

Makale Geliş Tarihi:

16 Ekim 2020

Makale Kabul Tarihi:

11 Aralık 2020

ARAŞTIRMA MAKALESİ

YENİ MEDYADA MAHREMİYET ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Olgun KÜÇÜK<sup>1</sup>

Mevlüt Can KOÇAK<sup>2</sup>

Öz

İnsanlar boş zamanlarının önemli bir kısmını medya karşısında geçirmektedir. Özellikle yeni medya araçları aktif izleyici kavramını ortaya çıkarmıştır. Aktif izleyici ile birlikte ise medyada editöryal denetim iyice erozyona uğramış, denetimsiz bir ortam oluşmuştur. Yeni medyanın en önemli araçlarından olan internet ve sosyal medyanın sunduğu olanaklar, her geçen gün onlara olan ilgiyi artırmıştır. Bu araçlar sayesinde insanlar istedikleri yazıyı, resmi ve videoyu geniş kitlelere yayabilmektedir; fakat bu çevrimiçi teknolojisi, mahremiyet başta olmak üzere birtakım problemlerinde iyice gün yüzüne çıkmasına da neden olmaktadır. Gelişen teknolojiyle beraber insanların bütün hayatları izlenmeye, takip edilmeye başlamıştır. Özellikle sanatçılar ve siyasetçiler bu durumdan fazlasıyla etkilenmiştir. Aynı şekilde sıradan pek çok insan da bu mağduriyeti yaşamaktadır. Bu çalışma bağlamında kişilerin mahremiyetine yönelik olayların yeni medya ortamında nasıl yer bulduğu örnek olaylar üzerinden ortaya konulmuştur. Yine araştırma kapsamında özel yaşamın ihlalinin bilgisayar oyunlarında, alışveriş sitelerinde ve itiraf sitelerinde nasıl gerçekleştiği bulgulanmıştır. Araştırmada ayrıca medya ortamında mahremiyet sorununu erkeklerden çok kadınların yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet, Yeni Medya

A RESEARCH ON PRIVACY IN NEW MEDIA

ABSTRACT

People spend a significant part of their free time in front of the media. Especially new media tools have revealed the concept of active audience. With the active audience, editorial control in the media has eroded thoroughly and an uncontrolled environment has been created. The opportunities offered by the internet and social media, which are among the most important tools of new media, have increased the interest in them day by day. Thanks to these tools, people can spread the text, picture and video they want to large audiences; However, this online technology also causes some problems, especially privacy, to come to light. With the developing technology, all lives of people have begun to be monitored and followed. Especially artists and politicians were affected by this situation. Likewise, many ordinary people also experience this victimization. In the context of this study, how the events related to the privacy of individuals find their place in the new media environment has been presented through

<sup>1</sup> Karabük Üniversitesi, Safranbolu MYO, Karabük, Türkiye, olgunkucuk61@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-9471-3540

<sup>2</sup> Karabük Üniversitesi, Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi, Karabük, Türkiye, mevlutcankokak@karabuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-9496-0541

case studies. Again, within the scope of the research, how the violation of privacy occurs in computer games, shopping websites and confession websites was found. The study also concluded that women rather than men suffer from privacy issues in the media environment.

**Keywords:** Privacy, New Media

## **GİRİŞ**

Mahremiyet kavramı incelendiğinde neredeyse insanlık tarihi kadar eski olduğu görülmektedir. Mahrem olarak adlandırılan şey kültürler arasında ve zaman içinde farklılık arz edebilmektedir (Korkmaz, 2013). Batı kültüründe mahremiyet dokunma ve dokunulmazlık üzerinden ele alınırken doğu kültüründe ise mahrem sayılan bilgilerin gizliliğiyle ilgili olabilmektedir. Bu gibi durumlar mahremiyet kavramının tanımlanmasını ve sınırlarının belirlenmesini zorlaştırmaktadır.

Mahremiyet kelimesi İngilizce’de “privacy” ve Latince’de “Privatus” olup kabaca gizlilik anlamına gelmektedir. Sözcük Türkçe ’de; yalnız kalmak, uzlet, halvet gibi kelimelerle de ifade edilmektedir. Mahremiyet insanın kendisi veya yakınlarıyla baş başa kalması, o sırada etrafında saklı gizli tutmak için sakınacağı bir kimsenin bulunmaması durumu olarak izah edilebilir. Mahremiyet Arapça bir sözcük olup, bilindiği üzere dini anlamda haram, yani yapılmasından sakınılması gerekenler olarak da ifade edilmektedir.

Mahremiyet, insan ile ilgili bir kavram olarak psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, insan kaynakları, pazarlama ve yönetim bilişim sistemleri disiplinlerinde çalışan araştırmacıların ilgisini çekmiş ve incelenmiştir (Dinev, Xu & Smith, 2009).

Çelikoğlu (2007: 8) mahremiyeti, “kişilerin yalnız başına kalabildikleri, başkalarıyla hangi koşullarda ilişki içerisine gireceklerine kendilerinin karar verebildikleri bir alan” olarak tanımlamıştır.

Laudon ve Laudon (2011: 131)’a göre mahremiyet; bireylerin yalnız kalma, diğer bireylerin ve devlet de dâhil olmak üzere örgütlerin gözetiminin veya müdahalesinin olmamasını talep etme hakkını ifade etmektedir.

Mahremiyetle ilgili diğer bazı tanımlar şöyledir: (Çetinkaya, 2011: 25).

“Westin: Bireylerin, grupların veya kurumların kendilerine dair bilgilerin ne zaman, nasıl ve ne ölçüde diğerlerine aktarılabilirliğini belirleme hakkıdır.

Arthur Miller: Bireyin Kendisi ile ilgili bilginin dolaşımını kontrol yeteneğidir.

Flaherty: Yalnızlık, samimiyet ve anonimliği yaşama hakkıdır.

Lyon: Devletler, ekonomik kurumlar veya diğer bireyler gibi herhangi bir dışsal aktör tarafından yalnız bırakılma hakkıdır.

Warren & Brandeis: Yalnız bırakılma hakkı olup hakların en kapsamlısıdır. Özgür insanlar tarafından en çok değer verilen hak. “

Her toplumun mahrem kabul ettiği bazı alanlar ve şeyler bulunmaktadır. İnsanların resmi işlemler için kullandıkları numaralar kişiye özel olarak bilinmektedir. Yine kişilerin finansal numara ve şifreleri de mahrem bir konudur. Banka ve kredi kartı numaraları bu türdeki mahrem bilgilere girmektedir. İnsanların hastalık ve tedavi bilgileri de saklanması gereken bilgiler arasında yer alabilir. Hangi ilaçları kullandığı, hangi birimlerde tedavi gördüğü gibi bilgilerin gizli olmasında yarar olabilir. Bilimin gelişmesiyle birlikte tanımlanabilen insanın biyolojik bilgileri de istismar edilmemesi için gizli tutulması gereken bilgiler arasında yer almaktadır. Özellikle DNA, parmak izi veya göz retinası bilgisinin de ifşa edilmemesi gerekmektedir. Ayrıca insanların suç geçmişleri de mahremiyet kapsamı içinde yer alabilmektedir. Kamu yararı gözetilmeyen durumlarda bu gibi bilgilerin paylaşılması gerekmektedir. Diğer insanların bilmesi durumunda kişinin utanç duyabileceği bilgiler de mahrem bilgi kategorisi altında değerlendirilebilir.

Mahrem alan ile ilgili önemli konulardan biri de hasta mahremiyetidir. Bu bağlamda özellikle ünlü veya popüler hastalarla ilgili görüntüler basın mensupları tarafından yeri geldiğinde mahremiyet hiçe sayılarak habercilik adı altında yayınlanabilmektedir. Hastaların yakınları tarafından hastanın bilgisi dışında çekilen fotoğraflar da sosyal medyada paylaşılabilir.

Mahrem alan olarak kastedilen şey, insanın evi, özel yaşantısının devam ettiği yer, evsel yaşam ihtiyaçları, ailenin ihtiyaçları, cinsellikle/üreme ile ilgili ihtiyaçlar gibi başkalarının karışamayacağı, kararlarını kendisinin verebileceği alan olarak izah

edilebilir (Aslan, 2011: 90). Gerek çarşı pazar gibi, gerek iş yaşamı gibi alanlarda ise insanın kendisi dışında pek çok karar verici dış etkenler ve karar mercilerinin olduğu bu gibi yerler ise özel alanın tersine kamusal, herkese açık ve gizli olanın, mahremi sergilenmemesi gereken alanlar olarak ifade edilebilir.

Günlük yaşantısında insan bazen yalnız kalarak, tek başına bir nevi inzivaya çekilerek kendisine mahrem bir alan açabilir. Bu alan tamamen kendisine özeldir ve kendisi dışındakilere kapalıdır. Bir diğer özel alan görünümü ise insanın yakın bir arkadaşı ile sevdiğiyle bir arada bulunarak açtığı mahrem dairesidir. Mahremiyeti bu daire etrafında cereyan eder ve dışarıya kapalıdır. Bunların dışında insan, toplum içinde bir birey olarak paylaşmaktan imtina edeceği bazı düşünce ve sırları bakımından da bir mahrem alan yaratıp toplumsal hayata katılabilir.

Mahremiyet; bireysel, enformasyon ve mekânsal mahremiyet olarak üç başlıkta toplanabilir. Bireysel mahremiyet; kişinin kendisine yönelen haksız ve olumsuz durumlar karşısındaki mahremiyetini ifade eder. Mekânsal mahremiyet; kişilerin yaşam alanı olan evlerinin mahremiyetini kapsamaktadır. Enformasyon mahremiyeti ise; kişilere ait bilgilerin güvenliği ve korunması ile ilgili durumları kapsamaktadır (Aslan, 2011: 91).

İçinde yaşadığımız zaman bir yönüyle de “dikizleme çağı” olarak adlandırılabilir. Sokaklardaki güvenlik kameralarından, para çekme makinelerine kadar her hareketi takip edilip gözetim altında tutulan insan, yeni medyanın sağladığı imkânlarla Twitter, Facebook gibi mecralar üzerinden gözetlemeyi kitleselleştirmektedir. Sosyal paylaşım siteleri, bloglar, video paylaşım siteleri vasıtasıyla özel alandan kamusal alana taşan mahrem konular gözetim toplumunun oluşmasında etkili olmaktadır.

Neo liberal ekonomik sistem getirdiği bireysellelikle, çalışma hayatındaki başarı veya başarısızlığın sebebi olarak bizzat kişinin yetersizliği ve çabasını görme eğilimindedir. Bu durumda iş hayatında başarısız olan insanlar kendilerini suçlayarak nefret etmeye, bu şekilde de marjinal sayılabilecek ruhsal sorunlar yaşayarak olur olmaz mahrem sırlarını ortaya saçma eğilimine girmektedirler. Toplumsal hayatta yoksulluğun getirdiği pek çok sıkıntı ile yüzleşmek zorunda kalan halk yığınları,

dışarıda veya medya temsillerinde örneklerine rastladıkları varsıl hayat örnekleri karşısında aşağılık kompleksi, güvensizlik ve birikmiş bir şiddet duygusu yaşamaktadırlar. Bu duygular yoksul kimselerin mahremiyet duygusunu derinden yaralamakta, kendilerini değersiz hissetmelerine yol açarak, mahrem konularda kaybedecek bir şeyi yokmuş edasıyla davranmaya itebilmektedir (Kete, 2011: 72).

Yukarıda da anlatıldığı üzere kişiler bazen mahrem bilgilerini kendi rızasıyla toplumla paylaşabilmektedir. İnsanların toplumsal yaşamda maruz kaldığı özellikle maddi eşitsizlikler onların topluma karşı bir intikam duygusu biriktirmelerine yol açabilmektedir. Kişi eşitsizlik içinde gördüğü topluma karşı içinde biriktirdiği kinini yaptığı sosyal medya paylaşımları üzerinden ortaya koyabilmektedir. Kişinin bu davranışı sınıfsal dibe vurmuşluğun ve çaresizliğin intikamını kendi sırlarını ifşa etmek yoluyla toplumdan alması, yani, “bakın, görün ben ne haldeyim, işte siz beni bu hale soktunuz” demesi gibidir.

### **1. Yeni Medya ve Mahremiyet**

Günümüzdeki enformasyon teknolojisi ve gelişmiş iletişim araçları vasıtasıyla insanlar kendi bilgilerini başkalarının gözetimine sunarken, aynı zamanda bilinçli / bilinçsiz paylaşımlar aracılığıyla kendilerini diğer insanlara adeta ifşa etmektedirler. Gözetim olgusu mahremiyet ihlalini de beraberinde getirmektedir. Narsisim esintilerini barındıran yoğun paylaşımlar ise gözetleme toplumunu beslemektedir (Güven, 2011: 173).

Toplumsal hiyerarşide üstte bulunanlar genel olarak alttakileri gözetleyerek denetleme eğilimindedir. Örneğin; yöneticiler çalışanların sosyal medya veya mail hesaplarını kontrol etmek isterler. İnsanların içinde var olan merak duygusu ise diğer insanların özel durumlarını öğrenme anlamında tetikleyici olabilir. Kişiler medya önündeki insanlara da özenerek bazen kendi özellerini ifşa etme yoluna gitmektedirler.

İnternet ve mobil teknolojilerde meydana gelen gelişmeler sonucu insanların zaman ve mekân bağımsız bir şekilde iletişim halinde olmaları hiçbir zaman günümüzdeki kadar kolay olmamıştır (Genç, 2010). Sosyal medyanın kullanımının artmasıyla beraber insanlar istedikleri her şeyin fotoğraf ve videolarını çekerek

yayımlıyor, bununla beraber geri dönüşü olmayan hatalara neden olarak sosyal ve etik bakımdan hoş olmayan sonuçlar doğurabiliyorlar. Popülerlik kazanan sosyal medyada insanlar hem kendilerinin hem de çevrelerindeki insanların mahremiyetini ifşa edebiliyorlar.

Sosyal medyanın etkileşimli yapısı fotoğraf ve video gibi çoklu medyanın internet üzerinde dolaşıma sokulmasını kolaylaştırmaktadır. Web 2.0 teknolojisi son derece etkileşimli bir alan açmaktadır. Bu kolaylık ise tüm içerikler gibi mahrem olmayan içeriklerin de hızlı biçimde yayılmasını beraberinde getirmektedir.

İnternetteki sohbet siteleri gibi ortamlarda insanlar anonimliğin verdiği rahatlıkla mahremiyeti göz ardı eden paylaşımlarda bulunabilmektedir. Ayrıca narsisim ve teşhircilik bu durumu tetikleyici unsurlar olarak göze çarpmaktadır (Kuyucu, 2015: 38).

Teknolojinin gelişmesiyle her eve giren ve internetle küresel gözetim ağına bağlanan bilgisayar, bazı cömert kullanıcılar vasıtasıyla mahrem bilgilere erişme noktasında imkânlar oluşturmaktadır. Bazı kullanıcılar bilgisayarda oluşturdukları sanal ortamla nerdeyse tüm bilgilerini paylamaktadır. Sosyal ağlar üyelerine zorunlu olarak doldurttukları profil bilgileri ve film, kitap gibi beğenilerle veya daha farklı seçeneklerle mahremiyet sınırlarını zorlayan profil ve gizlilik seçenekleri sunmaktadır (Yıldırım, 2012: 246-247).

## **2. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışmada örnek vaka analizleri yapılmıştır. Araştırma Türk medyasında yaşanan mahremiyet olaylarıyla sınırlandırılmış olup, özellikle özel yaşam ihlallerinin bilgisayar oyunlarında, alışveriş sitelerinde ve sosyal medyada nasıl gerçekleştiği incelenmiştir.

## **3. Bulgular ve Değerlendirme**

### **3.1. Deniz Baykal- Nesrin Baytok Vakası**

2010 yılı Mayıs ayında CHP gelen başkanı Deniz Baykal ve CHP Milletvekili Nesrin Baytok'a ait olduğu iddia edilen videonun yeni medyada servis edilmesi mahremiyet ihlali bağlamında ele alınması gereken çok önemli bir örnektir. Konuyla

İlgili görüntülerin internette yayınlanması aynı zamanda önemli bir siyasi gelişme ile sonuçlanmış ve uzun süredir partisinin başkanlığı yapan Deniz Baykal'ın istifası ile sonuçlanmıştır.

Baykal ve Baytok'a ait görüntülerin internete düşmesi ile çok farklı politik kesim ve gazetecilerden olumlu - olumsuz görüşler dillendirilmiştir. Abdurrahman Dilipak, olayı bir etme - bulma vakası olarak değerlendirmiştir. Bir zamanlar başörtüsünü fişleyenler şimdi çıplaklığı ifşa ediyor mealinde bir yorumda bulunmuştur (Aslan, 2011: 113). Gazeteci İsmet Berkan; bu görüntülerin internette yayınlanmasını tam manasıyla bir ahlaksızlık olarak nitelemiş ve bu videonun ancak röntgeni toplum iştahı ile izah edilebilecek kabul edilemez bir durum olduğunu dile getirmiştir.

İnternet çağı topluma kazandırdığı artıların yanında "interneteye düşmek" olarak ifade edilecek bir paranoyayı da beraberinde getirmiştir. Kudretli ve kıdemli bir parti liderini koltuğundan eden bu durum toplum üzerinde mahremiyeti koruma telaşını özellikle yeni medya bağlamında artırmış durumdadır. Kimsenin özel yazılarının, fotoğraf veya videolarının günün birinde bir sitede yayınlanmayacağına garantisi yoktur. Bu durum yeni medya ortamlarını aynı zamanda ifşa mekanizmasına dönüştürüp toplum üzerinde güvensizlik ve korku pompalamaktadır.

### **3.2. Gamze Özçelik Vakası**

9 Ocak 2012 tarihinde internette dolaşıma sokulan ve oyuncu Gamze Özçelik'in sevgilisiyle MSN programı üzerinden yaptığı yazışmaları ifşa eden video özel yaşam ihlaline yeni medya üzerinden bir örnek olarak verilebilir. Yayınlanan bu video ile özel yaşamın gizliliği ihlal edilmiş yani mahremiyet hiçe sayılmıştır (Çetinkaya, 2011: 58).

Kadın bedeninin mahremiyeti binlerce yıllık mitoloji ve dinler tarihine dayalı inançlarla şekillenmiş bir durumdur. Kadın bedeni sadece modern çağların değil, 3 semavi din olan Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslam teolojisinde de Tanrı buyruğu ile sınırları çizilmiş bir mahremiyet unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Dinler bakımından illegal bedensel arzular günah olanı ifade ederken, Tanrı buyrukları ise, bu günaha karşı müeyyideler koyan yasaları belirlemektedir.

### 3.3. Animasyon Filmlerde Mahremiyet İhlali

Ülkemizde çocuklar, gençler hatta yetişkinler tarafından beğeniyle izlenen özellikle Japonya kaynaklı animasyon filmler içeriklerinde mahremiyet ihlali barındırabilmektedir. Geçmişte daha çok televizyon üzerinden izlenen bu filmler, internette video izleme alışkanlığının artması ile yeni medya ortamlarına da taşınmıştır. Bu animasyonlarda karakterlerin davranış ve konuşmalarında sezilemeyen erotizm vurgusu daha çok elbiseleri üzerinden dışa vurulmaktadır. Konu ile hiç alakalı olmamakla birlikte son derece estetik ve çıplak vücutlar yoluyla cinsel çağrışımlar yapmaktadır. Bunun dışında bazı animasyon karakterlerinde eşcinsellik olgusuyla karşılaşılmaktadır. Son derece güzel bir kadın vücudundan erkek sesinin çıktığı durumlar buna örnek olarak verilebilir (Hünerli, 2011: 329-330).

Başka bir tür animasyonlar ise içerik ve görsel olarak cinsellikle bağlantılı olanlardır. Bu filmlerde ise bilimkurgu ve fantastik öğelerle süslenen hikâye yoğun biçimde erotizmle harmanlanarak verilir. Bu ise mahrem alana bir saldırı olarak değerlendirilebilir.

### 3.4. Viral Reklamlarda Mahremiyet İhlali

Viral reklam dönüşen ve değişen medya ortamlarında geleneksel reklam yöntemlerini kanıksamış ve bu yöntemlerden sıkılmış kitleler için farklı bir tür olarak ortaya çıkmıştır. Tanıdık insanlar, profesyonel ekip ve kurmaca yöntemlerle kitlelerin ilgisine mazhar olamayan reklam verenler için amatörlik kılıfına büründürülmüş, insanlar için daha sıcak gelecek bir yöntem olarak başarı sağlamıştır. Ağızdan ağza, paylaşımından paylaşımına hızla yayılan ve içeriğinin gerçek mi, yoksa gerçekdışı mı olduğu pek anlaşılamayan bu reklamlar daha inandırıcı olabilmektedir.

Viral reklamların mahremiyeti hiçe sayan bir örneği olarak, 24 Temmuz 2009 tarihinde sosyal medya üzerinden dağıtıma giren ve gittigidiyor.com internet alışveriş sitesinin reklamı olan “Fulya’nın İntikamı” adlı video verilebilir. Bu videoda Fulya isimindeki kız güya ayrıldığı sevgilisinden intikam alma bahanesiyle sevgilisiyle arasında özel anlamı olan eşyaları bu site üzerinden ve bir liradan satışa çıkardığını söylemektedir. Satışa çıkan ürünler arasında erkek arkadaşının Fulya’ya almış olduğu gecelik ve ikilinin özel fotoğrafları olan bir albüm de yer almaktadır.



Bu videoda gerek mekân, gerek Fulya isimli kişi doğal bir kıyafetiyle görüntülenmekte, bu durum reklama amatör bir hava katmak için bilinçli olarak yapılmaktadır. Ayrıca ev içinde odada oturan Fulya ise üzerinde kendisini ifşa edecek bir kıyafetle görüntülenmektedir. “Fulyanın İntikamı” viral reklamı mahremiyet bağlamında önemlidir. Ticari amaçlar uğruna özel alan ve mahremiyet burada alenen ifşa edilmektedir (Uğurlu, 2011:259).

### **3.5. İtiraf Sitelerinde Mahremiyet İhlali**

Mahremiyet bağlamında ele alınması gereken bir olgu da yeni medya ortamında sıklıkla rastladığımız itiraf siteleri ve itiraf etme merakıdır. İnsan, yapısı gereği anlatarak rahatlama eğilimindedir. İtiraf yoluyla içinde onu kemiren duyguları dışarıya çıkararak rahatlar. İşte bu durum, insanların kendilerini rahat hissettikleri sanal ortamlarda korkusuzca ve mahremiyette sınır tanımayan itiraflarda bulunmalarına yol açmaktadır. Hemen her konuda rastlanılan itiraf sitelerinin önemli bir kısmı ise insanın en mahrem alanı olan cinsellikle ilgilidir. Cinsellik, toplumun merak duygusunu da arkasına alarak itirafların neredeyse ana konusunu oluşturmaktadır. Öyle ki, eşlerini aldatan insanlar bile bu durumu sanal ortamlarda hikâye haline getirip anlatabilmektedirler (Yılmaz, 2011: 133).

### **SONUÇ**

Mill'e göre; mahremiyete yönelik ihlaller bu ihlallerle yüz yüze kalan insan için uzun vadede ortalama bir insan olma ve kişiliğindeki sivrilikleri törpüleyip toplumun normallerine gelme durumunu yaratmaktadır (Yılmaz, 2011: 133). Yani bu yönüyle kamu, mahremiyete yaptığı saldırılarla onu kendi istediği sınırlara çekip bireyin özgür mahrem alan yaratmasını engellemektedir.

Medya tecimsel yapısı gereği en fazla insana ulaşma kaygısı güder. Bu kaygı geleneksel medyada olduğu gibi yeni medyada da mahremiyet ihlallerinin kulak ardı edilip haberin takipçi sayısı, tıklama adedi gibi olgular ön plana gelmektedir. Geleneksel gazetelerin 3. sayfalarında yer alan ve oldukça ilgi gören cinayet, tecavüz, gasp gibi mahremiyet barındırıcı haberler yeni medya ortamlarında da

sağladıkları popülarite yüzünden tercih edilmektedir. Şahısların mahremiyetleri ise haberin maddi getirisi yanında hiçe sayılmaktadır.

Dijitalleşmenin etkisiyle bütün dünya birbirleriyle iletişim halinde olan, birbirlerinin her durumundan haberdar olan adeta küçük bir kasaba haline gelmiştir. İnsanların her şeyden hemen haberdar olabilmesi, sürekli bir etkileşim içinde bulunmasının aynı zamanda olumsuz tarafları da vardır. İnsanın özeli denilen alan bazen bizzat kendisi, bazen de çevredekilerin etkilemesiyle özel olmaktan çıkabilmektedir.

Medya izleyicisi artık televizyon, gazete veya radyonun mesaj gönderdiği homojen insan topluluğu olmak yerine, aldığı mesajları seçen hatta içerik üreten, kendi kanallarında istediği bireylere ulaştıran-yayınlayan, farklı ilgi alanları olan ve farklı gruplara dâhil heterojen insan topluluklarından oluşmaktadır.

Halkla ilişkiler ve reklam çalışmalarında hedef kişilere ulaşılabilecek her türlü kanalların etkinliği değerlendirilmektedir. Sosyal ağlar da ister çevrimiçi, ister çevrimdışı olsun halkla ilişkiler mesajlarının ve reklam uygulamalarının etkin bir şekilde yayılabileceği iletişim kanallarıdır. Halkla ilişkiler amaçlı planlanmış bir mesajın geniş kitlelere yayılmasında şirket çalışanlarının sosyal ağları kullanarak paylaşımında bulunmalarının etkili olabileceği ortaya çıkmıştır. Geniş ağların kullanılabilmesi mahrem olmayan içeriklerin yani mahrem içeriklerin de daha geniş bir alana ve daha hızlı biçimde yayılmasına önayak olmaktadır.

Mahremiyet ihlalleriyle ilgili konuların kadın ve onun bedeni ile doğrudan veya dolaylı bir ilintisi olduğu da makalede yer alan örnek vakalardan anlaşılmaktadır. Kadın bedeni, yaşanan mahremiyet sorunlarının neredeyse ana temasını oluşturmaktadır. Özne olan kadının ünlü olması ise medyada daha fazla dolaşıma girmesine yol açmaktadır.

Sonuç olarak; çevrimiçi sitelerin üzerinden insanların mahremiyetine yönelik saldırılar kaygı verici durumda olduğu anlaşılmaktadır. İnternet ve sosyal medyanın tüm mecralarında mahremiyet ihlali sorunu ile karşılaşılabilir.

#### **KAYNAKÇA**

ASLAN, Cumhuriyet “Türkiye’de Özel Alanın İfşası ve Mağduriyet Halleri: “Deniz Baykal” Örneği ”, Editör: Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2011, 84-125,

BİNARK Mutlu ve BAYRAKTUTAN Günseli (2013). Ayın karanlık yüzü: Yeni medya ve etik, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

ÇETİNKAYA Hüsamet (2011). “Beden İdeolojisi Olarak Mahrem”, (Editör), Hüseyin Köse. Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 23-60.

DİNEY, T., Xu, H., ve SMİTH, H. J. (2009). Information privacy values, beliefs and attitudes: An empirical analysis of Web 2.0 privacy. Proceedings Of The 42nd Hawaii International Conference On System Sciences. Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society Press.

GENÇ, Zülfü (2010). Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği. Akademik Bilişim’10- XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri.[http://ab.org.tr/ab10/kitap/genç\\_AB10.pdf](http://ab.org.tr/ab10/kitap/genç_AB10.pdf)

GÜNEY, Sevgi Kesim (2011). “Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti”, (Editör), Hüseyin Köse. Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s.173-198.

KETE, Nazmiye (2011). “Yoksulluk, Mahremiyet ve Ölüm İlişisini Medya Üzerinden Okumak” (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Küçük, Olgun & Koçak, Mevlüt C. (2021). Yeni Medyada Mahremiyet Üzerine Bir Araştırma, Injocmer, 1(1), 18-29.

KORKMAZ, İlhan (2013). Facebook ve mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 3:5, 107-122.

KUYUCU, Mihalis (2015). “Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye’deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı”, (Editörler), Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, “Sosyal Medya Araştırmaları 2 “Sosyalleşen Olgular”, Konya:Çizgi Kitabevi, s. 21-53.

- LAUDON, Kenneth C. ve LAUDON, Jane P. (2011). Yönetim Bilişim Sistemleri Dijital İşletmeyi Yönetme. (Çev; Uğur Yozgat). Ankara: Nobel Yayınları.
- HÜNERLİ, Selçuk (2011). “Namahrem Anime, Japon Animelerinde Erotizm, Cinsellik ve Mahrem “Fulya’nın İntikamı” Viral Kampanyası Örneği”, (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 321-333.
- ÖZGE Uğurlu(2011). “Postmodern Pazarlama Stratejisi Olarak Dönüşen Mahremiyet “Fulya’nın İntikamı” Viral Kampanyası Örneği”, (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları: İstanbul, 247-263, s. 259.
- YILDIRIM Arif (2012). “Sosyal Medya ve Halkla İlişkilerde Değişen Medya Anlayışı”, (Editörler), Tolga Kara ve Ebru Özgen, Sosyal Medya, İstanbul: Beta basım yayım, s. 243-267.
- YILMAZ Sıdıka (2011). “Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir ve Her Mahremiyet İhlalinin Bir Haber Değeri Vardır”, (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 129-146.