



**The Journal of International Civilization Studies**  
**Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi**

Volume VI/ Issue I

ISSN: 2548-0146, Nevşehir/ TURKEY

Geliş Tarihi/ Received: 05/04/2021

Kabul Tarihi/ Accepted: 25/04/2021

**SOSYAL MEDYADAKİ GÖZETİM UYGULAMALARININ BİLİNLİRLİĞİ ÜZERİNE BİR  
ARAŞTIRMA: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

*A STUDY ON THE AWARENESS OF SURVEILLANCE PRACTICES IN SOCIAL MEDIA: THE CASE  
OF TURKEY*

**Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK**

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon  
Sinema ABD.

[msezaiturk@gmail.com](mailto:msezaiturk@gmail.com)

orcid.org/0000-0003-3619-4241

**Öğretim Görevlisi Kübra ERDEN**

Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Kurumsal İletişim Ofisi

[kubraa.erden@gmail.com](mailto:kubraa.erden@gmail.com)

orcid.org/0000-0003-2799-2428

**Abstract**

In the 21st century world, people use the internet multidimensionally in many areas of their lives and benefit from digital technologies. In this study, it is aimed to evaluate the use of internet and social media within the framework of the phenomenon of surveillance in the lives of individuals and to measure the level of awareness of the surveillance assembly that people are exposed to. Within the scope of the study, the level of awareness of users about surveillance practices was investigated by using the questionnaire technique, one of the quantitative research methods. In this study, it was concluded that the users have a high level of awareness about data collection and surveillance, and that they determine and share their content which they have created while sharing on social media according to this surveillance element. In this study made, it has been determined that individuals living in Turkey have a high level of awareness about the surveillance factor they are exposed to in digital media.

**Key words:** *Surveillance, social media, banopticon*

**Öz**

21. yüzyıl dünyasında, insanlar interneti çok boyutlu olarak hayatlarının birçok alanında kullanmakta ve dijital teknolojilerden yararlanmaktadır. Bu çalışmada, internet ve sosyal medya kullanımının, bireylerin hayatında gözetim olgusu çerçevesinde değerlendirilmesi ve insanların maruz kaldıkları gözetim asemblajının farkındalık düzeylerini ölçmek amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniğiyle kullanıcıların gözetim pratikleri hakkında farkındalık düzeyleri araştırılmıştır. Bu çalışmada, kullanıcıların veri toplanması ve gözetlenme konularında bilinç düzeylerinin yüksek olduğu, sosyal medyada paylaşım yaparken oluşturdukları içeriklerini bu gözetim unsuruna göre belirleyip paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bu çalışmada Türkiye’de yaşayan bireylerin, dijital mecralarda maruz kaldıkları gözetim unsuru hakkında farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Gözetim, Sosyal Medya, Banoptik*



## GİRİŞ

Günümüzde internet kullanımı, ihtiyaç olmaktan çıkıp zorunluluk haline gelmiş durumdadır. Dijitalleşme ile birlikte, insanlar fatura ödeme, araştırma yapma, ürün ve hizmet alışverişi gerçekleştirme, eğitim platformlarından yararlanma, toplantıya katılma gibi hayatın içinde her alandan sayılabilecek örneklerle internette ve sosyal medya içerisinde yer almaktadır. İnternet aynı zamanda, insanlarla sosyalleşme pratiklerine ortam sağlaması sebebiyle de yaygın olarak kullanılmaktadır. İnsanlar sosyal medyada ve dijital ortamda faaliyet gösterirken, yaptıkları her işlem kayıt altına alınmakta ve bu veriler depolanmaktadır. İnternette yer alan web sitelerinde, telefon/tabletlerde yer alan mobil uygulamalarda aktif olarak kullanım sağlayan bireyler, birçok alanda gözetlenmektedir.

Tarihsel sürecine bakıldığında, gözetim çoğunlukla devletler tarafından denetim amacıyla uygulanan bir unsur olmuştur. Yöneticilerin, yönetilenleri denetim altında tutmasının en başat yolları, gözetim pratikleri ile sağlanmıştır. Gelişen iletişim teknolojileri ve dijital mecralar aracılığıyla, gözetim yıldan yıla değişmiş, dönüşmüştür. Teknolojiye bağlı olarak değişen gözetim, sistematik olarak farklılaşmış olsa bile aslında uygulanma amacı olarak hala ilk ortaya çıktığı zamanlardaki özelliğini korumaktadır. Çünkü insanın insanı izleme, gözetleme durumu ilk var oluştan beri süregelmiştir. Yirmi birinci yüzyılda gözetim, iktidarların meşru olarak kullandıkları bir olgudan çok, artık herkesin rahatlıkla kullanabildiği ve hayatlarına dâhil ettiği bir durum haline gelmiştir. Gelişen teknolojiler aracılığıyla, günümüzde neredeyse herkes herkesi gözetler hale gelmiş ve mahremiyet denilen olgunun sınır çizgileri buharlaşmaya başlamıştır. Özellikle buna zemin hazırlayan sosyal paylaşım ağları aracılığıyla, artık neredeyse herkes hakkında bilgi toplamak mümkündür. İnsanlar sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar aracılığıyla, kendilerini ve hayatlarını teşhir etmeye, kendileri hakkında kişisel bilgileri gönüllü olarak hem çevrelerine hem de uygulama yöneticilerine sunmaktadır.

Bu çalışmada, bireylerin sosyal medya içerisinde gözetim unsurlarını deneyimleyip bu konuda bilinç sahibi olup olmadıkları araştırmak amaçlanmış ve maruz kalınan gözetim pratiklerinin farkındalık düzeyi ölçülmüştür. Alanyazına katkı sağlaması amaçlanan bu çalışma, internet kullanımında bulunan bireylerin bir şekilde dâhil olduğu sosyal medyada gözetim pratiklerinin bilinirliği konusunda tespitler içermesi bağlamında önemlidir. İlk bölümde gözetim ile ilgili unsurlar kavramsal ve kuramsal olarak değerlendirilmiş, ikinci bölümde nicel çalışmaya yönelik detaylar ve bulgulara yer verilmiştir.

### 1. Gözetim Olgusuna Kavramsal Bir Bakış

Gözetim, Türk Dil Kurumu'nda bahsedildiği şekilde “gözetme işi, nezaret, himaye” anlamında kullanılmaktadır. Aynı zamanda, Türkçe sözlükte gözetim kavramı, hukuki bir terim olarak “gözaltı” anlamında kullanılmaktadır. Gözetim kavramı, Oxford Wordpower Dictionary’de “yanlış bir şeyler yapma potansiyeli bulunanları dikkatlice izlemek” şeklinde belirtilmektedir. Ancak günümüzde, yalnızca yanlış bir şeyler yapma potansiyelindeki insanlar değil, herkes gözetim unsurlarına maruz kalmaktadır. İnternet aracılığıyla aktif olunan platformlarda, yaptığımız her tıklama, beğendiğimiz her gönderi, izlediğimiz her video kayıt altına alınmakta ve bu kayıtlar depolanmaktadır. Buna Lyon, *gözetim asemblajı* adını vermekte ve bireylere ait verilerin yalnızca bireylerarası değil uluslararası dolaşımında bulunduğunu belirtmektedir (Lyon, 2013:17). Kayıt altına alınan veriler depolanmakta ve gerekli durumlarda geri kazanılmaktadır. İnsanlara daha iyi hizmet vermek, daha uygun alışverişler gerçekleştirebilmelerini sağlamak, daha çok tüketmelerini sağlamak gibi unsurlarla bu veriler kullanılmaktadır.

#### 1.1. Veri Gözetimi

Verilerin gözetimi, 18. yüzyılda ortaya çıkan panoptikon sisteminden ziyade, artık teknolojiler aracılığıyla otomatik olarak yapılmaktadır. Veri gözetiminin en başat özelliği, gözetimi sistematik şekilde gerçekleştirmesidir.

Giddens (1985), gözetimi “modern toplumlara özgü bir hastalık” olarak tanımlamaktadır. Günümüzde herkes herkesin her şeyini bilir hale gelmiş durumdadır. İnsanlar arasındaki sınırlar ortadan kalkmış, toplumsal, ekonomik, sosyolojik sınırlar önemini yitirir hale gelmiştir. Kendinden



başkasını gözetleme durumunun sorunsallığı, ayrı bir makale çalışmasını içerebilecek kadar genişlikte araştırılması gereken bir konudur. “Gözetlemek, izlemek kişilerin sosyal medyada özellikle tercih ettikleri bir durum halini almıştır. Bu izleme hali, takip edilen ve izlenen kişilerin hayatının bir parçası gibi hissetmeye ve onlarla yakınmış hali ortaya çıkarmaktadır” (Ulusoy, 2020: 102).

“Günümüzde gözetimin sosyal medya üzerinden uygulanması, iletişim/haberleşme hakkı ve kişisel mahremiyetin yanı sıra bireylerin ifade hürriyetlerini etkileyerek demokratik hukuk kurallarını da ihlal etmektedir. Sosyal medya bir yandan bireylere düşüncelerini ifade etme imkânı yaratırken, öte yandan onları gözetimi yeniden üreten iktidar aygıtlarının gönüllü katılımcıları yapmaktadır” (Akdağ, 2015: 7). Bireyler, sosyal medya içerisinde aktif olarak yaptıkları paylaşımlarda, kendilerine ya da yakınlarına ait bilgileri/fotoğrafları gönüllülük esasıyla paylaşmaktadır. Bu paylaşılan içerikler, diğer kullanıcılar tarafından görülmekte ve *beğeni* ile *yorum* gibi etkileşimler almaktadır. İnsanlar paylaştıkları gönderilerin gözetim unsurlarını, kendi rızalarıyla hem diğer kullanıcılara hem de uygulama sahiplerine vermiş durumdadır.

“Modernizm ile sistematik hale gelen gözetim olgusunu tanımlamada kullanılan panoptik bakış açısı, postmodernizmin gözetim pratiklerini yorumlamada yetersiz ve eksik kalmaktadır. Modernizmdeki gözetim olgusunun kökeni baskı ve zorlayarak denetim altına almaya dayanmaktayken; postmodernizmde, gözetimin denetsel işlevi maskelenerek saklanmakta ve bireyler, bilgi iletişim teknolojilerinin sınırsız evreninde gözetlenmeyi kendi rızaları ile gönüllü olarak kabul etmektedirler” (Okmeydan, 2017: 46).

Gözetim tarih öncesi dönemden beri var olan bir olgu olsa da, sistematik olarak ortaya çıkması yazının icadı ile mümkün olmuştur. Yazı ile otomatikleşen ve sistematikleşen gözetim, önceleri asker kayıtları, devletin bürokratik işlemleri ve nüfus sayımları gibi amaçlarla uygulanmıştır. Bu uygulamalar modern toplumlarda da devam etmekle birlikte, günümüzde gözetim çok boyutlu bir halde varlığını sürdürmektedir. Gelişen teknoloji ve inovasyonlar aracılığıyla, gözetim artık çok boyutlu bir şekilde uygulanabilmektedir. 18. Yüzyılda panoptikon sisteminde tasarlanan bir hapisane ile kavramsallaşan gözetim, post modernizm ile çeşitli unsurların da dâhil olduğu bir sistem haline gelmiştir. Gözetim kavramının, toplumsal olarak ortaya çıkması, Foucault'nun 1975 yılında yayımladığı ‘Hapishanenin Doğuşu’ kitabında panoptikon metaforuyla açıklanmıştır. Foucault’ya göre iktidarın ve disiplinin temeli olan panoptikon, günümüzde de toplum üzerinde iktidarın otoritesini açıklamaktadır (Mattelart, 2012: 14).

İnsanlığın var oluşundan beri her dönemde varlığını sürdüren gözetim olgusu, kavramsal olarak incelendiğinde günümüzde tanımsal olarak yetersiz kalmaktadır. Birbirini gözetleme, bir şüpheliyi izleme, mahkûmu kontrol altında tutmak için tahakküm oluşturma gibi nedenlerin ötesinde, yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde gelişen dijital teknolojiler ile gözetim farklı bir boyuta taşınmıştır. Günümüz koşullarında gözetim, bireylerarası gözetleme olgusu anlamında oldukça yaygınlık kazanmasının dışında, devletler tarafından güvenlik sebebiyle de halkın her kesimine uygulanabilir durumdadır. Terör saldırıları, devletlerin birbirleri ile olan ekonomik mücadeleleri, devletlerin sınırlarını koruma çabaları gibi sebeplerle, gözetim teknolojileri tüm dünyada kullanılmaktadır. Gary T. Marx, günümüz koşullarında yetersiz kalan gözetim olgusunu açıklamak için, gözetimi ikiye ayırmakta ve “geleneksel gözetim” ve “yeni gözetim” şeklinde bir sınıflandırma yapmaktadır. Marx, iki farklı şekilde sınıflandırdığı gözetimde, geleneksel ile yeni arasındaki ayrımın temelinde var olan şeyin, gözetleyen ile gözetlenen arasındaki fark olduğunu belirtmektedir. Geleneksel gözetimde, gözetleyen ve gözetlenen arasındaki fark belirgin iken; yeni gözetim biçiminde bu ayrım ortadan kalkmaktadır. “İktidarın gücünü temsil eden görme/gözetim, yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla aynı zamanda bireysel denetim ve gözetim aracı haline gelmiştir” (Temiztürk ve Taner, 2015: 50). Günümüzde gözetleyen de gözetlenen de artık aynı kişidir. Birini gözetleme durumu, herhangi bir hiyerarşiye bağlı olmaksızın herkesin yapabildiği bir durum halini almıştır. Gözetim sadece toplumun üst kesiminin ya da iktidarın, devlet yöneticilerinin uyguladığı bir hegemonya olmaktan çıkmış durumdadır. Gelişen dijital teknolojiler ile birlikte, insanlar arasındaki birçok sınır buharlaşarak yok olmuş durumdadır. Bilgi, her zaman en değerli şey olarak bilinmektedir



ve artık her türlü bilgiye ulaşmak görece tüm zamanlara göre daha kolay olmaktadır. Buna artık günümüzde kişisel bilgiler de dâhildir. İnsanlar artık kendileri ve yaşamları ile ilgili her türlü bilgiyi kolaylıkla teşhir etmekte ve çevreleriyle sosyal medya araçlarından gönüllü olarak paylaşmaktadır.

“Günümüzde devletler yönetimindeki insanları kolayca denetleyebilmek ve kontrol altına alabilmek için bireylerin kişisel verilerini dosyalama sınıflama ya da arşivleme süreçlerini elektronik ortama taşımış eski bürokratik yöntemler yerine ileri teknolojik yöntemlerle verilerin saklandığı depolandığı ve kolayca kullanılabileceği yeni teknikler tercih etmeye başlamışlardır” (Korkmazcan, 2019: 10). Günümüzde gözetim pratikleri, tarihsel süreci göz önüne alındığında çok daha kolay ve detaylı şekilde uygulanabilmektedir. İnternet, sosyal medya kullanımı, kamera teknolojilerindeki gelişim, elektronik takip sistemlerinin çoğalmasa gibi unsurlarla, gözetim artık hayatımızın her alanında karşımıza çıkmaktadır.

## 1.2. Gözetim Kuramları

İnternet ve sosyal medyanın her an her yerde olma durumuna zemin hazırlayan platformları aracılığıyla, insanlar dünyanın her yerinde zaman ve mekân unsurlarından bağımsız şekilde gözetim altındadır. Gözetimin böyle sınırsız ve uygulanabilir bir yapıda olmasını Mark Poster (1990) “süperpanoptikon” olarak tanımlamaktadır. Dijital gözetimin küreselliğini Zygmunt Bauman ve David Lyon ise (2012) “akışkan gözetim” olarak tanımlarken, Mark Andrejeviç (2007) ise “dijital kuşatma” kavramıyla ifade etmektedir. Aynı zamanda Roy Boyne (2000) “panoptikonsonrası” kavramıyla günümüzdeki gözetim pratiklerini açıklamaktadır. Geniş perspektiften bakıldığında tüm bu kavramların ortak özelliği, gözetimin küresel olarak var olduğu ve dijitalleşme sayesinde gözetim asemblajının artık dünyanın her yerinde var olduğudur. Literatürde görüldüğü üzere, gözetim ile ilgili çeşitli kavramsallaştırmalar mevcut olup, hepsi aslında gözetimin alt dallarını oluşturan çalışma alanlarıdır.

“Modernizmde, panoptikon ile karşımıza çıkan yerel gözetim pratiklerinin; postmodernizm ile birlikte evrilerek yerini, küresel ölçekte elektronik gözetimi mümkün kılan sinoptikon ve omniptikona bıraktığı görülmektedir. Günümüzde yaşamımız farklı izleme teknolojileri ve gözetim teknikleri ile denetim altında tutulmakta ve dahası, toplumsal yaşam içerisinde ‘haz veren ve eğlenceli’ bir hal alan bu denetime gönüllü bireyler ortaya çıkmaktadır” (Okmeydan, 2017: 62)

Korkmazcan’a (2019:1 ) göre “azınlığın çoğunluğu gözetlediği Panoptikon modeli yerini başta; kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı dönemde televizyonlarda rol modeller oluşturularak çoğunluğun azınlığı gözetlemesi anlamına gelen Sinoptikon modeline bırakmış ve daha sonrasında ise; internetle birlikte yaygınlaşan sosyal paylaşım ağlarıyla çoğunluğun çoğunluğu ya da herkesi gözetlemesi anlamına gelen Süperpanoptikon modeline geçilmiştir”

Giriş bölümümünde de belirtmiş olduğum her an her yerde olma durumunu, Emanuel Dimas ve Melo Pimenta *The Low Power Society* isimli kitaplarında inceleyerek modern gözetim olgusuna yeni bir bakış açısı getirmiş ve “Omniptikon” gözetimi kavramsallaştırmışlardır. Pimenta İngilizce’de *her yerde bulunan* anlamına gelen *omnipresence* kelimesindeki *Omni* kelimesi ile gözetlemek anlamına gelen *opticon* kelimesini birleştirerek *Omnipticon* kelimesini türetmiştir. Pimenta, omniptikonu tanımlarken, ‘herkesin herkesi kontrol etmesi’ şeklinde ifade etmiştir.

Pimenta’ya (2010: 287) göre omniptikon, “Panoptikon ile sinoptikon etkisinin birleşmesi ve işbirliğiyle, fakat aynı zamanda, herkesin herkes tarafından kontrol edildiği bir sistemde izlemenin belli bir çerçeveye eklenildiği” şeklinde açıklamaktadır. Omniptikon yalnızca panoptikon ve sinoptikon olgularının bir aradılığı değil, yanı sıra günlük yaşam içerisinde faaliyet gösteren kişilerin izleme, denetim, kontrol ve narsizme geçişleri olarak belirtilmektedir (Pimenta, 2010: 287).

Koskela’ya (2000: 243) göre, gözetim toplumunun en karakteristik özelliği olan süreklilik olgusu, mekân kavramını dönüştürmekte ve kentsel mekânlar, dev bir gözetim mekanizması haline gelmektedir.

Tarihten günümüze süren gözetim araştırmalarından bir diğeri de, Didier Bigo tarafından akışkanlık, risk, terörizm ve gözetim kavramlarının irdelenmesiyle ortaya ıkarılan Banoptikon'dur. Bigo, toplama kamplarına dair analizlerle gözetimi bir arada değerlendirmiş ve bu analizlerini postyapısalcı felsefeyle harmanlayarak banoptikon kuramını ortaya çıkarmıştır. Banoptikon kavramı, ban (yasak) ve Foucault'un panoptikon kavramlarını birleştirerek oluşturulmuştur.

Banoptikon ile ilgili, Bauman'm ifadeleri, günümüzde uygulanmakta olan gözetim unsurunun açıklanması ve anlaşılması bağlamında önemlidir:

Müdahale aygıtları, küresel anlamda dışlanan ya da dışlanma potansiyeline sahip insan kategorileri yaratarak kimin hoş karşılanıp kimin karşılanmayacağını göstermektedir. Sanal ortamda faaliyet gösteren ban-optikon veri akışını, özellikle de henüz meydana gelmemiş olaylarla ilgili veri akışını yönlendirmek için ağbağlantılı veri tabanlarını kullanmaktadır. Özellikle güvenliklı siteler, alışveriş merkezlerini ve süpermarketleri kuşatan kapalı devre kamera sistemleri banoptikon cihazların başlıca örnekleridir. Panoptikon'dan farklı olarak, yani 'içeride tutmak'tan ziyade 'uzak tutmak' esasına dayalı olarak işlemektedir. Bahsi geçen aygıtların diğeri bir görevi de uyumluluk sağlamak konusunda isteksizlik belirtileri gösteren veya bu bağlayıcı kalıpları ihlal etmeyi planlayan bireyleri anında fark etmektir. Dolayısıyla gözetim teknolojisi günümüzde iki karşıt stratejik amaca hizmet etmektedir. Biri 'içeri almak', diğeri ise 'dışarıda bırakmak'tır (Bauman, 2015)

## 2. Sosyal Medyadaki Gözetim Uygulamalarının Bilinirliği Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği Anket alışması

### 2.1. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın metodolojisi bölümünde, araştırmanın modeli, araştırma örnekleminin belirlenmesi, araştırmada veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizi başlıkları altında yapılan çalışmalar yer almaktadır.

### 2.2. Araştırmanın Modeli

Araştırmada katılımcılardan toplanan verilerin nicel analizi yapıldığından bu çalışma tam tarama modeline göre yürütülmüştür. "Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir" (Karasar, 2015: 79).

### 2.3. Araştırma Örnekleminin Belirlenmesi

Araştırma örneklemini Türkiye'de ikamet eden bireyleri içermektedir. Çalışmanın örneklemini belirlenirken seçkisiz örnekleme yöntemlerinden biri olan rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Pilot alışma kapsamında örnekleme sayısı 200 olarak belirlenmiştir. Pilot alışma sonucunda güvenirlilik ve geçerlilik analizlerinden çıkan sonuçlara göre ölçek düzenlenerek kayıp gözleme sahip olan veriler ıkartıldığktan sonra ana çalışma için örnekleme sayısı 500 olarak belirlenmiştir.

### 2.4. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi

Araştırma interaktif bir ortamda geliştirilen anket toplama araçlarıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların anketi tamamladıkları zaman dilimleri kayıt altına alınmıştır.

### 2.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasının sonucunda elde edilen veriler istatistiki yöntemler



kullanılarak analiz edilmiştir. SPSS 21.0 paket programı kullanılarak analizi yapılan verilerin öncelikle güvenilirlik analizi yapılmış daha sonra ise ifadelerin her biri için tanımlayıcı istatistik analizler yapılmıştır.

## 2.6. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi

Çalışmamızda katılımcılara sorulan 39 madde pilot çalışma sonucunda güvenilirlik analizini etkileyen 7 soru çıkartılarak toplamda 32 maddeden oluşmakta olan ölçeğin güvenilirlik analizi aşağıda belirtilmektedir.

Güvenirlik İstatistiği	
Cronbach's Alpha	Madde Sayıları
0,88	32

Cronbach Alpha değeri, anket sorularının güvenilirlik seviyesini belirlemek amacıyla kullanılmaktadır.

Anket araştırmamız sonucunda güvenilirlik düzeyimiz  $\alpha = 0,88$  olarak bulunmaktadır. Alfa katsayısını değerlendirme kıstasına göre olduğundan yapılan anket çalışmasının yüksek derecede ( $\alpha=0,88 > 0,80$ ) güvenilir olduğu görülmektedir.

## 2.7. Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılan kullanıcıların cinsiyetlerine ilişkin dağılımı Tablo 1’de gösterilmiştir.

Cinsiyet	Sayı(N)	Yüzde(%)
Kadın	283	%56,6
Erkek	217	%43,4
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Tablo 1. Cinsiyete Göre Dağılım**

Bu çalışmaya katılan kullanıcıların %56,6’sı kadın ve %43,4’ü erkek bireylerden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan kullanıcıların yaş grupları dağılımı Tablo 2’de gösterilmiştir.

Yaş	Sayı(N)	Yüzde(%)
15-24	74	%14,8
25-34	219	%43,8
35-44	122	%24,4
45-54	52	%10,4
55-64	25	%5
65 üstü	8	%1,6
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Tablo 2. Yaş Gruplarına Göre Dağılım**

Katılımcıların yaş değerleri 6 kategoriye ayrılarak sınıflandırılmış ve çoğunluğun %43,8 ile 25-34 yaş aralığında, %24,4’ünün 35-44 yaş aralığında, %14,8’inin 15-24 yaş aralığında, %10,4’ünün



45-54 yaş aralığında, , %5'i 55-64 yaş aralığında ve geriye kalan %1,6'lık kısmın 65 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan kullanıcıların eğitim seviyelerine ilişkin dağılım Tablo 3'te görülmektedir.

Eğitim Düzeyi	Sayı(N)	Yüzde(%)
İlkokul	1	%0,2
Ortaokul	5	%1
Lise	43	%8,6
Üniversite	260	%52
Lisansüstü	191	%38,2
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Tablo 3. Eğitim Düzeylerine Göre Dağılım**

Çalışmaya katılan kişilerin eğitim düzeylerinin dağılımında büyük bir çoğunluğun lisans mezunu olduğu söylenebilir. Bireylerin %52'si üniversite, %38,2'si lisansüstü, %8,6'sı lise, %1'i ortaokul ve geriye kalan %0,2'si ilkokul mezunudur.

Araştırmaya katılan kullanıcıların yaşadıkları yerlere ilişkin dağılımı Tablo 4'te görülmektedir.

Yaşanılan Yer	Sayı(N)	Yüzde(%)
Köy	15	%3
İlçe	80	%16
Şehir	98	%19,6
Büyükşehir	307	%61,4
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Tablo 4. Yaşanılan Yere Göre Dağılım**

Katılımcıların yaşadıkları yerlere göre dağılımına bakıldığında %61,4'ü büyükşehir, %19,6'sı şehir, %16'sı ilçe ve %3'ü köyde yaşamaktadır.

Araştırmaya katılan kullanıcıların sosyal medyada günlük ortalama vakit geçirme süresine göre dağılımları Tablo 5'te görülmektedir.

Süre	Sayı(N)	Yüzde(%)
0-1 saat	130	%26
1-3 saat	230	%46
3 saatten fazla	140	%28
<b>Toplam</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

**Tablo 5. Sosyal Medyada Günlük Ortalama Vakit Geçirme Süresine Göre Dağılımı**

Çalışmaya katılan bireylerin sosyal medyada günlük ortalama vakit geçirme sürelerine ilişkin dağılımı incelendiğinde, bireylerin %46'sının 1-3 saat, %28'inin 3 saatten fazla ve %26'sının da 0-1 saat aralığında sosyal medyada aktif olduğu görülmektedir.

Bu çalışmaya katılan 500 kullanıcının faktör 1'e ilişkin verdikleri yanıtlara bakıldığında;

Maddeler	Hiç katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kararsızım (%)	Katılıyorum (%)	Tamamen katılıyorum (%)
Sosyal medyada doğum günü, ilişki durumu gibi bilgileri paylaşmanın tehlikeli olduğunu düşünüyorum.	5,4%	25,2%	23,2%	30,8%	15,4%
Yazışmaların, maillerin ve diğer özel mesajların uygulama sahipleri tarafından okunabileceğini düşünüyorum.	3,4%	5,0%	13,0%	48,0%	30,6%
On-line/çevrim içi ortamlarda alışveriş yaparken gözetlendiğimi düşünüyorum.	2,8%	12,2%	13,8%	42,8%	28,4%
Bir konu konuştuğumda ve ardından sosyal medya platformlarında o konuyla ilgili bir reklam gördüğümde, telefonum aracılığıyla dinlendiğimi düşünüyorum.	1,8%	9,8%	11,0%	37,4%	40,0%
Sosyal medyada paylaşım yaparken ya da bir yorumda bulunurken gözetlendiğimi düşünüyorum	2,6%	13,0%	18,2%	47,4%	18,8%



Almış olduğum tüm tedbirlere rağmen bilgisayarda/televizyonda bulunan fotoğraflarımın yeterince korunduğunu düşünmüyorum.	1,2%	7,0%	15,4%	47,0%	29,4%
Bilgisayardan ya da telefondan sildiğim bilgilerin tekrar kullanılabileceğini düşünüyorum.	0,6%	5,6%	11,8%	49,2%	32,8%
Sosyal medyada evimin konumunu paylaşmayı tehlikeli buluyorum.	1,6%	6,8%	8,8%	41,8%	41,0%
Sosyal medya hesaplarımda paylaştığım ve sonrasında sildiğim içeriklerin, bu uygulamaların sahipleri tarafından saklanabileceğini düşünüyorum.	0,8%	5,4%	12,6%	52,4%	28,8%
Bir gün siber zorbalığa uğramaktan korkuyorum.	1,4%	10,4%	17,0%	47,2%	24,0%
Zoom gibi on-line toplantı uygulamalarının kişisel verilerimizi tehdit ettiğini düşünüyorum.	1,8%	16,4%	35,8%	34,2%	11,8%
Telefonuma veya bilgisayarıma indirmek istediğim uygulamaların mikrofon, kamera, mail adresi gibi bilgilere erişim izni istemesi beni rahatsız ediyor.	1,4%	3,8%	7,0%	39,8%	48,0%
Sosyal medyada paylaşım yaparken bir suç işlersem, adresimin belirlenip	2,4%	6,8%	17,6%	45,4%	27,8%

beni evimden alabileceklerini düşünüyorum.					
--	--	--	--	--	--

**Tablo 6. Kullanıcıların Faktör 1'e İlişkin Verdikleri Yanıtlar**

Kişilerin %46,2'si (15,4+30,8) "Sosyal medyada doğum günü, ilişki durumu gibi bilgileri paylaşmanın tehlikeli olduğunu düşünüyorum" görüşüne katılıyorken %30,6'sı (25,2+5,4) katılmamaktadır ve %23,2'si nötr kalmaktadır. Bireylerin sosyal medyada kendilerine ait kişisel bilgilerini diğer kullanıcılar ile paylaşma durumlarının tehdit/tehlike oluşturabileceğinin farkında oldukları söylenebilir.

Kişilerin %78,6'sı (30,6+48,0) "Yazışmaların, maillerin ve diğer özel mesajların uygulama sahipleri tarafından okunabileceğini düşünüyorum" görüşüne katılıyorken %8,4'ü (3,4+5,0) katılmamaktadır ve %13,0'ı nötr kalmaktadır. Araştırmanın sonucuna göre, kişilerin kullandıkları anlık mesaj uygulamalarının, mail hesaplarının ve özel mesajlarının yüksek seviyede üçüncü kişiler tarafından okunabildiğini düşündükleri görülmektedir. Bu durum, insanların en temel iletişime geçme davranışının sanal ortamlara taşındığı günümüzde, kişisel içeriklerin yer aldığı dijital mecralarda bilgi güvenliği konusunda bir sorunsal bulunduğunu göstermektedir.

Kişilerin %71,2'si (28,4+42,8) "On-line/çevrim içi ortamlarda alışveriş yaparken gözetlendiğimi düşünüyorum" görüşüne katılıyorken %15,0'ı (2,8+12,2) katılmamaktadır ve %18,8'i nötr kalmaktadır. Kullanıcıların yüksek bir çoğunluğu, online alışveriş yaparken gözetlendiğini düşünmektedir. Günümüzde çevrim içi alışveriş oldukça yaygın kullanılan ve tercih edilen bir durumdur. Dijital ortamda alışveriş yapılmasını sağlayan kredi kartı banka kartı gibi bilgileri de içeren alışveriş sürecinde, verilerimizin toplanarak depolanması ve gerekli olduğunda kullanıcılara daha iyi bir alışveriş/ürün portalının sunulması durumu söz konusudur. Clark'a göre veri gözetimi (dataveillance), kişisel veri sistemlerini kullanarak insanların faaliyetlerini ve iletişimlerini gözetler, araştırır (Clark, 2006). Araştırmamızın bu bulgusuna göre, kullanıcıların veri toplanması ve gözetlenme konularında bilinç düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Kişilerin %77,4'ü (37,4+40,0) "Bir konu konuştuğumda ve ardından sosyal medya platformlarında o konuyla ilgili bir reklam gördüğümde, telefonum aracılığıyla dinlendiğimi düşünüyorum" görüşüne katılıyorken %11,6'sı (9,8+1,8) katılmamaktadır ve %11,0'ı nötr kalmaktadır. Kullanıcılar, günümüzde kişiselleştirilmiş reklamlar ile kendilerine en uygun satın alma davranışı gösterebilecekleri portallara dahil edilirler. Web 3.0 yani semantik web aracılığıyla veritabanlarında bulunan dataları insanların daha çok tüketmeleri ve satın almaları konusunda teşvik eden algoritmalar mevcuttur. Bu algoritmalara uygun verilerin sağlanması konusunda, telefonla konuştuktan sonra karşımıza çıkan reklamların o konuşmayla ilgili olduğunu deneyimleyen katılımcılar, bu verilerin telefonları aracılığıyla dinlenerek toplandığı konusunda büyük bir çoğunluğa sahiptir.

Kişilerin %66,2'si (47,4+18,8) "Sosyal medyada paylaşım yaparken ya da bir yorumda bulunurken gözetlendiğimi düşünüyorum." görüşüne katılıyorken %15,6'sı (2,6+13,0) katılmamaktadır ve %18,2'si nötr kalmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında etkileşimde bulunan bireyler, bu etkileşimlerinin görünür olduğunun ve başka insanlar tarafından gözetlendiğinin bilincindedir. Bireyler, sosyal medyada paylaşım yaparken, oluşturdukları içeriklerini bu gözetim unsuruna göre belirlemekte ve paylaşmaktadır.

Kişilerin %76,4'ü (47,0+29,4) "Almış olduğum tüm tedbirlere rağmen bilgisayarda/televizyonda bulunan fotoğraflarımın yeterince korunduğunu düşünmüyorum." görüşüne katılıyorken %8,2'si (1,2+7,0) katılmamaktadır ve %15,4'ü nötr kalmaktadır. Katılımcılar sosyal medya platformlarında paylaştıkları fotoğraf ve video gibi medyaların, telefon/bilgisayar galerisinde güvenli şekilde korunmadığı konusunda çoğunluktadır. Bu da sadece bize ait olduğunu düşündüğümüz verilerin aslında başka kişilerce erişilebilir riskinin bulunduğu konusunda bir tereddüt barındırdığını göstermektedir.

Kişilerin %82,0'ı (49,2+32,8) “Bilgisayardan ya da telefondan sildiğim bilgilerin tekrar kullanılabilirliğini düşünüyorum” görüşüne katılıyorken %6,2'si (0,6+5,6) katılmamaktadır ve %11,8'i nötr kalmaktadır. Katılımcıların oldukça büyük bir kısmı, bilgisayar ya da telefon galerisinden sildiğini düşündüğü medyaların geri dönüştürülebileceğini, yani bu verilerin istenildiğinde başka kişilerce de ulaşılabileceğini düşünmektedir.

Kişilerin %82,8'i (41,8+41,0) “Sosyal medyada evimin konumunu paylaşmayı tehlikeli buluyorum” görüşüne katılıyorken %8,4'ü (1,6+6,8) katılmamaktadır ve %8,8'i nötr kalmaktadır. Katılımcıların çok büyük bir yüzdesi, sosyal medyada adres/konum bilgisi paylaşmanın tehlikeli olduğunu belirtmiştir. Sosyal ağlar içerisinde, insanlar paylaşım sundukları bilgilerin ‘yalnızca’ paylaştığı kişiler tarafından görünür olmadığını ve bu bilgilere çeşitli amaçlarla üçüncü kişilerin de ulaşabileceğini düşünmektedir. Kullanıcılar, sosyal paylaşım ağlarında sadece takip ettikleri (following) kişilerle paylaştıkları bilgilerin, farklı sebeplerle izin vermediklerini düşündükleri kişiler tarafından ulaşılabilir olması konusunda tereddüt içindedir.

Kişilerin %81,2'si (52,4+28,8) “Sosyal medya hesaplarımda paylaştığım ve sonrasında sildiğim içeriklerin, bu uygulamaların sahipleri tarafından saklanabileceğini düşünüyorum” görüşüne katılıyorken %6,2'si (0,8+5,4) katılmamaktadır ve %12,6'sı nötr kalmaktadır. Kullanıcıların büyük bir yüzdesi, sosyal paylaşım ağları içerisinde paylaştıkları içeriklerin, paylaşan kişi tarafından silinse dahi uygulama sahipleri tarafından ulaşılabilirliğini düşünmektedir. Bu konuda anketimize katılan bireylerin farkındalık oranının oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Kişilerin %71,2'si (47,2+24,0) “Bir gün siber zorbalığa uğramaktan korkuyorum” görüşüne katılıyorken %11,8'i (1,4+10,4) katılmamaktadır ve %17,0'ı nötr kalmaktadır. Katılımcıların bir çoğu, siber zorbalığa maruz kalmaktan çekinmektedir. Burada karşımıza Suskunluk Sarmalı kuramının belirleyici özelliklerinden olan, beğenilmeme ve dışlanma korkusuyla sessizlik/suskunluk davranışı sergileme durumu çıkmaktadır. Bu alanda Sessizleştirme Sistemi Ölçeği ile bireylerin sosyal medyadaki paylaşımlarının Suskunluk Sarmalı kuramı bağlamı araştırılmış ve sonuç olarak bireylerin sosyal ağlarda takip ettiği kişiler tarafından paylaşımlarının beğenilmemesinden korktukları için sessizliği-suskunluğu tercih ettiği (%66,58 oranında) bulgusuna ulaşılmıştır (Erden, 2019: 317).

Kişilerin %46,0'ı (11,8+34,2) “Zoom gibi on-line toplantı uygulamalarının kişisel verilerimizi tehdit ettiğini düşünüyorum” görüşüne katılıyorken %18,2'si (1,8+16,4) katılmamaktadır ve %35,8'i nötr kalmaktadır. Özellikle tüm dünyanın yaşamış olduğu en büyük küresel şoklardan biri olan Koronavirüs dönemi boyunca, online toplantı uygulamaları oldukça önem kazanmıştır. Okulların uzaktan eğitim sistemiyle hizmet verip, iş akışlarının zoom gibi online toplantı programları aracılığıyla yapıldığı bu pandemi döneminde, insanlar burada paylaştıkları bilgilerin gözetim unsurları kapsamında tehdit edilebileceğini düşünmektedir.

Kişilerin %87,8'i (48,0+39,8) “Telefonuma veya bilgisayarıma indirmek istediğim uygulamaların mikrofon, kamera, mail adresi gibi bilgilere erişim izni istemesi beni rahatsız ediyor” görüşüne katılıyorken %5,2'si (1,4+3,8) katılmamaktadır ve %7,0'ı nötr kalmaktadır. Katılımcıların oldukça yüksek bir kısmı, cep telefonlarına yükleyip kullanmak istedikleri programların, programla ilgili olsun olmasın telefondaki çeşitli uygulamalara ve kişisel bilgilerine erişim izni istemesinden rahatsızlık duymaktadır. Günümüzde en değerli şeyler arasında kişisel bilgiler gelmektedir ve bu bilgilere kolay ulaşım hususunda kullanıcının rızasını almanın en temel yolu, bir metne onay *tik'i* vermesini sağlamak ve böylece rıza yönetimi yapmaktır. Bunun bilincinde olan bireyler/şirketler/kurumlar, bunu suistimal eden uygulamalar ile kişisel verilere ulaşabilmektedir. Yapılan bu çalışmada Türkiye’de yaşayan bireylerin bu gözetim unsuru hakkında farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Kişilerin %73,2'si (27,8+45,4) “Sosyal medyada paylaşım yaparken bir suç işlersem, adresimin belirlenip beni evimden alabileceklerini düşünüyorum” görüşüne katılıyorken %9,2'si (2,4+6,8) katılmamaktadır ve %17,6'sı nötr kalmaktadır. İnsanlar, sosyal medyada görünür olduğunun farkında olarak paylaşımlarını gerçekleştirmektedir. Oluşturulan içeriklerde buna uygun şekilde davranmakta ve aksi şekilde paylaşım yapmaları halinde kimlik ve adres bilgilerinin tespit edilip alıkoynulabileceklerini düşünmektedir.



### 3. Tartışma ve Sonuç

56,6'sını kadın ve %43,4'ünü erkeklerin oluşturduğu bu çalışmada çoğunluğun (%43,8) 25-34 yaş arasında olup ve eğitim düzeyi olarak büyük bir çoğunluğun (%52) üniversite mezunu olduğu söylenebilir. Bu anket çalışmasına katılan kullanıcıların çoğunluğu (%61,4) büyükşehirde yaşamaktadır. Katılımcılara uygulanan anket çalışmasıyla, sosyal medya kullanan bireylerde gözetim unsurunun bilinirliği araştırılmış ve bu konudaki farkındalık düzeylerini ölçmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda ulaşılan sonuçlar değerlendirildiğinde, kullanıcıların sosyal medyada günlük ortalama vakit geçirme süreleri %46 oranında 1-3 saat olarak ölçülmüştür.

Katılımcıların %46,2'si, sosyal medyada doğum günü, ilişki durumu gibi bilgileri paylaşmanın tehlikeli olduğunu düşünmektedir. Bireyler sosyal medyada kendilerine ait kişisel bilgileri, sadece takipleştikleri kişilerle ya da oluşturup izin/onay verdikleri arkadaş listeleriyle paylaştıklarını düşünseler bile, aslında bu bilgiler uygulama sahiplerince ve kötü niyetli yazılımlar sayesinde iziz verilmeyen diğer kişiler tarafından da ulaşılabilir. Bu araştırma sonucuna göre, bireyler sosyal medya gibi sanal bir ortamda kendilerine ait kişisel bilgileri paylaşma konusunda tereddütte bulunarak bu verilen ulaşılabilmesi konusunda bilinç düzeyine sahiptir. Aynı zamanda katılımcıların %82,8'i, sosyal medyada yaşadıkları evlerinin konumunu paylaşmayı da tehlikeli bulmaktadır. Mobil telefonlarımıza yüklediğimiz uygulamaların ilgisi olsun olmasın konum bilgimize erişim izni istemesi ve yer yön bulmak için kullandığımız navigasyon uygulamaları, konum bilgilerimize erişilmesini sağlamaktadır. Bunlar günümüzde hayatımızı kolaylaştıran uygulamalar gibi görünse de, kötü yazılımlarla tehlike oluşturabilme ihtimaline sahiptir. Kullanıcılar bu konuda oldukça bilinçli olup, gözetim unsurlarının farkındadır.

Araştırma sonuçlarına göre dikkat çeken bir bulgu da, kullanıcıların sosyal medya içerisinde diğer kişilerle yaptıkları yazışmaların, maillerin ve diğer özel mesajların uygulama sahipleri tarafından okunabileceğini düşünme yüzdesinin %78,6 ile oldukça yüksek seviyede çıkmasıdır. Bu sonuç bize, yalnızca iki kişinin iletişim halinde olduğunu düşündüğü sanal görüşmelerde bile aslında üçüncü kişilerin de bu verileri elde edebildiğini göstermektedir.

Ankete katılan kullanıcıların %71,2'si on-line/çevrim içi ortamlarda alışveriş yaparken gözetlendiğini düşünmektedir. Mobil telefonlara indirilen uygulamaların kişisel birçok bilgiye erişim istemesi, alışveriş web sitelerindeki çerezlerin (cookie) aktifleştirilmesinin mecbur bırakılması gibi etmenler, kullanıcıların gözetim unsurlarına maruz kaldığını göstermekte ve bu durum halk tarafından bilinmektedir.

Katılımcıların %77,4'ü, bir konu konuştuğunda ve ardından sosyal medya platformlarında o konuyla ilgili bir reklam gördüklerinde telefonları aracılığıyla dinlendiklerini düşünmektedir. Günümüzde kişiselleştirilmiş reklamlar aracılığıyla, kullanıcılar ile ilgili elde edilen veriler sayesinde kişisel reklamlar oluşturulup kullanıcıların beğenecekleri/satın alabilecekleri ürünler kendilerine gösterilmektedir. Kullanıcılar bu konuda oldukça yüksek farkındalık düzeyine sahiptir.

Araştırma bulgularına göre kullanıcılarından %87,8'inin, telefonlarına ya da bilgisayarlarına indirmek istedikleri uygulamaların mikrofon, kamera, mail adresi gibi bilgilere erişim izni istemesinden rahatsız oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların kullanmak istedikleri uygulamalara bu bilgilere erişim izni vermek zorunda olması ve bu izin ile gözetim pratiklerine dâhil olacaklarını bildikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Araştırma bulguları göstermektedir ki, Türkiye'de yaşayan ve aktif olarak sosyal medya ile interneti kullanan bireyler, gözetim pratiklerinin farkındadır ve bu konuda bilinç düzeyleri oldukça yüksektir. İnsanlar, çevrim içi platformlardan alışveriş yaparken, arkadaşlarıyla anlık mesaj uygulamaları aracılığıyla iletişim kurarken, mail gönderirken, mobil oyunlar oynarken gözetlenmektedir. Kişilerin her alandaki bilgileri kayıt altına alınıp depolanmakta ve gerekli zamanlarda bu veriler ile kişilere çeşitli amaçlarla ulaşılmaktadır. Örneğin elde edilen veriler, Web 3.0



ile kişiselleştirilmiş reklamlar olarak sosyal medyada karşımıza çıkmaktadır. Gözetim unsurlarının yaygın şekilde kullanıldığı sosyal medya içerisinde, kişisel bilgileri isteyen uygulamalara erişim izni vermeyerek, “dikte” olarak adlandırılan telefon komutlarını pasif hale getirerek bazı önlemler almak mümkündür. Ancak günümüzde gözetim asemblajına her alanda maruz kalınmakta ve bu yalnızca MOBESE kameraları vs. aracılığıyla değil, kendi ellerimizle kullandığımız cihazlar ve sosyal medya hesaplarımızla yapılmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, gözetim pratiklerinin ne derece hayatımızda uygulanabilir olduğu ve halkın bunları ne ölçüde farkında olarak deneyimlediği konusunda önemlidir. Bireylerin birçok sosyal paylaşım ağı uygulamasını ücretsiz şekilde mobil cihazlarına yükleyerek sanal ortamda iletişim halinde olması ve bu iletişim pratiklerinin hiçbir ücret ödemediği kullanılabılır olması (internet ücreti vs. hariç), “ürüne para ödemiyorsanız, ürün sizsiniz demektir” sözünü anımsatmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarının mobil uygulamalarına ücret ödemediği sahip olunup kullanılması, insanların o programlara ücret yerine başka verileri sağlamaları aracılığıyla, gizlilik, mahremiyet gibi unsurların verilmesi ve pazar koşullarına uygun verilerin gönüllü olarak uygulama sahiplerine ve üçüncü kişilere sunulması anlamında düşündürücüdür. Burada elde edilen bulgular bize göstermektedir ki, sosyal medya aracılığıyla yapılan gözetim çalışmalarında Türkiye halkının sosyal medyayı kullanma oranları oldukça yüksek olup bilinirlik ve farkındalık seviyesi de doğru orantılı şekilde yüksektir.

#### KAYNAKÇA

- Akdağ, G. (2015). Gözetim Toplumu Teorilerinin Tarihsel ve Teorik Bir İncelemesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Andrejevic, M. (2007). Surveillance in the Digital Enclosure, *The Communication Review*, 10 (4), 295-317.
- Bauman, Z. (2015). *Akışkan Modern Dünyada Kültür*. Ankara: Atıf Yayınları.
- Boyne, R. (2000). Post-Panopticism, *Economy and Society*, 29 (2), 285-307.
- Erden, K. (2019). The Evaluation of Social Media within the Context of the Silencing System. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 5 (1), 308-322.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Korkmazcan, F. (2019). Toplumsal Denetim Ve Kontrol Mekanizması Olarak Gözetim Olgusu Ve Sosyal Medyada Kullanıcının Kendini İfşa Etmesi Üzerine Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Koskela, H. (2000). ‘The Gaze Without Eyes’: Video-Surveillance and the Chancing Nature of Urban Space. *Progress in Human Geography*, 24 (2), 243-265.
- Mattelart, A. (2012). *Gözetimin Küreselleşmesi: Güvenlileştirme Düzeninin Kökeni* (O. Gayretli & S. E. Karacan, Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Okmeydan, S. B. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplununun Dönüşümü: ‘Panoptikon’dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *Online Academic Journal of Information Technology -Special Issue/Özel Sayı*. 8 (30).
- Pimenta, E. D. M. (2010). The city of sun: panopticon, synopticon and omnipticon-big brother and the giant with thousand eyes. In Pimenta, E. D. M. (Eds.), *Low power society- continuous hyperconsumption and the end of the medium class in a hyperurban planet* (pp. 260-303). UK: ASA Art and Technology Limited.
- Poster, M. (1990). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*, USA: University of Chicago Press.



Temiztürk, H. & Taner, E. (2015). Gözetleyen İktidardan Gözetlenen İktidara: Yeni İletişim Teknolojilerinin Güç Paylaşımına Etkisi, *Atatürk İletişim Dergisi*, 9 (1), 35-54.

Zygmunt B. & David L. (2013). *Akışkan Gözetim*. (Çev. Elçin Yılmaz) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Web Adresi

Türk Dil Kurumu (TDK). [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 11.03.2021)

Oxford English Dictionary. <https://www.oed.com/> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 11.03.2021)

<http://www.rogerclarke.com/> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 15.03.2021)

## EXTENDED SUMMARY

### 1.Introduction

Internet use in the 21st century has become a necessity rather than a need. With digitalization, people are on the internet and in social media with examples from every aspect of life, such as paying bills, doing research, exchanging products and services, benefiting from educational platforms, and attending meetings. The Internet is also widely used because it provides an environment for socializing practices with people. While people are operating in social media and digital environment, every transaction they make is recorded and this data is stored. Individuals who actively use web sites on the Internet and mobile applications on phones / tablets are observed in many areas.

Considering its historical process, surveillance has been an element mostly applied by states for control purposes. The most dominant ways for managers to control the governed are provided by surveillance practices. Surveillance has changed from year to year through developing communication technologies and digital channels. Surveillance, which changes depending on the technology, even though it has been systematically differentiated, it still preserves its characteristics as it was first emerged as the purpose of application. Because the state of human monitoring and surveillance has been ongoing since the first existence. Today, surveillance has become a situation that everyone can easily use and include in their lives, rather than a phenomenon that governments use legitimately. Thanks to the developing technologies, almost everyone has become observers today and the border lines of the phenomenon called privacy have begun to evaporate. It is now possible to gather information about almost everyone, especially through the social networks that set the stage for this. People voluntarily present personal information about themselves to both their environment and application managers to expose themselves and their lives through the posts they make on social media.

### 2. Method

In this study, it is aimed to investigate whether individuals experience surveillance elements in social media and have awareness on this issue, and the level of awareness of surveillance practices exposed to is measured. This study, which is aimed to contribute to the literature, is important in terms of including determinations about the awareness of surveillance practices in social media, in which individuals using the Internet are somehow involved. In the first part, the elements related to surveillance are evaluated conceptually and theoretically, in the second part, details and findings regarding the quantitative study are given.

### 3. Findings, Discussion and Results

Research findings show that individuals living in Turkey and actively using social media and the Internet are aware of surveillance practices and their level of awareness on this issue is quite high. People are monitored while shopping on online platforms, communicating with friends via instant message applications, sending e-mails, playing mobile games. The information of people in every field is recorded and stored, and when necessary, people can be reached for various purposes with this data. For example, the data obtained appear on social media as advertisements personalized with Web 3.0.



In social media where surveillance elements are widely used, it is possible to take some precautions by denying access to applications that request personal information and by deactivating the "dictation" phone commands. However, nowadays, surveillance assembly is exposed in all areas and this is only MOBESE cameras etc. It is not done through the devices we use with our own hands and our social media accounts.

The findings obtained as a result of the research are important in terms of the extent to which surveillance practices are applicable in our lives and to what extent the public is aware of them. Owning and using mobile applications of social networking networks without paying a fee is thought-provoking in the sense that people provide privacy and privacy to those programs by providing other data instead of a fee, and voluntarily presenting data suitable for market conditions to application owners and third parties. The findings obtained here show us that, in the surveillance studies conducted through social media, the rate of using social media by the Turkish people is quite high, and the level of awareness and awareness is proportionally high.