



MAHREMİYET OLGUSU VE SOSYAL MEDYADA MAHREMİYETİN SERÜVENİ THE PHENOMENON OF PRIVACY AND THE ADVENTURE OF PRIVACY IN SOCIAL MEDIA

Seçil UTMA*

Öz

Günümüz toplumlarında iletişim biçiminin geleneksel medya araçlarından, sosyal medya platformlarına doğru yön değiştirdiği görülmektedir. Gelişen iletişim teknolojileri içerisinde sosyal ağlar önemli yer tutmaktadır. İnternet, sosyal ağlar, bugün hayatın ta kendisi, toplumun gerçek bir mekanı haline gelmiş durumdadır. Yaşanan bu değişim mahremiyet ve özel hayatın gizliliği konusunda bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir. Mahremiyet kavramı geçmişten günümüze tartışılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve yaygınlığının artması sonucu olarak, mahremiyete yüklenen anlamlarda hızlı bir şekilde değişme görülmektedir. Mahremiyet; gizli olmayı, bir kimsenin kendine özgü bilgilerini, duyulması ve bilinmesi istenmeyen, herkese açık olmayan hususları ifade eden bir kavramdır. Bugün toplum içine çıkılmayan haller, yüz yüze konuşulamayan konular, internet ortamında rahatlıkla ifade edilir hale gelmiştir. Yüz yüze iletişimin olmadığı sanal alemde, bireylerin tanınma ve bilinme endişesi olmadığından sohbetler ve paylaşımlar mahremiyet sınırlarını aşmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışma ile yaygınlaşan internet ve sosyal medya kullanımının bireylerin mahremiyet algıları üzerinde nasıl etkiler oluşturduğu ve mahremiyet algısının değişimine etki eden faktörler kuramsal olarak ele alınmıştır. Bireylerin mahremiyet anlayışında yaşanan dönüşümün resmi ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet, Sosyal Medya, İletişim.

Abstract

It has been seen that the way of communication in today's society has shifted from traditional media tools to social media platforms. Social networkplay an important role in developing communication technologies. The Internet, social networks, today's life itself, has become a real place in society. This change brings with it a number of problems regarding privacy and confidentiality of private life. The concept of privacy is an issue, have been discussed and debated from the past to the present. As a result of increasing extent and diversification of mass media, meanings attributed to privacy has been changing quickly. Privacy is a term states of being confidential, a person's unique information, nonpublic matters which are not wish to be heard or known. Nowadays, behaviours that cannot be displayed into society and topics cannot be talked face to face has become easily expressed on the internet. In the virtual world where there is no face-to-face communication, conversations and exchanges exceed privacy limits because individuals are not concerned about recognition and recognition. In this context, the effects of internet and social media usage on the perception of privacy and the factors affecting the change of privacy perception are theoretically addressed. The picture of the transformation of individuals in their understanding of privacy will be tried to be revealed.

Keywords: Privacy, Social Media, Communication.

GİRİŞ

İnternetin keşfi ile günümüz toplumlarında kitle iletişimin geleneksel medya araçlarından, sosyal medya platformlarına doğru yön değiştirdiği görülmektedir. Yeni medya teknolojileri, düşünceleri, eylemleri, kısacası dünyayı algılama biçimimizi kökten değiştirmiş durumdadır. Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde bir yandan birbirlerine yaklaşıırken bir yandan da gittikçe yalnızlaşan modern insanlar için medya, içinde yaşanan dünyayı kavrayıp anlamlandırmanın, toplumsal meselelerden haberdar olmanın, diğer insanlarla bağlantı kurmanın, kendi kimliğini oluşturmanın, yani bir anlamda var olmanın temel araçlarından biri hale gelmiştir.

İnternet teknolojisi içerisinde sosyal medya ve sosyal ağlar önemli yer tutmaktadır. Sosyal etkileşim ve içerik oluşturma bağlamında çeşitli teknolojik etkinliklerden oluşan bir yapı olarak ortaya çıkan sosyal ağlar, kullanıcıların çevrimiçi sosyal topluluklar içerisinde birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlamakta, aynı zamanda kullanıcıların fotoğraflarını, kişisel dosyalarını, bilgilerini internette paylaşmasına yardımcı olmaktadır. Zaman ve mekan sınırlarını ortadan kaldıran sosyal ağlarda bireyler benliklerini sunma yarışına girerek, görme, gösterme ve gözetle(n)meye dayalı yeni bir iletişim şekli edinmekte, sunun sonucunda da mahremiyet algılarının dönüşüme uğradığı görülmektedir.

* Dr. Öğr. Gör., Adnan Menderes Üniversitesi, Atça Meslek Yüksekokulu, secilut@hotmail.com



Sosyal paylaşım siteleri teknik olarak kullanım basitliği, maddi anlamda erişilebilirlikteki ucuzluğu, akıllı telefon üzerinden mobil sosyal medya uygulamaları ile bireyler arasındaki birincil ilişkilerin yerini almış durumdadır. Bireylerin sosyal paylaşım sitelerinde geçirdikleri zaman arttıkça gerçek yaşam ilişkilerini bu mecraya taşıma ve dolayısıyla gerçek yaşam örüntülerinden kopma düzeyleri de artmaktadır. Kullanıcı bazen fotoğraf paylaşarak, bazen bir gruba üye olarak, etkinlikler düzenleyerek, kim olduğunu, nasıl bir yaşam tarzı benimsediğini göstermeye çalışmaktadır. Kullanıcı kendisine ilişkin bilgileri sergileyerek bir tür toplumsal görünürlük kazanmaktadır. Kimliğin sosyal ağlar aracılığıyla inşası, mahremiyet ve gözetim gibi bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bireyler sosyal ağlardaki paylaşımlarıyla bu mecraada var olmaya ve diğer kullanıcılardan farkını ortaya koymaya çalışmaktadır. Sosyal ağ sitelerinde sıra dışı ve fenomen olmak, kendi içinde bir amaç haline gelmiş durumdadır. Bireyler "sıradan olmadıklarını kanıtlama çabası" içinde kendi "ideal" kimliklerini oluşturma çabası içine girmektedir.

Mahremiyet ya da özel alan olgusu, günümüzde insanların toplumsal yaşantılarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Mahrem alanın sınırları kültürel kavrayış içinde şekillenip belirlenmektedir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler mahremiyet kavramının da anlam ve biçim değiştirmesine yol açmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler, sosyal ve kültürel alandaki değişimler, eğitim seviyesindeki gelişmeler bu değişimde önemli rol oynamıştır.

Sosyal medyada bilginin viral olarak çok hızlı bir şekilde milyonlarca kişiye yayılabildiği göz önünde alındığında, sosyal medyanın kimi zaman fırsat, kimi zaman ise tehdit olabileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Sosyal ağ sitelerindeki paylaşımlar kullanıcıların kişisel mahremiyetini tehdit edebilmekte ve telafisi zor sonuçlara neden olabilmektedir. Kullanıcılar bu ortamda kendi mahremiyetlerini gönüllü olarak ifşa edebilmektedir. Her an her yerde herkesin paylaştığı, sürekli benliklerin reklam edildiği bir ortamda bireyin çekincelerinden birini bu ortamda artık gözetlenmek değil, göz önünde bulunmamak oluşturmaktadır. Gözden uzak olmak artık bu ortamlardan uzak olmak anlamına gelmektedir. Hem var oluş hem de paylaşım olarak dışlanan bireye ağa katılmaktan başka seçenek bırakılmamaktadır. Sadece arkadaşlarıyla iletişimde kalabilmek ve olup bitenlerden kopmayı sürdürülebilmek adına sosyal ağlarda kalmaya kendini mecbur hissedenlerin sayısı hiç de az değildir. İsteyerek ya da istemeyerek de olsa birey, artık kendini bu ortamda var etmek, elinde olanları paylaşmak, ağ üzerinden iletişimini sürdürmek ve sistemin dışında kalmamak üzere koşullanmıştır.

1.SOSYAL MEDYA İLETİŞİMİNİN ÖZELLİKLERİ

İletişim; bireyin hem kendi iç dünyasında, hem de diğer bireylerle birlikte kainatı anlamlandırma sürecinde en temel kavramlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler arasında öncelikle sözlü olarak sağlanan iletişim yazının icadıyla birlikte farklı özellikler kazanmıştır. Yazılı iletişim araçlarına tarihsel süreçte vuku bulan teknik araçlarla yeni biçimler eklenmiştir. İnternetin keşfi ile de günümüz toplumlarında kitle iletişimin geleneksel medya araçlarından, sosyal medya platformlarına doğru yön değiştirdiği görülmektedir. Yeni medya teknolojileri; düşünceleri, eylemleri, kısacası dünyayı algılama biçimimizi kökten değiştirmektedir.

Postman, toplumlarda geçerli olan iletişim biçiminin, kültürü belirlediğini söyleyerek, tarihsel süreç içinde, sözden yazıya ve basıma geçişin, sadece teknik bir gelişme olarak düşünülemediğini, her yeniliğin beraberinde yeni yaşam biçimlerini ve toplumsal ilişkileri getirdiğini belirtmektedir (Akt. Rigel vd., 2005, 275). McLuhan da "araç mesajdır" şeklindeki ünlü söylemi ile dikkatlerimizi 20. yüzyılın ortalarında kullandığımız araçlara çekmeye çalışmıştır. McLuhan, "araç mesajdır" derken mesajın ve içeriğinin hiçbir önemi olmadığını kastetmediğinin altını çizmektedir. Buna karşın, aracın hiç önemsenmemesi halinde yeni teknolojilerin insanlar üzerindeki etkilerinin anlaşılamayacağını vurgulamak istemektedir (Akt. Rigel vd., 2005, 16).

Kullanıcıları arasında yüz yüze iletişim olmaksızın paylaşım imkanı veren internet teknolojisi içinde sosyal medya ve sosyal ağlar önemli yer tutmaktadır. Sosyal etkileşim ve içerik oluşturma bağlamında çeşitli teknolojik etkinliklerden oluşan bir yapı olarak ortaya çıkan sosyal ağlar, kullanıcıların çevrimiçi sosyal topluluklar içerisinde birbirleriyle iletişim kurmalarına sağlamakta, aynı zamanda kullanıcıların fotoğraflarını, dosyalarını, kişisel çalışmalarını ve bilgilerini internette paylaşmasına ve hatta çevrimiçi organizasyonlar düzenlemesine de yardımcı olmaktadır (Deperlioglu ve Köse, 2010). İnternetin gelişim sürecinde birey, tek taraflı bir iletişim ortamında sadece bilgi alan konumunda olduğu Web 1.0 teknolojisinden, iletişimin çok yönlü olduğu ve bireyin içerik üretimine aktif olarak katıldığı Web 2.0 teknolojisine geçilmesi ile birlikte sosyal ağlar, günlük yaşamımızın en önemli iletişim aracı haline gelmiştir. Bilişim teknolojileri ile iletişim uygulamalarını bir araya getiren yeni medya, kitle iletişimine has alışıldık



üslupları tamamlayarak dijitallik, hipermetinsellik, multimedya biçimselliği, yayılım vb. farklı yapısal özellikleri ile sosyal etkileşimin içeriğinde ciddi bir değişime neden olmuştur. Bugün insanlar arasında iletişimi sağlayan yeni medya platformu sosyal ağ/paylaşım siteleridir. Yeni iletişim teknolojileri yaşama tarzlarını, algı biçimlerini değiştirmektedir. "Enformasyon toplumu" kuramının sahibi Castells, artık sanal bir âlemden, sanal bir gerçeklikten bahsedilemeyeceğini savunmaktadır (Castells, 2005). İnternet, sosyal ağlar bugün hayatın ta kendisi, toplumun gerçek bir mekânı haline gelmiş durumdadır. Günümüzde internet, geçmişte insanlar arasında var olan ancak somut bir şekilde görülemeyen bağlantıları, bilgisayar ağlarıyla oluşturulan yeni bir mekan ya da düzlemde (diğer bir deyişle siber uzayda) daha görünür kılmıştır. Sosyal ağ kavramının internetle birlikte geçirdiği değişimin son safhası da bu gün internette kullanıcı sayıları yüz milyonlarla ifade edilen sosyal ağ siteleri ya da sosyal paylaşım siteleridir.

Sosyal ağ ya da sosyal paylaşım siteleri: "Kullanıcıların kendileri ile ilgili kişisel haberleri verebileceği, arkadaş edinebileceği ya da arkadaşları ile etkileşimli bir şekilde iletişim kurabileceği, resimlerini, videolarını paylaşabilecekleri, çeşitli etkinlikler düzenleyebilecekleri web siteleri" (Eldeniz, 2010, s. 26) olarak tanımlanmaktadır. Kaplan ve Haenlein (2010, 61)'e göre sosyal medya; "Web 2.0'ın teknolojik ve ideolojik temelleri üzerine kurulan ve kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin oluşturulmasına ve paylaşılmasına imkan veren bir grup internet tabanlı uygulamadır".

İ. Sayımer (1994, s. 48) ise sosyal medyayı bireye ve bir gruba fotoğraf, video, yazılı metin gibi herhangi bir içerik üretilip kendi medyasını oluşturma ve bunu sanal dünyada paylaşma imkanı verme özellikleri esasında tanımlamaktadır. Bir başka yaklaşımla ise sosyal medya, katılımcıların online ortamlarda kendilerini ifade etme, iletişime geçme, gruplara katılma ve bu ortamlara fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma imkanı sağlayan sosyal içerikli web siteleri (Köksal ve Özdemir, 2013, s. 325) olarak tanımlanabilir. Bu tanımlar paralelinde sosyal medyanın kullanıcılara sunduğu en önemli avantajın bireysellik, kullanıcı merkezli uygulamalar ve içerik denetiminin kullanıcıların kontrolünde olduğu görülmektedir (Mavnacıoğlu, 2013, s. 306). Sosyal ağlar zaman ve mekan sınırlarını ortadan kaldırmakta, bireyler kendi ürettikleri içerikleri kolay bir şekilde mobil ağlarda yayınlama şansına kavuşabilmektedir.

Şener'e göre sosyal ağ siteleri, bir yandan kullanıcının sürekli kimlik arayışında olduğu bir alan (profil) kurarak onu bireyselleştiren, diğer yandan farklı sosyal çevrelerden arkadaşlarını bir araya getirdiği bir ağ işlevi görerek "belirsizliklerle dolu" bir dünyada yaşayan kullanıcıya bir gruba/cemaate aidiyet duygusu yaşatan, güvenli bir liman sağlayan bir iletişim aracıdır (Şener, 2010). Bu yönüyle sosyal ağ siteleri, internette insanları ortak değerler ve çıkarlar etrafında online bir araya getiren yeni bir tür cemaatin oluştuğunu söyleyen Rheingold'un 'sanal cemaatler/topluluklar' (virtual communities) kavramıyla yakından ilişkilidir.

Durmuş ve çalışma arkadaşları, yaptıkları tanımda sosyal ağ sitelerinin sanal toplulukların yerini aldığını söylemektedirler: "Sanal toplulukların gelişmiş hali olarak sosyal paylaşım siteleri; ortak ilgileri, amaçları ve hedefleri olan coğrafi ya da kurumsal sınırların dışında kişisel ve profesyonel ilişkiler geliştirmeyi sağlayan web-tabanlı gruplardır" (Durmuş vd. 2010, 21).

Günümüzde toplumsal ilişkilerin en yoğun şekilde yaşandığı yeni arkadaşlıkların edinildiği ya da mevcut arkadaşlıkların sürdürüldüğü, bilgi, beceri, beğeni gibi çeşitli paylaşımların gerçekleştiği ortam/iletişim aracı sosyal ağ siteleridir (Toprak vd., 2009). Dünyada 800 milyonu, Türkiye'de ise 31 milyonu aşan kullanıcı sayısı (http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/) en popüler sosyal ağ sitesi Facebook günümüzde en yaygın kullanılan iletişim aracı haline gelmiştir. Facebook'un kişiler arası iletişim üzerine en önemli etkileri arasında ise kişilerin bu ortamda benliklerini sunma yarışına girerek görme, gösterme ve gözetle(n)meye dayalı yeni bir iletişim şekli edinmeleri ve bunun sonucunda mahremiyet algılarının dönüşüme uğraması gösterilmektedir.

Tablet bilgisayar ve akıllı telefon kullanımının ve internet erişim imkanlarının günden güne artması bireylerin sosyal paylaşım sitelerini kullanımını kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte bireylere gerçek kimliğini gizleyerek profil oluşturma imkanı sağlayıp sahip olduğu kimlik ile değil de idealindeki kimlik ile diğer bireylerle etkileşim imkanı sağladığı için facebook, twitter vb. sosyal paylaşım siteleri yalnızlık duygularını giderici ortamlar sunmaktadır. We are social' web sitesinden Kemp (2014)'in hazırladığı istatistiğe göre dünyada 1.182 milyar Facebook kullanıcısı 232 milyon Twitter kullanıcısı mevcuttur. Yine aynı çalışmaya göre Türkiye'deki yaklaşık 35 milyon internet kullanıcısı ile birlikte sahte hesaplar dahil 36 milyon Facebook kullanıcısı, günde 2 saat 32 dakikasını sosyal medya başında harcamaktadır. İnternet kullanıcıların %45'i sosyal ağları kullanmakta ve kullanıcıların %93'ünün Facebook, %72'sinin Twitter üyeliği bulunmaktadır. İstatistiklere bakıldığında ülkemiz nüfusunun yarıya yakınının internet kullanıcısı ve



bu kullanıcıların neredeyse hepsinin en az bir sosyal ağ üyeliği olduğu görülmektedir. Belirlenen rakamlar ile sosyal ağların hayatımızın içerisine ne kadar girdiğini görebilmekteyiz.

Yeni medya araçları çok kısa bir zaman diliminde yaygınlaşarak bütün toplumsal ilişkileri köklü biçimde değiştirmiştir. Bu köklü değişimin ardında yeni medya ile geleneksel medya arasındaki fark yatmaktadır. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik, yeni medya aracı ile onu kullanan kişi arasındaki etkileşimdir. Geleneksel medya araçları (televizyon, gazete vb.) karşısında edilgin bir konumda bulunan izleyici/okuyucu yeni medya aracı ile olan ilişkisinde edilgin konumundan sıyrılarak dolaşımda bulunan ve yeniden üretilen içeriğe müdahalede bulunabilmektedir (Girgin, 2017).

Yeni medya mecralarının bu denli yoğun kullanımı kimlik oluşum süreci üzerinde bir takım olumlu/olumsuz etkilerin oluşmasına neden olmaktadır. Bireyi yaşadığı mekan ve uzamın sınırlılığından koparan ve onun yeni özgül kimlikler oluşturmasında etkili olan internet ortamı iletişimin boyutunu değiştirmiştir. Artık birey ve grup kimliğinin oluşumu sosyal meca ortamlarında gerçekleşmektedir. Kapitalizmin yeniden yapılanma sürecinde, küreselleşmenin hızlanması, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin önem kazanması interneti küresel sistemin kültürel mecrası haline getirmiştir (Karaduman, 2010, 2893). "Bu küresel mecrada teknolojilerin yaygınlaşması ile bir "network"e dönüşen mekânların" (Önür, 2007, 206) sınırları ne uzamsal ne de mekânsal olarak sınırlandırılabilen coğrafya parçaları değil, tüm bunların yerine internet ağlarından, belleklerden oluşan tekno-mekânlardır. Bu tekno-mekânlar tıpkı reel dünya gibi kendi içerisinde yeni kimlikler, yeni aidiyetler sunar. Kimliğe yeni aidiyetler sunan bu mekânlarda var olan kimlik oluşumu da bir zaman sonra tıpkı içine girdiği mekânlar gibi akışkan ve geçici bir hal almaktadır. Bu akışkan hal içerisinde kullanıcılar da istedikleri kimliğe bürünebilir. Kimlik inşasının gerçekleşmesine katkı sağlayan sosyal medya mecraları, postmodern öznenin kendisini tanımlama ihtiyacına cevap veren unsurlar olarak kullanılmaktadır. "Sosyal ağ sitelerinde, kişisel internet sayfası olan bloglarda olduğu gibi, "ben"i okuyarak, "ben"i yazarak, "ben"le bağlantıya geçerek çevrimiçi kimlikler oluşturulmaktadır" (Uzundumlu, 2015, 121). Öte yandan; "ortamın anomik yapısı çok sayıda farklı kimliğin bir anda üretilmesine, hızlı bir şekilde tüketilmesine ve yerine yenilerinin inşa edilmesine olanak vermektedir. Ayrıca siber ortamdaki genel ahlaki değerlerden uzaklık, insanların yüzlerine takabilecekleri sayısız maskeler ve "yeni kimlikler" kullanıcılara cazip gelmektedir" (aktaran Karaduman, 2010, 2893). Birey bu belirsizlik ortamında kendisini ifade etmeye çalışmakta ve oradan oraya savrulmaktadır. Kullanıcı bazen fotoğraf paylaşarak, bazen bir gruba üye olarak, etkinlikler düzenleyerek kim olduğunu nasıl bir yaşam tarzını benimsediğini ve gerçek yaşamda nasıl bir grubu temsil ettiğini göstermeye çabalamaktadır. Kimliğin elektronik ortamlarda sergilenmesi bireyselliğin yeni görünümünden biridir. Kullanıcı kendisine ilişkin bilgileri sergileyerek bir tür toplumsal görünürlük kazanmaktadır (Şener, 2010, 2). Kimliklerin bir nevi dijital içeriğe dönüştüğü yeni medya mecralarında, bireyin benlik sunumunu Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal paylaşım ağları üzerinden gerçekleştirilmesi kimlik inşasının sistemin ön gördüğü şekilde gerçekleştiğini doğrulamaktadır. Bu ortamda kimlik her an değişebilir ve yeniden inşa edilebilir bir hale gelmektedir. Kendine özgü bir kültürel dünya yaratan söz konusu bu yeni ortam, beraberinde yeni toplumsal ve bireysel ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin ortaya çıkmasının itici gücü olmuştur. Kimliğin sosyal ağlar aracılığıyla inşası, bireyin iktidar, mahremiyet ve gözetim gibi bazı yeni sorunları da beraberinde getirmektedir.

Sosyal paylaşım siteleri bireylerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılayan özellikleri ve uygulamaları ile bireyler arasında iletişimi etkili bir şekilde sağlamayı hedeflemektedir. Bireylerde sosyal ağlardaki paylaşımlarıyla bu mecrada var olmaya ve diğer kullanıcılardan farkını ortaya koymaya çalışmaktadırlar. Sosyal ağ sitelerinde sıra dışı ve fenomen olmak, kendi içinde bir amaç haline gelmiştir.

Sosyal medyada iletişimin yeni biçimi, görmek ve göstermek, gözetlemek ve gözetlenmektir. Bu nedenle sosyal medyada en çok paylaşılan içerik türü fotoğraf ve videodur. Gündelik hayata ait tecrübeler ağa yüklenmektedir. Hedef bunların görünür olmasıdır. (Toprak, Yıldırım, Esen, Binark, Çörekçi & Çomu, 2014, s. 156-161). Sosyal ağlardaki içerikler daha çok "neler söyleniyor, neler oluyor?" soruları ekseninde düzenlenmektedir. Bireyler sosyal medya iletişimini samimi bir sohbet havası içinde günlük yaşam deneyimlerinin paylaşımı üzerinden kurmaktadır.

Sosyal medyada paylaşım mantığı birçok şeyin sergilendiği ve seyredildiği kadarıyla değer kazandığı bir işleyişe dayanmaktadır. Sosyal medya bakılanla kurulan ilişkinin, bir seyir ilişkisine, sözün kendisinin de vitrine dönüştüğü bir dünyadır. Böyle bir dünyada bireyler adeta vitrinde yaşamaktadırlar (Gürbilek, 1992, s. 25).

Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde bir yandan birbirlerine yaklaşırken bir yandan da gittikçe yalnızlaşan modern insanlar için medya, içinde yaşanan dünyayı kavrayıp anlamlandırmanın, toplumsal



meselerden haberdar olmanın, diğer insanlarla bağlantı kurmanın, kendi kimliğini oluşturmanın, yani bir anlamda var olmanın temel araçlarından biri haline gelmiştir (Özgül, s.4530).

Sosyal medya internet kullanıcılarının hayatının ayrılmaz birer parçası haline gelmiştir. Özellikle artık sosyal medyada yer almak veya onu takip etmek için bir bilgisayara ihtiyaç olmaması sosyal medyanın ulaşılabilirliğini üst düzeye çıkarmıştır. Her insanın rahatça sahip olabileceği akıllı telefonlar sosyal medyaya ulaşmada büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Sokakta, evde, çarşıda, yemekte, sporda ve hatta derslerde bile insanlar ellerinde telefonlarla görülebilmekte, o esnada Facebook veya Twitter 'da yazışmakta ve dolayısıyla sosyal medya içerisinde yer alabilmektedirler. Bireylerin maddi, manevi, düşünsel, eylemsel bütün ihtiyaçlarını bu sanal ortamda karşılama isteği, beraberinde bir kimlik oluşumuna zemin hazırlamaktadır.

Tüm bunlara ek olarak sosyal ağlar, normalde iletişim kurmayacak kişileri yakınlaştırarak, tamda adına uygun "sosyal" bir hizmet de görmektedir. Sosyal ağlar bu anlamda bireyleri değiştirmemiş, ancak var olan bazı sosyal yönelimleri körüklemiş, bir takım sosyal normların değişimine zemin hazırlamıştır. Ağlar "ünlü" kişilere erişimi kolaylaştıkça; sıradan bireyler, "sıradan olmadıklarını kanıtlama çabası" içinde kendi "ideal" kimliklerini oluşturma çabası içine girmişlerdir. Eğer modern dünyada kişinin önemi "iyi tanınırlığıyla" ölçülüyorsa kişiyi ne kadar çok insan takip ediyorsa, o kadar önemli hale geliyor. Bauman'ın iyi bilinen mottosunda olduğu gibi: "Görülüyorum, o halde varım!".

Sosyal medya; getirdiği yenilikler, bilgiye her yerden ve her zaman en kolay şekilde ulaşım imkânı sağlaması, sınırları ortadan kaldırıp adeta küresel köy kavramına hayatiyet sağlaması, sosyalleşmeyi sağlaması ve daha pek çok yönden olumlu eleştiriler almakta ve faydalı olarak değerlendirilmektedir. Fakat aynı platformlara farklı açılardan bakan kişiler tarafından da olumsuzluklara sebebiyet verdiği ifade edilmekte ve pek çok açıdan eleştiriye uğramaktadır. Sosyal medya yapısı itibarıyla, hem bir sosyalleşme aracı, toplumsal tepkiler için bir buluşma ortamı hem de güvenlik için bir tehdit olabilmektedir (Yıldırım, 2012, s.264). Sosyal medyaya yönelik eleştiriler arasında; kontrol edilememe özelliği, güvenilir bilgi kaynaklarının olmaması nedeniyle bilgi kirliliğinin oluşmasına zemin hazırlaması yer almaktadır (Tuncer, 211).

Güncel araştırmaların da gösterdiği üzere Türkiye'de de sosyal medya aracılığıyla kimlik sunumu günden güne artmaktadır. Kimliğin dijital bir veri haline geldiği bu süreçte, kimlik sunumu hiç kuşkusuz postmodern söylemlerin ve tüketim ideolojisinin belirlediği koşullara göre biçim almaktadır. Postmodern söylemlerin belirlediği çerçeve ise kuşkusuz bireye kendini ifade etme olanağı sunan güç istenci odaklı bir çerçevedir. Kimlik sunumunun tek yolunun güç istenci olduğunu aşıl原因an postmodern söylemin yaratmış olduğu yanlış bilinç etkisi, bireyin kimliğini bu çerçevede oluşturmasının nedenidir. Birey, kendisini ötekilerden üstün kılmak için kimliğini umarsız biçimde sisteme sunmaktan çekinmemektedir. Bir bakıma birey, bu amansız yarış için hem kendisini hem de ötekini bir imge boyutuna indirgeyerek tüketmeyi ve tüketilmeyi göze almaktadır. Bu da kimliğin sunumu ile ilgili iktidar, mahremiyet vb. sorunsalları ortaya çıkarmaktadır. (Girgin,

2. TOPLUMSAL BOYUTUN İÇİNDE MAHREMİYET OLGUSU

Mahremiyet ya da özel alan olgusu, günümüzde insanların toplumsal yaşantılarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Mahrem alanın belirlenmesinde kültürdeki yerleşik ahlaki değerlerin, dinin, bireysel farklılıkların ve zaman faktörünün rolü göz önüne alındığında mahremiyet kavramını tanımlamak zorlaşmaktadır.

Mahremiyet olgusuna bir insanın, birey olarak kabul edildiği, yani neredeyse insanlığın yaradılışına kadar eskilere gitmenin mümkün olduğu zamanlarda dahi rastlanması mümkündür. Fakat modern toplumlarla birlikte, bu kavram daha fazla önem kazanmıştır (Yüksel, 2003). Mahremiyetin alanı kültürden kültüre ve aynı toplum içerisinde zamandan zamana değişiklik gösterir. Mahremiyet kavramının birçok insan için aynı anlama gelmemesi ve özel yaşam sınırları içerisinde kalan konuların kişiden kişiye zamandan zamana ve kültürden kültüre değişiklik göstermesi, kavramın tanımlanmasını ve sınırlarının belirlenmesini güçleştirmektedir. Kavramsal olarak 'mahrem' kelimesi samimi, içli dışlı, herkes tarafından bilinmemesi gereken, söylenmeyen, gizli şey anlamına gelmektedir (Göle, 2001, 128). 'Kişilik hakları', 'iletişim özgürlüğü' ve 'özel hayata saygı' kavramlarıyla ilişki içinde olan 'mahremiyet' olgusunu ise, "kişilerin yalnız başlarına kalabildikleri, başkalarıyla hangi koşullarda ilişki içerisine gireceklerine kendilerinin karar verebildikleri bir alan" olarak ifade etmek mümkündür (Çelikoğlu, 2008, 12).

Sözlük anlamı itibarıyla mahrem kelimesi: "Samimi, içli dışlı, herkesçe bilinmemesi icap eden, herkese söylenmeyen, gizli olan demektir" (Develioğlu, 1990, s. 180). Aynı zamanda mahremiyet haram olma hali demektir. Öyle ki aynı kökten gelen mahremiyette kişinin bir şeyden uzak kalmasına vurgu



yapmaktadır. Buna göre de mahremiyet, belli şartların dışında içine müdahil olunamayan, yabancıya karşı olan şey demektir (Aydın, 2009, s. 61).

Mahremiyet olgusu, bireye özgü olması nedeniyle bireyin özel yaşam alanı, kişisel gizliliği olarak ifade edilmektedir (Yılmaz, 2012, 248). Özel yaşam ya da mahremiyet genel olarak şu şekilde açıklanabilir; "Kişilerin yalnız başına kalabildikleri, istedikleri gibi düşünüp davranabildikleri, başkalarıyla hangi yer, zaman ve koşullarda ne ölçüde ilişki ve iletişim kuracaklarına bizzat kendilerinin karar verebildikleri bir alan ve bu alan üzerinde sahip olunan hakkı ifade eder. Bununla birlikte insanın günlük yaşantısının çok önemli bir parçasını oluşturan mahremiyet hakkı, başkalarını tamamen dışlamak veya onlarla olan ilişkiyi tümüyle kesmek anlamına gelmez. Sadece bir kimsenin, kendi hayatını başkalarıyla ne ölçüde paylaşacağını belirleme hakkına sahip olduğunu ifade eder" (Yüksel, 2003, 182).

"Robert Gifford'a göre ise 'mahremiyet'in en iyi tanımlarından birisi, Irvın Altman tarafından yapılmıştır. Altman için mahremiyet (privacy): "Bir kimsenin kendisine veya grubuna ulaşma gayreti üzerindeki seçici kontrolüdür." Bu tanım mahremiyetin diğer tanımlarını dışlamadığı gibi mahremiyetin iki özelliğini de içermektedir. "Mahremiyet bireyin yalnız başına kalma ile başkalarıyla birlikte olma isteği arasındaki karşılıklı bir alandır" (Yüksel, 2003, s. 78). Bu haliyle mahremiyet, kişiyi hem özgürleştiren hem de diğerlerine karşı koruyan bir haktır. "Mahremiyet, insan özgürlüğünün bir parçası olduğundan, mahremiyetin ihlali aynı zamanda özgürlüğün de ihhalidir" (Tanılır, 2002, 39). "Mahremiyetin sınırı ve yoğunluğu da yalnız bireyden bireye değişkenlik göstermekle kalmayıp, bireylerin içinde buldukları durumlara, zamanlara, ruh hallerine, mevcut kişilik yapılarına ve algılayış biçimlerine, dahası, kültürel yapılara göre farklılaşmaktadır" (Toprak vd., 2009, 141- 142). Ancak bu farklılıklar aracın yarattığı yaygın alışkanlıklar zinciri sayesinde normalize edilir. Mahremiyet, kamu yararı ve güvenliğinin sağlanması gerekmesiyle ihlal edilebilir. Bu durum kamu ve özel yarar dengesi açısından tartışmalıdır (Yüksel, 2003, 182, aktaran Çelikoğlu, 2008, 21). Mahremiyet, gözetimden kaçınmaya işaret eder, dolayısıyla gözetim ve mahremiyet arasında bir ilişki söz konusudur ve gözetimin bir mahremiyet ihlali olduğu iddia edilebilir (Toprak vd., 2009, 143).

Mahremiyet, birbirinden kopuk olmayan bilakis birbirleri ile bağlantılı üç bölümde incelenebilir: Bireyin yakın fiziksel çevresinin muhafazasını içeren mekansal mahremiyet; bireyin fiziksel gözlemler ya da ahlaki değerlerine yapılan saldırılar gibi aşırı müdahalelere karşı korunması olarak bireysel mahremiyet; özel nitelikli verilerin toplanma/saklanma/işlenme ve seçici bir şekilde dağıtımının kontrolünün bireylere ait olması anlamında enformasyon mahremiyetidir (Fisher ve Hubner, 1998, s. 422).

Özel hayatın gizliliği ve korunması hem temel bir insan hakkı hem de kişilik hakkıdır. Mahremiyet (özel hayatın gizliliği), bir insan ve şahsiyet hakkı olarak bütün hukuk sistemleri tarafından kabul edilmiştir (Kahraman, 2008, 1-3). Türkiye Cumhuriyeti 1982 Anayasası Temel Haklar ve Ödevler Kısmı Kişinin Hakları ve Ödevleri adlı bölümdeki IV. Madde "Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir" diyerek kişilerin özel yaşamını güvence altına almaktadır. Ancak bireylerin yaşamını güvence altına alan bu maddelere karşın, kitle iletişim araçlarında yer alan bazı haber, yazı ve fotoğraf ve programların söz konusu kurullarla çelişki oluşturduğu görülmektedir (Cereci, 2003, 14). Özellikle kamuoyunun ilgi odağı olan, kitlelerce merak edilen popüler kimseler bu çelişkidir mağdur olmaktadır.

Geleneksel dönemlerde mahremiyet kavramından bahsetmek pek mümkün değildir. Çünkü bu kavramın varlığında söz edebilmek için insanı "birey" olarak kabul etmiş hukuk düzenlerinin varlığı gerekir. Bir kimsenin kendine ait özel bir alana ihtiyacı olduğunu fark etmesi ve böyle bir ihtiyacı dile getirebilmesi de belli bir gelişmişlik ve eğitim düzeyini gerektirir. Bu da ancak modern toplum zamanlarına denk gelir.

Mahremiyet üzerine Batılı düşünürler tarafından üretilen ve hala geçerliliğini koruyan (Margulis, 2011, 9) kuramların başında Westin, Altman ve Petronio'nunkiler gelmektedir. Bu kuramcılar, mahremiyetin toplumsallaşma sürecinde kişinin kendisiyle ilgili ne kadar enformasyon paylaşmış paylaşılmadığı fikrine dayanmaktadır. Dolayısıyla mahremiyet fikri, her şeyden önce iletişimle ilgilidir, onun aracılığıyla gerçekleşmektedir. Westin'e göre (1967, 7) mahremiyet; bireylerin, grupların ya da kurumların kendileriyle ilgili enformasyonu ne zaman, nasıl ve ne ölçüde ötekilere aktaracağına karar verme hakkıdır. Westin, mahremiyetin dört durumu (yalnızlık, mahrem ilişki, anonimlik, kendini sakınma) olduğundan ve dört nedeni (kişisel özerklik, duygusal rahatlama, kendini-değerlendirme, sınırlı ve korumalı iletişime geçme) olduğundan söz eder. (Margulis, 2011, 10). Westin'in kuramından etkilenen Altman'a (1975, 24) göre de mahremiyet, kişinin "kendisine erişimi seçici denetim altına almasıdır". Altman'a göre mahremiyetin üç özelliği bulunmaktadır: Toplumsal bir süreç olması, mahremiyetin psikolojik boyutlarının kişilerarası etkileşimi, onların toplumsal dünyalarını, fiziksel çevrelerini ve toplumsal olgunun geçici doğasını içermesi



gerektiği, son olarak kültürel bağlama sahip olması. Mahremiyet, kültürel olarak evrensel, ancak psikolojik dışavurumları kültüre özgüdür (akt. Margulis, 2011, 11-12).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler mahremiyet kavramının da anlam ve biçim değiştirmesine yol açmıştır. Mahremiyetin değişmesinde etkili olan faktörler Çelikoğlu'nun çalışmasında "Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, sosyal ve kültürel alanlardaki gelişmeler, sanayi devrimi ile birlikte iş ve aile yapısında görülen değişiklikler ile eğitim seviyesinin yükselmesi neticesinde daha açık ve özgür bireylerden oluşan bir toplum oluşturma çabaları; ekonomik alanlardaki gelişmeler, kişilerin alım güçlerinin ve ürün pazarlama tekniklerinin birbirine paralel olarak artması neticesinde teknolojik gelişmeleri daha yakından takip edebilmeleri ve son olarak da siyasi alandaki gelişmeler, kamu yararını sağlamak üzere gözetleme tekniklerine başvurulması" şeklinde belirtilmiştir (Çelikoğlu, 2008, 24)

2.1 SOSYAL MEDYADA MAHREMİYETİN SUNUMU

İnternetin yaygınlaşması ve web sitelerinin gelişen teknik altyapısı internet üzerinde etkileşimi arttırmış, sosyal medyanın ve sosyal ağ sitelerinin önünü açmıştır. İnternetin cep telefonlarımıza kadar girdiği, bilgi paylaşımının son derece kolaylaştığı bir çağda yaşamaktayız. İnsanlar artık günlük hayatlarında yaşadıkları şeyleri, akıllarından geçenleri anlık olarak paylaşmakta ve paylaşılanları tüketmektedirler. Sosyal medyada bilginin viral olarak çok hızlı bir şekilde milyonlarca kişiye yayılabildiği göz önüne alındığında, sosyal medyanın kimi zaman fırsat, kimi zaman ise tehdit olabileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Zira böyle bir ortamda üzerinde fazla düşünmeden yapılan bilgi paylaşımları, mahremiyet konusunda yeni problemleri beraberinde getirmektedir. Günümüzde özellikle sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamaların kullanılabilirdiği mobil cihazların toplum içinde yaygınlaşması ile birlikte herkes her yerde bir şeyler paylaşabilmektedir. Yaşamımıza giren bu teknolojik gelişmeler beraberinde etik ve sosyal sorunların da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sorunların en önemli konularından birisi de mahremiyettir. Sosyal ağ sitelerindeki paylaşımlar kullanıcıların kişisel mahremiyetini tehdit edebilmekte ve telafisi zor sonuçlara neden olabilmektedir. Kişilerin bu ortamda adeta benliklerini sunma yarışına girerek görme, gösterme ve gözetle(n)meye dayalı yeni bir iletişim şekli edinmeleri ve bunun sonucunda mahremiyet algılarının dönüşüme uğradığı görülmektedir.

Kamuoyunu etkileyen bir işleve sahip olan sosyal medya, birey ve toplumla ilgili pek çok kavram ve kurum ve olguyu da değiştirmektedir. Bu değişiklikler, toplumsal yapıyı değiştirmekte ve adeta toplumu yeniden inşa etmektedir. Sosyal medyanın bu yapısı beraberinde eleştirileri de getirmektedir. Özellikle bu eleştiriler, mahremiyetin ortadan kalkması, kimlik problemleri, aile içi ilişkileri olumsuz etkilemesi ve insan psikolojisi üzerine olumsuz etkileri olarak sıralanabilir.

Mahremiyet kavramı geçmişten günümüze çeşitli platformlarda tartışılan bir konudur. Kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve yaygınlığının artması sonucu olarak, mahremiyete yüklenen anlamlarda hızlı bir şekilde değişme görülmektedir. İştme, gözetleme ve iletişim alanındaki her yeni araç, bir şekilde özel hayat alanını daraltmakta ve sır perdesini biraz daha aralamaktadır. Bunun neticesinde en temel ve en özel insan haklarından olan özel hayata müdahaleler, gizliliklerin ihlali, maddi ve psikolojik problemler gündeme gelmektedir (Kahraman, 2008: 1). İnsanın en temel duygularından merak gelişen teknoloji ile birleştiğinde medya bir ifşa aracı haline gelmektedir. Kamuoyuna mal olan kimselerin sıradan olarak nitelendirdiğimiz kimselere kıyasla daha çok merak edildiği düşünüldüğünde "ünlü" kimselerin mahremiyet alanlarının daha çok ihlal edildiğini görmekteyiz. Bugün yüz yüze ilişkilerde konuşulmayan, ele alınmayan konular internet ortamında rahatlıkla ifade edilir hale gelmiştir. Sanal alemde tanınma ve bilinme endişesi olmadığından sohbetler ve paylaşımlar mahremiyet sınırlarını aşabilmektedir. Zygmunt Bauman'ın da söylediği gibi "aralarında bağ kuramayan insanlar çevrimiçi bağlanmakta; akışkan modernite içinde tekrar tekrar bağız kalmaktadır". Kullanıcıların kendilerine ait mahrem ve kişisel bilgileri gönüllü olarak kamusallaştırdıkları sanal ortamlarda kurulan iletişim, ahlaki ve sosyal sorumluluk, sosyal dayanışma, duygudaşlık gibi değerleri zedeleyebilmektedir.

Sosyal ağlarda bireyler giderek gözetimin "gönüllü unsurları" haline gelmekte; gözetlenmekten haz duymaya" başlamaktadır. Ağlar, "görmek ve görünmek" üzerine işlemekte ve "mahremiyetin kamusallaşması" fikrini derinleştirmektedir. Sosyal ağlar, internet kullanıcılarına gerçek yaşamda olmak istedikleri ancak olamadıkları konuları yaratma olanağı sağlamaktadır.

Selfie fotoğraflarında teşhir edilenler AVM'lerde, hiper marketlerde satın aldığımız metalar, yediğimiz, içtiğimiz "trendy" olan mekanlar, cafeler, restoranlar, gezdiğimiz gördüğümüz "in" olmuş kentler "sıradan insanların aslında sıradan olmadıklarını kanıtlama çabası" olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendini "teşhir etme arzusunun" başkasını "röntgenleme arzusu" ile birleşmesi, görmeyi ve görülmeyi



doğal, meşru hale getirme tehlikesini de beraberinde getirmektedir. Bu süreçte bireyler, adeta gözetimin “gönüllü kölesi” haline gelmiş durumdadır.

İnternet ve sosyal ağlar sayesinde yeni benlikler edinerek ve eski (yetersiz) benliklerden hızla kurtularak kaygılarımızı azaltıyoruz. Sosyal ağlar, “görünmez olanı görünür yapmak, ihmal edileni, görmezden gelineni gündeme getirmek, kişinin dünyadaki varoluşunu somut ve reddedilmez hale getirmek” (Bauman&Lyon, 2016, 145) konusunda etkili bir ortam sunuyor. Medya aracılığıyla anlam kazanan yaşam serüveninde “hakkında konuşulanlar” görünür hale geliyor. Kendini görünmezlikten ve unutulmaktan kurtarma işini ise internet ve sosyal ağlar yerine getiriyor (aktaran Bauman&Lyon, 2016, 145). Takip ediliyor olmak, söylediklerinin dinleniyor, tepki alınıyor olması bireyleri mutlu etmekte ve buna bağımlı kılmaktadır.

Facebook’un kurucusu Mark Zuckerberg, 2010 yılının ilk günlerinde kendisiyle yapılan bir söyleşide, sıradan insanların kendileri ile ilgili giderek daha fazla mahrem bilgiyi paylaşmaya hevesli olduklarını yani bu alandaki sosyal normların da zamanla evrim geçirdiğini söylemiştir (The Daily Telegraph, 2010). Zuckerberg, Facebook’un güvenlik kurallarındaki değişimin de, mevcut sosyal normları yansıtabilecek şekilde kendilerini yenilemelerinin sonucu olduğunu belirtmiştir. Bireyler, takip ettikleri, değer verdikleri diğer bireylerden etkilenerek, mahrem alanlarını giderek ve gönüllü olarak daraltmaktadırlar (Uyanık, Serdar Kuzuloğlu ile söyleşi, 2009d): “Aslında biz yerini yurdunu bile bilmediğimiz yerlerde, kendimize ait çok önemli bilgileri gönüllü olarak devrettiğimiz bir çağı yaşıyoruz. Ve bunu kitlesel olarak yaptığımız için bizi rahatsız da etmiyor. Diyoruzki “Tamam ben şu kızla birlikte olduğumu yazdım. Ama işte Ahmet de yazmış, Ali de yazmış Kitleselliğin rahatlığı var. Ama bir yandan da kara bir gölge gibi peşimizden yürüdüğünü de bilmekte fayda var.”

Bu durum, Hellriegel’e göre bireylerin mahremiyet normlarını kendilerinin belirlemesi ve bu sınırların dışına çıkmaması gereğini ortaya çıkarmaktadır. Çünkü “burası[sosyal ağlar]artık toplumlarımızın beyni gibidir. Bundan yüz sene sonra bile burayı kazıdıkça sizin, benim veya diğer kullanıcıların bilgilerine ulaşılabilir.” Şu ana kadar pek tecrübemiz olmayan ikinci sorunlu bölge ise mahremiyetin mülkiyetine aittir: “Ben öldüğümde tüm bu bilgiler ne olacak?[...] Sosyal medya platformlarına, herhangi bir kullanıcıyı öldüğünde ne olacağını sorarsanız, çoğunun bu soruya bir cevabı olmadığını göreceksiniz”(Hellriegel, 2009)

Sosyal ağlarda mahremiyet sınırlarını belirleyen bir diğer unsur ortak paydada buluşmaktır. Her insanın sırrı vardır ve her sır bireyseldir; ama o sırrın yarattığı his, duygu, deneyim insanları birbirine bağlar. Bir başka deyişle izleme ve izlenilmeye dair kolektif dürtü, sınırların tekil ama bir o kadar genel olduğunun kavranışı olarak bir kez daha karşımıza çıkmaktadır (Niedzviecki, 2010, s. 140). Bireyin içini döküp kendini akladığı bir itiraf kültüründe mahremiyet, evrensel dedikodunun malzemesi haline gelmektedir.

Sosyal paylaşım sitelerinde mahremiyetin sınırlarını zorlayan bir diğer unsur merak duygusundan beslenen deşifredir. Sosyal ağlarda birey kendini gerçekleştirmeye çalışırken aynı zamanda diğer kişilerin neler paylaştığını, özel hayatlarında olup bitenleri de merak etmektedir. İlk merak hakları bildirgesini hazırlayan R. Descartes merakın her insanda mevcut olduğunu, hiçbir şeyin bunu engellemeyeceğini ve bilgiyle birlikte merakın kaçınılmaz olarak şiddetlendiğini (Zeldin, 2014, s. 192) iddia etmiştir. Birey sosyal ağda şahsi bilgisini paylaştığında diğer kişiler bilginin ortak sahipleri haline gelmektedir. Yeniçağın diğerlerinin özel yaşamlarını rahatlıkla kullanma üzerine kurulu eğlence anlayışı da mahremiyet dönüşümünde rol oynamaktadır. Bireyin yaşamına ait en basit ayrıntı bile eğlence olarak sunulabilir. Artık insanlar birbirleriyle konuşmamakta tersine birbirleriyle eğlenmektedirler. Bireyler gözetleyebildiği sürece gözetlenmesinden rahatsızlık duymamakta hatta başkalarının mahremini daha fazla izleyebilmek için kendi mahreminden daha fazlasını teşhir etmektedir. Sosyal medya ortamında mahremiyet sınırlarına müdahale edilmesi sadece kişilik haklarını zedelemekte aynı zamanda bireyin kimlik gelişimine de zarar vermektedir.

Bireylerin sosyal ağlarda özel yaşamlarına dair en fazla paylaştıkları içeriklerden biri fotoğraftır. Bireysel fotoğraflar, “selfie çekimler” gibi “grup fotoğrafları” da kimlik duyurusunda işlevseldir, kullanıcıyı toplumsal çevresiyle tanımlamaktadır” (Toprak vd., 2014, s. 133). Bu nedenle bireyler grup fotoğraflarını kimlik mesajı olarak sıklıkla kullanmaktadır. Sosyal paylaşım sitelerinde kalıcı ve farklı olmak adına bireyler kendi özel yaşam deneyimlerini sundukça “teşhir” sürecine gönüllü olarak katılmaktadır. Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla internet kullanıcılarının düşünceleri, duyguları, beğenileri, yaşam tarzları, karakterleri depolanabilir, sömürülebilir enformasyona dönüşmekte ve bu enformasyonun hangi toplumsal aktörler tarafından nasıl kullanıldığı ya da kullanılacağı meselesi gündeme gelmektedir. Bir üyenin sosyal medyada profilindeki arkadaşlarıyla paylaştığı bir bilgi veya resim onların da ilişkide olduğu üyelerle de



paylaşabilmekte ve sonuçta bir üyenin paylaşımı kısa bir süre içerisinde binlerce belki milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir (Saeri ve diğerleri, 2014). Bilginin dijitalleşmesi mahremiyet konusunda bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Dijital dünyada sınırlar kalmakta, bilginin kayıt altına alınabilmesi ve kalıcı olabilmesi bu verilerin gelecekte de tüketilebilmesine olanak vermektedir (Tüfekçi, 2008, 22).

Çelikoğlu, günümüzde insanların medyaya yansıyan ünlüler ya da şöhret olmuş insanların yaşantılarını modelleyerek kendi mahrem ilişkilerini medya aracılığıyla kamuya açmaya heveslendiklerinden bahsetmektedir. Ona göre insanlar, önceleri başkaları tarafından görülmeğe tedirgin olunurken, artık "millet bizi görsün bizim de adımız duyulsun" anlayışı hâkim olmaya başlamıştır. "Para kazanmak yetmez duruma gelmiştir, onu nasıl harcadığımızı da göstermemiz gerekir; sevgiye sahip olmamız yetmez, o sevgi sayesinde sahip olabileceğimizi görmek ve göstermek isteriz" (Çelikoğlu, 2008, 28). Çelikoğlu'nun bahsettikleri, adeta Facebook'ta fotoğraf paylaşımı üzerinden kurulan iletişim hakkında söylenmiş gibidir. Şener ve Özkoçak (2012), Facebook fotoğraflarında benliğin ifşasını konu alan çalışmalarında kişilerin paylaştıkları fotoğraflarda vermek istedikleri ana mesajın 'ben yalnız değilim, sosyalim, eğlenceliyim ve mutluyum' olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmaya göre fotoğraf paylaşımı, kişiler arasında önemli bir sohbet ve etkileşim aracı haline gelmiştir. Kullanıcılar bir taraftan fotoğraf paylaşarak sosyal bir benlik imajı sergilerken diğer taraftan fotoğrafların beğenilmesini ve onlara yorum yapılmasını beklemektedirler. Amerika'da Utah Valley Üniversitesi'ndeki araştırmacılar da yaptıkları çalışmada kullanıcıların Facebook'ta daima pozitif ve mutlu bir imaj sergileme eğiliminde olduğu sonucuna ulaşımlardır (<http://www.technologic.com.tr/facebook-karamsarliganeden-olur-mu/>).

Kişiler, özel hayatlarını Facebook ortamında gayet saydam tutmakta ayrıca Zerey'in ortaya koymaya çalıştığı çeşitli nedenlerden ötürü nereye gittiklerini, gittikleri yerlerde ne yaptıklarını ve (genelde) ne kadar mutlu olduklarını göstermeye çalışmaktadırlar. Güncellenen durumlar, yüklenen video ve fotoğraflar, yapılan yorumlar ve beğenilerle Facebook'ta yaşananlar, Goffman'ın (2009) günlük ilişkilerde 'benliğin sunumu' (presentation of self) diye tabir ettiği durumdan 'benliğin reklamına' (advertisement of self) dönüşmektedir. Bir Facebook profili aynı zamanda kişilerin sanal ortamdaki mekanıdır. Facebook'u, içinde yaşadığımız eve, gizlilik ayarlarını ise evimizin güvenliğini sağlamak için kilitlediğimiz kapı ve pencerelerine benzetmek yanlış olmaz. Bu bağlamda Fischer ve Hubner'in bahsettiği mekan mahremiyeti ve kişi mahremiyetinin Facebook için de çok önemli olduğunu söyleyebiliriz. Profil'de yer alan 'duvar' evimizdeki misafirlerimize açtığımız salon gibidir. Arkadaşlarımız ancak bu bölümde duvarımıza yazı yazarak, duvarımızda bir şey paylaşarak veya bizim paylaşımlarımızın altına yorumlar yaparak profilimize müdahil olurlar. Nasıl ki evimizde bazı bölümlerin mahrem kalmasını istiyorsak profilimizde de gizlilik ayarlarını kullanarak dışarıdan gelebilecek hoşlanmayabileceğimiz müdahalelerin önüne geçebiliriz.

Niedzwiecki, çağımızda yaşanan bu gelişmelerin sonucunda bir "dikizleme kültürü" nün oluştuğunu ileri sürmektedir: "Dikizleme Kültürü" 'insanlığını yitirmiş insanlık' sorununa bulunmuş çarpık bir çözüm. Kendimizi izlenir kıldığımızda, insanların bizimle ilgili yorum yapmasını sağladığımızda, belki ironik ama birey olduğumuzun bilincine varıyoruz. Dikizlenerek, ne kadar özel ve ne kadar farklı olduğumuzu başkalarına göstermek istiyoruz. Bu aynı zamanda, son derece sıradan ve normal biri insan olduğumuz anlamına geliyor; çünkü herkes gibi bizim de bir başkasına ihtiyacımız var... Bu şekilde bakılınca dikizlemek, teknoloji çağını yaşayan bir toplumda doğmanın, durmadan alışveriş yapmanın ve küresel magazin'in doğal bir sonucu ve aynı zamanda bunların hepsine karşı ortaya çıkan bir tepki" (Niedzwiecki, 2010, 38).

Her an her yerde herkesin paylaştığı, sürekli benliklerin reklam edildiği bir ortamda bireyin çekincelerinden birini bu ortamda 'artık' gözetlenmek değil göz önünde bulunmamak oluşturmaktadır. Gözden uzak olmak artık bu ortamlardan uzak olmak anlamına gelmektedir. Temel haberleşmeler, davetler buluşmalar vs. giderek sosyal ağlar üzerinden yürütülmekte ağda olmayan bireyler dışlanmaya başlanmaktadır. Hem var oluş hem de paylaşım olarak dışlanan bireye ağa katılmaktan başka seçenek de bırakılmamaktadır. Sadece arkadaşlarıyla iletişimde kalabilmek ve olup bitenlerden kopmayı haberdar olmayı sürdürebilmek adına sosyal ağlarda kalmaya kendini mecbur hissedenlerin sayısı hiç de az değildir. İsteyerek ya da istemeyerek de olsa birey, artık kendini bu ortamda var etmek, elinde olanları paylaşmak, ağ üzerinden iletişimini sürdürmek ve sistemin dışında kalmamak üzere koşullanmıştır (Erdem, 2010, 61).

2.2 SOSYAL MEDYADA MAHREMİYET İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR

Yapılan araştırmalar katılımcıların sosyal medyada yapılan paylaşımların her zaman gerçeği yansıtmadığının farkında olduklarını ancak, sosyal medya uygulamalarının sosyalleşmek için ideal bir ortam olduğu görüşünde olduğunu göstermektedir.



Acılar ve Mersin'in (2015) 789 katılımcı üzerine yaptığı anket çalışmasında Facebook kullanan ve kullanmayan öğrencilerin mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre Facebook kullanmayan katılımcıların, kullananlara göre daha çok mahremiyet kaygısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte araştırmada, Facebook kullanan katılımcıların arkadaş sayısı, Facebook kullanma sıklığı ve Facebook'ta bir gün içinde geçirilen ortalama süre ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı bir negatif ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Nosko ve arkadaşları (2010), katılımcıların yaşı yükseldikçe, profillerde paylaşılan kişisel bilgi seviyelerinin azaldığını bulmuşlardır. Bu çalışmada, katılımcıların bilgi paylaşımı seviyelerinde, politik ve dini görüş paylaşımı dışında, cinsiyete dayalı bir anlamlı farklılık bulunmamıştır. Erkeklerin, politik ve dini görüşlerini kadınlara göre daha fazla paylaştıkları görülmüştür.

Fogel ve Nehmad (2009), 205 üniversite öğrencisine yaptıkları araştırmada, kadınların mahremiyet kaygılarının erkeklere göre daha fazla olduğu, erkeklerin telefon numaralarını ve ev adreslerini daha fazla paylaşma eğiliminde olduklarını, sosyal ağlarda profilleri olan kullanıcıların, olmayanlara göre daha fazla risk alma eğilimi bulunduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Hoy ve Milne (2010), sosyal ağlarda mahremiyet ihlalleri ile ilgili kaygıların hem erkekler, hem de kadınlarda düşük olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte, kadınların erkeklere göre daha fazla kaygı duydukları da bulunmuştur. Kadınlar aynı zamanda paylaştıkları bilgilerin nasıl kullanıldığı hakkında bilgi sahibi olmanın kendileri için önemli olduğunu belirtmiştir.

Kolek ve Saunders (2008) üniversite öğrencilerinin Facebook profillerinde neler paylaştıklarını incelemiş ve öğrencilerin %48,1'inin adreslerini, %14,6'sının telefon numarasını paylaştıklarını; %87,3'ünün profil resmi olarak kendi fotoğraflarını kullandıklarını bulmuştur. Buna ek olarak, kadınların erkeklere göre daha fazla paylaşım yaptıkları da bulgular arasındadır.

Öz (2014)'ün çalışmasına göre Facebook'un günlük kullanım süresi arttıkça, mahremiyetin olumsuz sonuçları hakkındaki farkındalık seviyesi de artmaktadır. Buna ek olarak, farkındalıkları yüksek olan katılımcıların Facebook'taki paylaşımlarını sadece arkadaşlarıyla sınırlandırma eğiliminde oldukları bulgusuna ulaşılmıştır.

Düvenci'nin bulgularına göre, 17 - 26 yaş arası gençlerin %40'ı internette kendisini normalden daha rahat ifade ettiğini, %39'u buna kanlanmadığını, %21 ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Bu durum, internetin mahremiyet algısının sınırlarını değiştirdiğini düşündürmektedir (Düverci, 2012, 155).

Sosyal paylaşım sitelerinin üniversite öğrencilerinin bilgi edinme ve mahremiyet anlayışına olan etkisini ölçmeyi amaçlayan bir araştırmada (Yıldız, 2012), araştırmaya katılan 230 öğrenciden sadece %6'sı mahremiyet sınırları aşıldığı için sosyal medya ortamında olmayı cazip bulmadıklarını belirtmiştir. Yine Türkiye'de öğrenciler üzerine yapılan bir çalışmada öğrencilerin büyük kısmının sosyal paylaşım web sitelerinde 300'den daha fazla arkadaşına sahip oldukları, bu uygulamaları kullanan öğrencilerin sosyal paylaşım uygulamalarını yeni arkadaşlar bulmak yerine günlük hayatta var olan arkadaşlıklarını sanal ortamda devam ettirmek niyetiyle kullandıkları, bu uygulamaları kullananların en fazla kendi akran gruplarına ve en az ise internet ve teknoloji gruplarına üye oldukları tespit edilmiştir (Bilen vd.,2014, 1). Korkmaz'ın (2013) "Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(N)Mek" adlı araştırmasına göre, kişiler Facebook'ta benliklerini gönüllü olarak sunmakta, Facebook kullanımına devam eden süreçte kendileriyle ilgili daha çok bilgi paylaşmakta ve arkadaşlarının da paylaşımlarına daha çok ilgi duymaktadır. Birçok sosyal ağ sitesine göre kullanıcılarına daha fazla gizlilik kontrolü imkanı tanısa da Facebook'un gösterme ve gözetle(n)meye yönelik bir iletişim biçimi oluşturduğu sonucuna varılmıştır.

2003 yılında yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'deki internet kullanıcıları genel olarak; toplum içerisinde konuşmaya çekindiği görüş, düşünce ve deneyimlerini paylaşmak, dost ve/veya sevgili edinmek, bireysel etkinliklerine katkı sağlayacak kitlelere ulaşmak, bilgi edinmek veya bilgi paylaşmak, yaşamına renk ve heyecan katacak kişi veya etkinlikler bulmak, günlük yaşantısının yorgunluk ve stresinden uzaklaşmak, boşalmak ve rahatlamak için sohbet (chat) etmeye yönelmektedir. Yapılan başka bir araştırma verilerine göre de gençlerin %75'i interneti bir eğlence aracı olarak görmektedir. Yine aynı araştırmada katılımcıların % 70'i internetin, gençlerin karşı cinsle buluşmalarını kolaylaştırdığını ifade etmiştir (Düvenci, 2006, 155).

SONUÇ

Enformasyon toplumu bireye gerçek hayattaki yaşantılarından farklı, hızlı, heyecan verici, yerine göre gizemli ve cüretkâr ve bazen de erişilmezlik duygusu uyandıran bir versiyonunu deneyimleme olanağı sunmaktadır. Öte yandan bu toplumu var eden teknolojik arka plan, kişisel bilgilerin kolaylıkla ve hızla toplanıp işlenerek dolaşıma sokulduğu dolayısıyla denetleyenin hem kamusal hem de özel alanın



derinliklerine nüfuz ederek mahremiyeti ihlal edebilmesine olanak tanıyan bir niteliğe sahiptir (Habermas, 2003, 283).

Günümüzde hızla yaşanan teknolojik değişimler beraberinde kültürel ve sosyal değişimi de getirmektedir. Bilgisayar ve internet de tüm dünyada böyle bir değişime zemin hazırlamıştır. Sosyal medyanın toplum hayatına girmesiyle şekil değiştiren iletişim ve sosyalleşme süreçleri, bireylerin mahremiyet algıları üzerinde önemli etkiler yaratmıştır.

İnternetin yaşantımıza girmesi ile hayatımızda birçok şey değişmeye başlamıştır. Bunlardan biri de mahremiyettir. İnternet ve sosyal medya adına unutulmuş, ihmal edilen en önemli hususlardan biri de özel hayatın gizliliği ve mahremiyet duygularının zedelenmesidir. Sosyal medya aracılığıyla, çok rahatlıkla kişilerin özel hayatına ait fotoğraflar yayınlanabilmekte, kişilerin şahsiyetlerine yönelik yorumlar yapılabilmekte, videolar konulabilmektedir (Gündoğdu,2014, 6). İnsanlar, diğer insanlarla yüz yüze iletişiminde ifade edemedikleri duygu ve düşüncelerini sanal ortamda rahatlıkla paylaşabilmektedir.

İnternet ortamının, iletişimin şekil ve boyutlarının değişmesine yol açtığı görülmektedir. Kendilerini gerçek yaşamda çaresiz ve güçsüz hisseden bireylerin, sanal dünyada güçlü ve cesur hissettiği, internet ortamının bu tür insanlar için bir yaşam tarzına dönüştüğü, bastırılmış duyguların sanal ortamda rahatça ortaya çıktığı, mahremiyet sınırlarının ihlal edildiği görülmektedir. Bunun temelinde cinsellik, saldırganlık ve sorumsuzluk duygularının bulunduğu, bireyin bilincini etkileyerek oto kontrolünü kaybetmesine yol açtığı söylenebilir. Bireyin gerçek yaşamındaki; bastırılmış yalnızlık duygusu, cinsellik ve saldırganlık içgüdüleri için doyum arayışı, karşı cinsle arkadaşlık ve duygusal doyum, gerçek hayatta ifade edilemeyen fikirlerin rahat ve sorumsuzca ifade olanağı bulunan sanal ortamda çoğunlukla sohbet odaları kullanılmaktadır (Dirik; 2012, 214).

Sosyal medya etkili ve bilinçli olarak kullanıldığı zaman faydalı bir araçtır. Bu açıdan sosyal medya konusunda toplum bilgilendirilmeli ve gerektiğinde çeşitli grupları bu konuda bilinçlendirme amacı ile çalışmalar yapılmalıdır. Bu açıdan sosyal medyayı kontrol etmek yerine sosyal medya konusunda kullanıcıların bilgilendirilmesi daha isabetli bir tercih olacaktır. Sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanan gençlerin kendileri için telafisi zor olan sonuçlar doğurabilecek olan mahremiyet konusunda farkındalıklarını arttıracak bilgilendirmelerin sağlanması son derece önemlidir.

KAYNAKÇA

- Arslan,E.(2014). *Sosyal Ağlar, İletişim Ahlakı ve Din*. www2.diyaret.gov.tr/StratejiGelistirme/Sayfalar/DergidenSecmelerDetay.aspx?rid= 14 26.06.2014
- Aydın, M. (2009). Mahremiyet ve örtünmenin dönüşümü. *EskiYeni Dergisi*, (12), 61-67.
- Bauman, Z. ve Lyon D. (2016). *Akışkan Gözetim*. Çev. Elçin Yılmaz. (2. Basım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilen K.,; Orhan E., ve Gülmez,T. (2014). Sosyal Ağların Kullanım Amacı ve Benimsenme Süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), s. 115- 123.
- Castells M., (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi*, Cilt 1. Çev. Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cerici, S.(2003). *Medya Etiği*, İstanbul: Metropolis Yayınları
- Çelikoğlu, N. (2008), *'Mahremiyet' Kişiyeye Ait Özel Alanlar Tartışması*. İstanbul: İskenderiye Yayınları.
- Çoban, B. (2014). *Sosyal Medya Devrimi*, İstanbul: Su Yayınları
- Deperlioğlu, Ö., ve Köse, U. (2010). *Web 2.0 Teknolojilerinin Eğitim Üzerindeki Etkileri ve Örnek Bir Öğrenme Yaşantısı*. 10. Akademik Bilişim Konferansı. Muğla Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Muğla.
- Develioğlu, F. (1990). *Osmanlıca- Türkçe Ansiklopedik Lügat*. Ankara: Aydın Kitapevi.
- Dirik M., vd (2012). Bilişim Çağında Sanal Yaşamın Gerçek Yaşama Yansımaları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, , c.: I, sayı: 2
- Durmuş, B. vd.; (2011). Facebook'tayız' Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Beta Yayınları.
- Düvenci A (2012). *Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerinde Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı İle İncelenmesi*. Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Eldeniz, L. (2010). *İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0*. F. Aydoğan ve A. Akyüz (Der.), İkinci medya çağında internet (ss. 18-35). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Erdem, E. (2010). *Elektronik Medya Ve Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Ağlar*. İstanbul Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Fischer, S. Hubner, M. (1998). Privacy and Security at Risk in the Global Information Society. *Information, Communication & Society* (1:4), 420-441.
- Fogel, J; Nehmad, E., (2009). Internet Social Network Communities: Risk Taking, Trust, and Privacy Concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), s. 153-160.
- Girgin, Ü. (2017). Yeni Medya Teknolojileri, Pornografi ve Kültürel Dönüşüm. *Atatürk İletişim Dergisi*, (12): 69-98
- Goffman,E (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (Çev: Barış Çezar), İstanbul: Metis Yayınları.
- Göle, N. (2001). *Modern Mahrem*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gündoğdu A.(2014). *Dijital Demokratik Toplum Kamuda Sosyal Politika*. Ankara: Nonn Yazılım Ltd. Şti.
- Gürbilek, N. (1992). *Vitrinde Yaşamak*. İstanbul: Metis Yayınları
- Habermas, J.(2003). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. T. Bora ve M. Sancar (çev.). İstanbul: İletişim.
- Hellriegel,O. (2009, Ekim). Münih Uygulamalı Bilimler Üniversitesi. Almanya. (F. Uyanık, Röportajı Yapan).



- Hoy, M.G. (2010). Gender Differences in Privacy-Related Measures for Young Adult Facebook Users. *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), s. 28-45.
- Kahraman, A. (2008). *İslam Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel hayatın Gizliliği (Mahremiyet)*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- Kaplan, A., Andreas M.; Haenlein, M. (2010). "Users of the World, Unite! The challenges and opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 53(1), s. 59-68
- Karaduman, S. (2010) Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü. *Journal of Yaşar University*, 5(17): 2886-2889
- Kemp, S. (2014). *Social, Digital & Mobile Worldwide in 2014*. <http://wearesocial.net/blog/2014/01/socialdigital-mobile-worldwide-2014>. sitesinden 29 Mayıs 2014 tarihinde indirilmiştir.
- Kolek, E. A.; Saunders, D. (2008). Online Disclosure: An Empirical Examination of Undergraduate Facebook Profiles. *National Association of Student Personnel Administrators Journal*, 45(1), s. 1-25.
- Korkmaz, İ. (2013). Facebook ve mahremiyet: Görmek ve gözetle(n)mek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 3:5, 107-122.
- Köksal, Y., Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medya'nın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 323-337.
- Margulis S., (2011). *Three Theories of Privacy: An Overview*. içinde Privacy Online, ed. Sabine Trepte ve Leonard Reinecke, Springer, Hamburg.
- Mavnacıoğlu, K. (2013). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi: İletişim Sektöründe Sosyal Medya Yönetiminin Algılanmasına Yönelik Bir Analiz. A. Büyükaslan ve A.M. Kırık (Der.), *Sosyal medya araştırmaları 1* içinde (s. 301-335). Konya: Çizgi Kitapevi.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü*. (G. Gündüç, Çev.), 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*, 26(3), s. 406-418.
- Önür, N. (2007) Dijital Bölünme ve Gençlik: Bilgi Toplumunun Sınırlarında Erişilen Toplumsallık. *Sosyoloji Dergisi*, 17: 195-233.
- Öz, M. (2014). Changes in Use and Perception of Privacy: Exploring Facebook Users' Privacy Concerns and Awareness of Privacy Implications. *Journal of Yasar University*. 35(9), s. 6245-6254.
- Özgül, G.E. (2012). Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkânının Araştırılması. *Journal of Yasar University*, (4526-4547), 26(7)
- Rigel, N., vd.; (2005). *Kadife Karanlık' 21. Yüzyıl İletişim Çağım Aydınlatan Kuramcılar*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Saeri, A. K., Ogilvie, C., La Macchia, S.T., Smith, J. R., & Louis, W. R. (2014). Predicting Facebook users' online privacy protection: Risk, trust, norm focus theory, and the theory of planned behavior. *The Journal of Social Psychology*, 154(4), 352-369.
- Saymer, İ. (2014). Yeni medya ortamlarında ağlar oluşturan toplumsal hareket deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR)*, 2, 97-112.
- Şener, G. (2010) Sosyal Ağlarda Kimlik ve Cemaat. *Mostar Dergi*, (62)5.
- Şener, G., Özkoçak, Y.; (2012). Networked Photography: 'Self-Disclosure In Facebook Photos'. Bildiri, *Visualist2012*, İstanbul. <http://www.scribd.com/doc/91425210/tamet-in-021-02.05.2012>.
- Tanılır, N. (2002). *İnternet Suçları ve Bireysel Mahremiyet*. Ankara: Liberte.
- The Daily Telegraph. (2010, Ocak 11). *Facebook's Mark Zuckerberg says privacy is no longer a social norm*. The Daily Telegraph: <http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/6966628/Facebooks-Mark-Zuckerberg-says-privacy-is-no-longer-a-social-norm.html> adresinden alınmıştır
- Toprak, A., Yıldırım A., Aygül E., Binark M., Börekçi S., Çomu T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım"*, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Tuncer, E. (2014). *Sosyal Medya İmparatorluğu*, İstanbul: Akis Yayınları
- Tüfekçi, Z. (2008). "Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites", *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1), s. 20-36.
- Uyanık, F. (2009d). Serdar Kuzuloğlu: 'Sıradan insanlar, internette sıradan olmadıklarını anlatıyor'. Nisan 7, 2013 tarihinde Türkçe: http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100306_superguc_kuzuloglu.shtml adresinden alındı
- Uzundumlu, Ö. (2015). *Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız A. K. (2012). Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi. *Bilgi Dünyası*, 13(2), s.529-542.
- Yılmaz, S. (2011). Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir ve Her Mahremiyet İhlalinin Bir Haber Değeri Vardır. *Medya Mahrem*, Hüseyin Köse (ed.) içinde, İstanbul: Ayrıntı: 129-149.
- Yüksel, M. (2003). Modernleşme ve mahremiyet. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 6(1), 75-107.
- Yıldırım, A. (2012). Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması. 243-268, (Editör: Tolga Kara, Ebru Özgen), *Sosyal Medya/Akademi*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Yılmaz, A. (2012). *Sosyal Medya Kullanımında Güncel Tartışmalar: Üniversite Öğrencileri Örneğinde Mahremiyet-Kamusal Alan İlişkisi*. globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_5.../Yilmaz.pdf, Erişim Tarihi: 04.10.2013.
- Yüksel, M. (2003). Mahremiyet hakkı ev sosyo-tarihsel gelişimi. A.Ü. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 58 (1), 181-213. YÖRÜKAN, Turhan (2008). *Bir İlişki Düzenleme Süreci Olarak Mahremiyet*. İstanbul: TİSK Akademi II.
- Zeldin, T. (2014). *İnsanlığın Mahrem Tarihi*. (E. Özsayar, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- www.tdk.gov.tr
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54fd-bbc0c3e213.55383240, Erişim Tarihi: 09.13.2015.