

## Araştırma Makalesi (Research Article)

Yeni Düşünceler, 2021, 15: 78-95

Ahmet Can Akgün<sup>1</sup>

Orcid No: 0000-0001-5097-8291

Dilek Paltun<sup>2</sup>

Orcid No: 0000-0002-9626-9308

Mustafa Abanoz<sup>3</sup>

Orcid No: 0000-0002-9450-0000

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Giresun Üniversitesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.

<sup>2</sup> Araştırma Görevlisi, Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Görsel İletişim Tasarım Bölümü.

<sup>3</sup> Tezli Yüksek Lisans Mezunu, Giresun Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.

sorumlu yazar: [acakgun90@gmail.com](mailto:acakgun90@gmail.com)

### Anahtar Sözcükler:

WhatsApp Türkiye, Kullanıcı Verileri, Gizlilik, Süperpanoptikon.

### Keywords:

WhatsApp Turkey, User Data, Privacy, Super-panopticon.

## Süperpanoptik İktidar: WhatsApp Türkiye Gizlilik İlkesi Uygulaması Örneği Özelinde Bir İnceleme

Superpanoptic Potency: A Review on WhatsApp Turkey Privacy Policy Application Example

Alınış (Received): 03.05.2021

Kabul Tarihi (Accepted): 14.06.2021

### ÖZ

Çalışma WhatsApp Türkiye uygulamasının 4 Ocak 2021 tarihinde aldığı gizlilik sözleşmesi kararı ile ilgili kullanıcı yorumlarına odaklanmaktadır. Araştırma kapsamında kullanıcıların akıllı cihazlarında uygulamayı edinebildikleri Google Play Store, App Store ve Huawei App Gallery isimli platformlar dikkate alınarak, WhatsApp ve Telegram kullanıcı etkileşimlerinin analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışma WhatsApp Türkiye uygulamasının kısa süreli gizlilik kararının kullanıcı yorumları özelinde yansımalarının ortaya çıkarılması açısından önem taşımaktadır.

Araştırmanın ana amacı, 4-15 Ocak tarihleri arasında WhatsApp gizlilik sözleşmesi kararı sonrasında kullanıcı yorum ve hareketlerinin ne yönde olduğunu tespit etmektir. WhatsApp'ın gizlilik ilkesi ile ilgili 4-15 Ocak 2021 tarihlerinde yayınladığı bildiri ve attığı geri adım araştırmanın sınırlılığı olarak belirlenmiştir. Araştırmada içerik analiz tekniği kullanılmış, elde edilen veriler tablolar ve grafikler aracılığıyla sunulmuştur. Çalışmanın amacına bağlı olarak tartışılmaya derinlemesine yaklaşabilmek adına amaçlı örnekleme yöntemi doğrultusunda bu dönemde tercih edilen ve aynı zamanda muadil bir uygulama olan Telegram uygulaması araştırmaya dâhil edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre WhatsApp gizlilik ilkesi kararı doğrultusunda kullanıcı sayısında azalma yaşandığı belirlenmiştir. WhatsApp'ın almış olduğu gizlilik sözleşmesi kararı ile birlikte yaşadığı düşünüş alternatif seçeneklere yönelim beraberinde dijital göçü ortaya çıkarmıştır.

### ABSTRACT

The main aim of the research is to detect the way how user comments and movements occurred following the Whatsapp privacy agreement decision between January 4 and 15. This study focuses on user comments regarding the privacy agreement decision made by WhatsApp Turkey on January 4, 2021. As part of the research, we analyzed WhatsApp and Telegram user interactions by taking into account the platforms called Google Play Store, App Store and Huawei App Gallery, where users can get the app on their smart devices. The study has significance in terms of unveiling the reflection of the short-term privacy decision of the WhatsApp Turkey application in the user comments private.

WhatsApp's statement on privacy policy on 4-15 January 2021 and the step back it has taken have been determined as the limitation of the research. In this direction, content analysis technique was used in this study, which aims to determine the direction of user comments and movements after the WhatsApp privacy agreement decision of users between January 4-15, and the data obtained is presented through tables and graphs. In order to approach the discussion in depth depending on the purpose of the study, the Telegram application, which was preferred during this period in accordance with the method of purposeful sampling and which is also a counterpart application, was included in the research.

According to research findings, it was determined that the number of users decreased in accordance with the WhatsApp privacy policy decision. The decline that WhatsApp has encountered along with the decision to take a non-disclosure agreement has led to a digital migration with a tendency on alternative options.

## GİRİŞ

Gözetim insanlığın var olduğu zaman diliminden beri süregelmektedir. Tarih boyunca insanların birbirlerini denetlemek, üstünlük kurmak ve korunmak gibi daha birçok sebepten dolayı gözetim, iktidarın göstergesi olmuştur. Paternalist toplumlarda rehber kabul edilen kişilerin iktidar olduğu yapıdan, Orta Çağ'da çoğun azı izlediği panoptik iktidara, günümüzde ise özellikle gelişen teknolojinin ortaya koyduğu koşullar azın çoğu izlediği süperpanoptik iktidar mekanizmasının doğmasına sebep olmuştur.

Enformasyon toplumunda, değişim ve gelişimin hızına bağlı olarak iktidarın denetim alanı hayatın tüm aşamalarına müdahil olacak şekilde genişlemiştir. Bu durumu ortaya çıkaran etkenlerin başında gelişen iletişim teknolojisinin alt yapısına paralel gözetim ve teknolojinin iç içe geçmesi gelmektedir. Bu durum ve beraberinde yaşanan gelişmeler teknolojinin iktidarını hâkim kılmıştır.

Yeni medya çağında dolayimli etkileşimin artması ile kurulan bağlantılar insanların farkında olmadan gözetlendiği tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Özellikle sosyal medya uygulamaları aracılığıyla yapılan paylaşımlar kamusal ve özel alan arasındaki sınırın bulanıklaşmasına sebep olmuştur.

4 Ocak 2021 itibariyle Facebook koordinatörlüğü tarafından alınan kararla Türkiye'de WhatsApp kullanan milyonlarca kullanıcının uygulamayı kullanabilmeye devam edebilmesi için gizlilik sözleşmesini imzalama koşulu getirilmiştir. Bu durum kullanıcılarda gözetlenme ve mahremiyet kaygısı yaratmış, muadil uygulamalardan Telegram, Signal ve BİP'e dijital göçü beraberinde getirmiştir.

Süperpanoptik iktidar tartışmaları bağlamında WhatsApp Türkiye uygulaması örneği özelinde hazırlanan bu çalışmada araştırmaya dayanak sağlayacak gözetim ve iktidar, gözetimin göstergesi süperpanoptikon literatüre dayanarak oluşturulmuştur. Araştırmanın metodolojisinde ise çalışma kapsamında yapılan içerik analizinde elde edilen veriler tablolar ve şekiller aracılığıyla sunulmuştur.

### Gözetim ve İktidar

Gözetim, yeni bir kavram değildir. Geçmişten beri insanlar ne yaptıklarını izlemek amaçlı ötekine bakmışlardır. Ancak, modern dönemlerde hükümetlerin doğumları, evlilikleri kaydetmesi ve modern işletmelerin çalışmaları izlemeye başlamasından beri gözetim yaygınlaşmıştır. Gözetim sadece bürokrasi demek değildir, ondan öte bir kavramdır. Gözetim var olan sosyal düzene uygunluğumuzla ilişkili, sosyal denetimin bir aracıdır (Rigel vd., 2005:130).

Gözetim ve iktidar olgusu birbirine eklemlenmiş şekilde hayatın birçok alanında karşımıza çıkmaktadır. Ebeveynlerin çocuklarına, patronun işçisine, dini cemaatlerde gerçekleşen eylemlerde, hatta güvenlik kaygılarından dolayı birilerinin başkasını izlemesine kadar çok yönlü ele alınabilen bir kavramdır (Kalaman, 2019: 577). Bu yönüyle, bireylerin bir alan veya kurum içinde işgal ettiği konum, o bireyin sahip olduğu iktidarla yakından ilintili olduğunu söyleyebiliriz (Thompson, 2008: 36).

Orwell, iktidar mekanizmasının yapısından 1984 romanında şu şekilde bahsetmektedir; “matbaanın bulunması kamuoyunu yönlendirmeyi kolaylaştırdı, sinema ve radyo süreci daha da güçlendirdi. Televizyonun gelişmesiyle ve aynı aygıtın hem alıcı hem de verici olarak kullanılmasını olanaklı kılan teknolojik ilerlemeyle birlikte, özel yaşam ortadan kalktı. Bütün yurttaşlar ya da en azından izlenmeye değer bütün yurttaşlar, günün en az yirmi dört saati polis tarafından gözetlenmektedir” (Orwell, 2007: 22). Bu gözetleme pratikleri

distopik dünya görüşünü yansıtan ve insanları nesneleştiren sistemin varlığını ortaya koymaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken noktalardan birisi, iktidarın etkisinin günün koşullarından etkilenebileceğidir.

İktidar Çeşitleri	İktidar Biçimleri	Paradigmatik Kurumlar
Ekonomik İktidar	Maddi ve Finansal Kaynaklar	Ekonomik Kurumlar (Ticari Girişimler vb.)
Siyasi İktidar	Otorite	Siyasi Kurumlar (Devletler vb.)
Zorlayıcı İktidar	Fiziksel ve Zorlayıcı Güç	Zorlayıcı Kurumlar (Genellikle askeri, fakat yanı sıra polis)
Sembolik İktidar	Enformasyon ve İletişim Araçları	Kültürel Kurumlar (İnanç Merkezleri, Okul, Üniversite, Medya Endüstrileri vb.)

**Tablo 1.** İktidar Çeşitleri

**Kaynak:** Thompson, 2008: s.36

Yukarıda verilen tabloda görüldüğü üzere iktidar mekanizmaları farklı formlarda insanların yaşamlarına dâhil olmakla beraber gündelik hayatın pratiği haline geldiğini de söylemek mümkündür.

Ekonomik güç, küresel düzlemde kişileri/toplumları öne çıkarmaktadır. Siyasal iktidar, ulus devlet süreciyle etki alanını daha genişletmiş, zorlayıcı iktidar tarihin her döneminde meşrulaştırma aracı olarak kullanılmıştır. Sembolik iktidar tartışmaları da “dijimodern” çağ ile genişleyerek devam etmesinin yanında yeni tartışmalara zemin hazırlamıştır. Örneğin ekonomik iktidarını kaybeden kişi veya kurum gücünü kaybedebilmektedir. Siyasal iktidarın varlığı seçim kaybedinceye kadar olabileceği gibi sosyal medya uygulamalarında ‘kaldır’ seçeneğine tıklandığında da iktidarın etkisi zayıflayabilir.

Modernitenin getirdiği dönüşümler, küresel düzeye geleneksel döneme göre çok daha etkili olmuştur. Modern çağ ile beraber etkileşim hızı artmış, bağlantı biçimleri değişmiştir (Giddens, 2016: 12-14). İletişim teknolojilerinin ve internetin insan topluluklarının yaşamlarını değiştireceğini öne süren, iletişim kuramcısı McLuhan, değişen ve gelişen elektronik ve iletişim teknolojilerinin dünyayı küresel bir köy haline getireceğini savunmuştur. Yeni iletişim teknolojileri coğrafyayla sınırlı olmayan ağ temelli toplumsal ilişkilerin olanak sağladığı dolayimli etkileşiminin artmasına vesile olmuştur (Chandler ve Munday, 2018: 11). Dolayimli etkileşim ile değişen bağlantı biçimleri, bilgi dayanaklı merak duygusunu temellendiren yapıdan beğeni kültürünün etkisiyle ilgi ve övünmeyi öne çıkaran yeni sistemin itici güçleri olmuştur.

Bentham döneminde gözetim, mimari teknikler kullanılarak işçilerin denetlenmesi üzerinde durulan sistem, günümüzde yaşanan gelişmeler ile birlikte mimariden teknolojik aygıtlara doğru bir kayma yaşamıştır. Günümüzde yaşamlar birbirinden farklı teknolojiler ve gözetim teknikleri ile denetim altında tutulmaktadır (Bentham, 2011: s.112). Kullanmış olduğumuz en basit aygıtlardan, en gelişmiş aygıtlara, sosyal medya uygulamalarından,

alışveriş yapılan kredi kartlarına ve hatta yarışma programlarının formatı bile gözetim mekanizmasına göre düzenlenmiştir. Teknolojinin iktidarına günlük yaşantımızda sürekli olarak maruz kaldığımız bilinmektedir. Şehirlerde bulunan mobese kameralarından, herhangi bir kurumun güvenlik kameralarına hatta ve hatta asansörlerde bulunan kameralar dahi insanların sürekli gözetlendiği açık bir şekilde ortaya koyan en basit ve çarpıcı örneklerdir. Televizyon kanallarında yayınlanan/yayınlanmış olan çeşitli yarışma programları da gözetimin meşrulaştırılmasını kolaylaştırmıştır. Konuyla ilişkili olarak Türkiye’de yayın yapan Tv8 kanalında önceki yıllarda yayınlanmış olan ‘Ütopya ve Göz6’ programlarını ele alabiliriz. Her iki yarışma formatının içeriğinde yarışmacıların özel alanları ekranlara bir eğlence unsuru olarak sunulmakta ve iktidarın varlığı meşrulaştırılmaktadır.

Bir taraftan da iktidarın gücünün sembolü olan gözetimin eleştirisi bir aktarım aracı olan filmler aracılığıyla da sunulmuştur. Truman Show, Yaşamın Renkleri (Pleasantville) ve Modern Zamanlar (Modern Times) gibi kült yapımlarda da gözetlenen toplumdaki yapı yansıtılmıştır (Ritzer, 2016: 156).

Modern Zamanlar, Truman Show, Yaşamın Renkleri (Pleasantville) filminden yer verilen kesitlerde görüldüğü üzere, gözetimin yapısı günün koşullarına göre şekillenmiş ve teknolojiye uyumlu hâle getirilmiştir.

Günümüzde özellikle çeşitlenen iktidar tartışmaları beraberinde yeni kavramlar ortaya çıkarmaktadır. Siyasal ve ekonomik iktidarın göstergesi panoptikon enformasyon toplumundaki gelişmeleri açıklamada yetersiz kalmış, teknolojinin yadsınamaz etkisi süperpanoptikon kavramını öne çıkarmıştır.

### **Gözetimin Göstergesi Süperpanoptikon**

Panoptikon kavramının ağ toplumundaki şekli süperpanoptikon olarak karşımıza çıkmaktadır. Süperpanoptikon aynı zamanda Thomson’ın iktidar sınıflandırmasında yer alan sembolik iktidar anlayışıyla ilişkilendirilebilir. İkisi arasındaki benzerlik özellikle medya endüstrileri paradigmatik kurumları aracılığıyla karşımıza çıkmaktadır. Süperpanoptik iktidar; günümüzdeki yeni medya dolayimli iktidarın yansımasıdır. Herkesin birbirini izlediği ve takip ettiği gözetim toplumunun bir uzantısıdır. Yeni teknoloji aygıtları ve uygulamalar gönüllü olarak kullanıcıları bu iktidarın parçası yapmaktadır. Süperpanoptik sistem günümüzdeki ağ temelli yapının iktidarını meşrulaştırma aracıdır.

Mark Poster’in, panoptikon’un dijital alana taşınan bir versiyonu şeklinde ortaya attığı kavram olan ‘süperpanoptikon’; insan bedenlerinin, şebeke, veri tabanı, enformasyon koridoru gibi yöntemlerle sistemin içine sokulduğunu iddia etmektedir. Dijital alanda gerçekleştirilen günlük eylemler neticesinde bireyin bilgileri dijital alana depolanmakta ve böylece bedenlerimizden ziyade sanal varlığımız görünmez duvarlarla kontrol altına alınmaktadır (Bauman, 2016: 55). Kişisel veriler istenildiği zaman veri bankası aracılığıyla ortaya çıkarılıp deşifre edilebilmektedir. Buna verilebilecek en yakın örnek ise yakın bir zamanda hayatımıza çok hızlı bir şekilde dahil olan akıllı cihazlardır. Bugün, kollarımızda taşıdığımız akıllı saatler ile bir insanın tüm yaşamına ait enformasyon kaynağı oluşturulabilmektedir.

Küresel gözetim sistemi, kendi içerisinde güvenirliliği gizlilik seçenekleri ile sağlayarak iktidarını güçlendirmektedir. *Kişisel verilerimi kimler görebilir? veya hesap gizliliği alternatifleri* sunarak kısmen de olsa kullanıcıya özgürlük tanıyıp güvenini kazanmaktadır.

Günümüzde yeni medyanın getirdiği kişisel özelliklerinin etkisiyle insanlara bir taraftan bilinç, kendi yargısını özgürce belirleme, amaca yönelme ve özgür iradesini oluşturma veya yöneltme aşılama (Jouet, 1994: 71-90). Bir taraftan da dijimodern çağ

ile artan gözetim pratikleri insanların özgürlük alanını yok edecek kadar sınırlandırılmaktadır (Kalaman, 2019: 580). Yeni düzenin iki farklı yönü sistemin kendi içerisinde tutarsızlığını yansıtmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasını kapitalist sistemin ürettiği serbest zaman algısı ve bireylerin sosyalleşme arzusu tetiklemektedir.

Süperpanoptikon ile ilgili birçok örnek vermek mümkündür. Özellikle tüketim toplumunda alışveriş ritüelleri için doldurulan formlar aracılığıyla elektronik posta, telefon, adres vb. kişisel bilgiler kurumlar ile paylaşılmaktadır (Öztürk, 2013: 138). Aynı şekilde, sosyal medya uygulamaları, insanların hayatlarını kolaylaştırmakla birlikte onların sürekli olarak gözetim altında olmasına neden olmaktadır. Gözetim, kamera ve GPS takibi gibi izleme araçlarıyla yapılabildiği gibi, sosyal medyada kişilerin gönüllü olarak paylaştığı verilerin üçüncü kişilerce izlenmesi şeklinde de gerçekleşmektedir (Yücel, 2015: 393). Söz konusu teknoloji vasıtasıyla gerçekleştirilen gözetim “Tanrı’nın Gözü” gibi işlemektedir (Lyon, 2013: 22). Sosyalleşme arzusu ve gösterişçi tüketim pratiklerin etkisiyle her şeyin sosyal medya uygulamalarında paylaşılması “gözün iktidarının” kapsam ve bağlamını genişletmektedir.

Ağ toplumu ile değişen alışkanlıklar günlük hayatta kullanılan kavramlara farklı anlamlar yükleyebilmektedir. Örneğin; “*bana arkadaşını söyle sana kim olduğunu söyleyeyim*” atasözü ağ toplumunda “*bana takipçi sayını söyle sana ne kadar görünür olduğunu söyleyeyim*” şeklinde gibi farklı formlarda kullanılmaktadır. Bu örnekte görüldüğü üzere, gözetim çağında tanınırlığın takipçi sayısı gibi veriler ile eş değer tutulduğunu söyleyebiliriz.

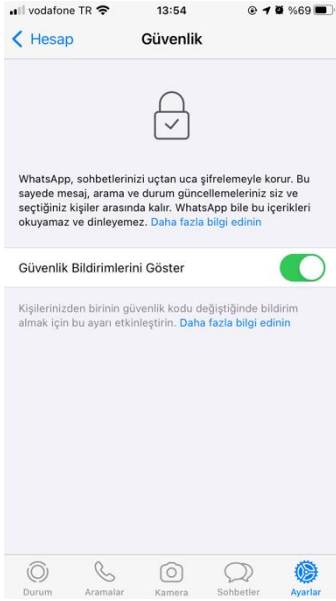
Küresel gözetimi hayatın her alanına dâhil edebilmek adına tüketiciler tarafından yoğun çaba sarf edilmektedir. Özellikle sosyal medya uygulamaları aracılığıyla görünür olmak adına takipçi satın alınmakta, mekânsal kodlar paylaşılmakta, en önemli anılar hikâye olarak öne çıkarılıp arşivlenmektedir.

Bu açıdan bakıldığında küresel gözetim, alımlayıcıların dünyanın başka bölgelerinde konumlanmış bireyleri görmelerini ve onları karşılıksız (kendileri görülmeksizin) izlemelerini sağlamaktadır. (Thompson, 2008: 255). Ağ toplumunda yaşanan tüm bu gelişmelere paralel olarak, Zuckerberg’in “artık mahremiyet mi kaldı!” sözleri kamusal ve özel alan ayırımının muğlaklaştığını destekler niteliktedir (Yanık, 2017: 792). “*İki kişinin bildiği sır değildir*” atasözünde olduğu gibi başkasının gözlemediği alanda mahrem olma özelliğini kaybetmiştir.

Öte yandan, günümüzde sembolik iktidar araçları tarafından dijital alanın büyük bir kısmının gözetlenme kaygısı “dijital sömürgecilik” tartışmalarını da beraberinde getirmiştir (<https://www.aa.com.tr/tr//cagin-yeni-tehdidi-dijitalsomurgecilik-oldu/>).

Siber uzamda genellikle bilinçsizce bırakılan her türlü bilgi ve veri iletişim teknolojileriyle açığa çıkmakta, yeni bir gözetleme ve mahremiyet sorunsalı gündeme gelmektedir (Çaycı ve Çaycı, 2016: 167).

Konuyla ilişkili en güncel örnek, WhatsApp Türkiye uygulamasının 4 Ocak 2021 tarihli gizlilik sözleşmesi kararıdır. Bu karar ile oluşan gözetlenme kaygısı mahremiyetin deşifre edileceği endişesiyle kullanıcılar özelinde “Boomerang Etkisi’ne” yol açmıştır. Bu süreçte uygulamanın kullanıcılarda sürekli takip edilip, bilgilerin bir yerlerde kopyalanıyor algısı oluşturması kaygısını doğurmuştur. Bunun bir de sözleşme haline dökülmesi yani bilgilerin kullanılmasının yasallaştırılması kullanıcıları pasif bir endişe havasından çıkararak eyleme geçmeye yöneltmiştir.



#### WhatsApp, koşullarını ve gizlilik ilkesini güncelliyor.

**Önemli güncellemeler** şu konularda daha fazla bilgi içerir:

- WhatsApp hizmeti ve verilerinizi nasıl işlediğimizi.
- İşletmelerin, WhatsApp sohbetlerini saklamak ve yönetmek için Facebook tarafından barındırılan hizmetleri nasıl kullandığı.
- Facebook Şirketi Ürünleri'nde entegrasyonlar sunmak için Facebook ile nasıl çalıştığımız.

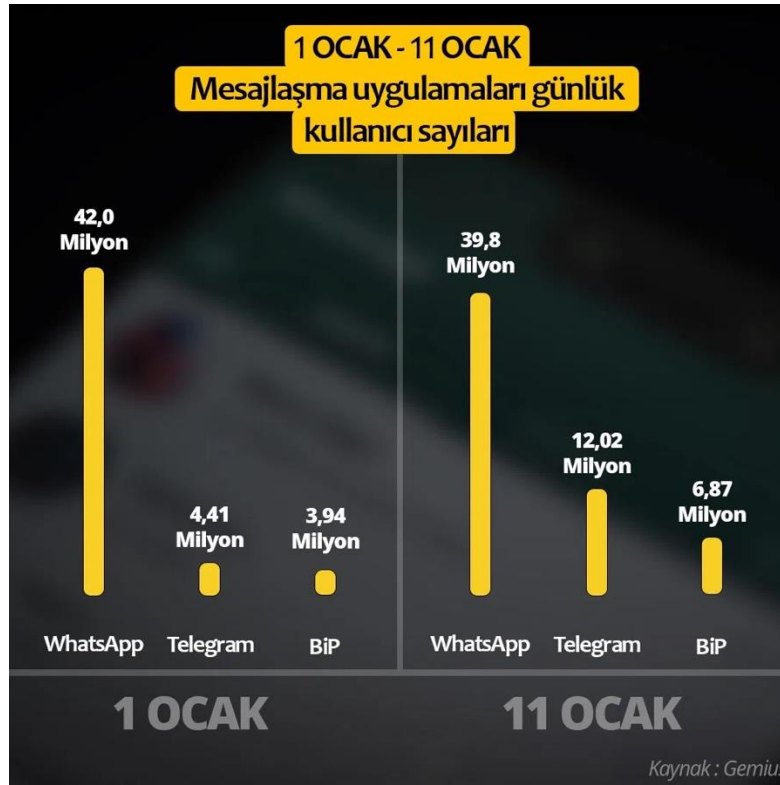
Kabul Et'e dokunarak, 8 Şubat 2021'de yürürlüğe girecek yeni koşulları ve gizlilik ilkesini kabul etmiş olursunuz. Bu tarihten sonra, WhatsApp'ı kullanmaya devam etmek için bu güncellemeleri kabul etmeniz gerekecektir. Hesabınızı silmeyi tercih ediyorsanız ve daha fazla bilgi almak istiyorsanız Yardım Merkezi'ni de ziyaret edebilirsiniz.

Kabul Et

**Görsel 1.** WhatsApp Gizlilik Ayarları

WhatsApp kullanıcıları mahremiyetlerinin deşifre edilmesini istemedikleri için sunulan sözleşmeyi kabul etmeyerek alternatif uygulamalara yönelmiştir. Bu sebeple 4 Ocak tarihinden sonra 'Play Store, App Store ve App Gallery' isimli mobil uygulama indirme platformlarında WhatsApp'ın indirme ve kullanıcı oranları düşüşe geçmiştir. WhatsApp, 11 günlük süreçte yaşanan bu kriz sebebiyle sözleşmenin uygulama tarihini 8 Şubat 2021 tarihinden 15 Mayıs 2021'e ertelediğini açıklamıştır. Yaşanan tüm bu gelişmeler şirketin kriz yönelimli reaktif stratejiler geliştirmesine sebep olmuştur. Bu çalışmaların en başında WhatsApp süreç ile ilgili bir basın açıklaması sunarak "kişisel görüşmelerin ve bilgilerin her zaman uçtan uca şifreleme ile korunduğu vurgulanarak ne WhatsApp ne de Facebook'un özel mesajları göremediğini, söz konusu güncellemeyle bunun değişmeyeceğine, güncellenmenin verilerin nasıl toplandığı ve kullanıldığı konusunda daha fazla şeffaflık sağladığını" belirtmiştir. Ardından başta WhatsApp uygulaması olmak üzere, sosyal medya hesapları ve web sitesinden bu süreçte gizliliğin korunması ile ilgili çeşitli paylaşımlarda bulunmuştur. Yapılan bu paylaşımlar WhatsApp Türkiye uygulamasının hikâye özelliği kısmında yer almış ve kullanıcılar ile paylaşılmıştır.

WhatsApp gizlilik kararı sürecindeki gözetlenme kaygısı ile oluşan olumsuz algı, alternatif elektronik mekanların (BİP ve Telegram) kullanıcılar tarafından tercih edilmesini beraberinde getirmiştir. Ayrıca bu durumun ortaya çıkardığı sanal hareketlilik WhatsApp kullanıcı sayısında gözle görülür bir oranda düşüş yaşanması ile sonuçlanmıştır. İnternet kullanıcılarının davranışlarını ölçen Gemius'un araştırmasına göre WhatsApp, bu dönemde ciddi anlamda kullanıcı kaybetmiştir. Başta Telegram olmak üzere Bip ve Signal gibi muadil uygulamalarda durumun tam tersine bu fırsattan yararlanarak kullanıcı sayısını arttırmıştır.



**Görsel 2.** WhatsApp Gizlilik Politikası Sonrasında Değişen Kullanıcı Sayıları

**Kaynak:** [www.teknoskop.net](http://www.teknoskop.net)

Sonuç olarak; WhatsApp konuyla ilgili açıklamalarda bulunarak her ne kadar “Facebook’un WhatsApp mesajlarına erişimi olmadığını” söylese de geç kalınmış bu açıklamalar, birçok WhatsApp kullanıcısının uygulamayı terk etmesinin, kullanıcı güvenini sarsmasını, verilerinin çalınmasından doğan tedirginliğin ve başka uygulamalara yönelmesinin önüne geçememiştir. Bu nedenle kullanıcılar alternatif uygulamalara yönelmiştir.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmanın amacı doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi, iletişimin içeriğinin, genellikle önceden belirlenmiş kategoriler çerçevesinde sistematik olarak gerçekleştirmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir. (Geray, 2017: 145)

Veriler, yazarlar tarafından uygulamaların yer aldığı App Store ve Google Play Store mağazalarında kullanıcıların 4-15 Ocak tarihleri arasında yapmış oldukları 40.694 yorum sayılarak elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak veri setinde sıklıkla tekrarlanan veya katılımcıların yoğun vurgu yaptığı olay ve olgulardan kodlar çıkartılarak, kategoriler oluşturulmuştur. Oluşturulan kategoriler doğrultusunda veriler değerlendirilmiştir.

### **Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın amacı, 4-15 Ocak 2021 tarihleri arasında WhatsApp Türkiye’nin gizlilik sözleşmesi kararı sonrasında kullanıcı yorum ve hareketlerinin ne yönde olduğunu tespit etmektir. Çalışma, söz konusu uygulamaların kullanıcı yorumlarına odaklanmaktadır.

## Araştırmanın Örneklemi

Araştırmada WhatsApp Türkiye'nin 4-15 Ocak 2021 tarihleri arasında App Store, Google Play ve Huawei Store uygulama mağazalarında uygulamayı kullanan mevcut ve potansiyel kullanıcıların yorumları ile sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda belirtilen süre zarfı içinde konu dahilinde olan WhatsApp, en çok kullanıcı ve indirme sayısına sahip uygulama olan Telegram ele alınmıştır. Çalışmada 4-15 Ocak 2021 tarihleri arasında yer alan tüm yorumlar araştırmaya dahil edilmiştir. Verilerin analizi ve değerlendirilmesi sırasında kullanıcıların yoğun vurgu yaptığı olay ve olgulardan kodlar çıkartılarak, kategoriler oluşturulmuştur.

## Araştırma Bulgu ve Yorumları

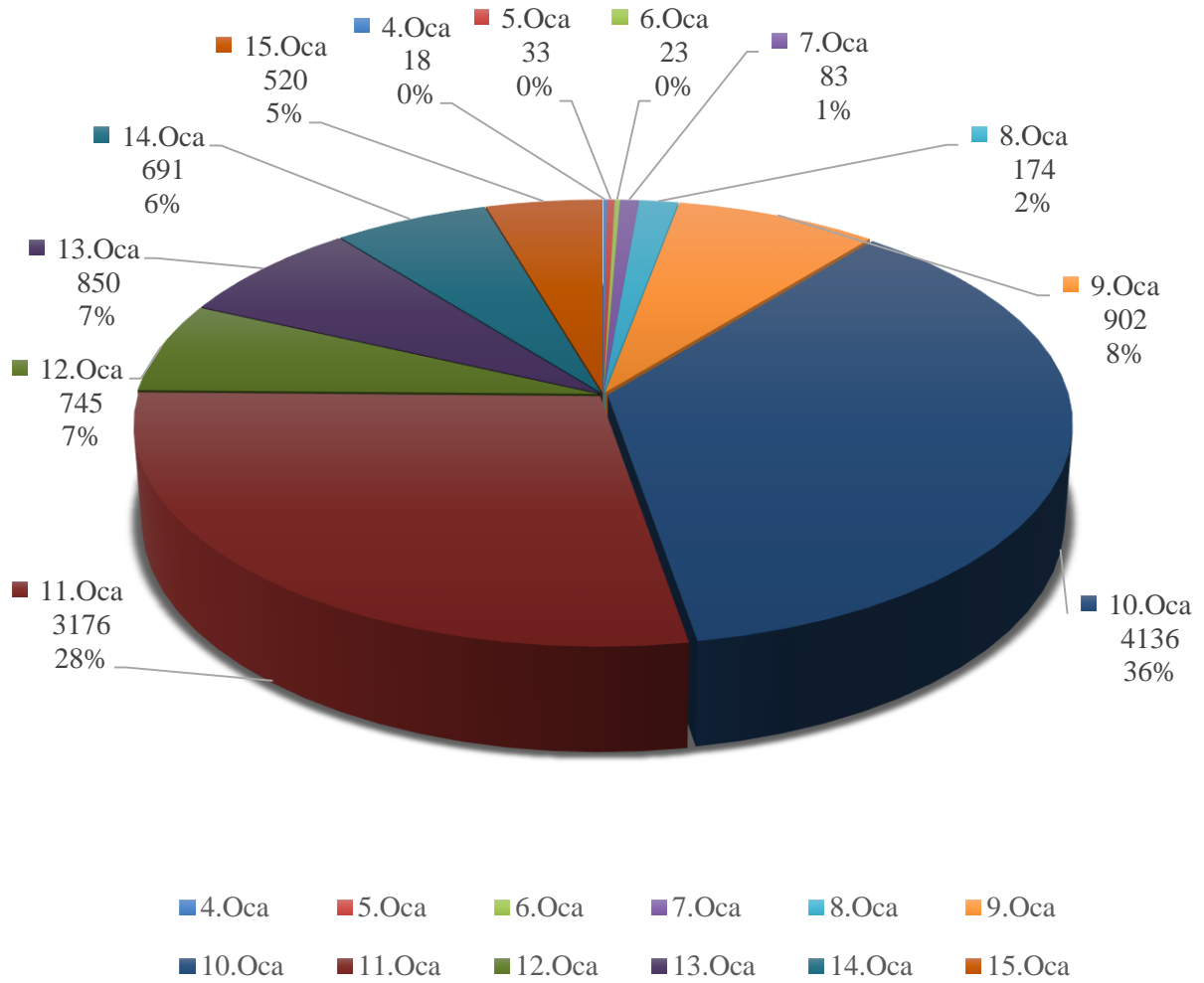
4 Ocak 2021 tarihinde WhatsApp'ın almış olduğu gizlilik sözleşmesi kararı sonrası Google Play Store, App Store ve Huawei App Gallery isimli platformlarda Telegram ve WhatsApp uygulamasının kullanıcı yorumları incelenmiş ve yorum skalası tablosunda kategorilere ayrılmıştır. Bu kategoriler; beğeni, öneri, istek, WhatsApp güncellemesi, soru, emoji, şikâyet, mizah, uyarı ve diğer şeklinde sınıflandırılmıştır. Ardından yorumların her biri için bir de kullanıcı yorumu seçilerek kelime bulutu oluşturulmuştur.



**Görsel 3:** Uygulama Mağazalarında Yer Alan Kullanıcı Yorumları Bulutu



Telegram isimli uygulamaya 4-15 Ocak tarihleri arası yapılan yorumların günlere göre dağılımına bakıldığında; yorum sayısının en fazla 10 Ocak tarihine ait olduğu görülmektedir. Sonrasında ise en fazla yorumun 11 Ocak tarihinde yapıldığı görülmektedir. Yorumların günlere göre dağılımında bir çan eğrisinin olduğu da dikkat çekici diğer bir noktadır. Diğer bir ifadeyle 4 Ocak'tan 10 Ocak'a kadar kademe kademe artan yorum sayısı 10 Ocak'ta en üst seviyeye ulaşmış, ardından ise 10 Ocak tarihinden 15 Ocak tarihine kadar kademe kademe azalmıştır.



**Grafik 1:** Google Play Store Telegram Yorum Oranlarının Günlere Göre Dağılımı

WhatsApp uygulamasının 4 Ocak 2021 tarihinde aldığı gizlilik sözleşmesi kararı sonrası yönelimin en fazla olduğu uygulamalardan biri Telegram olmuştur. Kriz sürecinde Telegram uygulamasının Google Play Store isimli platformdaki yorumları incelendiğinde; içeriğinin ağırlıklı olarak beğeni üzerine olduğu, diğer bir ifadeyle kullanıcı yorumlarının üçte

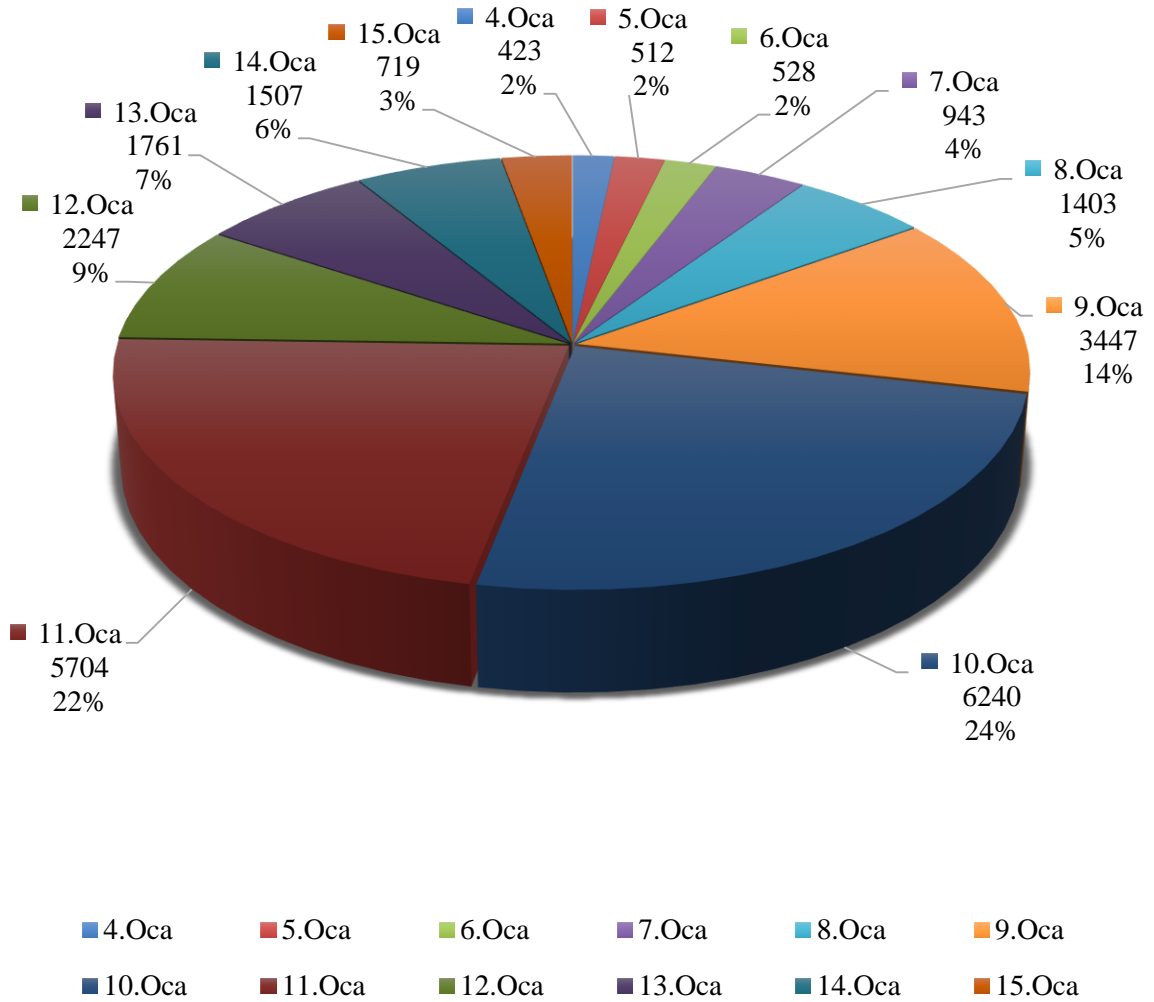
birinin beğeni ifade etme amaçlı yapıldığı görülmüştür. Kullanıcıların onda biri yorumlarda uygulama ile ilgili şikâyetlerini dile getirirken; üçüncü olarak en fazla öneri amaçlı yorum yapılmıştır. Kullanıcıların onda birinden fazlası ise uygulama ile ilgili önerilerde bulunan yorumlamalarda bulunmuştur. WhatsApp'ın güncellemesi ile ilgili yorumlara ise kullanıcıların 7 Ocak tarihinden itibaren başladığı tespit edilmiştir. Elde edilen verilerden yola çıkarak kullanıcıların genellikle Telegram'dan memnun kaldığı görülmekle beraber önemli bir kısmında bu uygulama ile ilgili şikâyetlerini dile getirmişlerdir. Bu durumun yanı sıra, öneri ve istek amaçlı yorumlar ise kullanıcıların uygulamadan beklentilerinin boyutunu ortaya koymaktadır.

Günler	N	Beğeni		Öneri		İstek		WhatsApp Güncelleme		Soru		Emoji		Şikâyet		Mizah		Uyarı		Diğer	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
4.Oca	18	11	61,1	1	5,6															6	33,3
5.Oca	33	12	36,4	2	6,1	2	6,1			7	21,2	2	6,1	4	12,1					4	12,1
6.Oca	23	12	52,2	2	8,7	2	8,7			1	4,3			1	4,3					5	21,7
7.Oca	83	27	32,5	9	10,8			26	31,3	4	4,8	1	1,2	5	6,0					11	13,3
8.Oca	174	46	26,4	14	8,0	19	10,9	71	40,8	5	2,9	3	1,7	9	5,2					7	4,0
9.Oca	902	272	30,2	128	14,2	89	9,9	216	23,9	36	4,0	17	1,9	68	7,5	15	1,7	14	1,6	47	5,2
10.Oca	4136	1507	36,4	602	14,6	372	9,0	506	12,2	149	3,6	89	2,2	489	11,8	41	1,0	73	1,8	308	7,4
11.Oca	3177	1063	33,5	441	13,9	267	8,4	362	11,4	106	3,3	73	2,3	397	12,5	119	3,7	106	3,3	243	7,6
12.Oca	745	219	29,4	63	8,5	57	7,7	37	5,0	26	3,5	73	9,8	152	20,4	27	3,6	57	7,7	34	4,6
13.Oca	850	257	30,2	71	8,4	63	7,4	43	5,1	37	4,4	47	5,5	173	20,4	38	4,5	72	8,5	49	5,8
14.Oca	691	203	29,4	52	7,5	49	7,1	27	3,9	18	2,6	97	14,0	128	18,5	22	3,2	43	6,2	52	7,5
15.Oca	520	189	36,3	41	7,9	38	7,3	54	10,4	12	2,3	23	4,4	97	18,7	15	2,9	31	6,0	20	3,8
<b>Toplam</b>	<b>11352</b>	<b>3818</b>	<b>33,6</b>	<b>1426</b>	<b>12,6</b>	<b>958</b>	<b>8,4</b>	<b>1342</b>	<b>11,8</b>	<b>401</b>	<b>3,5</b>	<b>425</b>	<b>3,7</b>	<b>1523</b>	<b>13,4</b>	<b>277</b>	<b>2,4</b>	<b>396</b>	<b>3,5</b>	<b>786</b>	<b>6,9</b>

**Tablo 2:** Google Play Store Telegram Uygulaması Yorum Skalası

WhatsApp'ın aldığı gizlilik sözleşmesi kararı sonrasında Google Play Store isimli platformda yapılan yorumlar incelenmiştir. Sözleşme kararının duyurulduğu 4 Ocak tarihinde yorum sayısı oldukça az iken bu sayı 9 Ocak tarihinde dikkat çekici bir şekilde artmıştır. Bir

tarafından da 10 Ocak tarihinde en üst seviyeye ulaşan yorum sayısı 15 Ocak tarihine kadar çan eğrisi şeklinde düşüşe geçmiştir.



**Grafik 2:** Google Play Store WhatsappYorum Oranlarının Günlere Göre Dağılımı

Google Play Store'daki WhatsApp uygulamasının yorumların kategorilere göre dağılımına bakıldığında ise en fazla WhatsApp'ın sunmuş olduğu gizlilik sözleşmesi ile ilgili olduğu görülmektedir. Uygulama hakkında yorum yapanların neredeyse dörtte biri yeni güncelleme hakkındaki görüşlerini belirtirken, beşte biri ise de uygulama hakkındaki şikâyetlerini dile getirmiştir. Yapılan yorumların geri kalan kısmında ise kullanıcıların çoğu istek ve önerilerini dile getirmiştir.

WhatsApp'ın almış olduğu gizlilik kararı sonrası indirilme oranı açısından düşüş yaşanmasının yanında yapılan yorumlarda da uygulamaya karşı olumsuz görüşlerin günden güne arttığı tespit edilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda 4 Ocak tarihinden 8 Ocak tarihine kadar beğeni amaçlı yapılan yorumların oranı şikâyet amaçlı yapılan yorumların

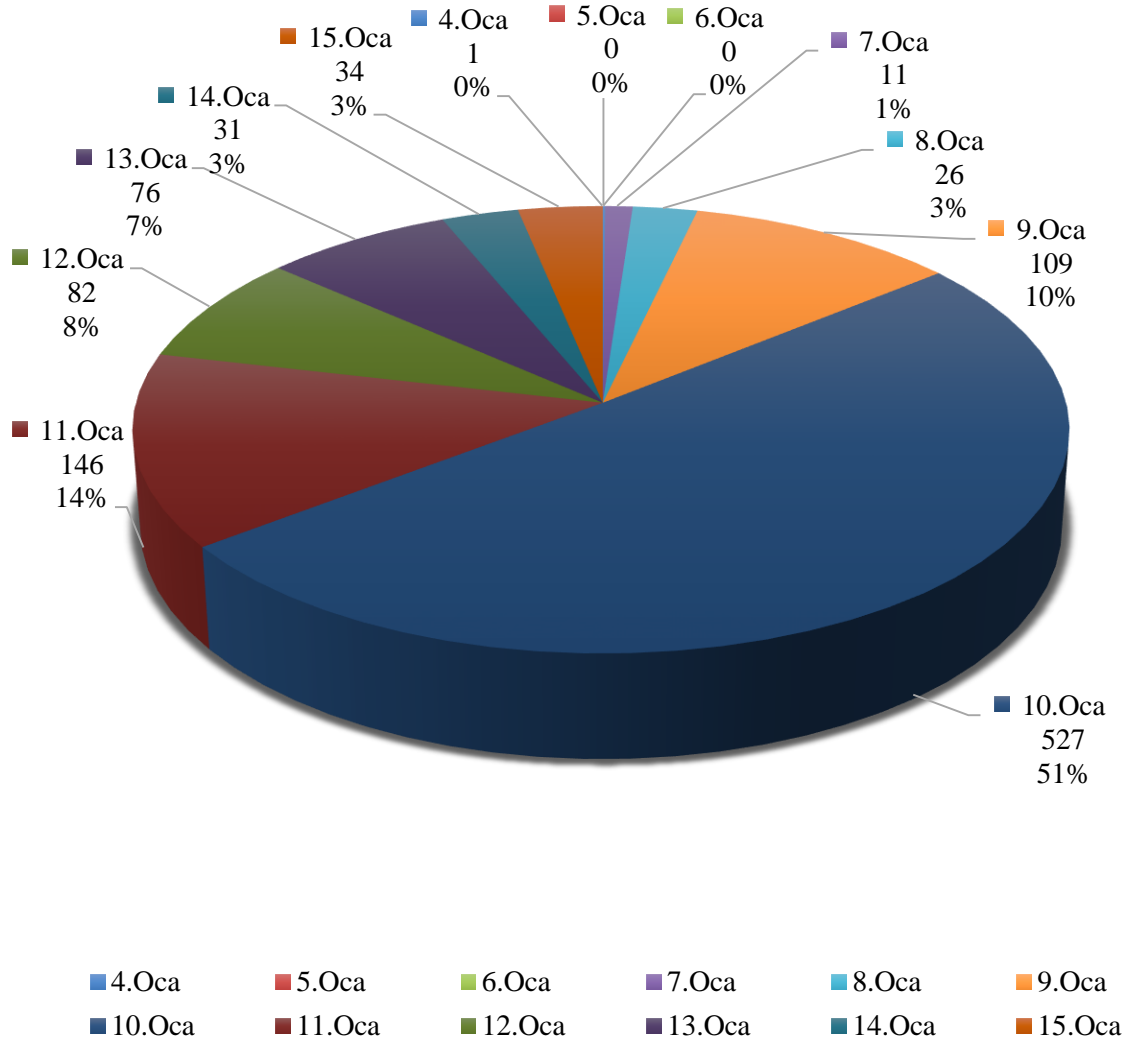
oranından fazla iken; bu tarihten sonra durum tam tersine dönmüştür. Buradan hareketle gizlilik kararının kullanıcılar nezdinde Whatsapp üzerindeki olumsuz etkisi ortaya konulmuştur.

Günler	N	Beğeni		Öneri		İstek		Whatsapp Güncelleme		Soru		Emoji		Şikâyet		Mizah		Uyarı		Diğer	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
4.Oca	423	69	16,3	22	5,2	61	14,4			48	11,3	56	13,2	43	10,2	26	6,1			98	23,2
5.Oca	512	94	18,4	47	9,2	53	10,4			67	13,1	62	12,1	68	13,3	45	8,8	3	0,0	73	14,3
6.Oca	528	108	20,5	51	9,7	68	12,9	19	3,6	43	8,1	54	10,2	53	10,0	39	7,4	1	0,6	92	17,4
7.Oca	943	186	19,7	79	8,4	82	8,7	97	10,3	93	9,9	73	7,7	129	13,7	55	5,8	67	0,2	82	8,7
8.Oca	1403	105	7,5	112	8,0	165	11,8	326	23,2	107	7,6	56	4,0	239	17,0	98	7,0	143	7,1	52	3,7
9.Oca	3447	109	3,2	398	11,5	359	10,4	767	22,3	321	9,3	103	3,0	756	21,9	186	5,4	379	10,2	69	2,0
10.Oca	6240	112	1,8	576	9,2	627	10,0	1543	24,7	563	9,0	189	3,0	963	15,4	175	2,8	1294	11,0	198	3,2
11.Oca	5704	96	1,7	436	7,6	793	13,9	1341	23,5	601	10,5	132	2,3	861	15,1	206	3,6	869	20,7	369	6,5
12.Oca	2247	47	2,1	263	11,7	421	18,7	536	23,9	258	11,5	47	2,1	349	15,5	63	2,8	200	15,2	63	2,8
13.Oca	1761	23	1,3	321	18,2	329	18,7	602	34,2	123	7,0	71	4,0	142	8,1	27	1,5	87	8,9	36	2,0
14.Oca	1507	47	3,1	247	16,4	179	11,9	567	37,6	149	9,9	43	2,9	169	11,2	34	2,3	45	4,9	27	1,8
15.Oca	719	80	11,1	37	5,1	35	4,9	171	23,8	17	2,4	17	2,4	255	35,5	31	4,3	38	3,0	38	5,3
<b>Toplam</b>	25434	1076	4,2	2589	10,2	3172	12,5	5969	23,5	2390	9,4	903	3,6	4027	15,8	985	3,9	3126	5,3	1197	4,7

**Tablo 3:** Google Play Store WhatsApp Uygulaması Yorum Skalası

Telegram'a App Store isimli platformda yorum yapan kişilerin günlere göre yorum oranlarına bakıldığında; Google Play Store'da olduğu gibi 10 Ocak tarihindeki yorumların

oldukça fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu tarihe kadar artışta olan yorumlar bu tarihten sonra da azalmaya başlamıştır.



**Grafik 3:** App Store Telegram Yorum Oranlarının Günlere Göre Dağılımı

Telegram uygulamasının App Store platformundaki yorumları incelendiğinde; Google Play Store’da olduğu gibi 10 Ocak tarihine kadar yaşanan yükselişin bu tarihten sonra düşüşe geçtiği görülmektedir. Uygulamaya bu platformda yapılan yorumların oranlarına bakıldığında ise, üçte birinden fazlasının şikâyetlerini belirttiği tespit edilmiştir. Yine yaklaşık üçte biri istek belirten yorumlarda bulunurken; beşte biri ise bu uygulama ile ilgili beğenilerini dile getirmiştir.

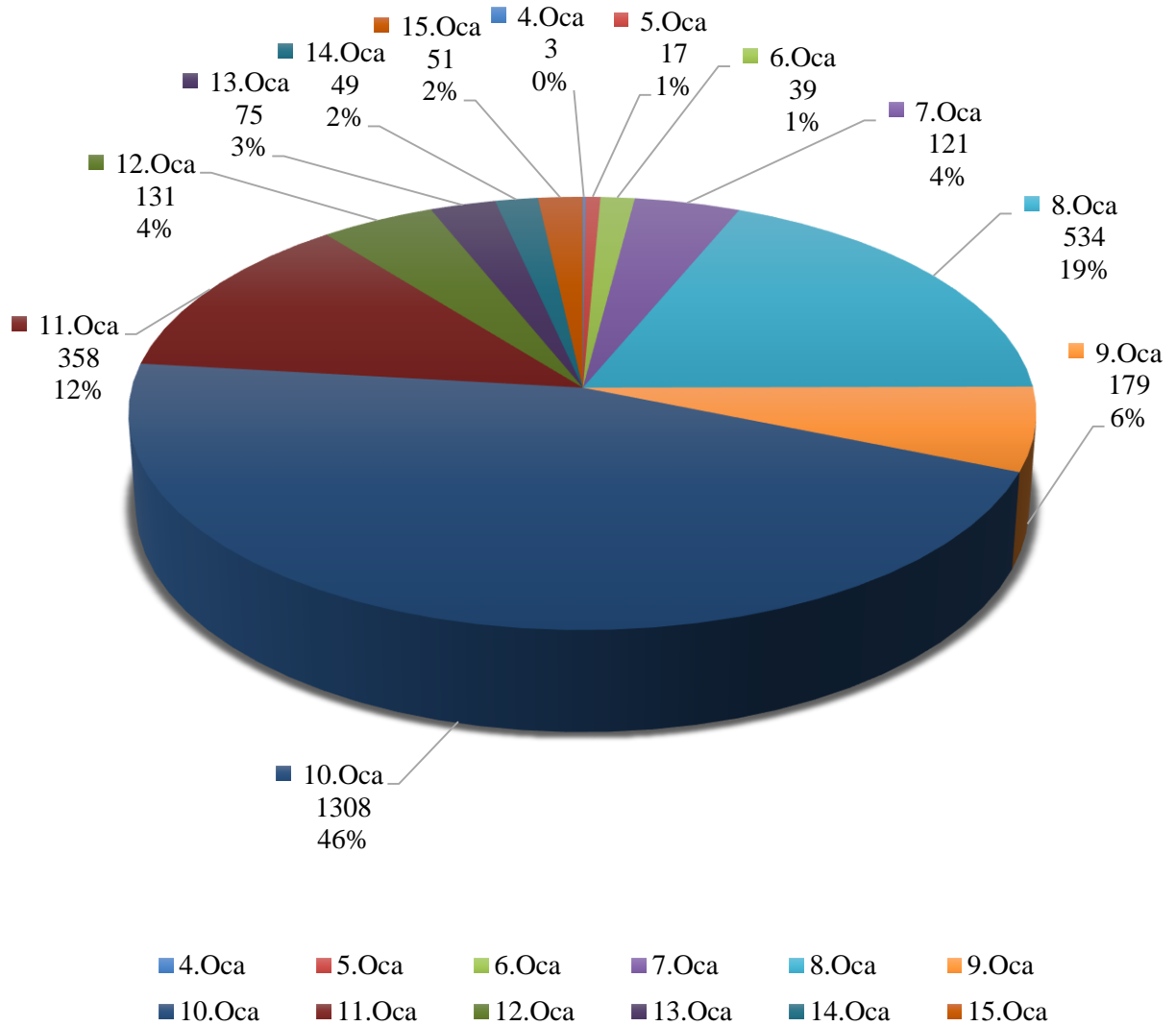
Yapılan yorumlardan da anlaşılacağı üzere; App Store’dan bu uygulamayı indiren ya da indirmeyi düşünen kullanıcıların uygulamadan memnun kalmadığı görülmüştür. Uygulama ile ilgili iyileştirilmelerin yapılması adına bazı isteklerde bulunan kullanıcılar olduğu gibi uygulamayı beğenmiş olan kullanıcıların olduğunu da gözden kaçırmamak gerekmektedir.

Google Play Store platformundaki kullanıcıların Telegram yorumları ile App Store'daki yorumlar kıyaslandığında; Google Play Store kullanıcılarının bu uygulamadan, App Store kullanıcılarına göre daha fazla memnun kaldığını diğer bir ifadeyle beğendiğini söylemek mümkündür.

Günler	N	Beğeni		Öneri		İstek		WhatsApp Güncelleme		Soru		Emoji		Şikâyet		Mizah		Uyarı		Diğer	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
4.Oca	1													1	100						
5.Oca	0																				
6.Oca	0																				
7.Oca	11	2	18,2	3	27,3	1	9,1	3	27,3	1	9,1			1	9,1						
8.Oca	26	6	23,1	4	15,4	4	15,4	4	15,4	1	3,8			6	23,1					1	3,8
9.Oca	109	31	28,4	4	3,7	31	28,4	8	7,3	3	2,8	1	0,9	20	18,3	3	2,8			8	7,3
10.Oca	527	111	21,1	6	1,1	133	25,2	9	1,7	15	2,8	1	0,2	233	44,2	5	0,9	5	0,9	9	1,7
11.Oca	146	39	26,7			43	29,5			4	2,7	4	2,7	43	29,5	3	2,1	5	3,4	5	3,4
12.Oca	82	19	23,2	2	2,4	35	42,7	2	2,4					23	28,0			1	1,2		
13.Oca	76	15	19,7			41	53,9	2	2,6	3	3,9			12	15,8			2	2,6	1	1,3
14.Oca	31	3	9,7			13	41,9	1	3,2	1	3,2			12	38,7					1	3,2
15.Oca	34					22	64,7			2	5,9			9	26,5					1	2,9
<b>Toplam</b>	1043	226	21,7	19	1,8	323	31,0	29	2,8	30	2,9	6	0,6	360	34,5	11	1,1	13	1,2	26	2,5

**Tablo 4:** App Store Telegram Uygulaması Yorum Skalası

App Store Platformunu kullanan kişilerin WhatsApp hakkındaki yorumlarına bakıldığında; sözleşmenin sunulduğu 4 Ocak tarihinde oldukça az olduğu görülmektedir. Bu tarihten sonra yorumlar kademeli şekilde artmış, 8 Ocak tarihinde aniden artan yorum sayısı 9 Ocak tarihinde azalmış, 10 Ocak tarihinde de en üst seviyeye ulaşmıştır. Bu tarihten sonra ise yorum sayısı 15 Ocak tarihine kadar kademe kademe azalmıştır.



**Grafik 4:** App Store Whatsapp Yorum Oranlarının Günlere Göre Dağılımı

App Store'daki WhatsApp kullanıcılarının yorumlarına bakıldığında; yorumların yarısından fazlasının WhatsApp Güncellemesi ile ilgili olduğu görülmektedir. Ardından ise en fazla yapılan yorumun oranı onda birlik kısmı oluşturan şikâyet içerikli yorumlar olmuştur. Diğer tablolarda olduğu gibi bu tabloda da göze çarpan diğer kısım ise 10 Ocak tarihinden itibaren yorum sayısının artmış olmasıdır.

Diğer göze çarpan bir nokta ise en fazla yorum oranına sahip olan WhatsApp Güncellemesi ile ilgili yorumların 7 Ocak tarihinde başlamış olmasıdır. Bu veriden yola çıkarak App Store kullanıcılarının gizlilik sözleşmesinden bu tarihte haberdar olduğu sonucuna varılabilmektedir.

Günler	N	Beğeni		Öneri		İstek		WhatsApp Güncelleme		Soru		Emoji		Şikâyet		Mizah		Uyarı		Diğer	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
4.Oca	3					1	33,3							2	66,7						
5.Oca	17					5	29,4			3	17,6			9	52,9						
6.Oca	39	2	5,1			12	30,8			3	7,7			21	53,8			1	2,6		
7.Oca	121					14	11,6	66	54,5	6	5,0			31	25,6	2	1,7	0	0,0	2	1,7
8.Oca	534	5	0,9			13	2,4	420	78,7	7	1,3	4	0,7	26	4,9	1	0,2	1	0,2	57	10,7
9.Oca	179					20	11,2	113	63,1	2	1,1	5	2,8	13	7,3	1	0,6	2	1,1	23	12,8
10.Oca	1308	2	0,2	3	0,2	20	1,5	799	61,1	23	1,8	14	1,1	62	4,7	4	0,3	21	1,6	360	27,5
11.Oca	358			2	0,6	10	2,8	78	21,8	2	0,6	6	1,7	24	6,7	1	0,3	13	3,6	222	62,0
12.Oca	131	4	3,1	1	0,8	5	3,8	43	32,8	5	3,8	1	0,8	26	19,8	1	0,8	11	8,4	34	26,0
13.Oca	75					2	2,7	21	28,0	2	2,7			19	25,3			7	9,3	24	32,0
14.Oca	49	1	2,0			4	8,2	13	26,5	1	2,0	2	4,1	24	49,0			4	8,2		
15.Oca	51	9	17,6			3	5,9	13	25,5	3	5,9			10	19,6	1	2,0	3	5,9	9	17,6
<b>Toplam</b>	<b>2865</b>	<b>23</b>	<b>0,8</b>	<b>6</b>	<b>0,2</b>	<b>109</b>	<b>3,8</b>	<b>1566</b>	<b>54,7</b>	<b>57</b>	<b>2,0</b>	<b>32</b>	<b>1,1</b>	<b>267</b>	<b>9,3</b>	<b>11</b>	<b>0,4</b>	<b>63</b>	<b>2,2</b>	<b>731</b>	<b>25,5</b>

**Tablo 5:** App Store Whatsapp Uygulaması Yorum Skalası

Bu araştırma kapsamında ele alınan bir diğer uygulama mağazası Huawei App Gallery'dir. Telegram ve WhatsApp ile ilgili Huawei App Gallery'de yapılan incelemeler sonucunda bu mağaza da başta WhatsApp uygulamasının yer almaması ve Telegram ile ilgili yapılan yorumlar iki uygulamayı karşılaştırmak için yeterli veriyi sağlamamaktadır. Bu nedenle araştırmaya nitelik kazandırmayacağı düşünülmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlık tarihi yaşam pratiklerine göre kültürel isimlerle adlandırılmıştır. İlk çağlarda ekip biçme pratikleri tarım toplumu ve nihayetinde yerleşik düzenin hâkim olduğu kültürü ortaya çıkarmıştır. Sanayi devriminde kas gücünden seri üretime geçen yapı, tüketim kültürüne hizmet etmiştir. İçinde bulunduğumuz modern çağın sanayi devrimi endüstri 4.0 çağında, özellikle yeni medyanın hızlı dolaşımı ile oluşan düzen bir gözetlenme kültürü pratiği yaratmıştır.

Teknoloji kültürü beraberinde iktidar ve gözetleme eksenli birbirine eklenmiş birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Bu tartışmalardan bazıları; etik, mahremiyet ve dijital gözetim olarak öne çıkmaktadır.

Süperpanoptik iktidar sürecine odaklanan bu çalışmada, WhatsApp Türkiye uygulamasının 4 Ocak 2021 tarihinde aldığı gizlilik sözleşmesi kararı ile ilgili kullanıcı yorumları üzerinde durulmuştur.



Bu platformlardaki yorumlar insanların muadil uygulamalara yönelmelerinde oldukça etkili olmuştur. Çünkü, sosyal referans insanların yaşam pratiklerinde devreye girmekte ve yönlendirici olmaktadır. Yapılan yorumlar ve etkileşim sayesinde bireyler uygulama hakkındaki olumlu özellikleri ve avantajları görebildiği gibi olumsuz eleştirileri de görebilmekte ve dikkate alarak davranış değişikliğine gidebilmektedirler.

Bu doğrultuda; WhatsApp ve Telegram ile ilgili bu platformdaki yorumlar oldukça önem arz etmektedir. WhatsApp'ın almış olduğu gizlilik sözleşmesi kararı ile birlikte yaşadığı düşüş alternatif seçeneklere yönelimi sağlamıştır. Telegram ise bu durumda avantajlı olan uygulama olmuştur. "Telegram'ın reklamı yapılırsa bu kadar başarılı olmazdı." şeklindeki yorumlar ortaya çıkan durumu özetlemektedir.

Gizlilik sözleşmesinin kamuoyuyla paylaşıldığı 4 Ocak ve bu sözleşmesinin ertelendiğinin belirtildiği 15 Ocak tarihleri arasındaki yorumlardan elde edilen veriler doğrultusunda; WhatsApp kullanıcı sayısında düşüş olmakla beraber Telegram için yükseliş eğilimi yaşandığı açık bir şekilde görülmektedir. WhatsApp'ın 11 günlük süreç içerisinde yaşamış olduğu kayıp kullanıcıların özel hayatlarının gizliliği konusunda endişe duyduklarını ortaya koymaktadır.

Aktif ve potansiyel kullanıcılar, yaptıkları yorumlar ile gizlilik sözleşmesi kararından şikâyetçi olduğu ortaya koyduğu gibi, WhatsApp'ın aldığı bu kararın yanlış olduğunu, vazgeçilmediği takdirde ise kullanmayacaklarını, alternatif uygulamalara yöneleceklerini belirtmişlerdir. WhatsApp hakkındaki olumsuz yorumlar potansiyel kullanıcıların indirme kararını olumsuz etkilerken; Telegram hakkındaki olumlu yorumlar da potansiyel kullanıcıların indirme kararını olumlu etkilemektedir. Bu durum, indirme platformlarındaki etkileşimlerin kullanıcılar üzerindeki etkisini açığa çıkarmaktadır.

Telegram kullanıcısı olan bir kişinin 9 Ocak 2021 tarihinde "Kavimler Göçü is loading.." yorumu ile duruma mizahi olarak yaklaşmış olsa da, WhatsApp'tan bu uygulamaya yoğun bir şekilde, kitlesel bir hareketin olduğunu açık şekilde ortaya koymaktadır.

Son olarak daha sonra yapılacak çalışmalara yol göstermek ve yeni çalışmalar yapmak isteyen araştırmacılara yönelik şu önerilerde bulunulabilir;

- Bip ve Signal gibi muadil çevrimiçi uygulamaların kullanıcı yorumları içeriksel olarak incelenebilir.
- Likert ölçeği kullanılarak bir anket çalışması gerçekleştirilerek davranışsal tutum tespiti yapılabilir.
- WhatsApp krizi sonrasında kullanıcıların markaya karşı olan güven algısı incelenebilir.
- Sürecin kriz yönetimine uygunluğu bağlamında çalışmalar yapılabilmektedir.

## KAYNAKÇA

BAUMAN, Z., LYON, D. (2016). Akışkan Gözetim (Çev. Elçin Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BENTHAM, J. (2016). Panoptikon: Gözün İktidarı (Çev.Zeynep Özarslan ve Barış Çoban). İstanbul: Su Yayınları.

CHANDLER, D. ve MUNDAY, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü (Çev. Babacan Taşdemir). İstanbul: İletişim Yayıncılık.

ÇAYCI, A. ve ÇAYCI B. (2016). Dijital İletişim Çağında Teknolojinin Açığa Çıkardıkları: Gözetim ve Mahremiyet. İNİF E- Dergi, 1 (2), 157-169.

GERAY H. (2017), Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle, İstanbul: Ütopya Yayınevi.

GIDDENS, A. (2016). Modernliğin Sonuçları (Çev. Ersin Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

JOUET, J. (1994). Communication and Mediation, Reseaux The French Journal of Communication. 2 (1), 71-90.

KALAMAN, S. (2019). Yeni Medya ve Dijital Gözetim. Yönetim ve Ekonomi. 26 (2), 575-594.

LYON, D. (2013). Gözetim Çalışmaları (Çev. Ali Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

ORWELL, G. (2007). 1984 (Çev. Celal Üster). İstanbul: Can Yayınları.

ÖZTÜRK, S. (2013). Filmlerde Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 36, 133-151.

RITZER, G. (2016). Toplumun McDonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme (Çev. Şen Süer Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

RIGEL, N., vd. (2005). Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar. İstanbul: Su Yayınları.

THOMPSON, J. (2008). Medya ve Modernite (Çev. Serdar Öztürk). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

YANIK, A. (2017). Bir Süperpanoptikon Olarak Yeni Medya: Yeni Medya Işığında Gözetimin Eleştirisi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2 (5), 785-900.

YÜCEL, D. (2015). Sinema Filmlerinde Gözetim ve İktidar İlişkilerinin İnşası. International Journal Of Social Sciences and Education Research. 1 (2), 391-398.

#### **İNTERNET KAYNAKLARI**

<https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/cagin-yeni-tehdidi-dijital-somurgecilik-oldu/1540881> (Erişim Tarihi: 06.03.2021)

<https://teknoskop.net/whatsapp-boykotu-sonrasi-son-durum-ne/> (Erişim Tarihi:07.06.2021)