

# KÜRESELLEŞME, SOSYAL AĞLAR VE GÖZETİM TOPLUMU BAĞLAMINDA MAHREMİYET SORUNLARI: INSTAGRAM İÇERİK ANALİZİ \*

Globalization, Social Networks and Privacy Issues in the Context of Mass Surveillance

Kumsal Dilara ÖZKAN<sup>1</sup>

## ÖZET

Gözetim geçmişten günümüze iktidarın gücünü daim kılmak için başvurmuş olduğu bir olgudur. Gözetimin birçok alanda uygulandığı bilinmektedir. Gözetimin ilk örnekleri mimari açıdan bilinen panoptikon adlı uygulamalar olsa da günümüzde artarak çok daha çeşitli bir hal almıştır. Panoptik evren ve teknolojik uygulamalarda karşımıza çıkan gözetim olgusu bireylerin de teknolojiyi aktif kullanmasıyla ile mümkün hale gelmektedir. Gönüllü olarak kullandığımız internet ve sosyal ağlar birçok kişisel bilgimize sahip olmaktadır. Bireyin paylaşım yapma arzusu ve birçok yeni trendin takibi sonucu mahrem bilgilerin paylaşımı normalleşmiş ve bir yaşam biçimine dönüşmüştür. Evlerin yatak odalarından gidilen kamusal mekânlara kadar bireyler bire bir takip edilebilir duruma gelmiştir. Özellikle yeni bir yaşam tarzı olarak paylaşma kültürünün yerleşmesi içten içe birey olarak farklı ve özel olduğunu gösterme arzusu ile açıklanabilmektedir. Neden en sevdiğimiz yemekleri ya da hayatımızda iyi giden, olumlu unsurları paylaşıyoruz sorusunun karşılığında gelen cevapla aslında artık hayatımızı tanımadığımız insanlara gösterme arzusu yatmaktadır. Çalışma kapsamında Instagram uygulamasında gözetim ve dikişleme pratiklerinin uygulandığı ve sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanan üç Instagram fenomeninin içerik analizine yer verilmiştir. İçerik analizinde Mart 2020 tarihine ait tüm paylaşımların kategoriler üzerinden analizi yer almakta ve üç birleştirme kategorisi ile de analiz ayrıntılandırılmaktadır. Instagram fenomenlerinin seçiminde amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, örneklem olarak incelenen fenomenlerin paylaşımları özelinde mahrem algısının değiştiği gözlenmiştir. Gözetim kültürü özelinde paylaşımların kişisel bilgileri içerdiği ve sosyal ağların bu bilgileri kamuya açık hale getirdiği gözlemlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Gözetim, İnternet, Mahremiyet, Küreselleşme, Medya .

## ABSTRACT

Phenomenon of surveillance is that a significant way to keep the power in one hand from past to present. Although the first examples of surveillance mostly known as an applications of architectural structures which is called panopticon, they have become increasingly more diverse today. Surveillance society evolved from the panoptic universe and involved technological developments so that individuals whose actively using technologies contributes to surveillance. By itself the increase of using technology, more practical for the power make more information from individuals. The internet and social media that we use voluntarily have many significant personal information. As a result of the individual's desire to share and following trends, became a lifestyle and normalize to sharing of intimate information. From the bedrooms of the houses to the public spaces, the individuals can be tracked exactly. Especially practice of sharing turned a culture in our lives and individuals desire of prove come forward that they are unique and different than the others. The answer to the question of why we share our favorite dishes or the positive elements that go well in our lives, lies in the desire to show our lives to people we do not know anymore. Content analysis method was chosen for the study and three Instagram influencers, who are using the social media frequently, was analyzed regarding to the practices of surveillance. The content analysis includes the analysis of all the shares of March 2020 over the categories and the analysis is detailed with three unification categories. Influencers used by method of purposive sampling. As a result of, it was observed that the attitude of privacy has changed with the use of internet and practice of sharing. Society of surveillance, internet based sharings includes the private information that makes it open for public opinion.

**Keywords:** Surveillance, Internet, Privacy, Globalization, Media .

1. ORCID: 0000-0002-0236-3062

1. . Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, kdilara.ak@hotmail.com

\*ÖZKAN, D. K. (2021). "Küreselleşme, Sosyal Ağlar ve Gözetim Toplumu Bağlamında Mahremiyet Sorunları: Instagram İçerik Analizi", *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 8, S. 22, s. 69-88.

Makale Geliş Tarihi: 2 Temmuz 2020 Kabul Tarihi: 15 Aralık 2020

**EXTENDED ABSTRACT**

The notion of globalization, which is beginning to effect and transform the world day by day, constantly adapts its existing structure with innovations. With the speed and fluidity of globalization, multidimensional changes occurs in societies. The studies shows that, almost whole world surrounded and affected by globalization. Outcomes of globalization, shows that not only the individuals but also societies turns homogeneous structures. With globalization, speed and innovation come to the fore. Thus, we witnesses positive and negative results by globalization.

It is clearly seen that the strengths of the globalization is speed and effectiveness. The fact that even the most distant poles of the World become closer to each other.

Surveillance practices, which are constantly developing from the past to the present, create a world where societies and individuals can be better observed. When we focus on the phenomenon of surveillance, it is seen that it is at the forefront throughout human history as an important way of control. In the history of surveillance, theorists such as Karl Marx, Max Weber and Frederick W. Taylor have studied the phenomenon of surveillance that has been institutionalized in contemporary society. However, it is seen that the term gained concrete in the Panopticon model designed by Jeremy Bentham's prison architecture. Throughout the time this way of practices can be seen in political approaches as surveillance practices to control the society. It is remarkable that in many areas the panopticon model is applied with this controller and deterrent feature. This phenomenon named as a 'society of surveillance' by theorists.

Surveillance becomes easier with the technology and devices developing from the past to the present. The use of applications such as Instagram, Facebook and Twitter have changed individuals' privacy and personal information sharing behavior. The attitude of sharing the private informations as an urge to approvance shows that a dramatical cultural changing occurs on globe. It is clear how it evolved from the first examples of surveillance to today's examples and how the phenomenon of Panopticon was adapted to today's social media. The fact that the phenomenon of Panopticon is suitable for cyber spaces makes it possible to follow the individuals much more easier and faster.

The fact that individuals place the social media in the center of their lives also share their private information, which shows the surveillance practices to become real much more easier.

The study focused on especially the phenomenon of surveillance in the context of globalization. Also technological innovations how affect the practice of the surveillance is another point of the study. Global changes shows that personal information and private life affected by social media. In this study the issue of privacy taken by a moral corruption for culture. The analysis part of the study will be carried out in Instagram. Instagram is a social media application created as individuals' photo and video sharing space. As a popular application where individuals can share photos and

videos, it also includes IGTV feature that can make a mini television broadcast in itself. However, only the homepage posts analyzes within the limitations of the study. Photo shares are limited in the category of Instagram influencers and are handled by content analysis method. Categories such as fashion and make-up or life style sharing in general are determined by the purposeful sampling method for this three Instagram influencers. The content analyze has five specific category which make the outcomes more predictable also this categories show influencers how shares their lives with publicly. Also study searches that 'this kind of practices of sharing whether useful or not for specifically society of surveillance?' Regarding the five category of analyze shows that the quantity of sharing the private data and frequency of updates about personal life. Description of the contents and reading the messages will complete regarding to the five head categories related to the practices of surveillance.

The five categories of content analysis are:

1. Is the shared photo belongs to the account user?
2. Is the area where the photo was taken is a private area or a public area?
3. Is there a food or beverage sharing or a daily habit in the photo?
4. Is there any personal item or special element in the photo?
5. Is there revealed any kind of private life, home and private element belongs to the individual's life in the photograph?

In addition to content analysis, Klaus Krippendorff's unit combinations also uses for more definition. First of all, the units that have five varieties and each are used for a purpose, can be used together, as well as a selection for the purpose. Units was selected regarding to main purposes and side purposes. Within the scope of the study, three of these five units are included in the analysis, physical, propositional and thematic ones.

## GİRİŞ

Herkesin bahsettiği 'küreselleşme' kavramı bir moda haline dönerek hızla yayılmaktadır. Adeta sihirli bir sözcük gibi, geçmiş ve gelecek tüm gizlerin kapılarını açacak bir anahtara dönüşmektedir. Bir kısım yaklaşıma göre "küreselleşme" onsuz mutlu olunamayacak bir unsurken; karşı görüşlülere göre ise mutsuzluğumuzun en önemli nedenlerinden biridir (Bauman, 2010:7). Bu kadar büyük önem atfedilen bu kavramın, yerkürenin farklı bölgelerinde yaşayan insan, toplum ve devletler arasındaki iletişim ve etkileşim derecesinin "karşılıklı" olarak artması olarak bakabilmekteyiz. Her geçen gün dünyanın farklı alanlarını nüfuzu altına almaya devam etmekte olan küreselleşme kavramı, bünyesine kattığı yeni açılım ve devinimler ile mevcut yapısını sürekli bir biçimde uyarlamaktadır ve güncellemektedir. Küreselleşmenin hızı ve akışkanlığı ile birlikte toplumlarda çok yönlü değişimler meydana gelmeye başlar. Küreselleşmenin etki etmediği bir

alan neredeyse yok denecek kadar az olduğu için çok yönlü olarak bireyi ve toplumları kuşatmış vaziyettedir. Küreselleşme beraberinde hızı ve gelişimi getirmektedir. Hızın ve gelişimin ön plana çıkması olumlu ve olumsuz birçok yeniliği karşımıza çıkartmaktadır. Küreselleşmenin ele alınış biçimlerine bakıldığında birçok farklı boyut karşımıza çıkmaktadır. Bauman küreselleşmenin spesifik olarak etkilediği hususlarda kültürel boyuta dikkat çeker. Aynı zamanda küreselleşmenin enformasyon yayımında da etkili ve hızlı bir gücü olduğu görülmektedir. Enformasyonu küresel ölçekte yaymak artık neredeyse yerel boyutta yaymakla aynı sayılabilmekte, böylelikle zamansal ve mekânsal mesafelerin sıfırlanmasını vurgulanmaktadır (Bauman, 2010:26). Küreselleşme vesilesiyle dünyanın en uzak kutuplarının dahi birbirine yakın hale gelmesi akla gözetim yani bireylerin denetlenmesi bağlamında yeni pratiklerin doğuşunu da getirmektedir. Nayan Chanda, Küreselleşmenin Sıra Dışı Öyküsü'nde küreselleşme kavramının küresel olarak bağlanmış yaşantımızın, bu bağlantılılık halini toparlamak üzere bir kelimeye ihtiyaç duyulması nedeniyle ortaya çıktığını vurgular (2009:7).

Gözetim olgusuna baktığımızda önemli bir denetim türü olarak insanlık tarihi boyunca ön planda olduğu görülmektedir. Karl Marx, Max Weber ve Frederick W. Taylor gibi kuramcılar tarafından modern toplumda kurumsallaşan bir olgu olarak ele alınmaktadır. Ancak terimin gerçek anlamda somutluk kazandığı nokta İngiliz mimar Jeremy Bentham'ın 1785 yılında hapishane mimarisi olarak tasarladığı 'Panoptikon' terimi ile karşımıza çıkmaktadır. Pan:bütün, opticon: gözetlemek kelime köklerinden gelen panoptikon bütünü gözetlemek olarak kullanılmıştır (Sucu, 2011: 129). Gözetim olgusu çokça kitaba da ilham kaynağı olmuş ve birçok distopyada yer bulmuştur. Gözetim olgusunun net bir şekilde karşımıza çıktığı edebi eser George Orwell'in kültleşmiş eseri 1984'tür. Gözetimin korku yolu ile insanları nasıl tahakküm altına aldığı distopik bir atmosfer içinde sunulmaktadır. Bir başka distopik eser ise Aldous Huxley'nin Cesur Yeni Dünya adlı yapıtıdır. Bireylerin sonsuz özgürlük ve uyumuşluk hali içinde suni bir yaşam sürmelerini anlatan eserde, Orwell'in sunduğu senaryonun özgürlük ve sınırsız zevk versiyonu görülür. Bireylerin uyumuşluğu ve umursamazlığı kendini gerçekleştirme ve düşünme eylemini yok etmiştir. Kitabın sunuş bölümünde Margaret Atwood'un bahsettiği gibi bu boş yaşam gerçekte tüketim çılgınlığı ve alışveriş gibi sınırsız zevk devrini nitelenmektedir. Uzun yıllar düşünülen Orwell'in 1984'ü mü yoksa Huxley'nin Cesur Yeni Dünya'sı mı işlerlik kazanacak düşüncesi 'hangi şablon kazanacak?' şeklinde tartışılmıştır. Soğuk Savaş sırasında 1984 bir adım önde görünmekteyken, 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılması ile bir devir sona ermiş ve alışveriş çılgınlığının karşı konulamaz hazzı kazanmaya başlamıştır (2013:8).

Instagram, Facebook ve Twitter gibi mecraların kullanımı, bireylerin mahremiyet ve kişisel bilgilerini paylaşım alışkanlıklarını değiştirmiştir. Panoptikon kavramının mimari bir uygulamadan, siber mekânlara uygun bir hale gelmesi her açıdan bireylerin takibinin çok daha kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleşmesini olanaklı kılmaktadır. Mahrem olgusu, bireyin özel alanı, kamusal olarak ifşa etmeyeceği giz alanı olarak nitelenmektedir. Mahremiyet ya da özel alan olgusu, günümüzde

insanların toplumsal yaşamlarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Mahrem alanın belirlenmesinde kültürdeki yerleşik ahlaki değerlerin, dinin, bireysel farklılıkların ve zaman faktörünün göz önüne alınması önemlidir (Utma,2018: 1197).

Çalışmada küreselleşme bağlamında ön plana çıkan gözetim olgusu, gözetim pratiklerinin teknoloji vasıtasıyla ne kadar ileri safhalara taşınabileceği göstermektedir. Bahsedilen gözetim pratikleri bağlamında ön plana çıkan gözetim toplumunun yarattığı mahremiyet sorunları ele alınmaktadır. Çalışmanın analiz kısmı, Instagram üzerinden gerçekleştirilmiştir. Instagram, kullanıcıların fotoğraf, video paylaşımı ve IGTV üzerinden yayın yapabildiği bir uygulamadır. Ancak çalışmanın sınırlılıkları çerçevesinde sadece ana sayfa paylaşımları analiz edilmiştir. Analiz dahilindeki sorular aşağıda beş kategoride sunulmuştur;

1. Paylaşılan fotoğraf hesabın kullanıcısının kendi fotoğrafı mıdır?
2. Fotoğrafın çekildiği alan özel alan mıdır yoksa kamusal bir alan mıdır?
3. Fotoğrafta yiyecek içecek paylaşımı ya da günlük bir alışkanlığı mevcut mudur?
4. Fotoğrafta kişisel eşya ya da özel bir unsur mevcut mudur?
5. Fotoğrafta bireyin özel hayatı, evi ve yaşantısı ifşa edilmekte midir?

Bu sorular bağlamında seçilen fenomenlerin paylaşımlarının analizi yapılmış ve elde edilen bulgular dahilinde mahremiyetin sosyal ağlarda ne denli bir değişime uğradığı konusu üzerinde durulmuştur. Analize katkı sağlaması açısından Klaus Krippendorff'un birimleştirme kategorileri de kullanılmıştır. Birimleştirmelerin beş çeşidi bulunmaktadır. Her bir birimleştirme analize katkı sağlaması açısından bir amaç doğrultusunda kullanılmıştır. Krippendorff, hepsinin birlikte kullanımının mümkün olduğu gibi içlerinden amaca yönelik olarak seçim yapılabileceğini de belirtmektedir. Birimleştirme gerçekleştirilirken dikkat edilmesi gereken hususlar kültür, dil ve gramerin iyi bilinmesidir (Aziz, 2015: 140-141).

Fotoğraf paylaşımları ise Instagram fenomenleri kategorisinde sınırlanmakta olup seçilen üç Instagram fenomeni paylaşımları özelinde içerik analizi yöntemi ile ele alınmıştır. Moda ve makyaj gibi kategoriler ya da genel anlamda hayat stili paylaşımları yapan üç Instagram fenomeni, amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Amaçlı örneklem yönteminin seçilme nedeni çalışma sınırlılıkları içerisinde belirli nedenlerden dolayı araştırma için gerekli olan doneleri elde etme imkanı sunmasından dolayıdır.

İçerik analizine ek olarak Klaus Krippendorff'un belirlediği birimleştirmelerden de yararlanılmaktadır. Öncelikle beş çeşidi bulunan ve her biri bir amaç doğrultusunda kullanılan birimleştirmelerden hepsi birlikte kullanılabilirdiği gibi içlerinden amaca yönelik olarak seçim de yapılabilmektedir. Ana amaç ve yan amaçlar doğrultusunda gerekli birimleştirmeler yapılır. Çalışma kapsamında ise bu beş birimleştirmeden üç tanesi olan fiziksel, önermesel ve konusal olanlar analize dahil

edilmektedir.

## 1. Küreselleşme ve Toplumsal Dönüşüm

Anthony Giddens'a göre sosyologların küreselleşme olarak tanımladığı süreç çok yönlü bir süreçtir. Spor alanında örnek sunan Giddens, spor müsabakalarının dahi küreselleşmeye katkıları olduğunu vurgular. Ona göre uluslararası spor müsabakaları sadece küreselleşme sürecini ortaya koymakla kalmaz aynı zamanda bu sürece katkıda da bulunmaktadır. Uluslararası sporcular bir araya gelir, izleyici küreselleşir ve televizyona yönelim artar. Bunun beraberinde birçok farklı ülkeden reklamcılar duruma dâhil olur ve ilgi gösterenlerin her yönden sayısı katlanarak artar (2019: 118). Küreselleşme kavramı son yıllarda, siyasette, iş dünyasında ve medyada yapılan tartışmalarda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Ancak bununla birlikte günümüzden yalnızca otuz yıl önce bu kavram çok fazla bilinip kullanılmıyordu. Küreselleşme kavramı olumlu sonuçlarıyla da ön plana çıksa bir şekilde bireyler, şirketler, gruplar ve ülkelerin git gide birbirine bağımlı duruma geldiği bir dünyaya da atıfta bulunmaktadır (Giddens ve Sutton, 2019: 134).

Küreselleşme, hızı ve değişimi ile toplumları da etkisi altına almıştır. Modernite ve küreselleşme sanayi toplumları ve sonrasında hızlı bir şekilde iç içe geçmiş ve birbirlerine ivme kazandırmıştır. Modernite küreselleşme olmadan açıklanamayacağı gibi küreselleşme de moderniteden bağımsız bir şekilde ele alındığında eksik kalacaktır. Birçok ülkenin sosyo-ekonomik sınırlarını aştığı bir dönemde geleneksel varsayımlar bir kenara bırakılmıştır. Modernite ile birlikte küreselleşmenin dinamikleri dünyayı giderek küçültmüştür ve ülkeler giderek birbirine daha da bağılı hale gelmiştir. Zaman-mekân ve bundan dolayı yerel ve uzak, geleneksel ve yabancı olana ilişkin algımız, elektronik ve uydu iletişimi, ulusötesi şirketler ve uluslararası, hatta küresel politik otoriteler bağlamında yeni anlamlar kazanmıştır. Bunun çekirdeğindeki kavram olarak ise modernitenin küreselleşmesi görülmektedir (Bilton, Bonner, Jones, Lawson, Skinner, Stanworth, Webster, 2008: 44).

### 1.1. Küreselleşme ve Modernitenin Süreçleri

Küreselleşme bağlamında ön plana çıkan zaman ve mekânın birbirinden ayrılması durumu geleneksel olarak mekanik bir saatle, yıllık sezonluk, doğrudan zamanın belirlenebildiği bir tekil mekân ya da yer ile ilişkilidir. Ancak günümüz koşullarında zaman ve mekân bağımlılığı ortadan kalkmış ve geleneksel yüz yüze etkileşim zorunluluğu değişmiştir. Bilgisayar ağları ile küresel iletişimler tüm bu bağımlılık ve zorunlulukları ortadan kaldırmıştır (Bilton vd., 2008: 47).

Toplumsal sistemlerin bağlamından kopartılması küreselleşmenin ikinci bir boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunu sosyal ağların ya da ilişkilerin yerel etkileşim bağlarından kopartılması olarak tanımlamak mümkündür. Gelişmiş modern toplumda, örneğin parayı mübadele etmemizi sağlayan sosyal ilişkiler, herhangi özel bir mübadele ya da ticari muamele örneğine bağılı değildir: Bu onu kabul edilebilir kılan paranın arkasında yatan bağlamından kopartılmış görün-

mez, kurumsal ilişkilerdir. Bankaların likiditesi, kredi kartlarının para değeri olduğunun kabulü, çeklerin takas edilmesi gibi... (Bilton vd., 2008:47).

Küreselleşme bağlamında ön plana çıkan üçüncü husus ise, toplumsal ilişkilerin düşünömsel düzenlenişidir. Bireyler, hangi davranışta bulunacaklarına küresel dinamiklerin etkisiyle karar verirler demek kısa bir özet niteliğinde olacaktır. Bireyler, hangi davranışta bulunacaklarına, karar verdiklerinde geçmişlerinde kesin olduklarını düşündükleri şeylere güvenmekten ziyade, risk analizine girerler. Bu sorgulama hali modernitenin dinamikleriyle de arttırılmaktadır. Geleneksel hayatın emin oluşu ve dar görüşlölüğünün yerini referans noktası olarak hem küresel hem de yerel olan bir kültürün modern belirsizlikleri alır (Bilton vd., 2008: 48).

## 1.2.Küreselleşmenin Unsurları

Küreselleşme süreci, dünya üzerinde insanlar arasındaki etkileşimin kapsamını ve hızını arttıran enformasyon ve iletişim teknolojilerinin ilerlemesi ile yakından ilişkilidir. Örnek olarak baktığımızda birçok yayın, uydu teknolojisi, küresel televizyon bağlantıları, deniz altı iletişim kabloları, hızlı geniş bant internet bağlantıları ve genişleyen internet erişimi ile dünya üzerindeki milyarlarca insan tarafından canlı olarak takip edilebilmektedir. Bu örnek küreselleşmenin dünyanın her bölgesinde yer almaya başladığının göstergesidir (Giddens ve Sutton, 2019: 135).

Giddens, küreselleşmenin etkilerini ve unsurlarını da irdelemektedir. Bu bağlamda "bilgi teknolojileri" bağlamında iletişimdeki patlamanın bir dizi önemli teknolojik gelişme sayesinde gerçekleştiğini vurgulamaktadır. İkinci Dünya Savaşından itibaren gelişen teknolojik alt yapının giderek daha ulaşılabilir ve maddi anlamda daha ucuz hale geldiğini vurgulamaktadır (2019:136-137). "Bilgi akışları" bağlamında ise küresel medya ve bilgi akışlarını kastetmektedir. Bilgiye ulaşmanın daha kolay hale geldiği, insanların kültürel ilişki olanaklarını genişletmesini vurgular. Küresel medya insanların evlerine her gün haber, görüntü ve bilgi taşımakta, onları dış dünya ile doğrudan ve sürekli bağlantılı hale getirmektedir(Giddens, 2019:139). Son olarak ise vurgulanan husus, "kültürlerin ve ekonomilerin birbirine geçmesi" dir. Bilgi çağı ile birbirine bağlı hale gelen ekonomiler ve birbirini tahakküm altına alan kültürler karşımıza çıkmaktadır. Kutupların giderek birbirine yaklaşması, etkileşimlerin dozunu arttırmış ve hızlı bir dönüşümü mecbur kılmıştır.

## 2. Gözetim Toplumu ve Gözetim Pratikleri

Gözetim olgusu, insanlık tarihi boyunca karşımıza çıkan önemli bir denetleme mekanizmasıdır. Uygulanabilirlik olarak çeşitliliği artan ayrıca teknolojinin de alana girmesiyle birlikte daha kolaylaşan gözetim, Panoptikon kavramı ile somutlaşmaktadır. Tarihçe olarak kavram, Jeremy Bentham'ın Panoptik hapisane mimarisinde bireylerin denetimi ve ıslahı için yaratılmış bir model olarak karşımıza çıkmaktadır. "Çevrede halka halinde bir bina, merkezde bir kule; bu kulenin iç cephesine bakan geniş pencereleri mevcuttur. Bir tarafı merkez kuleye bakarken ışık almasını sağlayan dış pencereleri vardır. Bu durumda merkezi kulede tek bir gözetmen ve her bir hücreye

tek bir kişi kapatmak yeterlidir (Foucault,2006:295-296). Bu noktada Foucault'a göre görünürlük bir tuzaktır. Panoptikon'da mahkûm gözetim altındadır ancak kendisini denetleyenleri görememektedir. Ne zaman denetlendiğini bilememektedir. Bu bağlamda mahkûm bir bilginin nesnesiyken, iletişimin içinde olamamaktadır (Foucault,2006:296). Foucault'nun nazarında, dönemin düşünürleri ve hukukçuları insanın doğa durumunu, haklarını, toplum sözleşmesini ve ulusal iradeyi tartışırken, ordu büyük bir makine inşa etmekte ve bedenleri bu makinenin uysal bir dişlisi olarak görmektedir. Makinenin uysal dişlilerinin yaratımı ise, bedenleri eğitecek disiplin teknikleri geliştirmeye mümkün görünmekteydi. Burada disiplinin asıl hedefi bedeni daha fazla uysallaştıran süreçler sayesinde ondan en yüksek verimi elde etmek olarak algılanmaktadır (Urhan, 2013: 269). Bu modelde dikkat çekici ve ıslah edici özellik kimin ne zaman sizi gözetleyeceğini bilememeniz durumudur. Belirli zamanlarda denetlenip gözetleneceğini bilen bir birey sadece bu sınırlı sürede hal ve hareketlerine çeki düzen verir.

Panoptikon yani gözetim tekniğine dayanan iktidar biçimi sadece hapishanelerde değil, okullarda, kırsalalarda, hastanelerde de yaygınca kullanılan bir biçim olarak karşımıza çıkmaktadır. İktidarın gücünü onama ve toplumu denetleme mekanizması olarak her dönem kullandığı gözetim olgusu Marx'a göre kapitalist dönemde de iş gücünü denetlemek ve üretim bağlamında işçileri gözetim altında tutmak için de kullanılmaktaydı. Kapitalizmle birlikte fabrikalarda baş gösteren gözetim pratikleri, modernleşmenin ivme kazanmasıyla da farklı yöntemlerle daha da geniş alanlara yayılmaya başladı. Ayrıca modern toplumlarda gözetimi sağlayan bir diğer uygulama da tüketim politikaları haline evrildi. Tüketim kültürü içinde mağazalar ve bankalar, indirim ve taksitlendirme gibi promosyonlarla insanları kayıt altına almaktadır. Bu kayıtlarla ve datalarla kişiler hakkında birçok bilgiye sahip olunabilmektedir (Tümurtürkan,2010:15).

Bahsedilen modern dönem gözetim pratikleri giderek evrilerek Bentham'ın panoptikon modelini geliştirdi. Bu kavramın siber mekânlara taşınmış ve dijital medya aracılığı ile gözetime izin veren varyasyonuna 'sinoptikon' denmeye başlanmıştır. Enformatik olarak bağlanan, enformasyon depolayan yerler, gözlenmekten kaçılmayacak yerlerdir. Her bir kredi kartı kullanımı ve her bir satın alma eylemiyle biriken verilerin sonucunda bir sinoptikon karşımıza çıkmaktadır. Panoptikon sakinleri, üreticiler ve/veya askerlerken, onlardan tekdüze davranış sergilemeleri beklenir. Sinoptikon da ise veri tabanı, güvenilir ve güvene layık müşterileri kabul etmektedir. Hayatlarında gözetlenecek bir şey olmayan ve tüketim için uygun görülmeyen insanları sistem dışına itmektedir. Sinoptikon sakini olmak için iyi bir kredi geçmişiniz olmalıdır. Yasaklı veya borçlu bir bireyseniz sinoptikon sizi güvenilir bulmayacaktır (Bauman,2010: 60-61) .

Panoptikon, zorlayıcı ve baskıya dayanan yerel bir gözetimi ifade ederken; sonrasında üretilen kavramların temeli gönüllülük ve bireysel rızaya dayalı denebilmektedir. Küresel çapta elektronik gözetimi tanımlayan ve yaygın kabul gören sinoptikon ve omniptikon kavramları, postmodern yaşam örüntülerini anlayıp tanımlamak üzere kullanılan yeni izlekler olarak görünürlük kazanmaktadır (Bitirim Okmeydan, 2017:60).



Esasında panoptikon metaforundan türeyen bu ve benzeri kavramların tümü, panoptikonda olduğu gibi gözetimin baskı ile değil; elektronik hâkimiyete dayalı gönüllü olarak kabul edildiği gerçeğine vurgu yaparak giderek küreselleşen ve dijitalleşen gözetim olgusunu açıklamak üzere kullanılmaktadır. Günümüzde panoptikonun katı sabitliği çözülmüş durumdadır, zira her şeyin ötesinde, panoptik-sonrası bir dönem hüküm sürmektedir (Bauman&Lyon, 2013, s.19).

Omnipantik ise, internet çağında herhangi bir zaman dilimi içinde, kimin izleyen ya da izlenen olduğunu bilmeyen bir çoğunluğun, birbirlerini sürekli gözetlemesine denilmektedir. Bu niteliği ile omnipantik kavramı, siber ortam içinde herkesin birbirini izleyip karşılıklı bir şekilde gözetleyebilmesine atıfta bulunur. Bu durum değişim gösteren gözetim pratiklerine dikkat çekerken, ‘gönüllü gözetim’ kavramını da değişen kültürel pratikler bağlamında karşımıza çıkarır.

Gözetim pratiklerinin modern toplum yapısı içinde nasıl uygulandığına baktığımızdaysa, bahsedilen dijital ortamlar üzerinden yapılan gezintiler, alışverişler ve internette bırakılan izler toplanarak analize tabi tutulmaktadır. Günümüzde internette yapılan gezintilerin takibi yapılabildiği gibi sadece bu alanla da sınırlı kalmamaktadır. ATM’den para çekme ya da herhangi bir mağazadan alışveriş yapma gibi gündelik hareketlerimizde sistem için büyük birer veri kaynağı haline gelmiştir.

İnternette ziyaret edilen web sitelerinin izlenmesi, elektronik postaların okunması, kredi kartları yoluyla işlemlerin denetim altına alınması ve bu yolla çıkarılan tüketici profillerinin veri bankalarında depolanması, şehirlerin ve işlek merkezlerin kameralarla izlenmesi, cep telefonlarının takip edilebilmesi, sinyallerin takip edilmesi gibi örnekler daha da çoğaltılabilmektedir. (Dolgun, 2008: 14). Böylelikle kişiler gerek kamusal gerek özel alan içinde gündelik yaşamları ve toplumsal ilişkileri elektronik gözler tarafından sürekli izlenebilir hale gelmiştir (Tümurtürkan, 2010: 6).

Tüm bu eylemlerin sonuçları düşünüldüğü takdirde ortaya çıkan tablo; modern toplumlarda kişisel verilerin her gün en hassas ayrıntılarıyla birlikte büyük şirketlerin ve devlet dairelerinin veri tabanlarında depolandığı gerçeğidir. ATM’den para çekmek gibi basit bir hareketten cep telefonu kullanmak ya da internete giriş yapmaya kadar her aşamada bir iz bırakılmaktadır. Modern hayatın bu unsurlarına tabi olarak ve her gün bu hareketleri tekrarlayarak gözetim toplumunun bir parçası haline gelmekteyiz.

Bu gözetimin toplumunun gönüllü olarak parçası olmak ise veri paylaşma isteğinden de kaynaklanabiliyor. Yuval Noah Harari, “Eğer yirmi yaşın altındaysanız ikna edilmeye bile ihtiyacınız yok” demektedir. “Kaydet, yükle, paylaş!” söylemi ile daha genç jenerasyon için bu sistemin gönüllülük üzerinden yürüdüğü vurgusunu yapar. Dataist olarak nitelenen bu grup için veri paylaşımı yapmak ve o hızı yakalamak önemlidir. Bireyi devasa olarak nitelediği bu sistemin içinde minik bir çip olarak imgeler. Her gün elektronik postalar, telefon konuşmaları ve makalelerden oluşan sayısız veri bitinin işlendiğini ve dünyadaki milyonlarca insanın bu döngüye katılarak tüm bu veri bitlerinin birbiri ile kavuşturulduğunu vurgulamaktadır. Bu sistemin gücü tüm bu minik veri bitlerini kullanarak anlamlı bilgilere dönüştürmesinden gelmektedir (2018:402).

### 3. Mahremiyet Sorunları

Mahremiyet ya da özel alan olgusu, günümüzde insanların toplumsal yaşamlarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Mahrem alanın belirlenmesinde kültürdeki yerleşik ahlaki değerlerin, dinin, bireysel farklılıkların ve zaman faktörünün göz önüne alınması önemlidir (Utma,2018: 1197). Her kültürün dinamikleri olmasına karşın en temel haliyle kamusal alanın dönüşümü ve özel alanın yeniden şekillenmesi, bireyin aile hayatından başlayarak, evlerindeki mimariye kadar etki etmiştir. Mahremiyet ve özel alan; birey ve aile ile ilişkilendirilmesi görülmektedir. En temel haliyle ‘‘ Özel alanın çekirdeği olan aile alanına mahremiyet alanı denmektedir’’ (Habermas, 2018:131). Evlerdeki mimarinin bile değişen mahrem algısı ile yeniden şekillendiği dikkat çekmektedir. Kamusal alanda da mahrem algısı değişmeye başlamaktadır. Günümüz dinamiklerinin etkisi altındaki birey, teknoloji kullanımını üst düzeye taşımaktadır. İnternet aracılığı ile erişim sağladığı sosyal medya mecraları kişilerin mahrem paylaşımları ile dolmaya başlamıştır. Bireylerin daha önceleri mahrem olarak sınıflandıracakları kişisel bilgileri artık çok doğal birer paylaşım nesnesine dönüşmeye başlamıştır. Kültürel kodların da geride kaldığı ve genel sosyal medya kriterleri çerçevesinde paylaşımın gerçekleştiği bu dönem, bireylerin küresel anlamda trendleri takip etmeye başladığını göstermektedir. Normal koşullarda kültürel olarak ayıp ya da mahrem sayılabilecek bir paylaşım, sosyal medya trendlerine girdiği takdirde bir şekilde yapılması zorunlu bir pratik haline dönüşebilmektedir. Bireyler bu duruma karşı tepkisiz hale gelerek aynı davranışı tekrar eder. Bu durumda hem mahrem alan için bir soruna dönüşür hem de birey kendi kişisel bilgilerini büyük veri havuzuna eklemiştir.

İnternetin yaygın kullanımıyla günümüz toplumlarında dünyayı algılama ve kendini ifade etme biçimlerinde köklü değişiklikler görülmektedir. Bu yeni dünya içinde var olmanın, kendini ifade etmenin ve bir kimlik yaratmanın bu dünyaya adapte olmak bağlamında önemi dikkat çekmeye başlamaktadır. Modern insan bu yeni dünya içinde var olma çabasında bir yandan bireylerle yakınlaşır bir yandan da uzaklaşmaya başlar. Bu evrende bir kimlik yaratma çabasıyla paylaşım kaygısı gütmeğe başlar. Bu noktada karşımıza çıkan önemli hususlar: görme, gösterme ve gözetle(n)meye dayalı yeni bir iletişim şeklidir (Utma, 2018: 1193).

Gözetlenme pratiklerinin genişlemesi ve bireylerin paylaşım tutkusu ile kişisel bilgilerini internet ortamında sunması yeni bir kavramı ön plana çıkartmaktadır: ‘abartılı paylaşım’. Webster’s New World Dictionary editörleri bir araya gelerek Aralık 2008 tarihinde ‘abartılı paylaşım’ tamlamasını yılın buluşu seçmiştir. Bu yeni tamlama sosyal medya ile birlikte gelişmekte olan ‘yeni bir dil’ in ürünü olarak vurgulanmaktadır. Bu tamlama ile karşımıza çıkan bir diğer önemli unsur da ‘Dikizleme Kültürü’dür (Niedzviecki,2010:7). Abartılı paylaşım doğal olarak bir aşırılığı çağrıştırmakta ve dikizleme kültürüne de atıfta bulunmaktadır.

Hal Niedzviecki Dikizleme Günlüğü, adlı eserinde bu iki kavram arasındaki ilişkiyi irdeler. Günümüz davranış modeliyle, sosyal medyanın nasıl bir ilişkisi olduğunu ve nasıl mahremiyet olgusunu unutarak abartılı paylaşım yapıldığına dikkat çeker. “Paylaşım yapmak, daha en başından eğlenceli ve kendini ifade etme yöntemi olarak kişilerin üzerinde çok fazla düşünmeden bazı yeni davranışları benimsemesini sağlıyor. Karşı tarafta kim var, neden sevdiğimiz insanların fotoğraflarını teşhir ediyoruz, ne diye durup dururken sağlık sorunlarımızı tüm ayrıntıları ile yazıyoruz, en sevdiğimiz on komedi filmini sıralamamızın altında yatan gerekçe ne? (2010: 10)” Dikizleme kültürünün en temel özelliklerinden biri, artık hayatımızı gerçekten tanıdığımız insanlarla paylaşmamamız demektir. İtiraf etmekte zorlanılsa bile, aslında tanıdığımız kişiler yerine tanımadıklarımızla paylaşmayı amaç edinmekteyiz (Niedzviecki,2010: 18). Twitter ve Facebook gibi sitelerin artışıyla herkes dikizlemeye ve dikizlenmeye gönüllü olmaya başlamıştır. Teknolojinin gelişimiyle hayatımıza giren yeni araçları benimsemede çevre baskısı da göz önüne alınmalıdır. Medya ile sunulan hayatları yaşamak, ünlüler gibi olmak giderek yeni bir arzu haline gelmeye başlamıştır (Niedzviecki,2010: 25-26).

Kendimizi izlenir kıldığımızda, insanların bizimle ilgili yorum yapmasını sağladığımızda, belki ironik ama birey olduğumuzun bilincine varıyoruz. Dikizlenerek ne kadar özel ve ne kadar farklı olduğumuzu başkalarına göstermek istiyoruz. Dikizleme kültürünün bu denli yaygınlaşması, başkalarına ulaşma arzusu ve paylaşma çabasıyken aynı zamanda popüler kültürün bize enjekte ettiği ilgi çekme ve farkına varılma arzusu ile kimlik yaratma kaygısıdır (Niedzviecki,2010:42). Küreselleşme, birçok bağlamda ele alınabilirken gelişen yapılar kültürel, ekonomik ve bireysel olarak da değişimlere yol açmıştır. Enformasyon teknolojilerinin gelişimi birçok noktada değişikliklere neden olmaktadır. Birey ve toplumsal değişimler özellikle sosyal medya ve internetin yaygın kullanımıyla ilişkilendirilebilir.

#### 4. Örnek İnceleme: Instagram Fenomenleri Paylaşımları

Araştırmanın amacına uygun olarak, veri toplamak ve analizi gerçekleştirmek adına içerik çözümleme yöntem ve tekniği kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi toplumsal ya da toplumbilimsel araştırmalarda kullanılan bir gözlem tekniğidir. Görgül olarak yapılan dolaysız, yaygın gözlem teknikleri arasında, özellikle son 40-50 yıldan bu yana oldukça yoğun kullanılmaktadır. (Aziz, 2015: 131). İçerik çözümlemesinde özellikle üstünde durulan hususlar mevcuttur. ‘nesnellik’, ‘yansızlık’, ‘dizgelik’, ‘yinelenebilirlik’, ‘tekrar uygulanabilirlik’ ve sonuçta ‘işe yarayan değerli çıkarımla elde etmek’ (Krippendorff, 1984: 47-55 akt. Aziz, 2015: 134). Günümüzde alan çözümlemesinden mesaj çözümlemesine kadar birçok alana uygulanan içerik çözümlemesi çalışmada da veri toplama ve çözümleme çerçevesinde kullanılmaktadır.

Örneklemin seçilme aşamasında, amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, araştırmacı için çalışmasına yakın yani örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin, araştırmacının amaçlarına

en uygun yanıtı verebilecek birey ve objeler içinden seçilmesidir (Aziz, 2015: 55).

Amaçlı örneklem ile seçilen üç fenomen çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Fenomenler, fotoğraf paylaşımları üzerinden analiz edilmiştir. Instagram hem bir gelir kaynağı hem de onaylanma aracı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda dijital kimlik ve bireylerin sosyal medyada var olma kaygıları gibi öğeler karşımıza çıkmaktadır. Dijital kimlik teknoloji ile birleştirilmiş davranış kalıplarının oluşturulması olarak ele alınırken, dijital kimliğin yaratımına da dikkat etmek önemlidir. Elektronik etkileşim araç ve ortamlarını kullanırken kritik yapabilen, interaktif ortamda gerçekleştirilen hareketlerin ahlaki neticelerine ilişkin fikir sahibi olan, etik interaktif etkileşimde bulunabilen, bilişim, sanal ortam ve sosyal medyayı kötüye kullanmayan bir profil çizmek gerekliliği vurgulanmaktadır (Gündüz, 2016: 51). Bu bağlamda her şeyin teorik olarak kuralına uygun bir şekilde gerçekleştiği düşüncesi gerçekçi değildir. Bireylerin sosyal medya kullarımlarını etkileyen birçok dinamik söz konusudur. Son zamanlarda ise özellikle karşılaşılan ve genç bireylerin yeni hayalleri haline gelen ‘fenomen’ olma bu mecralar sayesinde tanınma arzuları da bu alanların kullanımını arttıran sebeplerden bir tanesi hatta belki de en önemlisi olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Bir başka dinamik olarak baktığımızda gençliğin ve sosyal medya kullanımının psikanalisttik bir analizini sunan Arthur Asa Berger (2018:191), bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve sosyal medya arasında güçlü bir ilişki olduğunu altını çizmektedir. Bazı insanların neden cep telefonları, bilgisayarlar ve birbirleri ile sosyal medya siteleri aracılığı ile mesajlaşarak o kadar çok vakit geçirdiklerini irdeler. Bir neden olarak inanılan bakış açısı, bahsedilen araçların insanları birbirine bağlayarak modern toplumda yaşadıkları ayrılık duygusu, yalnızlık ve yabancılaşmayı unutturması iddiasıdır denebilir. Bu noktada altı çizilen modern toplumlarda var olmaya çalışan yalnız bireylerin var olma ve kendini gösterme kaygıları bu araçlar ile tatmine ulaştırılmaya çalışılmaktadır.

Herkesin hayatlarını gönüllülük ilkesi üzerinden paylaştığı bu platformlar kendilerini var etme ve görünür kılma kaygılarından ileri gelmektedir. Televizyonda her zaman izlenen örnekler pratikte ulaşılamaz olarak görülmekteydi. Bireyin salt kendi olarak televizyon ekranında yer alması da çok olanaklı gözükmemekteydi. Hiç ulaşılamayan bu dünya internet aracılığı ile kendimizi gösterme ve kanıtlama alanına dönüşmeye başladı. Sosyal medya siteleri ve çeşitli paylaşım platformları sayesinde birey “Ben de varım ben de özelim!” deme imkânına ulaştı. Sanal ortamlar aracılığı ile bir benlik inşası ve var olma kaygısı ön plana çıktı. İnternet tabanlı paylaşım sitelerinin televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarını hızla geçmesi özellikle yeni neslin internetten görerek, öğrenerek ve üreterek dönüşmelerine neden olmaktadır. Ben özelim vurgusunun yaygınlaşmasının, bireylerin siber mekânlarda ve televizyon programlarında kendilerini duyurma çabalarıyla aynı zamana rastlaması tesadüfi bir durum değildir. Söz konusu ünlü olma çabası, yeni kategorilerde de ünlerini ortaya çıkarma çabasıdır. Ünlü birçok kişiyi düşünebiliriz, bir zamanlar hiç duyulmamış ama şimdi devamlı görünebilen bu fenomenler, her yerde boy göstermektedirler

(Niedzviecki, 2011: 32-33).

Ekran yüzü olma çekiciliği kavramı televizyon ile karşımıza çıkmış olsa da artık internette bir fenomen olabilmek bu kavramı çok gerilerde bıraktı. Televizyon yüzü, televizyonda çalışan sunucu ya da spikerler olabileceği gibi sıradan insanlar da olabilmektedir. Televizyon yüzü ya da bir başka deyişle ünlüsü olabilmek için dönemin koşullarının gerekliliklerine göre belirli şartları taşımak önemlidir. Bu kişilerin televizyon ünlüsü olarak ekranda var olabilmek şansları tamamen seyircinin onlara gösterdikleri ilgi ve izlenme oranlarıyla direkt ilişkilidir ( Erdemir Göze, 2015: 124). Görünür olma, sevilme yani kendimize güvenebilmemiz için illa ki başkalarından saygı görmek isteği aslında içi boşaltılmış bir tatmin duygusu olarak geçici bir çözüm sunmaktadır. Saygı kazanmak yüksek mevki ile eş görülen, kariyer vaat eden ve iktidar sahibi kişilerin saygıyı hak ettiği algısı tamamen statü endişesi ile karşılık bulmaktadır (Botton, 2008: 25). Statü sahibi olmak ve çoğunluğun içinden sıyrılmak kaygısı ise insanlara olmayan bir hayat yaratma, kurgusal bir yaşam sürme ve başkalarından farklı olduğunu vurgulama zorunluluğu hissettirmektedir. İnternet fenomenleri bu mantıkla ilerleyerek takipçi ya da tıklanma oranları üzerinden var oluşlarını devam ettirebilmektedirler. Ancak internet, televizyona kıyasla daha hızlı değişen ve enformasyon akış hızının çok daha hızlı olduğu bir alandır. Trendlerin her gün değişebildiği gerçeği, sürekli yeniliklerin takip edilmesini mecburi kılar. Bireylerin kendilerini oldukları gibi göstermelerinin yanı sıra sanal kimliklere de bürünebildikleri bir alandır.

Bu bağlamda fenomenler salt paylaşım amacının haricinde iş olarak da bu mecralarda var olan bireylerdir. Sosyal medyada ünlü olma, sevilme ve gelir elde etme amacıyla içerikler üretmektedirler. Çalışmada tüm bahsedilen unsurlar çerçevesinde belirlenen kriterler gözetilerek bir içerik analizi gerçekleştirilmektedir. Instagram uygulaması ve değişen mahremiyet algısı nedeniyle gözetimin bireyi nasıl daha kolay takip edebildiği ve genel anlamda sanal dünyaya nelerin ifşa edildiği belirlenen beş soru/kategori çerçevesinde analiz edilmiştir. Süre kısıtı nedeniyle Mart 2020 tarihli tüm paylaşımlar analize tabi tutulmuştur.

Çalışma içinde, fiziksel birim, önermesel birim ve konusal birimlerden faydalanıldı. Kısaca bahsetmek gerekirse, fiziksel birimler, çözümlenmek istenen mesajın yer aldığı aracın (gazete, dergi kitap) fiziki olarak incelenmesidir. Fiziksel olarak kapsadığı alan süre, saat, uzunluk ve sahnenin ölçülmesi gibi. Önermesel birimler, televizyonda bir reklamda, söylenen bir sözcüğün analizi ya da bir içeriğin subjektif olarak ne söylemek istediğinin üzerinde durulması olarak ele alınabilir. Bu tür birimleştirmelerde öznellik olduğu bilinmeli ve göz önünde bulundurulmalıdır. Son olarak ise konusal birimler, bir mesajdaki anlatım, açıklama, yorum içeriklerinin özel yapısal tanımlamasıdır (Aziz,2015:139-141). Örneğin bir gönderinin konusu ya da konularının çıkarımını sağlamak açısından kullanıma uygundur. Bir ileti siyasi içerik taşıyabildiği gibi ekonomik içerik de taşıyabilir. Tematik olarak çıkarımlarda bulunmak açısından kullanılabilir.

Analize konu edilen fenomenlerle ilgili bilgiler ise aşağıda verilmektedir. Fenomenlerden ilki Meriç Keskin, kendisini Instagram profili aracılığıyla şu şekilde anlatmaktadır: “Hava alanında detektörden iki kere geçer yine de öter okur yazar gezer tozar yer içer.” Örneklem fenomen hayat tarzını, gezdiği yerleri ve yediği yemekleri genel olarak paylaşmaktadır. Özel hayatını profili aracılığıyla kamuya açık hale getirebilmektedir. İkinci olarak analize konu olan fenomen Selin Ciğerci Çıra, en çok takipçisi olan fenomendir. Instagram profili ve sosyal ağ kullanımının yanı sıra kendi kozmetik markası Selin Beauty aracılığıyla da tanınmaktadır. Profilinde reklam, iş birliği ve Selin Beauty markası için toptan satış telefon numaraları bulunmaktadır. Eşi, evi, arabası ve bulunduğu kamusal alanları paylaşan fenomenin profili aracılığıyla özel hayatına dair fikir edinmek mümkündür. Son olarak Ece Tuncel daha çok marka ve kıyafet tanıtımı yapan ve kombin paylaşan bir fenomen kategorisindedir. Evinde ya da bulunduğu kamusal alanlarda kıyafetlerini ve kullandığı kişisel ürünleri görmek mümkündür. Profili aracılığıyla kendisi ve yaşam tarzına ait fikir edinmek, eşi ve evcil hayvanı dahil başka kişisel bilgileri öğrenme imkanı bulunmaktadır.

#### 4.1. Analizler ve Bulgular

İÇERİK ANALİZİ	MERİÇ KESKİN		SELİN CİĞERCİ ÇIRA		ECE TUNCEL	
	Sayı / % oran	Toplam:13 paylaşım	Sayı / % oran	Toplam: 2 paylaşım	Sayı / % oran	Toplam: 17 paylaşım
<b>1) Paylaşılan fotoğraf hesabın kullanıcısının kendi fotoğrafı mıdır?</b>						
Evet	13 / %100		1 / %50		17 / %100	
Hayır	-		1 / %50		-	
<b>2) Fotoğrafın çekildiği alan özel alan mıdır yoksa kamusal bir alan mıdır?</b>						
Özel alan	3 / %23		2 / %100		4 / %24	
Kamusal alan	10 / %77		-		13 / %66	
<b>3) Fotoğrafta yiyecek içecek paylaşımı ya da günlük bir alışkanlığı mevcut mudur?</b>						
Yemek	3 / %23		-		-	
İçecek	7 / %54		1 / %50		-	
Alışkanlık	3 / %23		1 / %50		4 / %24	
<b>4) Fotoğrafta kişisel eşya ya da özel bir unsur mevcut mudur?</b>						
Kişisel eşya	5 / %38		2 / %100		3 / %18	
Özel unsur	4 / %31		2 / %100		1 / %6	
<b>5) Fotoğrafta bireyin özel hayatı, evi ve yaşantısı ifşa edilmekte midir?</b>						
Evet	4 / %31		2 / %100		4 / %24	
Hayır	9 / %69		-		13 / %76	

**Tablo 1.** Instagram fenomenlerinin 2020 Mart ayına dair paylaşımlarının içerik analizleri

Birimlerin analizinde ise, Krippendorff'un birimleştirme kategorilerinden seçilen üç birimin analizinin yapılmasında ilk birim olan 'fiziksel birimler'in analizi aşağıdaki gibidir. Fiziksel birimleştirmede mesajın içeriğinden daha çok ampirik olarak elde edilen bilgilerin ele alınması ve iletilmesi söz konusudur. Bu kapsamda Instagram fenomenlerinin hesaplarının fiziksel incelenmesi gerçekleştirilmiş ve onlarda beş başlık altında toplanmıştır:

**1. Instagram hesabının ismi:** Meriç Keskin

**2. Instagram hesabının teması:** Yaşam, gezi, moda

**3. Takipçi sayısı:**265bin

**4. Ajansa bağlantısı:** Hayır

**5.Görsellik:** Ön planda

**1. Instagram hesabının ismi:** Selin Ciğerci Çıra

**2. Instagram hesabının teması:** Yaşam, gezi, tanıtım

**3. Takipçi sayısı:** 2,6 milyon

**4. Ajansa bağlantısı:** Evet

**5.Görsellik:** Ön planda

**1. Instagram hesabının ismi:** Ece Tuncel

**2. Instagram hesabının teması:** Sağlıklı yaşam ve moda

**3. Takipçi sayısı:**209 bin

**4. Ajansa bağlantısı:** Hayır

**5.Görsellik:** Ön planda

'Önermesel birimleştirme', yorumlama gerektiren bir birim incelemesi olarak, hesapların sahiplerinin daha sübjektif önermeler ile analiz edilmesinden elde edilen çıkarımlara bizleri götürür. İlk hesap olan Meriç Keskin'in 2020 Mart ayında yaptığı tüm gönderilerin analizi kapsamında elde edilen önermesel birimler, birey olarak yaşam tarzını, hayatını ve gezdiği yerleri sergilemektedir. Kendisini Instagram hesabı üzerinden kamuya açan ve hayatını paylaşmaktan çekinmeyen bir Instagram fenomeni önermesini bizlere göstermektedir. Birey olarak göstermek ya da sergilemekten çekineceğimiz noktalarda paylaşım yapmanın normal hale gelmesi hususunda önemli bir örnek olarak görülmektedir. Aynı şekilde diğer Instagram fenomeni Selin Ciğerci Çıra'nın ise Mart 2020'ye dair yaptığı iki paylaşım üzerinden kendisini ve eşini Instagram üzerinden paylaştığı ve ev yaşamlarını aslında mahrem alanlarını takipçilerine gösterebildiği önermesi elde edilmektedir. Eşi ile telefon görüşmesi ve günlük hayattaki alışkanlıklarını gösteren bir diğer paylaşımı da yine mahremiyetini Instagram gibi bir sanal mecrada paylaştığına dair bir birim elde etmemize yardımcı olmaktadır. Ece Tuncel kullanıcısının ise günlük alışkanlıklarını, yaptığı sporları ve günlük hayatta

giydiği kıyafetleri göstermesi evinde evcil hayvan beslediğine dair paylaşım yapması, Instagram içinde takipçilerinin fenomene dair elde edebileceği özel bilgilerin yalnızca birkaçıdır. Çalışmanın sınırlılıkları kapsamında mahrem olanın incelenmesi ve gözetleme pratiklerine ne gibi donelerin sunulduğunu gösterimi açısından bu bilgiler sadece Mart 2020 tarihli tüm paylaşımlar olarak sınırlandırıldığı için daha farklı içeriklerin analizini kapsam dışı bırakmaktadır. Ayrıca fenomenlerin paylaşımları içinde marka işbirlikleri ve aslında reklam olarak da kullanabildikleri bir takım unsurlar da incelenmediği için çalışmanın kapsamına girmemiş ve analize dâhil edilmemiştir.

‘Konusal birimler’ bir mesajdaki anlatım, yorum içeriklerinin analizi olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda paylaşımların konuları ön plana çıkmaktadır. Tema olarak paylaşımların hangi konuya da temaları taşıdığı üzerinden birimleştirme yapılmaktadır. Tema olarak genel bir çıkarsama yapıldığında her zaman için paylaşımların ilgi çekme, görsel olarak ön planda olma ve standartların üzerinde bir yaşam stili sunma gibi bazı ana temaların etrafında toplandığı dikkat çekmektedir. Herhangi bir şekilde sıradan bir paylaşım bulunmamakta ve hep çok özenilmiş bir içerik sunulmaktadır. Günlük hayattan ve gerçekliklerden uzak herhangi bir yaşamsal kaygı gütmeyen ve tüketim odaklı içerikler empoze edilmektedir. Bu kişilerin giyim, yaşam tarzı olarak neleri tüketmeyi tercih ettiklerinin yanı sıra yiyecek ve içecek kapsamında yani alışkanlıkları olarak da tüketmeyi seçtikleri temaları öğrenmemizi sağlamaktadır. Hesapların ana konu/temaları tüketim kültürü ve lüks tüketim eksenindedir.

Yapılan içerik analizine konu olan üç fenomenin Mart 2020 tarihli bir aylık paylaşımlarının kendi fotoğrafları olduğu ya da çok yakın ve birlikte yaşadığı kişilerin fotoğrafları olduğu belirlenmiştir. Selin Ciğerci Çıra'nın eşi ile paylaşım yaptığı bulgulanmıştır. Instagram hesaplarının kendilerini merkeze alarak oluşturulduğu ve bu noktada gelir elde etme, takipçi kazanma ve tanıtım yapma gibi kritik noktalarda ön planda kendilerinin olduğu göze çarpmaktadır. Özel alan ve kamusal alan olarak içerik analizinde saptanan mekanlar değişkenlik göstermekte Selin Ciğerci Çıra hariç diğer iki fenomenin kamusal alanda yer aldıkları görülmektedir. Paylaşılan içeriklerde ön plana çıkan unsurlar kişisel bilgi, alışkanlık ve devam ettirdikleri bir hobi şeklinde sıralanabilir. Fenomenlerin hepsinin bir alışkanlığını tespit etmek mümkündür. Mart 2020 tarihine ait paylaşımlarda yiyecek ve içecek paylaşım oranları ise en çok içecek paylaşımı yönündedir. Fenomenlerin paylaşımlarında hem kişisel eşya hem de özel unsurlar saptanmıştır. Mahrem algısının dönüşümü bu noktada dikkat çekmektedir. Bu noktada akla gelen ‘‘Sosyal ağlar olmasa örnek olarak incelenen fenomenlerin bahsedilen alışkanlık, kişisel eşya ya da özel unsur olarak analize konu olan bilgilerine ulaşmak mümkün olur mu?’’ sorusudur. Son olarak bulguların konu ev ya da özel hayatının gösterilip gösterilmediği yönündeki analizdir. Bu noktada kamusal alanda olan paylaşımlar mevcut olsa da, ev ve özel alan içinden yapılan paylaşımlarında bulunduğu yönündedir. Sadece ev içinden yapılan paylaşımlar dışında büyük oranda kamusal alanda yapılan paylaşımlarda dikkat çekicidir.



## SONUÇ

Gözetim olgusu ve gelişen teknolojiyle birçok yeni gözetim pratiğinin doğması gözetim toplumunun var oluşunu çok daha kolaylaştırmaktadır. İnternet üzerinden gerçekleştirdiğimiz her etkinlik birer iz olarak büyük veriye eklenmektedir. Bu verilerin işlenerek birer bilgi haline dönüştürüldüğü ve farklı amaçlar için birçok alana ulaştırıldığı da bilinmektedir. İnterneti ve sosyal medyayı bu anlamda kullanmak bir kişi hakkında hatırı sayılır derecede bilgi öğrenmeyi sağlamaktadır. Birçok resmî kurum ve büyük şirketler de bu yola başvurmaktadır.

Instagram fenomenlerinin içerik üreticisi olarak sundukları aslında birey olarak kendilerinin tüketimi, emtialaşmaları ve dikizleme kültürüne dahil olmak olarak görülebilir. Gözetim toplumunun günümüz pratiklerinde kullandığı internet ortamının, fenomenler tarafından her türlü kişisel bilgilerinin ve günlük yaşamlarının ifşa edilmesi yoluyla büyük veri havuzlarına katıldığı görülmektedir. Kendilerini gözetleyebildiğimiz ve buna izin veren bu sistem içinde ünlü olma, fenomen olma ya da maddi kazanç elde etmek gibi kaygılar güderek kendilerini birer tüketim unsuruna dönüştüren bireylerin adeta yarıştığı sosyal medya hem gözetim toplumunun pratiklerini eğlence sektörü ile birleştirmekte hem de dikizleme kültürünün en güzel örneklerinden bir tanesini sunmaktadır. Bu bağlamda çalışma içinde analize konu olan üç Instagram fenomeninin Mart 2020 tarihine ait tüm içerik paylaşımları incelenmiştir. Bu kapsamda bireylerin mahrem sayılabilecek konulardaki tavırlarını anlamak adına beş kategoride paylaşımları incelenmiştir. Elde edilen bulgulardan ilki, hesap sahibi fenomenlerin genel olarak kendi fotoğraflarını paylaşmayı tercih ettikleridir. Kendilerine özel bir evren yaratarak özenilesi bir hayat yaşadıkları algısını oluşturmaktadırlar. Kendileri dışında yakınları ya da eşleri ile fotoğraf koydukları da görülmektedir. Kişisel fotoğrafları bağlamında buldukları kamusal alanlar çoğunlukla lüks mekânlar ya da lüks aktiviteleri paylaşacakları ortamlardır. Sıradan ya da ilgi çekmeyecek içerikler hesaplarında mevcut değildir. Örneğin pahalı bir mekanda yemek yerken ya da kayak benzeri bir spor yaparken içerik paylaşırlar. İkinci olarak toplumsal normlar açısından ele alındığında en büyük deformasyonu yaratan ve temelde değişimi net şekilde gözler önüne seren alışkanlık olarak yiyecek-içecek paylaşımı ön plandadır. Kısa bir süre öncesine kadar kişilerin yedikleri ya da içtiklerini paylaşması veya göstermesi hoş karşılanmayacak bir davranışken dönüşümün apaçık görüldüğü kategori burası olmuştur. Ele alınan fenomenlerin tamamı yiyecek ya da içecek paylaşımı yapmaktan çekinmemektedir. Elde edilen bir diğer bulgu ise; fenomenlerin özel eşya ya da özel bir unsuru paylaşmaktan çekinmemesidir. Her fenomenin takipçi sayısı incelendiğinde muhatap oldukları kesim büyük bir çoğunluktur. Çok geniş bir kesime hitap etmelerine rağmen fenomenlerin özel alan ve özel eşya paylaşımını yadırganmadan gerçekleştirildiği görülmektedir. Son olarak ise analize konu olan üç fenomeninde ev yaşantısından kesitler paylaştığı görülmektedir. Kamusal alan paylaşımları da mevcut olan fenomenlerin ev hayatlarını da paylaşabildikleri, bu alanlara dair görsellerin hesaplarında yer aldığı saptanmıştır.

Birimleştirmelerin sunduğu bulgularda göze çarpan unsurlar, her bir konu ya da temanın muhakak tüketim ve tüketime teşvik ile bağdaşmasıdır. Tüketim algısı bu mecralar için bir gelir kaynağı niteliğindedir. Çalışmanın ana konusu tüketim olmasa dahi bu hususa kısaca yer vermek sistemin işleyişinin anlaşılabilirliği açısından önemli bir noktadır. Bahsedilen üç fenomenin Instagram'ı bir ticari gelir kaynağına dönüştürmesi ve bu uygulama özelinde para kazanması tamamen emtia üretmelerinden kaynaklanmaktadır. İlk olarak kendilerini ve yaşantılarını sunarak takipçi edinip ön plana çıkma kaygısı söz konusuysen ikinci bir boyutta marka işbirlikleri ile elde edilen gelir söz konusudur. Bu kadar kusursuz bir imaj yaratmak ve özenilen bir yaşam sürmek, kendilerini birer tüketim unsuruna dönüştürmektedir. Günümüzde herkesin sentetik ihtiyaçlar çerçevesinde tüketime yöneltilmesinin bir diğer uygulaması da bu kanallarla gerçekleştirilmektedir. Gereksiz bir tüketim algısının pompalanması, olmayan ihtiyaçların yaratılması bu noktada büyük markaların işine yaramaktadır. Markaların büyük miktarlarda paralar ödeyerek yapacakları reklamların yanında, bu gibi fenomenlerin de kullanılması artık çok karşılaşılan bir durum haline gelmiştir. Kültür endüstrisi durmadan vaat ettiği şeylerle tüketicisini sürekli aldatır. Fiyakalı olay örgüleriyle görüntülerin sunduğu haz, vadesi sürekli uzatılan bir senet gibi geciktirilir: Bu gösteri, haince bir biçimde hiçbir zaman gerçekleşmeyecek bir vaatten ibarettir. Yemek yemek isteyen müşterinin sadece menüyü okumakla yetinmesini istemek gibi (Adorno, 2011: 72).Endüstrinin sunduğu paketli ve tüketime hazır emtiaların sunumu günümüzde çok daha kolaydır. İnternet ve sosyal ağlarla çevrili bir ortamda her an bir içeriğe rastlayabilmekteyiz. Fenomenlerin paylaşımların, ideolojinin yeniden üretimi ya da sistemin işleme şekline ele alabiliriz. Bu noktada yaptıkları paylaşımları ilgi çekici kılmak adına mahrem alanlarını kullanmaktan çekinmeyen fenomenler, tüketimi teşvik etmenin yanında normları ve kabulleri de değiştirmeye başlamıştır. Küreselleşme ve enformasyonun yayılma hızı da göz önüne alındığında özgün olarak korunaklı bir şekilde kalmak ve emperyal güçlerin dayattığı tektipleşmeden uzak durmak neredeyse imkansız görünmektedir.

Bu noktada yeni medyaların kullanımı bağlamında kuramsal olarak iki eğilim göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki yeni medyanın olumlu yönlerine eğilerek; demokratik bir ortam yaratarak bireylerin ve marjinal grupların kendilerini ifade etmek için yeni bir alan bulduklarına odaklanır. Diğer eğilim ise eleştirel medya iletişim çalışmaları bağlamında ele alabileceğimiz, kullanıcıların verilerini toplayan, analiz eden ve reklamcılara satan online sosyal ağların kullanıcılarını sömüren birer yapılanma olduklarını söylemektedir (Netchitailova, 2018: 4). Bu bağlamda yeni medyanın getirdiği hız, değişim ve enformasyon akışı olumlu kullanılabilirliği gibi olumsuz da kullanılabilirlikte ve bunun birçok örneği sanal ortamlarda gözlenebilmektedir. Bu nedenle küresel dünyanın sundukları her zaman bireyin faydasına olmayabilir. İnternet kullanımı, bankaya gitmeden para yatırabilmek gibi bir kolaylık sağlarken siber hırsızlık olaylarına da zemin hazırlamaktadır. Kısıtlı zaman nedeniyle internetten alışveriş yapmak kolaylık gibi gözükürken kişisel bilgilerinizin kötü amaçlarla kullanılmasına sebebiyet verebilmektedir. Bu tarz olumsuzlukların yanında iyi gelişmelere de vesile olan küreselleşme, hızı ve değişimi sürekli kılmaktadır.

Bireylerin giderek atomize olması, yalnızlık ile sosyal medyaya koşmalarına neden olmuştur. Yalnız bireyler sosyalliği reel yaşamda değil sanal ortamda bulmaktadır. Sanal gerçeklik aslında gerçek olmayanın bir araya gelmesiyle bir gerçeklik illüzyonu yaratmaktadır. Bireyler bu alanlarda sosyalleşebileceklerini, yalnızlıklarını giderebilecekleri illüzyonuna kapılmaktadır. Oysa ki anonimliğin olduğu, her türlü yanlış bilginin dolaştığı ve şeffaflık seviyesinin en alt seviyelerde olduğu bu platformlarda kimin gerçek kimin sahte olduğu anlaşılabilir değildir.

Bireylerin sahte birer hesap oluşturabildiği ve kendilerini hiç olmadıkları kişiler gibi sunabildikleri bu platformlarda, kişisel olan bilgilerini, mahremlerini paylaşma arzuları çok daha tehlikeli birer hal alabilmektedir. Instagram uygulamasından ulaşılabilen örneklem fenomenler, bu alanların faydalı kullanımları dışında ticari amaçlı kullanılabilirliğini göstermektedir. Kişisel bilgilerin, yaşam tarzlarının ve mahremlerinin emtialaşması bir dönüşümü göstermektedir. Mahremiyetin dönüşümünü tespit etmek kişisel alışkanlık, yaşam tarzının sergilenmesi ve yakın çevrenin gösterilmesi gibi paylaşımların incelenmesiyle mümkün olabilmektedir. Mahremin paylaşımı giderek sıradanlaştırılmıştır. Sabah yatakta günaydın selfileri paylaşmak trend haline gelmiştir. Bu noktada teknolojinin faydalı ve bir o kadar da başarılı kullanım örneklerinin yanında sunduğu sınırsızlık ile bireylerin her zaman bir adım daha ileri gitme isteklerini arttırdığı da örnekler üzerinden görülmektedir.

**KAYNAKÇA**

- Adorno, T. (2011). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, (Çev. Nihat ÜLNER, Mustafa TÜZEL, Elçin GEN), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Aziz, A. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Nobel Yayınları, Ankara.
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme* (Çev. Abdullah YILMAZ), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2013). *Akışkan gözetim* (E. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Berger, A. A. (2018). *Medya Çözümleme Teknikleri* (Çev. Nilüfer PEMBECİOĞLU), Nobel Yayınları, Ankara.
- Bilton, T., Bonnet, K., Jones, P., Lawson, T., Skinner, D., Stanworth, M., Webster, A., (2008). *Sosyoloji* (Çev. Kemal İNAL), Siyasal Kitabevi.
- Bitirim Okmeydan S. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: 'Panoptikon'dan 'Sinoptikon' ve 'Omnipoptikon'a, *AJIT-e, Online Academic Journal of Information Technology* 8(12), 45-69.
- Botton, A. (2008). *Statü Endişesi*, (Çev. Ahu Sıla BAYER), Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Chanda, N. (2009). *Küreselleşmenin Sıra Dışı Öyküsü*, (Çev. Dilek CENKÇİLER), ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- Dolgun, U. (2008). *Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu*, Ötüken Yayınları, Ankara.
- Erdemir Göze, F. (2015). *Televizyon İmgesine Sinema Perdesinden Bakmak*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Foucault, M. (2006). *Hapishanenin Doğuşu*, (Çev. Mehmet Ali KILIÇBAY), İmge Yayınevi, Ankara.
- Foucault, M. (2019). *Özne ve İktidar*, (Çev. Işık ERGÜDEN, Osman AKINHAY), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Giddens, A. ve Sutton, P. W. (2019). *Sosyoloji* (8. Edisyon), (Çev. E. Arzu KAYHAN), Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Gündüz, U. ve Engin, Y. (2016). *Sosyal Medya Araştırmaları 3, Sosyal Medya ve Dijital Kimlik Olgusu*, (Ed. Büyükaslan, A. ve Kırık, A. M.), Çizgi Kitabevi, Konya.
- Habermas, J. (2018). *Kamusalığın Yapısal Dönüşümü*, (Çev. Tanıl BORA, Mithat SANCAR), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Harari, Y. N. (2018). *Homo Deus Yarının Kısa Bir Tarihi*, Kolektif Kitap Bilişim ve Tasarım Ltd. Şti, İstanbul.
- Huxley, A. (2013). *Cesur Yeni Dünya* (Çev. Ümit TOSUN), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Netchitailova, E. (2018). Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi. Filiz Aydoğan (Edt.) *Yeni Medya Kuramları* (2. Basım, 1-19). Der Yayınları, İstanbul.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*, (Çev. Gökçe GÜNDÜÇ), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Niedzwiecki, H. (2011). *Ben Özelim Bireylik Nasıl Yeni Konformizm Haline Geldi*, (Çev. Sibel ERDUMAN), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Urhan, V. (2013). *Michel Foucault ve Düşünce Sistemleri Tarihi Arkeoloji*, Soykütüğü, Eti, Say Yayınları, İstanbul.
- Utma, S. (2018). Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Mahremiyetin Serüveni, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 1193-1204.
- Sucu, İ. (2011). Gözetim Toplumunun Karşı Ütopya Yüzü, *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı , 125-140.