

**SOSYAL MEDYA MECRALARINDA
MAHREMİYET ANLAYIŞININ DÖNÜŞÜMÜ
*TRANSFORMATION OF PRIVACY IN SOCIAL NETWORKS***

Bermal AYDIN¹

Özet

ICR, ICQ, Microsoft Messenger gibi sanal sohbet yazılımlarıyla başlayan internetin sosyal amaçlı kullanımı, 2004'te kurulan ve bugünkü anlamıyla sosyal medyayı yaratan Facebook ile giderek yaygınlaşmıştır. Türkiye'deki en popüler sosyal medya platformu olarak Facebook'un, gündelik hayatın önemli unsurlarından biri haline gelmesiyle birlikte insanlar için yaptıklarını ve çeşitli olaylara tepkilerini bu mecrada paylaşmak, olağan bir edim haline dönüşmüştür. Facebook hesapları aracılığıyla kişinin ve onun gündelik hayatının başkaları tarafından bilinir olması, artık gönüllü olarak gerçekleşmektedir. O halde zaman ve uzam sınırlarını aşması, iletişimde geribildirime anıdalık kazandırması gibi nitelikleriyle geleneksel medyadan ayrılan sosyal medya, "mahremiyetin sınırları" konusunda da bugüne kadar hiçbir iletişim aracının yapamadığı ölçüde bir aşınmaya neden olmuş mudur?

Sosyal medyayı, "mahremiyetin sınırlarını aşındırması" bağlamında ele alması, çalışmanın önem kazandığı noktadır. Araştırmacının kişisel Facebook hesabı araştırmanın kapsamını oluştururken; seçilen dört günlük zaman aralığında, söz konusu hesabın ana sayfasına düşen ve arkadaş listesinden yapılan her türlü "kişisel" gönderiye bakılarak içerik analizi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Facebook, mahremiyetin sınırları, gözetleme ve gözetlenme, iktidar.

Abstract

Using internet for social purposes took start with the arrival of virtual chat softwares such as ICR, ICQ, Microsoft Messenger and has become widespread by the arrival of Facebook that is founded in 2004 and has created the current sense of social media. Facebook

¹ Uzman Bermal AYDIN , Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi , Radyo, Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, bermal.aydin@gmail.com

-the most popular social media platform in Turkey- has become one of the important aspects of everyday life and sharing what they are doing and what they are reacting towards various events at the said platform, has become an usual behavior for people. Through Facebook accounts, people make their own lives public voluntarily. In that case, has social media that differs from traditional media in the sense of exceeding the limits of time and space and bringing instantaneity to communication feedback, caused erosion of “boundaries of privacy” to the extent that no other medium can ever do?

Adressing social media in the context of “erosion of the boundaries of privacy” is the emphasis point of the study. While researcher’s own Facebook account is the scope of the study, content analysis are made by examining various “personal” posts seen on main page and shared by friends’ accounts on the selected four-day time period.

Keywords: *Social media, Facebook, boundaries of privacy, surveillance and power.*

Giriş

(...) *Bu, mahremiyetin ve içtenliğin sonudur... dünyaya aşırı maruz kalma ve dünyanın şeffaflığıdır. İnsan artık kendi sınırlarını üretmez (Baudrillard, 1983, s. 132).*

Gezi eylemleri sırasında ve sonrasında, olayları büyük oranda görmezden gelen veya manipülatif bir yayıncılık anlayışı izleyen ana akım medyaya alternatif olarak sosyal medyanın gücü ile ilgili çok şey yazıldı, çizildi. Kuşkusuz ki toplumsal olayların örgütlenmesinde ve haber almada sosyal medya, etkin bir araçtır. Ancak burada, bu çalışmanın temel ilgi alanını oluşturan nokta, bu yeni medyanın, mahremiyet anlayışımızı değiştirip değiştirmediği ile ilgilidir.

Bu bağlamda sosyal medya hesapları, haber alma/verme kaynakları ve toplumsal örgütlenmeyi kolaylaştıran araçlar olmasının yanı sıra, mahrem olan/olmayan arasındaki sınırların bulanıklaşarak özel alana dair birçok şeyin gönüllü olarak ifşa edildiği platformlar mıdır aynı zamanda? Geleneksel medyanın sınırlarını aşan bir alternatif olarak bilgisayar ve onun uzantıları olan yeni medya, iletişim alanına getirdiği tüm yeniliklere karşılık bir yandan da bireyin kimliği ve mahremiyetiyle ilgili sorunların fazlaşmasına neden olmuş mudur? Ancak tüm bu soruların cevaplarına ve verilerin toplanmasında nasıl bir yol izlendiğine

geçmeden önce temel bir dayanak oluşturması amacıyla, bilgisayar teknolojilerinin tarihsel gelişimine ve yeni medyanın, geleneksel medyadan ayrıldığı hususlara bakmakta fayda vardır.

Dünden Bugüne Bilgisayar Teknolojileri ve Yeni Medya

1960'lı yıllarda öncelikle bilimsel ve askeri amaçlarla geliştirilen bilgisayar ve internet, günümüzde hayatlarımızda büyük bir yer kaplayan ve ekonomiden siyasete hiçbir işin onsuz düşünülemediği başat bir iletişim aracına dönüşmüştür. Amerikan Savunma Bakanlığı ve çeşitli Amerikan üniversiteleri tarafından başlatılan "ARPANET" adlı projeye 1968-69 yıllarında ilk internet kullanımı gerçekleşmiştir (Özgen ve Kara 2012, s.4). "Amerikan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Dairesi Ağı" (Advanced Research Projects Agency Network) anlamına gelen ve sadece 15 bilgisayarın birbirine bağlı olduğu ARPANET projesinden 1975 yılına gelindiğinde ise çoğu fizikçi ve mühendis olmak üzere toplam 2.000 internet kullanıcısı vardır (Briggs ve Burke, 2011, s.239).

Neo-liberal politikalarla ülkeler arasında ticaretin ve buna bağlı olarak küreselleşmenin hız kazandığı 1980'ler boyunca bu yeni dünyada, insanları küresel çapta birbirine bağlayacak yeni bir teknolojiye ihtiyaç duyulmuş ve dünya çapında etkin interaktif iletişim ağlarının ortaya çıkması, bir anlamda bu ihtiyaçtan doğmuştur. 1980'li yıllarla birlikte internet, sıradan insanların gündelik hayatlarındaki yerini almaya başlamış ve 1989 yılında İngiliz mühendis Tim Bemers-Lee sayesinde dünya çağında ağdan (WEB) bahsedilir olmuştur. Lee'nin bu tasarımıyla internet, yalnızca seçkinlerin kullandığı bir iletişim aracı olmaktan çıkıp bir kitle iletişim aracına dönüşmüştür (Briggs ve Burke, 2011, ss.330-331).

İnternet kullanımının tam anlamıyla yaygınlaşması ise, yazılım, donanım ve bağlantı ücretlerinde yaşanan değişimlerle birlikte olmuştur. 2000'lerle birlikte ADSL teknolojisinin devreye girmesi, daha önce kullanılan bağlantıların en az iki katı hızda internet bağlantı hızı sağlamış ve telefon hattı üzerinden; ancak, telefon kullanımını engellemeden internet erişimi mümkün hale gelmiştir. Ayrıca eskiden saniye bazlı ücretlendirilmesi nedeniyle yüksek faturalara neden olan internet servis ücretleri, bu yeni teknolojiyle beraber aylık sabit ücretle fiyatlandırılmaya başlanmıştır. Tüm bu gelişmelerle internet kullanımı dünya ölçeğinde yaygınlaşırken; internetin sosyal iletişim amacıyla kullanımı da giderek güçlenmiştir (İrak ve Yazıcıoğlu, 2012, ss.10-11).

ICR, ICQ, Microsoft Messenger gibi sanal sohbet (chat) yazılımlarıyla başlayan bu sosyal kullanım amacı, sanal sözlükler ve forumlarla devam etmiş; YouTube ile birlikte, ilk kez bir

internet sitesi sadece kullanıcılarının yüklediği içeriklerle var olmuştur. YouTube'u yine kişilerin kendi içeriklerini ürettiği bloglar izlemiştir. Tüm bu gelişmelerle internetin kamusal alanı ve sanal cemaatleri oluşurken, bugünkü anlamıyla sosyal medyayı yaratan Facebook, Harvard'lı üniversite öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 4 Şubat 2004'te kurulmuş ve kısa sürede kurucularının bile öngörmediği bir hızla yaygınlaşmıştır. Önceleri ABD'deki birkaç üniversite arasında iletişimi sağlayan Facebook, insanların görsellerle desteklenen kendi hesaplarıyla istedikleri içerikleri paylaşabildikleri, eski arkadaşlarını bulabildikleri ve yeni arkadaşlıklar kurabildikleri bir sanal-toplumsal mekân olmuştur. Böylece Facebook, gerçek anlamda sosyal medyayı oluştururken; geleneksel medya kuruluşlarının yanı sıra her resmi ya da özel oluşumun da artık bu yeni medyayı ciddiye alması ve kendi Facebook sayfalarını oluşturması neredeyse zorunlu hale gelmiştir. Öyle ki 2008 yılında Facebook'un 18.4 milyonu Britanya'da olmak üzere dünya üzerinde toplam 161 milyon üyesi vardır (Briggs ve Burke, 2011, s.352).

Sosyal medya alanında Facebook'tan sonra gelen ikinci önemli adım ise 2006 yılında hizmet vermeye başlayan *Twitter*'dir. Bir sosyal ağ ve mikroblog sitesi olarak Twitter, Facebook'un eksik kaldığı yerden, mobil olma haline uygun olarak piyasaya sürülmüştür. 3G teknolojisi ve bugünkü akıllı telefonlardan önce Facebook'u bir mobil cihazda açmak dakikalar alırken Twitter, tamamen mobil alışkanlıklara uygun olarak herhangi bir mobil cihazda hızla açılacak ve okunabilecek şekilde tasarlanmış ve kullanıcılarının, bilgisayarlarından ya da telefonlarından 140 karakterle sınırlı, tweet (civildama) adı verilen ücretsiz mesajlar atmasını mümkün kılmıştır. Bu *mobil olma* özelliğiyle Twitter, Facebook'tan farklı olarak olayların *anında* paylaşılmasını kolaylaştırmıştır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012, ss.18-20). Twitter'ın Facebook'tan farklılaştığı ve onu popüler kılan bir diğer özellik ise, arkadaş değil takipçi sistemine göre çalışmasıdır

Geleneksel Medyaya Alternatif Olarak Yeni Medya

Bu yeni medya ortamlarının iletişim alanına getirdiği yenilikler, farklılıklar nelerdir? İnternet ve sosyal medya, geleneksel medyadan farklı olarak iletişimde zaman ve mekân sınırlamasını ortadan kaldırmış, kullanıcıların kendi içeriklerini üretmesini ve hatta kendi medyasını oluşturmasını mümkün kılmış, iletişimde geribildirime anındalık özelliği kazandırmış (özellikle Twitter ile) ve birbiriyle hiç karşılaşmamış insanların ortak beğeniler çerçevesinde etkileşim kurmasına olanak sağlamıştır.

Günümüzde enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler geçmişteki hiçbir teknolojik çözümün yapamadığı kadar, iletişim kurmayı ve enformasyona ulaşmayı kolay hale getirmiştir (Splichal, 2009, s.392). 1970'lerden başlayarak özellikle gittikçe demokratikleşen toplumlarda özgürlüklerin ve kısıtlamaların yönetimi ve uyumu için toplumun bilgisayarlaştırılması gerekmiştir. Bu bağlamda yeni iletişim mecraları ve teknolojileri, merkezileşmeyi sona erdirecek ve insanlar hakkında bilgi toplama ve dosyalamayı kolaylaştıracak tek çözüm olarak bir ağ toplumu ya da bilgi toplumu kurma projesinin bir parçasıdır (Mattelart, 2012, ss.181-182).

Ağ toplumu olarak adlandırılan (Castells, 2008) bu yeni toplum yapısında iki yönlü iletişim mümkün hale gelirken; küreselleşme de bütün evlerde hissedilir olmuştur. Bugün internet erişimi sağlayan akıllı cep telefonları (smart phones) ve tablet ya da dizüstü bilgisayarlar aracılığıyla insanoğlu, istediği anda ve zamanda istediği içeriğe ulaşabilmekte, dünyanın öbür ucundaki insanlarla anlık iletişim kurabilmektedir. Castells'in vurgusuyla söylersek; zamanın "zamandışı" (timeless time), mekânın ise "akışkan" (the space of flows) olduğu ağ toplumunda, zaman kavramı gerilemiş ve yok sayılabilir hale gelmişken; mekânın sınırları da teknolojik imkanlarla aşılabilir olmuştur (2008). Ancak bu yeni toplum yapısının, bireylerin gözetimi, gizlilik ve özgürlük ihlali gibi birçok olumsuz durumu da beraberinde taşıdığı gözden kaçmamalıdır. Bu bağlamda düşünecek olursak yeni teknolojilerin, iletişim ve enformasyon alanına kattığı kolaylıkların yanı sıra özellikle sosyal medya mecraları üzerinden kişilerle ilgili, mahrem bilgiler de olmak üzere, her türlü bilgiye ulaşmayı aynı ölçüde kolaylaştırdığı söylenebilir.

Özellikle 11 Eylül saldırıları, 2004 yılı Madrid ve 2005 Londra'daki bombalama olayları gibi şiddet eylemleri neticesinde ya da bunlar bahane edilerek, en demokratik ülkelerin bile güvenlik takıntıları artmıştır. Bu durum ABD ve AB üyesi devletlerin ortak bir uluslararası terörizm tanımı yapma çabalarına, yeni terörle mücadele önlemlerini almasına ve teknolojinin özel yaşama müdahalesini kapsayan tedbirleri önemli ölçüde arttırmasına yol açmıştır. Bunun sonucunda da kamuya açık alanlarda video gözetim sistemlerinin kurulmasının yanı sıra; insansız hava araçlarının kullanım alanları arttırılmış, 1 Temmuz 2008'de telefon ve internet servis sağlayıcılarından kullanıcılarının haberleşme bilgilerini 6 ay boyunca saklamalarını talep eden yeni bir Avrupa talimatı yürürlüğe girmiştir (Mattelart, 2012, ss.253-254). Bu ise, izleme teknolojilerinin hiç olmadığı kadar yaygınlaşması,

gözetimin yüksek yoğunluklu ve ağısı yapısından dolayı Mattelart'ın kavramsallaştırmasıyla *gözetimin küreselleşmesi* anlamına gelmektedir.

Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı

Dünyada olduğu kadar Türkiye'de de büyük ilgi gören sosyal medya, televizyon gibi diğer kitle iletişim araçlarıyla birlikte, artık gündelik hayatın serbest zamanının büyük bölümünü kaplamaya başlamıştır. Sosyal medya analizi yapan "Social Bakers"ın verilerine göre Türkiye'deki Facebook kullanıcı sayısı, Ocak 2013 itibariyle 32 milyonu geçmiştir ve Türkiye nüfusunun % 41,47'si Facebook kullanıcısıdır. Bu rakamlarla Facebook kullanımında dünya yedincisi olan Türkiye, Avrupa'da ise İngiltere'den sonra ikinci sıradadır (AA, 26 Mayıs 2013).

Son birkaç yıldır sosyal medyanın gündelik hayatın önemli unsurlarından biri haline gelmesiyle birlikte insanlar için yaptıklarını ve çeşitli olaylara tepkilerini "Face"te paylaşmak veya arkadaşlarının paylaştıklarını izlemek, Twitter'daki takipçi sayısını arttırmak için her gün ilgi çekici "tweet"ler atmaya çalışmak olağan bir edim haline dönüşmüştür. Hatta bazı eylemler ve etkinlikler, sadece sosyal medyada paylaşılır/görünür olma motivasyonu ile şekillenmektedir. Debord'un modern üretim koşullarının hem sonucu hem de tasarısı olarak nitelediği "gösteri"nin (2012, ss.35-36) vardığı son nokta, bugün sosyal ağlardaki kullanıcı hesaplarında "mahrem olanın sergilenmesi" şeklinde yaşanmaktadır. Üstelik hiçbir kitle iletişim aracının yapamadığı kadar gönüllü ve yaygın bir sergilemedir bu. Daha önce televizyonlarda yayınlanan ve belgeselle gerçeklik arasındaki sınırı bulanıklaştırıp röntgencilikte, teşhircilikte ve kinizmde sınır tanımayan *Big Brother/Biri Bizi Gözetliyor* (Mattelart, 2012, s.146) gibi programlarla yarışmacıların hayatları, tanınır olma ya da maddi ödül gibi motivasyonlar karşılığında, kameralarla belli bir süreliğine gözetlenmekle birlikte, özel hayatı-mahremiyeti gözetlemenin ve göstermenin, toplumun her kesiminde bu kadar geniş ölçekte yaşanması, sosyal medya aracılığıyla olmuştur. İnternet kullanıcılarıyla ilgili kişisel verilerin arama motorları ya da sosyal ağ siteleri üzerinden elde edilmesi ve depolanmasının yanı sıra kişilerin sosyal ağ hesaplarında kendileriyle ilgili her türlü bilgiyi gönüllü olarak paylaşması artık sıklıkla karşımıza çıkan bir olgudur.

Facebook hesabında o an nerede olup ne yaptığını paylaşan, hayatındaki çeşitli olayları, gelişmeleri sosyal medya aracılığıyla hiç tanımadığı ya da sadece internet üzerinden iletişime geçtiği kişilere bile duyuran insan bu noktada akıllara şu soruyu getirir: Birçok

açıdan geleneksel medyadan ayrılan, ona bir alternatif getirdiği ve kısıtlılıklarını aştığı düşünülen internet ve sosyal medya, "mahremiyetin sınırları" konusunda da bugüne kadar hiçbir iletişim aracının yapamadığı ölçüde bir genişlemeye, bir aşınmaya neden olmuş mudur? O halde mahremiyet ve mahrem olan nedir?

Mahremiyet, Gözetim ve İktidar

Artık insanları sınırlayarak etkinlik gösteren toplumlardan, sürekli denetim ve anlık iletişim aracılığıyla faaliyet gösteren denetim toplumlarına doğru ilerliyoruz (Deleuze'den akt. Mattelart, 2012, s. 277).

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre mahremiyet, "gizlilik" anlamına gelirken (<http://www.tdk.gov.tr>); bir başka tanıma göre mahremiyet, "... bir kimsenin fiziksel veya psikolojik araçlar yoluyla genel toplum yaşamından gönüllü ve geçici olarak çekilmesini anlatır." (Yüksel, s. 278). Gifford'a göre ise mahremiyetin en iyi tanımlarından biri Irwin Altman tarafından geliştirilmiştir: Altman için mahremiyet, bir kimsenin kendisine veya grubuna ulaşma çabası içindeki seçkin kontrolüdür (Gifford, 1997, s. 173).

Görüldüğü gibi mahremiyetin farklı kaynaklarda farklı tanımlarla yer alması, bu olguyu tanımlamayı ve sınırlarını belirlemeyi güçleştirmekle birlikte burada sözünü ettiğimiz mahremiyet, bizim ve gündelik hayatımızın başkaları tarafından ne ölçüde tanınıp bilindiği ve bizim başkalarının ilgi ve dikkatinin ne ölçüde nesnesi olduğumuzla ilgili (Yüksel, s. 278) bir kavram olarak ele alınmıştır. Özel alanın sınırları içerisinde yer alan *ev içi yaşantının* her türlü görünümü, birey hakkında önemli bilgiler içeren *kişisel zevkler ile beğeniler* ve *ev dışında gerçekleştirilen yeme-içme, seyahat, tatil gibi etkinliklerin*, bu aktivitelerin içinde yer almayan başkaları tarafından da ne kadar bilinir/görünür olduğu, burada mahrem olan/olmayan arasındaki ayrımı belirlemiştir.

Gündelik hayatın içinde yaptığı neredeyse her türlü edimi ve kişisel alışkanlıklar ile zevkleri sosyal medya hesaplarında takipçileri ya da arkadaş listesiyle paylaşan sosyal medya kullanıcıları, böylelikle kendilerinin ve hayatlarının başkaları tarafından geniş ölçüde bilinmesini sağlarken; hem kendileri başkalarının ilgi nesnesi olmakta; hem de kendisi için ilgi nesnesi haline dönüşmüş başkalarını/başkalarının hayatını sosyal medya hesaplarında takip etmekte, gözetlemekte; hatta neredeyse "dikizlemektedir".

Matbaa, teleskop, mikroskop gibi icatlarla birlikte görsel olanın ayrıcalığının güçlendiği modern çağın, bu anlamda görme duyusuyla domine edilen bir çağ olduğu sıklıkla dile getirilen bir olgudur (Jay, 1988, s.3). Modern çağda denetleme ve baskı mekanizmaları ise Foucault'nun işaret ettiği gibi cezalandırmadan ziyade "gözetleme" şeklinde gerçekleşir. Çünkü iktidar düzleminde gözetlemenin cezalandırmadan daha etkili, verimli ve ucuz olduğu bu dönemde fark edilmiştir. Jeremy Bentham'ın öncelikle hastaneler için mimari bir proje olarak geliştirdiği *panoptikon* fikri ile bedenlerin, bireylerin, şeylerin merkezi bir bakış altında tümüyle görünür olmaları, bugün her alanda iktidarın en sabit ilkelerinden biri haline dönüşmüş durumdadır (Foucault, 2012, ss. 9-87). Panoptikon, merkezinde bir gözetleme kulesi, bu kulenin etrafında çember şeklinde dizilmiş hücreler bulunan mimari bir projedir. Başlangıçta hastaneler için tasarlanmış olmakla birlikte sonrasında özellikle cezaevlerinde sıklıkla kullanılmıştır ve gözetleme kulesindeki hapishane yetkililerine bütün hücreleri hakim bir şekilde gözetleme olanağı sağlar.

Yasal faydacılığın kurucularından ve pek çok cezaevi reform yasa teklifinin yaratıcılarından olan İngiliz profesör Bentham 1791'de yayımlanan *Panoptikon* adlı kitabında *gözetimi* "bugüne kadar örneği olmayan, zihin üzerinde zihinsel iktidar elde eden yeni bir yöntem" olarak tanımlar (Akt. Mattelart, 2012, s.13).

Üstelik iktidarın tahakkümcü ve gözetleyen gözü artık sadece hastane, hapishane, okul gibi devletin denetleme kurumlarında değil her yerdedir: Sokaklardaki, işyerlerindeki, toplu taşıma araçlarındaki, asansörlerdeki, apartman girişlerindeki kameralarda, nüfus cüzdanlarındaki kimlik numaralarında, bilgisayarlardaki IP adreslerinde, sosyal medya hesaplarında...

(...) sosyal medyanın denetimi çok daha kolaydır. Yönetenlerin kurdukları denetim eskiden dönemin şartları nedeniyle, zaman ve uzama bağılyken; günümüz teknolojik gelişmişlik düzeyinde uzaktan kontrolün önünün açılmasıyla denetimin daha kolay bir hal aldığı söylenebilir. Sosyal medyada tahakküme karşı yükseltilen sesler iktidar tarafından daha kolay gözetlenmekte, sosyal medya üzerinden örgütlenmeler için ise öncesinde önlem alma imkanı da doğmaktadır" (Özonur, 2012).

Özellikle Bu ifadelerin ışığında söylenebilir ki artık fiziksel şiddete ya da maddi kısıtlamalara gerek kalmadan gözetleyen bakışın ağırlığı her yerdedir. Bu bakışı her an üzerinde hisseden insan, en sonunda onu öyle bir içselleştirir ki, kendini ve başkalarını gözetleme noktasına gelir. Üstelik gözetlemekle de kalmaz, kendi hayatını ve kimliğini

"gönüllü olarak" bir gözetleme/ilgi nesnesi haline getirir. Sosyal medya paylaşımlarında sıklıkla rastladığımız bu durum, mahrem olan ile olmayan arasındaki sınırları iyice bulanıklaştırırken; Debord'un temelde gösteri yanlısı olarak nitelediği modern endüstriyel toplumda kitle iletişim araçlarına atfettiği "gösterinin öz devinimine elverişli olma" (2012 s.42) tezini de hiç olmadığı kadar haklı çıkarır.

Toplumsal gelişimde kitle iletişim araçlarına önemli bir rol atfeden Bell'in enformasyon toplumu kuramına karşın yeni teknolojilere daha mesafeli ve eleştirel bir yerde konumlanan Baudrillard, günümüzde yaşanan *sanal gerçeklikler* ve *siberuzayın* özne/nesne, kamusal/özel karşıtlıkları arasındaki ayrımları yok ettiğine dikkat çeker. Buna göre "iletişim esrikliği içindeki kişiler, gizlilik, mahrem alan, içtenlik; hatta birey dahil olmak üzere her şeyin enformasyon ve iletişim içinde tamamen çözüldüğü" bir dünyada yaşarlar. Her şeyin gereğinden fazla yakın ve görünür olması, geri çekilme ve savunma duygusunun da yokluğu demektir (Kumar, 2013, s.153). Poster'in konuyla ilgili ifadelerine burada atıf yapmak, bu anlamda yerinde olacaktır:

İletişim olanakları, gezegeni dilin bilinç küresiyle sarıp sarmalayacak ölçüde tüm yerkürenin sinir sistemine dek uzanır. Kaliforniya'da otururken Paris'teki bir arkadaşımın doğrudan doğruya ya da elektronik posta aracılığıyla konuşabiliyorsa, tüm gezegende olagelen siyasi ve kültürel olaylara evimi terk etmeksizin şahit olabiliyorsa, uzak bir yerdeki bir veritabanı benim özgeçmişimi içeriyor ve bu olaylardan hiç haberim olmaksızın hayatımı etkileyen kararlar alan hükümetleri bilgilendiriyorsa, televizyonumu veya bilgisayarımı kullanarak evimden çıkmadan alışveriş yapıyorsa, bu noktada akıllara şu soru gelir: Ben neredeyim ve kimim? Bu şartlar altında kendimi hâlâ akılcı, özerk ya da belirli bir ego tarafından sınırı çizilmiş biri gibi göremem. Aksine artık "ben", bölünmüş, alt üst edilmiş ve toplumsal uzam boyunca dağılmışumdur (1990, ss.15-16).

Kişisel Bir Facebook Hesabı Üzerinden Mahremiyetin İzinin Sürülmesi

Araştırma Yöntemi, Kapsam ve Sınırlılıklar

Türkiye'nin en çok tercih edilen sosyal medya platformu olan Facebook, bu çalışmada mahremiyetin yok oluşunun izinin sürüldüğü alan olmuştur. Rastgele seçilen dört günlük zaman aralığı, 25-28 Mayıs 2013 günleri, araştırmanın kapsamını oluştururken; araştırmacının kişisel Facebook hesabı, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Dört günlük bir zaman aralığını incelemesi ve bunu araştırmacının 41 kişilik arkadaş sayısı olan kişisel Facebook hesabına bakarak yapması, aynı zamanda araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Analizin, iki gün hafta sonu, iki gün de iş günleri olmak üzere dört günle sınırlandırılmasının nedeni olarak, böylesi bir araştırmada bu sürenin tekil elemanlardan genellenebilir bilgilere ulaşılması için yeterli olduğunun düşünülmesi yatmaktadır.

Yöntem olarak söz konusu Facebook hesabının ana sayfasına düşen ve 41 kişiden oluşan arkadaş listesinden yapılan her türlü paylaşıma (görsel ya da yazı) bakılarak bunlar, içerik analizine tabi tutulmuştur. Kurumsal reklamlar ile paylaşımlar ise analiz dışı bırakılmıştır.

Paylaşımlarda mahrem olarak değerlendirilen hususlar ise şunlardır: Ev içi yaşantının her türlü görünümü, aile bilgileriyle ilgili içerikler, yer ve durum bildirimleri (şu anda şuradayım ve şunu yapıyorum gibi), kişiyle ilgili önemli bilgiler ve ipuçları içeren kişisel beğenilerin sunumu (beğenilen bir yemeğin, eşyanın, kitabın, müziğin vb.paylaşımı) ve çoğunlukla gündelik hayattan bir kaçış/kopuş amacıyla gerçekleştirilen tatiller ile seyahatlerin bildirilmesi .Tüm bunlar, kişinin başkaları tarafından büyük ölçüde tanınıp bilinmesini sağlayan ipuçları olduğu için araştırmada "mahrem" olarak değerlendirilen noktalar olmuştur. Araştırmada gündem ile ilgili toplumsal ve/veya siyasi paylaşımlara da bakılmış; ancak bunlar mahrem olanın sınırları içinde değerlendirilmemiştir. Tüm bu saydıklarımızın dışında kalan paylaşımlar ise *diğer* başlığı altında toplanmıştır.

Bulgular ve Değerlendirme

25 Mayıs-28 Mayıs 2013 tarihleri arasında söz konusu Facebook hesabının ana sayfasına düşen paylaşımlara bakılarak elde edilen veriler tarihlerine göre şöyledir:

Tablo 1. Günlere Göre Paylaşım Sayısı ve Dağılımı

	<i>Gündem/Siyasi Paylaşım</i>	<i>Yer-Durum Bildirimleri</i>	<i>Ev-İçi /Özel Yaşantı Paylaşım</i>	<i>Kişisel Zevk/Beğeni Paylaşım</i>	<i>Diğer</i>	<i>Toplam Paylaşım Sayısı</i>
1. gün: 25 Mayıs Cumartesi	8	1	3	3	6	21
2. gün: 26 Mayıs Pazar	23	3	4	8	21	59
3. gün: 27 Mayıs Pazartesi	14	2	1	5	12	34
4. gün: 28 Mayıs Salı	19	6	3	5	7	40

Tabloda görüldüğü üzere en çok paylaşım, 59 paylaşım sayısı ile tatil günü olan 26 Mayıs Pazar günü yapılmıştır. 27 ve 28 Mayıs günlerinde paylaşım sayısı birbirine yakın olmakla birlikte, en az paylaşımın 21 paylaşım sayısı ile 25 Mayıs Cumartesi günü yapıldığı görülmektedir.

İncelenen Facebook hesabındaki toplam 41 kişilik arkadaş listesinin 26'sı kadın, 15'i erkeklerden oluşmaktadır ve en çok paylaşım kadınlar tarafından yapılmıştır. Dört gün boyunca yapılan toplam 184 paylaşımından 105 tanesi kadınlar tarafından yapılan paylaşımlardan oluşmaktadır. Bu veri, arkadaş listesinde kadınların sayıca fazla olmasıyla ilişkili olabileceği gibi, onların sosyal medyayı erkeklerden daha yoğun bir şekilde kullandığını gösteriyor da olabilir.

Gündemdeki konular ve/veya siyasi olayların, paylaşımların önemli bir kısmını oluşturduğu görülürken, incelenen dört gün boyunca en çok paylaşılan siyasi konular da gündemle paralel olarak Reyhanlı'daki patlama ve alkol yasağıyla ilgilidir. Bu konularla ilgili Radikal, Milliyet, Hürriyet, Cumhuriyet ve Sözcü gazeteleri başta olmak üzere ana akım medyada çıkan haberlerin yanısıra, merkez medyanın dışındaki yayın kuruluşlarından (Odatv, Sol Haber Portalı vb.) veya Facebook örgütlenmelerinden gelen (Öpüşme eylemiyle ilgili

oluşturulan Facebook sayfası gibi), çoğunlukla merkez medyada göremediğimiz haberlerin de çokça paylaşıldığı görülmüştür.

Kişinin ne ölçüde başkalarının ilgi nesnesi olduğuyla ilgili bir kavram olarak baktığımız *mahrem* ile bağlantılı olarak yapılan paylaşımların çoğunlukla, kişisel beğenilerin sunulması ve yer-durum bildirimleri şeklinde olduğunu söylemek gerekir. Yer-durum bildirimleri denilince kişinin bir zamanda nerede olduğunu ve/veya ne yaptığını, ne hissettiğini Facebook üzerinden paylaşması anlaşılmalıdır. Bu bağlamda yapılan paylaşımlara baktığımızda gidilen çeşitli etkinliklerin zaman ve yeriyle bildirilmesi (konser ve festivallerin hem alınan biletlerinin, hem de etkinliğin kendisinin görselleri sunularak bildirilmesi vb.) ve yemek yenilen mekanın, içinde bulunduğu semt ile yazılı olarak bildirilmesi gibi yer bildirimleri ile yine yazılı olarak paylaşılan, o anki ruh haliyle ilgili bildirimler (şu an çok sıkılıyorum vb.) en çok göze çarpan yer-durum bildirimleridir. Ayrıca arkadaşlar ve/veya eş-sevgili ile yapılan tatil, seyahat gibi etkinlikler de yer-durum bildirimleri içinde sayılmış ve bununla ilgili paylaşılan öğelerin çoğununun, fotoğraflar gibi görsellerden oluştuğu görülmüştür. Kişisel beğenilerin sunulması film, müzik, dizi vb. ile ilgili videoların paylaşılması şeklinde olduğu gibi, okunan kitaplardan yapılan alıntılar şeklinde de olmakta, ayrıca tercih edilen her türlü markanın Facebook hesaplarının beğenilerek tavsiye edildiği de görülmektedir.

Yine mahrem olanın sınırları içerisinde saydığımız ev içi yaşantı ve özel hayat bildirimleri ise az sayıda da olsa, incelenen her gün karşımıza çıkmıştır. Ev içi yaşantı paylaşımlarıyla ilgili öne çıkanlar, evde arkadaşlarla yapılan toplantıların ve doğum günü kutlamaları gibi özel törenlerin, ev içindeki gündelik hallerin (çiçeklere su verme, evin içerisindeki evcil hayvanla oynama vb.) fotoğraflarının paylaşılması şeklindedir. İnsan hayatındaki önemli törenlere ait paylaşımlar da, incelenen dört günlük zaman zarfındaki biri mezuniyet, diğeri ise düğün törenini gösteren iki paylaşımın araştırılmasında yer bulmuş ve bunlar, özel hayat paylaşımları içerisinde sayılmıştır. Her iki paylaşımında da törenlere ait fotoğraflar ve yorumlar yer almaktadır.

Özel yaşantı paylaşımlarıyla ilgili en dikkat çekici nokta, bir kullanıcının özel ilişkisinin başladığı tarihi ve ilgili kişiyi Facebook hesabı üzerinden ilan etmesi olmuştur.

Tartışma ve Sonuç

Her yeni kitle iletişim aracında olduğu gibi sosyal medya platformları da olumlu ve olumsuz yönleriyle birlikte değerlendirilmelidir. Birçok muhalif sesin, toplumsal-siyasal örgütlenmenin ve bağımsız enformasyon kanalından gelen bilginin yer aldığı bir alan olarak sosyal medya, çeşitli konular etrafında kamuoyu ve/veya muhalefet oluşturan, toplumdaki ikincil grupların seslerini duyurduğu alternatif bir kanal olarak oldukça önemlidir. Bu yönüyle geleneksel medyadan daha özgürleşimci ve bağımsız bir araç olduğu da yadsınamaz bir gerçekliktir. Bu bağlamda, incelenen zaman aralığındaki siyasi içerikli paylaşımlara bakıldığında da çeşitli toplumsal ve/veya siyasi olaylarla ilgili ana akım medyada yer bulmayan ya da egemen söylem içerisinde yer bulan konuların, merkez medyanın dışında kalan medya kuruluşlarının yaptığı haberler yoluyla, Facebook üzerinden paylaşıldığı görülmüştür. Böylelikle duyulmayı duyuran bir kanal olarak sosyal medyanın, siyaset alanındaki sınırlamaları aşmak, demokrasinin işleyebilmesini daha mümkün hale getirmek gibi olumlu işlevlere sahip olduğunu söylemek mümkün olmakla birlikte, yine aynı medyanın, paylaşılan içeriklerin doğruluğu veya yanlışlığını denetlemesi mümkün olmadığından özellikle siyasal-toplumsal olaylarla ilgili dezenformasyona neden olabildiğini söylemek de olasıdır.

Ayrıca en azından Facebook gibi kullanıcılarının IP adreslerini gerektiğinde otoritelerle paylaşan sosyal medya platformları ile yönetici bakışın gözetimi hususunda zaman ve uzam sınırlılıkları ortadan kalkmakta, böylece toplumdaki muhalif seslerin denetimi ve bastırılması kolaylaşmaktadır. Sosyal medyanın dolaylı veya doğrudan yöntemlerle yerine getirdiği bu işlev, gerek kullanıcı hesaplarına dışarıdan gelen gizli müdahalelerle (casus yazılımlar yoluyla vb), gerek sosyal medya yönetimlerinin kullanıcı bilgilerini izin almadan kamusal ya da özel kuruluşlara sızdırmasıyla, gerekse kullanıcıların kendileriyle ilgili her türlü bilgiyi gönüllü olarak sergilemesiyle gerçekleşmektedir. Bu bağlamda sosyal medya, mahrem olan ile olmayan arasındaki sınırları giderek aşındıran bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır.

Bir kişiyi zaman içerisinde tanıyarak öğrenebileceğimiz bilgilerin(kişisel beğenileri ve zevkleri, ev içi yaşantısı, ailesi vb.), kullanıcılar tarafından sosyal medya mecralarında kolaylıkla paylaşılması ile kişinin kendisinin ve gündelik hayatının bilinirliği artarken bir yandan birey, başkalarının ilgi nesnesi olur, bir yandan da başkalarının kendisi için bir ilgi nesnesi haline dönüşmesini izler. Böylelikle bir tür görünür olma ve dikizleme kültürü

toplumda yaygınlaşır, yaygınlaştığı oranda da normalleşir. Mahrem olan ile olmayan, kamusal ile özel alan arasındaki ayrımların giderek muğlaklaştığı böylesi bir toplumda insan için, kendi varlığının ve mahreminin sınırlarını çizmesi o ölçüde güçleşir. İnsan, artık gerçek bir amacı ile sonucu olan eylemlerinin ya da düşüncelerinin ürettiği bir varlıktan çok, gösteri haline gelen hayatının yayıncısı haline dönüşür.

Son olarak unutmamak gerekir ki bir iletişim aracı, hiçbir zaman tek başına iyi ya da kötü olarak nitelendirilemez. Her aracın beraberinde getirdiği olumlu ve olumsuz özellikler ile toplumda yol açtığı değişimler olmakla birlikte, aracın nihai kullanım amacı ve şekli insan faktörüyle belirlenir. Aynı doğrultuda söyleyecek olursak *görece* yeni bir iletişim mecrası olarak sosyal medyayı hangi amaçlarla ve nasıl bir bilinçle kullandığımız, onun işlevini ve etki alanını belirleyecektir. Geleneksel ve ana akım medyadan oldukça bağımsız ve özgün bir potansiyele sahip olan bu yeni medya, insanların onu doğru ve etkin bir şekilde kullanmasıyla, toplumsal ve siyasal yaşam için güçlü dönüşümlerin sağlanmasında önemli bir araç haline gelebilecektir. Bunun için de kullanıcıların öncelikle bu yeni araçla ve onu doğru şekilde kullanmakla ilgili bir bilinç geliştirmesi gerekmektedir. Bu bilincin geliştirilmesi ise, kişisel çabaların yanı sıra toplumda eleştirel bir medya okur-yazarlığı eğitiminin yerleşmesiyle sağlanabilir. Böylece bu yeni medyanın taşıdığı gerçek potansiyel ortaya çıkabilecek ve ondan belli dönüşümleri sağlamak adına yararlanabilmek mümkün olabilecektir.

Aracın taşıdığı bu önemli potansiyel, Taksim Gezi Parkı Direnişi'nde açıkça görülmüştür. İktidar partisi ve yerel yönetimin Taksim'de bulunan Gezi Parkı'nı dönüştürmek için başlattığı yıkıma halkın verdiği tepki ve parka sahip çıkma çabaları, ana akım medyada görmezden gelinmiş veya yüzeysel ya da manipülatif bir şekilde yer bulmuşken; Facebook ve özellikle Twitter üzerinden detaylı olarak, video ve fotoğraflarla da desteklenerek sunulmuştur. Sosyal medyada yaşanan bu enformasyon akını, konuyla ve yaşanan polis şiddetiyle ilgili toplumda büyük bir muhalefet ile örgütlenmenin oluşmasına neden olmuştur. Aracın taşıdığı potansiyel ve güç de burada açığa çıkmıştır: Bu öylesine bir güçtür ki, sosyal medya mecralarındaki yayınlardan sonra, Gezi Parkı Direnişi, sadece İstanbul'la sınırlı kalmamış, hem Türkiye'nin çeşitli illerine sıçramış hem de uluslararası arenada konunun bilinmesini sağlayarak büyük bir kamuoyu oluşturmuştur.

Kaynaklar

- Baudrillard, J. (1983). "The Ecstasy of Communication", *Foster*. ss. 126-134.
- Briggs, A., ve Burke, P. (2011). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. Çev. Ümit Hüsrev Yolsal, Erkan Uzun. 1. Baskı. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 1. Cilt*. 2. Baskı. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Debord, G. (2012). *Gösteri Toplumu*. Çev. Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent. 4. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2012). *İktidarın Gözü*. Çev. Işık Ergüden. 3. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gifford, R. (1997). *Environmental Psychology*. Boston: Allyn and Bacon.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. 1. Baskı. İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Jay, M. (1988). "Scopic Regimes of Modernity", *Vision and Visuality*. Bay Press, ss. 3-23.
- Kara, T. ve Özgen, E. (2012). *Sosyal Medya-Akademi*. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Kumar, K. (2013). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma: Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*. Çev. Mehmet Küçük. 4. Baskı. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Mattelart, A. (2012). *Gözetimin Küreselleşmesi: Güvenileştirme Düzeninin Kökeni*. Çev. Onur Gayretli, Su Elif Karacan. 1. Baskı. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Poster, M. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity Press.
- Yüksel, M. (t.y.) Mahremiyet Hakkına ve Bireysel Özgürlüklere Felsefi Yaklaşımlar, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* (64-1). ss. 275-298.

Anadolu Ajansı-AA. (26 Mayıs 2013). *Facebook'taki Paylaşım Memura Soruşturma Nedeni*. <http://www.cumhuriyet.com.tr/?hn=419052&kn=7&ka=4&kb=7>. (Erişim:26 Mayıs 2013).

Özonur, D. (18 Kasım 2012). *Sosyal medya, bir tahakküm ve direniş hikayesi*. http://www.birgun.net/sunday_index.php?news_code=1353232706&year=2012&month=11&day=18. (Erişim: 29 Mayıs 2013).

Splichal, S. (2009). *'New' Media 'Old' Theories: Does the (National) Public Melt into the Air of Global Governance?*. <http://ejc.sagepub.com/content/24/4/391> (Erişim: 14 Kasım 2012).

<http://www.tdk.gov.tr> (Erişim: 20 Mayıs 2013).