

Sosyal Medyada Nesneleştirme Aracılığıyla Mahremiyetin Reddi: Youtuberlar Üzerine Bir Değerlendirme

SELÇUK İLETİŞİM

DERGİSİ 2021;

14(2): 1039-1069

doi: 10.18094/JOSC.878783



Bahar Kayıhan

ÖZ

Mahremiyet, kitle iletişim araçlarının gelişimi ile birlikte ihlal edilen bir konu haline gelmeye başlamıştır. Sosyal ağlar da, mahremiyet ihlallerine yeni bir boyut eklemiştir. YouTube ve benzeri ağlarda mahremiyet, yalnızca kurumlar tarafından değil, kullanıcılar tarafından da gönüllü olarak ihlal edilir olmuştur. Bu nedenle bu çalışmada, YouTube içerik üreticilerinin gönüllü mahrem paylaşımları incelenmiştir. Mahrem paylaşımlar nesneleştirmeye, nesneleştirme ise daha fazla oranda mahremiyet içerikli paylaşımına yol açmaktadır. Bu sebeple araştırma kapsamında, Fredrickson ve Roberts'ın Nesneleştirme Kuramı'ndan yola çıkılarak, YouTuberların mahrem paylaşımlarını analiz etmek ve bu paylaşımlarda kendilerini ne şekilde nesneleştirdiklerini ve bu nesneleştirmenin ne gibi sonuçları olduğunu açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmada, amaçlı örnekleme metodu kullanılarak örneklem olarak belirlenen YouTube içerik üreticilerinin paylaşımlarına yönelik betimsel bir analiz gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, yatak odaları da dâhil olmak üzere evlerinden çeşitli paylaşımlar yapan YouTuberların, yaşadıkları alanı mahrem olarak değerlendirmedikleri ve buldukları/yaşadıkları mekânlar, aileleri, arkadaşları, ilişkileri, yabancılar, duyguları, bedenleri ve tercihleri hakkında mahrem paylaşımlar yaptıkları görülmüştür. Ayrıca, fiziksel benlikleri ile ilgili kaygı duyguları olduğu, YouTube'daki varoluşlarının da bu durumun bir etkeni olduğu, kaygı duyguları nedeniyle yeme bozuklukları yaşayabildikleri ve dış beden farkındalıklarına karşın iç bedensel bir farkındalığa yönelik herhangi bir paylaşım yapmadıkları açığa çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Mahremiyet, YouTube, YouTuber, Nesneleştirme, Nesneleştirme Kuramı

BAHAR KAYIHAN

Dr. Öğretim Üyesi

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

bahar.kayihan@hbv.edu.tr

Orcid ID: 0000-0001- 5196-4350

SELÇUK İLETİŞİM DERGİSİ 2021; 14(2): 1039-1069

doi: 10.18094/ JOSC.878783

Geliş Tarihi: 11.02.2021 Kabul Tarihi: 01.04.2021 Yayın Tarihi: 25.04.2021

Denial of Privacy through Objectification in Social Media: An Assessment on Youtubers

JOURNAL OF SELÇUK
COMMUNICATION 2021;
14(2): 1039-1069
doi: 10.18094/ JOSC.878783



Bahar Kayıhan

ABSTRACT

With the development of mass media, privacy has become an issue that has been violated. Social networks have also added a new dimension to privacy violations. On YouTube and similar social networks, privacy was no more violated only by institutions; it has become voluntarily violated by users. Private shares lead to objectification, while objectification leads to more private content sharing. Therefore, in the study, based on the Objectification Theory of Fredrickson and Roberts, it was aimed to analyze the intimate shares of YouTubers and to reveal how they objectified themselves in these posts and the consequences of this objectification. In the study, a descriptive analysis was carried out for the shares of YouTube content producers, who were determined as a sample using the purposeful sampling method. As a result, it has been observed that YouTubers, who make various posts from their homes, including bedrooms, do not consider their living space as private and make intimate sharing's about the places where they live, their families, friends, relationships, strangers, feelings, bodies and preferences. Besides, it has been revealed that they have feelings of anxiety about their physical self, their presence on YouTube is also a factor of this situation, they may experience eating disorders due to their anxiety feelings, and they do not share any internal physical awareness despite their external body awareness.

Keywords: Privacy, YouTube, YouTuber, Objectification, Objectification Theory

BAHAR KAYIHAN

Asst. Prof.

Ankara Hacı Bayram Veli University

bahar.kayihan@hbv.edu.tr

Orcid ID: 0000-0001- 5196-4350

JOURNAL OF SELÇUK COMMUNICATION 2021; 14(2): 1039-1069

doi: 10.18094/ JOSC.878783

GİRİŞ

Mahremiyet olgusu ortaya çıktığı dönemlerden itibaren, toplumsal açıdan önemli bir konu olmuştur ve bu nedenle de hukuki düzenlemeler ile korunur hale getirilmeye çalışılmıştır. Modernlik ile beraber mahremiyet, özel alana, özel mülkiyete ve bireyselliğe vurgusu nedeniyle kapitalist yapıyı pekiştiren bir etken olarak rol oynar hale gelse de aynı zamanda mahremiyetin sağlanamayışı ya da ihlali de kapitalist yapıyı güçlendiren bir etken olmuştur. Özellikle dijital teknolojilerin gelişimine paralel olarak daha da güçlenen gözetim ile birlikte, mahremiyet ihlali oldukça belirgin hale gelmiştir. Sosyal ağlar, her an her yerde gözlenebilir hale gelen kullanıcıların kişisel verilerini de depolar, paylaşır ve pazarlar hale gelmiştir. Bunun da ötesinde, yalnızca kâr odaklı kuruluşlar değil, kullanıcılar da gönüllü olarak mahrem alanlarını paylaşır olmuşlardır. İnsanların, mahremiyetlerini korumak için mahkemelere başvurduğu dönemlerin ardından nasıl kendilerinin gönüllü olarak mahrem alanlarını paylaşır hale geldikleri ise incelenmeye değer bir konudur. Bu nedenle çalışmanın temel hedefi, dijital platformlarda kullanıcıların mahremiyetlerine ilişkin paylaşımlar yapıp yapmadıklarını, yapıyorlarsa ne yönde paylaşımlar yaptıklarını ortaya koymaktır. Bunun için de diğer sosyal ağlara kıyasla, daha uzun videoların yüklendiği dolayısıyla da daha yoğun mahrem hikâyelere dayalı içerik barındıran YouTube, inceleme nesnesi olarak tercih edilmiştir.

Kadınların kendilerini nesneleştirilmesi mahremiyetin paylaşımı ile mümkün olmaktadır. Nesneleşmenin artması, daha fazla oranda mahremiyet içerikli paylaşıma, mahrem paylaşımların artması da daha fazla oranda nesneleştirmeye yol açmaktadır. Dolayısıyla, mahremiyet ve nesneleştirme arasında ayrılamaz bir bağlantı mevcuttur. Bu nedenle de çalışmada, Nesneleştirme Kuramı'ndan yola çıkılmıştır.

Nesneleştirme Kuramı'na göre, kadınlar nesneleştirildiklerinde yalnızca başkalarının arzularına hizmet eden "bedenler" olarak muamele görmektedirler. Bu nesneleştirme durumu ise üç aşamada gerçekleşmektedir. Birincisi sosyal ve kişisel karşılaşmalarda ortaya çıkan nesneleştirmedir. Kişisel karşılaşmalarda kadınlar erkeklere kıyasla daha fazla oranda bakılacak nesnelere dönüşmektedirler. İkinci aşama nesneleştirme ise görsel medyada meydana gelmektedir. Reklamlara yönelik analizler, erkeklerin kadınlara bakan şekilde resmedilmesinin çok yaygın olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin reklamcılıkta, bir erkeğin düşler kurmakta olan bir kadını gözetlediği tema, yaygın olarak kullanılmaktadır.

Nesneleştirmenin üçüncü aşaması ise insanların, kadınların bedenlerine vurgu yapan görsel medya ile karşılaşmasında oluşmaktadır. Yalnızca pornografik içerikli yayınlarda değil, ana akım filmlerde, görsel sanatlarda, reklamlarda, dergilerde, fotoğraflarda ve diğer tüm medya içeriklerinde kadın bedeni nesneleştirilmektedir. Nesneleştirme Kuramı'na göre nesneleştirmenin en sinsi aşaması görsel medyada ortaya çıkmaktadır. Kadınlar, görsel medyadaki yayınlar sonucunda izleyicinin bakış açısını fiziksel benliklerinin birincil görüşü olarak içselleştirmekte ve bunun sonucunda bedenleri hakkında daha fazla kaygı duyar hale gelmekle birlikte kendi kendilerini nesneleştirmektedirler (Fredrickson & Roberts, 1997, s. 175-178). Sosyal ağlar da, bu tür bir gönüllü nesneleştirmeye uygun bir ortam sağlamaktadır; çünkü bu ağlarda oldukça fazla görsel içerik kontrolsüz bir şekilde dolaşmaktadır. Bu nedenle bu ağlarda kadınların öz temsilleri üzerine bir çalışma yürütülmek hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında, toplumun tüm üyeleri gibi nesneleştiren bir kültürün parçası olan YouTuberların, sosyal ağda daha da çok nesneleştikçe nasıl mahrem paylaşımlar yaptıklarını Nesneleştirme Kuramı'ndan yola çıkılarak, kaygı, utanç gibi duygular ya da dış bedensel farkındalığa yönelik bir ilgi duyup duymadıklarını açığa çıkarmak amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında, üç YouTube içerik üreticisinin mahrem alanlarını ifşa eden ve bedenlerini nesneleştiren paylaşımları incelenmiştir. Her kullanıcının deneyimi kendine özgü olduğundan, çalışmada herhangi bir evrene genelleme amacı bulunmamaktadır. Bu nedenle de daha çok kullanıcının paylaşımına odaklanmak yerine, üç YouTube kullanıcısının paylaşımlarına derinlemesine bir biçimde odaklanılmıştır. Örneklem olarak, uzun zamandır (en az 4 yıl) YouTube'u kullanan, fazla takipçisi olan (en az 500 bin) üç içerik üreticisi belirlenmiştir. Bu üç içerik üreticisinin, YouTube'a katıldıkları tarihten itibaren tüm paylaşımları (1318 video) incelenmiştir. Bu inceleme, Wolcott'un (1994, s. 10-11) nitel araştırmalar için önerdiği, betimleme, değerlendirme ve yorumlamayı harmanlayan betimsel analiz tekniği ile gerçekleştirilmiştir.

MAHREMİYETİN TOPLUMSAL VE HUKUKİ TEMELLERİ

Mahremiyet ile ilgili ilk değerlendirmelerden biri Warren ve Brandeis'e aittir. Warren ve Brandeis'e göre (1890, s. 193-200) yaşam hakkı zaman içerisinde, yaşamdan zevk alma hakkını, yalnız bırakılma hakkını, özgürlük hakkını ve kapsamlı sivil ayrıcalıkların kullanımını güvence altına alacak şekilde genişlemiştir. Ardından, insanların saldırgan seslere, kokulara, toza, dumana karşı nitelikli bir

koruması sağlanmaya başlanmıştır. Sonradan da yasal düzenlemeler mahremiyet hakkını da içerecek hale gelmiştir. Warren ve Brandeis'in bu değerlendirmesi, mahremiyetin zaman içerisinde önem kazanan bir olgu haline geldiğini ortaya koymaktadır. Medeniyetin gelişimini inceleyen Elias'ın görüşleri de bu durumu doğrulamaktadır. Elias (1994/2000, s. 138) insan yaşamının özel ve mahrem alanlarının medeniyet içinde özelleştirildiğini iddia etmektedir. Örneğin Orta Çağ toplumunda, yatak odasında ziyaretçi kabul etmek normal karşılanmaktadır ve insanların geceyi aynı odada hizmetçilerle veya misafirlerle geçirmesi yaygındır. O yıllarda uyurken kıyafet giymek de alışılmadık bir durumdur. Üstelik çıplak olmak utanılacak bir şey değildir ve insanlar evlerinde kıyafetlerini çıkardıktan sonra, evlerinden hamama çıplak bir şekilde gitmişlerdir. On altıncı yüzyılın sonlarına doğru bedene ilişkin mahremiyet ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu zamanlama Avrupa toplumunun kendine özgü koşullarına göre değişebilse de mahremiyet algısının çağlar boyunca inşa edildiği söylenebilir.

Orta Çağ'dan günümüze kadar insanlar mahremiyet ihtiyacı duymuşlardır. Webb (2007, s. ix), insanların Orta Çağ'da özel alanlara sahip olmak için gruplardan veya ailelerin gözetiminden uzaklaşmak istediklerini belirtir. Vincent'a (2016) göre, on dördüncü yüzyılda bir kişi, kırık penceresinden evi görülebildiği için ev sahibine dava açmıştır. O zamandan beri, Londra mahkemelerine (Assize of Nuisance) gizlilik konularıyla ilgili birçok itiraz yapılmıştır ve Londra mahkemeleri mahremiyet hakkını savunmuşlardır. Ayrıca on dördüncü yüzyılda izinsiz girişe karşı dava açma hakkı oluşmaya başlamıştır. On sekizinci yüzyılda, çocukların bile kişisel eşyalarını saklamak için kendilerine ait ayrı bir yere ihtiyaç duyduklarına inanılmaya başlanmıştır; çünkü "özelin ortak mülkiyetten bir miktar ayrılması bireyselliğin bir göstergesi" olmuştur (Vickery, 2008, s. 170). Bireysellik önem kazandıkça mahremiyet de önem kazanmaya başlamıştır. Bu açıdan, mahremiyet ile modernlik arasında sıkı bir bağlantı olduğunu söylemek mümkündür çünkü bireysellik, modernlik ile hiç olmadığı kadar önemli bir konu haline gelmiştir.

Sennett'e (2017) göre, modern ve modern öncesi arasındaki fark, mahremiyet ile ilişkilidir. Modernlikten önce, insanlar için kamusal alan özel alandan daha önemli bir konu olmuştur. Ayrıca Vickery'e göre (2008, s. 148) "[...] özel hayat fikri erken modern dönemin bir yaratımıdır [...] ve İngiltere mahremiyetin doğum yeridir". Dolayısıyla, mahremiyetin, günümüzdeki anlamına modern dönemde kavuştuğu söylenebilir. Dahası, özel mülkiyet ile mahremiyet arasında güçlü bir ilişki vardır. Pek çok bilim insanı iki kavram arasındaki bağı vurgulamaktadır (bkz. (Pateman, 1988; Habermas, 1991; Samuelson, 2000; Seignani, 2013; Vincent, 2016). Özel mülkiyet, kapitalizmin en önemli boyutlarından biridir.

Kapitalist toplumsal düzenden önce ise özel mülkiyetten şimdi anlaşıldığı şekliyle bahsetmek mümkün değildir; çünkü mülkiyet halka değil komüne aittir (Marx, 1993/1858, s. 474-475). Karl Marx'a göre özel mülkiyet, değer yabancılaştırıldığı kapitalist üretimi güvence altına almaktadır (Harvey, 2017, s. 51). Dahası, "[...] paranın kendisi bir metadır, herhangi bir bireyin özel mülkü haline gelebilecek bir dış nesnedir. Böylece sosyal güç, özel kişilerin özel gücü haline gelmektedir" (Marx, 1990/1867, s. 229-230). Ayrıca, özel mülkiyet ve mahremiyet arasındaki ilişkiye odaklanan birkaç çalışma mevcuttur. Pateman (1988, s. 105), mahremiyetin ataerkillik ve özel mülkiyetin birleşmesinden oluştuğunu, Vincent ise (2016) özel odanın varlığının zenginlikle ilişkili olduğunu söylemektedir. Zira alt sınıflardaki ağaların böyle bir arzuya sahip olması mümkün olmamıştır. Tüm bunlardan yola çıkarak, mahremiyetin her zaman olumlu bir anlamı olmadığını söylemek mümkündür. Bu görüşü destekler nitelikte, mahremiyetin, bireyler ve toplum için olumlu nitelikler getiren evrensel bir insan ilkesi olduğunu savunmak yerine Fuchs (2011, s. 145), modern mahremiyetin özel mülkiyetle, sermaye birikimiyle ve sosyal eşitsizlikle ilişkisine değinerek, mahremiyetin sömürü ve gelir/servet eşitsizliği gibi kapitalizmin ekonomi politikasıyla ilgili konularla ilişkili olduğunu savunmaktadır.

Öte yandan toplumsal açıdan ister olumlu, ister olumsuz bir anlamı olduğunu savunalım, insanların mahremiyet ihtiyacının ortaya çıkışı tartışılırken, dinin etkisinden de bahsetmek gerekmektedir. Yalnızca Püritenlikte, Hıristiyanlığın diğer kültürlerinde de insanlar, kendilerine en yakın hissettikleri aile üyelerinden bile uzakta kendi başlarına ibadet etmişlerdir (Slater S. , 1691, s. 19). Bu durum sadece Hıristiyanlıkta geçerli değildir, diğer pek çok dinde ibadet bireysel bir etkinliktir. Ayrıca, Kur'an-ı Kerim'de mahremiyeti korumayı amaçlayan bir ilahi emir dile getirilmiştir (Vatandaş, 2020, s. 440). Bunun da dışında, farklı toplumlarda farkı mahremiyet algılarının ve kurallarının olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin Çin'de mahremiyet, elitlerin sahip olabileceği bir ayrıcalık olmuştur. 1950'li yıllarda bir ev sahibi, bir kiracının evine girebilmekte, ancak bir kiracı, bir ev sahibinin evine girememektedir (Yan, 2003, s. 137).

Günümüzde ise mahremiyet toplumsal hayat açısından önemli bir konu olarak varlığını korumaktadır. Ancak mahremiyet, özgürlük ve demokrasi için temel bir mesele olsa da, mahremiyeti kavramsallaştırma konusundaki yaygın hoşnutsuzluk devam etmektedir. Neredeyse her ülkede, çok sayıda yasa, anayasal haklar ve yargı kararları mahremiyeti korumaya çalışmaktadır. Örneğin Brezilya anayasasında "insanların mahremiyetinin, özel hayatının, onurunun ve imajının dokunulmaz olduğu"

belirtilmektedir. Güney Afrika "herkesin mahremiyet hakkına sahip olduğunu", Güney Kore ise "hiçbir vatandaşın mahremiyetinin ihlal edilmeyeceğini" yasalarında belirtmektedir (Solove, 2008, s. 2-3). Mahremiyete odaklanan güncel çalışmalarda da insanların mahremiyeti bir hak olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Örneğin Sebastian Seignani (2013, s. 736), mahremiyet hakkında derinlemesine görüşme çalışması gerçekleştirdiği araştırmasında, bireylerin kendilerini topluma hiçbir şey borçlu olmayan kişiler olarak gördüklerini açığa çıkarmıştır.

MEDYA VE SOSYAL AĞLAR İLE MAHREMİYETİN REDDİ VE ÖZEL HAYATIN TEŞHİRİ

Her ne kadar insanlar mahremiyeti bir hak olarak görseler de toplumsal yaşam içerisinde mahremiyetin gittikçe yitirildiğini söylemek mümkündür. Modern yaşam içerisinde gazetecilik, reklamcılık gibi meslekler mahremiyet ihlalini meşrulaştırmaktadır. Bir gazeteci, bir diğerinin mahrem alanına girebildiği ölçüde haber değeri olan içerikler üretmektedir (Yılmaz, 2011, s. 135). Televizyon da mahremiyet olgusunu zedeleyen bir rol üstlenmiştir. Özellikle kamu televizyonculuğu sonrası çok izlenenin sürdürülebilir olduğu sistem içerisinde mahremiyet fazlasıyla zedelenir olmuştur. Örneğin, talk show programlarındaki amaç gizli kalmış gerçekleri açığa çıkarmaktır. *The Oprah Winfrey Show*'un konukların acılı özel alan hikâyelerini anlattıkları format, pek çok talk show programının temelini oluşturmuştur. Bu ve benzeri formatlara sahip programlarda konuklar özel yaşamları ve duyguları hakkında paylaşımlarda bulunmaktadır (Duman, 2011, s. 149-150). Reality televizyon programlarında ise sıradan insanların gündelik hayatları, özel alanı, mahremiyeti belirli stratejiler doğrultusunda paketlenerek yine sıradan insanların ilgisine sunulmaktadır (Aksoy & Saraç, 2020, s. 773). Tarih boyunca, gazete ve televizyon gibi kitle iletişim araçları yalnızca mahremiyeti zedeleyecek yayınlar yapmamış, aynı zamanda gözetimi güçlendirecek bir yapıya da sahip olmuşlardır. Gözetim arttıkça da mahremiyet zedelenmiştir.

Giddens'a göre gözetimin başlangıcı yazının bulunuşu ile başlamış, matbaanın icadı ile güçlenmiştir. Matbaanın icadı ile devletler gözetimi kurumların baskı unsuru olarak kullanmaya başlamıştır (Güven, 2011, s. 175). Gözetim olgusu 2000'li yıllar sonrasında yaşanan yoğun dijitalleşme ile daha çok tartışılır bir konu haline gelmiş olsa da, önceki dönemlerden itibaren sosyologların tartıştığı konulardan olmuştur. Marx'ın, Weber'in, Durkheim'in ve diğer klasik sosyologların çalışmaları, gözetim kuramlarının temelini oluşturmaktadır. Foucault'nun insanların artık kameralar olmasa bile izleniyormuş

gibi davrandıkları Panoptikon alanından bahsettiği çalışmaları da gözetim ile ilgili kuramlar açısından önemlidir (bkz. Foucault, 1975; Foucault, 1977). Dahası, şu anda bir gözetim toplumunda yaşamakta olduğumuzu savunan çalışmalar mevcuttur (bkz. Lyon, 1994; Ericson & Haggerty, 2006; Goold, 2004; Bennett, 2011). Foucault'nun ifade ettiği gözetim toplumunda, kapitalizm ve tüketim üzerine kurulu bir gözetim ortamı mevcuttur. Kimlikler, beğeniler, alışveriş tercihleri, eğlenceler ve daha birçok şey çevrimiçi ortamda takip edilebilmektedir. Kamusal alan ve özel alan birbirine karışabilmekte ve mahrem olan teşhir edilebilmektedir (Çağlak, 2020, s. 17). Yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya da hem mahremiyeti zedeleyen hem de gözetimi artıran bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya kullanıcılarının çevrimiçi faaliyetleri, kâr elde etmek için kurumlar tarafından takip edilmektedir. Bu bağlamda mahremiyet bir kâr kaynağı olarak kullanılmaktadır (Hülür, 2020, s. 8). Fuchs'a göre (2011, s. 154), sosyal ağlar tüketicilerini reklam müşterilerine bir meta olarak satmaktadır. Kurumsal web platformları, kişisel verileri ve çevrimiçi etkinlikleri sürekli olarak izlemektedir ve kaydetmektedir. Ayrıntılı kullanıcı profillerini, kullanıcıların kişisel ilgi alanlarını ve çevrimiçi davranışlarını depolayarak, bu bilgileri reklam verenlere pazarlamaktadırlar.

Kurumların yanı sıra, sosyal medya kullanıcılarının kendileri de mahremlerini paylaşmaktadır. boyd'a göre (2008, s. 19) mahremiyet, vazgeçilemez bir hak değil, var olabilmek için sosyal ve yapısal olarak korunması gereken bir ayrıcalıktır. Ancak yeni iletişim teknolojilerinin ve sosyal ağların gelişimi ile mahremiyetin toplumun desteklemek istediği bir şey olup olmadığı sorusu ortaya çıkmıştır. Sosyal medyada mahrem olan her şey kamunun önüne sunulur hale gelmiştir (Bauman & Lyon, 2013, s. 35-57). İnsanlar çevrimiçi sosyal ağlara katılmak zorunda olmasalar bile, bu ağlara katılarak kişisel bilgilerini paylaşmayı seçmektedirler. Onlar için, sosyal ilişkileri sürdürmenin ve geliştirmenin ve platformdan keyif almanın kolay bir yolu olduğu için sosyal medyada kişisel bilgilerini ifşa etmeye motive olmaktadır. Ayrıca seyahat, yemek ve sıradan deneyimler de dâhil olmak üzere sosyal ağlarda çok çeşitli kişisel bilgileri ve deneyimleri paylaşmaktadırlar. Mahremiyet endişeleri olanların bile sosyal ağlarda tam adlarını ve hatta cep telefonu numaralarını paylaşmayı seçtikleri görülmektedir (Maloney, Zamanifard, & Freeman, 2020, s. 2). Bunun da ötesinde, sosyal ağlarda kullanıcılar bedenlerini, kıyafetlerini, duygularını, dini düşüncelerini, siyasal düşüncelerini, ailelerini, aile-akraba-eş-arkadaş-komşu ilişkilerini, yalnızlıklarını ve pek çok diğer mahrem içeriği yoğun bir şekilde paylaşabilmektedir (Çağlak, 2020, s. 18). Ayrıca, sosyal ağlar arasında çeşitli farklılıklar olsa da hemen hepsinde mahremiyetin çeşitli şekillerde

ihlal edildiğini söylemek mümkündür. Örneğin, Köktener ve Akgün (2020, s. 246) Instagram’da paylaşımlarda bulunan anneler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında annelerin çocuklarının özel hayatını kamunun gözetimine açmakta oldukları sonucuna ulaşmışlardır. YouTube, Facebook ve diğer sosyal ağlarda da kullanıcıların mahrem içerikleri paylaştıkları görülmektedir.

Modern dönemde oldukça önemli bir konu haline gelen ve yasalarca bir hak olarak belirlenen mahremiyetin, insanlar tarafından sosyal ağlarda neden gönüllü bir şekilde ihlal edilir hale geldiği ise tartışmalı bir konudur. Lupton (2012, s. 240), sosyal medya kullanıcılarının bu mahrem paylaşımlarının altında Deleuze ve Guattari tarafından tanımlandığı biçimde “arzu” olduğunu söylemektedir. Kullanıcılar, onlara egzersiz yapmalarını, iyi beslenmelerini veya ilaçlarını almalarını hatırlatan sağlıkla ilgili uygulamaları isteyerek kullanmaktadır. Vatandaşlar ‘en iyi hallerini’ üretmek için kendi çıkarları doğrultusunda halk sağlığı emirlerini veya uyarılarını benimsemektedirler. Çağlak’a göre ise (2020, s. 18) kullanıcıların mahrem paylaşımlarının temel motivasyonu çoğu zaman beğenilme, takdir görme, statü elde etme ve kimlik arayışı nedeni ile sosyal medyada daha fazla bulunma ve daha fazla görünme ihtiyacıdır. Bu nedenle sürekli yeni bir şeyler paylaşma gereksinimi hissettiren sosyal medya, mahremiyetin de ortaya dökülmesine neden olabilmektedir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİK TASARIMI

Sosyal ağlarda mahremiyetin gönüllü bir şekilde ihlal edilir hale geldiğini ve bir pazar piyasayı aracına dönüştüğünü söylemek mümkündür. Bu yüzden kullanıcıların neden mahrem alanlarını kendi istekleri ile paylaştıklarını anlamaya yönelik çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu nedenle çalışmada, kadın bedenini nesneleştiren kültürün, kadınları beden izleme/sergileme davranışına teşvik ettiğini savunan Nesneleştirme Kuramı’ndan yola çıkılarak, YouTube kullanıcılarının mahrem alanlarını paylaşımları incelenmiştir.

Fredrickson ve Roberts’ın (1997, s. 173-191) Nesneleştirme Kuramı, kadınların izleyicinin bakış açısını fiziksel benliklerinin birincil görüşü olarak içselleştiklerini belirtmektedir. Kişinin izleyicinin kendisine yönelik fiziksel benlik perspektifini içselleştirmesinin getirdiği psikolojik ve deneyimsel sonuçlarını inceleyen Fredrickson ve Roberts’ın kuramına göre nesneleştirme, utanç duygusu, kaygı duygusu, yüksek motivasyon durumları, dış bedensel durum farkındalığının artması, iç bedensel durum farkındalığını azalması gibi durumlara yol açabilen psikolojik ve deneyimsel sonuçlara neden

olabilmektedir. Kadın bedenini nesneleştiren kültür nedeniyle ergenlik çağlarından itibaren diyet yapma ya da sınırlı yemek yemek kadınların yaşamlarının bir parçası haline gelmektedir. Nesneleştirme ayrıca depresyon, tek kutuplu depresyon, cinsel işlev bozukluğu ve yeme bozuklukları gibi akıl sağlığı risklerine de neden olabilmektedir.

Fredrickson ve Roberts'a göre (1997, s. 176-177) nesneleştirme üç aşamada gerçekleşmektedir: Nesneleştirme ilk olarak, kişilerarası ve sosyal karşılaşmalarda ortaya çıkmaktadır. Araştırmalar, kadınlara erkeklerden daha fazla bakıldığını, kadınların kişilerarası karşılaşmalarda daha fazla bakıldığını hissettiklerini, erkeklerin kadınlara daha çok karşılıksız bakışlar yönelttiklerini ve erkeklerin bakışlarına genellikle cinsel içerikli yorumların da eşlik ettiğini göstermektedir. Nesneleştirme ikinci olarak, görsel medyada ortaya çıkmaktadır. Nesneleştirmenin üçüncü ve belki de en sinsi aşaması ise izleyicinin kadınların bedenleri ve vücut kısımlarını öne çıkan görsel medyayla karşılaşmasıdır. Görsel medyada kadınlara yönelik cinsel olarak nesneleştirme pornografi ile sınırlı değildir. Ana akım filmler, görsel sanatlar, reklamlar, televizyon programları, müzik videoları, kadın dergileri, spor fotoğrafları da nesneleştirilen imgelerle doludur. Bu kültürel ürünlerin her biri, kadın bedenlerinin cinsel nesneleştirmesinin erkeklerden daha sık hedeflendiğine dair kanıt sağlamaktadır.

Nesneleştirme Kuramı'ndan yola çıkarak kadınların toplumsal hayat içerisindeki deneyimlerini, davranışlarını ve duygu durumlarını inceleyen çalışmalar çeşitlidir (bkz. Slater & Tiggemann, 2002; Tylka & Hill, 2004; Calogero, 2004; Moradi, 2010; Moradi & Huang, 2008; Moradi, Dirks, & Matteson, 2005; Kozee & Tylka, 2006; Wiseman & Moradi, 2010). Bu çalışmalarda kadınların öz-nesneleştirme davranışlarına ve duygu durumlarına odaklanılmıştır. Örneğin, Slater ve Tiggemann (2002, s. 343-345), ergenlik çağındaki kızlar ile ilgili gerçekleştirdikleri çalışmalarında katılımcılara geçmişleri, kendilerini nesneleştirme dereceleri, kendilerini izleme, kendilerini nesneleştirme sonuçları (bedensel utanç ve görünüş kaygısı) ve düzensiz yemek yeme davranışları hakkında sorular sormuşlardır. Slater ve Tiggemann, bedensel utanç ve görünüş kaygısının kendini nesneleştirme ve düzensiz yeme arasında ilişkiye aracılık ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Öte yandan, Nesneleştirme Kuramı ile hem medya hem de sosyal medya arasında ilişki kuran çalışmalar da çeşitlidir (bkz. (Aubrey, 2006; Choma vd., 2007; Harper & Tiggemann, 2008; Daniel & Bridges, 2010; Dakanalis & Riva, 2013; Lanzieri & Hildebrandt, 2016). Bu çalışmalarda, medyanın insanları fiziksel benlikleri ile ilgili olarak medyada sunulan bakış açısını

benimsemelerini sağladığı ve görünüşlerini izlemek için sosyalleştirdiği, bu nedenle de bir nesneleştirme rolü olduğu savunulmaktadır.

Bu çalışmada da benzer bir şekilde, sosyal medya ve Nesneleştirme Kuramı arasında bir ilişki kurularak, kullanıcıların sosyal medyadaki hâkim bakış açısını fiziksel benliklerinin birincil görüşü olarak içselleştikleri ve bu yönde hem mahrem alanlarını ifşa eden hem de bedenlerini nesneleştiren paylaşımlar yaptıkları varsayılmaktadır. Çalışmanın amacı, YouTube kullanıcılarının bu paylaşımlarını derinlemesine bir şekilde incelemektir. Ayrıca, Nesneleştirme Kuramı'ndan yola çıkılarak paylaşımlarda utanç duygusu, kaygı duygusu, yüksek motivasyon durumları, dış bedensel durum farkındalığı, iç bedensel durum farkındalığının azlığı gibi içeriklerin olup olmadığı tartışılmıştır.

YouTube diğer sosyal ağlara kıyasla, uzun videolar yüklemeye izin vermesi ve dolayısıyla da daha yoğun mahrem hikâyelere dayalı içerik barındırması nedeniyle inceleme nesnesi olarak tercih edilmiştir. Her kullanıcının deneyimi kendine özgü olduğundan, çalışmada herhangi bir evrene genelleme amacı bulunmamaktadır. Bu nedenle de daha çok kullanıcının paylaşımına odaklanmak yerine, az sayıda YouTube kullanıcısının paylaşımlarına derinlemesine bir biçimde odaklanılmıştır. Bu nedenle üç YouTube içerik üreticisi (Duygu Özaslan, Gökçe Yıldırım, Duru Önver) örneklem olarak belirlenmiştir. Bu üç YouTuber uzun zamandır (en az 4 yıl) YouTube'u kullanan, fazla takipçisi olan (en az 500 bin) kişilerdir. Bu üç kullanıcının, YouTube'a katıldıkları tarihten itibaren tüm paylaşımları (1318 video) incelenmiştir. Bu üç içerik üreticisinin seçiminde amaçlı örnekleme metodu kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme metodu, yürütülen çalışmanın amacına uygun biçimde daha fazla bilgiye ulaşabilmeye yönelik örneklemin seçimini esas almaktadır. Amaçlı örnekleme metodu kullanılarak, çalışmanın hedefi doğrultusunda mahrem alanlarını paylaşan, mahrem paylaşımları çerçevesinde kendilerini nesneleştiren ve bu nesneleştirme sonucunda da çeşitli bedensel kaygılar duyan bu üç kadın YouTuber belirlenmiştir.

Çalışmada temel olarak üç kullanıcının mahrem alanlarını ifşa eden ve bedenlerini nesneleştiren paylaşımları betimsel bir biçimde derinlemesine incelenmiştir. Wolcott (1994, s. 10-11) nitel araştırmalarda, betimleme, değerlendirme ve yorumlamayı harmanlayan bir analiz yöntemi önermektedir. Betimleme aşamasında verilere olabildiğince sadık kalınması, değerlendirme aşamasında salt betimsel bir analizin ötesine geçilmesi ve verilerin değerlendirilmesi, yorumlama aşamasında ise araştırmacının verilere ve değerlendirmeye kendi yorumunu eklemesi esastır. Bu çalışmada da,

Wolcott'un önerdiği biçimde betimleme, değerlendirme ve yorumlamayı harmanlayan betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Böylece verilerin aktarılması, anlamlandırılması ve yorumlanması mümkün olmuştur.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI: YOUTUBE VİDEOLARINDA NESNELEŞTİRME ARACILIĞIYLA MAHREMİYETİN REDDİ

Çalışma kapsamında YouTube'u kullanan, üç kullanıcının YouTube'a katıldıkları tarihten itibaren paylaşımları (1318 video) betimsel olarak incelenmiştir ve videoları incelenen üç YouTuberın da (Duygu Özaslan, Gökçe Yıldırım, Duru Önver) ilk paylaşımlarından itibaren mahrem alanlarını paylaştıkları anlaşılmıştır. Bu YouTube kullanıcılarının mahrem paylaşımlarının, yaşadıkları, çalıştıkları ya da seyahat ettikleri yerlerdeki mekânlardaki mahrem alanları, aileleri ya da arkadaşları ile ilişkilerine dair bilgileri, duygu ve düşünceleri hakkındaki mahremleri, bedenlerine ilişkin içerikleri ve yaşamları ve tercihleri hakkındaki özel konuları kapsadığı açığa çıkmıştır. Bu nedenle çalışma bu temaları kapsayacak şekilde beş başlık olarak gruplandırılmıştır:

- Mekânın mahremiyeti,
- Ailelerin, arkadaşların, ilişkilerin ve yabancıların mahremiyeti,
- Duyguların mahremiyeti; nesneleştirmeye bağlı utanç, kaygı ve yüksek motivasyon durumları,
- Bedenin mahremiyeti ve nesneleştirmeye bağlı dış bedensel durum farkındalığı,
- Tercihlerin mahremiyeti.

Bu başlıklar altında, YouTuberların zaman içerisinde farklılaşan paylaşımları da tartışılmıştır. Özaslan ile Yıldırım'ın ilk videoları arasında benzerlikler vardır. İkisi de, makyaj, alışveriş, güzellik hakkında videolar paylaşmıştır. Önver ise ilk videolarında, bu içeriklerden farklı olarak anılarını ve deneyimlerini anlattığı videolar paylaşmıştır. Ancak hepsinin YouTube'a katıldıkları ilk yıldan itibaren güzellik, moda ve alışveriş temalı paylaşımlar yaptıkları görülmüştür. Zaman içerisinde ise YouTuberların hepsi, farklı içeriklerin yanı sıra Vloglar (video blog) çekmeye yönelmişlerdir. Bu Vloglarda, günü/günlerini nasıl geçirdikleri ile ilgili paylaşımlar yapmaya başlamışlardır ve evlerinden, gerçekleştirdikleri seyahatlere kadar pek çok mahrem alan görünür hale gelmiştir. Bu nedenle YouTuberların, Vloglar ile birlikte daha fazla oranda mahrem paylaşımlar yaptıkları söylenebilir.

Tablo1 Çalışma Kapsamında Paylaşımları İncelenen Youtuberlar, Takipçi Ve Video Sayıları (Verilerin Toplandığı 25.11.2020 Tarihine Kadarki Paylaşımlar Dikkate Alınmıştır)

Youtuber	Kanal	Takipçi sayısı	Toplam video
Duygu Özaslan Özaslan, 2013 yılından bu yana YouTube'da güzellik, makyaj, seyahat, sohbet, alışveriş, tavsiye içerikleri ve Vloglar (video blog) paylaşmaktadır.	https://www.youtube.com/user/itsmeduygu	1,44 milyon	579
Gökçe Yıldırım Yıldırım, 2011 yılından bu yana YouTube'da güzellik, makyaj, seyahat, spor, sohbet, alışveriş, tavsiye içerikleri ve ve Vloglar paylaşmaktadır.	https://www.youtube.com/channel/UCSQdAhwaDS8IOG00IzPon_A	518 bin	264
Duru Önver Önver, 2016 yılından bu yana YouTube'da sohbet (başına gelen olaylar hakkında), güzellik, makyaj, seyahat, tavsiye içerikleri ve Vloglar paylaşmaktadır.	https://www.youtube.com/channel/UCAILNsFb71BADpiaLYqB48g	510 bin	475

Mekânın Mahremiyeti

Mekânın mahremiyeti, on dördüncü yüzyılda bir kişinin kırık penceresinden evi görülebildiği için ev sahibine açtığı davadan da anlaşılabilir gibi (Vincent, 2016), o yıllardan günümüze kadar önemini koruyan bir konu olmuştur. Buna karşın dijital teknolojilerin gelişimi ile birlikte, mekânın mahremiyetinin eski önemini yitirmeye başladığı söylenebilir; çünkü YouTube kullanıcılarının mekânlarının mahremiyetini önemsemedikleri, hatta tam tersine paylaşmaya yöneldikleri görülmüştür. Çalışma kapsamında videoları incelenen Youtuberların yaşadıkları, çalıştıkları ya da seyahat ettikleri yerlerdeki mekânlardaki mahrem alanları pek çok videoda paylaştıkları görülmüştür.

Özaslan ilk paylaşımlarında, evde geçirdiği bir cuma akşamını, bir gününü nasıl geçirdiğini, Bodrum'da geçirdiği bir haftasonunu yayınlamıştır (Vlog | Bodrum'da Haftasonu., 2015). Bu paylaşımlarında evi ya da özel yaşam alanına dair çeşitli detaylar görülmektedir. Örneğin, Bodrum seyahati ile ilgili videosunda kaldığı otel odasına, cuma akşamı paylaştığı videosunda yaşamakta olduğu eve ilişkin çeşitli detaylar gösterilmektedir (Evde Cuma Akşamı & Bonusbay'le Hediyeler!, 2015). Sonraki videolarında da evinden çeşitli paylaşımlar yapmıştır. İlk videolarında, daha çok makyaj ve güzellik temalı içerikler paylaşırken, sonraki videolarında daha çok Vloglara yönelmiştir ve günü/günlerini nasıl geçirdiği ile ilgili paylaşımlar yapmaya başlamıştır. Bu paylaşımlarında bulunduğu ve yaşadığı mekânlara ilişkin

detaylar görülmektedir. Yıldırım ise "Akşam rutinin" videolarında evinin salonu, yatak odası, banyosu ve mutfağından çeşitli görüntüler paylaşmıştır (bkz. Akşam rutinin, 2015; Akşam rutinin, 2018). "Evde tek başına karantina günleri #1" (2020) videosunda da yine eviyle ilgili görüntüler mevcuttur. Önver, çalışma kapsamında paylaşımları incelenen diğer iki kullanıcı gibi "Odamı topluyorum" (2020) videosunda yatak odasından çekim yapmıştır.

Evlerinin yatak odası da dâhil olmak üzere pek çok odasından paylaşım yapan kullanıcıların, yaşadıkları alanı mahrem olarak değerlendirmedikleri anlaşılmaktadır. Bu anlamda, yatak odasında ziyaretçi kabul etmenin normal karşılandığı Orta Çağ toplumundaki (Elias, 1994/2000, s. 138) mahremiyet algısına geri dönüldüğü söylenebilir.

Ailelerin, Arkadaşların, İlişkilerin ve Yabancıların Mahremiyeti

Çalışma kapsamında videoları incelenen YouTuberların, yalnızca mekânlarının mahremlerini ifşa etmedikleri, aileleri ya da arkadaşları ile ilişkileri hakkındaki bilgileri de videolarında paylaştıkları ve bu kişilerin aynı zamanda videolarda yer aldıkları anlaşılmıştır. Özaslan, videolarında arkadaşlarıyla ve ailesiyle birlikte paylaşımlarda bulunmuştur. Evinde geçirdiği cuma akşamı paylaştığı videosunda, arkadaşlarıyla nasıl vakit geçirdiği ve hangi diziyi izledikleri gibi detaylar yansıtılmaktadır (Evde Cuma Akşamı & Bonusbay'le Hediyeler!, 2015). "Tanışma hikâyemiz" (2016) videosunda erkek arkadaşıyla nasıl tanıştığını, erkek arkadaşı ile birlikte çektiği bir videoda anlatmıştır. "Anneme Nasıl Aşık Oldu? Babam Makyajımı Yapıyor!" (2019) videosunda ise babası, Özaslan'ın annesi ile tanışma hikâyesini anlatmıştır. Benzer şekilde Yıldırım da videolarında annesi ile çeşitli paylaşımlar yapmıştır (bkz. Vlog | Annemle geziyoruz | NYC, 2016; Anne ♥ Kiz | Soru-Cevap Sohbet TAG, 2015). "Annemle babam evlendi !" adlı videosunda annesi ile babasının nikâhından görüntüler paylaşmıştır (2018). Önver'in de videolarında zaman zaman arkadaşları yer almaktadır.

Üç YouTuberın videolarında da yalnızca kendi mahremlerinin değil ailelerinin ya da arkadaşlarının da mahremlerinin paylaşıldığı görülmektedir. Bu videolarda rızaya dayalı bir mahremiyet paylaşımı mevcuttur. YouTuberların aileleri ya da arkadaşları kendi istekleri dahilinde videolara katılmaktadır. Buna karşın, videoların tamamındaki katılımcıların rızasının alınmadığını/ alınmadığını söylemek mümkündür. Örneğin; Özaslan'ın "Bir Günlüğüne Turist Olmak" (2019) videosunda kalabalıklar içerisinde dolaştığı görülmektedir ve kalabalıklar içerisindeki insanların farkında olmaksızın videonun bir parçası haline

geldikleri anlaşılmalıdır. Bunun da ötesinde, insanlar rızaları alınmadan yalnızca kalabalıklar içerisinde dolaşırken değil, YouTuberların sözlü anlatımları aracılığıyla da videolara dahil olabilmektedirler. Örneğin; Önver bir videosunda takipçileri ile yaşadığı olumsuz deneyimleri aktarmıştır. Bu videonun başında da şöyle bir açıklama yapmıştır:

“Neredeyse her dışarı çıktığımda sizden birileriyle mutlaka karşılaşıyorum ve bu beni çok mutlu ediyor. Ve genelde hep güzel anılar yaşıyoruz; ama bazen benim adıma aşırı utanç verici anılar var ve karşı tarafın da bunu hissettiği anılar var. Ve şimdi size bunları anlatacağım.” (İzleyicilerimle Yaşadığım Utanç Verici Anılar, 2017)

Bu ve benzeri videolarda, takipçiler bir içerik malzemesi haline dönüşmektedirler. Videolarında sıklıkla çeşitli anılarını anlatan Önver’in bu videolarından birinde ise mevcut arkadaşlarıyla ilgili olumsuz içerikler paylaşmak istemediğini; ancak artık görüşmediği arkadaşları ile ilgili olumsuz anıları paylaşmakta bir sorun görmediğini anlatmaktadır:

“Bu anı videosunu çekmeyi uzun uzun uzun zamandır iple çekiyordum; ama benim şöyle bir özelliğim var: bir kişiyle arkadaşsam, o kişi henüz hayatımdan çıkmadıysa o kişiyle alakalı olumsuz bir videomu kamerada anlatamam. Bilmiyorum, çok garip olur ve kamerada anlatmak için arkadaşlığımızın tamamen bitmesini ya da soğumamızı beklerim. Ve zaten kişilerin gerçek ismini kullanmayacağım, o yüzden hiçbir sorun yok. Ve o hikâyedeki kişiler dışında dışarıdan izleyen hiç kimsenin onların kim olduğunu tahmin edeceğini düşünmüyorum. O yüzden sorun yok.” (Partide Altına..., 2017)

Önver, başından geçenleri anlatırken, kişilerin isimlerini söylemediği için etik dışı bir durum oluşmadığını düşünmektedir. Ancak, videoda söz edilen kişilerin başından geçen utanç verici olayları başkalarının bilmesini istemeyeceğini düşünmek olasıdır.

YouTube, herhangi bir kişinin önceden kontrol edilmeden video içeriği yüklemesine izin vermektedir ve mahremiyet ihlallerine karşı tek koruma, kimsenin özel bilgilerinin rızaları olmadan ifşa edilmemesi gerektiğini öne süren; ancak önleme için herhangi bir mekanizma sunmayan gizlilik politikasıdır. Mahremiyet yasalarının katı olduğu ve insanların izinsiz olarak halka açık yerlerde fotoğraflanmasına veya filme alınmasına izin vermeyen ülkelerin aksine mahremiyet yasalarının yetersiz olduğu ülkelerde, YouTube’un gizliliği koruma mekanizmalarına güvenmek dışında bir çare yoktur (Stepanović, 2018, s. 88-89). Ancak, çalışma kapsamında videoları incelenen YouTuberların içeriklerine bakıldığında bu gizlilik politikalarının çok da işlevsel olmadığını söylemek mümkündür. Bu açıdan mahremiyeti koruma açısından, en önemli rolün YouTube ya da diğer sosyal medya uygulamalarında

içerik paylaşan kullanıcıların kendilerine ait olduğu söylenebilir. Kullanıcıların başkalarının mahremiyet haklarını koruyacak şekilde, kişilerden izin almaları, izin alamadıkları durumlarda ise bu kişilerin görüntülerini bulanık hale getirmeleri konusunda hassas davranmaları gerekmektedir. Ancak, Stepanoviç'e göre (2018, s. 88), bir Vlog, belirli arka planlar ve açılar seçilerek, insanlardan izin istenerek veya kişilerin yüzleri ve tanımlanabilir kılan diğer tüm kişisel verileri dikkatlice bulanık hale getirilerek mahremiyet ihlal etmekten kaçınacak şekilde filme alınabilse de, bu duruma dünyanın birçok ülkesinde çekilen Vloglarda sık rastlanmamaktadır.

YouTuberların videolarında görünen kişilerin mahremiyet hakları açısından özel olarak bir diğer vurgulanması gereken konu ise çocukların mahremiyetidir. Yıldırım'ın İğdir'da bir köy okulunda çektiği videosunda ilkökul öğrencileri yer almaktadır (Hayallerime Dokundum Unutamayacağım Bir Gün! | İğdir, 2018). Bu çekim için okuldan ya da Milli Eğitim Bakanlığı'ndan izin alındığı düşünülse bile, çocukların bu videolara gönüllü olarak katılmak isteyip istemedikleri, bunun da ötesinde karar verme yetisine sahip olup olmadıkları tartışmalı bir konudur. Stepanoviç (2018, s. 85), bu duruma ilişkin olarak "çocuklar ve ebeveynleri neyin yayınlanması ve neyin gizli tutulması gerektiği konusunda karar verme yeteneğine sahip değillerse, mahremiyet haklarını korumaktan kim sorumludur?" diye sormaktadır. Ayrıca, çocukların mahremiyet hakkıyla ilgili karar verici kişi/kurum kim olursa olsun, çocukların yetişkin oldukları zaman geriye dönüp dahil oldukları videolara baktıklarında, videolarda yer almamayı tercih ettiklerini söyleyebilmeleri olasıdır.

Duyguların Mahremiyeti; Nesneleştirmeye Bağlı Utanç, Kaygı ve Yüksek Motivasyon Durumları

İnceleme sonucunda YouTuberların duygu ve düşünceleri hakkındaki mahremelerini videolarında paylaştıkları anlaşılmıştır. Özaslan'ın, ilk videolarında duygu durumu hakkında paylaşımlarda bulunmazken, özellikle son paylaşımlarında (YouTube'daki 6-7. yılında) duygu durumu ile ilgili paylaşımlar yapmaya başladığı görülmektedir. Yıldırım da ilk videolarında duygu durumu ile ilgili fazla paylaşım yapmazken, sonraki videolarında daha fazla duygularını aktarmıştır. Önver'in ise anılarını anlattığı tüm paylaşımlarının mahrem duygularına ilişkin olduğunu söylemek mümkündür; çünkü bir mekanda nasıl baskına uğradığı, bir durum karşısında ağlaması, utanç verici anıları, aşık olması hakkındaki videoları ile kendi özel deneyimlerini, duygularını aktarmaktadır.

“Bölüm 1- Değişim” (2020) videosunda yaşadığı sıkıntılar nedeniyle terapiye başladığından bahseden Özasan, “Yeni bir başlangıç” videosunda kaygı duygusunu anlatmıştır:

“Belki unutuluyor; ama ben de gerçek bir insanım. Sizin ekrandan gördüğünüz sanal bir şey değilim. Ben de üzülüyorum. Ben de ağlıyorum. Ben de seviniyorum. Ben de korkuyorum.”
(Yeni bir başlangıç, 2016)

Önver de bir videosunda yaşadığı kaygılar nedeniyle psikolojik yardım almaya nasıl karar verdiği ve terapi sürecinden bahsetmiştir:

“Öncelikle neden psikolojik desteğe ihtiyacım olduğunu hissettim ve nasıl başlama kararı aldım bundan bahsedeceğim. Ben bu ilkbahar sonu gibi, diyelim yaz başlangıcında gerçekten kendimi, ya hayatımda hiç olmadığı kadar, ben 23 yaşındayım, hiç olmadığı kadar ne yapacağımı bilmiyorum hissediyordum. Kendimle ilgili canımı sıkın şeyler vardı, bunun farkındaydım. Herhangi bir problemi olduğunda aşabildiğini düşünen bir insandım; ama bu sefer gerçekten dehşet enerjisiz, dehşet mutsuz, kendi davranışlarımla alakalı ne yapacağımı bilmiyorum. Ve gerçekten kendimi böyle kayıp hissediyordum. Ve tam o noktada dedim ki evet benim gerçekten psikolojik desteğe ihtiyacım var.” (Psikolog ve psikiyatrist tecrübelerim | psikanalitik psikoterapi #gün14, 2019)

Çalışma kapsamında videoları incelenen bir diğer YouTuber Yıldırım ise bir videosunda, son zamanda yaşadığı sıkıntılar nedeniyle kendisini iyi hissetmediğini anlatmıştır:

“Aşırı sinirlerim bozuk. Bilmiyorum çok sinirlerim bozuldu. Son zamanda hep böyle şeyler yaşıyorum. Yok dışımı kırıyorum, yok kaşıma bir şey oluyor falan. Bir de iki aydır üç aydır regl olamıyorum, artık böyle şeyim biliyor musunuz? Hani gerçekten çok sinirlerim bozuk. O yüzden yani her zaman iyi olmuyoruz biz burada. Hepimizi çok iyi hayatlarımız varmış gibi düşünmeyin. Lütfen. Gerçekten ben dağılıyorum, sinirlerim çok bozuluyor. Yalnız kalmak istiyorum. Bazen videoda ‘aa herkese yeniden merhaba’ demek bile gelmiyor içimden.” (Bugün Biraz Duygusalım, 2018).

Youtuberların yaşadığı bu kaygı duygularının ve bunun sonucunda zaman zaman psikolojik destek almaya ihtiyaç duyabilmelerinin yalnızca YouTube’daki varoluşları nedeniyle olduğunu söylemek mümkün değildir; çünkü bu değerlendirmeyi yapabilmek için kullanıcıların YouTube’a katılmadan önce nasıl bir duygu durumuna sahip olduklarını bilmek gerekmektedir. Ayrıca, YouTuberların önceki duygu durumlarının daha olumlu olduğu bilirse bile gerçekleşen değişimlerin tek nedeninin YouTube olduğunu söylemek sorunlu olacaktır. Ancak, YouTuberların yaşadığı kaygı duygularının tek nedeni olmasa da, YouTube’daki varoluşları nedeniyle duygu durumlarının etkilendiğini söylemek mümkündür. Örneğin, Özasan “Bölüm 1 – Değişim” (2020) videosunda, kilo alması sonucunda takipçilerinden kendisine gelen “tombik çıkmışsın”, “arı sokmuş galiba”, “yanaklarında kendi mayalı poğaçaya yanaklarımı görüyorum

duygu”, “kilo gerçekten yakışmamış duygu koskoca bir surat” gibi mesajları göstermiştir, ardından da kilo almasından duyduğu memnuniyetsizliği dile getirmiştir. Bu durum, Fredrickson ve Roberts’ın (1997, s. 173-191) Nesneleştirme Kuramı’ndan yola çıkılarak, YouTuberın izleyicinin bakış açısını fiziksel benliğinin görüşü olarak içselleştirdiğini ve sonucunda fiziksel benliğini değiştirmeye karar verdiğini göstermektedir. Ayrıca, çalışma kapsamında paylaşımları incelenen YouTuberların videolarında zaman içerisinde bir değişim olduğu gözlenmiştir. İlk videolarında, olumsuz duygu durumlarına yönelik paylaşım yapmazlarken, özellikle son yıllardaki paylaşımlarda daha çok kaygı duygusu içeren paylaşımlar yaptıkları görülmüştür.

YouTuberların paylaşımlarında daha çok kaygı duygusu görünürdür. Yüksek motivasyon gibi durumlar yaşayıp yaşamadıklarını söyleyebilmek için ise psikolojik temelli analizlere ihtiyaç vardır. Önver’in kimi videosunda aşırı para harcama davranışı içerisinde olduğu görülmektedir (bkz. Aşırı Gereksiz, 2020; Aşırı para, 2019). Ancak, bu davranışlarının temelinde yüksek motivasyon gibi bir duygu durumu ya da farklı bir duygu durumunun olduğunu söylemek için farklı analizler gereklidir. Ayrıca, YouTuberların duygu durumlarının ise genellikle bedenleri ile ilgili olduğu anlaşılmıştır. Özasan ve Önver kilo alışları nedeniyle duydukları kaygıları, kimi zaman utanç duygularını aktarmışlardır.

Bedenin Mahremiyeti ve Nesneleştirmeye Bağlı Dış Bedensel Durum Farkındalığı

Üç YouTuberın ilk paylaşımlarından itibaren dış görünüşlerine verdikleri önem anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle, YouTube da paylaşımlar yapmaya başlamadan önce de dış bedenlerini önemsedikleri görülmektedir. Örneğin Önver, bir videosunda YouTube’a katılmadan önce estetik ameliyatlara yaptırmaya başladığını; çünkü bedeni hakkında kendisini iyi hissetmediğini anlatmıştır (Meme Küçültme Ameliyatı Tecrübem, 2018):

“Ben bikini alışverişinden daima ağlayarak ayrılıyordum; çünkü beğendiğimi hiçbir bikini benim bedenime asla olmuyordu. Hatta beğendiğimi geçtim, genel olarak hiç bir bikini üstü bana olmuyordu. Ve artık böyle, olan birini bulmaya çalışırken kabinde ağlıyordum. Annem beni sakinleştirmeye çalışıyordu. Çalışan kişi sakinleştirmeye çalışıyordu. Benim için bikini alışverişi daima travma olmuştur. Hiç abartmıyorum. Aynı zamanda iç çamaşırı alışverişi yaparken de çoğu şirin şeyler üreten markada benim bedenim zaten yoktu [...] Mezuniyet alışverişlerinde de sürekli ağlayan kişi de bendim.”

Özaslan ve Yıldırım’ın da ilk videolarından itibaren dış görüntülerini önemsedikleri anlaşılmaktadır. Buna karşın, YouTuberların üçünde de zaman içerisinde dış bedenlerine yönelik artan bir

kaygı durumu olduğu görülmektedir. Örneğin, Önver 2020 yılında yayınladığı videolarında sürekli olarak daha fazla kilo vermesi gerektiğine yönelik düşüncelerinden ya da bedenine yönelik yaptığı değişimlerden bahsetmiştir:

“Ben 42 bedenden 34 bedene düştüm. [...] Instagram’da çok fazla bazen şey yorumlar alıyorum. Zayıflamadan önce çok daha güzeldin. [...] İnsanlar nasıl mutlu hissediyorlarsa o hallerini desteklemeliyiz.” (Bir Günde Neler Yiyorum? (Kilo Verme ve Koruma), 2020)

“Fark etmişsinizdir, dudak dolgusu yaptırdım. Ve çok mutluyum arkadaşlar. Altta bombeler yok geçen seferki kötü tecrübem gibi.” (Dudak Dolgusu İlk Gün & seyahat hazırlığı, 2020)

“Vücutumdan gerçekten mutlu değilim. Vücutumdan nefret etmiyorum; ama mutlu değilim. Yani daha iyi olduğu haller oldu ve onlara geri dönmek istiyorum. O yüzden de biraz daha incelmem kesinlikle gerek.” (Zayıflarken (Sporsuz) İki Günde Neler Yiyorum? | Kilo Verme Motivasyonu, 2020)

“Kilo aldığımı hissediyorum. Hala 34 bedenim; ama 34 bedeni dolduruyorum. Eskiden 34 bedeni tam doldurmazdım, böyle 32’ye kayan bir vücutum vardı. Ama şu an 34 beden, net 34 bedenim. Hani net yani. Bunun şakası yok. Ve bakın aynada kendimi göstereceğim. Zayıflarken neler yiyorum videolarına geri döneceğiz; çünkü ben gerçekten böyle olmak istemiyorum. Yani şöyle; Vücutuma kötü demek istemem. Vücutuma kötü demiyorum. Ama eski vücutuma o kadar alıştım ki, şu an hani kendimi garip hissediyorum. Yani mutlu değilim. Olduğum hiçbir şekilde mutlu değilim. [...] Direkt bacaklarımdan anlaşılıyor zaten. Bu kadar kalın değildi. Hala çok kalın demiyorum; ama eskiye göre kesinlikle kalın. Bakar mısınız?” (Hayat Güncellemesi: Ağlamamak İçin Zor Duruyorum! | Vlog, 2020)

Yıldırım ise YouTube’a katıldığı 2011 yılından itibaren gittikçe daha fazla oranda spor yapmaya ve dış bedenini önemsemeye başlamıştır. Videolarında da bedeni hakkında çeşitli değerlendirmelerde bulunmuştur:

“İnanılmaz bir değişim var vücutumda. Özellikle kalçada ben çok daha fazla yoğunlaştım. Çünkü bir dönem çok hızlı kilo alıp, kilo verdim. Ve kilo alıp, kilo verdiğinizde hızlı bir şekilde ister istemez vücutunuzda çok fazla kas kaybediyorsunuz ve bir anda her şeyiniz sönüyor. Benim de tam olarak kalçamda böyle bir şey oldu. Ve çok rahatsız olmaya başlamıştım.” (Kalçamı Nasıl Şekillendirdim ! Evde ve Ekipmansız 2 Ayda Kesin Sonuç., 2019)

2020 yılında yayınladığı videolarında Özasan da sıklıkla bedeninden memnuniyet duymadığına yönelik düşüncesini tekrarlamıştır. Özasan, “Bölüm 1- Değişim” (2020) videosunda, ilk defa kilo aldığını, bedeninin değiştiğini vurgulamaktadır. Aynı videoda saçını beğenmediği, kendisine gösterilen kıyafetlerin bir kısmını beğenmediği anlaşılmaktadır. Sonraki videolarına da dış bedensel durum farkındalığı yansımaktadır. Bedeninin istediği gibi görünmesi için spor yaptığı, bedenini istediği biçime dönüştürebilmek için çaba sarf ettiği anlaşılmaktadır. “Bölüm 2 – Zorlanıyorum” (2020) videosunda

forma girmek için kampa girdiğinden bahsetmektedir ve “Şu an çok motiveyim, istediğim fiziği elde edeceğim”, “Diyete gireceğim. Bu sabah itibariyle diyet, spor, delice bir hayat beni bekliyor”, “Çok açım, hiçbir şey yemedim sabahtan beri”, “Ölüm diyetinde olduğum için...” gibi cümleler kurmaktadır. Özaslan başka bir videosunda ise güzel görünmeyi önemseydiğini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Şu an bedenimi beğenmiyorsam, beğenmemeye devam etmek istemiyorum.”, “Photoshop yapıyor muyum? Tabii ki yapıyorum. [...] Belki yüz tane fotoğraf çekiliyorum ve içlerinden en beğendiğimi seçiyorum ve onu editliyorum, ondan sonra koyuyorum. [...] Özellikle Instagram’ın hayatımıza girmesinden sonra güzellik algımız tamamen değişti. Herkes zayıf, çok güzel, güzel giyiniyor. Hep makyajlı. Orası bir sergi. Tabii ki estetik olarak güzel olan şeyleri koyacağız.” (Bölüm 6 – İyileşmek, 2020)

Aldıkları kilodan şikâyet eden YouTuberların, kilolu hallerinin (Önver kilolu halinde 34 beden, Özaslan 36 beden giyebilmektedir) bile sağlık standartlarına göre hala zayıf olarak değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Bu açıdan, bedenlerine yönelik duydukları memnuniyetsizlikler, duygu durumlarındaki sıkıntılara işaret etmektedir. Ayrıca, Fredrickson ve Roberts’ın (1997, s. 173-191) Nesneleştirme Kuramı’na göre, nesneleştirme dış bedensel durum farkındalığının artmasının yanı sıra, depresyon, cinsel işlev bozukluğu, yeme bozuklukları gibi sağlık sıkıntılarının neden olabilmektedir. Videoları incelenen YouTuberlarda da, dış bedensel durumları nedeniyle depresif ruh halleri olduğu anlaşılmıştır. Özaslan’ın videolarında yeme bozuklukları da yaşadığı anlaşılmaktadır. Özaslan bir videosunda tıkanırcasına yeme (binge eating) ve ardından Bulimia Nervoza yeme bozuklukları yaşadığını gözyaşları içerisinde takipçileri ile paylaşmıştır (Bölüm 6 – İyileşmek, 2020):

“Uzun bir süre önce bana binge eating disorder (Bed) yani bana tıkanırcasına yeme bozukluğu teşhisi konmuştu. Haftada en az üç kere çeşitli ataklar geçiriyordum. Ve bunun sonucunda çok kilo aldım tabii ki. [...] İlk bunun bir hastalık olduğunun ben hiç farkında değildim. Duygusal yeme falan diye düşünüyordum. Yani canım bir şeye sıkılıyor herhalde ve ben bir şeyler yiyorum diye düşünüyordum. Normalde hayatım boyunca hiç iştahlı bir insan değildim, hep zayıftım, hatta çok zayıftım. İnsanların bana ‘çok zayıfsın, kemik torbası gibisin, çok siskasin’ demeleri bende büyük bir travma yaratmış. Özellikle ergenlik çağında; çünkü yaşitlarımdan çok zayıftım ve hep çocuk reyonundan giyiniyordum. Arkadaşlarım böyle daha genç kız gibi görünürken, benim göğsüm bile çıkmamıştı. Çok zayıftım gerçekten. Kilo almaya başladım”. (Bölüm 6 – İyileşmek, 2020)

“Kilo alıyorum. Ekstrem bir diyet yapıyorum. Yediğim her şeyin, tek bir çiğ bademin bile kalorisine bakıyordum. Bütün gün boyunca aç bırakıyordum kendimi. [...] Bayıldığım oldu.” (Bölüm 6 – İyileşmek, 2020)

Tüm bu paylaşımlarından yola çıkarak YouTuberların nasıl görünüşlerini önemsedikleri ve istedikleri gibi görünmediklerinde ise kaygı veya utanç gibi duygular yaşadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca, izleyicilerin tepkilerinin de onları belli bir şekilde görünmeye yönlendirdiğini söylemek mümkündür. Bunun da ötesinde, YouTuberların dış beden farkındalıklarına karşın iç bedensel bir farkındalığa yönelik herhangi bir paylaşım yapmadıkları anlaşılmıştır. Gerçekleştirilen başka çalışmalarda da YouTube’da içerik paylaşan kişilerin dış bedenlerini önemsedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin; Narmanlı (2020, s. 1063-1064), çalışmasında YouTuberların kendi bedenlerini egemen sınıfın beden kurallarına göre yargıladıklarını ve çirkin olanın, inceltmesi gerekenin kendi bedenleri olduğuna inandıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca YouTuberların bedenlerinin terbiye edilerek inceltmesi gerektiği konusunda ortak bir inancı paylaştıkları, kilo verme motivasyonlarını açıklarken dış görünüş ve sağlık olmak üzere iki ayrı referans noktası etrafında ayrıştıkları ve temel kilo verme motivasyonlarının dış görünüş olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tercihlerin Mahremiyeti

YouTuberların yaşadıkları, diğer pek çok mahrem alan gibi, yaşamları ve tercihleri hakkındaki özel konuları videolarında paylaştıkları görülmüştür. Özasan’ın videoları ile, en sevdiği şarkılar, üniversite eğitimine neden ara verdiği (Snapchat Soru&Cevap | Evlilik, Okul, Youtube..., 2015), kullandığı parfümler (Parfüm Koleksiyonum!, 2014), satın aldığı ürünler (Alışveriş! (ZARA indirimi, Sephora, H&M..., 2014), seyahat ettiği yerler (bkz. Hırvatistan Lookbook; Vlog | Bodrum’da, 2015), gittiği festivaller (Benimle Hazırlanın | One Love Festival 2015, 2015), izlediği film ve diziler, dinlediği şarkılar, okuduğu kitaplar (Şubat Sohbetleri | Makyaj, Vejetaryenlik, Kitap, Film, Dizi, 2017) hakkında bilgi sahibi olmak mümkündür. Yıldırım’ın videolarında ise giydikleri (What I wore: Saturday, 2015), satın aldığı ürünler (İstanbul'dan Aldıklarım ve Favoriler, 2015), telefonunda yüklü uygulamalar, seyahat ettiği yerler (Vlog | Rockefeller, NYC, 2015), katıldığı festivaller (Coachella 2017 Vlog, 2017), sevdiği şarkılar (Favori Şarkılarımla Favori Makyajım, 2018) hakkında bilgiler mevcuttur.

Diğer YouTuberlar gibi videoları izlendiği zaman Önver’in de tercihlerine yönelik bilgi sahibi olmak mümkündür. Önver’in videoları izlendiğinde, bilgisayarının bozulduğu (Macbook'umu Nasıl Bozdu? & Alışveriş | Duru, 2016), hangi ürünleri satın aldığı (Mini İlkbahar Alışverişi H&M, Zara, MAC, Gratis | Duru, 2016), bir dönem İspanya’da yaşadığı (Barcelona'da Kötü Ev Sahibi | Nasıl Sokakta Kaldık?, 2017),

okuduğu üniversite ve bölümü (bkz. Okulda Utanç, 2016; Spor, Ortaköy, 2016), bedenindeki dövmeleeri (İlk Dövmemi Nasıl Yaptırdım? | Dövmelerim ve Yaptırma Hikâyeleri, 2016), tatile nereye gittiği (Fethiye'li Marmaris'li Vlog, 2016), gelecek hayalleri (Soru Cevap | Kaç Sevgilim Oldu, Mühendislik, Mutluluk, Hayaller, 2016), neler yediği (Yeni Arkadaşlarım & Roma'da Neler Yiyoruz?, 2017), gittiği festivaller (Nilüfer Müzik Festivali 2017 Tecrübem!, 2017) hakkında bilgiler öğrenilebilmektedir. Tüm bu tercihleri hakkında çeşitli paylaşımlar yapan YouTube içerik sağlayıcılarının, mahremiyetlerini çok da önemsemedikleri, hatta tam tersine mahrem olanı paylaşma davranışı içinde oldukları anlaşılmaktadır. Özaslan bir videosunda (Yeni bir başlangıç, 2016) söylediği “size yatıya gelen kız arkadaşınız olmak istiyorum” sözü de adeta bu durumun özetidir. YouTuberlar, izleyicileri ile samimi ilişkiler kurabilmek için onlarla yaşamları ve tercihleri hakkında pek çok detayı paylaşır hale gelmekte ve mahremiyeti göz ardı etmektedirler.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yaşama hakkının mahremiyeti de içerecek şekilde genişlemesinden bu yana, insanlar mahremiyet ihlalleri hakkında davacı olmuşlardır. Kitle iletişim araçlarının gelişimiyle mahremiyetin ihlal edilişi normalleşmeye başlamıştır. Haberler, reklamlar ve televizyon programları mahremiyeti ihlal ettikleri ölçüde varlıklarını sürdürebilir olmuşlardır. Yeni medya teknolojilerinin ve özellikle sosyal ağların gelişimi ile birlikte, mahremiyet hem kurumlar hem de kişiler tarafından gönüllü olarak ihlal edilir olmuştur. Ayrıca, yeni medya teknolojileri gözetimin de artmasına neden olarak, her an her yerde izlenebilir olan insanların mahremiyetinin, iyice ortadan kalkmasına yol açmıştır. Bu nedenlerle çalışma kapsamında, sosyal ağlarda mahremiyetin ihlali, diğer sosyal ağlara kıyasla, uzun videolar yüklemeye izin vermesi ve dolayısıyla daha yoğun mahrem hikâyelere dayalı içerik barındırması nedeniyle YouTube örneği üzerinden ele alınmıştır. YouTuberların videolarının incelendiği çalışmada, Nesneleştirme Kuramı'ndan yola çıkılarak, YouTube kullanıcılarının mahrem alanlarına yönelik paylaşımları incelenmiştir. İnceleme sonucunda, kullanıcıların sosyal medyadaki hâkim bakış açısını fiziksel benliklerinin birincil görüşü olarak içselleştikleri ve bu yönde hem mahrem alanlarını ifşa eden hem de bedenlerini nesneleştiren paylaşımlar yaptıkları görülmüştür. Kullanıcılar, buldukları/yaşadıkları mekânlar, aileleri, arkadaşları, ilişkileri, yabancılar, duyguları, bedenleri ve tercihleri hakkında mahrem paylaşımlar

yapmışlardır. Zaman içerisinde ise mahrem paylaşımları artmıştır. YouTuberların hepsi Vloglar çekerek, günlerini nasıl geçirdiklerini çeşitli videolarda detaylı bir şekilde anlatır olmuşlardır.

Evlerinin yatak odası da dahil olmak üzere evlerinden çeşitli paylaşımlar yapan YouTuberların, yaşadıkları alanı mahrem olarak değerlendirmedikleri anlaşılmıştır. YouTuberın videolarında, yalnızca kendi mahremlerinin değil ailelerinin ya da arkadaşlarının da mahremlerinin paylaşıldığı görülmüştür. Bu videolarda rızaya dayalı bir mahremiyet paylaşımı mevcut olsa da videolarında zaman zaman caddeler ya da sokaklar gibi kamuya açık yerlerde çekimler yapıldığı ve bu mekânlarda bulunan yabancı insanların farkında olmaksızın videonun bir parçası haline geldikleri anlaşılmıştır. Ayrıca, videolara dahil edilmeleri ile birlikte çocukların mahremiyetlerinin de korunamadığı görülmüştür. Çocukların mahremiyet hakkıyla ilgili karar verici kişi/kurum kim olursa olsun, çocukların yetişkin oldukları zaman geriye dönüp dahil oldukları videolara baktıklarında, videolarda yer almamayı tercih ettiklerini söyleyebilmeleri olasıdır.

Çalışma kapsamında, YouTuberların kaygı ve utanç gibi duygular yaşadıkları ve YouTube'daki paylaşımlarına yönelik takipçilerin tepkilerini fiziksel benlik görüşü olarak içselleştirdikleri ve bunun sonucunda fiziksel benliklerini değiştirmeye karar verdikleri görülmüştür. YouTuberların duygu durumlarının ise genellikle bedenleri ile ilgili olduğu anlaşılmıştır. YouTuberların ilk paylaşımlarından itibaren dış görünüşlerine verdikleri önem görünür olsa da zaman içerisinde artan bir dış beden farkındalığına sahip oldukları tespit edilmiştir. Örneğin, aldıkları kilodan şikâyet eden YouTuberların, kendilerini kilolu olarak değerlendirdikleri durumlarının bile sağlık standartlarına göre hala zayıf olarak değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Bu açıdan, bedenlerine yönelik duydukları memnuniyetsizliklerin temelinde nesneleştirme olduğunu söylemek mümkündür. Nesneleştirme Kuramı'na göre nesneleştirme dış bedensel durum farkındalığının artmasının yanı sıra, depresyon, tek kutuplu depresyon, cinsel işlev bozukluğu ve yeme bozuklukları gibi sağlık sıkıntılarının neden olabilmektedir (Fredrickson & Roberts, 1997, s. 173-191). Videoları incelenen YouTuberlarda da dış bedensel durumları nedeniyle depresif ruh halleri ve yeme bozuklukları da olabildiği anlaşılmıştır. Ayrıca YouTuberların yaşamlarına dair pek çok tercihi de paylaştıkları görülmüştür.

Sonuç olarak, Fredrickson ve Roberts'ın nesneleştirme görsel medyada ortaya çıktığı görüşü doğrulanmış, YouTuberların fiziksel benlikleri ile ilgili kaygı duyguları olduğu ve YouTube'daki varoluşlarının da bu durumun bir etkeni olduğu görülmüştür. Ayrıca, zaman zaman kaygı duyguları

nedeniyle yeme bozuklukları yaşayabildikleri ve dış beden farkındalıklarına karşın iç bedensel bir farkındalığa yönelik herhangi bir paylaşım yapmadıkları anlaşılmıştır. Yüksek motivasyon gibi durumlar yaşayıp yaşamadıklarını söyleyebilmek için ise psikolojik temelli analizlere ihtiyaç olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenlerle YouTuberların, nesneleştirilen toplumsal yapının nesnelere olarak, mahremiyeti önemsemedikleri, hatta tam tersine mahrem alanlarını paylaştıkça varlıklarını sürdürebildikleri söylenebilir. YouTube ve benzeri sosyal ağlarda mahremiyet gönüllü olarak ihlal edilmeye devam edecek gibi görünmektedir. Bu gönüllü bir seçim olarak gözüke de YouTuberların paylaşımlarında yalnızca kendi mahremiyetlerini ihlal etmedikleri anlaşılmıştır. Bu nedenle de kullanıcıların çekim yaparken başkalarının mahremiyet haklarını koruyacak şekilde, kişilerden izin almaları, izin alamadıkları durumlarda ise bu kişilerin görüntülerini bulanık hale getirmeleri konusunda hassas davranmaları gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

EXTENDED ABSTRACT

Since the development of civilization, privacy has been an important issue in social life. As individuality gained importance through history, privacy also gained importance. In this respect, it is possible to say that there is a tight connection between privacy and modernity, because individuality has become a prominent issue with modernity than ever before. Today, privacy remains an important issue for social life. However, while privacy is a fundamental issue for freedom and democracy, widespread discontent with conceptualizing privacy remains. In almost every country, numerous laws, constitutional rights, and judicial decisions seek to protect privacy, which is a fundamental right in the constitutional law of countries. With the development of mass media, privacy has become an issue that has been violated. News stories, advertisements and television programs have become filled with privacy violations. Throughout history, mass media such as newspapers and television have not only produced publications that damage privacy, but also had a structure that strengthens surveillance. As surveillance increased, privacy was damaged. Social networks have also added a new dimension to privacy violations. On YouTube and similar social networks, privacy was no more violated only by institutions; it has become voluntarily violated by users. It is a controversial issue why privacy, which has become a very important issue in the modern period and determined as a right by law, has become voluntarily violated by people in social networks.

In this study, which examines the sharing's of YouTubers; a descriptive analysis has been carried out based on the Objectification Theory of Fredrickson and Roberts (1997) which suggests that women internalize the viewer's perspective as the primary view of their physical self. According to the theory of Fredrickson and Roberts, objectification can cause psychological and experiential consequences that can lead to situations such as feelings of shame, anxiety, high motivation, increased awareness of the external physical state, decreased awareness of internal physical state. Due to the culture that objectifies the female body; dieting or eating limited food has become a part of women's lives since adolescence. Objectification can also cause mental health risks such as depression, unipolar depression, sexual dysfunction, and eating disorders. Based on the Objectification Theory, it was aimed to analyze the intimate shares of YouTubers and to reveal the feelings of anxiety, shame, and external bodily awareness in these posts. In this study, descriptive analysis technique was used that blends description, evaluation and interpretation as suggested by Wolcott (1994). Within the scope of the study, the shares (1318 videos) of three users who have used YouTube since the date they joined YouTube were analysed descriptively.

As a result, it has been observed that YouTubers, who make various posts from their homes, including bedrooms, do not consider their living space as private and make intimate sharings about the places where they live, their families, friends, relationships, strangers, feelings, bodies and preferences. Moreover, it was seen that YouTubers internalize the reactions of the followers towards their posts on YouTube as a physical self-view and as a result, they decided to change their physical self. It is understood that the emotional states of YouTubers are generally related to their bodies. Although the importance that YouTubers attach to their appearance since their first post is visible, it has been observed that they have increasing external body awareness over time. For example, it is possible to say that YouTubers who complain about their weight are still considered slim by health standards. In this respect, it is possible to say that objectification is the basis of their dissatisfaction with their bodies. In addition, it has been revealed that they have feelings of anxiety about their physical self, their presence on YouTube is also a factor of this situation, they may experience eating disorders due to their anxiety feelings, and they do not share any internal physical awareness despite their external body awareness. For these reasons, it can be said that YouTubers, as objects of the objectifying social structure, do not care about privacy, and on the contrary, they can continue their existence by sharing their privacy. It

appears that privacy on YouTube and similar social networks will continue to be violated voluntarily. Although this seems to be a voluntary choice, it has been understood that YouTubers do not only violate their privacy in their posts, but also violate other people's privacy. For this reason, it has been concluded that the users should be sensitive to obtain permission from the individuals, and to blurring the images of people when they cannot obtain permission, in order to protect the privacy rights of others.

KAYNAKÇA

- Aksoy, S., & Saraç, D. (2020). Sıradan insan hikâyelerinin Reality TV programları dolayısıyla metalaşması üzerine bir analiz. *TRT Akademi*, 6(10), 766-789.
- Akşam rutinim*. (2015, 12 26). 11 28, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=YLV-fsPsspQ> adresinden alındı
- Akşam rutinim*. (2018, 6 28). 11 28, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=6RYEOy5Wx-M> adresinden alındı
- Alışveriş! (ZARA indirimi, Sephora, H&M...)* (2014, 7 8). 12 3, 2020 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=eLLvcT_JZas adresinden alındı
- Anne Kız | Soru-Cevap Sohbet TAG*. (2015, 1 19). 10 30, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=B3X3JvT8xKM> adresinden alındı
- Anneme Nasıl Aşık Oldu? Babam Makyajımı Yapıyor!* (2019, 3 31). 12 1, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=ibkmRJwjltM> adresinden alındı
- Annemle Babam Evlendi! Gelin Makyajını Ben Yaptım Vlog*. (2018, 10 29). 10 30, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=ux6qe8K1RDY> adresinden alındı
- Aşırı Gereksiz Yurtdışı Alışverişim (ama şekerler)*. (2020, 3 7). 12 4, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=azAaFoAQtcM> adresinden alındı
- Aşırı para harcadım, pişman değilim | amsterdam'da 3.gün #gün31*. (2019, 12 28). 12 4, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=xwPAEhxOhNU> adresinden alındı
- Aubrey, J. (2006). Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in undergraduates: Results of a 2-year panel study. *Journal of Communication*, 56(2), 366-386.
- Barcelona'da Kötü Ev Sahibi | Nasıl Sokakta Kaldık?* (2017, 7 15). 12 3, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=3p1EB1OIVGY> adresinden alındı
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Akışkan gözetim*. (E. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Benimle Hazırlanın | One Love Festival 2015*. (2015, 6 15). 12 3, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=3nvxQud0YAI> adresinden alındı
- Bennett, C. (2011). In defence of privacy: The concept and the regime. *Surveillance & Society*, 8(4), 485-496.

- Bir Günde Neler Yiyorum? (Kilo Verme ve Koruma)*. (2020, 3 27). 10 13, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=KKPSRNYcl8o> adresinden alındı
- Bir Günlüğüne Turist Olmak* . (2019, 6 21). 12 1, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=3BvmJiHulWQ> adresinden alındı
- boyd, d. (2008). Facebook's privacy trainwreck: Exposure, invasion, and social convergence. *Convergence*, 14(1), 13-20.
- Bölüm 1- Değişim*. (2020, 3 10). 11 28, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=y1xIEID0mX4> adresinden alındı
- Bölüm 2 – Zorlanmak*. (2020, 3 20). 11 28, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=LNEmQenDfd4> adresinden alındı
- Bölüm 6 – İyileşmek*. (2020, 7 23). 10 10, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=4Wv9UXujXiY> adresinden alındı
- Bugün Biraz Duygusalım* . (2018, 9 17). 11 10, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=KkoP9ZUZ9GU> adresinden alındı
- Calogero, R. (2004). A test of objectification theory: The effect of the male gaze on appearance concerns in college women. *Psychology of Women Quarterly*, 28(1), 16-21.
- Choma, B., Foster, M., & Radford, E. (2007). Use of objectification theory to examine the effects of a media literacy intervention on women. *Sex Roles*, 56(9-10), 581-590.
- Coachella 2017 Vlog*. (2017, 5 7). 11 11, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=XdWf-XkD6C8> adresinden alındı
- Çağlak, U. (2020). Teşhir toplumu ve yeni medya: Teşhir toplumunun oluşmasında önemli bir araç olan yeni medya üzerine bir değerlendirme. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 12-20.
- Dakanalis, A., & Riva, G. (2013). Mass media, body image and eating disturbances: The underlying mechanism through the lens of the objectification theory. *Body image: Gender differences, sociocultural influences and health implications*. içinde
- Daniel, S., & Bridges, S. (2010). The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body Image*, 7(1), 32-38.
- Dudak Dolgusu İlk Gün & seyahat hazırlığı*. (2020, 3 31). 10 13, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=Ve3DeLpaOuM> adresinden alındı
- Duman, K. (2011). Talk showlarda mahremiyet ve Oprah Winfrey Show'un başarısının sırrı: tür, anlatı, format. H. Köse (Dü.) içinde, *Medya mahrem medyada mahremiyet olgusu ve transparan bir yaşamdan parçalar* (s. 149-173). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Elias, N. (1994/2000). *The civilizing process*. Oxford: Blackwell.
- Ericson, R., & Haggerty, K. (2006). *The new politics of surveillance and visibility*. University of Toronto Press.
- Evde Cuma Akşamı & Bonusbay'le Hediyeler!* (2015, 3 23). 11 20, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=fiiOzOxD1po> adresinden alındı

- Evde tek başına karantina günleri #1.* (2020, 3 27). 12 3, 2020 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=zyizT2m_Jw4 adresinden alındı
- Favori Şarkılarımla Favori Makyajım.* (2018, 12 14). 11 10, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=USD8p5jNdMg> adresinden alındı
- Fethiye'li Marmaris'li Vlog.* (2016, 9 11). 12 3, 2020 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=2cf48c_ViZw adresinden alındı
- Foucault, M. (1975). *The Birth of the Clinic: An Archaeology of Medical Perception*. New York: Vintage Books.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. London: Penguin.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of women quarterly*.
- Fuchs, C. (2011). An alternative view of privacy on Facebook. *Information, 2*(1), 140-165.
- Goold, B. (2004). *CCTV and Policing: Public Surveillance and Police Practices in Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- Güven, S. (2011). Gözetimin toplumsal meşruiyeti. H. Köse (Dü.) içinde, *Medya mahrem medyada mahremiyet olgusu ve transparan bir yaşamdan parçalar* (s. 173-199). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Harper, B., & Tiggemann, M. (2008). The effect of thin ideal media images on women's self-objectification, mood, and body image. *Sex roles, 58*(9-10), 649-657.
- Harvey, D. (2017). *Marx, capital, and the madness of economic reason*. London: Profile books.
- Hayallerime Dokundum Unutamayacağım Bir Gün! | İçdir.* (2018, 11 23). 12 1, 2020 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=_6tCEbXe6_c adresinden alındı
- Hayat Güncellemesi: Ağlamamak İçin Zor Duruyorum! | Vlog.* (2020, 10 7). 11 1, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=4f3SHp0Ku6M> adresinden alındı
- Hirshleifer, J. (1980). Privacy: Its Origin, Function, and Future. *The Journal of Legal Studies, 9*(4), 649-664.
- Hırvatistan Lookbook | Cruise Tatili.* (2016, 9 15). 12 3, 2020 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=MzbWhe_8Zok adresinden alındı
- Hülür, H. (2020). New media control and capital: commercialization of privacy and the problem of access. *Yeni Medya*(8), 1-9.
- İlk Dövmemi Nasıl Yaptırdım? | Dövmelerim ve Yaptırma Hikâyeleri.* (2016, 7 7). 12 3, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=T7UJ2geALXk> adresinden alındı
- İstanbul'dan Aldıklarım ve Favoriler.* (2015, 7 3). 11 1, 2020 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=rYctoHs_5Dk adresinden alındı
- İzleyicilerimle Yaşadığım Utanç Verici Anılar.* (2017, 1 25). 12 1, 2020 tarihinde Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=LgwjoC1iSKs> adresinden alındı

- Kalçamı Nasıl Şekillendirdim ! Evde ve Ekipmansız 2 Ayda Kesin Sonuç ..* (2019, 5 18). 11 18, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=293ESR7OkqA> adresinden alındı
- Kozee, H., & Tylka, T. (2006). A test of objectification theory with lesbian women. *Psychology of Women Quarterly*, 30(4), 348-357.
- Köktener, A., & Akgün, N. (2020). Mahremiyet algısının dönüşümü: Instagram anneleri üzerinden bir analiz. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(9), 235-247.
- Lanzieri, N., & Hildebrandt, T. (2016). Using objectification theory to examine the effects of media on gay male body image. *Clinical Social Work Journal*, 44(1), 105-113.
- Lupton, D. (2012). M-health and health promotion: The digital cyborg and surveillance society. *Social Theory & Health*, 10(3), 229-244.
- Lyon, D. (1994). *The electronic eye: The rise of surveillance society*. U of Minnesota Press.
- Macbook'umu Nasıl Bozdum? & Alışveriş | Duru*. (2016, 3 8). 11 3, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=b2a6BK8yCpA> adresinden alındı
- Maloney, D., Zamanifard, S., & Freeman, G. (2020). Anonymity vs. Familiarity: Self-Disclosure and Privacy in Social Virtual Reality. *26th ACM Symposium on Virtual Reality Software and Technology*, (s. 1-9).
- Marx, K. (1990/1867). *Capital: A Critique of Political Economy: Volume I*. London: Penguin.
- Marx, K. (1993/1858). *Grundrisse*. London: Penguin .
- Meme Küçültme Ameliyatı Tecrübem*. (2018, 2 17). 11 15, 2020 tarihinde Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=CktnIT3DOQI> adresinden alındı
- Mini İlkbahar Alışverişi H&M, Zara, MAC, Gratis | Duru*. (2016, 3 30). 12 3, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=NUx3M8pa7VE> adresinden alındı
- Moradi, B. (2010). Addressing gender and cultural diversity in body image: Objectification theory as a framework for integrating theories and grounding research. *Sex Roles*, 63(1-2), 138-148.
- Moradi, B., & Huang, Y. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of women quarterly*, 32(4), 377-398.
- Moradi, B., Dirks, D., & Matteson, A. (2005). Roles of sexual objectification experiences and internalization of standards of beauty in eating disorder symptomatology: a test and extension of objectification theory. *Journal of Counseling Psychology*, 52(3), 420.
- Narmanlı, D. (2020). " Nasıl 30 kilo verdim?" vloggerların zayıflama öykülerinde toplumsal sınıfların izleri. *Selçuk İletişim*, 13(3), 1055-1080.
- Nilüfer Müzik Festivali 2017 Tecrübem!* (2017, 8 16). 12 3, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=Zg6Oc1D7hA4> adresinden alındı
- Odami Topluyorum | Karantina Vlog*. (2020, 3 29). 12 4, 2020 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=tmDTG_7p7ol adresinden alındı
- Okulda Utanç Verici Anılarım Bahçeşehir Üniversitesi | Duru*. (2016, 4 15). 12 3, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=MGIvXzHWseQ> adresinden alındı

- Parfüm Koleksiyonum!* (2014, 6 21). 12 2020, 3 tarihinde
https://www.youtube.com/watch?v=M8ON3N_1CM8 adresinden alındı
- Partide Altına...* (2017, 11 16). 12 1, 2020 tarihinde Erişim adresi:
<https://www.youtube.com/watch?v=MmsZ1I5s-jU> adresinden alındı
- Pateman, C. (1988). The fraternal social contract. J. Keane içinde, *Civil society and the state: New European perspectives* (s. 101-127). Verso books.
- Psikolog ve psikiyatrist tecrübelerim | psikanalitik psikoterapi #gün14.* (2019, 12 2). 12 2, 2020 tarihinde Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=W7Fki9wIRvo> adresinden alındı
- Samuelson, P. (2000). 'Privacy as intellectual property?'. *Stanford Law Review*.
- Sennett, R. (2017). *The fall of public man*. WW Norton & Company.
- Sevignani, S. (2013). The commodification of privacy on the Internet. *Science and Public Policy*, 40(6), 733-739.
- Slater, A., & Tiggemann, M. (2002). A test of objectification theory in adolescent girls. *Sex Roles*, 46(9-10), 343-349.
- Slater, S. (1691). *A discourse of closet (or secret) prayer*. London: Robinson.
- Snapchat Soru&Cevap | Evlilik, Okul, Youtube...* (2015, 12 16). 12 3, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=HGxyoCT7gkk> adresinden alındı
- Solove, D. (2008). *Understanding privacy (Vol. 173)*. Cambridge, MA: Harvard university press.
- Soru Cevap | Kaç Sevgilim Oldu, Mühendislik, Mutluluk, Hayaller.* (2016, 8 22). 12 3, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=yYYPTv2i8DI> adresinden alındı
- Spor, Ortaköy, Trafik Kazası VLOG | Duru.* (2016, 2 23). 11 3, 2020 tarihinde
https://www.youtube.com/watch?v=GLKrxNhF_xw adresinden alındı
- Stepanović, I. (2018). Challenges To Privacy Protection on YouTube. *Zbornik Instituta za kriminološka i sociološka istraživanja* (s. 81-93). içinde Institute of Criminological and Sociological Research in Belgrade Udk: 343.
- Şubat Sohbetleri | Makyaj, Vejetaryenlik, Kitap, Film, Dizi.* (2017, 2 20). 12 3, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=eUZ5Dj2w5rw> adresinden alındı
- Tanışma hikâyemiz.* (2016, 5 13). 11 28, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=XQP0y1oP4s4> adresinden alındı
- Tylka, T., & Hill, M. (2004). Objectification theory as it relates to disordered eating among college women. *Sex roles*, 51(11-12), 719-730.
- Vatandaş, S. (2020). Mahremiyetin dönüşümü ve iletişim araçları. *Humanitas*, 8(16), 437-458.
- Vickery, A. (2008). An Englishman's home is his castle? Thresholds, boundaries and privacies in the eighteenth-century London house. *Past and Present*, 199(1), 17-173.
- Vincent, D. (2016). *Privacy: A short history*. John Wiley & Sons.

- Vlog | Annemle geziyoruz | NYC.* (2016, 6 22). 10 30, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=06ArtkxI83Q> adresinden alındı
- Vlog | Bodrum'da Haftasonu.* (2015, 6 6). 12 3, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=07oDJlqyEmM> adresinden alındı
- Vlog | Rockefeller, NYC.* (2015, 9 16). 11 11, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=uMNEdhuBTkg> adresinden alındı
- Warren, S. D., & Brandeis, L. D. (1890). The right to privacy. *Harvard law review*, 193-220.
- Webb, D. (2007). *Privacy and solitude in the Middle Ages*. Hambleton Continuum.
- What I wore: Saturday.* (2015, 6 1). 11 1, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=PcwUMFYiRqg> adresinden alındı
- Wiseman, M., & Moradi, B. (2010). Body image and eating disorder symptoms in sexual minority men: A test and extension of objectification theory. *Journal of Counseling Psychology*, 57(2), 154.
- Wolcott, H. F. (1994). *Transforming qualitative data: Description, analysis, and interpretation*. Sage.
- Yan, Y. (2003). *Private life under socialism: Love, intimacy, and family change in a Chinese village, 1949-1999*. Stanford University Press.
- Yeni Arkadaşlarım & Roma'da Neler Yiyoruz?* (2017, 5 3). 12 3, 2020 tarihinde
<https://www.youtube.com/watch?v=THc2T2TvoSs> adresinden alındı
- Yeni bir başlangıç.* (2016, 7 21). 11 28, 2020 tarihinde Erişim adresi:
<https://www.youtube.com/watch?v=kOhKVQt9ZiA> adresinden alındı
- Yılmaz, S. (2011). Her iletişim bir mahremiyet ihlalidir ve her mahremiyet ihlalinin bir haber değeri vardır. H. Köse (Dü.) içinde, *Medya mahrem medyada mahremiyet olgusu ve transparan bir yaşamdan parçalar* (s. 129-149). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Zayıflarken (Sporsuz) İki Günde Neler Yiyorum? | Kilo Verme Motivasyonu.* (2020, 10 14). 11 1, 2020 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=PW8fVejn9YM> adresinden alındı