ve arkadaşlarıyla bağlantılar kurarken çevrimdışı kimlikleriyle ters düşebilecek tutum ve davranışlardan kaçınmakta, dijital kimliklerini bu minval üzere inşa etmektedirler (Morva, 2016: 59).

Bireyler sosyal medya ağlarında kimliklerini diledikleri biçimde konumlandırabilmekte ve bu yönde, dili kullanma biçimlerinden dış görünüşlerine kadar pek çok konuda, çeşitli düzenlemeler yapmaktadır (Çakır, 2017: 58). Sosyal ağlarda özellikle genç kitle tarafından oluşturulmuş, iletişim kanalı olarak kullanılan mecranın özelliklerine uygun olarak geliştirilmiş bir internet dili mevcuttur. ‘Akım’ haline gelmiş çeşitli ifadeler ve kalıplar, beğeni almak, etkileşim ve takipçi kazanmak gibi amaçlarla sıkça kullanılmaktadır. Kullanıcılar yine aynı amaçlarla, sosyal medya ağlarında popüler hale gelmiş imajları ve davranış kalıplarını benimseyebilmektedir.

Özetle; internet ortamında sergilenen dijital kimliklere yaklaşımlar da çeşitlilik göstermektedir. Dijital kimliklerin, çevrimdışı yaşamda sahip olunan kimlikten farklı olarak aslında bireylerin sahip olmak istedikleri kimlik özellikleriyle donatılmış biçimde inşa edildiğine yönelik düşüncenin yanı sıra dijital kimliklerin aslında çevrimdışı kimliklerden farklı olmadığını, bireylerin gerçek yaşamda sahip oldukları kimliklerle bütünleşik özellikler gösterdiğini belirten yaklaşımlar da bulunmaktadır. Sosyal medya ortamlarında varlık gösteren bireyler, diğerleriyle iletişim ve etkileşime girerken tamamen gizlilik içinde anonim dijital kimliklerle, aslında sahip olmadıkları ancak sahip olmak istedikleri özellikleri taşıyan yanıltıcı dijital kimliklerle ya da çevrimdışı yaşamlarında sahip oldukları kimliklerle bağlantılı ve uyum içinde inşa edilmiş dijital kimliklerle kendilerini yansıtabilmektedirler (Kara, 2014: 51).

İKİNCİ BÖLÜM

GÖZETİM TOPLUMU ve DİJİTAL KİMLİK İNŞASINA ETKİLERİ

2.1. Gözetim: Kavramsal Çerçeve

Tarih boyunca her dönem iktidar sahipleri, yönettikleri bireyleri denetim altında tutmak ve güçlerini arttırmak için bir takım gözetim sistemlerine başvurmuşlardır. Geçmişte günümüzdeki sistemlere nazaran oldukça ilkel kalan yöntemlerle ve çoğunlukla iktidarlarını tehdit eden bireylere karşı gözetim faaliyetlerini yürütseler de zamanla gelişen teknolojiler gözetim sistemlerini çeşitlendirmiş ve gözetim öznesi olan kişi sayısını arttırarak gözetlenen alanı genişletmiştir. Aynı zamanda gözetimin boyutu da değişmiş ve fiziki gözetimin yerini dijital gözetim almıştır (Kalaman, 2016: 4).

Gözetim kavramı birbirinden farklı iki bakış açısı ile ele alınmaktadır. Birincisi bireyleri kontrol edebilmek adına haklarında depolanan bilgileri ifade etmekte, ikincisi ise bireylerin birbirlerini yine otorite sahibi olma amacıyla izlemelerini içermektedir. Toplumsal yaşam içinde bireyler etkileşimde bulundukları diğer bireylerle ilgili pek çok kişisel bilgiye erişim sağlayabilmektedir. Zaman zaman da merak, örgütlenmek gibi çeşitli sebeplerle bilinçli olarak birbirlerini gözetlemektedirler (Kodak, 2016: 65).

Toplum içindeki bireylere ait verilerin kaydedilmesi, tasnif edilesi ve depolanması yoluyla kitleler hakkında detaylı bilgiler elde eden iktidarlar, toplumsal düzeni sağlamak, toplum güvenliğini garanti etmek, güvenliği tehdit eden unsurlara karşı önlemler almak gibi amaçlarla gözetimden yararlandıklarını ileri sürmektedir. Gözetimin çelişkili yapısı gereği tanımlamaları da değişiklik göstermiş ve ortak bir tanım birliğine varılamamıştır. Gözetim için yapılan tanımlamalar, gözetimin bir hedef dahilinde bilinçli olarak gerçekleştirilen bir izleme süreci olduğu, rutin haline geldiği, sistematik bir işleyişe sahip olduğu, akılcı bir plan dahilinde

gerçekleştirildiği ve detaylara odaklanmış olduğu konusunda ortak noktalar göstermektedir (Aydın, 2018: 3-6).

Gözetim faaliyetleri toplumsal yaşamın geliştiği ilk dönemlerden bu yana varlık göstermektedir. İnsanlık ilk dönemler, kaydettikleri ilerlemeyi görmek, toplumsal güvenliği sağlamak amacıyla ilkel gözetim faaliyetleri gerçekleştirmiştir. Antik dönemlerde askerlik, göç, nüfus sayımları ve vergi toplamak gibi çeşitli sebeplerle gerçekleştirilen gözetim faaliyetlerinden bahsetmek mümkündür. Etkin gözetim faaliyetleri ise 19. yy'dan itibaren baş göstermektedir. 19. yüzyıldan başlayarak 20. yüzyılın başlarına kadar teknolojik gelişime paralel biçimde gözetim faaliyetleri hız kazanmıştır. Bu tarihlerden itibaren artık devletler diğer devletleri ve kendi halklarını gözetlemeye başlamış ve çoğu zaman yönetimi gözetim verilerinden yola çıkarak düzenlemişlerdir. Ölçeği genişleyen ve sistematik bir hâl alan gözetim, kapitalizm, sanayi kentlerinin artışı, devletlerin iç ve dış tehditlere karşı savunma ve politik stratejiler geliştirme çabası, devlet idaresi ve bürokratik yapılanmayla artan kapitalist işletme sayısının geliştirdiği modern toplum gibi temel unsurlara dayanmaktadır (Kalaman, 2016:47-48).

Geleneksel dönemlerde bireylerin fiziki olarak takip edilmesi şeklinde gerçekleşen gözetim, teknolojik gelişmeler ve toplumsal değişimler sonucu bireylerin kişisel bilgilerinin toplanması ve depolanması şeklinde devam etmiş ve günümüzde depolanan verilere yaş, cinsiyet, meslek gibi bilgilerin yanı sıra biyolojik veriler, kamera kayıtları vs. son teknoloji gözetim verileri de eklenmiştir. Gözetim faaliyetleri tarih boyunca çeşitlilik göstermiş olsa bile gözetimin amacı hiç değişmemiştir. Gözetimin asıl amacı her zaman kontrol altında tutmak ve hakimiyet sağlamaktır (Aydın, 2011: 4).

Gözetime dair işlevsel açıdan gerçekleştirilen sınıflandırmalar aşağıdaki tabloda açıklanmaktadır. Bu sınıflandırmalar bir bakıma gözetimin gerçekleşme sürecini ifade etmektedir (Aydın, 2018: 29):

Tablo 2.1: Gözetimin işlevsel sınıflandırılması.

Kimlik Saptama	Bireyleri birbirlerinden ayırma süreçlerini ifade eder ve bireylerin güvenilir ve kesin biçimde ‘kim’ olduklarını, belirleme sürecidir. Bireyler kimlikleri saptanıp birbirlerinden ayrılmadıkça görünürlük kazanamamaktadır.
Sınıflandırma	Bireylerin ‘ne’ olduklarına dair tanımlamalar yapılarak benzerlik gösterdikleri grupların içine dahil edilmeleri sürecidir ve görünürlüğün sınırlı kalmasını engellemeye yöneliktir. Gözetim verilerinin saklanması ve depolanması süreçleriyle de ilişkilidir.
Değerlendirme	Bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerinin olumlu ya da olumsuz hangi yönde seyredebileceğine dair tahminleri ifade etmektedir. Bir bağlamda bireylerin potansiyellerini keşfetmeye yöneliktir.
Ayrırma	Yapılan sınıflandırmalar ve değerlendirmeler ışığında birey ya da grup adına seçimler yapılmasını ifade etmektedir.
İstatistiksel Ayrırma	Bireyin ait olduğu veya ait olduğu varsayılan grubun özelliklerinden yola çıkarak, bireyleri dışarda bırakma ya da çeşitli fırsatlardan mahrum etmeyi ifade etmektedir.

Sosyal kontrol aracı olan gözetim; bireylerin ya da toplumların davranışlarının, otorite haline gelmiş siyasi erkler ya da ticari şirketler tarafından çeşitli amaçlarla izlenmesi olarak tanımlanmaktadır. Bilgiye ulaşma ve bilginin yayılması bakımından anarşist bir tutum içinde olmasından dolayı özgürlükler çağı olacağı düşünülen günümüzde, düşünülenin aksine elektronik gözetimle toplumu baskılamayı kolaylaştıran ve dahi özel alan ve kamusal alan arasındaki ayrımın silikleşmesiyle

mahremiyet ihlalleri üzerinde temellenen bir dijital iktidar çağı yaşanmaktadır. Güvenlik tedbirleri amacıyla cadde ve sokakları izleyen kameralar, hırsızlık ve dolandırıcılığı tespit amacıyla kaydedilen banka hesap hareketleri aslında bireylerin gözetimi amacıyla kullanılmakta, hesap hareketleri ve internetteki dijital ayak izleri sayesinde bireyin tüketim alışkanlıkları, siyasi ideolojileri gibi kişisel bilgileri büyük veri tabanlarına aktarılmakta ve depolanmaktadır. Daha sonra iktidarın gücünü arttırma ya da ticari kazanç sağlamak üzere üçüncü kişilerle paylaşılmaktadır (Kalaman, 2016:44-45).

Gözetim ve gözetim faaliyetlerine karşı ‘nötr’ ve ‘negatif’ olmak üzere iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. Nötr yaklaşım gözetim faaliyetlerinin olumlu yönlerinin var olduğunu, tüm toplumların ana karakteristik özelliği olduğunu, organize olmak için gerekli olduğunu ve sistematik bir bilgi toplama türü olduğunu savunmaktadır. Negatif yaklaşım ise gözetimi, bireyler ve toplumlar üzerinde hakimiyeti sağlamak üzere çoğu zaman bireyleri potansiyel suçlular olarak görmekten kaynaklanan sistematik bilgi toplama ve meşru şiddet kullanma hakkı yakalamaya çalışmak olarak tanımlamaktadır (Akdağ, 2015: 10-11).

Gözetim faaliyetlerinin sağladığı birtakım faydalar gözetime yaklaşım konusunda çelişkilere sebep olabilmektedir. İnsan yaşamını kolaylaştırmak, güvenliğini sağlamak gibi çeşitli faydaları bireylerin gözetime razı olmalarını ya da gözetime tamamen karşı olmalarını engellemektedir. Örneğin; kamusal alanlarda gerçekleşen şiddet vakaları ve hukuken suç kategorisine giren birtakım davranışlar sonrası, failerin mobeseler ya da güvenlik kameraları tarafından çabuk tespiti ve yargılamanın hızlanması, bireyin tüketicisi olduğu bir firmadan doğum gününe özel indirim ya da ürün kazanması gözetimin ve kişisel bilgilerin paylaşılmasını bir bakıma faydaya çevirmektedir. Bu noktada korkutucu olan ise tüm bu gözetim verilerinin kullanım amacının yalnızca güvenlik ve müşteri memnuniyeti olmamasıdır. Bireylerin sosyal medya hesapları yalnızca onları siber suçlara karşı korumak için değil, söylemlerinde ve davranışlarında güç sahiplerinin aleyhinde herhangi bir öge barındırma ihtimaline karşı gözetlenebilmekte, bu mecralarda yayınlanan her türlü içerik bireylerin kategorize edilmesi ve dahi fişlenmesi için kullanılabilmektedir.

Devletler vatandaşlarını koruma ve ulusal güvenlik gibi sebeplerle gözetimi meşru hâle getirmektedir. Suçu önleme, güvenliğin tahsisi ve suçluların tespiti ve takibi gibi uygulamalarla küresel çapta gözetim gerçekleştirebilmektedir (Kalaman, 2016:69).

Gözetim olgusu tarihsel akış içerisinde iktidar ve gözetim ilişkisi bakımından üç grupta toplanmaktadır. Geleneksel dönemde görülen ‘pastoral gözetim’ denetim, vergi toplama faaliyetleri gibi devletin varlığını devam ettirecek unsurları desteklemek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Modern ulus devletler ile ortaya çıkan ‘teknik gözetim’, iktidar yapısını korumak ve sağlamlaştırmak üzere işlev gösterirken, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle günümüzde rastlanan ‘enformatik gözetim’ iktidarlara hakimiyet gösterebilmeleri için gerekli bireysel bilgiyi sağlamaktadır (Üçer, 2014: 24).

“Gözetime dayalı iktidar ilişkileri, Marx için sınıf ilişkileri ekseninde atölyeler ile fabrikalarda; Weber’e göre bürokratik iş bölümleri üzerinden modern örgütlerde su yüzüne çıkar. İktidar(lar)ın işleyiş mekanizmalarını konu edinen Foucault ise, gözetime dayalı iktidar(lar)ın toplumsal yaşamı bir ağ gibi içine aldığı görüşündedir; bu iktidarlara, toplumsal yapıda mikro ve makro düzeylerde ortaya çıkan güç yapılanmaları sayesinde mevcut ilişkilerin tümünde bulunur. Weberin toplumsal ilişkiler yayılımı içinde Marx’ın fabrikayla sınırladığı alanın ötesine geçer. Teknik gözetim, modern dünyayı karakterize eden disiplinler iktidarın toplum yüzeyinde dalga dalga yayılmasıdır. İnsan eylemlerinin zaman ve mekân sınırları içine hapsedilmesinin, toplumsal yaşamı düzenlemenin başlıca araçlarından biri olduğu varsayımından yola çıkan Foucault; toplumsal ağ içindeki mikro iktidar ilişkilerini temel alarak, fabrika ile hapisane arasında analogi kurarak kuramını Bentham’ın gözetime dayalı bir mimari biçim olarak geliştirdiği panoptikon metaforunun üzerine odaklar.” (Dolgun, 2015: 105).

Gözetim teknolojilerinin gelişmesi gözetimin kapsamını arttırırken gözetleyenin daha fazla görünmez hale gelmesini sağlamaktadır. Sokaklarda her köşe başında bulunan kameralardan uzaya fırlatılan uydulara kadar geniş araçlar skalasına sahip olan gözetim hayal edilemez boyutlara gelmiştir. Günümüzde uydu destekli Google Earth teknolojisi sayesinde evinden çıkmadan dünyanın öbür ucundaki bir sokağı görüntüleyebilen sıradan bireyin sahip olduğu gözetim olanağı düşünüldüğünde

devletler ve ticari şirketlerin gözetim ağlarının ölçütünü tahmin etmek imkânsız hâle gelmektedir (Kalaman, 2016:72-73). Gözetim sistemleri günlük yaşam pratikleri içinde alışverişler esnasında kredi kartlarıyla güvenli ve doğru ödeme yapıldığından, doğru sosyal ve tıbbi yardımın alındığına, seçimlerde nerede oy kullanılacağından suça ve terörizme karşı güvence altına alınmaya kadar pek çok alanda karşımıza çıkmaktadır. Gözetim bireylerin dikkatini çekmemeyi amaçlar ve hizmet, üretkenlik ve verimliliği sağlamak gibi meşru sebepler üzerinden gerçekleştirilir, böylece normalleşmeyi hedefler (Canpolat, 2005: 130-131). Aşağıdaki tabloda günümüzde kullanılan kişisel veri izleme ve gözetim teknolojilerinden bazılarına yer verilmiştir (Üçer, 2014: 139-156):

Tablo 2.2: Günümüz kişisel veri izleme teknolojileri.

Keylogger	Klavyede basılan tuşları kayıt altına alarak internette dolaşırken yazılan her adresi ve her şifreyi kaydederek özellikle mail adresleri üzerinden kişisel bilgilere ve yazışmalara ulaşmayı sağlayan ‘truva atı’ denilen virüslerle bilgisayarlara yerleştirilebilen gözetim sistemleridir.
AmbientIntelligence	Bireylerin günlük yaşamdaki faaliyetlerini önceden tahmin edebilmek üzere geliştirilmiş ortam algılayıcısı sistemlerdir.
Intelligent Agent	En yaygın kullanımı online alışverişlerin takibinde görülen sistem, bireylerin satın aldıkları ürünler üzerinden kişisel tercihlerini tahmin etme ve bundan elde edilen veriler yardımıyla bireylere öneriler sunma mantığı ile çalışmaktadır. Bir diğer kullanımı ise insan vücudundaki zararlı hücreleri ve virüsleri tespit edip uygun tedavi yönteminin bulunması için verileri kaydetmekte ve depolamaktadır.

RFID	Radyo dalgası boyutunda sinyal yayan kimlik çiplerinden oluşmaktadır. Bu çipler aracılığıyla elde edilen veriler kategorize edilerek arşivlenmektedir.
Promis	Bu sistem sayesinde farklı bilgisayarlardaki datalar toplanarak karşılaştırılabilmektedir. Eşleştirme ve kayıt ilişkilendirme mantığı ile çalışmaktadır.
Echelon	Anahtar kelimeler ile oluşturulmuş listelere göre elektronik ortamdaki verileri kategorize ederek hedef listede belirlenmiş bir kelime ile eşleşen tüm iletişimsel faaliyetleri fişlemektedir. Aralarında Türkiye'nin de bulunduğu çeşitli ülkelerde bu sistem ile her türlü iletişim tüm yönleriyle dinlenmektedir.

Ticari şirketler nezdinde bakıldığında kullanıcıların sosyal ağlarda oluşturdukları profiller, Google haritalarda arattıkları bir varış noktası, alışveriş sitelerinde aradıkları ürünler ya da uyguladıkları kategorizasyon amaçlı filtreler, kullandıkları dijital bankacılık uygulamaları, akıllı telefonlarında depolama alanı oluşturmak için kullandıkları uygulamalar, akıllı cihazlarında şifreleme yöntemi olarak yüz tanıma ya da parmak izi teknolojilerini kullanmaları gibi pek çok uygulama ile bireylerin verileri depolanmakta, onlara sunulacak reklam, sosyal sorumluluk kampanyaları, indirim ve fırsatlar, doğru siyasi içeriklerin oluşturulması gibi pek çok farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Kişiselleştirilmiş hizmetler adı altında bireylerle ilgili daha çok veri elde edilmeye çalışılmaktadır.

Sürekli ve sistemli olarak gözetime maruz kalanlar bir yandan kendilerini pek çok açıdan güvende hissediyor olsalar da bu durum aynı zamanda paranoyalara da sebep olmaktadır. Sürekli olarak devlet, ya da ticari şirketler tarafından güvenlik, istihdam, ticari amaçlar ve yönetim gibi çeşitli sebeplerle gözetim altında tutulan bireyler

zamanla devamlı olarak potansiyel bir suçlu olarak görüldüğü düşüncesiyle sosyal ortamlarda, telefon konuşmaları esnasında kısaca iletişime geçtiği her anda davranışlarını değiştirmek ya da ne söylediğine dikkat etmek zorunda hissedebilmektedir. Gözetim bir veri toplama faaliyeti olarak, bireylerin yaşamlarının her anında şeffaf ve görünür olması üzerine çalışmaktadır. Bu yollar bireyleri disipline etmeye odaklanmıştır (Gücüyener, 2011: 5).

Bauman günümüz gözetim sistemlerinin en önemli özelliğinin bireyleri işbirliğine zorlaması, ikna etmesi olduğunu belirtmiştir. Çağımız gözetimi bireylere hiçbir zaman yalnız kalmama, terk edilmeme, görmezden gelinmeme, ihmal edilmeme ve dışlanmama umudu vadederek, ifşa edilme korkusunun yerini fark edilme hazzının almasını sağlamaktadır. Dolayısıyla sürekli olarak göz önünde bulunma ve gözetlenme bireyler için bir tehditten ziyade arzu nesnesi olmaya başlamıştır (Bauman ve Lyon, 2016: 36-37).

2.1.1. Kuramsal Açıdan Gözetim Sistemlerinin Tarihsel Gelişimi

Gözetim teknolojileri 1980’li yıllardan itibaren değişen ve gelişen teknolojik imkânlar ve gözetim amaçlı kullanılmak üzere tasarlanmış bilgisayarlarla, tüketici faaliyetlerinin belirlendiği bir dönemi başlatmıştır. Sanayi devriminden beri süregelen gözetim faaliyetleri elektronik gözetime geçişle etkin bir hâl almış, hedefleri ve kapsamı gelişmiştir. Küresel ve entegre bir olgu olarak sürmektedir. Kitlesel gözetim kolaylaşmış ve maliyeti de düşmüştür. Her geçen gün kapsamı ve hızı artmakta, yeni biçimlerle insan yaşamını kontrol altına almayı kolaylaştırmaktadır (Kalaman, 2016:50-51).

Günümüz toplumunda herkesin kişisel veri bakımından gizliliği ciddi bir tehdit ile karşı karşıyadır. Bilhassa demokratik toplumlarda gittikçe farkına varılan, özel yaşamın gizliliği, bireysel ve toplumsal değerlere gözetim ile gerçekleştirilen sessiz saldırılar tepki toplamaya başlamıştır. Devletlerin ‘Büyük Birader’ olarak vatandaşların kişisel verilerini çeşitli amaçlarla depolaması ve sınıflandırması

sorunsalına, adeta ‘Küçük Birader’ gibi çalışan ticari amaçlı şirketlerin benzer eylemleri de eklenmiş ve bireylerin sınırlandırılmaz biçimde gözetlenmesi söz konusu olmuştur (Toker, 2016:63-65).

David Lyon (2013)’un yaklaşımına göre gözetim teknikleri üç döneme ayrılmaktadır. Bu dönemlerin birbiri ardından geliştiğini düşünmek yanlıştır çünkü; yapay olarak belirlenen bu dönemler zaman zaman birbirleriyle çakışmaktadır ve aralarında bir akış mevcuttur. Bahsi geçen dönemler, modern öncesi dönem, modern dönem ve postmodern dönem olarak adlandırılmaktadır. Modern öncesi dönemde gözetim yüz yüze ve doğrusaldır. Mekânlar belirli ve yereldir, şimdiki zaman ön plandadır. Modern dönemde gözetim teknikleri, bugün ve geçmiş yönelimli, oldukça karmaşık bir yapıdadır. Yerel ve ulusal yapıda bulunmaktadır. Postmodern gözetim teknikleri ise dijital aracılıdır, gelecekle ilgilenmektedir ve beden üzerinden dünyaya odaklanmaktadır. Davranışsal ve biyometrik özelliklere dayanmakta ve ayrımcı olma özelliği göstermektedir (Lyon, 2013’ten aktaran Kalaman, 2016:45-46). Bazı yaklaşımlara göre postmodern dönem günümüz dijital gözetiminin kapsamı dolayısıyla etkisini yitirmiş ve yerine dijimodern dönem ya da post-postmodernizm adı verilen yeni bir dönem geçmiştir. Gözetim teknolojilerinin genom projelerle DNA dizilimlerine kadar kapsamını genişletmiş olması bahsi geçen yeni dönemin başladığı düşüncelerini destekler niteliktedir.

Gözetim, kitlesel denetimin sağlanması ve disiplin toplumu oluşturulmasına imkân vermektedir. Klasik gözetimdeki gibi iktidar sahiplerinin toplumları gözetlediği gözetim sistemi zaman içinde teknolojiye paralel olarak birtakım dönüşümler geçirmiş ve hatta gözetlenen ile gözetleyen arasında roller değişmiştir. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması ile gözetimin ölçeği artmış ve bunun yanı sıra gözetlenen ve gözetleyen yer değiştirmiştir. Azınlığın çoğunluğu gözetlemesi mantığına dayanan klasik gözetim, çoğunluğun azınlığı gözetlediği bir gözetim sistemine dönüşmüştür. Kitle iletişim araçlarıyla azınlık konumundaki siyasiler, ünlüler kısaca herkes tarafından tanınan ekran önündeki yüzler, çoğunluğu oluşturan toplumlar tarafından kolaylıkla gözetlenmektedir. Yıllar içinde gelişen teknoloji ve internetin insan hayatına dahil olması, gözetimin biçiminde ve ölçeğinde akıl almaz

dönüşümler meydana getirmiştir. Klasik gözetim sistemlerini ifade etmek üzere kullanılan panoptikon kavramının tanımlayamayacağı biçimde değişen gözetim; günümüzde toplum yapısını değiştirerek gözetim toplumu olarak adlandırılmasına sebep olmuştur. Herkesin herkesi, zaman ve mekân gibi fiziki sınırlamalara maruz kalmadan gözetlediği bir sistem yaşanmaktadır. Gözetim günlük yaşam pratikleri içinde bir rutin haline gelmiştir. Dolayısıyla toplumları disipline etme eskiye nazaran oldukça kolay olmaktadır (Kalaman,2016:64). Aynı zamanda bireylerin günlük yaşam pratikleri içindeki neredeyse bütün eylemleri dijitalleşmiştir. Bu durum bireyler tarafından oldukça hızlı biçimde içselleştirilmiş, hatta çevrimdışı yaşamda henüz dijitalleşmemiş faaliyetler yeterince fayda sağlamamakla, yetersiz olmakla yargılanabilmektedir. Örneğin; internet bankacılığı kullanan bir kişi yalnızca fiziki şubelerden verilen bir hizmete ihtiyaç duyduğu zaman bunu külfet olarak görmekte, hizmet hızından ve kalitesinden dert yanmakta, yeterli verimliliği alamadıklarından şikayet edebilmektedir. Birey için gözetime daha fazla açık olmak sorun teşkil etmemeye başlamış aksine en önemli bireysel haklardan olan mahremiyet hakkı hız ve minimum zamana pek çok eylemi sığdırabilmek uğruna ilk feda edilen unsur olmaktadır.

Teknolojinin etkisiyle gözetim toplumu haline gelen toplum yapısı, zaman içindebirtakım evrelerden geçerek bugünkü şeklini almıştır. Bu evreler çeşitli kuramcıların araştırmalarına konu olmuş ve farklı yaklaşımlarla ele alınıp açıklanmaya çalışılmıştır. Kuramcılar tarafından günümüzde gözetim toplumunda gelinen noktayı açıklamak üzere panoptikon, sinoptikon, süperpanoptikon ve omniptikon gibi çeşitli kavramlar ortaya atılmıştır. Bu kavramlar gözetim toplumunu ve gözetim toplumuna evrilme sürecini açıklamada önemli bir işleve sahiptir. İngiliz toplum bilimci Jeremy Bentham panoptikonu fiziki bir hapisane olarak tasarlamışken daha sonraları Michael Foucoult panoptikonu metaforik bir yorumla ele almış ve toplumun gözetlenmesi için oluşturulmuş disiplinler bir sistem olarak açıklamıştır. Foucoult'a göre fiziki bir hapisaneden öte toplumsal denetim işlevine sahip bir sistemin mantığını ifade eden panoptikon, toplumun yapısını dönüştürebilecek güce sahip bir mekanizmadır. Panoptikonun amacı bireyleri sistemli ve sürekli bir gözetime tabi tutarak ıslah edilmiş ve sürekli olarak kontrol

altında tutulabilecek bir toplum oluşturmaktır. Thomas Mattiesen ise teknolojik gelişmeler sonucu dönüşen gözetim sistemlerini ifade etmek üzere sinoptikon kavramını ortaya atmıştır. Panoptikonun azınlığın çoğunluğu gözetlemesi temeline dayanan mantığı sinoptikonda yerini çoğunluğun azınlığı gözetlediği bir gözetim sistemine bırakmıştır. Burada kastedilen geleneksel kitle iletişim araçları aracılığıyla toplumların siyasileri ya da ekrandaki yüzleri gözetleyerek yaşam biçimlerini bu minvalde şekillendirmeleridir. Panoptikon mantığının dijital ortamlara aktarılmış biçimini ifade eden süperpanoptikonda bireyler, kendi rızaları ile dahil oldukları sosyal medya ağlarında devasa bir veri tabanının parçası haline gelerek kendilerini gözetime açmaktadır. Jeffrey Rosen'ın literatüre kazandırdığı omniptikon 21. yy'ın gözetim sistemini ifade etmektedir. Gözetim toplumunu açıklamak konusunda en yeni ve doğru kavram olarak kabul edilmektedir. Omniptikona göre kimin gözetleyen kimin gözetlenen konumunda olduğu belirsizdir ve herkesin herkesi gözetlediği bir gözetim sistemine işaret etmektedir (Kalaman, 2016: 5-6).

2.1.1.1 Bentham'dan Foucoult'ya Panoptikon

Bentham'ın ortaya attığı, fiziki bir gözetim sistemi halindeki hapisane modeli yani panoptikon kelime anlamı itibariyle Yunanca'ya dayanmakta ve “göz önündeki yer” olarak ifade edilmektedir. Hapishanedeki mahkûmların görülmeyen bir göz tarafından sürekli olarak gözetlenme hissi ile disipline edilmesi mantığına dayanan bir modeldir. Bu model klasik hücre mantığını tersine çevirmekte, geçmişte karanlıkta bırakılan mahkûmların, tamamen aydınlık hücrelerde gözetleyicisini görmeden hayatlarını sürdürmeleri üzerine temellenmektedir. Dairesel bir hapisane yapısı içinde, halka üzerine dizilmiş iki pencereci hücrelerin, ortadaki gözlem kulesinden yansıtılan ışıkla aydınlatılması sonucu, mahkûmları tamamen görünür kılmayı sağlayan bir dizayna sahiptir. Panoptik hapisane dizaynının temel amacı, gözetleyiciyi görünmez hale getirirken, gözetlenen bireylerin sürekli olarak gözetim altında olduklarına inanmalarını sağlamak ve gözetlenmedikleri zaman bile gözetimden emin olmadıkları için kendilerini gözetlendiklerine ikna ederek, ıslah edilmeleri olarak belirtilmektedir. Foucoult fiziki bir hapisane tasarımı olan

panoptikonu, gözetim sistemlerini ifade eden bir metafor olarak kullanmış ve toplumsal denetim aracı olarak açıklamıştır. Tıpkı hapishanede olduğu gibi birtakım ceza ve ödül mantığına dayanan metaforik panoptikon tanımı, kitlelerin itaat etmeleri için siyasi erkler tarafından sistemli ve sürekli halde gözetlenmesi ve baskılanması olarak açıklanmaktadır. Bauman da Foucault ile benzer düşüncelere sahiptir ve gözetim ile bireylerin pasif özneler konumunda bulunduğunu yani nesneler topluluğuna dönüştürülerek, tektipleşmesinin gerçekleştirildiğini savunmaktadır. Bireyler gözetim sebebiyle belirli davranış kalıplarını benimsemektedirler (Kalaman, 2016:59-61).

Panoptikon etimolojik olarak Yunanca'daki 'panathos' yani herkes tarafından görülen ve 'panaptes' yani herşeyi gören anlamına gelen kelimelerden türemiştir. Aydınlanma düşüncesini başarılı biçimde yansıtan panoptikon metaforu ile Foucault, bireylerin hayatlarının, içene kapatıldıkları kurumlarda tam şeffaflık halinde bulunduğunu ve incelendiğini ifade etmektedir. Gözetim sayesinde iktidar, bireyler hakkında edindiği bilgileri yine onları denetlemek ve onlar üzerinde hakimiyet kurmak üzere analiz etmekte, sınıflandırmakta, arşivlemektedir (Gücüyener, 2011: 14).

Veba salgınından sonra bireylerin fiziki bir yere kapatılmaları her türlü davranışlarının denetlenmesi, bunların kaydedilmesi ve tüm bunların sürekli biçimde rapor edilmesi şeklinde gelişen, bu yolla mahkumların disipline edilmesi, hastaların toplumdan izolasyonu biçiminde seyreden gözetim söz konusu olmuştur (Foucault, 2017: 292).

Batı toplumları 16. yy'dan itibaren gözetim olgusunu bir iktidar ilişkisi olarak anlamlandırmaya başlamıştır. Batı toplumlarında modernizm kapatma mantığının ortaya çıkışına rastlamakta ve bahsi geçen kapatma ilk akla gelen şekilde bir yerde kapalı tutma ve zapt etme mantığından çok daha farklı anlamlar taşımaktadır. Kapatma olgusuna geçerlilik ve sağlamlık kazandıran unsurlar; cezalandırıcı kurumlar, cezai söylemler, disiplin ve ıslah mekanizmaları için fizyoloji ve psikoloji gibi pek çok bilim dalının bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Gözetim burada bahsi

geçen kapatma olgusu çerçevesinde ele alınmaktadır. Panoptikon iktidar sahipleri tarafından gerçekleştirilen gözetimi ifade ederken, post-panoptikon olarak da adlandırılan günümüz gözetim sistemleri ise gözetimin gündelikleşmesini açıklamaya çalışmaktadır (Baştürk, 2016: 16-19).

Nasıl ki Bentham'ın planladığı hapisane modelinde bireyler panoptikonda 'kapatılma', 'yalnızlaşma', 'güvenli gözetim' etkenlerinin nesnesi durumunda ise günümüzde de bireyler ağa dahil olduklarında enformasyon nesnesi haline dönüşerek, evrensel bir denetim makinası haline gelmiş internet ortamına 'kapatılmakta', gündelik yaşamından soyutlanarak sanal sosyalleşme illüzyonu içinde 'yalnızlaşmakta', diğer bireylerin her türlü bilgisine istediği anda ulaşılabilme imkânı doğrultusunda 'güvenli gözaltı' gerçekleştirmektedir. Ayrıca bireyler, panoptikonun amaçlarından biri olan 'kişiyi olmadığı biri hâline dönüştürmek' doğrultusunda, akıl almaz içerik zenginliği ve popüler kültür öğelerinin bireylerin ilgisini çekecek şekilde sunulması sonucu, aslında hiç olmayı düşünmedikleri kişilere dönüşmekte ya da yapmak istemeyecekleri davranışları sergilemektedirler. Panoptikon sayesinde kendi hür iradelerini bir kenara bırakarak gözetleyicinin yönlendirmeleri doğrultusunda hareket etmesi amaçlanan bireyler, günümüzde de sosyal medya ortamlarında zengin içeriklerle bezenmiş binlerce site arasında gezindiğini düşünürken aslında kendisine sunulanlarla kısıtlı bir dünya içinde olduğunun farkına varamamaktadır. İnternet ile gizlilik ve şeffaflık güç sahipleri tarafından iç içe geçirilmektedir. Bireyler kendilerine ait her tür bilgiyi sosyal medya aracılığı ile şeffaflaştırırken, güç sahipleri bu teknolojiler sayesinde çoğu zaman gizlilik kazanmaktadır (Kalaman, 2016:61-62). Foucault'un kapatılma düşüncesi günümüzde dijitalleşme ile bireylerin kendilerini kapatması olarak evrim geçirmiştir. Bireyler çeşitli sebeplerle online oldukları her an kendilerini gözetime açmakta ve bu konuda gönüllülük göstermektedir. Bireyler kendilerine özgürlük sağladığına inandıkları dijital ortamlarda gerçek dünyadan koparak basit birkaç kod yardımıyla her türlü bilgilerine ulaşılabilir gözetim nesneleri haline gelmektedir (Gücüyener, 2011: 58).

“Panoptikon, bedenin görüntülenmesi yoluyla onun adlandırılabilir-kodlanabilir bir bilme ilişkisi içerisine sokulmasının mekânsal olanaklılığıdır. Bir başka ifadeyle, panoptikon, bedenlerin salt hareketsiz kaldıkları bir kapatma mekânı değildir, bedenlerin bu hareketsizliği üzerinden türetilen anlam ilişkilerinin üreticisi, yani standart olanı işaretleyen bir ayraç noktasıdır” (Baştürk, 2016: 20).

David Lyon’un da dediği gibi “Panoptikon bir düzeyde gözetimin nasıl işlendiğini inceleyen bir teori, başka bir düzeyde gözetimi modernite serüveninin içine yerleştirmekte kullanılan bir araçtır” (Bauman ve Lyon, 2016: 66).

Panoptikonun genel mantığı, bireylerin yalnızca tavır ve davranışlarında disiplini gerçekleştirmek değil, bireylerin duygu dünyalarına disiplini aşıl原因arak onların devamlı halde iktidarın gözetim nesnesi olmalarını sağlamaktır. Her ne kadar mekansal ve fiziki bir yapı olarak karşımıza çıkıyor olsa da panoptikon esasen sürekli hale getirilmiş ve içselleştirilmiş bir denetim duygusunu aşlamayı hedeflemektedir. Güç sahibi olan iktidarı, sürekli çalışan bir sistem olarak, bireylerin duygu dünyalarına yerleştiren panoptikon, böylelikle dışsal bir disiplinden ziyade bireylerin denetimi sürekli olarak iç dünyalarında yaşatmalarını sağlamaktadır (Baştürk, 2016: 40-41).

Özetle, Bentham’ın Panoptikon’un üç ana varsayımı vardır: Birincisi, toplam görünmezliği sağlanan müfettişin her yerde bulunması; ikinci olarak, gözetim nesnelerinin evrensel görünürlüğü; ve üçüncü olarak, izlenen tarafından sürekli gözlem varsayımı. Burada vurgulanması gereken şey, Bentham için panoptikonun açıkça gücün (iktidarın) iki tarafını da içermesidir; bir yandan “kontrol altına alma” yani farklı mahkûm kategorilerini mekânsal olarak organize etme, gözlemleme, cezalandırma ve tahkip etmesi gereken kuralları ihlal edenleri disipline etmek; öte yandan kendi kendilerine uygulanan güç -yani sürekli gözetim altında olduğunu bilen mahkûmlar- oto-sansür ve öz-disiplini yerine getirme ile sonuçlanırken, nadiren bazı itaatsizlik vakaları dışında herhangi bir zorlamayı gereksiz hâle gerektirmektedir (Manokha, 2018:222).

2.1.1.2.Sinoptikon

Panoptikon metaforunun gelişen gözetim faaliyetlerini açıklamada yeterli olmayacağı düşünülmeye başlandığı tarihlerde gözetim çalışmalarında sinoptikon kavramı ortaya atılmıştır. Sinoptikon çoğunluğun azınlığı sürekli olarak gözetlediği bir sistemi açıklamaktadır. Sinoptikona göre çoğunluk sürekli olarak gözetlediği azınlığı örnek alarak kendisini ve yaşam tarzını bu minval üzere disipline etmektedir. Sinoptikon,panoptikonun devamı olarak nitelendirilmekte, baskı ile gerçekleştirilen kitleleri kontrol altına alma durumu yavaş yavaş bireyin zihnine yerleştirilen birtakım düşünceler aracılığıyla oto-kontrole dönüşmektedir (Akdağ, 2015: 103).

Sinoptikon çoğunluğun azınlığı gözetim altında tuttuğu ve hatta bu azınlığın söylem ve davranışlarını çoğunluğun tasarrufunda düzenlediği bir sistemi ifade etmektedir. Çoğunluk azınlığa uyma davranışı göstererek, sinoptikonun etkili bir disiplin biçimi olduğunu kanıtlamaktadır. Sinoptikonun medya araçları televizyon ve radyo olarak belirlenmiştir. Kitle iletişim araçları sinoptikonun temel unsurları olarak kabul edilmektedir. Geniş alanlara dağılmış, farklı kimlik özellikleri gösteren, farklı cinsiyet, yaş ve sosyo-ekonomik sınıftaki bireyler, kültür endüstrisi tarafından aynı mesajlara maruz bırakılmaktadır (Kalamani, 2016:65).

Gözetimde çoğunluğun azınlık tarafından gözetlenmesi demokratik olmayan biçimlerde gerçekleşirken ve demokrasiye aykırı bulunurken, azınlığın çoğunluk tarafından gözetlenmesi demokrasiye destek olmak amacıyla hükümetlere daha fazla hesap verme sorumluluğu ve şeffaflık sağlamayı hedeflemektedir (Kadivar, 2018: 222).

2.1.1.3.Süperpanoptikon

Panoptikonda gözetlenenler bir çeşit zorlama ile gözetime maruz kalırken dijital ortamlarda artık gözetlenenler gözetime gönüllü olarak dahil olmaktadır. Süperpanoptikonun temel unsuru, internet olarak kabul edilmektedir. Panoptikonun

siber uzamdaki şeklini ifade eden süperpanoptikonda, bireyler azınlık için yalnızca birer kod olarak veri tabanının bir parçası haline gelmektedir. İnternet ortamına dahil olan hiçbir birey için gözetimden kaçma ihtimali bulunmamaktadır. Sosyal medya ağlarının sağladığı özgürlük hissi sayesinde, bireyler her geçen gün bilgilerini daha fazla gözetime açmaktadır. Bireyler internet ortamında iletişime dahil olmak, toplumsal görünürlük kazanmak ve toplum içindeki varlığını diğer bireylere kanıtlamak üzere sosyal medya ve sosyal ağlarda çevrimiçi olmaktadır. Bu ortamlarda dijital kimlik inşası gerçekleştirirken ve çoğu zaman dışlanmamak için trendlere uyarken, kendisi ile ilgili çok fazla mahrem bilgiyi diğer kullanıcılarla paylaşmaktadır. Yalnızca diğer kullanıcılarla değil, aynı zamanda siyasi erkler ve ticari şirketlerle de paylaşmaktadır. Kendi mahremiyetini gönüllü olarak ihlâl eden ve ihlâl açan dijital kimlik sahipleri, yalnızca sosyal ağların kendilerine sunduğu ve çoğu zaman okumadıkları gizlilik politikalarının bilgilerini koruduğuna inanmaktadır. Bireyler sosyalleşme, haberleşme, alışveriş vb. amaçlarla katıldıkları sosyal medya ağlarında, sınırsız bir veri tabanının içinde gözetim nesnesi kodlara dönüşmektedir (Kalaman, 2016:66-67).

Süperpanoptikon sayesinde gözetleyen iktidarın zaman konusundaki belirsizliğine mekân konusundaki belirsizliği de eklenmiştir. Her an, her yerde, herhangi biri tarafından, herhangi biçimde gözetlenebilecek bir nesne haline gelen bireyler, herhangi birinin kendisini gözetleyip gözetlememesinden emin olmamakla birlikte, herkesin onu gözetleyebilecek olduğunun da bilincindedir. Kendisi de diğerleri için gözetimin öznesi haline gelebilmektedir. Bu konuda tam bir simetri bulunmaktadır. Üstelik toplanan verilerin akıbetinin ne olacağı da bilinmemektedir. Yani veriler kimlerin eline, ne ölçüde geçmekte, hangi amaçlarla kullanılmakta konuları tam bir muamma olmaktadır Süperpanoptikon ile kamusal alan tam anlamıyla bir kapatılma alanı haline gelmiştir. Gözetim ve hakimiyet için ihtiyaç duyulan kapatılma alanları, ulus devletlerin sınırlarına ulaşmış ve hatta küreselleşme sonucu sınırsız olma özelliği kazanmıştır. Panoptik gözetimin bireyleri hapseden ve mekânlara kapatarak denetim altına alan yapısı, süperpanoptikonda yerini insanları bir yere çağırıp kapatan anlayıştan, bireylerin bulunduğu yer ve zamana gidip onları gözetim altına alan bir sisteme bırakmıştır. Panoptikonla gözetim bilincinde oto-kontrol geliştiren bireyler,

süperpanoptikon ile özgürlük yanılsaması içinde internet ve kitle iletişim araçları tarafından biçimlendirilen veri öznelere dönüşmüştür (Gücüyener, 2011: 59-60).

2.1.1.4. Omniptikon

Dimas ve Pimenta'nın, Bentham, Foucault ve Mathiessen'in yaklaşımlarından hareketle günümüz gözetim anlayışına yeni bir bakış açısı olarak ortaya attığı omniptikon kavramı, İngilizce'de "her yerde bulunan" manasındaki 'omnipresence' ve "gözetlemek" manasına gelen 'opticon' kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Kısaca herkesin herkesi gözetlediği bir gözetim durumunu işaret etmektedir. Omniptikon aynı anda hem azınlığın çoğunluğu izlediği panoptik gözetim hem de çoğunluğun azınlığı gözetlediği sinoptik gözetimi barındırmanın yanı sıra sıradan insanların da birbirini gözetlediği hem gözetimin nesnesi hem de öznesi olarak rol aldığı bir gözetim sistemini ifade etmektedir. Omniptik gözetimin hüküm sürdüğü günümüzde teşhir yaygınlaşarak ticarileşmiş ve günlük yaşam pratikleri içinde sıradan bir hale gelmiştir (Akdağ, 2015:118-119).

Postmodern dönemde her ne kadar bireysel özgürlükleri savunan bir yaşam tarzı vurgulansa da bunun tam aksi yönde sınırları ihlâl eden ve bireysel özgürlükleri hiçe sayan bir yaşam biçimi inşa edilmektedir. Özel ve kamusal alan arasındaki sınırların belirsizleştiği, mahrem olanın aleni hâle geldiği, teknolojik gelişmelerin yardımıyla her an herkesin gözetlenebildiği bir yaşam biçimi bu dönemde öne çıkmaktadır. Omniptik gözetim ile bireyler yalnızca devlet ve özel şirketlerin değil, diğer bireylerin de gözetimine maruz kalmaktadır. Bireylerin hem gözetleyen hem gözetlenen konumunda olduğu bir sistemi ifade etmektedir (Kalamani, 2016:67-68).

Omniptikon ya da diğer bir ifadeyle ban-optikon çağımızın gözetim modeli olarak anılmaktadır. Omniptikon bireylerin hem gözetleyen hem gözetlenen olarak konumlandığı, herkesin karşılıklı olarak birbirini gözetlediği bir toplum yapısına sebep olmuştur. İktidarın denetleyici olarak bulunduğu panoptikondan, çoğunluğun azınlığı gözetim altında tuttuğu sinoptikona ve son olarak internet teknolojisi ile herkesin herkesi izlediği omniptikona geçiş yaşanmıştır (Kütükoğlu, 2019: 132).

Omniptikon, iktidar ve birey arasındaki asimetrik gözetim eyleminin varlığını devam ettirmekte ve bunun yanı sıra bireylerarası gözetimsel faaliyetler de sistematik bir hal almaktadır. Omniptik gözetimde sosyal medya ağları sayesinde herkesin herkesi rızası dahilinde kesintisiz olarak gözetlediği bir sistem esas alınmaktadır. Gözetlenmenin ve gözetlemenin getirisi olan görünürlük hazzı ve sosyal ağlarda ‘akım’ olarak anılan ikonlaşmış eğlence biçimlerinin gelişmesi, omniptik gözetimin teşhirci yönünün gözardı edilmesine sebep olmaktadır (Hıdıroğlu,2019: 1414). Omniptikon toplum tarafından dışlanan ya da dışlanması muhtemel bir birey profili yaratarak bireylerin tektipleşmesini sağlamayı amaçlamakta ve bireylerin gözetim verilerini ağ bağlantılı bir veri tabanında depolamaktadır. Toplumun diğer bireyleri tarafından hoş karşılanmayacağına farkına varan bireyler ifade özgürlüğünden feragat ederek bastırılmaktadırlar (Kütükoğlu, 2019: 134).

Özetle; panoptikon geleneksel ve modern dönemin, sinoptikon modern ve postmodern dönemin, süperpanoptikon ve omniptikonpostmodern ve dijimodern dönemin gözetim tipi olarak ifade edilmektedir. Görüldüğü üzere, hiçbir zaman bir gözetim tipi son bulup, diğeri döneme hâkim olmamaktadır. Bahsi geçen ayırım, dönemlerdeki baskın gözetim tipini ifade etmek üzere belirlenmiştir. Birden fazla gözetim tipi aynı anda kullanılabilir (Kalaman, 2016:67).

2.1.2. Geleneksel ve Yeni Gözetim Teknolojileri Arasındaki Farklar

Gözetim zaman içerisinde işleyiş biçimi, hızı, kapsama alanı, kullanım alanları ve maliyeti bakımından gelişim göstermiştir. Bu sebeple geleneksel gözetim ve yeni gözetim olarak iki farklı isimlendirme altında incelenmektedir. Geleneksel gözetime nazaran yeni gözetimin göstermiş olduğu farklılıklar, fiziksel engeller, zaman ve mekân kavramlarının ötesinde olması, süreklilik kazanması, görünürlüğünün gittikçe zayıflamasına karşın görme kabiliyetinin güçlenmesi, irade dışı da gerçekleşmeye başlaması, yoğunluğunun ve yaygınlığının artması, oto-kontrolü daha etkin hale getirmesi olarak belirtilmiştir (Aydın, 2018: 22). Günümüzde eski usul takip, fişleme

ve gözetleme ile elde edilen yazılı basılı belgelerin yerini, her saniye dijital ortamdan elde edilen verilerin toplandığı dijital veri tabanları almıştır (Kalaman, 2016:55). Geleneksel ve yeni gözetim teknolojileri arasındaki farklar, geleneksel gözetime nazaran yeni gözetim sistemlerinin daha kapsamlı olması, daha yoğun ve yaygın olması, görsel, sesli, sayısal ya da metin bazında verilerin eskiye nazaran daha kolay aktarılması olarak ifade edilmektedir (Kütükoğlu, 2019: 134-135).

Modern dönemde baskı ve korku temelli gözetim anlayışını ifade eden panoptikon, çağın dönüşümü ile yerini bireylerin belirli hazlara ulaşmak için gözetime gönüllü olarak dahil olduğu, postmodern dönemin küresel gözetim sistemi olan elektronik gözetime bırakmıştır. Postmodern döneme özgü gözetim sistemleri sinoptikon ve omniptikon kavramlarıyla ifade edilmektedir. Sinoptikon kavramı; bireylerin fiziki bir mekâna kapatılarak gözetlendiği eski usulün, dijital ortamlarda gözetime dönüşmesini ifade etmektedir. Sinoptik gözetim, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla çoğunluğun azınlığı (siyasiler, ünlüler vs.) gözetlediği bir gözetim biçimini açıklamaktadır. Omniptikon ise; İnternet ve sosyal medya gibi yeni iletişim sistemleri sayesinde herkesin herkesi gözetlediği bir gözetim sistemini işaret etmekte ve gözetimi gönüllü ve sürekli hale getirmektedir (Yavuz, 2019: 23).

Teknolojik gelişmelerle yalnızca toplum yapısı ve sosyal hayat etkilenmekle kalmamış bu gelişmeler ışığında yeni bireyler, yeni bir dil, yeni bir kültürün oluşmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla geleneksel döneme ait ne varsa neredeyse tamamı dijitalleşme ile bütünleşme çabasına girmiştir (Kalaman, 2016:19).

2.1.3. Modernizm Postmodernizm ve Dijimodernizm Ekseninde Küreselleşen ve Dönüşen Gözetim, Kamusal Alan ve Özel Alan Kavramları

İnternetin keşfi ve bundan sonraki süreçte göstermiş olduğu değişim, modernizm, postmodernizm ve dijimodernizm kavramlarının da tartışılmasına sebep olmuştur ve bu dönemlerdeki toplumsal yapının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Modernizm, 17. yy'da doğmuş ve 20.yy'a kadar varlığını devam ettirmiştir. Postmodern dönemin ise 1970'lerin sonunda ortaya çıktığı iddia edilmekte, bunun yanı sıra 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılışı ile esas olarak etkisini göstermeye başladığı kabul görmektedir. Yeni teknolojik gelişmeler sonucunda 21.yy'da ortaya çıktığı iddia edilen dijimodernizm ise, bahsi geçen yüzyılın kültürel değeri olarak postmodernizmin yerini almaktadır (Santrac, 2009 ve Kirby, 2009'dan aktaran Kalaman, 2016:20-30).

Geleneksel toplumlarda toplum yapısını aile ve kan bağı şekillendirmiştir. Toplumsal değerler metafizik öğeler etrafında gelişmekteyken modernizm ve aydınlanma düşüncesi ile nesnel ve bilimsel düşünme toplum yapısını şekillendirmeye başlamıştır (Girgin, 2018: 207). Gelenekselliğin ortadan kalktığı bir dönem olarak ifade edilen modernizm, geleneksel olan her şeyin tam karşısında durmasıyla karakterize olmuştur. Rasyonalizmin yön verdiği modern dönem tam anlamı ile bilimin ve ilerlemenin dönemi olmuştur. Akılcılığı ve doğayı, ideal topluma yaklaşım konusunda da motto edinmiş modernizm dönemi bilimsel açıdan sürekli olarak ilerleme ve aydınlanma hedeflemektedir. Modernizmin geleneksel dönemden kalma ataerkil toplum yapısını ve bundan kaynaklı cinsiyet eşitsizliklerini ortadan kaldırması mahremiyet kavramının önem kazanmasına da sebep olmuştur (Kütükoğlu, 2019: 28-31). Modernite ile birlikte bireyler politik ve sivil olmak üzere bir takım vatandaşlık haklarıyla kanunlar aracılığıyla korunmaya başlamıştır fakat bu durum bireylerin devletin gözetimi altına girmelerini sağlayacak biçimde kayıt altına alınmasını gerektirmektedir yani bireyler birtakım haklara sahip olup özgürleştirilirken aslında gözetim ile kontrol altına alınmışlardır (Lyon, 2006: 147). Modernizm bireysel hak ve özgürlüklerin ön plana çıktığı ve bireylerin kendi iradeleri dışında gelişen her türlü durumun reddedildiği, aydınlanma, pozitivizm ve rasyonalizmin savunulduğu bir dönemi ifade etmektedir. Kamusal ve özel alan sınırlarının belirginleşmesi aynı zamanda kapsamlarının da daralması ile sonuçlanmıştır. Matbaanın gelişmesi gözetim verilerinin arşivlenmesini kolaylaştırmış ve gösteriye dayanan popüler kültür yükselmiştir. Böylece bireylerin gözetilmesi kolaylaşmıştır (Göçmen, 2018: 19).

Toplumsal modernliğe geçiş sürecinin üç evreden oluştuğu düşünölmektedir. 16. ve 18. yüzyıl arasındaki süreç birinci evreyi oluşturmakta ve bu evrede bireylerin modernliğin getirmiş olduğu yenilikleri anlamaya ve kavramaya çalıştığı ifade edilmektedir. Modernliğin ikinci evresinde kamu ve devrimci davranışlar ön plana çıkarken üçüncü evresinde ise költürel bağlamla yaşanan gelişmeler ve modernizmin küresel boyutlara ulaşması gerçekleşmektedir. Modern bireyin sahip olduğu birtakım özellikler yeniliklere açık olmak, sorgulayıcı olmak ve farklı görüşlerin varlığına saygı göstermek ve kabul etmek, geçmişten çok şimdi ve geleceği önemli bulmak, yaşamını düzenlemek adına çeşitli faaliyetlere girişmek, bilim ve teknolojiye karşı inanç ve güven içinde sorumluluk sahibi kurumların görevlerini yerine getireceğini düşünmek ve yaşamın olağan akışı içinde yaşanan değişimlere uyum sağlayarak kendi yaşamını da bu doğrultuda düzenlemek olarak ifade edilmektedir (oban, 2019: 11). Toplumsal modernleşme ile insana bakış birey ve bireycilik üzerine şekillenmiş, yeni bir değer ve düşünce yapısı sistemi oluşmuştur. Modernleşmenin insanlığın en büyük kazanımı olduğuna yönelik düşünceler mevcuttur ve bu düşünceler bireyin kendi değerlerini bilinçli biçimde seçmesi, kendi yaşam biçimlerine karar verip kendi yaşamlarına özgürce yön vermeleri üzerine temellenmektedir. Bireyin özel ve mahrem yaşamından bahsedebilmek için toplumsal yaşam içinde birey kavramının öne çıkması gerekmektedir (Sarı, 2012:48). Modernleşme kamusal alan ve özel alan ayrımının başlamasının temel sebebidir. Özel yaşam alanının kamusal alandan ayrı bir yaşam alanı olarak belirlenmeye başlaması sanayileşmenin de başlangıcına tekaböl etmektedir. Kamusal alanlar her türlü toplumsal gruba mensup bireylerin bir araya gelerek heterojen bir tartışma ortamı oluşturduğu, hegemonik hakimiyet mücadelesi alanıdır. Kamusal alanlarda bireyler, türlü konular üzerinde kendi düşüncelerini beyan ederek fikir alışverişinde bulunmakta ve kamuoyu oluşmasını sağlamaktadırlar. Gerçek demokratik kamusal alandan söz edebilmek için tüm bireylerin siyasi arenada yaşanan gelişmeleri, bütün şeffaflığıyla takip edebilmesi ve konuyla ilgili görüşlerini, herkesin eşit görünürlük yakalayabildiği bir ortamda dile getirebilmesi gerekmektedir. Kamusal alan, iktidar sahipleri tarafından homojen hale dönüştürölmesi durumunda demokratikliğini kaybederek, hegemonik bir araç işlevi görmeye başlamaktadır (Aslan, 2011: 88-89). Modernleşme bireysel hak ve özgürlöklere dayalı bireyselleşmiş bir toplum yapısını

ön plana çıkarıyor gibi görünse de aslında mahremiyet ihlallerine yol açmakta ve - kamusal alan ile özel alan arasındaki çizginin net biçimde çizilmiş olmasının engel olamadığı biçimde- gözetime sebep olmaktadır (Yılmaz, 2011: 135).

Modernliğin toplumsal açıdan olumlu ya da olumsuz getirileri düşünürler tarafından uzun yıllar tartışılmış ve modernizme pek çok eleştiri getirilmiştir. Eleştiriler modernliğin kendisinin sebep olduğu bir çokboyutluluk göstermektedir. Bunun sonucu postmodernliğin ortaya çıkışı kaçınılmaz olmuştur. Postmodernlik ve modernlik birbirinden büyük farklar gösteriyor olsa dahi postmodernlik modernizmin kategorizasyon özelliğinden yararlanmaktadır. Yine postmodernlik bir kavram olarak kendini tanımlarken modernliği kullanmaktadır. Özünde her ne kadar modernliğe zıt bir kavram olsa da inşasını sürdürdüğü zemin sebebiyle moderniteye bağlılık göstermektedir. Postmodernite tartışmalarında yaygın iki bakış açısı mevcuttur, biri postmodernizmin modernizmi bitirdiği ve yeni bir dönem olduğuna yönelikken diğeri postmodernizmin modernizm içerisinde bir öz-eleştiri olduğunu savunmaktadır (Kodak, 2016: 18-20). Başlangıçta sanat ve kültürel bağlamda ortaya çıkan postmodernizmin modernizmin karşısında durması ile ilgili yaklaşım 1960'lar ve 1970'lere rastlamaktadır. İkinci dünya savaşından sonraki dönemin postmodernizm olarak ifade edilmesi ilk olarak Arnold Toynbee ile gerçekleşmiştir. Postmodernizmin küreselleşmesinde ise kapitalizm, tüketim ve bilginin metalaşması büyük rol oynamıştır. Postmodernizm modernizmin karşısında durmakta ve modernizmin etkisi ile toplumda yer etmiş birtakım düşünce kalıplarının ve davranışların değiştirilmesi gerektiğini öne sürmekte, modernizmin toplumdaki bireyleri sınırlayarak tektipleştirdiğini savunmaktadır. Bu durum postmodern anlayışa taban tabana zıtlık göstermektedir çünkü postmodernizm tektipleşmekten uzaklaşmayı, genellemeleri yok sayarak farklılıkların bir arada bulunmasını hedeflemektedir. Postmodernizm çeşitli düşünürler tarafından farklı ifadelerle açıklanmaktadır. Lyotard “gelişmiş toplumlarda bilginin durumu ya da metaanlatıyönelik inanılmazlık”, Kellner “teknokapitalizm”, Foucault “bilmeceli ve rahatsız eden bir dönem”, Eco “masumiyet çağının sonu”, Baudrillard “taklitler, hipergerçeklik ve nihilizm dönemi”, Harvey “yeni bir yapı veya düşünce tarzı” ve

Jameson “geç kapitalizmin kültürel mantığı” olarak tanımlamaktadır (Çoban, 2019: 13-14).

Geleneksel ve modern unsurların kitle kültürü içinde yeniden tanımlanmasıyla gelişim gösteren postmodernizm, karşıtların birlikteliğine imkân tanımakta, otoriteleri reddederken değer ve bağlılıkları da hiçe saymaktadır (Göçmen, 2018: 20). Modern sonrası yani postmodern dönemde, sınırsız öğrenme olanaklarının geliştiği ve kas gücünün yerini beyin gücünün aldığı bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönemde insanlık tarihine damga vuran büyük teknolojik atılımlar gerçekleştirilmiş, bilginin üretimi ve dağıtımı konusunda bilgisayar teknolojileri sebebiyle çeşitli dönüşümler yaşanmıştır. Postmodern dönemde bireyler fiziksel kimliklerini tanımlama olanağına sahip olmuştur. Modern dönemde etkili olan insan bedeninin toplumsal denetime tabi olması durumu değişip çıplaklık ve teşhir baş göstermiştir. Bu dönemde bireysel hazlar, arzular ve zevkler ön plandadır ve kimlik inşası da bu çerçevede gerçekleştirilmektedir (Yavuz,2019:20). Hayata dair herşeyin şeffaf bir hal aldığı dönemde gösteriş amaçlı tüketim gelişmiş ve bireyler hem gözetleyen hem gözetlenen olarak gözetime dahil olmuştur. Tüm bunlar sonucunda bireylerin mahremiyeti önemini yitirmiş ve mahremiyet ihlalleri sıradanlaşmıştır (Çoban, 2019: 16). Postmodern çağda bireyler görüldükleri sürece varolmaktadır. Özgür biçimde yaşayabilmesi de yine bu varolma ve görülmeden geçmektedir. Postmodern dönemde bireyler kendileri ifşa ettikleri sürece varlık gösterebilmektedir. Bu şekilde ortaya çıkan gösteri ve gözetim toplumu kavramları bireylerin hem gözetlenen hem gözetleyen olarak gözetim sürecinde her iki tarafa da katılmasıyla günümüzdeki şeklini almıştır (Öztürk, 2015: 23).

Bazı yaklaşımlara göre postmodern dönemde tüm kişisel verilerin açık hale geldiği toplum düzenini sembolize eden ortamlar sosyal medya ortamlarıdır. Postmodern dönemin medya biçimi olarak anılan sosyal medya, denetim mekanizmalarına sağladığı kolaylık bakımından totalitarizmin yeni bir türüne sebep olmaktadır. Medyanın her türünde asıl amaç kitleler üzerinde etki kurma, baskı altına alma ve kontrol etme olsa da sosyal medya ile toplumsal denetim güçlenmiştir. Teknoloji ve toplum birbirleri ile sürekli etkileşim halinde bulunmaktadır. Sosyal medya ise teknolojinin toplumun ihtiyaçlarını karşılama noktasında kullandığı bir araç

olmaktadır. Bundan dolayı sosyal medya, bireyler için toplumla bağ kurma ve topluma ait olma konusunda kilit unsur haline gelmektedir. Çağımızın en önemli buluşlarından olan internet ve dolayısıyla sosyal medya bir yandan toplumsallığa büyük zarar verirken, diğer yandan yeni bir toplum düzeni yaratmaktadır. Sosyal medyada içerik üretimine kullanıcının katıldığı andan itibaren katılımcılık çağına giriş gerçekleşmiştir. Yeni toplumsal düzenin üzerine kurulduğu akışkan zemin olarak işlev gösteren sosyal medya, özgürlük ve güvenlik konularında ikiliğe sebep olmakta ve bahsi geçen ikilik doğrultusunda sosyal siyasal birtakım sonuçlar doğmaktadır. Güvenlik zafiyetlerine karşı günden güne yeni tedbirler ve politikalar geliştirilmektedir (Baloğlu, 2015:9-15).

Julian Assange (2013) gözetimle ilgili dünyanın her geçen gün bir kara ütopya doğru evrilmeye başladığını belirtmektedir. Ona göre; çok az kişi dışında herkes dünyanın kıyısında durduğu uçurumdan habersiz durumdadır. Karmaşık yapısı ve kapsamı sebebiyle tespiti güç olmaktadır. Başlangıçta özgürleşme olanağı olarak görülen internet tam aksi biçimde totaliterliğin bir yöntemi haline gelmiştir. Bu gelişme hızıyla birkaç yıla kalmadan, tüm dünya postmodern bir gözetim kara ütopyasını yaşamaya başlayacaktır. Belki de bilgisayar teknolojileri konusunda mahir olan bir avuç kişi dışında kimse gözetimden kaçamayacaktır (Assange, 2013'ten aktaran Kalaman, 2016: 51-53).

Modern dönemde mahremiyetin ön plana çıkmasının sebebi toplumsallıktan ziyade bireyselliğin savunulması olarak görülmektedir. Böylece kamusal alan ve özel alan sınırları da belirginleştirilmiştir. Postmodern dönemle birlikte kamusal ve özel alan sınırları belirsizleşmeye başlamıştır. Bu dönemde çeşitlilik, şüphecilikle gelen belirsizlik, süreksizlik, yerellik ve kendine özgü olma desteklenmiş böylelikle mahremiyet kavramı dönüşümlere uğramıştır (Göçmen, 2018: 23).

Postmodernizm ve dijimodernizm arasında ilişkiler bulunmaktadır. 90'lı yılların yarısından sonra postmodernizm, dijimodernizmin etkisinde kalmış ve böylece dijimodernizm anlayışı postmodernizmin yerini almıştır. Kimi yaklaşımlara göre ise postmodernizm dönemi sona ermemiş ancak kültürel değerlerin evrimi dijimodern

döneme doğru evrilmiştir. Dijimodern dönemde postmodern döneme kıyasla, bireylerin çevrimiçi ortamlarla ilişkisi derinlik kazanmış ve bireysel ve toplumsal ihtiyaçların neredeyse tamamının sanal ortamlarda karşılanabilir hâle gelmesi sebebiyle, bireylerin fiziki varlıkları sanal ortamlara büyük oranda adapte olmuştur. Dijital teknolojilerin şekillendirdiği dijimodern dönemde sosyalleşmek kavramının sanal bir biçimde beğeni, yorum, paylaşım gibi yapmak üzerinden gerçekleştiği ve toplumsal normların da bu yöne eğilim göstermeye başladığı gözlemlenmektedir (Kalaman,2016:31).

Teknolojik gelişmeler ışığında 1990'ların ikinci yarısında 21. yy'ın yeni paradigması olarak ortaya atılan dijimodernizm, birtakım düşüncelere göre postmodernizmin yerini almıştır. Dijital modernizm yani dijimodernizm, internet teknolojisi ile bağdaştırılmaktadır. Modern dönemin akılcı, postmodern dönemin planlama karşıtı yapısı dijimodernizm ile geleneklerin yeniden keşfedilerek çoğulculuğun desteklendiği biçime evrilmiştir. Bahsi geçen dönemlerin birbiri ardına geliyor oluşu ortak paydalarının olmadığı anlamına gelmemektedir. Her dönem kendinden önceki ile kendi varlığını ortaya koymakta ve çoğu zaman bir önceki dönemin bazı parametreleri üzerinde şekillenmektedir (Göçmen, 2018: 24).

İnternetin toplumsal yapı üzerinde hakimiyet kurmaya başladığı doksanlı yılların son dönemlerinden başlayarak günümüze kadar gelen sürece dijimodern dönem ismi verilmektedir. Dijimodernizm toplumsal yapıda kültürel, ekonomik, siyasi değişimleri ifade etmektedir. Bu dönemde yeni iletişim sistemleri insan yaşamının tüm pratiklerine nüfus etmiş durumdadır. Bireyler günlük yaşamdaki tecrübelerini sosyal medya üzerinden anlık olarak paylaşmakta, aynı zamanda diğer bireylerce üretilen içerikleri tüketmektedirler. Dijimodern dönemde ifşa ve mahremiyet ihlâli toplumsal görünürlüğün başlıca unsuru haline gelmesi, mahremiyet kavramının çerçevesinin yeniden belirlenmeye çalışılmasıyla sonuçlanmıştır. Bireyler internet ortamında gerçekleştirdikleri her bir eylemle arkalarında dijital bir ayak izi bırakmakta ve gözetime son derece açık hale gelmektedirler (Yavuz, 2019:24-25).

Kirby (2009) dijimodernizmi, “kültürel bir değişim, iletişimsel bir devrim, sosyal bir organizasyon” olarak açıklamaktadır. Teknoloji ile günlük yaşamın entegrasyonu sonucu gelişen yeni dijital metinler, kültürel dönüşümler ve dijital dünyanın kendi diline sahip olması ile karakterize edilmektedir. Dijimodern dönemde toplum radikal değişimler göstermiştir. İnternet ile entegre günlük yaşam pratikleri için bireylerin yaşadıkları bedensizleşme, mahremiyet algısının dönüşümü, kamusal alan ve özel alanın birbirinin içine geçmiş olması ve mahremiyetin aleniyeti bu radikal değişimleri özetlemektedir. Bu dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler gözetim bakımından da oldukça enteresan bir evrimleşmeyi beraberinde getirmiştir. İletişim araçlarının sınır tanımaz karakteristiği, bireylerin gözetlenmesinin akla gelmez biçimlerini icadına sebep olmuştur. Bireyler hakkında bilgilere ulaşmak ve bu bilgileri depolamak, kapsam, alan ve maliyet bakımından çarpıcı gelişmeler göstermiştir (Kirby, 2009’ dan aktaran Göçmen, 2018: 25-26).

Modern ve postmodern dönemden ziyade dijimodern dönemde gözetim faaliyetlerinin ölçeği akıl almaz büyüklüklere ulaşmıştır. Arşiv özelliği, zaman ve mekân kısıtından uzak oluşu, eğlence, beğenilme, hız, etkileşim gibi motivasyonlar sunması ve dolayısı ile gönüllü olarak gözetime dahil olma davranışına sebep olması ile sosyal medya kusursuz bir gözetim ortamı oluşturmaktadır. Az maliyete sınırsız bir veri tabanına ait eski veya yeni her türlü bilgiye ulaşma kolaylığı sağlamasıyla gözetim bakımından zirvenin yaşanmasını sağlamaktadır. Bireylerin alışveriş alışkanlıklarından hobi ve hobilerine, ziyaret ettikleri lokasyonlardan görüştükları kişilere kadar her türlü bilginin paylaşıldığı sosyal medya ağlarında, kullanıcılar zamanla gözetim tehlikesini çeşitli motivasyonlara ulaşmak için göz ardı etmektedir (Kalaman,2016:68-69). Dijimodern dönemin karakteristiğini Jon Wollenhaupt bloğunda yayınladığı 2018 tarihli bir metinde dijimodern dönemde dijitalleşmenin eriştiği boyutları ve bu durumdan etkilenen kültürel öğeleri “yavaş yavaş her şeyi kendi yörüngesine doğru bükme ve kendi görüntüsünde yapılan fenomenleri bir araya getiren devrim” cümleleriyle açıklamaktadır (Wollenhaupt, 2018).

Gözetim faaliyetleri toplumsal yaşamın var olduğu her dönemde güç sahipleri tarafından farklı kişiler üzerinde farklı amaçlarla gerçekleştirilmiştir. Modernleşme

ile gözetim teknolojileri ve gözetim sistemleri açısından büyük dönüşümler yaşanmış ve son olarak günümüze gelindiğinde yani dijimodern dönemde elektronik gözetim ile kapsamı bütün insanlığı gözetleyecek şekilde genişlemiş ve kitlesel gözetimde zirve yaşanmaya başlamıştır. Postmodern ve dijimodern dönemde mahremiyetten söz etmek neredeyse mümkün olmamaktadır. Bu dönemlerde mahremiyet hakkının bütünlüğünü tehdit eden gözetim faaliyetleri kapitalist sistemle sürekli olarak geliştirilmekte ve toplumsal yaşamın tüm alanlarına nüfuz etmektedir. Bunun sonucu olarak Gary T. Marx'ın tanımıyla enformasyon toplumundan gözetim toplumuna dönüşüm gerçekleşmiştir. Özetle geleneksel dönem, modern dönem, postmodern dönem ve dijimodern dönemde gerçekleştirilen gözetim faaliyetlerinin yapısı uzun yıllar sonunda şekillenmişlerdir. Bu şekillenme aynı zamanda gözetimin kapsamının gelişmesi ve teknik imkânlar sayesinde kolay uygulanır hale gelmesiyle de sonuçlanmıştır (Kalaman, 2016:43-54). Dijimodernizmin özelliklerini açıklarken altı çizilen noktalar, postmodernizmden farklı olarak okuyucu ve yazarlar arasındaki ilişkinin kalıcı bir hal alması, okuyucu kitlenin yazarların yayınlamış olduğu dijital metinler üzerinde müdahale yetisinin gelişmesi ve bu minvalde wikipediada yayınlanan içerikler gibi dinamik metinlerin oluşması, dijimodernist metinlerin anonim, sosyal ve çok yazarlılık ile karakterize olması, olarak belirtilmiştir (Ben,2010).Yeni iletişim ortamları, özellikle sosyal ağlar kimlik inşası ve kimliğin ifade edilmesi, sosyalliğin kolaylaşması gibi pek çok imkân sunarken, kamusal alan ve özel alan sınırlarını belirsizleştirmek, mahremiyeti şeffaflaştırmak ve gizlilik ile samimiyet kavramlarının iç içe geçmesini sağlamak gibi olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Günümüzde tüm bu kavramlar dijimodernizm, postmodernizm ve yeni medyanın yeniden şekillendirdiği kavramlardır (Kalaman, 2016:91).

Tarihte çok kez farklı anlamlarda kullanılmış olsa da kamusal kavramı 17. yüzyılın sonlarında günümüzdeki kullanımına benzer şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Kamusal herkesin denetimine açık olan anlamına gelirken özel kişinin yakın çevresi yani ailesi ve arkadaşlarıyla sınırlanan bölgeyi ifade etmektedir (Sennet, 2016: 31).Tarihsel olarak ele alındığında Eski Yunan'a kadar dayanan kamusal alan kavramı genel olarak gözetime ve bilinmeye açık alan anlamına gelmektedir. Kamusal alan ve beraberinde özel alanın kullanımının yaygınlaşması 17. yüzyıla

kadar dayanmaktadır. Bir şeyin kamusal olması, herkesin denetimine açık olmasını, özel olması ise kişinin kendisi, yakın çevresi ve diğer bireylerle ilişkisini sınırlayan mahrem bir yaşam alanını ifade etmektedir. Kamusal alan bireylerin ya da grupların, kendilerini ilgilendiren konu veya konular hakkında rasyonel olarak tartışabildikleri ve ortak akıl yürütebildikleri ayrıca bu tartışmalar sonunda akılcı çözümler ürettikleri ve ortak kararlara vardıkları yaşam alanlarını tanımlamaktadır. Yani kamusal alanlar kamuoyu oluşmasını sağlamaktadır. Özel alan ise bireylerin kendilerini ve aileleriyle ya da yakın çevreleri ile paylaştığı, gizli kalması gereken alanları ifade etmektedir. Bazı yaklaşımlara göre özel alan olarak tanımlanan tüm ilişki alanları mahrem olarak tanımlanmaktayken, birtakım yaklaşımlar ise mahrem alanın özel alandan daha dar bir çerçeveyi ifade ettiğini belirtmektedir (Kalaman, 2016:88).

Kamusal alan bireylerin hayatlarının diğerleri tarafından gözetlenmesini kolaylaştırmakta ve böylece kişiler birbirlerine dair daha fazla kişisel bilgiye sahip olabilmektedir. Kamuya açık alanlar bireysel gizliliğin söz konusu olamayacağı alanlar olarak tanımlanmaktadır ve bu sebeple sosyal medyanın da kamusal alan işlevi gördüğünden söz edilmektedir. Bireyler kendilerine ifade özgürlüğü sunduğunu düşündükleri sosyal ağlarda kendilerine dair çok fazla kişisel bilgiyi paylaşmakta ve mahremiyet sınırlarını aşarak özel alan ve kamusal alan sınırlarında belirsizliğe yol açmaktadır (Çoban, 2019: 9). Kamusal alan ve özel alan her ne kadar birbiriyle çelişen anlamlar ifade ediyor gibi görünse de bu iki kavram birbirinin alternatifini olarak işlev görmektedir. Kamusal alanda toplumsal sorunlar tartışılırken, özel alanda şahsi konular görüşülmektedir. Sennet kamusal alan ve özel alan için “Kamusal alanı yöneten itkiler istenç ve yapıntı, özel alanı yönetenler ise kısıtlamalar ve yapıntının silinip gitmesidir. Kamusal alan insan yaratımıydı; özel alan ise insanlık durumudur” ifadelerini kullanmaktadır (Sennet, 2016: 133).

Kamusal alan antik çağlardan günümüz gelinceye kadar ciddi değişimler yaşamıştır. Aristoteles’in tanımlamasına göre ortak ve iyi bir yaşam alanı olarak görülen kamusal alan akılcı eleştiriyi araç olarak kullanmakta ve köleler, kadınlar ve çocuklar haricinde herkesin eşit olduğu bir alan olarak ele alınmaktaydı. Akıl ve hukuki çerçevede sivil ya da politik konular 17. ve 18. yüzyıllarda kamusalılık bağlamında

Hobbes, Locke ve Rousseau gibi düşünürler tarafından ele alınan konular olmaktadır. Kant ise kamusal alanı aklın kamusal konularda kullanılması olarak tanımlamaktadır. Hegel ve Marx ise kamusal alanı eleştirel bakış açısıyla değerlendirmektedir. Kamusal alan kavramının yapısının değişmesi ve kamusal alanın özgür ve eşitlikçi bir alan haline gelmesi için sınıf kavramının ortadan kalkması ve kamusal alanın nesnesi olan grupların kamusal alanın öznesine dönüşmesi gerektiğini ileri sürmektedirler. Habermas ise kamusal alanı vatandaşların ortak meseleleri tartıştığı ve kamuoyunu şekillendirdiği alanlar olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda kamusal alanların siyasi bir iletişim alanı olduğunu belirtmektedir. Kamusal alan polis, feodal devlet, burjuvazi kamusal alan ve sosyal devlet olarak dört dönem içerisinde ele alınmaktadır. Kamusal alanın tarihi süreç içerisinde kapsadığı alan bakımından genişleme gösterdiği kadar fonksiyonunun zayıfladığının altını çizmektedir. Kamusal alanın siyasi açıdan doğru işleve sahip olabilmesinin tek yolunun hem eylemsel hem de iletişimsel açıdan tamamen akılcılığa dayanması gerektiğini savunmaktadır. Demokratik bir kamusal alan için iktidar tarafından yönlendirilmeyen eleştirel ve akılcı yaklaşımın sergilenmesi gerektiğini belirtmektedir yani kamusal alanların iktidar ve yurttaşlar arasında bir aracı olduğuna dikkat çekmektedir (Karaoğlu, 2010: 44-45). Demokratik ve anayasal yönetimlerin tamamında siyasal meselelerin tartışılması için bir ortamın yaratılması kaçınılmazdır, kamusal alan demokrasinin getirilerinden biridir (Giddens, 2014: 187). Habermas’a göre kamusal alan; “*Özel şahısların, kendilerini ilgilendiren ortak bir mesele etrafında akıl yürüttükleri, rasyonel bir tartışma içine girdikleri ve bu tartışmanın neticesinde o mesele hakkında ortak kanaati, kamuoyunu oluşturdıkları süreç, araç ve mekânların tanımlandığı hayat alanıdır.*” (Güçdemir, 2015:71-72).

Habermas kamusal alanı demokratik bir ortam olarak tanımlamaktadır. Demokratik ortamda bireyler özgürce fikir alışverişinde bulunabilmektedir. Kamusal alanın demokratik oluşu pek çok toplumsal sorunun çözümünü kolaylaştırmaktadır. İletişimsel açıdan temellendirilmiş kamusal alan modeli siyasal iletişim ortamı da sunmaktadır. Güçlü bir kamusal alan algısının olmadığı bir ortamda özel alandan bahsetmek de mümkün olmamaktadır. Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler bu iki kavramın arasındaki sınırları belirsizleştirmiştir ve postmodern ve dijital çağ

öncesi dönemlerdeki kamusal alan ve özel alan tanımlarıyla bu dönemlerdeki tanımlamaları arasında büyük farklılıklar gözlenmektedir. Bu farklılıklar pek çok tartışmaya sebep olmakta, özel alan ve kamusal alanın çerçevesi hukuki ve etik açıdan yeniden değerlendirilmektedir (Kalaman, 2016:90).

Habermas kamusal alan modelini kapitalizm çerçevesinde ele almaktadır. Kamusal alanı irdelediği eserinde kavramın tarihsel akışta yaşadığı dönüşümleri açıklamaktadır. Feodalizmde temsili kamu, sonraki süreçte edebi kamu ve politik kamunun oluşum ve gelişim süreçlerini açıklamaktadır. Son olarak refah devletlerinde kamusal alanın yıkılışından ve özel alanın özerk kimliğini yitirdiğinden söz etmektedir. Katılımın herkese açık olması, herkes tarafından erişilebilir olmak, genel yarara uygun olmak, devlet kurumlarının dışında bulunmak ve bu sebeple tartışma konuları bakımından kısıtlamaların bulunmaması kamusal alanın özellikleri olarak belirlenmiştir. Kamusal alanda birbirinden farklı düşünce yapısına ve bakış açısına sahip bireylerin görüş bildirmesi, tartışılan konular ile ilgili ölçülemez çeşitte perspektifin gelişmesini sağlamaktadır. Arendt'e göre diğer kamusal alan yaklaşımlarından farklı olarak, modernizm kamusal alanın çöküşüne sebep olmaktadır (Kütükoğlu, 2019: 41- 46). Özel alan kavramı göreceli ve esnek bir kavram olması sebebiyle hiçbir zaman tam anlamıyla sınırları belirlenememiş bir kavram olarak kültürel, toplumsal ve bireysel çeşitlilik ışığında şekillenmektedir. Yani kolektif bir yaşam biçiminin sonucunda oluşmaktadır (Kodak, 2016: 98). Özel hayatın gizliliği oldukça fazla anlamı bir arada bulundurması sebebi ile oldukça soyut bir ifadedir. Yalnız bırakılma hakkı, bireyin kendisi ile ilgili verileri diğer bireylerle ne oranda paylaşacağına dair özgürlüğü gibi çeşitli biçimlerde tanımlanmaktadır (Van Dijk, 2016:172). Arendt, bireyin kendini özel alandan soyutlayarak kamusal alanda kendini bulabileceğini savunmaktadır. Bundan hareketle özgürlük Arendt için siyasi bir yöne sahiptir ve özgürlük kavramı düşünce özgürlüğünden ibaret olmamaktadır. Kamusal alanı kişilerarası ilişkilerin siyasi bakımdan eşit olduğu bir özgürlükler alanı olarak tanımlamaktadır (Kütükoğlu, 2019:45).

Özel alan üç farklı boyutta ele alınmakta ve geçirdiği dönüşümler de bu boyutlar çerçevesinde incelenmektedir. Başlangıçta özel alan ahlaki ve dinsel vicdan alanı olarak, bireylerin kendi dini inanışları ve vicdanları doğrultusunda kararlar alacakları bir alanı ifade ederek, modernleşmenin geliştirdiği laikleşme ve sekülerleşme ile tasarlanmıştır. İkinci boyutta ise ekonomik özgürlüklerde yaşanan değişimler özel alanın bu çerçevede kurgulanmasını sağlamıştır. Üçüncü ve son boyut bireylerin kişisel alanlarıyla ilgilidir ve evlerinin içinde mahrem olarak nitelendirilen eylemlerini gerçekleştirdikleri, kimsenin müdahalesi olmadan karar alabildikleri mahrem bölgeyi ifade etmektedir (Aslan, 2011: 90). Geçmişte özel alandan kamusal alana doğru birtakım sızmalar yaşanırken günümüzde kamusal alan, özel alan ve mahremiyet tarafından tümüyle işgal edilmiştir. Bireyler sahip oldukları en ayrıcalıklı hak olan mahremiyet ve gizlilik hakkını gönüllü olarak kendileri ihlâl ederek kamusal alanda mahrem bilgileri ile kendilerini teşhir etmeye başlamışlardır (Öztürk, 2015: 32). Kamusal alanlar toplumsal gelişimde olduğu kadar bireysel kimliklerin inşası sürecinde de büyük rol oynamaktadır. Bireyler ait oldukları aile ve kültürel yapıyı seçme şansı yakalayamadığı için katılacakları kamusal alanları kendileri seçme imkânına sahiptir ve kendilerini geliştirebilecekleri, ait hissettikleri ve özgür oldukları kamusal alanlara katılarak kimliklerini de bu yönde inşa etmektedirler (Berkup, 2015: 19).

Sosyal medya toplumun mensuplarının bir araya gelip düşüncelerini özgürce paylaşabildiği bir ortam olarak görüldüğü takdirde kamusal alan olarak ele alınmaktadır. Bireyler sosyal medya ağları aracılığıyla diğer bireylerle iletişim ve etkileşim halinde kalmakta, herhangi bir konuyla ilgili görüşlerini belirtebilmekte, tartışmalara katılabilmekte ve kamuoyu oluşturabilmektedir. Hatta birtakım görüşler sosyal medya ağlarının yalnızca bir iletişim aracı değil toplumsal mekân olarak görülmesi gerektiğini belirtmektedir. Bir kamusal alan olan sosyal medya ile, tartışmalara katılımı kişi sayısında ve coğrafi alan bakımından kapsamında büyük artışlar yaşanmıştır. Ancak kamusal alanın demokratik olması gerekliliği ile bireylerin tam ifade özgürlüğüne sahip ve eşit olmaları gerektiği göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medya ağlarının tam anlamıyla kamusal alan olarak kabul edilmesi mümkün olmamaktadır (Kurt, 2015:342). Sosyal medyada tüm

kullanıcıların eşit derecede görünürlük kazanması olanaksızdır, ifade özgürlüğü kullanıcıların yaşadığı ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre değişiklik göstermektedir ve tartışılan gündemler genel olarak güç sahiplerinin yönlendirmeleri ile şekillenmektedir.

Sosyal medya ve sosyal ağlar, koruyucu önlemler olmadığında, özel hayatın gizliliği konusunda ciddi sorunlara yol açmaktadır. Yüksek kayıt kapasitesi, veri toplama, depolama ve aktarım özelliği, takip edilebilirlik, insan davranışlarına sürekli görünürlük kazandırması, erişilebilirlik ve biyometrik verilerin de bütünleşmesiyle enformasyonel ve fiziksel mahremiyet neredeyse ortadan kalkmıştır. Sosyal medya ve sosyal ağların kişisel ve sosyal yaşam özelinde etkileri; mahremiyet ve gizlilik kavramlarının muğlaklaşması, özel hayat ve kimlik ifşası ikilemi, sebebi bilinmeyen davranışlar, toplum baskısına daha fazla açık hale gelme ve bağımlılık olarak belirlenmiştir (Van Dijk, 2016:193-258). Günümüze gelindiğinde teknolojik gelişmelerle birlikte toplumu yönlendirme, kamu rızası, gündem belirleme pratikleri kamusal alan tanımlamasını şekillendirirken aynı zamanda panoptik bir eğilim göstererek özel alana da müdahale etmekte ve özel alan- kamusal alan sınırlarını belirlemektedir. Gözetim toplumuna dönüşmüş günümüz toplum yapısı içinde bireylere ait ve mahrem olan şeyler aleni bir duruma geçmekte ve kamuya açık vaziyete gelmektedir. Gözetim toplumunda gözetim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi siyasi güçlerin yürüttüğü gözetim faaliyetlerinden çok bireylerin de gözetlenen/gözetleyen rollerini eşzamanlı olarak edinmesi ile sağlanmaktadır (Kalaman, 2016:57).

2.2. Gözetim Toplumunda Dijital Kimlik İnşası

Gözetim toplumu, emniyet ve güvenlik dışında, istihdam, tüketim alışkanlıkları, ticaret ve yönetim gibi bir dizi bağlam içinde bütünsel olarak incelenmektedir. Bundan dolayıdır ki toplumlar her geçen gün artan ve kapasitesi gelişen bir gözetim ile karşı karşıya kalmaktadır (Kalaman, 2016:56). Gözetim toplumu ifadesi gözetim kavramını politik arenanın dışına taşımakta, gözetimi yönetimin bir parçası

olmasının ötesine taşımaktadır. Gözetimi bir tür disiplin-hakimiyet ilişkisi içerisinde yerleştiren paradigmaların tersine gözetim toplumu, günlük yaşamın içinde normalleştirilen ve insanlar tarafından gündelik olarak kullanılan gözetim uygulamalarının tartışılmaya başlamasıyla ortaya çıkmaktadır (Baştürk, 2016: 206-207). Gözetimin dijital ortamlarda gerçekleştirilmeye başlaması, bu ortamlarda kimlik inşası için kendisine dair her türlü bilgiyi paylaşan bireylerin, iktidar sahipleri için seyirlik bir nesne haline dönüşmesini sağlamıştır. Mükemmeli yakalamaya odaklı inşa edilen ve sergilenen kimlikler beğenilme ve tatmin duygusunun yanı sıra iktidar sahipleri için kolayca gözetlenebilir bir nesne olmayı da beraberinde getirmektedir (Kalaman, 2016:64-65).

Bireyler internet ortamında herhangi bir şeye üyelik sağlarken kişisel verilerinin kullanılmasına izin vermektedir. Üyelik esnasında sunulan gizlilik politikasını çoğu birey okumadan kabul etmekte, onay verdikleri politikaların içinde kişisel verilerinin belirli çerçeveler dahilinde üçüncü şahıslar tarafından kullanılabilir hâle geldiğinin farkına varmamaktadır (Esgin,2015:49).Sosyal medya ve sosyal ağlar gibi sanal ortamlarda gözetimin gerçekleştirilme yolları, bu mecralarda gözetimin varlığı, kullanılma şekli ve sonuçlarının kavranmasını zorlaştırmaktadır (Martin, 2012: 421).

Bireyler sosyal medyanın özgür bir iletişim ortamı oluşturması özelliğinden yararlanırken, bahsi geçen özgürlüğün tıpkı çevrimdışı yaşamda olduğu gibi diğer kişilerin özgürlük alanlarını ihlal durumunda ortadan kalktığını bilmeleri gerekmektedir. Sosyal medya sanal bir ortam olması nedeniyle bireylere, diğer kullanıcılara karşı zorbalık, toplumsal açıdan hassas konulara karşı nefret söylemi imkânı sağlamamaktadır. Aksine bu durumlara karşı yasal düzenlemeler bulunmaktadır. Hükümetler internet hukuku konusunda çalışmalar yapmakta ve kişilerin özlük haklarını sanal ortamlarda da koruma altına almaktadır. Sosyal medyada sergilenen tutum ve davranışlar, dijital kimlik bağlamında bireylere belirli sorumluluklar yüklemekte, yasa ve düzenlemeler çerçevesinde siber suçlara tabi tutum ve davranışlar sergilemekten kaçınmayı gerektirmektedir. Bu kısıtlamaların yanı sıra sosyal medya temelinde bireylerin kendileri özgürce ifade edebileceği bir ortam olarak kurulmuştur. Kullanıcılar sosyal medyada varlık gösterirken diğer

kullanıcıların özlük haklarına aykırı davranışlar sergilemedikleri sürece ifade özgürlüğü kapsamında iletişime dahil olabilmektedir (Engin, 2015:20-21).

Dijital kimliklerin değiştirilebilir oluşu ve bedensizleşmeyi desteklemesi bireylerin çevrimdışı dünyaya nazaran bir nevi görünmezlik yakalamış olmaları zaman zaman sosyal ağlarda davranışlarına dikkat etmemeleri, kolaylıkla siber zorbalık ve nefret söylemlerine katılabilmelerine sebep olmaktadır. Yapılan bazı araştırmalar bireylerin sosyal medya ağlarında bahsi geçen eylemleri sergilemeye eğimli oluşunu anonimlik yakalamalarına bağlamaktadır (Dursun ve Barut, 2016: 545). Ancak toplumsal bazda bu tür durumlara karşı gelişen bilinç ve hala yapılandırılma aşamasında olan internet yasaları ile bu durumun önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Kişiler her ne kadar anonim hesaplar üzerinden bireylere karşı siber zorbalık ya da nefret söylemi gerçekleştiriyor olsa da kanuni yollarla bu hesaplara bağlanılan IP adresleri belirlenebilmekte ve saldırganların gerçek kimlikleri ortaya çıkarılabilmektedir. Özellikle kadına şiddet, çocuk istismarı ya da hayvan hakları ihlalleri gibi toplumun hassasiyet gösterdiği konularda nefret söyleminde bulunan hesaplar sosyal ağların diğer kullanıcılar tarafından tespit edilmekte ve ilgili mercilere şikayet edilmektedir. Twitter gibi toplumsal meselelerin daha sık tartışıldığı sosyal ağlarda, bireyler nefret söylemi ya da siber zorbalık yapan hesapları tespit ederek özellikle bu suçları temsil eden gönderilerin altına kolluk kuvvetlerinin sosyal medya hesaplarını etiketlemek, ifşa etmek ya da diğer insanlara bu hesapları sosyal ağ içinde ‘spamlatmak’ yoluyla şikayet etmektedir. Toplumu oluşturan bireylerin omniptik biçimde birbirlerini gözetleyerek gerçekleştirdikleri bu eylemler olumlu sonuçların yanı sıra olumsuz sonuçlar da doğurmaktadır. Kendisi ile aynı dünya görüşünde olmadığını düşündüğü, benzer ideolojilere sahip olmadığı ya da kendi inançlarına ters düşüğünü düşündüğü tüm kullanıcılar için aynı dürtüyle eyleme geçen ve örgütlenen bireyler de olmaktadır. Bu noktada internet ile birey yaşamında daha sık yer almaya başlayan linç kültürünün gelişmesinden söz edilmektedir. Kullanıcılar sürekli olarak birbirlerini gözetlemekte, yalnızca suç teşkil eden paylaşımlara karşı değil kendi düşünleriyle ters düşen her türlü paylaşım için aynı tepkiyi verebilmektedir.

2.2.1. Dijital Göçmenlerden Dijital Yerlilere, Gözetim Toplumu ve Gözetim Topluma Dönüşüm

19. yüzyılın sonlarında, dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan sıradan bir bireyin günlük yaşam pratikleri içinde iletişim ortamları telgraf ve telefonla destekleniyor olsa bile genel olarak ilişkiler yüz yüze sürdürülmekteydi. Evlilik doğum ya da ölüm gibi durumların devletler tarafından kayıt altına alması söz konusu olmaktaydı. Bireyler çalışma hayatına dahil olurken de yine bu bilgiler iş verenler tarafından incelenmekteydi. Bugün ise bireyler günlük hayatları içinde sürekli olarak izlenmektedir, cüzdanlarda taşınan plastik kartlar yüz yüze herhangi bir iletişimimiz olmasa bile birtakım organizasyonlara bireyler hakkında bilgi vermektedir, kişisel veriler fiber optik kablolar ve uydular aracılığıyla bireyin tasarrufu dışında taşınmaktadır. Yüz yüze iletişim neredeyse gereksiz hale gelmiştir ve bireyler hiç iletişime geçmedikleri kişi ya da kurumlar tarafından kolaylıkla gözetlenmektedir. Gözetim çeşitli güvenlik tedbirlerinin daha yüksek olması sebebi ile en yoğun olarak büyük şehirlerde gerçekleşmektedir (Lyon, 2006: 214).

Dijital dönem ile birlikte nesiller arası farklar oldukça görünür hale gelmiştir. Geçmişte her zaman en son nesil kendisinden önceki nesilden düşünce yapısı, dünya görüşü, yaşam tarzı gibi çeşitli konularda farklılık göstermiştir ancak internetin ve gelişmiş teknolojinin bireylerin yaşam pratiklerine üst seviyede eklemlendiği günümüzde nesiller arası fark oldukça açılmıştır. Yeni nesil teknolojik aletleri ve interneti adeta fiziksel bütünlüklerinin bir parçası yani uzuv olarak görmekte, zihinsel yapıları da bu çerçevede şekillenmektedir. Algılama ve düşünme yetileri farklı biçimde gelişen bu internet nesli “dijital yerliler” farklı kaynaklardan eş zamanlı olarak pek çok şeyi öğrenebilmekte ve öğrendiklerini dünya ile paylaşabilmektedir. Kendilerinden önceki nesil yani “dijital göçmenler” ile kullandıkları iletişim dili bağlamında da büyük farklar göstermektedirler. Sosyal medyada gerçekleştirilen sanal iletişimin yüz yüze iletişimden daha etkin olduğu bir dünyaya doğdukları için bahsi geçen ortamlarda gelişen jargonu çevrimdışı yaşamda da aktif biçimde kullanmaya başlamışlardır (Tuğran, 2016: 10).

Teknolojinin gelişmesi ve özellikle sosyal ağların yaygınlaşmasıyla bireylerde görülen herkes hakkında, her türlü bilgiye sahip olma ve bu bilgileri öğrenme sonucu ortaya çıkan tatmin ile diğer bireylere kişisel her türlü bilgiye erişim hakkı verme durumu Niedzwiecki (2019) tarafından “Dikizlenme kültürü” olarak isimlendirilmektedir. Dijitalleşme ile gelişen dikizleme kültürü nesilleri birbirinden farklı biçimde etkilemiştir. Dijital yerliler gözetim toplumu içinde dikizleme kültürünü sonuçlarını önemsememek bakımından daha çok benimsemiştir. Dijital göçmenler ise dikizleme kültürü ve gözetim konusuna daha şüpheli yaklaşmaktadır. Fakat sonuç olarak hem dijital yerliler hem dijital göçmenler, bir bakıma narsisist bir dürtü ile dikizleme kültürünün fabrikası konumundaki sosyal ağlara katılmak ve kendilerini gözetime açmak konusunda herhangi bir tereddüt yaşamamaktadır (Niedzwiecki, 2019: 11-16).

2.2.1.1 Dijital Göçmenler

Presky (2001)’nin ifadelerine göre dijimodern dönemde doğmamasına rağmen hayatının bir döneminde dijitallikle karşılaşmış ve dijital teknolojilerin oldukça etkisinde kalmış bireylere ‘dijital göçmenler’ denilmektedir. Dijital yerliler ve dijital göçmenler arasında bilgiye ulaşma, bilgiyi üretme ve bilgiyi kullanma bakımında büyük farklılıklar görülmektedir. Dijital göçmenler bilgi ve hizmetlere ulaşma sürecinde analog yöntemleri tercih etmekte, fiziksel ortamları kullanmaktadır. Buna karşın dijital yerliler yaşam pratikleri içinde neredeyse bütün ihtiyaçlarını sanal ortamlar üzerinden karşılamaktadır. Ulaşmak istedikleri bilgilerin de sosyalleşme ortamlarında bulunmasını isteyen dijital yerliler basılı fiziksel bilgi kaynaklarının yerine sanal çevrimiçi ortamlarda bilgiye erişmeyi arzu etmektedir. Dijital göçmenler ise bilgiye ulaşmak için basılı kaynakları taramayı, derinlemesine araştırmalar ve okumalar yapmayı tercih etmektedir. Dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki en büyük fark öğrenme pratiklerinde görülmektedir (Presky, 2001’den aktaran Kalaman, 2016:34-35).Geçmişte dijital göçmenler, dijital yerlilerden farklı olarak teknolojiyi belirli bir amaç doğrultusunda kullanmaktayken, şimdilerde tıpkı dijital yerliler gibi dijital kültür araçlarını eğlence, sohbet etme gibi amaçlarla da

kullanmaya başladıkları belirtilmektedir. Dijital yerliler teknolojinin getirmiş olduğu kültürel araçların bir parçası iken, dijital göçmenler yalnızca kültürel araçlardan faydalanmaktadır (Çetin ve Özgiden, 2013: 173).

2.2.1.2 Dijital Yerliler

Türkiye penceresinden bakıldığında 90'lara, dünyada ise 80'lere tekabül eden teknolojik gelişmeler ışığında hızla dijitalleşen dünyanın içine doğan nesil, 'dijital yerliler' olarak adlandırılmaktadır. Dijital yerliler, içinde doğdukları dijimodern dönemin tüm özelliklerine doğuştan hâkim olmakta ve dijitalleşmeyi yakından takip etme olanağına sahip oldukları için dijimodern dönemden önce doğan ve dijital göçmenler olarak adlandırılan nesle göre kendi dillerini ve kendi kültürlerini inşa etme imkânına ulaşmışlardır (Kalaman, 2016:5).

Dijital yerlilerin teknoloji dünyasına doğmaları sebebiyle bu yönde gelişen beyinsel faaliyetlerinin aksine dijital göçmenler dijitalliğe ayak uydurabilmek için beyinlerini daha sonradan eğitmek zorunda kalmıştır. Dijitallikle gelen hız ve enformasyon yığılmasına dijital yerlilere nazaran daha yavaş ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. Dijital yerliler sürekli olarak beyinlerini uyarmazlar ise, o an için yaptıkları şeyden kolayca sıkılmakta yahut konsantrasyon güçlüğü çekmektedirler. Beyin yapıları ve düşünce biçimleri pek çok kaynaktan aynı anda gelen verileri işlemek üzere çalışmaktadır. Dijital göçmenler ise bilgileri doğrusal veya adım adım bir süreç kullanarak işlemektedir. Dijital yerliler yenilikçi, açık fikirli ve öğrendiklerini paylaşmak konusunda motive bireyler olarak anılmaktadır (AutryJr ve Berge, 2011: 461-462).

Dijital yerliler için internet teknolojisi günlük yaşamın tüm pratiklerine nüfus etmiş durumda bulunmakta ve onlar, doğdukları andan itibaren bu internet kültürünün etkisinde büyümektedirler yani dijital teknolojiyi en doğal biçimde öğrenmişlerdir. Dijital yerliler arasında internet teknolojisinin içine doğmaları sebebiyle ortak kültürel motifler görülmektedir. Dijital yerlilerin ortak kültürel öğeleri; günlük

yaşamla tam entegrasyon göstermeleri, bağlantı ve ilişki oluşturmada internet kontrolü ve bu süreçte öz sunumun öncelikli olması, yoğun enformasyon paylaşımı ve kendini ifşa, katılımcı medya kültürü ve kullanıcılar olarak içerik üretim süreçlerine tam katılım olarak belirtilmiştir. Dijital yerlilerin sahip olduğu dijital kültür, sosyal medya aracılığıyla meydana getirilmiş yaratıcı bir süreç sonucu ortaya çıkan ürünleri ifade etmektedir. Dijital kültürün çevrimdışı kültürü şekillendirme gücü artan biçimde süreklilik göstermektedir (Van Dijk, 2016:307-324).

Bilgiç ve arkadaşları (2011:4), dijital yerlilerin öğrenme pratiklerini şu şekilde listelemiştir:

- Bilgiye erişim konusunda hız en önemli unsurdur.
- Uzun ve akılda tutması zor metinler yerine grafikler, infografikler ve tablolar yardımıyla öğrenmeyi tercih etmektedirler.
- Karşılaştıkları metinlerde öğrenmek amaçlı doğrusal okumalar yapmak yerine bilginin kapsül halde olmasını ve rastgele öğrenmeyi tercih ederler.
- Öğrenmenin oyunlaştırmayla gerçekleşmesini daha avantajlı bulurlar.
- Bilişsel yapıları sıralı değil paralel olarak tanımlanmaktadır.
- Birden fazla işi aynı anda yapmaya meraklıdırlar. Bu durum öğrenme pratikleri için de geçerlidir. Aynı anda birden fazla alandan birbirinden farklı bilgilere maruz kalmak dijital yerliler için sorun teşkil etmemektedir.
- Keşfederek öğrenmek taraftarıdırlar.

Dijital yerliler, doğdukları andan beri, sanal bir dünyanın içinde olduklarından dolayı, sosyal paylaşım ağları kullanmak ve bu ağlarda kendilerine ait mahrem bilgileri paylaşmak konusunda dijital göçmenler kadar temkinli davranmamaktadır. Sonradan keşfettiği ve bir süre yabancı olduğu sosyal paylaşım ağlarında kendileri hakkında bilgi paylaşmak, dijital göçmenler için oldukça zor olmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarının toplumsal yaşamımıza dahil olduğu ilk dönemlerde anonim kullanıcı sayısının çokluğu bununla yakından ilişkilidir. Dijital yerliler sosyal medya ortamlarında mahremiyetlerini ifşa etmekte sakınca görmemektedir (Yıldız, 2012: 530).

Time Dergisi'nin 2012 yılında yaptığı bir araştırmaya göre, dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki farklılıkların belirlenmesi amacıyla bu iki grubun medya kullanımları incelenmiştir. Araştırma göstermektedir ki; dijital yerliler bir saat gibi kısa bir süre içinde 27 farklı dijital aygıt arasında geçişler yapabilmekte, hızlı duygu değişimleri yaşayarak herhangi bir durumdan kısa sürede sıkılmakta ve konsantrasyonunu kaybetmekte, %65'i ev ortamında odalar arası geçiş yaparken bile mobil telefonlarını yanlarında taşımakta ve %54' telefonda arama yapmak yerine mesajlaşmayı tercih etmektedir. Dijital göçmenlerin arama yerine mesajlaşma tercih etme oranı ise %28 olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada iki grup arasındaki farkın 'dijital bilgelik' olarak adlandırılan teknoloji bilinci geliştikçe kapanacağı düşünülmektedir. (Karabulut, 2015: 19).

2.2.2. Gözetim Toplumu ve Gözetim Toplumuna Dönüşüm Süreci

Sosyal medya, fotoğraf, kişisel bilgiler, duygu ve düşünceleri metin, ses ya da görsel imgeler yoluyla mahrem yaşamla ilgili verileri diğer bireylerle paylaşmak konusunda çeşitli motivasyonlar sağlamaktadır. Beğeni ve yorum almak, daha fazla takipçiye sahip olmak gibi motivasyonlar sayesinde bireylerin mahremiyet algısı dönüşüme uğramış, mahrem olanın alenileşmesi normal karşılanmaya başlamıştır. Özel alan ve kamusal alan arasındaki ayrımın silikleşmesiyle sonuçlanan sosyal paylaşım ağlarının yaygınlaşması mahremiyet kavramının ve toplumsal yapının dönüşümüne yol açmıştır. Sosyal medyada var olmak ve bu mecralarda paylaşımlarda bulunmak bireylerin tasarrufunda gibi görünsede günümüzde sosyal paylaşım ağlarını kullanmayan bireyler toplum tarafından garip karşılanmakta ve toplumsal görünürlük yakalamak bu bireyler için zorlaşmaktadır. Diğer bireyler tarafından gerçekleştirilen bu görünmez baskının yanı sıra bankacılıktan alışverişe, resmi işlemlerden hastane hizmetlerine kadar pek çok sistemin de internet ortamında bulunuyor olması bireyleri, mahremiyet ihlâlinin kaçınılmaz olduğu ağlara dahil olmak konusunda teşvik etmektedir (Yavuz, 2019:29-30).

Geçmişte bireyler birbirleri hakkında merak ettikleri şeyleri yakından gözetleyerek ya da direkt olarak yüz yüze iletişime geçerek edinmekteydi. Günümüz dijital teknolojileri sayesinde bireyler, diğer bireyler hakkında merak ettikleri her şeyi arama motorları veya sosyal medya ağları üzerinden tek tıkla öğrenebilmektedir. Bu durum açıkça asimetrik ve karşılıklı bir gözetim olgusuna sebebiyet vermektedir. Gözetim toplumuna hakim olan elektronik gözetim faaliyetleri kimlik oluşturma aracı olarak işlev görmektedir. Günümüzde gündelik yaşam pratiklerine neredeyse tam entegre olmuş sosyal medya, özellikle dijital yerliler olarak adlandırılan genç kesim için pasif, aktif ve etkileşimli olmak üzere bilgi arama kanalı olarak kullanılmakta ve bu kanallar üzerinden birbirlerini gözetlemek günlük rutin haline gelmektedir (Ünal, 2017: 2550-2552). Mobil cihazlar ve konum bilgisi üzerinden gözetim günümüzde gittikçe yaygınlaşmaktadır. Gözetim aygıtları gün geçtikçe binalar, araçlar, evler gibi bireyin gün içinde bulunduğu alanlara daha fazla gömülü hale gelmektedir. Yapay zeka bireyleri ses, retina ve yüz tarama gibi çeşitli biçimlerde tanımaya başlamıştır ve DNA, parmak izi, retina ve yüz tanıma sistemleri mobil teknolojilerde bile güvenilir tanımlama ve doğrulama aracı olarak kullanılmaya başlamıştır. Kısacası en mahrem kişisel bilgiler bile küreselleşen bir ticari nesne haline gelmiştir (Lyon, 2015: 144).

Postmodern dönemde gözlenen toplum yapısı iktidarın bireyler üzerinde korku ve baskıyı yönetim mekanizması olarak kullanması gözetim toplumuna dönüşüm fikrini desteklemektedir. Gözetim toplumu çeşitli biçimlerde eserlere de konu olmuştur. 1975 yılında Foucault'nun "Hapishanenin Doğuşu" eserinde 'panoptikon' kavramıyla açıklanırken, Orwell'in "1984" adlı yapıtında 'düşünce polisi' ile iktidarın kitleleri korku ve baskı ile kontrol altına almaya çalıştığından bahsetmektedir. Aldous Huxley'e ait "Cesur Yeni Dünya" isimli eserde bireylerin geçici hazlar ile gönüllü olarak baskı altında kaldığına işaret eden 'Mutluluk Hapı' kavramı, günümüz gözetim toplumunda bireylerin sosyal medya ortamlarında daha fazla etkileşim almak ve bunun sonucunda aldıkları hazla gönüllü olarak gözetime katıldıkları gerçeğine işaret etmektedir. Yani bireylerin bir korku ve baskı altında değil gönüllülükle gözetime tabi olduklarını ve sosyal medya ortamlarında görünürlük kazanarak da geçici bir mutluluk yaşadıklarını söylemektedir. (Yavuz,

2019:21-22).Zamyatin ‘Biz’ adlı eserinde gözetimi distopik biçimde ele almaktadır. Eserde bireyler tamamen camdan inşa edilmiş evlerde yaşamakta ve her an birbirlerini sürekli olarak gözetleyebilmekte ve iktidarın gözetimi altında bulunmaktadır. Tıpkı gözetimin özünde bireyleri yalnızca birer kod haline getirmesi gibi eserin baş kahramanı da bir isim yerine bir kod ile anılmaktadır (Üçer, 2014: 40).Bu eserlerin okuyucuya sunulduğu dönemler bakımından gözetimin dönüşümünü de gözler önüne serdikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Dijital vatandaşlara dönüşmüş bireyler için tüketim alışkanlıklarının takip edilmesi ve ilgi alanlarına yönelik kişiselleştirilmiş içeriklerle karşılaşmak başlangıçta büyük kolaylıklar sağlıyor ve kıymetli hissettiriyor olabilir fakat bu duruma daha kapsamlı biçimde bakıldığında kapitalist sistemin bireyleri kişisel verilerini elinde tutan ve yöneten bir mekanizma olarak zihinlere hükmettiğinin görülmesi, bireyleri hiçbir değer atfetmeyen nesneler olarak ele alması oldukça rahatsız edici bulunmaktadır. Veri sağlayan ve veriye sahip olanlar arasındaki bilgiyi elde etme/tutma mücadelesinde güç dengesizliği gözlenmektedir (Hintz ve diğ., 2017: 732).Elektronik gözetim sayesinde insan hakları ihlâlinin gerçekleştirilmesi sorununa bir çözüm üretmek neredeyse imkânsız görünmektedir. Kapitalist sistemin ekonomi ve reklam politikaları bu konudaki en büyük engel olarak görülmektedir. Çünkü ticari firmalar tüketicileri ile ilgili elde ettikleri veriler üzerinden iletişim ve satış stratejileri oluşturmaktadır ve tüketici kendisini gözetimden ne kadar sakınmaya çalışsa da bir şekilde markaların göz hapsine maruz kalmaktadır (Fuchs, 2011: 307).

Sosyal medya ve internet sayesinde iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve sağladığı kolaylıkların yanı sıra bu ortamlarda diğer bireylerle iletişime geçmek için sergilenen birtakım davranışlar, kişisel verilerin korunması konusunda pek çok ihlâlleri gündeme getirmiştir. Kişisel verilerin korunması yani enformasyon mahremiyeti bireylerin özgür karar verebilme yetisini güvence altına almaktadır. Bireyler ve gruplar kendileri ile ilgili bilgileri nerede, ne ölçüde ve kimlerle paylaşacağına karar verme hakkına sahiptir. Ancak günümüzde enformasyon toplumu olarak iyimser biçimde tanımlanan toplum yapısı, gözetim toplumuna dönüşmüş, bireylerin enformasyon mahremiyeti neredeyse imkânsız hale gelmiştir.

Kişisel verilerin korunması bir özgürlük problemi olarak ele alınmaktadır. Kişisel bilgilerin sosyal medyada hızla yayılması küresel bir gözetim sisteminin gelişmesine sebep olmuştur. Kısaca enformasyon toplumuna dönüşüm küresel çapta bir gözetime olanak tanınması sebebiyle gözetim toplumuna dönüşüm olarak adlandırılmaktadır (Yavuz, 2019:16).Gözetimin çağımızda ‘Büyük Birader’ yerine sıradan insan tarafından gönüllü olarak gerçekleştiriliyor oluşu ve buna neden olan meşruiyet kaynakları asli sorun olarak ele alınmaktadır. Bu noktada İngiltere, Almanya ve ABD gibi ülkeler gözetim toplumu olarak anılmaktadır (Güven, 2011: 183).

Amerikan Ulusal Güvenlik Dairesi (NSA) ve Merkezi Haberalma Teşkilatı (CIA) görevlisi olan Edward Snowden 2013 yılında dünya gündemine oturacak açıklamalar yapmıştır. Bahsi geçen kurumlarda sistem mühendisliği ve başka pozisyonlarda da çalışmakta olan Snowden, Amerikan ve İngiliz istihbarat servislerinin kullandığı kitle takip programlarını kamuoyuna açıklamıştır. Snowden’ın açıklamalarına göre, Amerikan devleti NSA tarafından yönetilen PRISM ve Tempora adlı programlar yardımıyla tüm dünyada telefonda ve internette yapılan görüşmeleri ve hareketleri terörizm kuşkusuyla takip ve kayıt edebilmektedir (Örmeci, 2013). Ancak burada bahsedilenin aksine yalnızca terör şüphesi taşıyan kişilerin değil sıradan insanların da gözetlendiğine dair iddiaların ortaya atılmış olması, gözetim toplumunun gelmiş olduğu noktaya dikkat çekmektedir. Benzer şekilde ikinci bir ‘Snowden Vakası’ olarak anılan Harold Thomas Martin isimli bir çalışanın NSA’ya ait gözetim konulu bilgileri sızdırması da devletlerin kendi vatandaşları, diğer devletler ve hatta diğer devletlerin vatandaşları üzerindeki gözetim faaliyetlerini işaret etmektedir. Hükümetler gözetim yoluyla elde ettikleri bilgileri vatandaşlara karşı çeşitli biçimlerde kullanmaktadır. Bununla ilgili en bilindik örnek Cambridge Analiticaörneğidir. ABD merkezli analiz firması Cambridge Analitica’nın 50 milyon kullanıcının verisini Facebook şirketinden satın alması ve Trump’ın seçim kampanyasının bu veriler ışığında şekillendirilmesi olarak özetlenebilecek olayda, sosyal medya ve sosyal ağlar aracılığıyla bireylerin bu ortamlarda gerçekleştirdikleri her türlü eylemin, gözetleme verisi olarak ticari bir nesne haline geldiği gözler önüne serilmektedir. Bireylerin sosyal medya üzerinde kurduğu bir cümle, ziyaret ettiği bir sayfa ya da beğendiği bir içerik bireyler hakkında oluşturulmuş veri havuzlarına

işlenmek üzere gönderilmekte ve işlendikten sonra üçüncü kişilerle çeşitli amaçlar doğrultusunda paylaşılmaktadır.

Son yıllarda ABD ve İngiltere gibi ülkelerde gözetimin, maliyetinin düşmesi ve hızının artması gibi kolaylaştırıcı etkenlerden dolayı yükseliş göstermesine rağmen sistematik ve normatif bir gözetim etiği geliştirme girişimleri oldukça kısıtlıdır (Macnish, 2014: 142).

2.2.3 Gözetim Toplumunda Mahremiyet ve Bireylerin Kimlik İnşası Sürecine Etkileri

Mahremiyet kavramı bireyin kendisine ve ait olduğu gruba erişim üzerindeki kontrolü, bireyin devlet ya da diğer bireylerin müdahalesinden uzak biçimde dizayn ettiği yaşam alanı ya da kişinin özlük haklarının kapsadığı unsurlar olarak çeşitli biçimlerde tanımlanmaktadır. Mahremiyet, bireyin temel haklarından birisi olarak, kişinin kendisiyle baş başa kalabildiği, istediği biçimde düşünüp istediği şeyleri ifade edebildiği, diğer bireylerle ilişkilerinin sınırlarını belirleyen özel alanı şeklinde ifade edilmektedir (Yavuz, 2019:11). Mahremiyet bireylerin ifade özgürlüğünü, fiziksel sınırlarını belirleme hakkını, özel ve kamusal alanlardaki yaşam biçimini, özlük haklarının ve itibarının korunması gibi pek çok unsuru içeren bir kavramdır. Mahremiyet kavramına ilişkin tanımlamalar şu şekilde tablolaştırılabilir (Tanılır, 2002'den aktaran Hekimoğlu, 2019: 35-36):

Tablo 2.3: Mahremiyet kavramına ilişkin tanımlamalar.

Yazar	Yıl	Tanım
WESTİN	1967	Bireyleri, grupların veya kurumların kendilerine dair bilgileri ne zaman, nasıl ve ne ölçüde diğerine aktarılabilceğini belirleme hakkıdır.

ARTHUR MILLER	1971	Bireyin kendisi ile ilgili bilginin dolaşımını kontrol yeteneğidir.
FLATHERTY	1989	Yalnızlık, samimiyet ve anonimliği yaşama hakkıdır.
LYON	1994	Devletler, ekonomik kurumlar veya diğer bireyler gibi herhangi bir dışsal aktör tarafından yalnız bırakılma hakkıdır.
WARREN & BRANDİES	1890	Yalnız bırakılma hakkı olup hakların en kapsamlısıdır.

Mahremiyet hakkının sınırlarının belirlenmesi için çeşitli ilkelere uyulması gerektiği belirtilmiştir. Bu ilkeler (Yücel,2003'ten aktaran Kuyucu, 2015:33-34);

- Mahremiyet hakkı, kamuya mâl olmuş kişilerin -tüm haklarından feragat etmeleri anlamına gelmemekle birlikte-, kamusal nitelik taşıyan bilgilerinin paylaşılmasını kapsamamaktadır.
- Mahremiyet hakkı, hukuk yoluyla gerçekleşen mahremiyet ihlâllerinde özel bir zararın oluşmaması durumunda tazminat ödenmesini gerektirmemektedir.
- Özel yaşamın ifşası bizzat bireyin kendisi tarafında gerçekleştirildiği takdirde mahremiyet hakkı sona ermektedir.
- Mahremiyet ifşasında herhangi bir art niyet bulunmamasının ve kusur yoksunluğunun olması fiilin hukuka aykırılığına etki etmemektedir.
- İfşa edilen bilgilerin, olay ya da durumların gerçekliği mahremiyet ihlâlini haklı kılmaz. Mahremiyet hakkı özel yaşamın gerçek olmayan tasvirlerini önlemek değil özel yaşam alanının kendisini korumaktır.

Mahremiyet kavramının soyut ve sınırları net biçimde belirlenemeyen yapısı, kavramı çeşitli boyutlar halinde ele almayı gerekli kılmıştır. Bu boyutlardan ilki, kişi yaşamının gizliliğini ifade eden ‘bireysel mahremiyet’ boyutu, ikincisi bireyin dışardan gelecek müdahalelere karşı korunması olarak tanımlanan ‘mekânsal mahremiyet’ ve son olarak kişisel bilgilerin korunması olan ‘enformasyon mahremiyeti’ olarak belirlenmiştir. Bireysel mahremiyet, birey bedenini yani fiziki açıdan rızası dışında dokunulmaz oluşunu ifade etmektedir. Bu boyut örtünme ve çıplaklık gibi unsurları içermektedir. Bireysel mahremiyet ile insan bedeni biyolojik bir kütle olarak görülmekten sıyrılmakta ve kendi başına bir anlam ifade etmektedir. Mekânsal mahremiyet ise mekân kelimesinin genel anlamından yola çıkarak bireyin yakın fiziksel çevresinin korunması olarak tanımlanmaktadır ve bireyin yaşadığı ev ile özdeşleştirilmektedir. İnternet ve sosyal medya, özel alan ve kamusal alan arasındaki farkı belirsizleştirmiş, bireylerin sosyal ağlarda kişisel bilgilerini gönüllü olarak dış dünya ile paylaşması enformasyon mahremiyetinin ihlâlinin gelişmesine sebep olmuştur. (Rosenberg, 1992’den aktaran Yavuz, 2019: 13-14).

Westin (1967)’e göre mahremiyetin dört temel kriteri bulunmaktadır. Bunlar; yalnızlık, yakınlık/samimiyet, anonimlik, ve kendini muhafaza etmek olarak belirlenmiştir. Yalnızlık bireyin diğer bireylerin gözlerinden uzaklaşmasını ifade etmektedir. Yakınlık ve samimiyet bireylerin toplumdaki diğer insanlardan izole bir ortamda kendi seçtiği kişilerle kurmuş olduğu ilişkileri anlatmaktadır. Anonimlik bireylerin kamusal alanlarda, herhangi bir gözetim ya da kimlik saptamasına maruz kalmadan eyleme geçmesini ifade etmektedir. Son olarak kendini muhafaza etme, bireylerin diğerleriyle kurduğu iletişimde onlara çizmiş olduğu sınırları yani psikolojik bariyerleri tanımlamaktadır. Ayrıca mahremiyetin bireylere sağlamış olduğu dört işlevin bulunduğunu belirten Westin, bu işlevleri kişisel özerklik, duygusal rahatlama, sınırlı ve korumalı iletişim kurma ve kendini değerlendirme olarak adlandırmaktadır. Kişisel özerklik ile bireyler diğerleri tarafından manipüle edilmek, yönlendirilmek ya da herhangi bir şeye maruz bırakılmaktan korunmaktadır. Duygusal rahatlama bireylerin sosyal ilişkiler içerisinde yaşadıkları birtakım gerginliklerden kurtulmasını ifade etmektedir. Sınırlı ve korumalı iletişim, kişilerarası iletişimde sınırların belirlenmesi ve güvenilen kişilerle bilgi

paylaşımını açıklamaktadır. Mahremiyetin son işlevi olan kendini değerlendirme ise bireylerin herhangi bir cezaya tabii olmadan kendi kimliklerini özgürce yansıtabilecekleri, kısaca bireyselliklerini inşa edebilecekleri durumları anlatmaktadır (Kalaman, 2016:93-94).

Mahremiyet bireylerin kamusal alanda varlık gösterme hakkını ifade etmektedir. Sosyal bir olgu olan mahremiyet, kişiden kişiye, toplumdaki topluma, kültürden kültüre farklılık gösterebilmektedir. Mahremiyet bireylerin bedensel ve duygusal hak ve özgürlüklerinin sınırlarını belirlemekte ve bu özlük hakları kanunen korunmaya çalışılmaktadır. Kimlik arayışı ve inşası sürecinde birey olma çabası mahremiyetin sınırlarını genişletmiş ve hatta kamusal alan ve özel alan sınırlarının silikleşmesine sebep olmuştur. Modernizmin mahremiyet ihlâli ile ilişkisinde en çok etkilenen unsur, özel ve mahrem hayatın yaşadığı dönüşümlerdir. Özel olanın alenileşmesi mahremiyete atfedilen kutsallığı ortadan kaldırmıştır (Arık, 2017:105-110).

Bireylerin mahremiyeti konusunda toplumsal bir eşitsizlik söz konusudur. Bazı bireylerin özel yaşamlarına dokunulmazlık söz konusu iken bazı bireylerin özel yaşamları tamamen gözler önündedir. Bir grubun tutum ve davranışları onaylanırken diğer bir grubun düşünceleri toplum nezdinde yanlış bulunup dışlanmaktadır. Tercihlere saygı duyma konusunda eşitsizlikler mevcuttur. Üst tabaka olarak görülen grupların davranışları çoğu zaman koşulsuz onaylanırken, sıradan görülen insanlara karşı ötekileştirme söz konusu olmaktadır (Hekimoğlu, 2019: 38).

Kitlesele ve sansasyonel gazeteciliğin yayılması 1800'lü yıllara tekabül etmektedir. Mahremiyetin ifşası üzerine temellenen magazin gazeteciliği bilhassa ünlü ve toplum tarafından tanınan insanların özel hayatlarını toplumun gözü önüne sermeyi görev edinmiştir. Magazin gazeteciliği 19. yy'da 'YellowPress' olarak adlandırılmaya başlamıştır. Gazetelerin okuyucu kitlelerini arttıran mahremiyet ifşası kitle iletişim araçlarının yapısını da şekillendirmiştir. Teknolojik gelişmeler ışığında radyonun kitle iletişiminde araç olarak kullanılmaya başlaması ifşa edilen mahremiyetin daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak sağlamıştır. Televizyonlarda yayınlanan reality şovlar ile çağ atlayan mahremiyet ifşası ve ihlâli tamamen pazarlama nesnesi haline

gelmiştir. Daha çok reyting için yalnızca fiziksel mahremiyet değil duygusal mahremiyet de ifşa edilmeye başlamıştır. Gözetleme üzerine kurulmuş bu şovlar ‘doğallık’ maskesi altında sıradan insanın gözetlenerek ünlenebileceği düşüncesine sahip olmasına zemin hazırlamıştır. Günümüzde kitle iletişim aracı olarak internet, yalnızca ekran önündeki yani tanınan kişilerin mahremiyetini ifşa etmekle kalmayıp, sıradan insanın toplumsal varlık gösterebilme, daha fazla beğeni alma ve tanınma hatta ünlü olma gibi arzularının doğrultusunda gönüllü olarak kendi mahremiyetlerini ifşa ettikleri bir ortam haline gelmiştir (Arık, 2017:112-126).

Birtakım düşüncelere göre bireylerin sosyal medya ağlarında bu denli rahat ve cesur biçimde özel yaşamlarını paylaşımlarına bireyselleşme sebep olmaktadır. Geçmişte kalabalık gruplar olarak iletişim ve etkileşim gerçekleştirmek, sosyalleşmek için fiziksel olarak varlık göstermek gerekmektedirken günümüzde bireyler sosyal ağlarda sanal olarak varlık göstererek sosyalleşebilmekte ve fiziksel olarak yalnız kalmayı tercih etmektedir. Birinci derece yakınlıklar önemini yitirdikçe bireyler farklı arayışlara girmiş ve sosyal medya ağlarında özel yaşamlarını herhangi bir kaygı duymadan paylaşmaya başlamış ve böylece kendi mahremiyetlerini ihlâl etmişlerdir (Hekimoğlu, 2019: 48).

Çevrimiçi mahremiyet henüz bireyler tarafından değeri tam manasıyla kavranamamış bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun en önemli sebebi ise çevrimiçi mecralar için mahremiyeti bir kavram olarak anlamlandırmaya yardımcı olacak sosyal temsillerin henüz ortaya çıkmaması olarak görülmektedir. Yani bireylerin çevrimiçi olarak üyesi oldukları topluluklara özgü ortak değerlerin, fikirlerin, inançların ve uygulamaların henüz gelişmemiş olması bireylerin çevrimiçi mahremiyet konusuna yeteri kadar önem vermemesi ile sonuçlanmaktadır (Kokolakis, 2015: 15).

Mahremiyet kavramı bireylerin kendilik algılarının gelişmesi için gereken sosyalleşmeyi sağlamakta, sosyal hayata katılma ya da geri çekilme hakkı sunmaktadır. Mahremiyet ihlalleri ise bu bahsedilenlerin aksi yönde gelişim göstermesi ya da hiç gelişmemesi gibi sonuçlar doğurmaktadır. Bireyselliğin varlığını zayıflatarak, toplumsal tektipleşmeye sebep olarak, birey olmaya atfedilen

saygınlığı yok etmektedir. Mahremiyet ihlâlüne yol açan unsurlar üç kaynaklı olarak ele alınmaktadır. Bunlar, kendini ifşa etme, merak ve gözetleme olarak belirlenmiştir. Kendini ifşa etme, bireylerin kendileri hakkında çok fazla kişisel bilgiyi diğer bireylerle paylaşması sonucu gelişen mahremiyet ihlâlünü ifade etmektedir. Merak bireylerin yaşadıkları sosyal çevrede olup bitenler hakkında daha fazla bilgi sahibi olma arzusu ile başka bireylerin mahremiyetini ihlâl etme durumlarını açıklamaktadır ve son olarak gözetleme bireylerin sosyal yaşamlarında iç dünyalarında duygu durumlarının gözetlenmesi yoluyla mahremiyet ihlâlünü belirtmektedir (Kuyucu, 2015:31-33).

Mahremiyet konusunda ortaya atılan kuramlar bireylerin kendileri ile ilgili ne kadar bilgi paylaştıkları ya da paylaşmadıkları konusu üzerinde durmaktadır. Bu sebeple mahremiyet, iletişimle ayrılmaz biçimde bağlantılıdır. Westin ve Petronio'nun geliştirdiği mahremiyet kuramları mahremiyetin sınırlarının belirlenmesi ve paylaşılan bilginin yönetilmesi aşamasında beş sav öne sürmektedir ve bunlar şu şekilde sıralanmaktadır (Kütükoğlu, 2019: 15):

- Bireyler mahremiyeti bir mülkiyet gibi görmekte ve mahrem olan şeyleri kendilerine ait olarak tanımlamaktadır.
- Mahremiyetin mülk olarak görülmesinden dolayı bireyler enformasyon dağıtımının denetimini de bireysel hak olarak kabul etmektedir.
- Bireyler mahremiyeti korumak üzere birtakım kurallar geliştirmekte ve bu kurallar bireysel ve kolektif mahremiyet sınırlarını yönetmektedir.
- Özel bilgilerin tek seferlik dahi olsa paylaşımı durumunda bu bilgiden haberdar olan diğer kişiler ile ortak olunmaktadırlar ve kolektif mahremiyet sınırları oluşmaktadır.
- Birey ve ortakları arasında kolektif sınırlara ulaşmış yani ortak hale gelmiş bilgilerin mahremiyeti daha fazla tehdit altındadır. Kolektif mahremiyet sınırları bireyler arasında sürekli olarak müzakere edildiğinden bu bilgilerin açığa çıkması daha olasıdır.

Mahremiyet konusu sürekli olarak farklı boyutlar açısından ele alınmakta ve tanımlanmaya çalışılmaktadır. Mahremiyetin felsefi boyutu, mahremiyet kavramının temellerini oluşturan özel alan ve özgürlük kavramlarının felsefi tartışmalara konu olmasını da içermektedir ve mahremiyeti şekillendiren de yine bu tartışmalar olmaktadır. Mahremiyet ile düşünce yapısı ve yaşam tarzları biçimlendirilmektedir. Psikolojik boyutu ise bireylerin özgür hissedebilmeleri için psikolojik açıdan rahat bir özel alana ve mahremiyete ihtiyaç duymasını ifade etmektedir. Bireylerin eylemlerini gerçekleştirirken herhangi bir baskı hissetmemeleri psikolojik açıdan rahat olmalarına ve mahrem alanların varlığına dair düşüncelerine bağlı olmaktadır. Sosyolojik boyut ise mahremiyetin yalnızca bireysel değil aynı zamanda toplumsal bir mesele olmasıyla ilişkilidir. Gözetim faaliyetlerinin toplumsal yapısı mahremiyeti sosyolojik bir kavram haline getirmektedir. Mahremiyet kavramının ekonomik boyutu ise, bireylerin tüketici rolünü üstlendikleri durumlarda gözetimin varolmasının doğrudan ekonomik sonuçları etkileyebilmesini açıklamaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve gözetim faaliyetlerinin bu alanlardaki gelişmeler sayesinde kolaylaşması mahremiyet ihlallerinin çeşitlenmesini sağlamış ve mahremiyet kavramının teknolojik boyutta da irdelenmesine neden olmuştur. Son olarak mahremiyet kavramının hukuki boyutu, kavramın gündelik yaşam içindeki karşılığını ve korunmasına yönelik adımları açıklamaktadır (Aydın, 2018: 65-67).

Mahremiyet, kişiye yarar sağlaması, bireysel ilişkilere faydasının bulunması ve toplum yaşamına faydalı olması açısından önem arz etmektedir. Mahremiyet ve gizlilik bireyleri aşırıya kaçan sosyal etkileşimlerden korumakta, benlik ve kimlik inşasında özgürlük sağlamakta, seçme hürriyeti ve yanlış kararlardan kaçınma fırsatını beraberinde getirmektedir (Kütükoğlu, 2019: 19).

Türkiye’de yapılan bir araştırma kapsamında bireylere, sosyal ağlarda kendilerini gösterme ve gözetime gönüllü dahil olma konusunda motivasyonların neler olabileceğine dair düşünceleri sorulmuş ve bunun sonucunda yaşamını kusursuz gösterme, evli, mutlu ve aktif bir yaşam sürdüğünü ifade etme, yeni deneyimlerini takipçilerle paylaşma, lüks bir yaşam tarzı olduğunu gösterme, statüsü yüksek mevkilerde çalışıyor olduğunu gösterme, mutlu, huzurlu ve ‘mükemmel bir yaşamım var’ algısı yaratma gibi cevaplar alınmıştır. Bireylerin tam güvenli sitelerde çekik

kapılı evlerde oturarak mahrem alanlarını korumaya çalışırken, sosyal ağlarda yatak odalarının içini dahi paylaşmaktan çekinmemeleri ikileminin sebebi sosyal medya ortamlarında bu durumun son derece normalleştirilmiş olmasıdır. Mahremin aleniyet kazanması olağanlaşmıştır (Hekimoğlu, 2019: 51-52). Mahremiyet ihlâlinin sebepleri arasında gösterilebilecek unsurlardan biri de bireylerin bu davranıştan sağlamış oldukları hazdır. Peltekoğlu ve Peltekoğlu bireyin kendi mahremiyetini ihlâl etmesini kullanımlar ve doyumlar kuramına dayandırmışlardır. Sosyal ağlarda bulunarak elde edilen görünürlük kazanma, popülerleşme ihtimali ve beğenilme gibi birtakım motivasyonlar gözlemek ve gözetlemek eylemi üzerinde etkili olmaktadır (Kütükoğlu, 2019: 18).

İnternet teknolojisi ve sosyal medya geliştikçe geleneksel medyanın gündem belirleme gücünü elinden almış, bireylere geleneksel medya ortamlarında sahip olmadıkları birtakım özgürlükler sunmuş ve bu özgürlükler de pek çok kavramın geleneksel tanımının dönüşmesine, eski anlamını kaybetmesine neden olmuştur. Geçmişte farklı sınırlılıklara sahip olan birçok kavram bugün bambaşka çerçeveler içinde tartışılmakta ve yeniden anlamlandırılmaktadır. Mahremiyet kavramı da bu kavramlar arasında bulunmaktadır. Gizliliğin azalmasına sebep olan sosyal medya ağları, mahremiyetin sınırları ve mahremiyet ihlâllerinin dönüşümü noktasında yeni tartışmaların önünü açmıştır (Kuyucu, 2015:21-22). Günümüzde sosyal medya ortamları ve internette yaşanan bir takım gizlilik sorunları mahremiyet kavramını hiç olmadığı kadar tartışma konusu haline getirmiştir. İnternetin insan yaşamına dahil olduğu ilk dönemlerde, bu yeni iletişim sisteminin birey mahremiyetini suistimal edeceği endişesi ağır basmakta, bireylerde internete karşı güvensizlik olması sebebiyle ağ üzerinde görünürlük konusunda temkinli bir yaklaşım sergilenmekteydi. Zamanla internet kullanımını arttıran sosyal medya ve sosyal ağlar, sosyalleşme ve etkileşim olanağı sunması ile bireylerin kendilerine dair bilgileri daha fazla ifşa ettiği ve kendi mahremiyetlerini gönüllü olarak ihlal ettikleri bir ortam haline gelmiştir (Yavuz, 2019:12-13).

Gözetimin farklı toplumsal dönemlerde biçim değiştirmesi kimlik kavramını ve dolayısıyla bireylerin kimlik inşası süreçlerini de dönüştürmüştür. Bireyler

postmodern dönemde anı yaşayan, gözetlenmekten haz alan ve gönüllü olarak mahremiyetlerini göz önüne seren kendilerini veri haline getiren kişilere dönüşmektedir (Yavuz, 2019:24). Sosyal ağlar kimlik inşasına imkân tanınması ve engelsiz iletişim olanağı ile çağın en çok etkileşim barındıran mecraları olsa da kişisel güvenlik ve veri gizliliği konusunda büyük tehditler içermektedir. Bireyler sosyal ağlarda görünürlük yakalamakta ve kimlik inşası ile kişisel gizlilik arasındaki çatışmaya maruz kalmaktadır. Sosyal ağlarda ifşa edilen bilgilerin çoğu bireylerin kendi rızalarıyla kimlik inşası sürecinde paylaştıkları bilgiler olsa da bu veriler çoğu zaman bireyler ve ikinci şahıslar olan takipçileri arasında kalmamakta, üçüncü kişiler tarafından farklı amaçlar üzere kullanılmaktadır. Bireylerin kişisel verileri kendi kontrolleri dışında ticari amaçlı şirketlerin kazanç kapısı haline gelebilmekte ya da siyasi erklerin gözetim nesnesi olmaktadır. Sosyal ağlarda kişisel verilerin ifşası ve mahremiyet ihlâli genç kesim için günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir. Onlar dijital çağın içine doğdukları için sosyal medya ağları üzerinde varlık gösterirken gizlilik kaygısına daha az kapılmaktadırlar (Yıldırım, 2012:254-256).

Mahremiyetin korunmasına yönelik tedbirler ve düzenlemelerle ilgili çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Bu konuda mahremiyetin üç ana mekanizma sayesinde korunabileceği üzerinde durulmuştur. Bunlar yasal düzenlemeler, ahlaki öz düzenlemeler ve mahremiyetin korunmasını/arttırılmasını sağlayacak teknolojilerin geliştirilmesi olarak belirlenmiştir. Yasal düzenlemeler ile kişilerin özel yaşamlarını ve kişisel bilgilerinin kullanımına karşı çeşitli cezalandırmalar getirerek koruma sağlamaya çalışılmaktadır. Ahlaki özdüzenlemeler mahremiyetin korunması bakımından en güvenilir ve sağlıklı yöntem olsa da teknolojik gelişme ile zirveye yükselen gözetim faaliyetlerinden günümüz dijital dünyasında kaçış imkânsız hâle gelmiştir. Son olarak teknolojik yeniliklerle mahremiyetin korunması ya da arttırılması, yeni teknolojilerin üretim aşamasından itibaren bireylerin kişisel verilerini ve mahremiyetlerini korumaya odaklı biçimde tasarlanmasını ifade etmektedir (Kalaman,2016:96-97).

2.2.3.1. Gözetim Toplumunda Mahremiyetin Dönüşümü ve Dijital Kimliklere Etkileri

Gelişen iletişim teknolojileri ve günlük yaşam pratiklerinin internet ortamına aktarılması, bireylerin toplumsal görünürlük kazanma ve mahremiyet algılarında dönüşümlere sebep olmuştur. Sosyal medya ağları bireylerin ifade özgürlüğü ve benlik sunumu konusunda daha özgür hissetmelerini sağlayarak, kendilerine dair mahrem bilgileri paylaşmak konusunda daha cesur davranmalarına sebep olmaktadır. Bireyler sosyal medyada bilgilerini, fotoğraflarını ve videolarını çeşitli motivasyonlar sonucunda gönüllü olarak paylaşmaktadır. Yapılan bu paylaşımlar bireylerin dijital kimliklerini inşa ederken toplumsal görünürlüğe kavuştukları hissini yaşatmaktadır. Bireyler paylaşımlarına gelen beğeni ve yorum yani kısaca etkileşim sayısı ile kendi değerleri ile ilgili çıkarımlara varabilmektedir. Bu düşünce bireylerin mahrem hayatlarını da sosyal medya üzerinden paylaşımları ile sonuçlanabilmektedir. Tüm bunlar sonucunda, özel alan ve mahremiyet kavramlarının sınırları belirsizleşmiştir (Yavuz, 2019:1).

İnsanlık tarihi boyunca yaşanan birtakım toplumsal değişimler bireyin dokunulmazlık alanı olan mahremiyetin de dönüşümüne sebep olmuştur. Yaşanan dönüşümler özel alan kavramının neleri ifade ettiği konusunu da tartışmalı hale getirmiştir. Aile ve yakın çevre kişinin mahrem alanı olarak tanımlanırken, bir diğer yandan kişinin kendisi ile baş başa kaldığı alanların mahrem alan olduğuna yönelik tanımlamalar da yapılmaktadır. Mahremiyet kavramının fiziksel alanları kastettiği yönünde şekillenen tanımların yanı sıra mahremiyet kavramını böyle açıklamanın sığ bir yaklaşım olacağına dair görüşler de zamanla gelişmiştir. Mahremiyet kavramını açıklamak üzere tek bir tanım üzerinde fikir birliğine varılamamasının bir diğer nedeni ise mahrem algısının kültürel ve coğrafi unsurlardan etkilenmesi olarak ifade edilmektedir. Mahremiyet, içinde bulunulan zaman dilimi ve toplum yapısına göre değişiklik göstermektedir (Yavuz, 2019:11-12). Mahremiyetin kültürden kültüre değişen yapısı mahremiyet anlayışının da farklılık göstermesine neden olmaktadır. Mahremiyet kavramı batı toplumlarında beden dokunulmazlığı temelinde

şekillenmekteyken doğu toplumlarında mahremiyet görünmezlikle ilişkilidir. Batıda, mahrem olan şeylere dokunulamayacağı düşüncesi doğrultusunda şekillenen mahremiyet anlayışı, doğuda, mahrem olan şeylerin gözlerden uzak tutulması gerektiği yaklaşımıyla biçimlenmektedir (Kuyucu,2015:27).

Mahremiyet kavramı insanlığın başlangıcından bu yana her alanda kendini gösteren bir kavram olmuştur. Toplumsal faktörler doğrultusunda şekillenmekte ve dinamik bir yapı sergilemektedir. Toplumsal dönüşümler zamanla mahremiyet kavramının da dönüşümüne ve değerlendirilme şeklinin değişimine sebep olmuştur. Bu sebeple mahremiyet kavramı tanımlaması zor bir kavram olarak algılanmakta, kavramın açıklaması her dönemde, dönem koşulları doğrultusunda yeniden ele alınmakta ve farklı disiplinler perspektifinden yeniden tanımlaması yapılmaktadır (Yavuz, 2019:10). Günümüzde kitle iletişim araçlarında yaşanan değişimler ve bunlara paralel olarak toplum yapısının değişiklik göstermesiyle mahrem olan unsurların aleniyet kazanması mahremiyet kavramının hiç olmadığı kadar çok irdelenmeye başlanmasına sebep olmuştur. Artık mahremiyet alanları ve kamusal alanlar iç içe geçmiş, halihazırda tanımı zor olan mahremiyet kavramının tanımını daha girift bir hale getirmiştir (Berkup, 2015: 6).

Mahremiyet kavramının dönüşümü ilk olarak modernleşme ile başlamış olarak kabul edilmektedir. Modernleşme; geleneksel dönemdeki dini merkeze alan orta çağa özgü toplum yapısının yerini akli merkez kabul eden bir aydınlanma sonucu toplum yapısının değişmesi olarak tanımlanmaktadır. Modern toplum, nüfus artışı ile küçük yerlerde birbirini tanıyan insanların oluşturduğu küçük toplulukların yerini, kalabalık insan gruplarının büyük devletlerin sınırları içinde yaşadığı, iş bölümü, uzmanlaşma ve hareketliliğin hâkim olduğu dinamik bir toplum yapısı almıştır. Sonuç olarak, modern dönem toplumunda kişisel hak ve özgürlükler ön plana çıkmış ve toplum yapısı bu yönde şekillenmiştir. Modern dönemde hem rasyonalizm ve pozitivizm ile bireysellik ve kişi iradesi önem kazanmış, hem de popüler kültür ve gösteri toplumuna dönüşümle kamusal alan ve özel alan arasındaki ayırmda daralmanın yaşanması ile sonuçlanmıştır. Tüm bunlardan hareketle, mahremiyet kavramının 19. yy'da başlayan teknolojik gelişmelerden, politik sanatsal ve dinsel kavrayıştan

bağımsız düşünölemeyeceği sonucuna varılmıştır. Bu dönemden itibaren kitle iletişim araçlarının toplum yaşamına dahil olması, mahremiyetin dönüşümüne büyük etki etmiştir (Yavuz, 2019:18-20).

Çağımızda mahremiyet kavramının dönüşümünün sebeplerinden biri de bireylerin nasıl bir hayat yaşamak istediklerine dair ortak değerleri olmaması olarak ele alınabilir. Bireyler ortak kodlara ve değerlere sahip olmadıkları için diğer bireylerin yaşamlarını gözetleyerek sorulara cevap aramaktadırlar. Kendi kimliklerini inşa sürecinde diğer bireylerin yaşamlarından yola çıkarak nasıl bir kimlik inşa etmeleri gerektiğine dair çıkarımlara ulaşma çabası mahremiyet ihlâli ile sonuçlanmaktadır (Kete, 2011: 66). Bilgisayar ve internet teknolojisi ile tanımı halihazırda oldukça karmaşık olan mahremiyet kavramı daha da girift bir hal almıştır. Dolayısı ile mahremiyetin sınırlarını tayin etmekte oldukça güçleşmiştir. İnternet öncesi dönemde de bireylerin mahremiyetleri devlet ve ticari şirketler tarafından çeşitli amaçlarla ihlâl edilmekteydi ancak günümüzde iletişim teknolojilerindeki gelişmeler mahremiyet ihlâllerini hem nicelik hem nitelik bakımından farklı bir boyuta taşımıştır. Yaşam pratiklerinin dijitalleşmesi ile bankacılık, alışveriş, iş hayatı ya da kişisel ilişkilerde hız baş aktör olmuşsa da bu dijitalleşme ile kamusal alan ve özel alanın sınırlarını aşındırmıştır. Zaman ve mekân kısıtlamasına maruz kalmadan dünyaya küçük bir ekrandan ulaşmak bireylerde illüzyondan ibaret bir özgürlük hissi yaratmaktadır. Özgürlük illüzyonu beraberinde bireylerin kişisel bilgilerini yani mahremlerini dijital ortamlara sorgusuz sualsiz aktarmasıyla sonuçlanabilmektedir. Dijital ortamlarda çeşitli işlemler için isim, soy isim, açık ev adresi ve telefon numarası gibi oldukça özel bilgileri paylaşmak normalleşmiştir. Özel olanın alenileşmesi bireyler için gözetimi kaçınılmaz hâle getirmektedir. Sosyal medya ve sosyal ağlar bireylerin sanal hareketlilik gösterebilmeleri için belirli ön koşullar sunmaktadır. Bunlar sosyal ağlarda hesap oluşturmak ve bir ağa kaydolmak şeklinde bireylerin karşısına çıkmaktadır. İnternet üzerindeki iletişim ortamlarına katılmak isteyen bireyler bir takım kimlik bilgilerini vererek ağlara kaydolmaktadır. Bireyin enformasyon mahremiyeti dahilindeki bilgilerini paylaşması, özel alan ve kamusal alan arasındaki sınırların silikleşmesinde ilk adım olsa da günümüzde dijitalliğin günlük yaşama nüfus etme oranı göz önünde bulundurulduğunda mahremiyet

ihlâlinde geline nokta korkutucu olmaktadır. Bireylerin bir nevi kendi rızalarıyla mahremiyetlerini cesurca paylaşmalarının sebeplerinden birisi, sosyal medya ağlarında gizliliklerinin şifreleme yöntemiyle korunduğuna inanmaları olarak kabul edilmektedir. Herhangi bir ağda hesap oluştururken, kişisel bilgilerini gönül rahatlığıyla paylaşmakta çünkü bu bilgilerin üçüncü bir kişiyle paylaşılmadığını düşünmektedirler. Oysa yakın dönemde yaşanan birtakım örnekler, sosyal ağ sunucularının kullanıcı bilgilerini devletler ya da ticari şirketlerle paylaştığını göstermiştir (Kalaman, 2016: 13).

Sosyal medya ortamlarında bireyler fiziksel bir temsil yerine sanal bir temsil olarak varlık göstermektedir. Dijital kimlikler spesifik ve bilinçli olarak düzenlenmiş dijital bilgilerden oluşmaktadır. Tıpkı çevrimdışı kimlik inşasında olduğu gibi dijital kimliklerin inşasında da akran etkileşimi büyük önem taşımaktadır. Bu etkileşimler sonucu gelişen benlik algısı çerçevesinde bireyler dijital kimliklerini inşa etmektedirler. Buradan hareketle dijital kimlik inşasının da kamusal bir süreç olduğu söylenmektedir. Benlik sunumu yoluyla, sosyal medyada oluşturulan hesaplardan sergilenen bireye dair özellikler, diğer bireylerden alınan etkileşimlerin olumlu ya da olumsuz sonuçlarına göre dijital kimlik inşası gerçekleştirilmektedir (Boz, 2012: 31-35).

Sosyal medya ağları aracılığıyla bireyin mahremiyetinin göz ardı edilmesi ve devlet, ticari şirketler ya da diğer bireylerin gözetimine açılması bireyleri türlü biçimlerde zarara uğratmaktadır. Oysa bireyler çoğu zaman sosyal medya aracılığıyla gördükleri zararın farkına varamamaktadır. Günümüzde karşılaşılan birtakım örnekler sayesinde özellikle yetişkinler arasında sosyal medyanın mahremiyeti ihlâlinin nelerle sonuçlanabileceğine karşı farkındalık artmaya başlamıştır. Artık çok daha fazla insan sosyal ağların gizlilik sorunu olduğu ve bu ağlar tarafından ya da sosyal ağlar aracılığıyla üçüncü kişiler tarafından mahremiyetlerinin ihlâl edildiği konusundan şikayetçi olmaktadır. Bu durum sosyal ağların gizlilik politikalarını yeniden gözden geçirmelerine sebep olmuştur. Fakat sosyal ağların yapmış olduğu gizlilik politikası güncellemelerinin yalnızca kullanıcıları oyalamak için bir strateji olduğunu çünkü sosyal ağların kuruluşlarından bu yana kullanıcı bilgilerini

hükümetler ve ticari kuruluşlarla paylaşmakta olduğunu savunan düşünceler ön plana çıkmaktadır (Kalaman,2016:27).

İletişim teknolojilerindeki birtakım değişimler, bireylerin toplum içinde varlık gösterme biçimlerinde de değişimlere neden olmuştur. Tarih boyunca her dönem, teknolojik gelişimin iletişim biçimlerinde yarattığı dönüşümün yanı sıra kültürel öğelerde de dönüşümsöz konusu olmuş ve böylece bireyin kimliğini görsel olarak kurgulama ve sunma stratejisini de değiştirmiştir. İnternet teknolojisi ile bireylerin enformasyon bakımından sınırsız zenginliğe sahip ortamlarla tanışması, toplumsal görünürlük kazanma yöntemlerinin de bu minvalde biçim değiştirmesi ile sonuçlanmıştır. İzlemekten ve izlenmekten keyif alan, toplumsal varlığını bu şekilde sergileyen gözetim toplumuna dönüşüm, iktidar sahiplerinin kitleleri kontrol altında tutmasını da kolaylaştırmıştır. İktidarın egemen olduğu iletişim ortamlarında görünürlüğe sahip olmak, siyasal faaliyetler çerçevesinde de devletin ‘şiddet aygıtı’ tarafından kontrol altında tutulmak ile aynı anlama gelmektedir. Gözetim sistemleri yani iktidarın şiddet aygıtının bir bileşeni ‘beyaz şiddet’ olarak adlandırılmaktadır. Güç sahibi iktidar bu yolla, siyasi arenada muhalif sesleri kısma ya da yok etme amacıyla onlar üzerinde baskı kurmaktadır (Çoban,2014:305-307).

Sosyal ağlar bireylerin özel yaşamlarına dair neredeyse tüm detayları paylaştıkları ortamlardır. Bireyler abartılı sofra fotoğrafları, filtrelerle güzelleştirilmiş kahve fincanları fotoğrafları, lüks konum etiketleri gibi yaşamlarının kusursuz olduğuna dair izlenimler oluşturacak fotoğrafları hesaplarında paylaşarak diğerlerine “Harika bir yaşam sürüyorum ve herşey yolunda” mesajı vermeye çalışmaktadır. Kimse kötü çıktığı bir fotoğrafı, pek de bilinmeyen bir mekânı ya da üzüntülü olduğu anları sosyal ağlardaki hesaplarından paylaşmamaktadır. Paylaşımlar ve etkileşimler ile kimlik inşası gerçekleştiren kullanıcılar burada çoğu zaman çevrimdışı hayatlarıyla uyum göstermeyen yaşamlarını öyle benimserler ki çevrimdışı dünyadaki yaşam standartlarına yabancılaşırlar (Hekimoğlu, 2019: 46-47).

Bireylerin takma isimler ya da sahte görsellerle, dijital kimlikler inşa etmelerine olanak tanıyan sosyal medya ağları, sahte bireyselleşmeye sebep olmakta ve bu sahte

bireyselleşmenin giderek çevrimdışı gerçekliği şekillendirmesi ile sonuçlanmaktadır. Toplumsal ilişkiler de bahsi geçen sahtelik üzerinde biçimlenmektedir. Bireylerin toplumsallaşma süreçlerine entegre olan sosyal medya ağları çevrimdışı gerçekliği etkilemenin ötesine geçerek merkezi konuma yerleşmiştir (Çoban,2014:309-313).Sosyal medya ortamlarında sergilenen kimlik özellikleri iletişimde bulunulan ortamın özelliklerine göre farklılık gösterebilmektedir. Yani bireylerin kamusal bir alan olarak görülen mecralarda kamusal konuları tartışırken sergiledikleri kimlik özellikleri ile sohbet odalarında sergiledikleri kimlik özellikleri birbirinden farklı olabilmektedir. Bu noktada dijital kimliklerin değiştirilebilir ve yeniden inşa edilebilir yapısı etkili olmaktadır (Boz, 2012: 37).

2.2.3.2 Gözetim Toplumunun Benlik Sunumuna Etkileri

Bireylerin benlik tatmini sağlaması üzerine kurulu narsisizm her geçen gün sosyal medya ortamlarında yaygınlaşmaktadır. Bireyler ve özellikle dijital yerliler, çevrimiçi ortamları ve çevrimiçi ortamların sahip olduğu her türlü imkânı daha fazla sosyalleşmek, daha fazla görünür olmak, daha fazla beğeni almak ve daha fazla bilgi edinmek için kullanmaktadır. Görüldüğünün, bilindiğinin ve beğenildiğinin farkına varan birey sosyal medya ortamlarında her geçen gün kendini daha fazla açmaktadır (Kalaman,2016:116).

Günümüzde ise bireyler sosyal medyada, olmak istedikleri/bilinçaltlarındaki kişiyi sanal çevrelerine sunmaktadır. Hatta günlük yaşamlarındaki tutum ve davranışlarıyla çelişki yaratacak kimlikler inşa edip sosyal medyadaki paylaşımlarıyla takipçi kitlelerine gerçek yaşam tarzlarından tamamen farklı bir çerçeve sunmaktadırlar. Bireylerin sosyal medya araçlarında oluşturdukları bu yeni kimlikler daha fazla görünürlük kazanmak ve itibar oluşturmak gibi kaygılardan doğmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları kişisel profil sayfalarını oluştururken kendi imajlarını yeniden yaratma olanağına sahiptirler. Kişiler sosyal medya ortamlarındaki arkadaşlarına ya da takipçilerine benliğiyle ilgili bilgiler sunarken diğerlerinin kendilerini nasıl görmesini istiyorsa o şekilde paylaşımda bulunurlar. Kişiler benliklerinin sunumunda

diğerleri tarafından beğenilmek için kendilerini en güzel gösteren fotoğraflarını kullanmaya özen göstermektedirler. Bu bağlamda benliğinin kendine ve başkalarına göre iyi, güzel ve olumlu yönlerini ön plana çıkararak Goffman'ın terminolojisinden ifade edecek olursak, idealize edilen performanslarını sergilemektedirler.

2.2.3.3 Gözetim Toplumu ve Dijimodern İnsan

Bauman 'akışkan modernite' şeklinde ifade ettiği günümüz dünyasında bireyleri kendi panoptik araçlarını bedenleri üzerinde taşıyan ve büyüten salyangozlara benzetmektedir, günümüzde çalışanlar çeşitli şekillerde panoptikon sistemine tabi olmaktadır örneğin; bir çalışan patronunun kendisine her an ulaşabileceği herhangi bir iletişim aracını üzerinde bulundurmada sokağa dahi çıkamaz. Yani bireyler kendi gözetleme kulelerini beraberlerinde taşımaktadırlar (Bauman ve Lyon, 2016: 73-74).

Sosyal medya araçları olarak tanımlanan sosyal paylaşım ağları en çok kullanılan platform olarak kullanıcılara küresel çapta iletişim ortamlarına doğrudan katılma ve etkin bir rol alarak bu iletişim ortamlarında içerik oluşturarak hem üretici hem tüketici konumunda bulunma olanağı sağlamaktadır. Kullanıcıların üretketici rolünde bulunması bahsi geçen sosyal paylaşım ağlarının kullanımının yaygınlaşmasında patlama yaşanmasına sebebiyet vermiştir. Kullanıcıların üretici rolünü de üstlendiği sanal ortama adapte olması da kolaylaşmış, hızla yaygınlaşan bu dijitalleşme toplumsal dönüşüme önayak olmuş ve özellikle dijimodern adı verilen dönemde doğan bireylerle kendi neslini, kendi kültürünü ve kendi dilini yaratmıştır (Kalaman,2016:4).

Gözetim toplumuna dair günümüzde önemli gelişmeler gözlenmektedir. Her yıl trilyonlarca kare fotoğraf bireyler tarafından mobil cihazlar yardımıyla çekilip bulut teknolojilerine yedeklenirken veya sosyal medya ağlarında paylaşılırken, bireylerin gözetime gözetleyen ve gözetlenen olarak katılmasının yanı sıra her köşe başındaki güvenlik kameraları, mobeseler, çeşitli amaçlarla gökyüzünde gezinen dronelar ve

binlerce uydu ile izlenen yerküre göz önünde bulundurulduğunda her geçen gün toplumların daha fazla gözetim toplumuna dönüştüğünü söylemek mümkündür.

Özellikle Instagram kullanıcıları arasında yaygınlaşan bir akım olan ‘stalklamak/stalkerlık’ mizahi açıdan gündeme sıkça gelmektedir. Kelime anlamı olarak izini belli etmeden izlemek ve birine karşı saplantılı tacizde bulunmak şeklinde açıklanan ‘stalkerlık’ özünde çevrimdışı yaşamda rahatsız edici bir eylem olarak karşılanabilecekken, sosyal ağlarda son derece normal karşılanmaktadır. Bireyler çevrimdışı yaşamlarında fiziksel olarak takip edilmekten son derece rahatsız olmakta ve bu eylem suç teşkil etmektedir. Sosyal medya ağlarında ise bireyler hesaplarını herkese açık olarak kullanırken, kendilerini tanımadıkları kişilerin gözetimine açık hale getirmekte ve bunu olağan karşılamaktadır. Toplum nezdinde de çevrimdışı dünyada takip ve gözetim taciz olarak görülüp hoş karşılanmazken sosyal medya ağlarında gerçekleştirildiği takdirde sorun olarak algılanmamaktadır (Hekimoğlu, 2019: 54-55).

Günümüzde sosyal medya ağları da gözetim faaliyetleri için veri sağlaması ile tartışma konusu olmaktadır. Bireylerin profil oluşturmak üzere ağlara kaydettikleri, yaş, cinsiyet, meslek gibi bilgilerin yanı sıra bir takım eğlence amaçlı olduğu iddia edilen ‘sosyal medya akımları’ ile de bireylerin çok özel kişisel verileri paylaşmaları sağlanmaktadır. Yakın tarihlerde Facebook’un ‘ten yearschallenge’ hashtagi ile başlatmış olduğu akım, kamuoyundan bu sosyal ağın bireylerin yüz tarama sistemi kullanarak verilerini elde ettiğine dair tepkiler almıştır. Benzer biçimde dünyaca ünlü teknoloji firmalarının ürettikleri televizyonlara yerleştirdikleri çeşitli uygulamalarla tüketicilerinin evlerini kamera sistemleri aracılığıyla izlediğine dair iddialar ortaya atılmıştır. Evlere yerleştirilen güvenlik kameralarının kaydettiği görüntüler yalnızca ev halkı tarafından değil üretici firma tarafından da erişilebilir durumdadır ve depo edilmektedir. Geçmişte bu konu hakkında da çeşitli iddialar ortaya atılmıştır. Merkezinin Rusya’da bulunduğu söylenen bir internet sitesinde çevrimiçi çalışan tüm kameralara siber saldırılar sonucu erişildiği ve içinde Türkiye’nin de bulunduğu çeşitli ülkelerdeki ev, iş yeri ve kamu kuruluşlarının kamera görüntülerinin bu site üzerinden dünyaya yayınlandığına ilişkin olaylar gündeme gelmiştir. LG markasının

kendi müşterilerinin televizyonlarını takip ederek izleme alışkanlıklarına dair veri elde ettiği, Samsung firmasının da gözden kaçırdığı bir güvenlik açığı sebebiyle binlerce kullanıcısının televizyonlardaki kameralar aracılığıyla görüntülerinin kayda alındığı ortaya çıkmıştır (Üçer, 2014: 142-145).

2.3. Gözetim Karşıtlığı ve Gözetime Karşı Gizlenme

Sosyal medya ortamlarının sağladığı yanıltıcı özgürlük hissi ve ifade özgürlüğünün sınırları kullanıcıların ağı dahil olduğu coğrafyaya göre de farklılık göstermektedir. Muhalif görüşler bireylerin yaşadığı coğrafi sınırlarda etkili olan rejimlerin çizdiği çerçevenin dışında olduğu sürece tehdit unsuru olarak görülmekte ve kullanıcıları gözetim faaliyetlerine maruz kalmanın ötesinde sonuçlarla karşı karşıya bırakabilmektedir (Kalaman,2016:74). Sosyal ağlarda gizli hesaplar kullanmak, daha az kişi ile etkileşime girerek izole olmaya ve gözetimden uzak kalmaya çalışmak beyhude olmaktadır. Bireyler diğer kullanıcıların onaylamadığı herhangi bir davranışta bulunduğu anda, ifşa ve linç kültürü devreye girmekte ve diğer kullanıcılar tarafından hedef gösterilmektedir.

Hükümetlerin özellikle karşıt görüşlere sahip bireyleri kontrol altında tutmak için sosyal ağları kullanması konusunda, algoritmanın yeterince gelişmemiş olması sebebiyle yaşanabilecek birtakım olumsuzluklar mevcuttur. Dijital çağda bireyler arkalarında bıraktıkları dijital ayak izleriyle ‘big data’ denilen veri havuzuna katkı sağlamaktadır. Bu verilerden hareketle kurumsal politikalar oluşturan aktörler algoritmanın bu verileri çıkarırken yani verileri işlerken bilinçsiz bir taraflılık içinde olduğunu gözden kaçırmaktadır. Gözetim verileri sosyal yönden de değerlendirilmelidir. Algoritma verileri işlerken sistematik bir ön yargı içindedir. Örneğin; nefret söyleminden nefret ettiği ile ilgili tweet atan bir kişi, aslında nefret söylemine karşı tepkili olduğunu ve hiçbir şekilde desteklemediğini ifade etmeye çalışırken kullandığı olumsuz anlamlı kelimelerden dolayı nefret söylemi gerçekleştiren kişilerle aynı kategori altında sınıflandırılabilir. Bu durum

bireylerin aslında karşı olduğu bir suçtan yargılanması ile sonuçlanabilmektedir (Brayne, 2017: 1003).

Gözetimin toplumsal açıdan meşruiyetini sağlayan sebeplerin güçlü oluşu, kişisel hakların ihlâli ya da mahremiyet ile ilgili kaygıların ikinci plana atılmasına sebep olmaktadır. Gözetim toplumunda bireylerin gözetime karşı düşünceleri daima gözetimin üreticisi olanlar tarafından manipüle edilmekte ve gözetimin gerekliliği konusunda ikna edilmektedir. Ancak küçük bir grup bahsi geçen manipülasyonu fark ederek buna karşı direniş gösterebilmektedir (Gücüyener, 2011: 116).

Gözetime karşı bireylerin geliştirdiği tepkiler kişilerin gözetim farkındalığıyla orantılıdır. Bireyler gözetim ve gözetleme teknolojilerinin farkında olmayabilir, bu teknolojilerin farkında olmalarına rağmen kullanım amaçlarını bilmeyebilir ya da gözetimin tam farkında olabilmektedir. Gözetilenler gözetimin farkında olduklarında tepkisel davranış, farkında olmayı ihmal etme ve gözetlenmeye tepki vermeme olarak isimlendirilen davranış biçimleri geliştirmektedirler. Tepkisel davranış geliştiren bireyler çoğu zaman gözetim sistemi kuran ya da yöneten kimselerdir. Farkında olmayı ihmal etme davranışı, gözetim yokmuşçasına tutum geliştiren bireylerin davranış biçimini ifade etmektedir ve son olarak gözetlenmeye tepki vermeme ise gözetimin kültürel ya da teknolojik bir norm olduğuna inanan bireylerde görülmektedir. Bireylerin gözetime karşı tepkisizliğinin nedenleri arasında diğer bireylerin yaşamlarını gözetlemekten aldıkları haz ya da kendi yaşamlarının göz önünde olmasının getirdiği popülerite de gösterilmektedir (Güven, 2011: 189-191).

Sosyal medyada gözetim konusunda kaygılı bireyler, mahremiyetlerini korumak adına sosyal medyaya dahil olmamayı ya da sınırlı paylaşımlar yaparak etkileşime girmeyi tercih etmektedir. Ancak günümüzde internetin günlük yaşam pratiklerine tam entegrasyon göstermiş olması bireylerin mahremiyetlerini koruma çabalarına belirli kısıtlamalar getirmektedir. Birey her ne kadar, sosyal medya ve sosyal ağlarda varolmaktan ve etkileşim kurmaktan kaçınsa da gözetim teknolojilerinin gelişmiş

yapısı bireylerin bir şekilde gözetime dahil olmasını sağlamaktadır (Kütükoğlu, 2019: 98).

Gözetim faaliyetlerine karşı ortaya çıkan tepkiler genel anlamda mahremiyet ihlallerinin insan haklarına aykırı oluşu üzerinde temellenmektedir. Bireyler gözetime karşı direniş göstermekte adeta meydan okumaktadır. Bunun sonucu olarak gözetim sistemleri sınırlandırılabilir ya da kamuoyu bazında çeşitli yollara başvurulabilir. Teknik olarak gerçekleştirilebilecek gözetimi sınırlama çalışmaları, şifreleme sistemleri, veri ve gizliliği koruma yasalarını kapsarken kamuoyu bazında başvurulabilecek yöntemler insan hakları ve tüketici grupları tarafından yapılacak birtakım çalışmalar ile gerçekleştirilebilir. Gözetime karşı tepkilerin ve direnişin böylesi sınırlı olmasının sebebi gözetim sistemlerinin toplum güvenliği açısından önem taşıdığının düşünülmesi olarak belirtilmiştir (Üçer, 2014: 113). Özellikle toplumsal bazda yaşanan bir dizi felaketler, bu görüşü desteklemektedir. Örneğin; 11 Eylül saldırılarının yaşanması, dünyanın önemli şehirlerinde baş gösteren terör eylemleri, bireylerin ve toplumların sağlığını yaşamlarını elinden alabilecek ölçüde etkileyen salgın hastalıklar gibi olaylar, gözetim sistemlerini gerekli görülmesi ve kabul edilmesine sebep olmaktadır.

Sosyal medya ve sosyal ağlarda gözetim kavramı suskunluk sarmalından bağımsız olarak incelenemez. Bazı yaklaşımlara göre sosyal medya ve sosyal ağlar, bireylere kendilerini ifade etmeleri bakımından birtakım özgürlükler sağlamaktadır ve bunun sonucunda suskunluk sarmalını zayıflatmaktadır. Ancak sosyal medyanın gözetim aracı olarak kullanılması suskunluk sarmalını beslemekte, bireylerin gözetim korkusu ile ifade özgürlüğünden feragat etmesi ile sonuçlanmaktadır (Kütükoğlu, 2019: 121).

Gözetim ve mahremiyet arasında taban tabana zıt çalışan bir sistem bulunmaktadır. Bireyler mahremiyetlerini korumak amacıyla enformasyon gizliliği için çabalarırken gözetimi gerçekleştirenler mahremiyeti koruyan bireysel sınırların üstesinden gelmeye çalışmaktadır. Bireylerin gözetime karşı farkındalığının geliştiği durumlarda insanlar gözetim tekniklerini kabul edilmez, illegal, güvenilirmez, küçük düşürücü ve gereksiz bulmaya başlamakta ve birtakım kuralları çiğnemektedir. Mahremiyet

ihlaline karşı ön plana çıkan on bir tepki şu şekildedir; keşif hamleleri, sakınma hamleleri, bindirme hamleleri, rol değiştirme hamleleri, bozma hamleleri, engelleme hamleleri, kimlik maskeleyme hamleleri, kırma hamleleri, reddetme hamleleri, iş birliği hamleleri ve karşı gözetim hamleleri. Keşif hamleleri, gözetimin var olup olmadığına dair yapılan araştırmayı içermektedir. Sakınma hamleleri aktif olarak değil pasif olarak gerçekleştirilir, geri çekilmeyi içerir ve gözetim ile doğrudan ilişki gerçekleşmemektedir. Gözetimin gerçekleştirilebileceği alanlardan uzaklaşma söz konusu olmaktadır. Bindirme hamlelerinde gözetimden kaçmak yerine onunla yüzleşmek söz konusudur. Bireyler gözetildiklerini bildikleri halde çeşitli kuralları ihlal etmektedir. Örnek olarak MOBESE kameraları ile gözetlendiğini bildiği halde ambulansın arkasına takılan sürücüler bu kategoride değerlendirilmektedir. Rol değiştirme hamlelerinde gözetime tabi olan ürünler bir diğer kişiye aktararak gözetimden kaçılmaktadır. Normal şartlarda başka bir bireye ait bilet, giriş kartı veya kimliklerin kullanımı buna örnektir. Bozma hamlelerinde gözetim verilerinin toplanma süreçleri manipüle edilmektedir. Örneğin; gün içinde sürekli çalışıyor gibi görünen bir veznedar gün sonunda çalışma verilerine bakıldığında sadece oyun oynamış olabilmektedir. Engelleme hamleleri ve maskeleyme hamleleri birbiri ile benzerlik göstermektedir, her iki durumda da kimliği gizleme çabası ile çeşitli yollara başvurulmaktadır. Örneğin; maske peruk gözlük gibi ürünlerle kılık değiştirerek tanınmamaya çalışmak bahsi geçen hamleleri gerçekleştirmektir. Kırma hamleleri gözetim aygıtına karşı çalışmaz hale getirmek amacıyla gerçekleştirilen eylemleri ifade etmektedir. Reddetme hamleleri yukarıda bahsedilen gözetime karşı tepkilerin tamamını içermekle birlikte basitçe gözetime hayır demeyi ifade etmektedir. İş birliği hamleleri bireysel olarak gözetleyicilerle kendi mahremiyetinin güvenliği karşılığında anlaşmayı ifade etmektedir. Karşı gözetim hamleleri, gözetim faaliyetini tersine çevirmeyi ifade eder şöyle ki karşı gözetim durumunda gözetleyenler gözetlenenler tarafından incelenmektedir (Marx, 2018: 17-37).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖZETİM TOPLUMUNA DÖNÜŞÜMÜN BİREYLERİN DİJİTAL KİMLİK İNŞASI SÜREÇLERİNE ETKİLERİ: DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER KARŞILAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Yöntemi, Konusu ve Önemi

Sosyal medya, yaşam pratikleri içine dahil olduğu günden bu yana, toplumları çeşitli biçimlerde şekillendirmiştir. Günümüzde dünya nüfusunun %53'ü aktif olarak sosyal medya kullanıcısı haline gelmiştir. Sosyal medyanın toplumsal açıdan birleştirici ve yaşamı kolaylaştırıcı oluşunun yanı sıra, toplumsal yaşamı farklı yönlerden olumsuz olarak etkilediği durumlar da mevcuttur. Sosyal medyanın birey yaşamına etkili biçimde nüfuz edişi, kişisel veri mahremiyetini de tehdit etmektedir.

Bugün bireyler, günlük yaşamları içinde farklı biçimlerde gözetime tabi hale gelmiş, bu durum özellikle sosyal medya üzerinden kendilerini ifade ettikleri süreçlerde etkisini hissettirmeye başlamıştır. Bireylerin sosyal medyada etkileşime girerken, ifadelerine dikkat etmesi/oto-sansür uygulaması, kişisel bilgilerini paylaşmaması, anonim hesaplar üzerinden toplumsal konular ile ilgili görüş bildirmesi gibi sonuçlara sebep olabilmektedir.

Yukarıda ifade edilenin tam aksi biçimde şekillenmiş sosyal medya kullanımı durumu da söz konusudur. Günlük yaşam pratiklerine tam entegre olmuş sosyal medya, bireylerin görünürlük elde etme gibi motivasyonları sebebiyle kişisel mahremiyetlerini gönüllü olarak ihlâl ettikleri platformlardan oluşur hale gelmiştir. Bireyler, çevrimdışı yaşamlarında fazlaca mahrem bulacakları anları dahi sosyal medya üzerinden takipçileri ve dünya ile paylaşmaktadır.

Bu çalışma ile sosyal medya ağları üzerinde, bireyler tarafından yansıtılan dijital kimliklerin inşası sürecinde gözetim faaliyetlerinin etkileri ve bahsi geçen etkilerin, dijital yerliler ile dijital göçmenler nezdinde karşılaştırmalı analizleri ortaya

konmaktadır. Elde edilen veriler, sosyal ağlar üzerindeki gözetim faaliyetlerinin, dijital çağ ile ilişkileri bakımından iki farklı grup arasındaki kıyaslamayı içermesi bakımından önem arz etmektedir.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, dijital çağın içine doğmuş ve bu çağın tüm getirilerine doğuştan adapte olan dijital yerliler ile dijitallikle daha sonradan tanışmış ve adapte olmaya çalışan dijital göçmenler arasındaki sosyal medya kullanımı ve sosyal medyada gözetime karşı farkındalık, mahremiyet ifşası ve mahremiyet ihlali konularındaki farklılıkları, gözetim toplumuna dönüşümün, bireylerin sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri dijital kimlik inşasına etkilerini ölçmeyi amaçlamaktadır.

3.1.2. Araştırmanın Modeli

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılarak, bir durum analizi yapılmıştır ve araştırmaya konu olan veriler çevrimiçi anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışmanın anket kısmında kullanılan ölçekler, geçmişte yapılan çalışmalardan benimsenmiş ve bu çalışmaya uyum sağlayacak şekilde düzenlenmiştir. Mahremiyet ifşası, mahremiyet ihlali farkındalığı ve gözetim farkındalığı soruları Kalaman(2017), gizlilikle ilgili endişeler soruları Xu ve arkadaşları(2008), gizlilik kontrolü soruları Benson ve arkadaşları(2015), tarafından kendi çalışmalarına uyarlanmış anket sorularından yararlanılarak oluşturulmuştur.

3.1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Analog çağda dünyaya gelmiş ve teknoloji kültürü ile daha sonra tanışmış olduğu için teknolojik gelişmelere ve teknolojik gelişmelerin getirdiği yeni kültürel değişimlere ayak uydurmaya çalışan nesil ‘dijital göçmenler’ olarak tanımlanmaktadır. Teknolojik araçlar ile erişkinlik yaşlarında karşılaşmaları sebebiyle, teknoloji tabanlı dünyaya uyum sorunları yaşayan teknolojik okuryazarlığı

düşük seviyedeki dijital göçmenler bir bakıma internet teknolojisinin keşfi ve gelişmesinin başlangıcına tekabül eden, dünyada 1980'ler, Türkiye'de 1990'lar öncesi doğmuş bireylerdir. Bu tarihler sonrası doğmuş bireyler yaşamları boyunca teknoloji ve internet ile iç içe oldukları için 'dijital yerliler' olarak tanımlanmaktadır.

Yukarıda bahsi geçen yaş aralıkları dikkate alınarak araştırma 18-60+ yaş aralığındaki sosyal medya kullanıcılarını kapsamaktadır. Türkiye İstatistik Kurumunun güncel verilerine göre ülkemizde nüfusun %75,3'ü internet kullanmaktadır (Tüik, 2019). WeAreSocial'ın Ocak 2021'de yayınladığı rapora göre ise 65.8 milyon internet kullanıcısı, Türkiye nüfusunun %77.7'sini, 60 milyon sosyal medya kullanıcısı ise Türkiye nüfusunun %70.8'ini oluşturmaktadır (Bayrak, 2021b).

Araştırma için oluşturulan örneklem basit tesadüfi örneklem ile belirlendiğinden sonuçların evrene genellenebilmesi mümkün olmamaktadır. Anket sonuçları katılımcıların soruları cevaplarken şeffaf oldukları varsayılarak değerlendirilmiştir.

3.1.4. Araştırmanın Problemi

Bu araştırmanın temel problemi sosyal medyada hükümet, ticari kuruluşlar yahut diğer kullanıcılar tarafından gerçekleştirilen gözetim faaliyetlerinin, sosyal medya üzerinden kimlik inşası sürecinde dijital yerliler ve dijital göçmenlere etkilerinin mahremiyet ifşası, mahremiyet ihlali ve gözetime karşı farkındalık konuları özelinde değerlendirilerek, bahsi geçen konularda dijital yerliler ve dijital göçmenler arasındaki davranış eğilimlerinin farklılıklarını ortaya koymaktır.

3.1.5. Araştırmanın Soruları

Araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir:

1.Dijital yerliler ve dijital göçmenler sosyal medya kullanırken gözetime tabi olduklarının farkında mıdır?

2. Dijital yerliler ve dijital göçmenler sosyal medyada dijital kimlik inşası sürecinde mahremiyet ihlalinin bilincinde midir?

3. Dijital yerliler ve dijital göçmenler sosyal medyada bilgi paylaşırken gizliliklerinden endişe ederler mi?

4. Dijital yerliler ve dijital göçmenler sosyal medyada dijital kimliklerini inşa ederken gözetimin etkisiyle mahremiyet ifşasından sakınırlar mı?

5. Dijital yerliler ve dijital göçmenler sosyal medyada dijital kimliklerini inşa ederken kişisel bilgilerinin korunması ve gizliliklerinin kontrolü üzerinde etkileri olduğunu düşünürler mi?

3.1.6. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulmuş hipotezler ise şu şekildedir:

H.0: Dijital yerliler gözetim toplumuna dönüşümde bireyin sosyal medyada dijital kimliğini yeniden inşası sürecinde gözetimin etkisiyle dijital göçmenlerden davranış farklılıkları göstermektedir.

H.1: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile gözetim farkındalığı durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.1a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla gözetim farkındalıkları daha yüksektir.

H.1b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla gözetim farkındalıkları daha yüksektir.

H.2: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile mahremiyet ihlâli farkındalığı durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.2a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla mahremiyet ihlâli farkındalığı daha yüksektir.

H.2b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla mahremiyet ihlâli farkındalığı daha yüksektir.

H.3: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile gizlilik endişesi yaşama durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.3a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla gizlilik endişesi yaşama durumları daha yüksektir.

H.3b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla gizlilik endişesi yaşama durumları daha yüksektir.

H.4: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile mahremiyet ifşası yapma durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.4a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla mahremiyet ifşası yapma durumları daha yüksektir.

H.4b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla mahremiyet ifşası yapma durumları daha yüksektir.

H.5: Katılımcıların sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerli ve dijital göçmen olma durumları ile gizlilik kontrolüne sahip olduklarını düşünme durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H.5a: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere kıyasla gizlilik kontrolüne sahip olduklarını düşünme durumları daha yüksektir.

H.5b: Sosyal medya üzerinden dijital kimlik inşası sürecinde dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla gizlilik kontrolüne sahip olduklarını düşünme durumları daha yüksektir.

3.2. Araştırma Evreni ve Veri Toplama Araçları

Araştırmalarda evren büyüklüğü bir milyonun üzerinde olduğu takdirde, %5 hata payıyla, anlamlı bir istatistiksel neticeye ulaşmak için araştırma anketinin uygulanması gereken birey sayısı minimum 384 olarak belirlenmiştir. Buna göre örneklem büyüklüğü p ve q değerleri 0,05 alınarak ve %5’lik hata payı düşünülerek

$\alpha = 0,05$ kabul edilmiştir. Bu araştırmada anketin güvenilirliğini sağlamak adına 659 kişi ile oluşturulan çevrimiçi anket paylaşılmıştır (Eşitti, 2013: 28).

Bu çalışmada evren oldukça büyük olduğundan araştırmanın örnekleme, evren içerisinde basit tesadüfî yöntem ile seçilmiştir. Çevrimiçi anket kullanılarak araştırma için gereken veriler toplanmıştır.

3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Bu araştırma için kullanılan mahremiyet ifşası, mahremiyet ihlali farkındalığı ve gözetim farkındalığı soruları; Kalaman'ın 2017 yılında yapmış olduğu, şirketler ve devletler tarafından gerçekleştirilen ve bireylerin görülme, göz önünde olma arzusundan doğan gözetim faaliyetlerinin, mahremiyet ihlali düzeyinin ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyinin Facebook özelinde değerlendirilmesi konulu çalışmasında kullandığı ölçekten derlenmiştir. Gizlilikle ilgili endişeler soruları Xu ve arkadaşları (2008), Gizlilik kontrolü soruları; Benson ve arkadaşlarının 2015 yılında gerçekleştirdiği ve sosyal medyada kişisel bilgilerin ifşası ve kişisel bilgilerin yayılımı üzerindeki kontrol arasında negatif bir ilişkinin bulunduğunu ispatlayan çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Araştırmanın ölçeği, katılımcıların demografik bilgilerinin sorulduğu altı soru, sosyal medya alışkanlıklarının anlaşılmasına yardımcı olacak sosyal medyayı günlük kaç saat kullandıkları, ne amaçla kullandıkları, hangi sosyal ağları kullandıkları, hangi tür paylaşımlar yaptıkları ve sosyal ağları kullanırken kimlik ve benliklerinde bir değişiklik hissedip hissetmedikleri ile ilgili sorularla başlamış ve mahremiyet algılarını ölçmeye yönelik olarak sosyal ağlarda hangi kişisel bilgilerini paylaştıkları, katıldıkları sosyal ağın gizlilik politikalarını okuyup okumadıkları, sosyal ağlardaki hesaplarında gizlilik ayarlarını yapıp yapmadıklarını sorgulayan sorulara yer verilmiştir. Xu ve arkadaşlarının 2008 yılında yaptıkları çalışmadan uyarlanan “Gizlilik Endişesi” beşli likert tipi ölçekle (1-Kesinlikle katılmıyorum - 5-Kesinlikle katılıyorum) beş öge ele alınmıştır. Bunlar; ‘Sosyal medya siteleri kişisel bilgilerimi

istediğinde bu durum beni rahatsız ediyor.’, ‘Sosyal medya sitelerinin benim hakkımda çok fazla kişisel bilgi toplamasından endişe ediyorum.’, ‘Sosyal medyada yetkisiz kişilerin kişisel bilgilerime erişebileceğinden endişeliyim.’, ‘Sosyal medya sitelerinin kişisel bilgilerimi doğru olmayan bir şekilde tutabileceğinden endişe duyuyorum.’, ‘Sosyal medya sitelerine bilgi gönderme konusunda endişeliyim.’ şeklindedir. Benson ve arkadaşlarının 2015 yılındaki çalışmalarında kullandıkları “Gizlilik Kontrolü” beşli likert tipi ölçekle (1-Kesinlikle katılmıyorum – 5-Kesinlikle katılıyorum) dört öge ele alınmıştır. Bunlar; ‘Sosyal medya siteleri tarafından toplanan kişisel bilgilerime kimlerin erişebileceğini kontrol edebileceğime inanıyorum.’, ‘Sosyal medya siteleri tarafından hangi kişisel bilgilerin yayınlandığı üzerinde kontrolüm olduğunu düşünüyorum.’, ‘Kişisel bilgilerin Sosyal medya siteleri tarafından nasıl kullanıldığı konusunda kontrolüm olduğuna inanıyorum.’, ‘Sosyal medya sitelerine verilen kişisel bilgilerimi kontrol edebileceğime inanıyorum.’ şeklindedir. Kalamın’ın 2015 yılındaki çalışması için oluşturduğu Mahremiyet ölçeğinden alınan “Kişisel mahremiyetin sınırları(Mahremiyet ifşası)” 5’li likert tipi ölçekle (1-Hiçbir zaman - 5-Her zaman) altı öge ele alınmıştır. Bunlar; ‘Sosyal medya ağlarına kişisel bilgilerimin çoğunu koyuyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarında bazen yakın çevremdeki kişilerle (eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım,ailem) ilgili olumlu veya olumsuz görüşlerimi paylaşıyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarında bazen yeni kişilerle tanışıp arkadaş oluyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarına denizde veya havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları koymakta sakınca görmüyorum.’, ‘Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları veya videoları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum.’, ‘Önemli anlarıma ait fotoğrafları, videoları ya da yazıları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum.’ şeklindedir. “Gözetimin farkındalığı düzeyleri” beşli likert tipi ölçekle (1-Kesinlikle katılmıyorum – 5-Kesinlikle katılıyorum) beş öge ele alınmıştır. Bunlar; ‘Sosyal medya ağlarındaki kişisel bilgilerime ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarını yaptığım zaman arkadaşlarım dışında kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum.’, ‘Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından sosyal medya ağları aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarındaki bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanmayacağını düşünüyorum.’, ‘Ticari şirketlerin sosyal

medya ağlarındaki bilgilerime benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.’ şeklindedir. “Mahremiyetin farkındalığı düzeyleri” beşli likert tipi ölçekle (1-Kesinlikle katılmıyorum – 5-Kesinlikle katılıyorum) beş öge ele alınmıştır. Bunlar; ‘Sosyal medya ağlarının arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.’, ‘Sosyal medya ağları tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla bu ağlarda fotoğraf yazı veya video yüklüyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarının benim mahrem hayatım için bir tehlike olmayacağını düşünüyorum.’, ‘Sosyal medya ağlarının benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.’ şeklindedir.

3.4. Verilerin Analizi

Tüm istatistiksel analizler IBM SPSS 25.0 ve AMOS 23.0 programı ile yapılmıştır. Analizlerde tanımlayıcı istatistikler belirtilmiş olup ilk olarak Gizlilikle İlgili Endişeler, Gizlilik Kontrolü, Mahremiyetin İfşası, Gözetimin Farkındalığı ve Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeklerine yönelik pilot uygulama yapılmıştır. Sonrasında ölçeklere yönelik açımlayıcı faktör analizi (AFA) ile ölçek yapıları oluşturulmuş ve iç tutarlılık analizi yapılarak da ölçeklerin çalışmada kullanılmasında bir sakıncanın bulunup bulunmadığı ele alınmıştır. Sonrasın gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı ölçeklerinin normal dağılım hipotezine uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmak suretiyle tespit edilmiş ve parametrik test yöntemleri tercih edilmiştir (Tablo 1). Ardından araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin kişisel bilgileri Ki Kare analizi ile incelenmiştir.

Gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı ölçeklerine yönelik betimsel analiz sonuçları, dijital göçmen ya da dijital yerli olma durumuna göre verilmiştir.

Sonrasında; katılımcıların dijital göçmen ya da dijital yerli olma durumuna göre değişkenlerin grup ortalama puanlarının farklılaşma durumu incelenirken normal dağılım varsayımını sağlayan değişkenlerin iki grup karşılaştırmalarında “bağımsız örneklem t testi” kullanılmıştır. Son olarak gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı arasında ilişki Pearson Korelasyon Analizi ile incelenmiştir. Ulaşılan bütün sonuçlarda istatistiki anlamlılık $p < 0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir.

Tablo 3. 1: Ölçek ve Alt Boyutlarının Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçek	N	Çarpıklık	Basıklık
Gizlilikle İlgili Endişeler	622	-,703	-,327
Gizlilik Kontrolü	622	,080	-,732
Mahremiyetin İfşası	622	,462	,157
Metinsel İçeriklerle Mahremiyet İfşası	622	,718	,361
Görsel İçeriklerle Mahremiyet İfşası	622	,350	-,399
Gözetimin Farkındalığı	622	,286	-,624
Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı	622	,026	-,693

Seçer (2015) normal dağılım varsayımının; ‘çarpıklık ve basıklık’ değerleri bakılarak değerlendirmenin daha doğru bir yaklaşım olduğunu değerlendirmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013), çarpıklıkla basıklık değerlerinin +1,50 ve -1,50 değerlerinin arasında olduğu hallerde normal dağılımın sağlandığını kabul etmektedir. Gerçekleştirilen analizlerin neticesinde değişkenlerin tümünün ifade edilen aralıklarda bulunduğu, aşırı uç değerlerin bulunmadığı ve normal dağılım hipotezini temin ettiği belirlenmiştir, parametrik testlerin uygulanabilirliği neticesine ulaşılmıştır.

3.5.Bulgular

Araştırmanın örneklemini evren içerisinde basit tesadüfî yöntemle seçilen, 659 dijital göçmen ve dijital yerli sosyal medya araçlarını kullanan katılımcılar oluşturmaktadır. Ancak sosyal medya araçlarını kullanmadığını belirten 19 bireyin ve gündelik yaşamda sosyal medya ağlarının hiç birini kullanmadığını belirten 15 kişinin vermiş olduğu cevaplar değerlendirmeye alınmayarak analiz dışı bırakılmıştır. Bununla birlikte okuryazar ve okuryazarlığı olmayan katılımcılar sadece 3 kişi olduğu ve sınırlılık yaratacağı değerlendirildiği için analiz dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak araştırmanın örneklemini 622 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri dijital göçmen ve dijital yerlilere Gizlilikle İlgili Endişeler, Gizlilik Kontrolü, Mahremiyetin İfşası, Gözetimin Farkındalığı ve Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeklerinde yer alan ifadelerle birlikte kişisel bilgi formunda yer alan soruların uygulanması ile elde edilmiş olup verilerin analizi bu bölümde yapılmıştır.

3.5.1. Açıklayıcı Faktör Analizi –AFA

Gizlilikle İlgili Endişeler, Gizlilik Kontrolü, Mahremiyetin İfşası, Gözetimin Farkındalığı ve Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeklerinin geliştirilme aşamalarında izlenen adımlar aşağıda sunulmuştur:

- “1. Geliştirilecek ölçeğin amacının belirlenmesi,”
- “2. Ölçülmek istenen yapının tanımlanması,”
- “3. Ölçülmek istenen yapıyı ölçeceği düşünülen maddelerin yazılması,”
- “4. Yönergeyi de içerecek şekilde deneme formunun oluşturulması,”
- “5. Deneme formundaki ifadelerin uygunluğuna dair uzman görüşüne başvurulması,”
- “6. Deneme formunun uygulanması,”
- “7. Geçerlik ve güvenirlik analizlerinin gerçekleştirilmesi,”

“8. Ölçeğin amacına en uygun maddelerin seçilmesi,”

“9. Gerekli son düzenlemeler yapılarak ölçeğe son halinin verilmesi olarak belirlenmiştir.” (Erkuş, 2014).

Gizlilikle İlgili Endişeler, Gizlilik Kontrolü, Mahremiyetin İfşası, Gözetimin Farkındalığı ve Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeklerindeki sorular literatürdeki geçmiş çalışmalardan uyarlandıktan sonra uzman görüşüne başvurulmuştur. Daha sonrasında ise ölçme araçlarının güvenilirliğine, geçerliliğine, kullanılabilirliğine ve diğer alt problemlere dikkat edilerek hazırlanmıştır.

Yaşlıoğlu’nun 2017 yılında yayınlamış olduğu makaleye göre “faktör analizi için en küçük örneklem sayısının 50 olması gerektiği” belirtilmektedir. Faktör analizi için gerekli olan örneklem büyüklüğünün pilot uygulama için de yeterli olduğu değerlendirilmiştir. Araştırmaya 25 dijital göçmen ve 25 dijital yerli dâhil edilmiştir. Pilot uygulamaya dahil edilen katılımcıların %64,0’ü kadın, %62,0’si lisans mezunu, %42,0’si özel sektör çalışanı, %32,0’si 2001-3000 TL arası gelirli, %78,0’si bekar ve %54,0’ü sıklıkla sosyal medya aracı kullanmaktadır. Bu kapsamda değerlendirilen pilot uygulama neticesinde; Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı 0,897, Gizlilik Kontrolü Ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı 0,912, Mahremiyetin İfşası Ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı 0,888, Gözetimin Farkındalığı Ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı 0,845 ve Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğinin iç tutarlılık katsayısı 0,859 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca güvenilirlik analizinden elde edilen Cronbach Alpha katsayısının değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir;

“0.00 < Katsayı < 0.40 ise ölçek güvenilir değildir.”

“0.40 < Katsayı < 0.60 ise ölçek düşük güvenilirliktedir.”

“0.60 < Katsayı < 0.80 ise ölçek oldukça güvenilirdir.”

“0.80 < Katsayı < 1.00 ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir” (Özdamar, 1999, s. 513).

Yapılan güvenirlilik analizi sonucunda Gizlilikle İlgili Endişeler, Gizlilik Kontrolü, Mahremiyetin İfşası, Gözetimin Farkındalığı ve Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeklerinin yüksek derecede güvenilir olduğu belirlenmiş olup aksaklık yaratan ifadelerin olmadığı değerlendirilmiş ve asıl uygulamaya geçilmiştir.

Tablo 3. 2: Ölçek İfadelerinin Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

Ölçek	n	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
Gizlilikle İlgili Endişeler					
1. Sosyal medya siteleri kişisel bilgilerimi istediğinde bu durum beni rahatsız ediyor.	6223	601,34	-,698	-,734	
2. Sosyal medya sitelerinin benim hakkımda çok fazla kişisel bilgi toplamasından endişe ediyorum.	6223	661,28	-,666	-,698	
3. Sosyal medyada yetkisiz kişilerin kişisel bilgilerine erişebileceğinden endişeliyim.	6223	651,24	-,700	-,563	
4. Sosyal medya sitelerinin kişisel bilgilerimi doğru olmayan bir şekilde tutabileceğinden endişe duyuyorum.	6223	591,21	-,530	-,698	
5. Sosyal medya sitelerine bilgi gönderme konusunda endişeliyim.	6223	571,28	-,591	-,756	
Gizlilik Kontrolü					
1. Sosyal medya siteleri tarafından toplanan kişisel bilgilerine kimlerin erişebileceğini kontrol edebileceğime inanıyorum.	6222	751,20	,156	-,934	
2. Sosyal medya siteleri tarafından hangi kişisel bilgilerin yayınlandığı üzerinde kontrolüm olduğunu düşünüyorum.	6222	691,16	,092	-,947	
3. Kişisel bilgilerin Sosyal medya siteleri tarafından nasıl kullanıldığı konusunda kontrolüm olduğuna inanıyorum.	6222	581,15	,279	-,776	
4. Sosyal medya sitelerine verilen kişisel bilgilerimi kontrol edebileceğime inanıyorum.	6222	741,19	,054	-,985	
Kişisel Mahremiyetin Sınırları (Mahremiyetin İfşası)					
1. Sosyal Medya Ağlarına kişisel bilgilerimin çoğunu koyuyorum	6222	34 ,96	,552	,139	

2. Sosyal Medya Ağlarında bazen yakın çevremdeki kişilerle (eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım, ailem) ilgili olumlu veya olumsuz görüşlerimi paylaşıyorum	6222,071,11	,795	-,160
3. Sosyal Medya Ağlarında bazen yeni kişilerle tanışıp arkadaş oluyorum	6222,041,06	,755	-,201
4. Sosyal Medya Ağlarına denizde veya havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları koymakta sakınca görmüyorum	6222,211,33	,778	-,596
5. Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları veya videoları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum	6222,501,17	,379	-,733
6. Önemli anlarıma ait fotoğrafları, videoları ya da yazıları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum	6222,941,21	,040	-,880

Gözetimin Farkındalığı

1. Sosyal medya ağlarındaki kişisel bilgileri ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.	6222,241,12	,541	-,593
2. Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarını yaptığım zaman arkadaşlarım dışında kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum	6222,481,17	,243	-,995
3. Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından sosyal medya ağları aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum	6222,591,30	,226	-1,127
4. Sosyal medya ağlarındaki bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanmayacağını düşünüyorum.	6222,371,22	,419	-,886
5. Ticari şirketlerin sosyal medya ağlarındaki bilgileri benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.	6222,311,21	,490	-,780

Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı

1. Sosyal medya ağlarının arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.	6222,861,12	-,234	-,870
2. Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.	6222,561,07	,128	-,734
3. Sosyal medya ağları tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla bu ağlarda fotoğraf, yazı veya video yüklüyorum.	6222,441,08	,212	-,819
4. Sosyal medya ağlarının benim mahrem hayatım için bir tehlike olmayacağını düşünüyorum.	6222,461,12	,163	-,972
5. Sosyal medya ağlarının benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.	6222,351,10	,323	-,802

Açımlayıcı (keşfedici) faktör analizi, tüm veri yapıları için uygun olmayabilir. Verilerin faktör analizi için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi ile incelenebilmektedir. KMO değeri, örneklem korelasyonun güvenilirliğini sağlayacak kadar büyük olmasını belirlemek için kullanılmakta ve 1'e yaklaşan değerler örneklem korelasyonun uygunluğu, 0.5'in altındaki değer ise kabul edilemez olduğunu göstermektedir. Barlett Sphericity testinin ise anlamlılık değerinin 0,05 den küçük olması gerekmektedir(Çakır, 2014; 5). Ayrıca ölçek ifadelerinin tek değişkenli normallik varsayımını sağlaması gerekmekte olup tek değişkenli normallik varsayımı, çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılarak değerlendirilmiştir. Ölçek ifadelerinin çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,50 ve -1,50 değerleri arasında olması değişkenlerin tek değişkenli normallikvarsayımına uyum gösterdiğini ifade etmektedir(Tabachnick ve Fidell (2013). George ve Mallery (2010) tarafından yapılan çalışmada çarpıklık ve basıklık katsayılarının sınır değerlerinin daha geniş olduğunu ve +2,00 ile -2,00 arasında kabul gördüğü ifade edilmiştir. Sonuç olarak ölçek ifadelerinin tamamının belirtilen aralıklarda olduğu, aşırı uç değerlerin olmadığı ve tek değişkenli normallik varsayımını sağladığı tespit edilmiştir (Tablo 3.2).

3.5.1.1. Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi- AFA

“Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeği” içindeki sorulara verilen yanıtlar sonucunda ulaşılan verilere uygulanan temel bileşenler analizine göre, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu (KMO = 0,868) ve Barlett Sphericity testinin de anlamlı olduğu ($X^2=2757,089$; $p < 0,001$) anlaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine uygulanan AFA'nın sonuçları Tablo 3.3'te verilmiştir.

Tablo 3. 3:Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler	Faktör	OVY	FAKTÖRLER
----------	--------	-----	-----------

Yükü			Öz Değer 3,947 Varyans: % 78,95
1. Sosyal medya siteleri kişisel bilgilerimi istediğinde bu durum beni rahatsız ediyor.	0,808	,648	
2. Sosyal medya sitelerinin benim hakkımda çok fazla kişisel bilgi toplamasından endişe ediyorum.	,805	,831	
3. Sosyal medyada yetkisiz kişilerin kişisel bilgilerine erişebileceğinden endişeliyim.	,911	,844	
4. Sosyal medya sitelerinin kişisel bilgilerimi doğru olmayan bir şekilde tutabileceğinden endişe duyuyorum.	,919	,796	
5. Sosyal medya sitelerine bilgi gönderme konusunda endişeliyim.	,892	,828	
Toplam varyans: % 78,95; KMO: ,868; χ^2 :2757,089 s.d.:10, p<.001			

Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğinde yer alan sorulara ait verilere uygulanan AFA analizinde özdeğeri 1,00'in üzerinde olan faktörler, maddelerin faktör yükleri 0,50'nin üstünde olup ve bir maddenin birden çok alt faktöre yüklediği faktör yükler arasındaki fark 0.1 üstünde olan maddeler analize dahil edilmiştir, ancak yapılan temel bileşenler analizi sonucunda analiz dışına çıkarılması gereken ifadenin bulunmadığı belirlenmiştir. 5 madde tek faktör altında toplanmış ve toplam varyansın % 78,95'ini açıklamıştır.

3.5.1.2. Gizlilik Kontrolü Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi- AFA

“Gizlilik Kontrolü Ölçeği” içindeki sorulara verilen yanıtlar sonucunda ulaşılan verilere uygulanan temel bileşenler analizine göre, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu (KMO = 0,847) ve Barlett Sphericity testinin de anlamlı olduğu ($\chi^2=1831,788$; $p < 0,001$) anlaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda Gizlilik Kontrolü Ölçeğine uygulanan AFA'nın sonuçları Tablo 3.4'te verilmiştir.

Tablo 3. 4:Gizlilik Kontrolü Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler	Faktör Yüğü	OVY	FAKTÖRLER
1. Sosyal medya siteleri tarafından toplanan kişisel bilgilerime kimlerin erişebileceğini kontrol edebileceğime inanıyorum.	,835	,697	Öz Değer 3,199 Varyans: % 79,99
2. Sosyal medya siteleri tarafından hangi kişisel bilgilerin yayınlandığı üzerinde kontrolüm olduğunu düşünüyorum.	,919	,845	
3. Kişisel bilgilerin Sosyal medya siteleri tarafından nasıl kullanıldığı konusunda kontrolüm olduğuna inanıyorum.	,919	,844	
4. Sosyal medya sitelerine verilen kişisel bilgilerimi kontrol edebileceğime inanıyorum.	,902	,813	
Toplam varyans: % 79,99; KMO: ,847; x ² :1831,788 s.d.:6, p<.001			

Gizlilik Kontrolü Ölçeğinde yer alan sorulara ait verilere uygulanan AFA analizinde özdeğeri 1,00'in üzerinde olan faktörler, maddelerin faktör yükleri 0,50'nin üstünde olup ve bir maddenin birden çok alt faktöre yüklediği faktör yükler arasındaki fark 0.1 üstünde olan maddeler analize dahil edilmiştir, ancak yapılan temel bileşenler analizi sonucunda analiz dışına çıkarılması gereken ifadenin bulunmadığı belirlenmiştir. 4 madde tek faktör altında toplanmış ve toplam varyansın % 79,99'unu açıklamıştır.

3.5.1.3. Mahremiyetin İfşası Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi- AFA

“Mahremiyetin İfşası Ölçeği” içindeki sorulara verilen yanıtlar sonucunda ulaşılan verilere uygulanan temel bileşenler analizine göre, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu (KMO = 0,691) ve BarlettSphericity testinin de anlamlı olduğu ($X^2=691,127$; $p < 0,001$) anlaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda Mahremiyetin İfşası Ölçeğine uygulanan AFA'nın sonuçları Tablo 3.5'te verilmiştir.

Tablo 3. 5:Mahremiyetin İfşası Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	OVY	FAKTÖRLER
1. Sosyal Medya Ağlarına kişisel bilgilerimin çoğunu koyuyorum	,849		,736	Metinsel İçeriklerle Mahremiyet İfşası Öz Değer 2,365 Varyans:%47,31
2. Sosyal Medya Ağlarında bazen yakın çevremdeki kişilerle (eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım, ailem) ilgili olumlu veya olumsuz görüşlerimi paylaşıyorum	,826		,713	
4. Sosyal Medya Ağlarına denizde veya havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları koymakta sakınca görmüyorum		,730	,542	Görsel İçeriklerle Mahremiyet İfşası Öz Değer 1,065 Varyans:%21,30
5. Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları veya videoları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum		,864	,770	
6. Önemli anlarıma ait fotoğrafları, videoları ya da yazıları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum		,795	,669	
Toplam varyans: % 68,31; KMO: ,691; χ^2 :691,127 s.d.:10, p<.001				

Mahremiyetin İfşası Ölçeğinde yer alan sorulara ait verilere uygulanan AFA analizinde özdeğeri 1,00'in üzerinde olan faktörler, ortak varyans yükü 0,50'nin üzerinde olan maddeler ve maddelerin faktör yükleri 0,50'nin üstünde olup ve bir maddenin birden çok alt faktöre yüklediği faktör yükler arasındaki fark 0.1 üstünde olan maddeler analize dahil edilmiştir. Bu analizde ortak varyans yükü 0.50'nin altında ifade (3. Sosyal Medya Ağlarında bazen yeni kişilerle tanışıp arkadaş oluyorum) ilk olarak analizden çıkarılmıştır. Geriye kalan 5 madde 2 boyut altında toplanmış ve toplam varyansın % 68,31'ini açıklamıştır. Mahremiyetin ifşası alt boyutları “Metinsel İçeriklerle Mahremiyet İfşası” ve “Görsel İçeriklerle Mahremiyet İfşası” olarak adlandırılmıştır.

3.5.1.4. Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi- AFA

“Gözetimin Farkındalığı Ölçeği” içindeki sorulara verilen yanıtlar sonucunda ulaşılan verilere uygulanan temel bileşenler analizine göre, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu (KMO = 0,793) ve Barlett Sphericity testinin de anlamlı olduğu ($X^2=2147,260$; $p < 0,001$) anlaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine uygulanan AFA’nın sonuçları Tablo 3.6’da verilmiştir.

Tablo 3. 6:Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler	Faktör Yüğü	OVY	FAKTÖRLER
1. Sosyal medya ağlarındaki kişisel bilgilerime ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.	,786	,618	Öz Değer 3,496 Varyans: % 69,91
2. Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarını yaptığım zaman arkadaşlarım dışında kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum	,793	,628	
3. Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından sosyal medya ağları aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum	,820	,673	
4. Sosyal medya ağlarındaki bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanmayacağını düşünüyorum.	,886	,785	
5. Ticari şirketlerin sosyal medya ağlarındaki bilgilerime benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.	,890	,791	
Toplam varyans: % 69,91; KMO: ,793; x ² :2147,260 s.d.:10, p<.001			

Gözetimin Farkındalığı Ölçeğinde yer alan sorulara ait verilere uygulanan AFA analizinde özdeğeri 1,00’in üzerinde olan faktörler, maddelerin faktör yükleri 0,50’nin üstünde olup ve bir maddenin birden çok alt faktöre yüklediği faktör yükler arasındaki fark 0.1 üstünde olan maddeler analize dahil edilmiştir, ancak yapılan temel bileşenler analizi sonucunda analiz dışına çıkarılması gereken ifadenin

bulunmadığı belirlenmiştir. 5 madde tek faktör altında toplanmış ve toplam varyansın % 69,91’ini açıklamıştır.

3.5.1.5. Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Açımlayıcı Faktör Analizi- AFA

“Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeği” içindeki sorulara verilen yanıtlar sonucunda ulaşılan verilere uygulanan temel bileşenler analizine göre, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ($KMO = 0,876$) ve Barlett Sphericity testinin de anlamlı olduğu ($X^2=1855,674$; $p < 0,001$) anlaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine uygulanan AFA’nın sonuçları Tablo 3.7’de verilmiştir.

Tablo 3. 7:Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler	Faktör Yükü	OVY	FAKTÖRLER
1. Sosyal medya ağlarının arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.	,762	,581	Öz Değer 3,566 Varyans: % 71,32
2. Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.	,862	,744	
3. Sosyal medya ağları tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla bu ağlarda fotoğraf, yazı veya video yüklüyorum.	,886	,784	
4. Sosyal medya ağlarının benim mahrem hayatım için bir tehlike olmayacağını düşünüyorum.	,839	,704	
5. Sosyal medya ağlarının benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.	,868	,753	
Toplam varyans: % 71,32; KMO: ,876; χ^2 :1855,674 s.d.:10, p<.001			

Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğinde yer alan sorulara ait verilere uygulanan AFA analizinde özdeğeri 1,00'in üzerinde olan faktörler, maddelerin faktör yükleri 0,50'nin üstünde olup ve bir maddenin birden çok alt faktöre yüklediği faktör yükler arasındaki fark 0.1 üstünde olan maddeler analize dahil edilmiştir, ancak yapılan temel bileşenler analizi sonucunda analiz dışına çıkarılması gereken ifadenin bulunmadığı belirlenmiştir. 5 madde tek faktör altında toplanmış ve toplam varyansın % 71,32'sini açıklamıştır.

3.5.2. Güvenirlilik Analizi

Çalışmanın bu noktasında; veri toplama vasıtası olarak tercih edilen gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı ölçeklerinin ifadeleri toplamda 24 maddeden oluşmakta olup ölçeklere verilen cevaplara göre güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Tablo 3. 8: Ölçeklere Ait Güvenirlilik Analizi Bulguları

Ölçekler	Cronbach's Alpha	N
Gizlilikle İlgili Endişeler	,932	5
Gizlilik Kontrolü	,915	4
Mahremiyetin İfşası	,716	5
Gözetimin Farkındalığı	,891	5
Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı	,898	5

Gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı ölçeklerinin güvenilirlik katsayıları incelendiğinde; bu değerlerin sırasıyla 0,932, 0,915, 0,716, 0,891 ve 0,898 olduğu belirlenmiştir. Bu değerler; ölçeklerin yüksek derecede ve oldukça güvenilir olduklarını, ölçeklerin güvenilir olduğunu ve analizde kullanılmasında bir engelin olmadığını göstermektedir.

3.5.3. Araştırma Kullanılan Yapılara Yönelik Doğrulatoryı Faktör Analizi (DFA)

DFA, daha önceden açımlayıcı faktör analizi ile belirlenmiş faktörler arasında yeterli düzeyde ilişkinin olup olmadığını, hangi değişkenlerin hangi faktörlerle ilişkili olduğunu, faktörlerin birbirlerinden bağımsız olup olmadığını, faktörlerin modeli açıklamakta yeterli olup olmadığını sınınamaktadır (Özdamar, 2004). Kullanılan ölçek yapıları yapılan analizler ile geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ve sonrasında DFA ile sınıanmıştır. Her bir ölçek yapısı için DFA yapılmış olup Akgün, Büyüköztürk, Özkahveci ve Demirel (2004), tarafından kabul edilen uyum indeksleri sınır değerleri araştırmada temel alınmıştır.

3.5.3.1. Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine Yönelik Doğrulatoryı Faktör Analizi- DFA

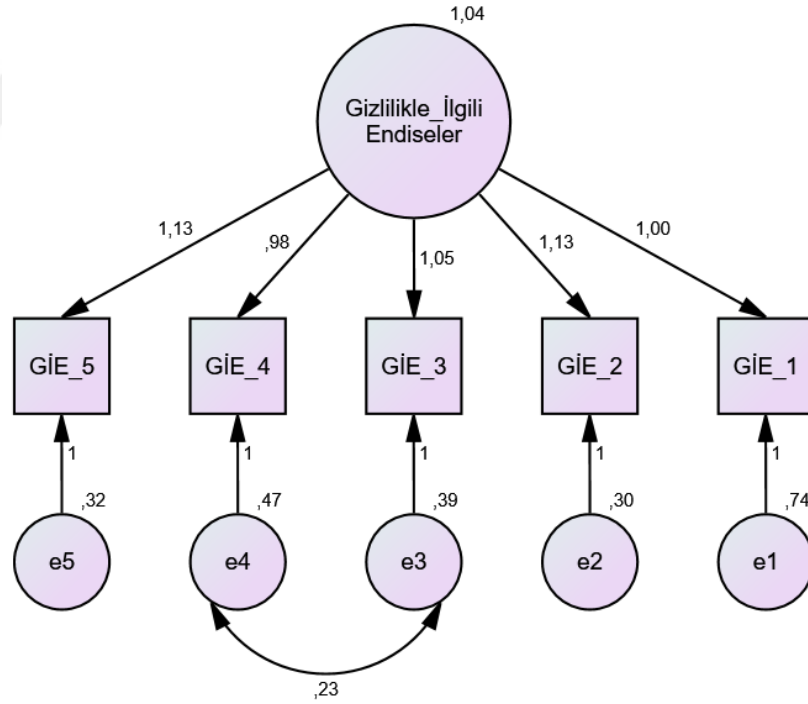
Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğine yönelik doğrulatoryı faktör analizlerinden elde edilen ilişkisiz model ve tek faktörlü model uyum iyiliği değerleri Tablo 3.9’da sunulmuştur.

Tablo 3. 9:Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri

	İlişkisiz	Tek Faktörlü Model	Sınır Değerler
χ^2 / sd	5,331	4,013	≤ 5
GFI	,890	,971	
CFI	,941	,985	$\geq 0,80$
NFI	,940	,984	
RMSEA	,128	,099	≤ 0.05

İlişkisiz modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $\chi^2/\text{sd} = 5,331$, GFI=0.890, CFI=0.941, NFI=0.940, RMSEA=0.128'dir. Tablo 9'da belirtilen uyum indeksleri sınır değerlerine göre iyi uyum indeks değerlerine sahip olmadığı belirlenmiştir. Modifikasyon indeks değerleri incelendiğinde 3'üncü madde ile 4'üncü madde arasındaki hata kovaryans değerleri arasındaki ilişkinin dikkate alınmasının gerekli olduğuna karar verilmiştir. Bu sonuca göre "madde çiftleri aynı gizil değişken altında yer aldığı ve anlamca birbirine yakın olduğu" değerlendirilebilir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2004). Söz konusu maddeler arasındaki hatalar kovaryanslarla ilişkilendirilmeden sonra oluşturulan model DFA ile sınanmıştır (Şekil 3.1).

Şekil 3. 1: Gizlilikle İlgili Endişeler Ölçeği DFA Sonuçları



Şekil 3.1’de oluşturulan tek faktörlü modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $\chi^2/sd = 4,013$, GFI=0.971, CFI=0.984, NFI=0.984, RMSEA=0.099’dur. Büyüköztürk ve diğerlerinin (2004) yapmış olduğu araştırmaya göre RMSEA değeri sınır değer aralığında bulunmamaktadır, ancak farklı bir araştırmada (Bağlıbel, Samancıoğlu ve Bindak (2015)) “RMSEA değerinin 0,08-0,10 arasında olması” “ vasat uyum” olarak değerlendirebileceği ve kabul edebileceği” belirlenmiştir. Sonuç olarak DFA sonrasında uyum iyiliği değerlerine bakıldığında, tek faktörlü yapıdan ve 5 maddeden oluşan ölçüm modeli için gözlenen değişkenlerin, örtük değişkenleri yeterli düzeyde temsil ettiği görülmektedir.

3.5.3.2. Gizlilik Kontrolü Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA

Gizlilik Kontrolü Ölçeğine yönelik doğrulayıcı faktör analizlerinden elde edilen tek faktörlü model uyum iyiliği değerleri Tablo 3.10’da sunulmuştur.

Tablo 3. 10:Gizlilik Kontrolü Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri

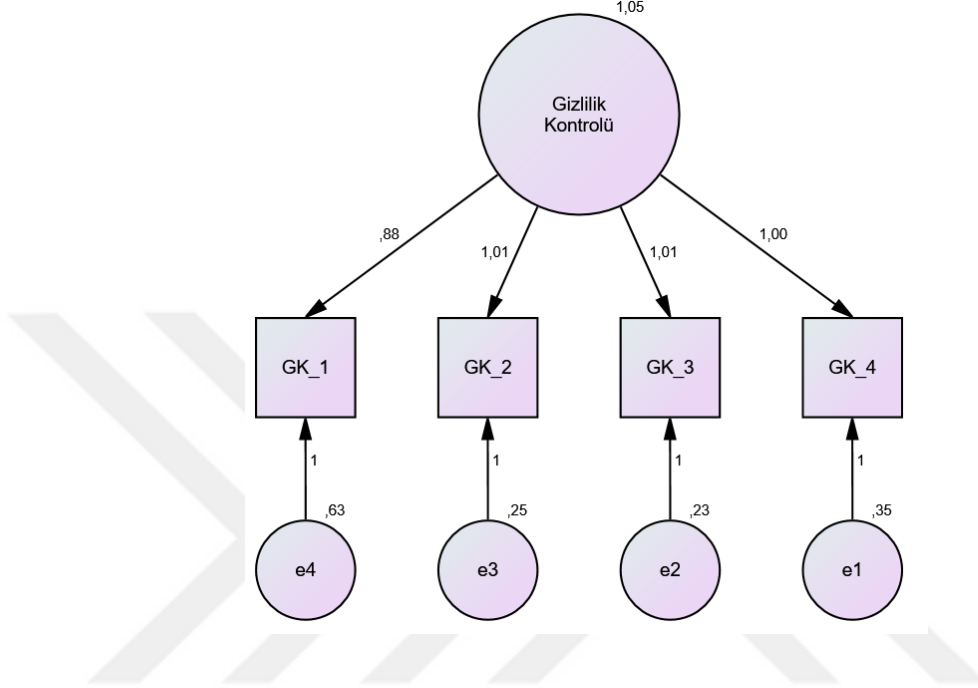
	İlişkisiz	Tek Faktörlü Model	Sınır Değerler
χ^2/sd		2,272	≤ 5
GFI		,996	
CFI		,998	$\geq 0,80$
NFI		,997	
RMSEA		,045	≤ 0.05

Tek faktörlü modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $\chi^2/sd = 2,272$, GFI=0.996, CFI=0.998, NFI=0.987,

RMSEA=0.045’dir. Sonuç olarak DFA sonrasında uyum iyiliği değerlerine

bakıldığında, tek faktörlü yapıdan ve 4 maddeden oluşan ölçüm modeli için gözlenen değişkenlerin, örtük değişkenleri yeterli düzeyde temsil ettiği görülmektedir.

Şekil 3. 2:Gizlilik Kontrolü Ölçeği DFA Sonuçları



3.5.3.3. Mahremiyetin İfşası Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA

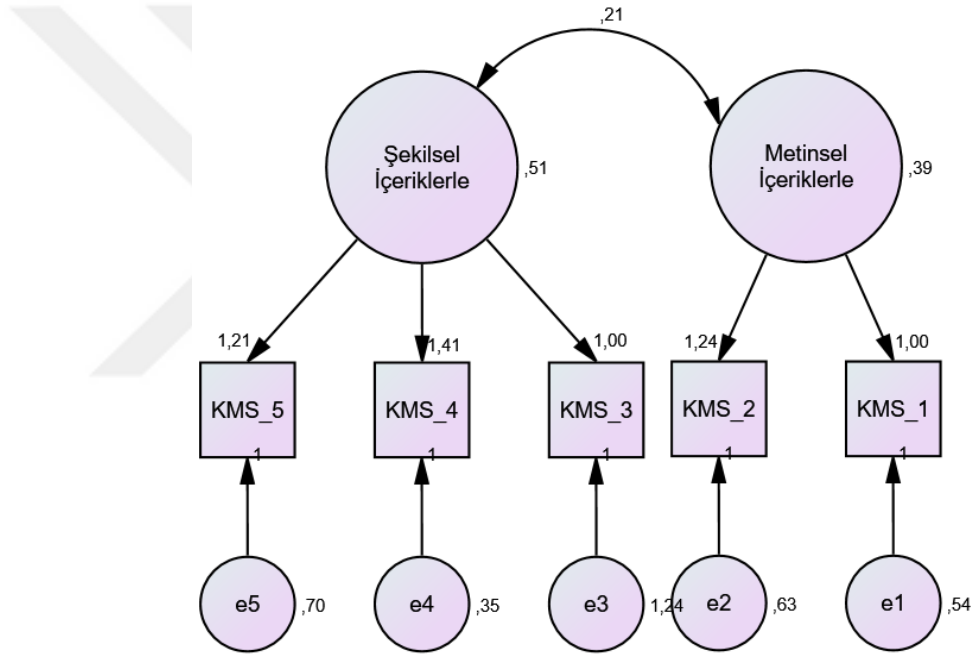
Mahremiyetin İfşası Ölçeğine yönelik doğrulayıcı faktör analizlerinden elde edilen çok faktörlü model uyum iyiliği değerleri Tablo 3.11’de sunulmuştur.

Tablo 3. 11:Mahremiyetin İfşası Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri

	İlişkisiz	Çok Faktörlü Model	Sınır Değerler
χ^2 / sd		2,195	≤ 5
GFI		,995	
CFI		,993	$\geq 0,80$
NFI		,987	
RMSEA		,044	≤ 0.05

Çok faktörlü modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $\chi^2/df = 2,195$, GFI=0.995, CFI=0.993, NFI=0.987, RMSEA=0.044'dür. Sonuç olarak DFA sonrasında uyum iyiliği değerlerine bakıldığında, 2 yapıdan ve 5 maddeden oluşan ölçüm modeli için gözlenen değişkenlerin, örtük değişkenleri yeterli düzeyde temsil ettiği görülmektedir.

Şekil 3. 3: Mahremiyetin İfşası Ölçeği DFA Sonuçları



3.5.3.4. Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA

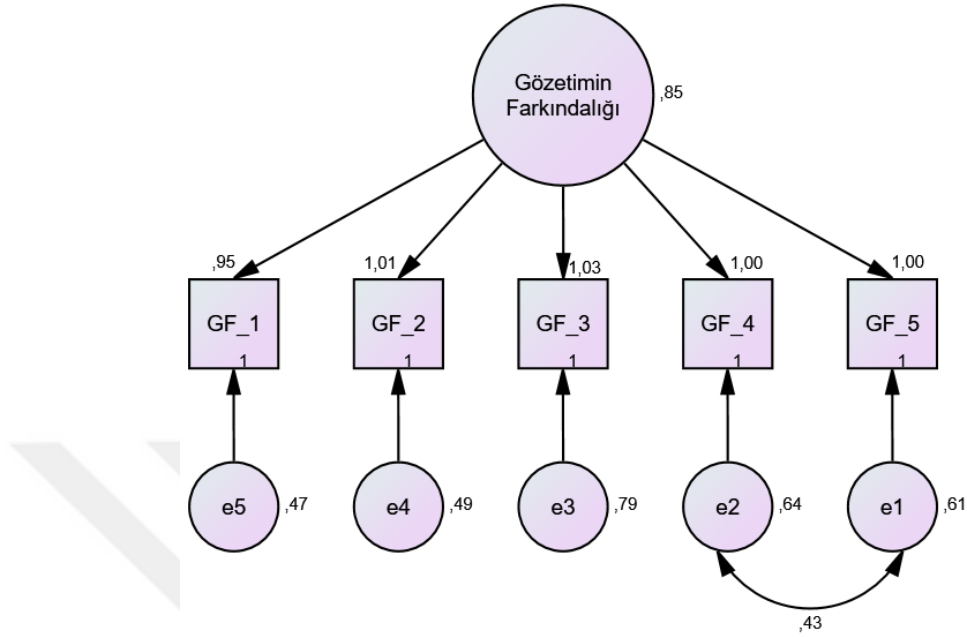
Gözetimin Farkındalığı Ölçeğine yönelik doğrulayıcı faktör analizlerinden elde edilen ilişkisiz model ve tek faktörlü model uyum iyiliği değerleri Tablo 3.12'de sunulmuştur.

Tablo 3. 12:Gözetimin Farkındalığı Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri

	İlişkisiz	Tek Faktörlü Model	Sınır Değerler
χ^2 / sd	5,430	3,075	≤ 5
GFI	,863	,876	
CFI	,871	,907	$\geq 0,80$
NFI	,869	,905	
RMSEA	,099	,084	≤ 0.05

İlişkisiz modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $\chi^2 / sd = 5,430$, GFI=0.863, CFI=0.871, NFI=0.869, RMSEA=0.099'dur. Tablo 12'de belirtilen uyum indeksleri sınır değerlerine göre iyi uyum indeks değerlerine sahip olmadığı belirlenmiştir. Modifikasyon indeks değerleri incelendiğinde 4'üncü madde ile 5'inci madde arasındaki hata kovaryans değerleri arasındaki ilişkinin dikkate alınmasının gerekli olduğuna karar verilmiştir. Bu sonuca göre "madde çiftleri aynı gizil değişken altında yer aldığı ve anlamca birbirine yakın olduğu" değerlendirilebilir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2004). Söz konusu maddeler arasındaki hatalar kovaryanslarla ilişkilendirilmeden sonra oluşturulan model DFA ile sınanmıştır (Şekil 3.4).

Şekil 3. 4:Gözetimin Farkındalığı Ölçeği DFA Sonuçları



Şekil 3.4’te oluşturulan tek faktörlü modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $\chi^2/_{sd} = 3,075$, GFI=0.876,

CFI=0.907, NFI=0.905, RMSEA=0.084’dür. Büyüköztürk ve diğerlerinin (2004) yapmış olduğu araştırmaya göre RMSEA değeri sınır değer aralığında bulunmamaktadır, ancak farklı bir araştırmada Bağlıbel, Samancıoğlu ve Bindak (2015) “RMSEA değerinin 0,08-0,10 arasında olması” “ vasat uyum” olarak değerlendirebileceği ve kabul edebileceği” belirlenmiştir. Sonuç olarak DFA sonrasında uyum iyiliği değerlerine bakıldığında, tek faktörlü yapıdan ve 5 maddeden oluşan ölçüm modeli için gözlenen değişkenlerin, örtük değişkenleri yeterli düzeyde temsil ettiği görülmektedir.

3.5.3.5. Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi- DFA

Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğine yönelik doğrulayıcı faktör analizlerinden elde edilen tek faktörlü model uyum iyiliği değerleri Tablo 3.13'te sunulmuştur.

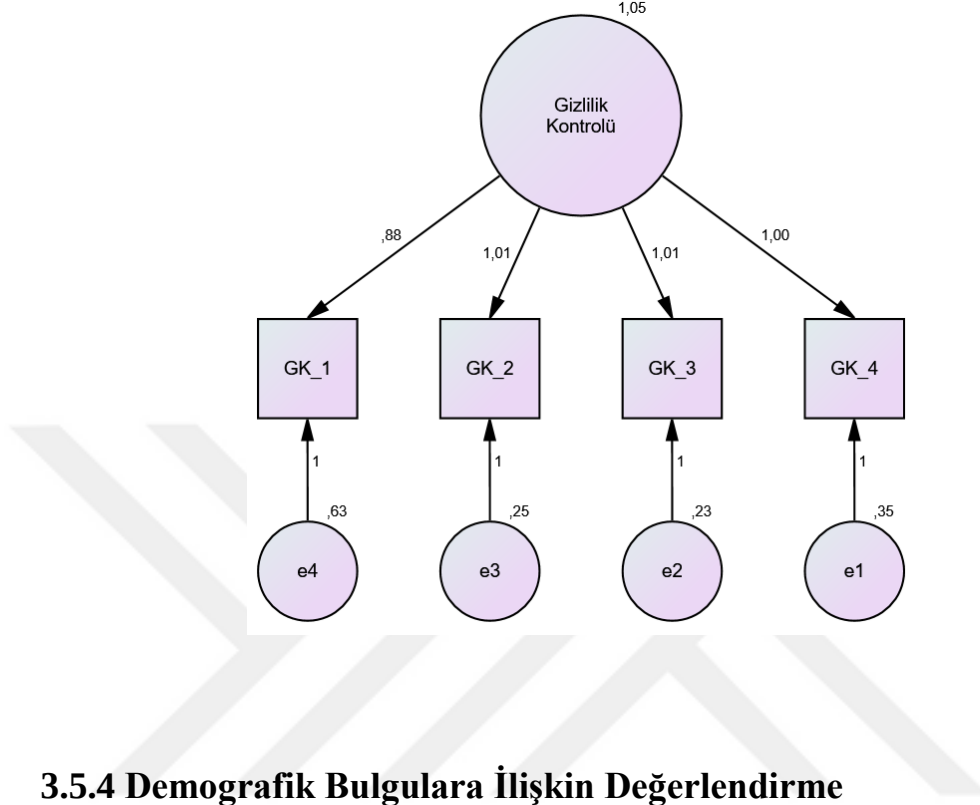
Tablo 3. 13:Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri

İlişkisiz	Tek Faktörlü Model	Sınır Değerler
χ^2/sd	4,939	≤ 5
GFI	,983	
CFI	,987	$\geq 0,80$
NFI	,984	
RMSEA	,089	≤ 0.05

Tek faktörlü modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $\chi^2/sd = 4,939$, GFI=0.983, CFI=0.987, NFI=0.984,

RMSEA=0.089'dur. Büyüköztürk ve diğerlerinin (2004) yapmış olduğu araştırmaya göre RMSEA değeri sınır değer aralığında bulunmamaktadır, ancak farklı bir araştırmada Bağlıbel, Samancıoğlu ve Bindak (2015) "RMSEA değerinin 0,08-0,10 arasında olması" " vasat uyum" olarak değerlendirebileceği ve kabul edebileceği" belirlenmiştir. Sonuç olarak DFA sonrasında uyum iyiliği değerlerine bakıldığında, tek faktörlü yapıdan ve 4 maddeden oluşan ölçüm modeli için gözlenen değişkenlerin, örtük değişkenleri yeterli düzeyde temsil ettiği görülmektedir.

Şekil 3. 5:Gizlilik Kontrolü Ölçeği DFA Sonuçları



3.5.4 Demografik Bulgulara İlişkin Değerlendirme

Bu başlık altında araştırmaya dahil edilen katılımcıların (Dijital Yerli-Dijital Göçmen) demografik özellikleriyle ilgili bulguların dağılımları Tablo 3.14’te gösterilmiştir.

Tablo 3. 14:Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Kişisel Bilgilerinin Dağılımı

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)		
	Demografik Özellik	F	%*	%**	f	%*	%**
Cinsiyet	Kadın	272	64,6	71,2	149	35,4	62,1
	Erkek	110	54,7	28,8	91	45,3	37,9
Eğitim	İlköğretim	-	-	-	22	100,0	9,2
	Ortaöğretim	8	38,1	2,1	13	61,9	5,4
	Lise	33	43,4	8,6	43	56,6	17,9
	Ön Lisans	35	67,3	9,2	17	32,7	7,1
	Lisans	240	70,4	62,8	101	29,6	42,1

	Yüksek Lisans/Doktora	66	60,0	17,3	44	40,0	18,3
Meslek	İşsiz	41	71,2	11,0	17	28,8	7,1
	Öğrenci	183	96,3	47,9	7	3,7	2,9
	Özel Sektör Çalışanı	86	57,0	22,5	65	43,0	27,1
	Kamu Çalışanı	29	34,1	7,6	56	65,9	23,3
	Emekli	1	2,1	0,3	47	97,9	19,6
	Ev Hanımı	9	28,1	2,4	23	71,9	9,6
	Diğer	32	56,1	8,4	25	43,9	10,4
Gelir	0 - 1000 TL Arası	177	92,2	46,3	15	7,8	6,3
	1001 - 2000 TL Arası	26	74,3	6,8	9	25,7	3,8
	2001- 3000 TL Arası	50	50,0	13,1	50	50,0	20,8
	3001 - 4000 TL Arası	37	41,6	9,7	52	58,4	21,7
	4001 - 5000 TL Arası	37	52,9	9,7	33	47,1	13,8
	5001 TL ve Üzeri	55	40,4	14,4	81	59,6	33,8
Medeni Durum	Evli	62	26,7	16,2	170	73,3	70,8
	Bekar	318	83,9	83,2	61	16,1	25,4
	Diğer	2	18,2	0,5	9	81,8	3,8

Araştırmaya dahil edilen dijital yerlilerin %71,2'sinin kadın, %62,8'inin lisans mezunu/öğrencisi, %47,9'unun öğrenci ve %83,2'sinin bekar olduğu saptanmıştır. Ayrıca dijital yerlilerin gelir durumuna bakıldığında %46,3'ünün 0-1000 TL arası gelirinin olduğu görülmektedir.

Araştırmaya dahil edilen dijital göçmenlerin %62,1'inin kadın, %42,1'inin lisans mezunu/öğrencisi, %27,1'inin özel sektör çalışanı ve %70,8'inin evli olduğu saptanmıştır. Ayrıca dijital göçmenlerin gelir durumuna bakıldığında %33,8'inin 5001 TL ve üzeri gelirinin olduğu görülmektedir.

3.5.5.Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Bulgularına İlişkin Değerlendirme

Bu başlık altında araştırmaya dahil edilen katılımcıların (Dijital Yerli-Dijital Göçmen) sosyal medya kullanım sıklığının karşılaştırılması ile ilgili bulguların dağılımları Tablo 3.15'te gösterilmiştir.

Tablo 3. 15:Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığının Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
		f	%*	%**	f	%*	%**	
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Nadiren	11	52,4	2,9	10	47,6	4,2	,031
	Ara sıra	44	48,4	11,5	57	51,6	9,6	
	Sıklıkla	196	63,8	51,3	111	36,2	46,3	
	Her zaman	131	64,5	34,3	72	35,5	30,0	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %51,3'ünün ve dijital göçmenlerin %46,3'ünün sosyal medya araçlarını sıklıkla kullandığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 3. 16: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Sıklığının Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
Sosyal Medya Araç		f	%*	%**	f	%*	%**	
Facebook	Hiçbir Zaman	207	79,0	54,2	55	21,0	25,5	,000
	Nadiren	103	68,7	27,0	48	31,3	21,8	
	Bazen	41	52,6	10,7	43	47,4	17,1	
	Sık Sık	27	35,1	7,1	54	64,9	23,1	
	Her zaman	4	12,9	1,0	40	87,1	12,5	
Twitter	Hiçbir Zaman	123	55,4	32,2	115	44,6	45,8	,017
	Nadiren	64	67,4	16,8	35	32,6	14,4	
	Bazen	62	68,9	16,2	30	31,1	13,0	
	Sık Sık	84	67,2	22,0	42	32,8	19,0	
	Her zaman	49	74,2	12,8	18	25,8	7,9	
Instagram	Hiçbir Zaman	24	51,1	6,3	26	48,9	10,6	,007
	Nadiren	18	48,6	4,7	23	51,4	8,8	
	Bazen	42	58,3	11,0	37	41,7	13,9	
	Sık Sık	150	63,3	39,3	93	36,7	40,3	

	Her zaman	148	72,2	38,7	61	27,8	26,4	
Youtube	Hiçbir Zaman	15	39,5	3,9	26	60,5	10,9	
	Nadiren	17	41,5	4,5	26	58,5	10,9	
	Bazen	71	54,2	18,6	68	45,8	27,7	,000
	Sık Sık	173	72,7	45,3	72	27,3	30,1	
	Her zaman	106	70,7	27,7	48	29,3	20,4	
Linkedin	Hiçbir Zaman	244	62,6	63,9	169	37,4	67,6	
	Nadiren	52	64,2	13,6	29	35,8	13,4	
	Bazen	57	73,1	14,9	21	26,9	9,7	,454
	Sık Sık	21	60,0	5,5	14	40,0	6,5	
	Her zaman	8	57,1	2,1	7	42,9	2,8	
Tik Tok	Hiçbir Zaman	327	62,5	85,6	219	37,5	90,7	
	Nadiren	22	66,7	5,8	11	33,3	5,1	
	Bazen	18	90,0	4,7	2	10,0	0,9	,143
	Sık Sık	9	64,3	2,4	5	35,7	2,3	
	Her zaman	6	75,0	1,6	3	25,0	0,9	
Pinterest	Hiçbir Zaman	205	60,5	53,7	153	39,5	62,0	
	Nadiren	72	66,1	18,8	39	33,9	17,1	
	Bazen	67	72,8	17,5	25	27,2	11,6	,174
	Sık Sık	21	60,0	5,5	16	40,0	6,5	
	Her zaman	17	73,9	4,5	7	26,1	2,8	
Wahtsapp	Hiçbir Zaman	7	58,3	1,8	6	41,7	2,3	
	Nadiren	6	75,0	1,6	4	25,0	0,9	
	Bazen	12	41,4	3,1	22	58,6	7,9	,019
	Sık Sık	123	59,4	32,2	93	40,6	38,9	
	Her zaman	234	68,4	61,3	115	31,6	50,0	
Tumblr	Hiçbir Zaman	341	61,0	89,3	218	39,0	90,8	
	Nadiren	27	62,8	7,1	16	37,2	7,4	
	Bazen	10	83,3	2,6	2	16,7	0,8	,698
	Sık Sık	3	60,0	0,8	2	40,0	0,8	
	Her zaman	1	33,3	0,3	2	66,7	0,8	
Snapchat	Hiçbir Zaman	273	56,5	71,5	210	43,5	87,5	
	Nadiren	47	72,3	12,3	18	27,7	7,5	
	Bazen	31	79,5	8,1	8	20,5	3,3	,000
	Sık Sık	15	93,8	3,9	1	6,3	0,4	
	Her zaman	16	84,2	4,2	3	15,8	1,3	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %54,2'sinin ve dijital göçmenlerin %25,5'inin Facebook kullanmadığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Facebook kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %32,2'sinin ve dijital göçmenlerin %45,8'inin Twitter kullanmadığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Twitter kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %39,3'ünün ve dijital göçmenlerin %40,3'ünün Instagram'ı sık sık kullandığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Instagram kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %45,3'ünün ve dijital göçmenlerin %30,1'inin Youtube'ı sık sık kullandığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Youtube kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %63,9'unun ve dijital göçmenlerin %67,6'sının LinkedIn kullanmadığı belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından LinkedIn kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %85,6'sının ve dijital göçmenlerin %90,7'sinin Tik Tok kullanmadığı belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Tik Tok kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %53,7'sinin ve dijital göçmenlerin %62,0'sinin Pinterest kullanmadığı belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Pinterest kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %61,3'ünün ve dijital göçmenlerin %50,0'sinin Wahtsapp'ı her zaman kullandığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Whatsapp kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %89,3'ünün ve dijital göçmenlerin %90,8'inin Tumblr kullanmadığı belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Tumblr kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %71,5'inin ve dijital göçmenlerin %87,5'inin Snapchat kullanmadığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarından Snapchat kullanım sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 3. 17:Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Aralıklarının Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
		f	%*	%**	f	%*	%**	
Sosyal Medya Kullanım Aralığı	1 saatten az	18	36,0	4,7	32	64,0	13,3	,000
	1 - 3 saat	164	55,4	42,9	132	44,6	55,0	
	3 - 6 saat	132	69,5	34,6	58	30,5	24,2	
	6 - 9 saat	45	73,8	11,8	16	26,2	6,7	
	10 saat ve üzeri	23	92,0	6,0	2	8,0	0,8	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %42,9'unun ve dijital göçmenlerin %55,0'inin gün 1-3 saat arasında sosyal medya araçlarını aktif bir şekilde kullandığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarının kullanım aralığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 3. 18:Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarını Kullanım Amaçlarının Dağılımı

Sosyal Medya Araçlarının Kullanım Amacı	D. Yerli (382)		D. Göçmen (240)	
	f	%*	f	%*
Hayatımızı kolaylaştırdığı için	207	62,9	122	37,1
İletilmek istenilen mesajı geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaştırdığı için	186	61,2	118	38,8
İki yönlü ve anında iletişim imkânı sunduğu için	239	63,4	138	36,6
Hemen hemen toplumun her kesiminde yaygınlaştığı için	121	58,7	85	41,3
Ücretsiz olduğu ve iletişimdeki maliyeti düşürdüğü için	122	57,5	90	42,5
Araçsal teknolojilere imkân sağladığı için	232	63,9	131	36,1
Tüketim ortamlarına kolay ulaşım sağladığı için	196	68,3	91	31,7
Yeni eğlence ve haz aracı olarak gördüğüm için	214	66,9	106	33,1
Diğer	9	60,0	6	40,0

Katılımcıların sosyal medya araçlarını kullanım amaçlarının sadece bir sebepten kaynaklı olmadığı değerlendirildiği için birden fazla sebebi tercih etmeleri istenmiş ancak istatistiksel çözümlemeler yapılırken bahse konu kullanım amacı değerlendirilirken dijital göçmen ve dijital yerliler kendi arasında karşılaştırma yapılmıştır. Sonuç olarak katılımcıların sosyal medya araçlarını kullanım amaçları irdelendiğinde;

Hayatı kolaylaştırdığı için sosyal medya aracını kullanan katılımcıların %62,9'unun, iletilmek istenilen mesajı geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaştırdığı için sosyal medya aracını kullanan katılımcıların %61,2'sinin, iki yönlü ve anında iletişim imkânı sunduğu için sosyal medya aracını kullanan katılımcıların %63,4'ünün, hemen hemen toplumun her kesiminde yaygınlaştığı için sosyal medya aracını kullanan katılımcıların %58,7'sinin, ücretsiz olduğu ve iletişimdeki maliyeti düşürdüğü için sosyal medya aracını kullanan katılımcıların %57,5'inin, araçsal teknolojilere imkân sağladığı için sosyal medya aracını kullanan katılımcıların %63,9'unun, tüketim ortamlarına kolay ulaşım sağladığı için sosyal medya aracını kullanan katılımcıların %68,3'ünün ve yeni eğlence ve haz aracı olarak gördüğüm için sosyal medya aracını

kullanan katılımcıların %66,9'unun dijital yerli olduğu saptanmıştır. Elde edilen veriler göz önünde bulundurulduğunda, dijital yerlilerin %68.3 oranla en çok, tüketim ortamlarına kolay ulaşım sağlaması sebebiyle ve dijital göçmenlerin %42.5 oranla en çok, ücretsiz olduğu ve iletişimdeki maliyeti düşürdüğü içinsosyal ağları kullandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 3. 19:Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarında Paylaşım Yapma Sıklığının Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
Paylaşım Yapma Sıklığı		f	%*	%**	f	%*	%**	
Fotoğraf	Hiçbir Zaman	38	54,3	9,9	32	45,7	13,3	,650
	Nadiren	89	64,5	23,3	49	35,5	20,4	
	Bazen	119	60,7	31,2	77	39,3	32,1	
	Sık Sık	83	63,8	21,7	47	36,2	19,6	
	Her zaman	53	60,2	13,9	35	39,8	14,6	
Video	Hiçbir Zaman	138	67,3	36,1	67	32,7	27,9	,005
	Nadiren	123	65,8	32,2	64	34,2	26,7	
	Bazen	64	51,6	16,8	60	48,4	25,0	
	Sık Sık	41	59,4	10,7	28	40,6	11,7	
	Her zaman	16	43,2	4,2	21	56,8	8,8	
Haber İçeriği	Hiçbir Zaman	137	74,9	35,9	46	25,1	19,2	,000
	Nadiren	90	72,0	23,6	35	28,0	14,6	
	Bazen	79	52,3	20,7	72	47,7	30,0	
	Sık Sık	56	51,9	14,7	52	48,1	21,7	
	Her zaman	20	36,4	5,2	35	63,6	14,6	
Mizahi, Duygusal Paylaşım	Hiçbir Zaman	84	66,7	22,0	42	33,3	17,5	,316
	Nadiren	73	64,0	19,1	41	36,0	17,1	
	Bazen	110	60,1	28,8	73	39,9	30,4	
	Sık Sık	76	61,3	19,9	48	38,7	20,0	
	Her zaman	39	52,0	10,2	36	48,0	15,0	
Konum Bilgisi	Hiçbir Zaman	189	64,7	49,5	103	35,3	42,9	,006
	Nadiren	105	53,6	27,5	91	46,4	37,9	
	Bazen	66	73,3	17,3	24	26,7	10,0	
	Sık Sık	17	51,5	4,5	16	48,5	6,7	
	Her zaman	5	45,5	1,3	6	54,5	2,5	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %31,2'sinin ve dijital göçmenlerin %32,1'inin bazen fotoğraf paylaştığı belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında fotoğraf paylaşma sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %36,1'inin ve dijital göçmenlerin %27,9'unun video paylaşmadığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında video paylaşma sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %35,9'u haber içeriği paylaşmazken dijital göçmenlerin %30,0'unun bazen haber içeriği paylaştığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında haber içeriği paylaşma sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %28,8'inin ve dijital göçmenlerin %30,4'ünün bazen mizahi/duygusal paylaşımlar yaptığı belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında mizahi/duygusal paylaşım yapma sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %49,5'inin ve dijital göçmenlerin %42,9'unun konum bilgisi paylaşmadığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında konum bilgisi paylaşma sıklığı arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 3. 20:Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medyada Kimlik ve Benlik Değişimlerinin Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
		f	%*	%**	f	%*	%**	
Kimlik/Benlik Değişim	Evet. Kendimi olmak istediğim gibi yansıtıyorum	62	55,4	16,2	50	44,6	20,8	,067
	Hayır. Kendimi olduğum gibi yansıtıyorum.	202	59,9	52,9	135	40,1	56,3	
	Duruma ve mecraya göre değişiyor.	118	68,2	30,9	55	31,8	22,9	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %52,9'unun ve dijital göçmenlerin %56,3'ünün sosyal medyada vakit geçirirken kendini olduğu gibi ifade ettiği belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya kullanırken kimlik/benlik değişimi arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

3.5.6 Mahremiyet Algısına İlişkin Değerlendirme

Bu başlık altında araştırmaya dahil edilen katılımcıların (Dijital Yerli-Dijital Göçmen) sosyal medya araçlarında yer verdikleri bilgilerin karşılaştırılması bulgularının dağılımları Tablo 3.21'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 21:Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Araçlarında Yer Verilen Bilgilerin Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
Sosyal Medyada Yer Verilen Bilgiler		f	%*	%**	f	%*	%**	
Gerçek Ad	Yer veriliyor	361	61,5	94,5	226	38,5	94,2	,860
	Yer verilmiyor	21	60,0	5,5	14	40,0	5,8	
Doğum Tarihi	Yer veriliyor	183	61,2	47,9	116	38,8	48,3	,917
	Yer verilmiyor	199	61,6	52,1	124	38,4	51,7	
Yaşanılan Yer	Yer veriliyor	182	58,7	47,6	128	41,3	63,3	,197
	Yer verilmiyor	200	64,1	52,4	112	35,9	46,7	
Eğitim	Yer veriliyor	235	66,2	61,5	120	33,8	50,0	,005
	Yer verilmiyor	147	55,1	38,5	120	44,9	50,0	
İlişki Durumu	Yer veriliyor	85	51,8	22,3	79	48,2	32,9	,003
	Yer verilmiyor	297	64,8	77,7	161	35,2	67,1	
Meslek	Yer veriliyor	130	59,6	34,0	88	40,4	36,7	,503
	Yer verilmiyor	252	62,4	66,0	88	40,4	36,7	
Memleket	Yer veriliyor	113	53,1	29,6	100	46,9	41,7	,002
	Yer verilmiyor	269	65,8	70,4	140	34,2	58,3	
Diğer Bilgiler	Yer veriliyor	3	50,0	0,8	3	50,0	1,3	,564
	Yer verilmiyor	379	61,5	99,2	237	38,5	98,8	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %94,5'inin ve dijital göçmenlerin %94,2'sinin sosyal medya araçlarında gerçek adına yer verdiği belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında gerçek adına yer verme durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %52,1'inin ve dijital göçmenlerin %51,7'sinin sosyal medya araçlarında doğum tarihine yer vermediği belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında doğum tarihine yer verme durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %52,4'ü yaşadığı şehre yer vermezken dijital göçmenlerin %63,3'ünün yaşadığı şehre yer verdiği belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında yaşadığı şehri paylaşma durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %61,5'inin ve dijital göçmenlerin %50,0'sinin eğitime yer verdiği belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında eğitime yer verme durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %77,7'sinin ve dijital göçmenlerin %67,1'inin ilişki durumuna yer vermediği belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında ilişki durumuna yer verme durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %66,0'sının ve dijital göçmenlerin %63,3'ünün mesleğine yer vermediği belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında mesleğe yer verme durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %70,4'ünün ve dijital göçmenlerin %58,3'ünün memleketine yer vermediği belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında memlekete yer verme durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %99,2'sinin ve dijital göçmenlerin %98,8'inin diğer bilgilerine yer vermediği belirlenmiş, ancak katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya araçlarında diğer bilgilerine yer verme durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 3. 22:Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Kullanım Şartları ve Gizlilik Politikasını Okuma Durumlarının Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
		f	%*	%**	f	%*	%**	
Şartları ve Gizlilik Politikasını Okuma	Evet	115	53,5	30,1	100	46,5	41,7	,000
	Hayır	223	68,8	58,4	101	31,2	42,1	
	Hatırlamıyorum	44	53,0	11,5	39	47,0	16,3	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %58,4'ünün ve dijital göçmenlerin %42,1'inin sosyal medya kullanım şartları ve gizlilik politikasını okumadığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya kullanım şartları ve gizlilik politikasını okuma durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 3. 23: Dijital Göçmen ve Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Gizlilik Ayarları Yapma Durumlarının Karşılaştırılması

		Dijital Yerli (382)			Dijital Göçmen (240)			p
		f	%*	%**	f	%*	%**	
Gizlilik Ayarları Yapma	Evet	347	64,6	90,8	190	35,4	79,2	,000
	Hayır	21	41,2	5,5	30	58,8	12,5	
	Hatırlamıyorum	14	41,2	3,7	20	58,8	8,3	

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin %90,8'inin ve dijital göçmenlerin %79,2'sinin sosyal medya gizlilik ayarlarını yaptığı belirlenmiş ve katılımcıların dijital göçmen ya da yerli olma durumu ile sosyal medya gizlilik ayarlarını yapma durumu arasında istatistiksel açıdan fark görülmüştür ($p<0,05$).

3.5.7.Fark Testleri ve Genel Değerlendirme

Çalışmanın bu kısmında araştırma grubunu teşkil eden katılımcıların dijital göçmen ve dijital yerli olma durumu ile değişkenlerden elde etmiş oldukları ortalama skorları arasındaki farklılaşmalar ele alınacaktır.

Tablo 3. 24: Dijital Göçmen ya da Dijital Yerli Olma Durumuna Göre Değişkenlerden Elde Edilen Ortalama Skorların Farklılaşma Durumu

Değişkenler		f	$\bar{X}$	SS	t	p
Gizlilikle İlgili Endişeler	Dijital Yerli	382	3,57	1,10	-1,084	,279
	Dijital	240	3,67	1,17		
	Göçmen					
Gizlilik Kontrolü	Dijital Yerli	382	2,66	1,02	-,921	,357
	Dijital	240	2,74	1,09		
	Göçmen					
Mahremiyetin İfşası	Dijital Yerli	382	2,48	,79	2,628	,009
	Dijital	240	2,31	,79		
	Göçmen					
Gözetimin Farkındalığı	Dijital Yerli	382	2,31	,96	-2,839	,005
	Dijital	240	2,54	1,06		
	Göçmen					
Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı	Dijital Yerli	382	2,49	,90	-1,649	,100
	Dijital	240	2,61	,96		
	Göçmen					

Bağımsız örneklem t testinin neticeleri Tablo 24'te gösterilmiştir, analiz sonucunda; katılımcıların dijital göçmen ya da dijital yerli olma durumuna göre mahremiyetin ifşası ve gözetimin farkındalığı algıları istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmakta ($p<0,05$) ve dijital yerlilerin mahremiyetin ifşası algıları dijital göçmenlere göre daha yüksek iken dijital göçmenlerin gözetimin farkındalığı dijital yerlilere göre daha yüksektir. Ayrıca katılımcıların dijital göçmen ya da dijital yerli olma durumuna göre gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı istatistiki bakımdan anlamlı farklılaşmamaktadır ($p>0,05$). Ayrıca katılımcıların dijital göçmen ya da dijital yerli olması, mahremiyetin ifşası ve gözetimin

farkındalığı grup ortalama skorları arasında farklılık oluştururken gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı grup ortalama skorları arasında farklılık oluşturmamaktadır.

3.5.8. Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Çalışmanın bu kısmında, gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı arasındaki ilişki irdelenmiştir. Değişkenler oransal/aralıklı ölçekler olduğu ve normal dağılım varsayımını sağladığı için parametrik test yöntemlerinden “Pearson Korelasyon Analizi”yle incelenmiş, istatistiki anlamlılık $p < 0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir. Korelasyon katsayısının değerlendirme ölçütleri şöyledir;

“0,00 = r_p ise ilişki yoktur.”

“0,00 < r_p < 0,29 ise düşük düzeyde ilişki vardır.”

“0,30 < r_p < 0,69 ise orta düzeyde ilişki vardır.”

“0,70 < r_p < 0,99 ise yüksek düzeyde ilişki vardır.”

“1,00 = r_p ise mükemmel ilişki vardır” (Köklü, Büyüköztürk ve Bökeoğlu, 2006)

Tablo 3.25: Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

			1.	2.	3.	4.	5.
Dijital Yerli	1. Gizlilikle İlgili Endişeler	r_p	1	,033	-,090	-,118*	-,206**
		p		,526	,080	,021	,000
	2. Gizlilik Kontrolü	r_p		1	,102*	,430**	,360**
		p			,045	,000	,000
	3. Mahremiyetin İfşası	r_p			1	,013	,120*
		p				,805	,019
	4. Gözetimin Farkındalığı	r_p				1	,616**
		p					,000
	5. Mahremiyet	r_p					1
		p					

	İhlalinin Farkındalığı	P					
Dijital Göçmen	1. Gizlilikle İlgili Endişeler	r _p	1	,157*	,063	-,018	-,044
		p		,015	,334	,782	,499
	2. Gizlilik Kontrolü	r _p	1	,211**	,597**		,427**
		p		,001	,000		,000
	3. Mahremiyetin İfşası	r _p			1	,285**	,223**
		p				,000	,000
	4. Gözetimin Farkındalığı	r _p				1	,669**
		p					,000
	5. Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı	r _p					1
		P					

* p<0,01, ** p<0,05

Tablo 3.25'teki Pearson Korelasyon testi sonuçları incelendiğinde; araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin, gizlilikle ilgili endişeler düzeyleriyle gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon varken ($p<0,05$) gizlilikle ilgili endişeler düzeyleriyle gizlilik kontrolü ve mahremiyetin ifşası düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$). Ayrıca araştırmaya dahil olan dijital göçmenlerin, gizlilikle ilgili endişeler düzeyleriyle gizlilik kontrolü düzeyleri arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde korelasyon varken ($p<0,05$) gizlilikle ilgili endişeler düzeyleriyle mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin, gizlilik kontrolü düzeyleriyle mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü düşük ve orta düzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) belirlenmiştir. Ayrıca araştırmaya dahil olan dijital göçmenlerin, gizlilik kontrolü düzeyleriyle mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı

düzeyleri arasında pozitif yönlü düşük ve orta düzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) belirlenmiştir.

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin, mahremiyetin ifşası düzeyleriyle mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü düşükdüzeyde korelasyon ($p<0,05$) varken mahremiyetin ifşası düzeyleriyle gözetimin farkındalığı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$). Ayrıca araştırmaya dahil olan dijital göçmenlerin, mahremiyetin ifşasıdüzeyleriyle gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü ve düşükdüzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) belirlenmiştir.

Araştırmaya dahil olan dijital yerlilerin, gözetimin farkındalığı düzeyleriyle mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü düşükdüzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) belirlenmiştir ($p>0,05$). Ayrıca araştırmaya dahil olan dijital göçmenlerin, gözetimin farkındalığı düzeyleriyle mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü ve ortadüzeyde korelasyon olduğu ($p<0,05$) belirlenmiştir.

3.6 Bulgular ile Elde Edilen Sonuçlar

Araştırmanın bu bölümünde bulgular, geçmiş çalışmalardan elde edilmiş sonuçlar ve çalışmanın hipotezleri karşılaştırmalı olarak ele alınacak, mahremiyet, mahremiyet ifşası, gözetim ve tüm bunların dijital kimlik inşası süreçlerine olası etkileri dijital yerliler ve dijital göçmenler için karşılaştırmalı olarak yorumlanacaktır.

Araştırmaya 659 kişi katılmış ancak çalışmanın daha önceki bölümlerinde belirtilen çeşitli gerekçelerle, değerlendirme dışı bırakılan katılımcılar sonrası toplamda 622 dijital yerli ve dijital göçmenin verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Katılımcıların

yarısından fazlası dijital yerli ve yarısına yakını dijital göçmendir. Dijital yerlilerin büyük çoğunluğu kadın, yarısından fazlası lisans düzeyinde eğitim almış, yarısına yakını öğrenci ve 0-1000 TL arası gelire sahip ve büyük çoğunluğu bekardır. Dijital göçmenlerin ise yarısından fazlasının kadın, yarısına yakınının lisans mezunu/öğrencisi, bir kısmının özel sektör çalışanı, büyük çoğunluğunun evli ve bir kısmının 5001 TL ve üzeri gelir sahibi bireyler olduğu belirlenmiştir.

Dijital yerlilerin yarısından biraz fazlası sıklıkla sosyal medya ağları kullandığını belirtirken dijital göçmenlerin yarısına yakını aynı cevabı vermiştir. Katılımcılara hangi ağları ne sıklıkta kullandıkları sorulmuş ve dijital yerlilerin yarısından fazlası, dijital göçmenlerin ise küçük bir kısmı Facebook kullanmadığını belirtmiştir. Dijital yerlilerin bir kısmı ve dijital göçmenlerin yarısına yakını Twitter kullanmazken dijital yerlilerin bir kısmı, dijital göçmenlerin yarısından daha azı Instagram'ı sık sık kullandığını belirtmiştir. Dijital yerlilerin yarısına yakını, dijital göçmenlerin bir kısmı Youtube'u sık sık kullandıkları cevabını vermiş ve hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin yarısından fazlasının LinkedIn kullanmadıkları belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun kullanmadıklarını belirttiği bir diğer sosyal ağ hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin neredeyse tamamına yakınının cevabıyla Tiktok olmuştur. Benzer biçimde dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin tamamına yakını Tumblr'ı, dijital yerlilerin büyük bir çoğunluğu, dijital göçmenlerin tamamına yakını Snapchat'i, dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin yarısından biraz fazlası Pinterest'i kullanmadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların en yüksek oranda her zaman kullandığını belirttiği sosyal ağ her iki grubun da cevapları ile Whatsapp olmuştur. Tutgun Ünal ve Deniz (2020) ise sosyal medya ağları arasında ağırlıklı olarak Facebook'u tercih ettikleri, dijital yerli olarak adlandırılan yaş aralığındaki katılımcıların ise en çok Instagram'ı tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır. We Are Social Ocak 2021 verilerine göre dünya çapında en çok kullanılan sosyal medya ağı hala Facebook olarak rapor edilse de Akar ve Akar (2021)'in yapmış olduğu

araştırmanın sonucuna göre en sık kullanılan sosyal medya ağının Whatsapp olduğu belirlenmiştir.

Dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin neredeyse tamamının sosyal medya araçlarında gerçek adına yer verdiği, her iki grubun da yarısından biraz fazlasının sosyal medya araçlarında doğum tarihine yer vermediği, dijital yerlilerin yarısından fazlası yaşadığı şehre yer vermezken dijital göçmenlerin yarısından fazlasının yaşadığı şehre yer verdiği belirlenmiştir. Dijital yerlilerin yarısından fazlası ve dijital göçmenlerin yarısı eğitime yer verirken, dijital yerlilerin büyük çoğunluğu ve dijital göçmenlerin yarısından fazlası ilişki durumuna yer vermemektedir. Hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin yarısından fazlası mesleğine yer vermediği yönünde, dijital yerlilerin büyük çoğunluğu ve dijital göçmenlerin yarısından biraz fazlası memleketine yer vermedikleri yönünde cevapları işaretlemiştir. Gross ve Acquisti (2005), Kalaman (2016), CASR (2013), Afsahi (2014), Dillard'ın (2011) ve Zhang (2014) Facebook özelinde yaptıkları çalışmalarında bireylerin yaşadıkları yer, ilişki durumu, gerçek ad, eğitim durumu ve doğum tarihi gibi kişisel bilgilerine çoğunlukla yer verdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada hem dijital yerliler hem de dijital göçmenler çok yüksek bir oranla gerçek adına ve yarısından fazlasını ifade eden bir oranla eğitime, dijital göçmenler yarısından fazla oranla yaşadığı şehre yer verirken, hem dijital yerliler hem de dijital göçmenler çoğunlukla doğum tarihi, ilişki durumu, meslek, memleket ve yalnızca dijital yerlilerin yarısından fazlası yaşadığı şehre yer vermemektedir. Bireylerin kişisel bilgilerini geçmişteki çalışmaların sonucuna nazan daha az ifşa ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Nosko ve arkadaşları (2010)'nın yapmış olduğu çalışmada, bireylerin sosyal medya ağlarında kişisel bilgilerine yer vermeleri durumunun yaşa bağlı olarak arttığı veya azaldığı, kullanıcıları yaşı arttıkça sosyal ağlarda daha az kişisel bilgi ifşası yaptıkları belirlenmiştir.

Katılımcılardan dijital yerlilerin yarısından biraz fazlası, dijital göçmenlerin yarısına yakını sosyal medya ağlarına üyelik aşamasında sunulan kullanım şartları ve gizlilik politikasını okumadığını belirtmiştir. Sosyal medya ağlarına katılım sonrası gizlilik ayarlarını yapmak ile ilgili soruya ise dijital yerlilerin tamamına yakını, dijital göçmenlerin büyük çoğunluğu ayarları yaptığı yönünde yanıt vermiştir. Akikol (2018)'un yalnızca dijital göçmenleri kapsayan araştırmasının sonucunda dijital göçmenlerin sosyal medya ağlarına katılırken gizlilik sözleşmesini okumak ile ilgili soruda yarısından fazlasının okuduklarına ve gizlilik ayarlarını yaptıklarına yönelik cevaplar verdikleri belirlenmiştir. Kalaman (2016) ve Karakaya (2014) yapmış oldukları araştırmalarda kullanıcıların büyük çoğunlukla sosyal medya ağlarına katılırken kullanım şartları ve gizlilik politikalarını okumadıkları sonucuna ulaşmıştır. Bu bakımdan araştırma sonuçları gizlilik ayarlarını yapmak konusunda dijital yerlilerin daha özenli olduğunu ancak her iki grubun da kullanım koşulları ve gizlilik politikasını çoğunlukla okumadığını göstermektedir.

Araştırmaya katılan dijital yerlilerin yarısına yakını ve dijital göçmenlerin yarısından biraz fazlası günde 1-3 saat sosyal ağlarda çevrimiçi olduklarını belirtmiştir. Akikol (2018) dijital göçmenler üzerine yaptığı bir araştırmada katılımcıların yarısından fazlasının günde 1-2 saat sosyal medya ağlarında vakit geçirdiğini belirlemiştir. Kalaman (2016) ve Zhao'nun (2012) kendi çalışmalarında kullanıcıların günde en az 1 saat Facebook'ta geçirdiğini saptamıştır. We Are Social'ın Ocak 2021'de yayınlamış olduğu rapora göre ise bireyler günde 2,5 saatini sosyal medya ağlarında geçirmektedir. Bu bağlamda elde edilen sonuçlar geçmiş çalışmalarla ve güncel raporlarla uyum göstermektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde, dijital yerlilerin çoğunlukla en çok, tüketim ortamlarına kolay ulaşım sağlaması sebebiyle ve dijital göçmenlerin yarısına yakını en çok, ücretsiz olduğu ve iletişimdeki maliyeti düşürdüğü için sosyal ağları kullandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Kaplan (2017) 'nin

araştırmasına göre dijital yerliler ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları karşılaştırıldığında dijital yerliler sosyal ağları kullanırken sohbet ve eğlenceyi amaçlamakta, dijital göçmenler ise arkadaş grupları arasında paylaşım ve iletişimi sürdürme amacıyla sosyal medya ağlarını kullanmaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönemde küresel bir salgının patlak vermiş olması, bireylerin gündelik hayatlarında dijitalliğe daha fazla yer vermesine sebep olmuş ve salgınla mücadele sürecinde alışveriş, yakın çevre ile iletişim, iş görüşmeleri gibi günlük hayatta vazgeçilmez olan eylemler yalnızca çevrimiçi olarak gerçekleştirilmeye başlamıştır. Bu süreç kullanıcıları, tüketim alışkanlıklarını neredeyse tamamen çevrimiçi olarak sürdürmeye zorlamıştır. Dijital yerliler için sosyal medya kullanım amacının değişmesi konusu değerlendirilirken pandemi koşulları göz ardı edilmemelidir.

Araştırmaya katılan dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin bir kısmı fotoğraf paylaşma seçeneğine, dijital yerliler ile dijital göçmenlerin oldukça azının, mizahi/duygusal paylaşımlar seçeneğine ve yine dijital göçmenlerin oldukça azının haber içeriği paylaşma seçeneğine bazen yanıtını verdiği belirlenmiştir. Dijital yerlilerin ise bir kısmı haber içeriği paylaşmamaktadır. Hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin bir kısmı video içeriklerini hiçbir zaman paylaşmadıklarını belirtmişlerdir. Aynı şekilde dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin yarısına yakını konum bilgisi paylaşmak ile ilgili soruya hiçbir zaman cevabını vermişlerdir.

Dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin yarısından biraz fazlasının sosyal medyada vakit geçirirken kendini olduğu gibi ifade ettiği belirlenmiştir. Katılımcıların ikinci sırada en çok işaretledikleri cevap ise ‘duruma ve mecraya göre değişiyor’ cevabı olmuştur.

Yapılan literatür taraması sonucunda Dillard (2011), Karakaya (2014), Kalaman (2016), Hoy ve Milne (2010)’nin geçmişte yaptıkları araştırmalarda katılımcıların, sosyal medya ağları aracılığıyla üçüncü şahıslar tarafından sürekli olarak

gözetlendiklerini ve bilgilerinin depolandığını düşündükleri tespit edilmiş, bahsi geçen üçüncü şahısların daha çok ticari şirketler olduğu yönünde bir yaklaşım olduğu saptanmış ve bundan kullanıcıların hoşnut olmadıkları ancak sosyal ağlarda gizlilik ayarlarını yaptıkları müddetçe gözetlenemeyeceklerine inandıkları belirlenmiştir. Bireylerin sosyal ağlarda mahremiyet ihlaline karşı farkındalıklarını ölçen sorulara mahremiyetlerinin ihlal edilip edilmediği konusunda kararsız olduklarına dair cevaplar vermeleri, gizlilik ve mahremiyet ifşasına kişisel bilgilerini paylaşarak devam etmeleri, bireylerin bu ağlarda yeterli gözetim bilinci ve mahremiyet ihlaline karşı farkındalığa sahip olmadan görülme, beğenilme ve sanal dünyaya dahil olma motivasyonlarıyla dijital kimlik inşası gerçekleştirdiklerine işaret etmektedir.

Araştırma kapsamında dijital yerli ve dijital göçmenlerden oluşan katılımcılara gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü, mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı başlıkları altında çeşitli sorular sorulmuş ve bu sorularla bireylerin günümüz gözetim toplumunda kendilerine dijital kimlikler oluşturabilme imkânı sunan sosyal ağlarda çevrimiçi varlık gösterirken mahremiyet ve gözetim ile ilişkilerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Yapılan analizler sonucu dijital yerli ve dijital göçmen olma durumuna göre mahremiyet ifşası algıları ve gözetim farkındalığı düzeyi arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu ve dijital yerlilerin mahremiyet ifşası yapmama durumu daha yüksek iken dijital göçmenlerin gözetim farkındalığının dijital yerlilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,05$). Kalaman (2016)'nın araştırma sonuçlarına göre dijital yerliler dijital göçmenlere nazaran daha fazla mahremiyet ifşası gerçekleştirmektedir. Aynı çalışmaya göre dijital göçmenlerin daha fazla gözetim farkındalığına sahip olduğu ve yaş arttıkça gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlali farkındalığının arttığı saptanmıştır. Bu araştırmanın sonuçları gözetim farkındalığı açısından geçmiş çalışmalarla uyum gösterirken ve mahremiyet ifşası yapma konusunda farklılaşmaktadır. Diğer yandan dijital yerli ya da dijital göçmen olma durumuna

göre gizlilikle ilgili endişeler, gizlilik kontrolü ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı arasında anlamlı bir farklılaşma bulunmamaktadır($p>0,05$). Buna göre H:1, H:1b, H:4, H:4b hipotezleri kabul edilmiş, H:0, H:1a, H:2, H:2a, H:2b, H:3, H:3a, H:3b, H:4a, H:5, H:5a, H:5b hipotezleri red edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcılardan dijital yerlilerin gizlilik ile ilgili endişeler düzeyleri ile gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlali farkındalığı arasında negatif yönlü düşük düzeyde korelasyon, gizlilikle ilgili endişeler düzeyleri ile gizlilik kontrolü ve mahremiyetin ifşası düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Bu durum dijital yerlilerin gizlilik endişeleri artarken mahremiyet ihlali farkındalıkları ve gözetim farkındalıklarının azaldığı ya da gizlilikle ilgili endişeleri azalırken mahremiyet ihlali farkındalıklarının ve gözetim farkındalıklarının düştüğü yorumu ile sonuçlanmaktadır. Dijital yerliler sosyal medya ağlarında çevrimiçi varlık göstererek dijital kimliklerini inşa ederken gizliliklerinden endişe etseler dahi mahremiyet ihlali farkındalığı ve gözetime karşı farkındalık konusunda yetersizdirler. Dijital göçmenlerin ise gizlilikle ilgili endişeleri ve gizlilik kontrolü düzeyleri arasında pozitif yönlü düşük düzeyde bir ilişki bulunduğu, gizlilikle ilgili endişeleri ile mahremiyetin ifşası, gözetimin farkındalığı ve mahremiyet ihlali farkındalığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığı saptanmıştır. Dijital göçmenlerin kişisel gizliliklerine dair endişeleri arttıkça, gizliliklerinin kontrolünü sağlayamadıkları düşünceleri de artmaktadır. Dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin gizlilik kontrolü düzeyleriyle mahremiyetin ifşası, gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlali farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü düşük ve orta düzeyde korelasyon olduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılan hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin sosyal ağlardaki çevrimiçi varlıkları süresince gizlilikleri üzerinde kontrolleri olmadığı düşüncesi arttıkça mahremiyet ifşası yapmadıkları, gözetime ve mahremiyet ihlaline karşı farkındalıklarının arttığı belirlenmiştir. Dijital yerlilerin mahremiyet ifşası düzeyleriyle mahremiyet ihlali farkındalığı arasında potitif yönlü düşük düzeyde korelasyon bulunurken, mahremiyet ifşası düzeyleri ile gözetim farkındalığı arasında

istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Dijital göçmenler için ise mahremiyet ifşası düzeyleri ile gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda dijital yerlilerin mahremiyet ihlaline karşı farkındalıkları arttıkça, mahremiyet ifşası yapmama durumlarının arttığı, dijital göçmenlerin ise gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlali farkındalığı arttıkça mahremiyet ifşası yapmama durumlarının arttığı anlaşılmıştır. Araştırma katılımcılarından dijital yerlilerin gözetim farkındalığı düzeyleriyle mahremiyet ihlalinin farkındalığı düzeyleri arasında pozitif yönlü düşük düzeyde ilişki olduğu belirlenirken, dijital göçmenler için pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Her iki grubun da gözetime karşı farkındalıkları artarken mahremiyet ihlali farkındalıkları artmakta ya da gözetime karşı farkındalıkları azalırken mahremiyet ihlali farkındalıkları azalmaktadır.

Dijital yerlilerin sosyal medya ağlarında dijital kimliklerini inşa ederken, günümüz koşullarında neredeyse tüm sosyalleşme faaliyetlerinin gerçekleştiği sosyal ağlardaki gözetimin ve mahremiyet ihlâlinin boyutuna karşı yeterli farkındalık düzeylerinde olmamaları ya da çevrimiçi dünyaya dahil olabilme, görülme, beğenilme ve alkış alma motivasyonlarıyla kişisel mahremiyetlerini gönüllü olarak ifşa etmeleri Çaycı ve Karagülle (2014) ile Yıldız (2012)'ın da vurguladığı gibi dijital yerlilerin teknoloji çağının içine doğup büyümeleri ve doğduklarından beri internet teknolojisiyle iç içe olmalarından kaynaklanmakta, bu grubun sosyal medya ağlarında dijital kimliklerini inşa ederken kişisel mahremiyetlerini dış dünya ile paylaşmak konusunda daha filtresiz davranmalarına sebep olmaktadır. Bu araştırmanın sonuçları dijital yerlilerin sosyal medya ağlarında dijital kimlik inşası sürecinde kişisel bilgilerinin gizliliklerini kontrol edemediklerini düşündükleri noktada mahremiyet ifşasından uzak durduklarını göstermiştir. Zengin, Zengin ve Altunbaş (2015) çalışmalarında dijital yerli grubuna dahil olan katılımcıların sosyal medya ağlarında mahremiyet ifşasını tehlikeli bulduğu ancak sosyal ağlarda yaptıkları paylaşımların gizlilik ayarlarını

yaptıkları sürece arkadaşları arasında kalacağını düşündüklerini belirtmişlerdir. Dijital göçmenler ise, teknoloji ve internet ile daha geç tanışmıştır. Bu durum dijital göçmenlerin kişisel bilgi mahremiyetine dair sahip oldukları öğretileri çevrimdışı dünyadan edinmeleri sonucu sosyal ağlarda dijital kimlik inşası gerçekleştirirken gizlilik endişesi ve gözetim farkındalığıyla hareket etmeleri ile sonuçlanmaktadır. Dijital göçmenler de tıpkı dijital yerliler gibi sosyal medya ağlarında kişisel bilgilerinin gizliliği üzerinde kontrol sahibi olmadıklarını düşündükleri durumlarda mahremiyet ihlali ve gözetim farkındalığıyla hareket ederek mahremiyet ifşasından uzak durmaktadır. Türkiye’de kişisel bilgilerin çalınması, fişleme, gözetim faaliyetleri ve mahremiyet ihlalleri gibi konuların 2010’lu yıllar sonrasında gündeme geldiğini belirten Kalaman (2016), sosyal ağ kullanıcılarının çevrimiçi dünyada oluşturdukları dijital kimliklerinin bir parçası olan çeşitli paylaşımları silmek suretiyle dijital kimliklerini yeniden inşa sürecine girdiklerini ifade etmiştir. Gözetim faaliyetlerinin zirveye ulaştığı günümüzde hem dijital yerliler hem de dijital göçmenler dijital kimliklerini inşa ederken çevrimiçi dünyaya dahil olmanın getirilerinin bilincinde hareket etmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırma ile sosyal medya ağlarında gerçekleştirilen dijital kimlik inşası sürecinde, gözetim toplumuna dönüşümün etkisi dijital yerliler ve dijital göçmenler arasında karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Araştırmanın evreni 18-60+ yaş aralığındaki aktif sosyal medya kullanıcılarından oluşmaktadır. Bu evren içinden basit tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen katılımcılara demografik bilgilerinin sorulduğu altı soru, sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve mahremiyet algılarını ölçmeyi amaçlayan bir takım sorular ve bu sorulara ek olarak Kalaman (2017)'ın mahremiyet ifşası, mahremiyet ihlâli farkındalığı ve gözetim farkındalığı soruları, Xu ve arkadaşları (2008)'nın gizlilik ile ilgili endişeler soruları ve Benson ve arkadaşları (2015)'nin gizlilik kontrolü sorularından oluşan, literatürdeki geçmiş çalışmalardan benimsenmiş ve bu çalışmaya uygunluğu test edilmiş ölçek, oluşturulan çevrimiçi anket ile ulaştırılmıştır.

Bu çalışma, literatürdeki geçmiş çalışmaların aksine, hem dijital yerli hem de dijital göçmen grubuna dahil olan katılımcıların, sosyal medya ağlarında geçmişe nazaran daha az kişisel bilgi ifşası gerçekleştirdiklerini ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir. Son dönemlerde ticari şirketler tarafından gerçekleştirilen gözetim faaliyetlerinin yoğunluğunu hissettiren online reklamlar ve uluslararası çapta gündeme gelen, sosyal medya ağlarının kullanıcıların kişisel verilerini üçüncü şahıslarla paylaştığına dair skandallar, bireylerin sosyal medya ağlarında dijital kimlik inşası sürecinde bilgi paylaşımına daha temkinli yaklaşmasına sebep olmuştur. Araştırmaya katılan dijital yerlilerin yarısına yakını sosyal medya ağlarında haber içeriklerini, hem dijital göçmen hem de dijital yerlilerin yine yarısına yakını ise konum bilgisini hiçbir zaman paylaşmadıklarını ifade etmişlerdir. Konum bilgisi gibi oldukça mahrem bir kişisel verinin sosyal medya ağlarında paylaşılması,

bir dönem konum tabanlı sosyal ağların popülerleşmesi ile son derece sıradan bir hale gelmiştir. Tokgöz Şahanoğlu (2018)'nin araştırması ile bireylerin sosyal medya ağlarında, konum bilgilerini paylaşmakta sakınca görmediklerine ve hatta bu tür paylaşımların, kendi rızaları ile yaptıkları için mahremiyet ihlâli olarak görülemeyeceğine, diğer sosyal medya kullanıcılarının gerçekleştirdiği gözetimin ise sosyal medya ağlarında gizlilik ayarları yapıldığı müddetçe önlenebileceğine inandıkları ve mobil cihazlar aracılığıyla konum bilgilerinin zaten sürekli olarak gözetlendiğini düşündükleri ortaya konmuştur. Dolayısı ile sosyal medya ağlarında konum bilgisi paylaşmanın bireylerde gizlilik endişesi yaratmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada katılımcılar, sosyal medya ağlarında paylaşılan konum bilgisinin, dijital kimliklere yansması konusunda, paylaşılan konumun imajı ve prestijinin yaratılan dijital kimliklere direkt olarak etki ettiğini ifade etmişlerdir (268-269).

Ayrıca bu çalışma ile dijital yerli ve dijital göçmen gruplarına dahil olan katılımcıların yarısından fazlasının sosyal medya ağlarında diğer kullanıcılarla etkileşime girerken kendilerini oldukları gibi gösterdikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların ikinci olarak en çok işaretledikleri seçenek “duruma ve mecraya göre değişiyor” seçeneği olmuştur. Žižek bireylerin sosyal medya ağlarında gerçek kimlikleriyle var oldukları müddetçe aslında kurgusal bir dijital kimlik yarattıklarını, bu ağlarda anonim olarak bulunanların gerçek benliklerini yansıtan dijital kimlikler inşa ettiklerini ifade etmiştir (Uyanık, 2009). Bir başka çalışmanın sonuçları ise bireylerin, sosyal medya ağlarında yaratılan dijital kimliklerin samimiyetsizlikle ve mükemmele öykünerek inşa edildiğini düşündükleri sonucuna ulaşmıştır (Karaboğa, 2018: 931). Sosyal medya ağlarında bireylerin eskiye nazaran anonimliği tercih etmiyor oluşu, duruma ve mecraya göre değişen biçimde gerçek kimliklerini yansıttıklarını ifade etmeleri dikkat çekicidir.

Bu çalışmada dijital yerli grubuna mensup katılımcıların, sosyal medya kullanım amacının geçmiş çalışmaların sonuçlarında elde edilen bulgulardan farklılık gösterdiği saptanmıştır. Önceki araştırmalarda ağırlıkla sosyalleşmek ve eğlence amacıyla sosyal medya ağlarına katıldığı belirlenen dijital yerlilerin, sosyal medya kullanım amaçları tüketim ortamlarına kolay ulaşmaya evrilmiştir. Küresel salgınla mücadele döneminde yürürlüğe konulan bir takım kısıtlamalar, alışveriş ve ihtiyaçların temini konusunda e-ticarete yönelmelerine sebep olmuştur. Araştırmanın yürütüldüğü dönemde yaşanmakta olan pandeminin, bu bulgulara büyük oranda etki ettiği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları dijital göçmenlerin dijital yerlilere kıyasla sosyal medya ağlarındaki gözetimin daha fazla farkında olduğunu ancak dijital yerlilerin daha az mahremiyet ifşası yaptığını tespit etmiştir. Dijital yerlilerin dijital göçmenlere nazaran daha az mahremiyet ifşası yapması geçmişte yapılmış araştırmaların sonuçlarından farklılık göstermektedir ve bu açıdan önemlidir. Öte yandan dijital yerli veya dijital göçmen olma durumu birbirleriyle kıyaslandıklarında, kullanıcıların sosyal medya ağlarında dijital kimliklerini inşa ederken, gizliliklerinden endişe etmek, gizlilikleri üzerinde kontrol sahibi olma düşüncesi ve mahremiyet ihlâli farkındalığı konusunda bir fark yaratmamaktadır.

Dijital yerliler kendi içlerinde değerlendirildiklerinde, bu gruba mensup katılımcıların sosyal medya ağlarında dijital kimliklerini inşa ederken, gizliliklerinden endişe etmelerine rağmen mahremiyet ihlâli farkındalığı ve gözetim farkındalığı konusunda yetersiz oldukları ancak mahremiyet ihlali farkındalıkları arttıkça mahremiyet ifşasından kaçındıkları tespit edilmiştir. Erdoğan (2020) araştırmasında kullanıcıların çoğunlukla gözetlendiklerini düşündüklerini ve bu durumdan endişe duyduklarını ancak gözetimi içselleştirerek mahremiyet ihlâli ve gözetimi günlük hayatın bir parçası olarak değerlendirdiklerini ifade etmiştir (272).

Dijital göçmenlerin ise dijital kimliklerini inşa ederken, gizlilikleri üzerinde kontrol sahibi olmadıklarını düşündükleri müddetçe gizliliklerinden endişe ettikleri tespit edilmiştir. Bu gruba dahil olan katılımcıların, gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlali farkındalığı arttıkça mahremiyet ifşası yapmama durumlarının arttığı anlaşılmıştır.

Hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin kendi grupları içinde değerlendirilmesi sonucunda, sosyal medya ağlarında dijital kimliklerini inşa ederken, gizlilikleri üzerinde kontrolleri olmadığını düşündükleri sürece mahremiyet ifşasından kaçındıkları ve gözetim ile mahremiyet ihlali farkındalıklarının arttığı gözlenmiştir. Ayrıca her iki grup için de, kendi içlerinde değerlendirildiklerinde gözetim karşı farkındalıkları arttıkça mahremiyet ihlali farkındalıklarının da arttığı belirlenmiştir. Bu bakımdan dijital yerli ve dijital göçmenlerin gözetim toplumunda dijital kimlik inşası gerçekleştirirken sergiledikleri davranışların ve sosyal medya ağlarına yaklaşımlarının pek çok açıdan birbiri ile benzeşmeye başladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma ile internet teknolojileri ve dijitalleşme ile belli bir yaştan sonra tanışmış dijital göçmen ve doğduğu andan beri bu teknolojilerle büyümüş dijital yerli gruplarının, gözetim toplumuna dönüşümün etkisinde, sosyal medya ağları üzerinde kimlik inşası gerçekleştirirken gizlilik endişesi, mahremiyet ifşası, gizlilik kontrolü, gözetim karşı farkındalık ve mahremiyet ihlali farkındalığı konularında birbirlerine kıyasla gösterdikleri farklılıklar ve bu grupların kendi içlerindeki değerlendirmesi yapılmıştır. Geçmiş yıllardaki çalışmalarla karşılaştırıldığında, gözetimin boyutunda yaşanan büyümenin bireylerin sosyal medya ağlarına yaklaşımlarında ve bu ağlardaki davranışlarında yaşanan değişimleri ortaya koyması bakımından önem arz etmekte ve literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir. Araştırma sonuçları göz önünde bulundurulduğunda, bireylerin sosyal medya ağlarında mahremiyetin sınırları ve mahremiyet ihlali konularında yeterli bilinç düzeyinde olmadığı

düşünüldüğünden, ileriki çalışmalar için sosyal medya ağlarında mahremiyetin sınırlarını somut biçimde çizecek ve kullanıcıların bu konudaki algılarındaki değişimi ölçecek çalışmalar ile dijital kimlik inşası süreçlerinin, cinsiyet açısından farklılaşmasını ele alan çalışmalar önerilmektedir.



KAYNAKÇA

- AFSAHİ, A.: 2014 “Social Networking Dilemmas for Psychologists: Privacy, Professionalism, Boundary Issues, and Policies”, **Antioch University, Psychology, Doctorate Thesis**, America.
- AKAR, H., AKAR, F.: 2021 “Sosyal medyada mahremiyet algısı: Üniversite öğrencileri araştırması”, **İNİF E- Dergi**, 6(1), 285-297. DOI: 10.47107/inifedergi.886334)
- AKDAĞ, G.: 2015 “Gözetim Toplumu Teorilerinin Tarihsel ve Teorik Bir İncelemesi”, **T.C. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Aydın.
- AKİKOL, R.: 2018 “Kadın Dijital Göçmenlerin Facebook Kullanımı Ve Mahremiyet İlişkisi” **Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences**, 54, 1-36. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST431891>
- AKYAZI, E., ATEŞ, D.: 2012 “Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Sosyal Ağların Rolü: Manav Türkleri Üzerine Bir Araştırma”, **“Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji”**, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta (173-192).
- ALTINTAŞ, H. “İnternetve Mahremiyet” <http://www.dijitalhayatakademisi.com/internet-ve-mahremiyet-2/> (Erişim Tarihi: 29.09.2019)

- ARMAĞAN, A.: 2013 “Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları: Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma”, **Akademik Bakış Dergisi**, Sayı: 37, 1-20.
- ARIK, E.: 2013 “Sıradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri”, **İletişim ve Diplomasi Dergisi**, Sayı: 1, (S.97-112).
- ASLAN, C.: 2011 “Türkiye’de Özel Alan İfşası ve Mağduriyet Halleri: Deniz Baykal Örneği” **Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Yaşamdan Parçalar (Ed.) Hüseyin Köse**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 84-125.
- AYAN, G.: 2016 “Tüketim Kültürü Bağlamında Kimlik İnşasının Sosyal Medyada Kullanımı: Instagram Örneği”, **T.C. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Ankara.
- AYDIN, A.E.: 2018 “Gözetim Toplumunda Tüketici: Tüketici Mahremiyeti Üzerine Bir Araştırma”, **T.C. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi**, Muğla.
- AYDIN, N.: 2011 “Çalışma Yaşamında Özgürlük Sorunu: Gözetim ve Mahremiyetin Yeni Sınırları”, **T.C. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi**, Trabzon.

- BABAN, E.: 2012 “McLuhan ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu”, **“Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu ve Teknoloji”**, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, (57-77).
- BALOĞLU, A.: 2015 “Genel Tanımlamalar ve Değişen Devlet Modeli”, **“Sosyal Medya Madenciliği”**, Arzu Baloğlu (Ed.), İstanbul: Beta, (1-17).
- BAŞTÜRK, E.: 2016 “Gözetimin Soykütüğü” İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- BAUMAN, Z., LYON, D.: 2016 “Akışkan Gözetim”, (Çev.) Elçin Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Z.: 2017 “Kimlik: Benedetto Vecchi Tarafından Gerçekleştirilmiş Söyleşiler”, Ankara: Herotik Basın Yayın.
- BAYRAK, H.: 2021a “2021 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri”, (Çevrimiçi) <https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/>, Erişim: 21.05.2021.
- BAYRAK, H.: 2021b “Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri 2021”, (Çevrimiçi) <https://dijilopedi.com/turkiye-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-2021/>, Erişim: 01.06.2021

- BEN, 2010 “What is Digimodernism?”, <http://ben-research2point0.blogspot.com/>, Erişim: 03.02.2020.
- BENSON, V., "Information disclosure of
SARİDAKİS, G., socialmediausers", **Information Technology & People**,
TENNAKOON, **Vol. 28 Iss 3 pp. 426 – 441**,
H.:2015 <http://dx.doi.org/10.1108/ITP-10-2014-0232>
- BERKUP, S. B.: 2015 “Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz” **T.C. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Doktora Tezi**, İzmir.
- BEYAZYÜZ, M., “Hasta Bedenin Ruhu”, Psikiyatri Dizisi, Ankara.
GÖKA, E.: 2011
- BİLBİL, E.K., ÇERÇİ, “Sosyal Medyada Benlik Sunumu: Facebook Üzerine Bir
M.: 2015 Analiz”, **Sosyal Medya Araştırmaları Deniz Yengin (Der.)**, İstanbul: Paloma Yayınevi (281-294).
- BİLGİÇ, H.G., “Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrimiçi Ortamların
DUMAN, D., Tasarlanmasındaki Etkileri”, **Akademik Bilişim Dergisi**,
SEFEROĞLU, S.S.: Sayı: 2, No: 4, 1-7.
2011
- BOZ, N.: 2012 “Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu”, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul:

- BRAYNE, S.: 2017 “Big Data Surveillance: The Case of Policing”, **American Sociological Review** 2017, Vol. 82(5), DOI: 10.1177/0003122417725865, 977 –1008, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0003122417725865>, Erişim: 17.10.2019.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., AKGÜN, Ö.E., ÖZKAHVECİ, Ö., DEMİREL, F.: 2004 “Güdülenme ve Öğrenme Stratejileri Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri**, (4)2, 207-239.
- BÜYÜKŞENER, E.: 2009 “Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış” **XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı**, <https://www.seokursu.com.tr/turkiyede-sosyal-aglarin-yeri.pdf>, (Erişim Tarihi 15.11.2019)
- CANPOLAT, N.: 2005 “Bilginin Arkeoloğu Michel Foucault” **Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar (ED.) Nurdoğan Rigel**, İstanbul: Su Yayınevi, (75-130).
- CASR.: 2013 “Report on Privacy Awareness Survey Facebook Users”, **Hong Kong Baptist University**, Centre for the Advancement of Social Sciences Research, China.

- CASTELLS, M.: 2006 “Enformasyon Çağı, Ekonomi, Toplum ve Kültür-Kimliğin Gücü” Ebru Kılıç (Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CASTELLS, M.: 2008 “Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt I-Ağ Toplumunun Yükselişi”, Ebru Kılıç (Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- COLOMİNA, B.: 2011 “Mahremiyet ve Kurumsallık-Kitle İletişim Araçları Olarak Modern Mimari”, İstanbul: Metis Yayınları.
- ÇAKIR, A.: 2014 “Faktör Analizi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı İşletme Doktora Programı, S.5**
- ÇAKIR, M.: 2017 “Sosyal Medya ve Gösteri”, **Sosyal Medya Araştırmaları-1: Sosyalleşen Birey Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.)**, Konya: Çizgi Kitabevi, 11-68.
- ÇELİK, H.: 2010 “Küreselleşme Sürecinde Kimlik Tartışmaları ve Medyanın Rolü: Kosova Örneği”, **İstanbul Arel Üniversitesi Yayınları, 3(7)**, 21-44.
- ÇOBAN, B.: 2014 “Yeni Panoptikon Gözü İktidarı ve Facebook”, **Sosyal Medya Devrimi (Haz.) Barış Çoban**, İstanbul: Su Yayınevi, 303-319.
- ÇOBAN, B.: 2019 “Sosyal Medya Kullanımı İle Değişen Mahremiyet

Algısı: Youtube Üzerine Bir İnceleme” **T.C. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Bilişim Teknolojileri Anabilim Dalı Görsel İletişim Tasarımı ve Reklamcılık Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Kocaeli.

DEDEOĞLU, A.Ö., “Bir İktidar Alanı Olarak Çevrimiçi Gözetleme Ve Tüketici Tutumları”, **UIİİD-IJEAS, 2017 (16. UİK Özel Sayısı):253-272, ISSN 1307-9832.**

DİLLARD, T. E.: 2011 “Privacy and Security Implications of Undergraduate Students Using Facebook: A Quantitative Examination”, **Capella University, Philosophy, Doctorate Thesis, America.**

DİLMAÇ, B., EKŞİ, H.: 2008 “Meslek Yüksek Okullarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Yaşam Doyumları ve Benlik Saygılarının İncelenmesi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (20), 279-289).**

DİLMEN, N.E.: 2012 “Sosyal Paylaşım Ağlarının Reklam ve Pazarlama Disiplinleri İçerisinde Kullanımı”, **“Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji”, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, (129-154).**

DOĞAN, N. , “İstatistik Tutum Ölçeği İçin Uygulanan Faktör Analizi

- BAŞOKÇU, T. O.: 2010 ve Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçlarının Karşılaştırılması”, **Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi**, 1(2), 65
- DOLGUN, U.: 2015 “Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu”, İstanbul: Ötüken Yayınları.
- DURSUN, Ö.Ö., BARUT, E.: 2016 “Sosyal Medyanın Yeni Sorunsalı: Sanal Kimlikler”, **Eğitimde Teknoloji Okumaları**, 2016, Edition: 1, 535-552, https://www.researchgate.net/publication/313919196_Sosyal_Medyanin_Yeni_Sorunsali_Sanal_Kimlikler, Erişim: 15.10.2019.
- ELLİSON, N.B.: 2012 “Social Network Sites: Definition, History and Scholarship”, **School of Information University of California**, Berkeley, 6(1), 1-23, doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- ENGİN, Y.: 2015 “Sosyal Medya Kullanıcılarında Dijital Kimlik Olgusu ve Toplumsal Olaylar Bağlamında İncelenmesi” T.C. **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul.
- ERDOĞAN, M.: 2020 “Sosyal Medyada Gözetimin İçselleştirilmesi: İletişim Disiplini Alanındaki Lisansüstü Öğrenciler Üzerine Nitel

Bir Araştırma”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)**, 8 (1), 244-275, DOI: 10.19145/e-gifder.671276

ERİNCİK, S.: 2011 “Kimlik ve Çokkültürlülük Sorunu”, **Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 52(2), 219-241.

ERKAN, E.: 2013 “Postmodern Dönemde Ontolojik Anlam Aracı Olarak Dini Kimlik”, **International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic**, 8(8), 1825-1837.

ERKUŞ, A.: 2014 “Psikolojide Ölçme ve Ölçek Geliştirme-1: Temel Kavramlar ve İşlemler”, Ankara: Pegem Akademi.

EROL, N.: 2001 “Kültürel Bir Kimlik Olarak Delikanlılığın Yükselişi”, **Doğu Batı**, sayı 15, 132.

ERSANLI, K.: 1996 “Benliğin Gelişimi ve Görevleri”, Samsun: Eser Ofset.

ERTÜRK, Y.D.: 2017 “Davranışlarımız ve Biz: Sosyal Psikoloji Bakış Açısıyla Kalabalıklar İçinde Ben Olmak”, İstanbul: Pozitif Yayınları.

ESGİN, M.S.: 2015 “Web Teknolojileri Dünyasında Yeni Trendler”, **Sosyal Medya Madenciliği Arzu Baloğlu (Ed.)** İstanbul: Beta, 5-17.

EŞİTTİ, Ş.: 2013 “Gözetim Toplumunda Sinoptikon Ve Sosyal Medya”,

**T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Gazetecilik Ana Bilim Dalı Genel Gazetecilik Bilim
Dalı, İstanbul.**

FOUCAULT, M.: 2017 “Hapishanenin Doğuşu”, (Çev.) **Mehmet Ali Kılıçbay**, Ankara: İmge.

FUCHS, C.: 2011 “Web 2.0, Prosumption, and Surveillance”, **Surveillance & Society** 8(3), ISSN: 1477-7487, 288-309, <http://www.surveillance-and-society.org>, Erişim: 20.12.2019.

FUCHS, C.: 2016 “Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş”, (Çev.) **Diğer Saraçoğlu ve İlker Kalaycı**, Ankara, Notabene Yayınları.

GEORGE, D., “SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0update (10a ed.)”, Boston: Pearson.

GIDDENS, A.: 1994 “Mahremiyetin Dönüşümü”, (Çev.) İdris Şahin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

GİMİS, K.A.M., “Self Presentation Process in Health Damaging Behavior”, **Journal of Applied Sport Psychology**, 16(1), 59-74.

GİRGİN, Ü.H.: 2018 “Gelenekten Postmoderne Kimlik İnşa Süreci ve Yeni Medya: Facebook Örneği”, **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi**, 3 (5), 202-230,

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader/issue/36855/408024>,

Erişim: 25.11.2019.

GOFFMAN, E.: 2009 “Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu”, B.Cezar (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

GÖÇMEN, T. L.: 2018 “Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması”, **T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı Doktora Tezi**, Konya.

GÖRENLİ, G., “Sosyal Medya Bir Alan Çalışması Olarak Facebook”, HÜRMERİÇ, P.: 2012 “**Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji**”, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, (215-245).

GROSS, R., “Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook Case). Pre-proceedings Version”, **ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society (WPES)**, p. 71-80.

GÜCÜYENER, M.: 2011 “Panoptik Gözetimden Sinoptisizme Gözetim Toplumu”, **T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Afyonkarahisar.

GÜÇDEMİR, Y.: 2015 “Sanal Ortamda İletişim: Bir Halkla İlişkiler Perspektifi”, İstanbul: Derin Yayınları.

- GÜÇDEMİR, Y.: 2017 “Sosyal Medya (Halkla İlişkiler, Reklam ve Pazarlama)”, İstanbul: Derin Yayınları.
- GÜNDÜZ, U: 2013 “Toplumsal Hareketler, Sivil Toplum Örgütleri ve Sosyal Medya Yansımaları”, **Ali Büyükarıslan ve A. Murat Kırık (Ed.) Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey**, Konya, Çizgi Yayınları, 133-154.
- GÜNDÜZ, U., ENGİN, Y.: 2016 “Sosyal Medya ve Dijital Kimlik Olgusu”, **Gözetlenen Toplumdan Gözetlenen Bireye Sosyal Medya Araştırmaları-3 Ali Büyükarıslan ve Ali Murat Kırık (Ed.)**, Konya: Çizgi Kitabevi, 43-60.
- GÜNEY, S.: 2017 “Sosyal Psikoloji”, Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- GÜVEN, S. K.: 2011 “Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti”, **Medya Mehrem; Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (Ed.) Hüseyin Köse**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 173-199).
- HEKİMOĞLU, H.: 2019 “Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği”, **T.C. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Kayseri.
- HİDİROĞLU, İ.: 2019 “Ana-Akım Filmlerde Gözetim Olgusunun Temsili”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 23 (3) , 1407-1426, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/837726>,

Erişim: 08.02.2020.

HINTZ, A., DENCİK, “DigitalCitizenshipandSurveillanceSociety”,
L., WAHL- **International Journal of Communication** 11(2017),
JORGENSEN, K.: 2017 1932–8036/20170005, 731–739.

<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/5521/1929>, Erişim: 29.11.2019.

HOY, M. G., MİLNE, “Gender Differences in Privacy Related Measures for
G.: 2010 Young Adult Facebook Users”, **Journal of Interactive Advertising**, 10 (2), 28-45.

HÜLÜR, A.B.: 2017 “ErvingGoffman Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu”,
Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 2(4).

İNANÇ, V.: T.Y. “Tik Tok Nedir? Zararlı mı?”, (Çevrimiçi) <https://www.mediaclick.com.tr/blog/tik-tok-ugulamasi>, Erişim: 23.12.2019.

İŞLEK, M.S.: 2012 “Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri:
Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir
Araştırma”, **T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Karaman.

JOHARI PENCERESİ: “Johari Penceresi”, (Çevrimiçi) <https://kpssokrat.wordpress.com/2012/02/08/johari-penceresi/>,
2012 Erişim: 15.12.2019.

KADIOĞLU, Z.K.: “Bilgi ve İletişim Teknolojileri Çağında Yeni Nesil Tüketim Algısı ve Türkiye”, **Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji** Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, 155-170.

KADIVAR, J.: 2018 “Sosyal ve Mobil Ağlarda Hükümet Gözetimi ve Karşı Gözetim: İran Örneği” **Panoptikon 2.0 Alternatif Medya ve Karşı Gözetim (Der.) Barış Çoban ve Bora Ataman**, İstanbul: Kafka, 214-226.

KALAMAN, S.: 2016 “Sosyokültürel, Ekonomik ve Siyasi Boyutlarıyla Yeni Medyada Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Örneği”, **Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo ve Televizyon Sinema Anabilim Dalı, Doktora Tezi**, İzmir.

KALAMAN, S.: 2017 “Yeni Medyada Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Örneği”, **Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi**, 14, 1-31.

KAPLAN, İ.: 2017 “Üniversite öğrencisi sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algısı [Privacy perception of university students on social media]”, **Master’s thesis, Anadolu University**, Eskişehir:
[https:// tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi)

KARA, T.: 2012 “Sosyal Medya Kobiler İçin Bir Fırsat Mı? Facebook ve LinkedIn Üzerinden Bir İnceleme”, **“Sosyal Medya,**

Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji”, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, (113-128).

KARA, U. Y.: 2014 “Kimlik Oyunu: Video Oyunları, Yeni Medya ve Kimlik”, İstanbul: İletişim Yayınları.

KARA, T.: 2015 “Ello: Kapitalist Çağın Mahremiyet Tehdidine Yeni Bir Alternatif Mi?”, **Sosyal Medya Araştırmaları Deniz Yengin (Der.)**, İstanbul: Paloma Yayınevi, (s.469-491).

KARABOĞA, M. T.: 2018 “Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri”, **Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 2018; 14(3): 912-936, DOI: 10.17860/mersinefd.475515

KARABULUT, B.: 2015 “Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 21**, 11-23, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/411659>, Erişim: 06. 12.2019.

KARAKAYA, A.: 2014 “Yeni İletişim Ortamları ile Sömürgeciliğin Dönüşümü: Gözetim Olgusu ve Bireylerin Farkındalık ve Teslimiyetleri Üzerine Bir Araştırma”, **Marmara Üniversitesi, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul.

- KARAOĞLU, G.: 2010 “Kamusal ve Özel Alan Ekseninde Medya ve Mahremiyet”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Erzurum.
- KAYA, A.: 2017 “Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook”, **Sosyalleşen Birey Sosyal Medya Araştırmaları-1 Ali Büyükaslan, Ali Murak Kırık (Ed.)**, Konya: Çizgi Kitabevi.
- KETE, N.: 2011 “Yoksulluk, Mahremiyet ve Ölüm İlişisini Medya Üzerinden Okumak”, **Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan (Ed.) Hüseyin Köse**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 61-84.
- KIRIK, A.M.: 2017 “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, **Sosyalleşen Birey, Sosyal Medya Araştırmaları-1 Ali Büyükaslan ve Ali Murak Kırık (Ed.)**, Konya: Çizgi Kitabevi, 69-102.
- KIRBY, A.: 2009 “Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture”, **TheContinuum International Publishing Group**, London.
- KODAK, D.: 2016 “DüşünselModernite Ekseninde Mahremiyetin Dönüşümü: Medya Perspektifinden Kuşaklararası Farklar”, **T.C. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı İletişim**

Bilimleri Doktora Programı Doktora Tezi, İstanbul.

- KOKOLAKİS,S.: 2015 “PrivacyAttitudesAndPrivacyBehavior: A Review Of CurrentResearch On ThePrivacyParadoxPhenomenon”, **Computers& Security(2015)**,<http://dx.doi.org/doi:10.1016/j.cose.2015.07.002>, 1-29, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167404815001017>, Erişim: 16.12.2019.
- KURT, G.: 2015 “Sosyal Medya ve Dijital Diplomasi: Dijital Kamusal Alanda Zaman ve Mekân Sıkışması”, **Sosyal Medya Araştırmaları, (Der.) Deniz Yengin**, İstanbul: Paloma Yayınevi, 331-355.
- KUŞ, O.: 2016 “İçerik Pazarlama”, İstanbul: Pales Yayınları.
- KUYUCU, M.: 2015 “Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye’deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı”, **Sosyalleşen Olgular, Sosyal Medya Araştırmaları-2 (Ed.) Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık**, Konya: Çizgi Kitabevi, 21-54.
- KÜÇÜK, B.: 2015 “Yeni Medya, İhtiyaçlar ve Yeni Görsel Kimlik Sunumu Olarak Dijital Portfolyolar: Behance.Net” **Sosyal Medya Araştırmaları Deniz Yengin (Der.)** İstanbul: Paloma Yayınevi, (s.57-79).
- KÜTÜKOĞLU, E.: 2019 “Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerinde Bir Araştırma”, **Erciyes**

**Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim
Bilimleri Anabilim Dalı İletişim Bilimleri Dalı,
Doktora Tezi, Mart 2019, Kayseri**

- LEARY, M.R.: 1996 “Self- Presentation, İmpression, Management and Interpersonal Behavior”, Boulder CO: Westview.
- LYON, D.: 2006 “Gözetlenen Toplum”, (Çev.) Gözde Soykan, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- LYON, D.: 2015 “The Snowden Stakes: Challenges for Understanding Surveillance Today”, **Surveillance & Society** 13(2), 139-152. <http://www.surveillance-and-society.org>, Erişim: 7.12.2019.
- MACNISH, K.: 2014 “Just Surveillance: Towards a Normative Theory of Surveillance”, **Surveillance & Society** 12(1), 142-153, <http://www.surveillance-and-society.org>, Erişim: 03.10.2019.
- MANOKHA, I.: 2018 “Surveillance, Panopticism, and Self-Discipline in the Digital Age.” **Surveillance & Society** 16(2):. <https://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/index> | ISSN: 1477-7487, 219-237
- MARTIN, J.: 2012 “Second Life Surveillance: Power to the People or Virtual Surveillance Society?” **Surveillance & Society** 9(4), 408-423, <http://www.surveillance-and-society.org>, Erişim:

20.11.2019.

MARX, G.T.: 2018 “Ayakkabıdaki Çivi: Yeni Gözetime Direnme ve Onu Etkisizleştirme” **Panoptikon 2.0 Alternatif Medya ve Karşı Gözetim (Der.) Barış Çoban ve Bora Ataman,** İstanbul: Kafka, 17-47.

MORVA, O.: 2016 “Ben, Kendim ve Dijital Benliğim: Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine”, **Dijital-Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler (Haz.) Nilüfer Timisi,** İstanbul, Kalkedon Yayınları, 41-63.

NIEDZVIECKI, H.: 2019 “Dikizleme Günlüğü”, **(Çev.) Gökçe Gündüç,** İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

NOSKO, A., WOOD, E., MOLEMA, S.: 2010 “All About Me: Disclosure in Online Social Networking Profiles: The Case of Facebook”, **Computers in Human Behavior,** Vol: 26, No: 3, p. 406-418.

OTRAR, M., ARGİN, F.S.: 2014 “Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi”, **Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 3(3),** 1-13, ISSN: 2146-9199. <http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/01.otrar.pdf>

ÖRMECİ, O.: 2013 “Edward Snowden Olayı”, <http://politikaakademisi.org/2013/06/28/edward-snowden-olayi/>, Erişim: 15.11.2019.

- ÖZBEK, C.: 2014 “Sosyal Medya ve Kimlik Arayışları”, <http://akademikperspektif.com/2014/05/14/sosyal-medya-ve-kimlik-arayislar/> .
- ÖZDAMAR, K.: 1999 “Paket Program ile İstatistiksel Veri Analizi”, Kaan Kitabevi, 2.
- ÖZDAMAR, K.: 2004 “Tabloların Oluşturulması, Güvenirlik ve Soru Analizi. Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi-1”, (5th ed.), Eskişehir: Kaan Kitabevi; p.201-50, 621.
- ÖZEL, A.P.: 2011 “Sosyal Medya ve Güven: Hükümet, Sivil Toplum Örgütleri ve Ticari Kuruluşlara Yönelik Ampirik Bir Araştırma”, **AcademicJournal of Information Technology**, 7(2), 1-31.
- ÖZEL, A.P., SERT, N.Y.: 2014 “Dijital Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar: Türkiye’nin En Büyük 500 Şirketi Üzerine Bir Araştırma”, **Global Media Journal TR Edition**, 5(9), 303-321.
- ÖZGEN, E.: 2012 “Sosyal Medya ve Halkla İlişkilerde Değişen Medya Anlayışı” “**Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ toplumu, Teknoloji**”, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, 9-20
- ÖZKAN, N.P.: 2013 “Sosyal Ağ Kullanıcılarının E- Sosyalleşme Sürecindeki

Kimlik Yapılandırma Süreçleri”, **II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design**, pp. 386-391.

DOI: <https://doi.org/10.14527/pegegog.2017.010>

ÖZDEMİR, Z.: 2015 “Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı”, **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2015 Bahar 2(1), 112-131.

ÖZTÜRK, A.: 2015 “Yeni Medya Araçlarının Mahremiyet Algısındaki Dönüşüme Etkisi” **T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya.

PELTEKOĞLU F.B.: 2012 “Sosyal Medya Sosyal Değişim” **“Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji”**, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, 3-8.

PRESTON, P.W.: 1997 “Political, Cultural Identity: Citizens and Nations in Global Era”, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publishing.

SARI, Ö.: 2012 “Türkiye’de Facebook Kullanıcıların Mahremiyet Algısı ve Kimlik İnşası Üzerine Bir Çalışma”, **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi**, Ankara.

- SEÇER, İ.: 2015 “Spss ve Lisrel ile Pratik Veri Analizi”, 2. Baskı. ss: 28, Anı Yayıncılık, Ankara.
- SENNET, R.: 2016 “Kamusal İnsanın Çöküşü”, (Çev.) Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SMİTH, H.J., “Information Privacy: Measuring Individuals’ Concerns About Organizational Practices”, **MIS Quarterly** (20:2), pp 167-196.
- MİLBERG, J.S., BURKE, J.S.: 1996, “Using multivariate statistics”, Sixth Ed. Boston: Pearson FİDELL. L.S.:2013.
- TOKGÖZ ŞAHANOĞLU, C.: 2018 “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Konum Paylaşım Motivasyonları: Foursquare ve Swarm Üzerine Nitel Bir Araştırma”, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi** , (29) , 257-278 , DOI: 10.16878/gsuilet.500315
- TOKER, E.: 2016 “Gözetim Toplumu Üzerine; Yüzünde Göz İzi Var.” **TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası İstanbul Şubesi Bülteni**, Ağustos, 2016, http://www.emo.org.tr/ekler/53d20c2c209061b_ek.pdf?dergi=1047
- TUĞRAN, F.E.: 2016 “Dijital Yerlilerin Siber-Uzamda Çoklu Kimlik Kullanımı ve Oyun Oynama Pratikleri” **Orta Karadeniz**

İletişim Çalışmaları Dergisi 1 (1), 8-18,
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/mbsjcs/issue/19484/207681>
, Erişim: 23.01.2020.

TURNER, J.C.: 1982 “Towards a CognitiveRedefination of theSocialGroup”,
Social Identity andIntergroupRelations. (Der.) H. Tajfel.London, HarvesterWheatSteaf.

TÜİK, 2019 “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım
Araştırması, 2019”,
(Çevrimiçi)<http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, Erişim:25.06.2020.

TÜRKMENOĞLU, H.: 2014 “Teknoloji ve Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği
Olarak Instagram” **UlakBilge, 2(4), (87-100)** Doi:
10.7816/ulakbilge-02-04-07.

TUTGUN-ÜNAL, A., DENİZ, L.: 2020 “Sosyal Medya Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım
Seviyeleri ve Tercihleri”, **Uluslararası Toplum
Araştırmaları Dergisi OPUS, Yıl:10, Cilt:15, Sayı:22,**
Şubat, 2020. DOI: 10.26466/opus.626283
<http://opusjournal.net>)

URALTAŞ, N.T., BAHADIRLI, L.S.: 2012 “Elektronik Parakendecilik ve Bir Reklam Mecrası
Olarak Sosyal Ağ Siteleri”, “**Sosyal Medya, Akademi:
İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu ve
Teknoloji**”, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul:
Beta (21-56).

- UYANIK, F.: 2009 “Slavoj Žižek ile internetteki kurgusallık üzerine”, **BBC Türkçe**:http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100305_superguc_zizek.shtml
- UZUN, C.: 2018 “Alanya Otel İşletmelerinde İç Girişimcilik Algısı”, **Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Gaziantep.
- ÜÇER, M.: 2014 “Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna Ev’in Kamusal’a Dönüşümü” **T.C. Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**, Mardin.
- ÜNAL, S.: 2017 “Kişilerarası Gönüllü Dijital Gözetim ve Gençlik: Gündelik İlişkilere Yansımaları Bağlamında Siyasal ve Dinsel Kimliklerin İfşası”, **İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi Cilt / Vol: 6, Sayı/Issue: 5**, 2546-2573.
- VURAL, Z., BAT, M.: 2010 “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, **Journal of Yasar University**, 5(20).
- VAN DİJK, J.: 2016 “**Ağ Toplumu**”, Özlem Sakin (Çev.), İstanbul: Kafka-Epsilon Yayıncılık.
- WINTLE, M.: 1996 “Introduction: Cultural Diversity and Identity In Europe”,

Culturaland Identity in Europe: Perception, of DivergenceandUnity in Post andPresent, Avebury:
Ahsgate Publishing Ltd.

WOLLENHAUPT, J.: “What is digimodernism?”,
2018 [https://jonwollenhauptphotography.com/what-is-](https://jonwollenhauptphotography.com/what-is-digimodernism/)

[digimodernism/](https://jonwollenhauptphotography.com/what-is-digimodernism/), Erişim: 01.02.2010.

YAşLIOĞLU, M. M.: “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik:
2017 Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin
Kullanılması”, İstanbul Üniversitesi

YAZICI, F.: 2019 “Dijimodern Çağda Yalnızlaşan Birey Eleştirisi: Lipton
Reklam Filmi Üzerine Bir İnceleme” **Erciyes İletişim
Dergisi 6 (2), 863-880, Doi:**
10.17680/ercitesiletisim.572321,
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/756776>,
Erişim: 19.12.2019.

YAVUZ, C.: 2019 “Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medyada Benliğin
Sunumu: Instagram Örneği”, **T.C. Marmara
Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler
Anabilim Dalı Kişilerarası İletişim Bilim Dalı, Yüksek
Lisans Tezi, İstanbul.**

YENİÇIKTI, N.T.: 2016 “Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya
Kullanan 50 şirket Üzerine Bir Araştırma” **Selçuk**

Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 9(2).
doi: 10.18094/si.84410.

- YILDIRIM, A.: 2012 “Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması”, **“Sosyal Medya, Akademi: İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji”**, Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), İstanbul: Beta, (243-266).
- YILDIZ, A.K.: 2012 “Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerliler, Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi”, **Bilgi Dosyası**, Sayı 13, No 2, (s.529-542).
- YILMAZ, S.: 2011 “Her İletişim Bir Mahremiyet İhlâlidir ve Her Mahremiyet İhlâlinin Bir Haber Değeri Vardır”, **Medya Mahrem; Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (Ed.) Hüseyin Köse**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 129-149.
- XU, H., DİNEV, T., SMİTH, H.J., HART, P.: 2008 "Examining the Formation of Individual's Privacy Concerns: Toward an Integrative View", **International Conference on Information Systems (ICIS) 2008 Proceedings, Paper 6**, <http://aisel.aisnet.org/icis2008/6>
- ZARARSIZ, Ö.F.: 2017 “Gelenekselliğin ve Modernizmin Etkisinde Sosyal Medyada Kimlik İnşası ve Üstlenilen Roller: Erdoğan Örneği”, **Harsiyât- İlmî ve İçtimaî Araştırmalar Dergisi, Hakemli, Elektronik, Süreli Dergi, Cilt: 1, Sayı: 2, Kış 2017, E-ISSN: 0106000, www.harsiyat.com**.

ZENGİN, M., ZENGİN, “Sosyal Medya Ve Değişen Mahremiyet "Facebook G., ALTUNBAŞ, H.: Mahremiyeti", **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 112–136
2015

ZEYBEK, I.: 2012 İnternet Mucizesi Olarak Yaşam Alanı Bulan Sanal Benliklerin Önlenemez Yükselişi”, **Deniz Yengin (Ed.) Yeni Medya Ve...**, İstanbul: Anahtar Kitaplar, (S.276-290).

ZHANG, Y.: 2014 “A Cross-Site Study of User Behavior And Privacy Perception in Social Networks”, **Purdue University, Science, Master Thesis**, America.

ZHAO, X.: 2012 “Why We Disclose Differently: How Social Networking Site Affordances Affect Privacy Concerns And Disclosure Practices in Cross-Cultural Contexts”, **Purdue University, Arts, Master Thesis**, America.

EKLER

ARAŞTIRMA ANKETİ

SOSYAL MEDYADA DİJİTAL KİMLİK İNŞASINDA GÖZETİM TOPLUMUNUN ETKİSİ

Değerli Katılımcı,

T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yeni Medya ve İletişim Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programı'nda Prof. Dr. Yeşim GÜÇDEMİR danışmanlığında yürütülen bu araştırma, katılımcıların sosyal medyada dijital kimlik inşası sürecinde gözetim toplumunun etkilerini tespit etmek amacıyla yapılmaktadır. Anketi doldururken vereceğiniz doğru ve samimi cevaplar, çalışmanın daha güvenilir olmasını ve analizde daha doğru sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Vereceğiniz cevaplar kesinlikle saklı kalacak ve başka hiçbir amaç için kullanılmayacaktır.

Vakit ayırdığınız ve bilimsel çalışmaya katkı sağladığınız için teşekkür ederim.

Merve YILDIZ

S.1: Aşağıdaki sosyal medya ağlarından herhangi birini kullanıyor musunuz?

(Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube, LinkedIn, Tumblr, TikTok, Snapchat, Pinterest)

1. Evet
2. Hayır (Anketi Sonlandır.)

Demografik Özellikler

S.2: Cinsiyet

1. Kadın 2. Erkek

S.3. Yaşınız

- a. 18-24 b. 25-31 c. 32-38 d. 39-45 e. 46-52 f. 53-59
g. 60+

S.4. Eğitim Durumunuz

- a. İlköğretim b. Ortaöğretim c. Lise d. Önlisans
e. Lisans f. Yüksek lisans-Doktora g. Okuryazar h. Okuryazar değil

S.5 Mesleğiniz nedir?

- a. İşsiz b. Öğrenci c. Özel sektör çalışanı d. Kamu Çalışanı e.
Emekli
f. Diğer

S.6 Gelir durumunuz nedir?

- a. 0-1000 b. 1001-2000 c. 2001-3000 d. 3001-4000 e. 4001-
5000
g. 5001+

S.7 Medeni durumunuz nedir?

- a. Evli b. Bekar c. Diğer

S.8 Sosyal medyayı ne sıklıkla kullanırsınız?

a. Hiçbir zaman **b.** Nadiren **c.** Bazen **d.** Sık Sık **e.** Her zaman

S.9 Gündelik yaşamınızda hangi sosyal medya ağlarını tercih ediyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Facebook					
Twitter					
Instagram					
Youtube					
LinkedIn					
TikTok					
Pinterest					
Whatsapp					
Tumblr					
Snapchat					

S.10 Günde ortalama kaç saatinizi bu mecralarda geçiriyorsunuz?

a. 1 saatten az **b.** 1-3 saat **c.** 3-6 saat **d.** 6-9 saat **e.** 10 saat +

S.11 Yaşam pratikleriniz içinde sosyal medyayı en çok hangi amaç doğrultusunda kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- a.** Hayatımızı kolaylaştırdığı için
- b.** İletilmek istenilen mesajı geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaştırdığı için
- c.** İki yönlü ve anında iletişim imkânı sunduğu için
- d.** Hemen hemen toplumun her kesiminde yaygınlaştığı için
- e.** Ücretsiz olduğu ve iletişimdeki maliyeti düşürdüğü için

- f. Araçsal teknolojilere imkân sağladığı için (arkadaşlar ve çevre ile iletişim kurma, eğitim, araştırma, ödev yapma vb.)
- g. Tüketim ortamlarına kolay ulaşım sağladığı için (alışveriş, e-ticaret, oyun vb.)
- h. Yeni eğlence ve haz aracı olarak gördüğüm için (yeni insanlarla tanışmak, arkadaşlarımı takip etmek, gündemde olup bitenler ve etkinliklerden haberdar olmak için vb.)
- j. Diğer

S.12 Hangi tür paylaşımlara daha sık yer veriyorsunuz? (Birden fazla seçeneği, kullanma sıklığı derecesine göre işaretleyebilirsiniz)

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Fotoğraf					
Video					
Haber içeriği					
Paylaşma içgüdünüzü harekete geçiren içerikler (mizahi, duygusal, ortak değer yaratan)					
Konum Bilgisi					
Diğer					

S.13 Sosyal medya ortamlarında varlık gösterirken kimliğiniz ve benliğinizde değişim oluyor mu?

- a.Evet. Kendimi olmak istediğim gibi yansıtıyorum
- b.Hayır. Kendimi olduğum gibi yansıtıyorum.

c. Duruma ve mecraya göre değişiyor.

Mahremiyet Algısı

S.14 Sosyal medya ağlarında yer verilen bilgiler (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- a. Gerçek ad
- b. Doğum tarihi
- c. Yaşanılan yer
- d. Eğitim durumu
- e. İlişki durumu
- f. Yapılan iş
- g. Memleket
- h. Diğer

S.16 Sosyal medyada size sunulan kullanım şartları ve gizlilik politikasını okur musunuz?

- a. Evet
- b. Hayır
- c. Hatırlamıyorum

S.17 Sosyal medya ağlarında gizlilik ayarlarını yapar mısınız?

- a. Evet
- b. Hayır
- c. nemsemiyorum

S.17 Gizlilik İle İlgili Endişeler

	Kesinlikle Katılmıyor um	Katılmıyor um	Kararsız m	Katılıyorm	Kesinlikle Katılıyorm
Sosyal medya siteleri kişisel bilgilerimi istediğinde bu durum beni rahatsız ediyor.					

Sosyal medya sitelerinin benim hakkımda çok fazla kişisel bilgi toplamamasından endişe ediyorum.					
Sosyal medyada yetkisiz kişilerin kişisel bilgilerime erişebileceğinden endişeliyim Sosyal medya sitelerinin kişisel bilgilerimi doğru olmayan bir şekilde tutabileceğinden endişe duyuyorum.					
Sosyal medya sitelerine bilgi gönderme konusunda endişeliyim.					

S.18 Gizlilik Kontrolü

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Sosyal medya					

siteleri tarafından toplanan kişisel bilgilerime kimlerin erişebileceği ni kontrol edebileceği me inaniyorum.					
Sosyal medya siteleri tarafından hangi kişisel bilgilerin yayınlandığı üzerinde kontrolüm olduğunu düşünüyoru m.					
Kişisel bilgilerin Sosyal medya siteleri tarafından nasıl kullanıldığı konusunda kontrolüm olduğuna inaniyorum.					
Sosyal medya sitelerine verilen kişisel bilgilerimi					

kontrol edebileceğime inanıyorum.					
-----------------------------------	--	--	--	--	--

S.19 Kişisel Mahremiyetin Sınırları (Mahremiyetin İfşası)

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Sosyal Medya Ağlarına kişisel bilgilerimin çoğunu koyuyorum.					
Sosyal Medya Ağlarında bazen yakın çevremdeki kişilerle (eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım,ailem) ilgili olumlu veya olumsuz görüşlerimi paylaşıyorum.					
Sosyal Medya Ağlarında bazen yeni kişilerle tanışıp arkadaş oluyorum.					
Sosyal Medya Ağlarına denizde veya havuzda çekilmiş olduğum fotoğrafları koymakta sakınca görmüyorum					
Bazen evde çekilmiş olduğum fotoğrafları veya videoları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum					
Önemli anlarıma ait fotoğrafları, videoları ya da yazıları sosyal medya ağlarında paylaşıyorum					

S.20 Gözetimin Farkındalığı Düzeyleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Sosyal medya ağlarındaki kişisel bilgilerime ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum.					
Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarını yaptığım zaman arkadaşlarım dışında kimsenin beni izleyemeyeceğini düşünüyorum.					
Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça devlet tarafından sosyal medya ağları aracılığıyla gözetlenmeyeceğimi düşünüyorum.					
Sosyal medya ağlarındaki					

bilgilerimin benim haberim olmadan devlet ve şirketler tarafından ele geçirilip depolanmayacağını düşünüyorum.					
Ticari şirketlerin sosyal medya ağlarındaki bilgilerine benim iznim olmadan ulaşamayacağını düşünüyorum.					

S.21 Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı Düzeyleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Sosyal medya ağlarının arkadaşlarımla güvenli bir şekilde iletişim kurmamı					

sağlayan bir ortam olduğunu düşünüyorum.					
Sosyal medya ağlarındaki gizlilik ayarlarının doğru ve eksiksiz yapılması durumunda kişisel verilerin tamamen korunabileceğini düşünüyorum.					
Sosyal medya ağları tarafından korunacağını bildiğim için gönül rahatlığıyla bu ağlarda fotoğraf, yazı veya video yüklüyorum.					
Sosyal medya ağlarının benim mahrem hayatım için bir tehlike olmayacağını düşünüyorum.					

Sosyal medya ağlarının benim kişisel bilgilerimi koruduğunu düşünüyorum.					
--	--	--	--	--	--

