

Tinder Avcısı (2022) Bağlamında Alımlamadan Kullanımlar–Doymulara Dijital Flört Kültürü Üzerine İki Aşamalı Bir Saha Araştırması

A Two-Stage Field Study on Digital Dating Culture from the Perspective of Reception and Uses-Gratifications Within The Context of Tinder Swindlers (2022)

Mehtap ÖZSOY  • Ali GENÇOĞLU 

Araştırma Makalesi | Research Article

Başvuru Received: 08.01.2026 ■ Kabul Accepted: 02.06.2026

ÖZ

Bu araştırma, Türkiye’de dijital flört uygulamalarına dair sınırlı sayıdaki nitel çalışmayı seyirci çalışmaları perspektifiyle genişletmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Tinder Avcısı (Felicity Morris, 2022) belgeseli, katılımcıların dijital flört deneyimleriyle ilişki kurarak anlamlandırdıkları bir referans metin olarak araştırmaya dâhil edilmiştir. Çalışmada, sekiz kişiyle yürütülen yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler odağında iki kuramsal yaklaşım birlikte işletilmiştir: Alımlama perspektifi ile, katılımcıların filmi bir taraftan kendi sosyal ve kültürel konumları çerçevesinde kendi kullanım pratikleriyle nasıl yorumladıklarını tartışmak hedeflenmiş öte yandan alımlama aynı zamanda çalışmanın kategorizasyonuna ön aşama olarak rehberlik etmiştir. Bu çerçevede Hall’ün üçlü okuma modeli, film alımlamasının çözümlemesinde temel bir araç olmuştur. Bu çözümleme, kullanımlar ve doymular perspektifinden katılımcıların kendi deneyimleriyle harmanlanmıştır. Çalışmada, günümüzün sosyal ağlarla çevrili hız toplumu olarak nitelendirilen dünyasında kullanıcıların motivasyonlarının neler olduğu ve profillerini nasıl dizayn ettikleri ile Tinder kullanıcılarının bir açıdan “dijital içeriklere” dönüşen ve gerçekliğinden şüphe edilen potansiyel partnerlere yönelik doğrulama/güvenlik testlerinin nasıl çalıştığı nasıl alımlandığı olmak üzere üç ana konu odağa alınmıştır. Nihayetinde çalışmada; katılımcıların filmdeki öznelere kurdukları ilişkiler ile Tinder’deki öz sunum stratejileri, risk algıları ve kullanım beklentileri; alımlama ve kullanım-doyum pratiklerinin birbirini karşılıklı olarak derinleştirdiği özgün bir yaklaşımla ele alınmıştır. Böylelikle çalışma, hem anlam inşası ve yorumlama süreçlerine odaklanan kültürel çalışmalar eksenli seyirci araştırmalarına hem de medya kullanım motivasyonlarını temel alan kullanımlar ve doymular literatürüne, literatürde kısıtlı şekilde ele alınan Tinder deneyimi özelinde, bu iki geleneğin yöntemsel olarak birlikte işletildiği özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Alımlama Çalışmaları-Seyirci, Dijital Flört Kültürü, Tinder, Tinder Avcısı, Kullanımlar Ve Doymular Yaklaşımı.

ABSTRACT

This research aims to contribute to the limited number of qualitative studies on digital dating apps in Turkey by adopting an audience studies perspective. In this regard, the documentary Tinder Swindler (Felicity Morris, 2022) has been included in the research as a reference text that participants relate to and interpret through their digital dating experiences. The study combines two theoretical approaches centered on semi-structured in-depth interviews with eight participants: The reception approach aims to understand how participants interpret the film within the framework of their own social and cultural positions and usage practices, while also guiding the categorization of the study as a preliminary step. In this context, Hall's three types of interpreting model serves as a fundamental tool in analyzing film reception. This analysis is blended with the participants' own experiences from the perspective of uses and gratifications. In today's world, characterized as a fast-paced society surrounded by social networks, three main topics are focused: what motivates the users have and how they design their profiles; and how Tinder users' verification/security tests for potential partners, who become “digital content” and whose reality is doubted, work and how they are received. Ultimately, in the study; the relationships participants establish with the subjects in the film, alongside their self-presentation strategies, risk perceptions, and usage expectations on Tinder, were handled through a unique approach in which reception and use-gratification practices mutually deepen each other. Thus, the study aims to offer a unique contribution both to audience research within the framework of cultural studies, which focuses on meaning construction and interpretation processes, and to the uses and gratifications literature based on media use motivations, by methodologically operating these two traditions together specifically within the context of the Tinder experience, which is limitedly addressed in the literature.

Keywords: Reception Studies-Audience, Digital Dating Culture Tinder, The Tinder Swindler, Uses And Gratifications Approach.



Giriş

Dijitalleşmenin gündelik hayatın bir parçası olması ve sosyal hayatın hemen her alanında belli dönüşümlere yol açması kaçınılmaz olarak daha mahrem bir alan olarak görülse de romantik ilişki kurma biçimlerine de etki etmesiyle sonuçlanmıştır. Bandinelli (2022: 906), flört uygulamalarının aşk kültüründeki dönüştürücülüğünün altını çizerken bilgisayar dolayısıyla yaşanan aşkın tarihinin eski olduğunu ancak flört uygulamalarının bir zamanlar sosyal olarak kabul edilmeyenin veya damgalanmaya vesile olanın normalleşmesini sağladığını söyler. Global olarak kullanıcıların sayısının artması bir yana aslında daha dikkat çekici olan, birisiyle çevrimiçi tanışmanın özellikle Z kuşağı veya milenyum kuşağı için oldukça sıradan bir şey haline dönüşmesi, onlar için flört uygulamalarının ilk akla gelen opsiyon olarak görülmesidir. Bandinelli (2022: 910) saha araştırmasından yola çıkıp bir adım daha ileri giderek bu uygulamaların artık “kaçınılmaz” olarak görüldüğünü tespit eder. Özellikle COVID-19 pandemisi sonrası dünyada bunun içselleştirilmesinin dijital endüstrinin “çözüm sunucu (solutionist)” olduğu yönündeki ideolojik söylemi yeniden ürettiğini ifade eder. Kullanıcılar uygulama dışında yeni insanlarla nerede tanışabileceklerini bilemediklerini ifade ederler.

Tinder uygulaması günümüzde en fazla indirilen ve en popüler olan flört uygulamalardan biridir (bkz. Stoicescu ve Rughiniş, 2022: 969). Haliyle flört uygulamalarının evrensel düzeyde yayılan ilk örneği olduğu gibi gündelik dile, esprilere deyimlere kadar bulaşan varlığıyla popüler kültürün içinde yer etmiştir. Flört uygulamaları ve özellikle de Tinder, kullanıcıların motivasyonlarının ve doyumlarının çeşitliliğinin yanı sıra romantik ilişkiler odağında sosyal kuralların dönüştüğü ve yeniden üretildiği bir mecra olarak da görülür (bkz. Lutz & Ranzini, 2017; Ward, 2017).

Türkiye’deki akademik literatürde dijital flört uygulamalarını odağına alan, dijital flört pratiğinin arkasında yatan süreçlere değinen, bu deneyimin nasıl sürdürüldüğüne ilişkin niteliksel, sahada

gözleme dayanan ayrıntılı araştırmaların oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Ülkemizde yürütülen kısıtlı düzeydeki araştırmalarda, “dijital flört şiddeti” (Yıldız ve Özaraslan, 2022) dijital flört şiddetinde hukuki süreçler (Yıldız, 2022); ilişki arayışı ve Tinder motivasyonları (Biter, 2023) gibi başlıklar öne çıkmaktadır.

Bu anlamda araştırmamız Tinder uygulaması özelinde, dijital flört pratiğinin bireysel ve toplumsal motivasyonlarını deneyim yoluyla tartışarak literatüre katkı sunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca araştırmamızın merkezine aldığı belgesel filmin gündelik hayatta kullanılan bir uygulama ile ilgili olmasının sunduğu olanakla, sinema çalışmalarında sıklıkla kullanılan alımlama yöntemini kullanımlar ve doyumlarla ilişkilendirmesi açısından sinema araştırmalarına da özgün bir katkı sunacağı düşünülmektedir. Çalışmada, *Tinder Avcısı* belgeseli merkeze alınarak, 2010’lu yıllarla birlikte yaygın olarak kullanılmaya başlanan flört uygulamalarının (dating applerin) en bilinenlerinden biri olan Tinder platformuna dair, kullanımlar ve doyumlar ile alımlama yönteminden yararlanılarak bir saha araştırması yürütülmüştür. Araştırma bu açıdan iki aşamalı ilerlemiştir. Bu iki yaklaşım birbirilerini tamamlayacak şekilde kullanılmıştır. Filmin alımlamasına yönelik çalışma Tinder kullanan bireylerle yürütülmüştür. Çalışmamızda bireylerin Tinder’ı hangi amaçlarla kullandıkları ve konusu Tinder kullanıcıları olan filmi Tinder kullanıcısı olan bu görüşmecilerin nasıl yorumladıkları üzerine deneyim ve yorumu birlikte işleyen bir sorgulama yürütülmüştür.

Flört uygulamalarının, bu çalışma özelinde Tinder’ın, medyadaki temsiline yönelik bir bakış attığımızda ise; suç kavramıyla iç içe geçen, diğer medya içeriklerine kıyasla daha kışkırtıcı ve popüler senaryosuyla ve dünya çapında en yaygın platform olan Netflix’te yayımlanmasıyla *Tinder Avcısı* belgeseli alımlama çalışması açısından nitelikli bir örnek teşkil eder. Belgesel, aşağıda tekrar değineceğimiz gibi içerdiği karakterlerin yaşları, ekonomik ve kültürel arka planları ve dijital medyaya entegrasyonları açısından

incelemeyi hedeflediğimiz gruba benzerlikleriyle de bu çalışma özelinde kullanılmaya uygun bulunmuştur. Böylece bu çalışma, seyir deneyimini seyircilerin başka bir medya ile yaşadıkları deneyimle çarpıştırmaktadır. Çalışmada alımlama perspektifinden katılımcıların belgeseli nasıl okudukları üzerine bir kategorizasyon yapılmış, bu kategorizasyon irdelenirken katılımcıların Tinder evreni ile kurdukları kullanım ve doyum perspektifleri irdelenmiştir. Böylece çalışmada belgesel aynı zamanda, belgeselin nasıl alımlandığı sorusu ile birlikte belgesel seyircilerinin kendi deneyimlerini gözden geçirmelerini, kültürel olarak anlamlandırılmalarını sağlayan bir içerik, yansıtıcı mercek, bir kaldıraç işlevi görmektedir. Böylesi bir çalışma haliyle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının bireylerin motivasyonlarına odaklanan mikro doğasıyla alımlama çalışmalarının bireyleri daha büyük kültürel yapılar içerisinde değerlendiren makro bakış açısını bir araya getirmeyi hedeflemektedir. Bu iki yaklaşımın araştırmada birlikte işletilmesi, *Tinder Avcısı*'nin yaşanmış bir olaya dayanması, belgesel kategorisinde yer alan bir film olması nedeniyle kullanışlı bir çerçeve sunmuştur.

Araştırmada, *Tinder Avcısı*'nin görüşmeciler tarafından nasıl alımlandığı/okunduğu görüşmecilerin Tinder deneyimleri odağa alınarak tartışılmıştır. Saha incelememizde, adı geçen belgeselin dünyasına uygun olarak sınıfsal ve kültürel açıdan orta-üst sınıfa mensup, Tinder kullanan beyaz yakalılar odağa alınmıştır. Daha önce filmi izleyen kişilerin Tinder deneyimlerine ilişkin sorular filmden yola çıkılarak hazırlanmış, filmi okuma biçimleri ve deneyimleri birlikte değerlendirilmiştir. Dolayısıyla görüşmecilerin film okuma biçimleri ile kendi kullanım ve doyum pratikleri çalışmada iç içe geçecek şekilde ilerlemiştir. Böylelikle, hâkim okuma, müzakereci okuma olmak üzere izleyicinin hangi konumlanma noktasından filmi alımlandığı kişilerin deneyimleriyle birlikte derinlikli bir şekilde analiz edilebilmiştir. Araştırmada, belgesel filmin karakterleriyle kültürel ve sınıfsal olarak en fazla uyuma sahip olduğunu varsaydığımız; a-) Türkiye'nin iki büyük metropolünün (İstanbul

ve Ankara), gelişmişlik düzeyi yüksek merkezi ilçelerinde (Ataşehir, Kadıköy, Şişli, Çankaya) yaşayan, b-) orta-üst sınıfa mensup, c-) hem flört uygulamalarından önceki süreci yaşamış, hem de flört uygulamalarını kullanan 30-40 yaş aralığındaki, d-) beyaz yakalı çalışanların, Tinder kullanım pratikleri ve doyumları doğrultusunda *Tinder Avcısı* filmini “flört ve aşk kültürü; güvenlik-risk ve duygusal doyum” kategorileri açısından nasıl okuduklarına ilişkin sorular odağa alınmıştır.

Araştırmada merkeze aldığımız ana boyutlardan/kategorilerden biri, Tinder'ın bir flört uygulaması olarak günümüz cinsellik ve aşk kültürü içinde nasıl yer aldığı ve onu nasıl dönüştürdüğüdür. Bu boyut aynı zamanda Tinder öncesi ve harici flörtlerle Tinder dolayimli flörtler arasındaki kıyaslamaları da içerir. Bu bölümde, gündelik flört dilinin dönüşümünde Tinder'a özgü bir şekilde gelişim gösteren “Tinder jargonu” ve “yeni normaller” olarak tanımladığımız davranış biçimleri bir alt kategori olarak ele alınmıştır. İkinci boyut; profil oluşturulurken hani motivasyonların ön planda olduğu ve bu motivasyonlar doğrultusunda hangi taktiklerin uygulandığıdır -ki bu aslında genel anlamda kendini pazarlayabilme/markalayabilme yeteneğinin değerlendirilmesine bağlıdır. Bununla birlikte bu boyut Tinder'a özel, ona has flört pratiğinin ve orada kullanılan dilin kendine has özellikleriyle ilgili tespitleri de içerir. Ayrıca bu bölümde, Tinder'ı kullanmadaki hedeflerin (aşk, uzun dönemli romantik partner, eğlence, özgüven, merak, yelpazeyi genişletmek, zaman kısıtlılığı, iletişimi kolaylaştırmak, vs.) çok boyutluluğu ve bunlara dair doyumlarla ilgili tespitler de yer almaktadır. Üçüncü boyut ise, filmin hikayesindeki popülerliği yaratan temel unsur olan, flört uygulamaları etrafında dönen güvenlik ve risk algılarıyla ilgili izlenimlerdir.

Kavramsal Çerçeve ve Alanyazın

Son yıllarda dijital flört uygulamalarına yönelik bazı önemli nitel araştırmalar yapılsa da Türkiye'de bu alandaki çalışmalar hâlâ sınırlı düzeydedir. Bu sınırlı literatür, dijital flört pratiğinin arkasındaki süreçleri anlamak ve kullanıcıların motivasyonlarını, deneyimlerini ve

kullanım pratiklerini değerlendirmek açısından önemli bir boşluk oluşturmaktadır. Bu çalışmada, sınırlı literatürü film çalışmaları perspektifiyle genişletmek ve *Tinder Avcısı* (Felicity Morris, 2022) belgeselini, katılımcıların deneyimlerini ve kullanım pratiklerini anlamlandırmalarına aracılık eden bir mercek olarak ele almak amaçlanmıştır. Araştırmada Tinder kullanıcılarının motivasyonları, uygulama içi stratejileri ve elde ettikleri doyumlar, alımlama yöntemi ile kullanımlar–doyumlar yaklaşımı birlikte işlenerek saha verisi üzerinden incelenmiştir. Bununla birlikte, farklı yaklaşımların birlikte işletilmesinden çok, alanyazında dijital flört kültürünü anlamada ve tartışmada kullanımlar–doyumlar yaklaşımı ile derinlemesine görüşmelerin yoğunlukla tercih edildiği görülmektedir.

Çalışmamız, adı geçen belgeseli odağına alan daha önce yapılmış iki çalışmadan ilham alan ancak alımlama çalışması ve kullanımlar doyumlar yaklaşımını birlikte kullanarak yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniğiyle deneyimlere odaklanan bir alan araştırmasıyla bu ikisini de aşma niyeti taşıyan bir incelemedir. Fernandez ve diğerlerinin (2025) çalışması Goffman'ın benliğin sunumu ile ilgili teorisinden yola çıkarak Jones ve Pittman'ın oluşturduğu öz-sunum stratejileriyle belgeselin ana karakteri olan Simon'un dijital manipülasyon için kullandığı öz-temsil stratejilerini kıyaslarlar. Bir diğer çalışma Lokanan (2023) tarafından elli bine yakın #tinderswindler hashtagli tweetin değerlendirdiği araştırmadır. Onun amacı belgeselin ana konusu olan aşk dolandırıcılığının kamuoyunda nasıl alımlandığını, kullanıcıların bunu nasıl anlamlandırdığını tweetleri analiz ederek çözümlenektir. Bizim çalışmamız ise alımlama ile ilgili kategorilerini belgeselden seçer ancak bunu yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniğiyle belgeseldeki karakterlere benzer demografik özelliklere sahip flört uygulamaları kullanıcılarının deneyimlerini detaylı bir şekilde analiz etmek için kullanır.

Flört uygulamalarına, özellikle Tinder'a yönelik araştırmalarda, bireylerin motivasyonlarının flörtün yanında eğlenmek, sosyalleşmek, merak,

özgüveni artırmak veya özsaygıyı pekiştirmek gibi başlıklar altında çeşitlilik gösterdiği ortaya konmuştur (Lutz ve Ranzini, 2017). Timmermans ve Caluwe (2017: 75) çalışmalarında Tinder kullanım motivasyonunun verili olmadığını zamana göre değiştiğini ve cinsiyet, yaş ve kişilik tipiyle de dolaymlandığını ortaya koyarlar. Burada sosyal olarak onaylanma, zaman geçirme, eğlenme, seyahat etme, cinsel deneyim, ilişki arama, bağlanma ihtiyacı, sosyalleşme, çevre baskısı, eski sevgili faktörü, merak, dikkat dağıtma gibi bir çok motivasyonun yanında, dışa dönük kişiliklerin uygulamayı daha yaygın kullanma eğiliminde olduğu, sosyal anksiyete sahiplerinin sosyal onay ve cinsel birliktelik için uygulamaya girdiği gibi tespitler de yer alır. LeFebvre'in (2017) çalışması, flört kültürünün Tinder üzerinden nasıl dönüştüğünü incelemiştir; bireylerin Tinder'a katılım motivasyonları, uygulama içindeki stratejileri ve ilişkileri başlatma süreçleri gibi konuları tartışmıştır. Bu çalışmaya göre Tinder'a katılım motivasyonları arasında popülerite (sosyal çevrelerinin uygulamayı kullanıyor oluşu nedeniyle kendilerini kültürün bir parçası hissetme), kullanım kolaylığı, ilişki kurma isteği, merak, cinsel birliktelik, sosyal etkinlik ve lokasyon olarak yakın kişilerle tanışabilme gibi unsurlar yer almaktadır.

Kallis (2020), kullanıcılarla derinlemesine görüşmeler yaparak, birbirinden farklı amaçlarla uygulamayı kullanan kişilerin, Tinder kullanma konusundaki motivasyonlarının diğer kullanıcılarla iletişimlerini ve ilişkilerini nasıl etkilediği gibi konuları tartışmıştır. Buna göre kullanıcıların motivasyonları temelde ikiye ayrılır: eğlence ve bağlantı kurma. Tinder bir taraftan bir oyunu hatırlatır şekilde zaman geçirmeye yarayan bir eğlence aracı olarak görülürken diğer taraftan arkadaşlık, sıradan cinsel birliktelik veya romantik buluşmalar veya uzun dönemli romantik partner bulma gibi çeşitli kişilerarası bağlantılar oluşturmaya yarar.

Flört uygulamalarına yönelik çalışmaları analiz eden ve kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını temel alan saha araştırmalarına özel olarak yer ayıran Wu ve Trottier (2022: 95-98), medyada

flört uygulamalarını kullanmanın arkasında yatan nedenlerin oldukça basit temsil edildiğini, ancak yapılan incelemelerin bireylerin romantik ilişkilerin çeşitli versiyonlarından, romantik veya cinsel hedeflerin tamamen dışında başka tür motivasyonlara kadar çok çeşitli hedeflerle uygulamaları kullandıklarını ortaya çıkardığını ifade ederler. Özetle, kullanıcılar sıradan cinsel birlikteliklerin ötesinde çok farklı motivasyonlara sahiptirler. Bunlar yine cinsel, iletişimsel veya öz değerle ilgili niyetler olabilmektedir. Ve yine yaş ve cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Kullanıcıların sıradan cinsellik yerine aşkı bulmak için daha motive oldukları gibi sonuçlarla karşılaşmaktadır. Bununla birlikte kimi çalışmalar cinselliğin yanında sosyal olarak onaylanma, akran baskısı, merak, aidiyet ve eğlence duygularını giderme gibi motivasyonlara değinmektedirler. Timmermans ve Caluwe (2017: 75) de gerek kendi çalışmalarında gerekse alandaki diğer çalışmalarda kullanıcıların romantik veya cinsel partner arayışından ziyade Tinder evrenini basitçe eğlence arayışı motivasyonu tanımladıklarını ifade ederler. Haliyle Tinder'ın bir flört uygulamasından ziyade lokasyon bazlı gözetleme/tanışma uygulaması olarak görülebileceği yönlü iddialar da ortaya konmuştur. Güvenlik, kontrol, farklı kişilerle tanışma olanağı -ki bizim çalışmamızda da gündelik dilde "yelpazeyi genişletmek" olarak ifade edilmiştir- diğer motivasyonlar arasındadır (Wu ve Torttier, 2022: 98).

Flört uygulamalarını kullanımlar ve doymalar yaklaşımıyla ele alan önemli incelemelerden biri de Sumter ve diğerlerinin (2017) saha çalışmasıdır. Tinder'a ilişkin motivasyonların fiziksel, sosyal ve psikolojik doyum olarak üç grupta sınıflandırıldığı çalışmada cinsel tatmin Tinder'ın kullanılmasındaki fiziksel motivasyon, arkadaşlık kurmak ve romantik partner bulmak sosyal motivasyon, öz değer farkına varma veya arttırma (çekiciliğinin farkına varma, kendini iyi hissetme, mekânsal ve sosyal sınırlamalar olmaksızın cinsel iletişim kurma ihtiyacını giderme) ise psikolojik motivasyon altında yer alır.

Bandinelli (2022: 912-913) ise yaptığı çalışmada,

sınırsız opsiyon arasında seçilmiş olmanın öz değeri güvence altına aldığını ifade eder. Katılımcılar flört uygulamalarının daha güçlü hissettirdiğini ve reddedilme korkusunun üstesinden gelmelerini sağladığını ifade etmişlerdir. Uygulama, özdeğer için bir kaynak ve çekiciliğin onay gördüğü bir araç olarak kullanılmaktadır. Çalışmaya katılanlar arasında azımsanmayacak ölçüde, uygulamayı özellikle kendileri adına kötü olarak gördükleri bir ayrılık sonrası indirenler gözlemlenmiştir. Bu yolla dışarıdaki birçok romantik ve cinsel olasılıkları görmüşler arzu edilmişler ve seçilmişlerdir. Eşleşmek kimi katılımcılara göre iltifat almak gibi bir şeydir. Öte yandan değer inşası, onun kaybı, küçük düşürülme sonucunu da getirebilmektedir. Özellikle görmezden gelinme (ghosting) veya etik sınırı zorlayan açık sözlülük gibi davranışların kullanıcılar tarafından özgüven kaybına neden olduğu ifade edilmiştir.

Çalışmalardan ortaya çıkan bir diğer sonuç uygulamaların aslında oldukça meşgul bir hayat süren bireylerin potansiyel partner havuzundan ekstra bir enerji ve zaman harcamaksızın efektif olana ulaşabilmelerini sağladıklarıdır. Bununla birlikte bireyler Tinder'ın insanların kendilerini etkileyici ve arzu edilebilir kullanıcılar olarak sunmaları için bir kendini markalama (self-branding) ve kendini pazarlayabilme/metalaştırma (self-commodification) becerisi gerektirdiğinin de farkındadırlar (Hobbs ve diğerleri'nden aktaran Adamczyk ve diğerleri, 2024: 3615). Mülakatlarda bireylerin kendilerini markalama konusunda çaba gösterdikleri, bu becerileri konusunda kafa karışıklıkları yaşadıkları, yer yer başarısızlığa uğradıklarını düşündükleri ve arkadaşlarından (bir dış gözden) destek aldıkları ortaya konmuştur. Bu noktada Tinder'da kendini markalaştırma, "olmak" çabasının ziyade "görünmek" çabasının ön plana çıkmasıyla sonuçlanır (Bandinelli ve Gandini, 2022: 431).

Literatürde Tinder araştırmalarının yoğunlaştığı noktalardan biri kullanıcıların öz-sunum stratejileri -ki bu yukarıda da vurgulandığı gibi kendini metalaştırma/pazarlayabilme çabasını içerir- ve bunun geleneksel cinsiyet kalıplarının

yeniden üretilmesiyle olan ilişkisidir. Araştırmalar kullanıcıların kendi profillerini oluştururken de diğer profilleri incelerken de bir yandan yaratıcı diğer yandan da ihtiyatlı davrandıklarını gösterir. Potansiyel romantik partnerler için daha çekici bir profil oluşturma çabası onları yer yer stratejik yanıltıcı sunum stratejileri kullanmaya itmektedir; kendi profillerini gerçek tutmakla kendilerini pazarlamak arasında bir denge oluşturmaya çaba göstermektedirler. Gerçek profile yakın olduğu ölçüde kullanıcılar bu yanıltıcı sunum stratejilerini hoş görme eğilimi taşımaktadırlar (bknz. Peetz, 2024: 610).

Appel ve diğerleri (2023: 2; 7) idealize edilmiş görsel öz-sunum pratiklerini sıralarlar. Bunlar çekim öncesi ve sonrası çok çeşitli formları alan uğraşlardır. Makyaj, saç ve kıyafet stili düzenleme, profesyonel fotoğraf ve ışık kullanımının yanında kullanıcıların daha genç ve çekici göründüklerine inandıkları eski fotoğrafları kullanmaları gibi stratejilerdir. Net bir aldatma eylemi bir başkasının profilini/ fotoğraflarını kullanmada -*catfishing*- ortaya çıkar. Bu; kullanıcılar arasında olduğu varsayılan, profilin gerçekten çok da uzak olmadığı kabulüne dayalı, psikolojik sözleşmenin ihlali anlamı taşımaktadır. Yazarlar yenilerde kullanıma giren bir diğer öz-sunum stratejisi olarak güzellik filtrelerini ele alırlar. Filtreler günümüzde uygulamalar veya online platformlar aracılığıyla hızlı ve basit bir şekilde kullanılabilir. Bu filtreler kullanıcılar arasında ilk bakışta güvenilirliği bir miktar zedelese de her ne olursa olsun fiziksel çekiciliğin randevu isteğini arttırdığını tespit etmişlerdir.

Goffman'ın benliğin sunumu ile ilgili teorisinden hareket ederek flört uygulamalarındaki profillere dair analiz geliştiren bir diğer çalışmada Konings ve diğerleri (2024: 2363-2364) platform kültürünün ve platforma has normların kullanıcıların kendi öz-sunumlarını değerlendirme yollarını şekillendirdiğini, örneğin online olarak inşa edilen kimliklerin homojenleşmesine yol açabildiklerini söylemektedirler. Goffman'ın teorisinde ön plana çıkan, bireylerin kendilerini diğerlerine, ulaşmayı hayal ettikleri hedef kitleye sunarken onlara uygun olduğunu tahmin ettikleri biçimde

ortaya koydukları önermesi burada yine kilit bir rol oynamaktadır. Bu önerme bireylerin bağlı olmayı istedikleri grubun normlarına uygun bir kişilik sunumunu ön plana çıkardıklarını, vurguladıklarını; kabul edilebilir ve arzu edilebilir özelliklerini sivirtirken, reddedilecek veya damgalanacak özelliklerini azalttıklarını açıklar. Bu teorik temelde gerçekleştirdikleri incelemede flört uygulamalarının kullanıcılarını potansiyel partnerleri tarafından beğenildiğini varsaydıkları geleneksel cinsiyet rollerine uyum sağlamaya ittiğini ortaya koyarlar (benzer bir inceleme için ayrıca bkzn. Berkowitz ve diğerleri, 2021).

Flört uygulamaları ile ilgili çalışmaların yoğunlaştığı bir diğer alan, zaman zaman yukarıda yer verdiğimiz öz-sunum stratejileriyle de bağlantılı olmak üzere ancak çoğunlukla onu aşacak şekilde, özellikle kadınlara yönelik flört şiddetidir. Şiddet çok farklı boyutlar alabilmektedir. Öncelikli olarak çalışmalar göstermektedir ki dış görünüşe dair kaygılar flört uygulamalarını kullanan hemen hemen tüm kadınlar arasında yaygındır (Portingale ve diğerleri, 2022: 311). Kendini metalaştırma ihtiyacı doğrudan beden utancına -body shame- ve beden memnuniyetsizliğine yol açarken bu durum özellikle kadınlarda seksileştirilmiş görsellerin paylaşılması yoluyla öz-değerin ayarlanmasıyla sonuçlanmaktadır. Çalışmalar cinsiyet farkı gözetmeksizin Tinder kullananlarda kullanmayanlara nazaran kendi bedenini kontrol altına alma, beden utancı gibi olguların içselleştirildiğini göstermektedir. Sonuçta bu gibi durumların yüksek düzeyde psikolojik sıkıntıya, anksiyeteye ve depresyona yol açtığı tespit edilmiştir (bkzn. Strübel, 2023). Kadınlar Tinder uygulamasındaki etkileşimlerinde “metalaştırılma, yargılanma, yaftalanma, ayrımcılık, taciz, utandırılma” gibi olgulardan çekindiklerini ve bunlarla yüzleştiklerini ifade etmektedirler (bkzn. Morris ve Dobson, 2023: 4272). Ülkemizde de yürütülen araştırmalarda, son yıllarda çoğunlukla dijital flört şiddeti kavramı üzerinde durulduğu görülmektedir. Bu araştırmalar, dijital flört şiddetinin kadınların deneyimleriyle (Yıldız ve Özaraslan, 2022) tartışılmasından, konuyla ilgili hukuki süreçlerin nasıl işlediği (Yıldız, 2022) gibi

çeşitli başlıklar etrafında yürütülmüştür. Bununla beraber, Eda Merve Kurtuluş ve Fatma Sıla Ayan tarafından yürütülen *Dijital Flörtleşme: Post Dijital Sorunlara Post Dijital Çözümler* adlı araştırmada dijital flört kavramına ilişkin literatür araştırmasına dayalı olarak değerlendirme yapılmıştır.

Kullanımlar ve doymalar yaklaşımını kullanarak Tinder kullanıcıları üzerine tez çalışması yürüten Biter'in (2023) incelemesi Türkçe literatür açısından önemlidir. İlişki arayışının ilk sıralarda yer alan motivasyon olduğu belirtilen araştırmada eğlence, sosyalleşme, cinsel yönelim, cinsel deneyim, flört/sosyal beceri, merak ve sosyal onay diğer motivasyonlar arasındadır. Aidiyet, akran baskısı, seyahat, dikkati başka yöne çekme ve eski sevgili gibi motivasyonlar daha düşük seyretmektedir.

Yöntem

Bu araştırmada, veri toplama ve analiz sürecinde nitel bir araştırma yöntemi olan Alımlama Analizi kullanılmıştır. Bu yöntem aracılığıyla, *Tinder Avcısı* belgeselindeki temsillerin katılımcılar tarafından nasıl anlamlandırıldığı ve bu anlamlandırma süreçlerinin kullanıcıların gerçek yaşamdaki kullanım amaçları, bekledikleri doymalar ve güvenlik algıları üzerindeki etkileri betimsel bir düzeyde incelenmiştir.

Kullanımlar ve doymalar yaklaşımı, izleyiciyi medya mesajlarının pasif alıcısı olarak gören geleneksel iletişim modellerine karşı çıkararak medya kullanımını izleyicilerin ihtiyaçları, motivasyonları ve beklentileriyle ilişkilendiren bir perspektif sunar. Blumler ve Katz'a (1974) göre bu yaklaşım, medya tüketimiyle ilişkili motivasyon ve doymaları daha sistematik biçimde toplumsal ve psikolojik ihtiyaç kuramlarıyla ilişkilendirmeye çalışan bir araştırma yönelimi ortaya koymuştur (s. 14).

Bununla birlikte kuramın öncüleri, kullanımlar ve doymalar yaklaşımını kapalı ve kendi içine dönük bir kuram olarak değil, farklı disiplinlerle ilişki kurabilen esnek bir araştırma alanı olarak tanımlarlar. Onlara göre bu yaklaşım, “kendi içine

kapalı bir alt alanı olmayacağına, diğer disiplinlerdeki yeni kuramsal gelişmelerle bağlantı kurabilme kapasitesine sahip” bir araştırma stratejisi sunar (Blumler ve Katz, 1974: 14–16). Alımlama çalışmaları da esasında izleyicinin aktifliği tezini gündeme getiren bu yaklaşımın açtığı kuramsal zeminden beslenir (Pasquer'dan aktaran Şakı Aydın, 2007: 120). Ancak alımlama araştırmaları, kullanımlar ve doymalar yaklaşımının ortaya koyduğu “aktif izleyici” fikrini daha ileri taşıyarak izleyicinin toplumsal, sınıfsal ve kültürel konumlarını analizin merkezine yerleştirir. Böylece izleyici yalnızca medya içeriklerinden doyum arayan bir birey olarak değil, anlam üretim süreçlerine toplumsal konumları aracılığıyla katılan bir özne olarak ele alınır.

Bu yaklaşımın kuramsal temelleri, kültürel ürünleri, toplumsal pratikleri ve hatta kurumları birer metin olarak okuyan İngiliz Kültürel Çalışmaları geleneğiyle yakından ilişkilidir. Başlangıçta edebiyat çalışmalarından, daha sonra ise Barthes ve Eco'nun göstergebiliminden yararlanan bu gelenek, metni estetik bir nesne olmaktan ziyade toplumsal anlamların ve ideolojilerin üretildiği bir alan olarak ele alır (Turner, 2003: 70–72). Stuart Hall'un “Encoding and Decoding in Television Discourse” makalesi, o zamana kadar egemen olan Amerikan iletişim modelleriyle ve izleyiciyi pasif bir tüketici olarak gören yaklaşımlarla önemli bir kopuşu temsil eder. Hall, medya mesajlarının üretimi (encoding) ile izleyici tarafından çözülmesi (decoding) arasındaki ilişkinin sabit olmadığını ve farklı toplumsal konumlara sahip izleyicilerin metinleri farklı biçimlerde yorumlayabileceğini ileri sürer. Böylece medya metinlerinin, daha geniş toplumsal ve siyasal bağlamlar içinde izleyicinin aktif konumuyla analiz edilmesine dayanan bir yöntemsel çerçeve ortaya koyar (Turner, 2003: 72–76).

Bu yaklaşım doğrultusunda Hall (1980), alımlama süreçlerini üç temel okuma pozisyonu üzerinden açıklar: Metnin hegemonik anlamını benimseyen egemen okuma, metindeki anlamla kısmi uzlaşmalar ve karşı duruşlar içeren müzakereci okuma ve metnin ideolojik çerçevesini reddederek

alternatif bir yorum geliştiren muhalif okuma. Sonraki alımlama çalışmalarında da vurgulandığı gibi (bkz. Morley, 1980; Livingstone, 1998; Staiger, 2005), bu farklı okuma biçimleri izleyicilerin sınıf, cinsiyet, yaş ve kültürel kimlik gibi toplumsal konularıyla ve içinde buldukları tarihsel-toplumsal koşullarla yakından ilişkilidir.

Bu incelemede, alımlamadan kullanımlar doymalara hareket eden iki aşamalı araştırma tasarımı söz konusudur. Bu tasarımın ilk ayağı seyircilerin alımlama kategorilerinden oluşmakta bu kategoriler seyircilerin kullanım-doyum perspektifi açısından Tinder deneyimleriyle işlenmekte ve daha derinlikli şekilde tartışılmaktadır. Altı çizilmelidir ki iki yaklaşımın ayrıştırdıkları önemli noktalar bulunmasına karşın araştırmamızda ele aldığımız film, konusu itibarıyla bize iki yaklaşımı bir araya getirip ortaklaştırmaktan ziyade ikili bir aşamayla birlikte işletebilme ve dolayısıyla iki yaklaşımı derinleştirebilme olanağı sunmuştur.

Araştırmada; katılımcıların *Tinder Avcısı* belgeselini alımlama süreçleri ile kendi dijital flört pratikleri arasındaki etkileşim, her iki düzlemin birbirini karşılıklı olarak derinleştirdiği dinamik bir ilişki içinde ele alınmıştır. Bu bağlamda, filmsel temsillerin alımlama biçimleri katılımcıların kullanım ve doyum motivasyonlarını görünür kılan analitik bir çerçeve sunarken; katılımcıların kendi kullanım pratikleri de belgeseldeki anlatıyı anlamlandırma ve alımlama düzeylerini özgün bir derinliğe kavuşturmuştur. Böylelikle, ele alınan film merkezinde, Tinder evreninin kullanıcılarını konu edinen filmin, yine bu evrenin kullanıcıları tarafından, toplumsal, kültürel ve sınıfsal bağlarıyla nasıl okunduğu sorusunu tartışabilme olanağını elde etmiş olduk.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıyla alımlama çalışmasının birlikte ele alınarak tasarlandığı bu araştırmanın sunduğu çerçeveden yola çıkarsak, *Tinder Avcısı* belgeselinin hikayesinde bilhassa üzerinde durulan risklerin kabulü, kısmen kabul edilmesi ve kişisel kullanımı göz önüne alarak dengelenmesi veya belgeselin Tinder'daki riskler

konusunda durduğu noktanın aşırı bulunması gibi pozisyonlar çeşitli alımlama düzeylerini işaret eder ve bireylerin kendi deneyimleriyle belgeseldeki anlamı karşılaştırmalarına olanak sağlar. Bu çalışmayla hedeflenen, katılımcıların romantik ihtiyaçlar, eğlence, sosyal onay vb. motivasyonlarını ve kullanım pratiklerini belgeselden ortaya çıkardıkları tehlike, güven, toplumsal cinsiyet, güç ilişkileri gibi anlamlarla karşılaştırmalarını sağlamaktır. Dolayısıyla film; seyircisiyle birlikte hem alımlama pratiklerinin irdelenmesinde hem de görüşmecilerin/seyircilerin bireysel Tinder deneyimlerini kültürel ve toplumsal olarak anlamlandırmasında bir mercek işlevi görmektedir.

Görüşmelerde öncelikle, katılımcıların *Tinder Avcısı* belgeselinin kurduğu anlatı yapısını nasıl alımladıkları ele alınmıştır. Bu doğrultuda; belgeselin dijital flört dünyasındaki güven ilişkisini ele alış biçimi, filme konu olan kişilerin hikâyelerinin sunumundaki temsil pratikleri ve anlatının dramatik akışı içerisindeki kırılma noktaları kullanıcıların kendi deneyimleriyle sorgulanmıştır. Katılımcıların; belgeseldeki karakterlerle kurdukları özdeşim düzeyleri, mağdurların yaşadığı deneyimlere yönelik geliştirdikleri ahlaki ve hukuki pozisyonlar ile dijital güvenlik sorunlarına dair farkındalıkları detaylandırılmıştır. Bu okumalar aracılığıyla katılımcıların filmi, kendi Tinder pratikleriyle nasıl ilişkilendirdikleri incelenmiş; böylelikle film alımlama süreci, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında kuramsal bir derinliğe kavuşturulmuştur.

Araştırmada kullanılan, *Tinder Avcısı* filminden hareketle veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılarak derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Konunun kırılma noktası ve belirli açılardan mahrem niteliği nedeniyle görüşmecilere kar topu tekniği ile ulaşılmıştır. Ulaşılan potansiyel katılımcılar arasından araştırma tasarımına demografik ve sosyoekonomik/sosyokültürel açıdan uyan kişiler seçilmiştir. Araştırma grubu 8 katılımcıdan oluşmaktadır. Tüm evreni temsil iddiasında olmayan bu nitel araştırmada nitel

araştırmaların doğasına ve hedefine uygun olarak katılımcı sayısı belirli bir sınırdan tutulmuştur. Zira araştırma istatistiksel bir genelleme yapma kaygısı gütmemekte; aksine belirlenen spesifik örneklem grubunun (kentli beyaz yaka) Tinder kullanım motivasyonları ve doymaları ile filmi alımlama süreçlerini derinlemesine analiz etmeyi hedeflemektedir.¹

Araştırmada ele alınan film, dijital flört platformlarındaki deneyimleri, karakterlerin yalnız yaşam tarzları, sosyal çevreleri ve ilişki beklentileri üzerinden ortaya koymaktadır. Buna uygun olarak araştırmada, *Tinder Avcısı* belgeselindeki karakterlerin sosyoekonomik ve kültürel profillerine yakın katılımcılar seçilmiştir. Araştırmanın örnekleme; İstanbul ve Ankara olmak üzere büyük metropollerde yaşayan, kültürel sermayesi belirli bir düzeyde olan eğitimli ve çalışma hayatında aktif rol alan kentli profesyonellerden oluşmaktadır. Bu kitle, eğitim düzeyleri ve kariyer odaklı yaşam tarzları itibarıyla dijital flört platformlarını gündelik pratiklerine entegre etmiş

bireyleri temsil etmektedir. Söz konusu beyaz yakalı öznelerin katılımcı olarak seçilmesindeki temel motivasyon, *Tinder Avcısı* belgeselinde temsil edilen karakterlerin sosyoekonomik profillerine, yaşam tarzlarına ve dolayısıyla bu mecralardaki potansiyel risk ile doyum arayışlarına en doğrudan karşılık gelen kesimi oluşturmalarıdır. Kent merkezli bir yaşam sürdüren ve dijital platformları aktif olarak kullanan bu katılımcı grubu, uygulamadaki kullanım motivasyonlarını bireysel tercihler, cinsiyet rolleri ve modern yaşamın gereklilikleri çerçevesinde şekillendiren bir profili yansıtmaktadır. Araştırmada; *Tinder Avcısı* belgeselindeki temsillerin alımlama düzeyleri, kullanıcıların kullanım amaçları, elde ettikleri doymalar ve güvenlik algıları üzerindeki kültürel açıdan cinsiyet temelli farklılıkları ve benzerlikleri de betimsel olarak gözlemleyebilmek amacıyla örneklem grubu, dört kadın ve dört erkek katılımcıdan oluşacak şekilde dengelenmiştir. Buna göre, katılımcılar, dört erkek ve dört kadın olmak üzere belirlenmiş; erkekler E1 (1991 doğumlu, dijital sektör-yönetici), E2 (1994 doğumlu, eğitim

Tablo 1

Demografik Bilgi Formu Tablosu

Katılımcı	Yaşadığı yer	Doğum yılı	Çalıştığı sektör	Pozisyonu
E1	Ataşehir/İstanbul	1991	Dijital Sektör	Kurucu/Yönetici
E2	Eryaman/Etimesgut/Ankara	1994	Eğitim Sektörü	Öğretmen
E3	Kurtuluş/Şişli/İstanbul	1991	Finans Sektörü	Yönetici/B Seviye
E4	Çankaya/Ankara	1994	Film/Festival Sektörü	Prodüksiyon Koordinatörü
K1	Ayrançı/Çankaya/Ankara	1987	STK	Yönetici
K2	Çayyolu/Çankaya/Ankara	1987	Kamu	Memur
K3	Kadıköy/İstanbul	1988	Eğitim Sektörü	İdareci/Öğretmen
K4	Çankaya/Ankara	1991	Eğitim Sektörü	Akademisyen

1 Bir nitel araştırmacının verinin içinde kaybolmadan, temalar arasındaki karmaşık ilişkileri görebilmesi için nitel araştırmalarda az ve öz katılımcı gerekliliği için McCracken (1988-16-17) şöyle söyler: "Nitel ve nicel yaklaşımlar arasındaki farklardan biri araştırma amaçları için gereken katılımcı sayısıdır. Nicel araştırmada, araştırmacılar daha geniş popülasyona genelleme yapmak için gerekli büyüklükte ve türde bir örneklem oluşturmalarını gerektirir. Ancak nitel araştırmada, sorun genellenebilirlik değildir; erişimdir. Nitel görüşmenin amacı, belirli bir özelliği paylaşan kaç tane insan olduğunu keşfetmekten ziyade amaç, bir kültürün dünyayı yorumladığı kültürel kategorilere ve varsayımlara erişim sağlamaktır. Bu kategorilere ve varsayımlara kaç ve ne tür insanın sahip olduğu aslında önemli değildir. Önemli olan, onları taşıyanlar değil, kategoriler ve varsayımlardır. Başka bir deyişle, nitel araştırma "araziye incelemez, onu kazar." Ayrıca amaçları bakımından kapsam değil yoğunluk önemlidir. "İlk ilke 'az daha çoktur' ilkesidir." Nitel araştırma için az sayıda insanla daha uzun süre ve daha dikkatli çalışmak, çok sayıda insanla yüzeysel çalışmaktan çok daha önemlidir. Bir nitel araştırma için "sekiz katılımcı mükemmel derecede yeterli olacaktır". Burada, "grubun daha büyük dünyanın bir bölümünü temsil etmek üzere seçilmediğini hatırlamak önemlidir."

sektörü), E3 (1991 doğumlu, finans sektöründe yönetici) ve E4 (1994 doğumlu, film sektörü), kadınlar ise K1 (1987 doğumlu, STK sektörü), K2 (1987 doğumlu, kamu çalışanı), K3 (1988 doğumlu, eğitim sektörü) ve K4 (1991 doğumlu, eğitim sektörü) olarak tanımlanmıştır.

Bulgular

Görüşmelerde katılımcılardan öncelikle, Tinder Avcısı filminde temsil edilen dijital flört deneyimlerine ilişkin belirli başlıklarla çizilen alımlama pratikleri odağa alınmıştır. Film anlatısındaki kişilerin profil sunumunda ön plana çıkardıkları özellikler seyircilerin yorumlarıyla ele alınmış; bu yorumlarla katılımcıların kendi dijital kimliklerini/profillerini oluştururken vurguladıkları nitelikler arasında gündeme gelen ilişkisellikler, karşı duruşlar ve paralellikler derinlikli şekilde irdelenmiştir. Bu açıdan örneğin filmdeki Cecilie'nin, romantik bir ilişki veya belirli bir yaşam standardı arayışıyla oluşturduğu ve seçtiği profil tercihleri referans alınarak; hem Cecilie'nin beklentilerini nasıl okudukları hem de kendi Tinder profillerini hangi amaçlarla (kısa süreli flört veya uzun süreli romantik ilişki) kurguladıkları sorgulanmıştır.

Uygulamanın sağladığı hız ve seçenek “bolluğu” gibi temel yapısal özelliklerinin filmde temsil edilen “ideal olana” ulaşmada sağladığı olanaklar üzerine gerçekleştirilen alımlama düzeyleri; film seyircilerinin kendi Tinder deneyimlerinde tanışma fırsatlarını artırıp artırmadığına, bu seçimleri kendi amaçları doğrultusunda nasıl gerçekleştirdiklerine ve Tinder üzerinden tanışmanın gündelik sosyal ortamlarla nasıl karşılaştırıldığına odaklanan sorularla kullanım motivasyonları kapsamında sorgulanmıştır. Çalışmada bu anlamda, “İzlediğiniz filmdeki karakterlerin deneyimleriyle, doyum ve kullanım amaçları da dahil olmak üzere, kendi flört deneyimleriniz arasında benzerlik kurdunuz mu?”, “Tinder profilinizi nasıl tanımlarsınız?”, “Profiliniz kısa süreli flört mü yoksa romantik ilişki amaçlı mıdır?” ve “Profilinizi oluştururken hangi özelliklerinizi ön plana çıkarıyorsunuz?” gibi sorular yöneltilerek profil sunumu ve kullanım amaçları incelenmiştir.

Çalışmada filmdeki kullanıcıların Tinder seçimlerinde karşı tarafın profilini doğrulayarak geliştirdikleri güvenli ilişki kurma biçimlerine yönelik stratejiler de alımlama düzeylerinin ortaya konmasında gündeme alınmış ve “Bir profili güvenilir bulup sağa kaydırırken hangi kriterleri dikkate alıyorsunuz?”, “Instagram gibi sosyal medya bağlantıları sizin için güven oluşturur mu?” ve “Buluşma öncesinde karşı taraf hakkında ek araştırma yapar mısınız?” gibi sorularla dijital flörtün güvenlik ve risk algısı boyutuna inilmiştir. Bu anlamda filmsel düzeyde geçen; WhatsApp gruplarında arkadaşlara bilgi verme, onay alma veya konum paylaşma gibi uygulamalarla güvenlik mekanizmalarının kullanım ve doyum düzeyinde nasıl işletildiği de sorgulanmıştır.

Yine filmdeki Tinder kullanıcılarının çevrimiçi ilişkinin yolunda gidip gitmediğini anlamaya yönelik kimi çıkarımları —söz gelimi, flört sürecinden sonra güvensizlik yaratacak sürekli çevrimiçi olma ya da güveni ifade edecek profili kapatma gibi başlıklar— çalışmada katılımcıların Tinder'daki flört evreninde kendi kullanım ve doyum pratikleri ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Bu anlamda çalışmada, Tinder'ın mesajlaşma dili ile gündelik flört dili arasındaki farklar ve uygulamanın sunduğu iletişim biçiminin katılımcıyı amacına ulaştırıp ulaştırmadığına yönelik sorular sorulmuştur. Son olarak, filmdeki olaylara benzer bir durum yaşansaydı platformlardan veya yasal düzenlemelerden ne tür beklentileri olacağı sorulmuş ve alımlanan risklerin gerçek hayattaki güvenlik ve doyum stratejilerine nasıl eklemlediği kapsamlı bir biçimde incelenmiştir. Bu boyutta; profil seçiminde dikkate alınan kriterler, sosyal medya bağlantılarının güven tesisindeki rolü ve buluşma öncesi yürütülen dijital araştırma pratikleri irdelenmiştir. Buna ek olarak, fiziksel buluşma sürecinde WhatsApp grupları üzerinden konum paylaşma veya arkadaş onayı alma gibi kolektif güvenlik mekanizmalarının kullanımı detaylandırılmıştır.

Nihayetinde, filmdeki kriz anlarına benzer senaryolar üzerinden katılımcıların platformlardan ve yasal düzenlemelerden beklentileri analiz

edilerek; alımlanan risklerin gerçek hayattaki güvenlik ve doyum stratejilerine nasıl eklenildiği bütüncül bir perspektifle çözümlenmiştir.

Gündelik yaşamda flört kültürü dönüşürken: *Bunu yapmanın en iyi yolu birileriyle flört uygulamalarında tanışmak*

Tinder Avcısı belgeseli gerek ana karakterlerin Tinder'ın gündelik hayatlarındaki yeri ile ilgili kendi ifadeleriyle, gerekse bir bütün olarak Tinder'ı günümüz flört kültürünün ana eksenlerinden biri olarak ortaya koymasıyla uygulamayı gündelik hayatın kültürel olarak ayrılmaz bir parçası, hayatın normallerinden biri olarak yansıtır. Filmde bu durum, *Cecilia'nın* "sanırım herkes, bir barda ya da bir markette birileriyle tanışmayı isteyebilir ama bugünlerde bunu yapmanın en iyi yolu, birileriyle flört uygulamalarında tanışmak" şeklindeki cümlesiyle ortaya konur.

Bu durum yukarıda, Bandinelli'nin Tinder'ın kültürel olarak durduğu noktaya ilgili tespitiyle uyumluluk gösterir. Tinder bir zamanlar toplumsal olarak çok da kabul görmezken ve hatta damgalanma vesilesi iken artık sıradan bulunmakta ve hatta flört için başat opsiyonlardan biri olarak kabul görmektedir. Stoicescu ve Rughiniş (2022: 969) de benzer şekilde, damgalanmanın/yaftalanmanın zamanla azalmasının Tinder'ın günümüzde en popüler uygulamalardan biri haline gelmesine yol açtığını belirtmektedirler.

Çalışmamızın ilk boyutunu/kategorisini oluşturan "Gündelik yaşamda Tinder'ın bir flört uygulaması olarak günümüz cinsellik ve aşk kültürü içinde nasıl yer aldığı ve onu nasıl dönüştürdüğü" sorusuna yönelik katılımcıların yaklaşımında *Tinder Avcısı'nın* alımlanmasında egemen okumanın gerçekleştirildiği, filmdeki karakterlerin deneyimleri, çalışmamıza katılanların kendi deneyimleri ve yukarıda özellikle Bandinelli'nin ve LeFebvre'nin temel tespitleri arasında benzerliklerin olduğu gözlemlenmiştir. Bunun temel nedenlerinden biri, çalışmamıza katılanların tamamının yukarıda da ifade ettiğimiz gibi belgesel filmdeki karakterlerle büyük oranda yaş, dijitalleşme, sosyo-kültürel kimlik açısından

benzerlik taşıması olarak ortaya çıkar.

Bu benzerliklere karşın, kullanıcıların uygulama ile ne zaman tanıştıkları, uygulamayı kullanırken nasıl bir tutum takındıkları gibi konularda toplumsal ve kültürel katmanlarla açıklanabilecek kimi detaylar dikkat çekmektedir. Katılımcıların Tinder'la ne zaman tanıştıklarına dair erkek-kadın kullanıcılar arasında öncelikle bir ayrışma ve sonrasında giderek artan bir benzerliği gözlemleyebiliriz. Uygulama Türkiye'de 2016-2017 yıllarında popüler olmaya başlamıştır. İki erkek katılımcı (E-1, E-2) o yıllarda kullanmaya başlamıştır. Diğer iki erkek katılımcı (E-3, E-4) 2019 gibi daha geç bir tarihte uygulamayı kullanmaya başlamıştır. Ayrıca görüşmelerde, Tinder kullanımının sıklığının artmasında ve Tinder'ın gündelik yaşamın flört, romantik ilişki, cinsellik gibi bağlamlarla sıradan bir parçası haline gelmesinde pandemi dönemi vurgusu dikkat çekmiştir. Pandeminin, sosyalleşme mekânlarının kapanması, kamusal hayatın sekteye uğraması, insanların evlerinden dışarı çıkamaması gibi sosyal izolasyon süreçlerinin Tinder'ın gündelik hayatta olağanlaşmasında önemli bir etken olduğu anlaşılmıştır. Kadın katılımcılardan yalnızca bir tanesi (K-1) 2019 yılında, yani COVID-19 pandemisinden önce uygulamayı kullanmaya başlamışken diğer üç kadın katılımcının (K-2, K-3, K-4) uygulamayı kullanmaya başlamaları pandemi dönemine rastlar. Bununla birlikte erkek kullanıcılar uygulamayla daha önce tanışmış olsalar da aktif olarak, daha yoğun bir şekilde kullanmaya başladıkları zaman dilimini pandemi dönemi olarak ifade ederler. Bu ilk veriler bize muhafazakar toplumda flört uygulamasıyla tanışma açısından cinsiyetler arası bir eşitsizliğin göze çarptığını anlatmakla birlikte pandemi döneminin bu farkı ortadan kaldırdığını veya azalttığını göstermektedir. Pandemi dönemiyle Tinder uygulaması cinsiyetleri yatay kesecek şekilde kabul edilebilir, normal, hatta yukarıda Bandinelli'nin ifade ettiği gibi "kaçınılmaz", "sorun çözücü" olarak görülmeye başlanmıştır. Tinder'ın aşk kültürü içerisindeki toplumsal konumu çekinilecek, damgalanılacak bir şeyden giderek kabul edilebilir olana doğru bu yıllar içerisinde radikal bir dönüşüm geçirmiştir. Hatta ilişki

biçimlerini dönüştürücü etkileriyle aşk kültüründe egemen bir pozisyona oturmuştur.

Pandemi ile birlikte uygulamayı kullanmaya başlayan iki kadın katılımcının deneyimleri Tinder'ın aşk kültüründe giderek ağırlığı hissedilen ve kültürel olarak yukarıya doğru ivmelenen konumunu bize gösterir:

(K-3): Pandemi dönemi zaten çok da dışarı, çok da değil neredeyse hiç dışarı çıkma fırsatımız yoktu... Bütün mekanlar kapalıydı. Tam o döneme göre bir alternatif aslında düşününce. Beni zaten kullanmaya bu itmiş olabilir.

(K-2): Pandemi sonrası ilk açılma dönemlerinde, aslında açılma başlamadan kullanmaya başladım. O çok yalnız kaldığım dönemlerde... Sanırım Tinder'ın öncesinde insanlar o tanışma evresine zor geliyordu. Bir kafede ya da herhangi bir yerde biriyle tanışıp oradan date'e çıkma ihtimali insanlara düşük geliyordu. Ya da güvenilir gelmiyordu. Tinder o duvarı yıktı insanlarda. Yani herkesle her alanda her mecrada tanışabilirsin ve bir ilişki başlangıcı olabilir gibi... Benim arkadaşlarımdan Tinder aracılığıyla evlenen de oldu. İnsanlar birbirini tanırken daha ön yargısız yaklaşılmaya başladılar.

Uygulamayı pandemi öncesinde kullanmaya başlayan iki erkek katılımcının ifadeleri de Tinder'ın aşk kültüründeki dönüştürücülüğünü ortaya koyar. (E-3); Tinder'ın "okyanusta çok fazla balık var" şeklinde ifade ettiği benzetmesi nedeniyle "uzun ilişki" deneyimine ket vurduğunu söylemiştir. Tinder, seçeneklerin çok olması nedeniyle "kısa ilişkiler" in popülerleşmesini sağlamıştır:

(E-3): İnsanlar artık birbirleriyle organik buluşmaktan çekiniyorlar. Tinder'ı bırakmak nasıl bir şey biliyor musunuz? Mesela ben cep telefonu öncesine doğmuş biriyim ama sonra cep telefonu girdi hayatıma hayatımı çok kolaylaştırdı. Cep telefonunu bırakmak gibi... Dating app'ler de hayatını öyle kolaylaştırıyorlar... Tinder onu kullanan insanların uzun ilişki yapmasına çok büyük bir ket vuruyor çünkü okyanusta çok fazla balık var. Karşıdaki insanın sana göre olmayan bir şeyini görüyorsun belki de bundan daha iyisi var hadi geri döneyim okyanusa bakmaya.

(E-4) ise hız kavramına dikkat çekerek fiziksel özelliklerin ilişkilerde daha da belirleyici hale geldiğini, kişiler karşılarındaki profillerin dış görünüşünü beğenmediğinde orada yazan ilgi alanları, hayata bakış açısı gibi bilgilere bakmadıklarını bile ifade etmiştir. Bu tespitler, yukarıda Goffman'ın teorisinden hareket eden Konings ve diğerleri'nin, uygulamanın normları etrafında şekillenen öz-sunum stratejilerinin

profilleri homojenleştirdiğine dair iddialarıyla da paralellik taşımaktadır. Bu açıdan "görsel haz" ve "hız" kavramlarının Tinder'daki "flört kültüründe" belirleyici olduğunu ifade eden katılımcı, konvansiyonel flört ilişkilerindeki "vakit ayırmak" "çaba harcamak" gibi davranış biçimlerinin yok olmaya yüz tuttuğunu aktarmıştır:

(E-4): O hız olayını kattı mesela... İlişki biçimlerinin de biraz değiştirdiğini düşünüyorum. Artık mesela sevgili olmuyorsun falan. Herkesin flörtü var sayıları çok fazla. Tinder'da kaydırırcasına gündelik hayatta da öyle. Birini tanımak önemliydi eskiden ona vakit ayırmak tanışmak falan bir meseleydi, şimdi görsellik ön planda. Foto beğenmiyorsan bilgilere de bakmıyorsun. Eskiden bir çaba gerektirdi numarasını istemek, çıkma teklifi falan ama şimdi katalog gibi paket gibi sunuluyor. Ürün seçiyorsun. Boy-kilo-burç, kolaylaştırıcı etkisi bir tarafta ama olumsuz anlamda da etkiledi. İnsan oradaki boy, kilo, burç değil sonuçta... Eskiden Tinder daha tu kaka idi. Şimdi değil... Appten tanışan evlenen de var artık hayatın bir parçası bu bence. 'Aaa tinder mı kullanıyorlar'dan 'onlar da tinderdan evlendiler'e dönüştü.

Çalışmamıza katılan kullanıcıların günümüzde dahi yer yer uygulamada görünmekten, uygulamayı kullandıklarını ifade etmekten çekinmeleri, ya da uygulamadan tanıştıkları partnerlerini başkalarına tanıtırırken hikâye kurguları oluşturmaları ise Tinder'ın kültürel konumundaki radikal değişimin; onun flört kültüründe giderek artan ağırlığının ve dönüştürücü etkisinin kesintisiz ve doğrusal ilerlemediğini göstermektedir. Böylece, yukarıda giderek azaldığı gözlemlenen yaftalanma ve damgalanmanın hala daha toplumda varlığını sürdürdüğünü ve flört uygulamalarının *-Tinder kültürünün-* henüz kapsayamadığı alanların var olduğunu ifade edebiliriz:

(E-3): Organik tanışma sonucunda sevgili olmayı çok daha isterdim bunun birkaç sebebi var... Mesela dating app'ten tanıştığım, sevgili olduğum arkadaşları tanıtırırken aileme arkadaş ortamından tanıştık diyoruz mesela. Yani o da app'teydi ben de app'teydim biz birbirimizi oradan bulduk falan... Arkadaşımın arkadaşı diyorum... Biz böyle denk geldik birbirimize göreymişiz diyorsun onu organikleştirmeye çalışıyorsun. Yakın çevremden asla saklamıyorum ama şirketteki insanların bilmesi hoş değil.

Gündelik hayatta yeni normlar: Tinder'a özgü bir jargon ve flört pratiği

Tinder Avcısı belgeselinde dikkat çekici noktalardan biri, karakterlerin *Simon* ile geliştirdikleri ilişkilerdeki hız olgusudur. Ayrıca,

Tinder'ın Whatsapp, Instagram gibi diğer mecralarla sıkı ilişkisi ve Tinder dolayımıyla geliştirilen davranış kalıpları filmde önemli bir yerde durmaktadır. Filmin sunduğu evrenden yola çıkarak görüşmecilere, filmde geliştirilen hızlı ilişkilene pratiklerini nasıl değerlendirdikleri ve Tinder evrenindeki ilişkilene biçimlerinde kendi deneyimleri sorulmuştur. Görüşmeciler, filmdeki ilişkilene biçimlerinin Tinder'ın olağan akışı içerisinde normal kabul edildiğini, kendilerinin de benzer deneyimleri olduğunu belirtmişlerdir.

Bununla beraber, araştırmada bu soruyla, "Tinder jargonu" ve "yeni normal" kavramları gündeme gelmiştir. Araştırma verilerine göre, gündelik hayatta Tinder olağanlaşırken, gündelik dilde dolaşıma giren "Tinder zikiri, tesbihat, sol-sağ" gibi Tinder'a özgü ifadelerle, çevrimiçi flört kültürünü de kapsayan "instalaşmak, ghosting, lovebombing, gaslighting" gibi ifadeleri içeren Tinder'a has bir dil/jargon da oluşur. Dahası, kimi davranış kalıplarını içeren uygulamaya has bir flört pratiği de gelişmiştir. Araştırmada dikkat çekici noktalardan biri, Tinder'daki ilişkilerin ya da "yeni normaller" ve davranış pratiklerinin akıllı telefonun tüm özellikleri ve uygulamalarıyla harmanlanmış olmasıdır. Tinder'da başlayan flörtleşme; daha "gerçek" olduğu düşünülen Instagram, Whatsapp gibi platformlarla devam eder -ki belgeseldeki karakterlerin pratikleri de bunu gösterir. Bir diğeri Tinder'ın ona özgü yazışma evreninin/jargonunun "organik" veya "gerçek" veya "yüzyüze" flört pratiğinden farklılık taşıdığı ancak yer yer Tinder'da gelişen lügatin onun dışındaki flört pratiklerine doğru sızma gösterdiği. Bu durum, Lutz ve diğerlerinin (2017) ifade ettiği gibi Tinder'ın, flört kültürü içerisinde sosyal kuralları dönüştüren ve onu yeniden üreten bir mecra olduğu tespitleriyle uyumludur. Keza Bandinelli'nin (2022) yukarıda ifade ettiği gibi "görmezden gelinme" (ghosting), "etik sınırı zorlayan açık sözlülük" gibi aşk kültürü içinde Tinder ile özdeşleşen ancak giderek gündelik hayata doğru sızan pratiklerden ve bir dilden bahsedebileceğimiz iddiasıyla da paralellik taşır. Bu jargonun, popüler kültür içinde yayılma gösterdiği, mikro bir egemenlik alanı kurduğu söylenebilir:

(K-3): Orayı kullandıktan sonra özellikle bu işte datelerle ilgili çok fazla herkese pelesenk olan "Ghosting"ler "Lovebombing"ler falan... Onlar hayatımıza girdi... Gaslighting.... Breadcrumbing miydi neydi böyle saçma sapan bir sürü terim...

(E-3): Bilmiyorum ama artık o kadar iyi kendimi on cümlede falan anlatabiliyorum ki çünkü o kadar çok first date'te kendini o kadar aynı şekilde anlatıyorsun ki hani böyle pelesenk oluyor yani... "Instaya geçmek var mesela, Instalaşım mı artık var... bu arada benim arkadaş grubumda... sokakta bazen bir kız görüyoruz mesela... çok güzel veya değil mesela şey yapacağız ya 'sol, sağ' diyoruz mesela çok gülüyoruz. Sadece kendimiz anlıyoruz ama mesela güzel kadın geçince 'sağdır' diğeri de "saçmalama sol" falan... Tinder yokken puan veriyorduk.

(E-1): Bir insanın uygulamaya verdiği süre bir dakikayı geçmiyor. Bir dakika içerisinde şunu (sağa kaydırma hareketi yapıyor parmağıyla) ne kadar yapabilirsin öyle düşün... Ama kadınlar için konuşuyorum ben bunu.... Erkeklerin 'tespihatları' var zaten. Tespihçiler var. (Bu bir jargon mu?) ... Tabii Tinder zikiri ve tespihat diyoruz.

(E-3): İkinci buluşmaya gidiyorsun mesela karşıdaki insan çok rahat bir şekilde şeyi söylüyor... arada başka buluşmalarım da oldu, kötü geçti falan... benim anlatan datelerim de oldu. Yani kötü geçti ya senden sonra da biriyle buluştum kötü geçti... ya şöyle şöyle oldu da diyor mesela... O yüzden hani burada sihirli bir anlaşma var. Uygulamayı silmek demek kişinin bu ilişkiyi... ben artık oradan birilerini aramıyorum hatta sen de sil hadi artık mesajdır.

Araştırmaya katılanların, sıklıkla "organik ilişki" ifadesini kullanmaları dikkat çekmektedir. Tinder'da başlayan flörtün diğer mecralara doğru yayılması gerektiği çalışmamıza katılanlar tarafından desteklenen bir ilerleyiş olarak ortaya çıkmıştır ve bu katılımcıların bazıları tarafından "organikleştirme" olarak adlandırılır. Bu; Tinder'ın diğer platformlara kıyasla daha az "gerçek" bulunduğu kabulüyle birlikte düşünülebilir:

(E-3): Ben hiç kimseyle Instagram'ına bakmadan buluşmadım neredeyse... ya da o da benim Instagram'ıma bakmadan buluşmadı. 'Insta'ya geçelim mi?' diye bir şey var. İki sebebi var, birincisi sen gerçek misin... İkincisi atıyorum Tinder'a kaç tane fotoğraf yüklüyorsun: dört. İşte genelde arkadaşlarla fotoğraflar olmaz, ne yaptığını gösteren fotoğraflar olmaz. Instagram'da bunu birazcık daha görüyorsun. Bunların hepsi gerçekten organikleştiren... hiç organikleştirmek istemezsen konuş abicim Tinder'dan sadece... (Instagram) sosyal interaksyonu olan bir yer... Orası daha gerçek diğeri göre.

(E-1): Şimdi Tinder kullanma süresi baktığın zaman eşleşmeden itibaren maksimum bir gün sürer. İkinci gün eğer konuşmaya başlıyorsan ya Instagram'ı alıyorsun ya da

WhatsApp'a geçiyorsun direkt"

(E-4): Genel işleyiş de öyle yani. Eşleşilir, biraz konuşulduktan sonra ya Whatsapp'a geçerim ya da Instagram'a geçerim... profilinin olduğu işte ne bileyim bir takipçi sayısının olduğu belli bir şey o yani. Yine bir veri. Orada bir tık daha bence güvenli hissediyorsun yani.

Bauman ve Lyon'un ifadesiyle bireyler, sosyal medyada bir anlamda internet bağlantılarına dönüşmüştür (2013:20). Bir "bağlantıyı" engellemek ya da sonsuza kadar silmek de kuşkusuz oldukça kolaydır. Hız, akışkanlık ve gelip geçicilik etrafında şekillenen "yeni normallerle" ilgili görüşmeciler tarafından aktarılan ifadeler de bu durumu destekler niteliktedir. Görüşmecilerin Tinder evrenini, hızlı ilişki geliştirme, daha az sorumluluk hissetme ve daha özgür hissetme şeklinde üç başlıkla özetlenebilecek ifadelerle tasvir ettiği görülmüştür. Görüşmecilerin aktarımlarına göre söz gelimi, geleneksel ilişkilerde, "stres yaratan" "nezaket kuralları" bu dünyada işlemek zorunda değildir. Ancak bahsi geçen "yeni normaller" açısından, kadın ve erkek kullanıcılar arasında Tinder dolayimli flört pratiklerini değerlendirmede bir farklılık göze çarpar. Özellikle flört şiddeti ile ilgili yukarıda yer verdiğimiz çalışmalarda bu yeni fenomenin çok farklı boyutları olduğu, öz-sunum stratejilerinin yol açtığı beden utancından tacize kadar varan bir yelpazeyi içerdiği ve özellikle kadın kullanıcılar üzerine yapılan çalışmalarda onların erkeklere nazaran daha fazla ve daha sık bu farklı boyutlarla yüzleşmek zorunda kaldığı ortaya konmuştu. Bizim çalışmamızda flört uygulamalarının dayattığı yeni normlar erkek kullanıcıların tamamı tarafından normal olarak kabullenilme eğilimindeyken kadın kullanıcıların bu flört pratiğini anlamlandırmada bölündüğünü görebiliriz. Bazı yeni pratikler kabul görürken, hatta bazı pratikler geleneksel flört deneyimlerine kıyasla daha makbul bulunurken bazı pratikler yer yer "sözlü şiddet" veya "haddini aşma" gibi ifadelerle tanımlanmaktadır:

(E-4): Orada her türlü daha rahat. Ben ilk buluşmada hadi bana gidelim diyemeyebiliyorum hemen. Ama Tinder'da de ikinci, üçüncü cümleden sonra bile 'ev?' hani olabiliyor anladın mı? Kesinlikle bir fark var. Toplumsal bir ortamda bunu yaşadığınızdaki stres aynı değil veya sonuçlar aynı değil. Dolayısıyla burada kesinlikle bir flört dilinde farklılaşma oluyor. Yüz yüze flörtlerde daha tedbirli davranırken orada

daha rahat olabiliyorum.

(K-2): Gerçek date'e çıktığında bir insandan hoşlanmadığında ikinci buluşmayı nazik bir şekilde geri çevirirsin ya da mesafe koyarsın, soğuk davranırsın falan ama karşı tarafa kırıcı olmazsın. Burada engeli basıp geçebiliyorsun yani. O özgürlüğün var... date app dilinde insanlar çok samimi sanki karşı taraf seni 40 yıldır tanıyormuş gibi bir konuşma bir sohbet... Ama buluştuğumuzda o aynı şey ne diyeyim coşku ya da aynı rahatlığı karşı taraftan bulamıyorsun... Dil farkını rahatlık anlamında hissettim. O duvarlar yıkılıyor orada, sınır olmuyor. Orada bodoslama bütün sınırlarını aşarak her rahatlığı gösterebiliyor karşı taraf. Dediğim gibi yani ben de aynı şekilde canın istemediği yerde de çat diye engelleyebiliyorsun. Date'te işte masadan çat diye kalkıp gidemezsin oysaki orada bir rahatlık farkı var diye düşünüyorum ben.

(K-3): Ya direkt profili bile silebiliyorsunuz zaten anında. O profili tamamen engelleyebiliyorsunuz. Cinsel içerikli videolar fotolar atılıyor tabii ki... yani resimler paylaştım... aşıldı artık bunlar. Kişisel tercihler. Bazı şeyler aşıldı.

(E-3): Ben de çekiniyorum, mesela organik bir buluşmadayız. Biriyle organik bir şekilde bir yerde tanıştım... Tinder'da sahip olduğum bütün iletişim becerileri yok oluyor. Çünkü şunu biliyor oluyorsun; yazılı olarak yapacaksan karşıdaki de yazılı olarak seninle oturdu konuştu ve ilk buluşmaya okey. Aldığın risk çok daha az. Yüzünü görmedin ne kadar rezil olabilirsin yazılı olarak. Ama yüz yüze farklı bir cesaret gerektiriyor.

Tinder dolayimli flörtlere dair bazı pratiklerin bilhassa kadın kullanıcılar tarafından sorunlu bulunduğu örneklerle ilgili şunları işaret edebiliriz:

(K-2): Burada sağlıklı insanlar olmadığını düşünmeye başladım. Bunu birkaç konuşmada da görmüştüm. Karşısında bir doktor profili var. Doktor, belli bir eğitimi var. Belli bir statüsü var diye düşünüyorsun. İlk yazdığı cümle, "sende ev var mı?" oluyor. Beklentisi bir gecelik olsa bile, bunun bir nezaket ya da yol yordamını bilmeyen çok insan var orada.

(K-4): Yüz yüze konuşmalardaki resmiyet Tinder'da olmuyor. Tinder'da mesela canavara dönüşüyor erkekler bazen. Ciddi ilişki yaşayan hiçbir arkadaşım kullanmıyor mesela bunu.

Flört arayışında yelpaze genişlerken doğru profili oluşturmak: Ama aradığınız şeyi bulmak kolay değildir, parmağınızı çok fazla kullanırsınız, sağa sola sağa sola...

Cecilia filmde, *Tinder'da hemen her şeyi bulabilirsiniz uzun dönemli ilişki ya da evlilik arayan insanlar var, kısa süreli takılmak isteyen insanlar... aklınıza ne gelirse... hepimiz de o işlenmemiş değerli taşı arıyoruz* derken Tinder'ın sayısız kullanıcıyı diğer kullanıcıların beğenisine

sunduğu, adayların uygulama içinde “sağa sola” durmaksızın hareket ettiği uçsuz bucaksız flört dünyasının genişliğini işaret eder.

Tinder kullanımındaki motivasyonun beğenilmek mi, onaylanmak mı, özgüven kazanmak mı, kolay ilişkilenecek mi olduğu; başka deyişle “işlenmemiş taşın” ne olduğu sorusu kullanıcılara göre çeşitlilik göstermektedir. Flört uygulamalarının kullanılmasındaki motivasyonların ne denli çeşitlilik arz ettiği yukarıda yer verdiğimiz çalışmaların ulaştığı sonuçlarda göze çarpan bir durumdu. Sumter ve diğerlerinin (2017) yürüttüğü saha çalışmasında ise Tinder kullanımındaki motivasyonlar altı temel başlık altına alınır. Aşk, sıradan cinsellik, iletişim kolaylığı, öz değerinin artması, heyecan arayışı ve trendi yakalamak olarak altı temel motivasyonun belirlenmiştir. Araştırmada bu motivasyonlar arasında örneğin aşk motivasyonunun cinsellikten daha ön planda olduğu tespit edilmiştir. İletişimin kolaylığının ise düşük seviyede ilerlediği görülmüştür. Zira halihazırda sosyal olanlar Tinder’da da daha aktiftir. Uygulamayı iletişimi kolaylaştırmak, daha rahat iletişim kurmak için kullananlar eşleştikleriyle yüz yüze buluşmayı tercih etmemektedirler. Fiziksel görünümün takdir görmesi ise kullanıcıların öz değerini arttıran bir unsurdur. Çevrimiçi tanışılan biriyle birlikte olmanın verdiği heyecan bir diğer motivasyonken trendi yakalamak da tüm kuşakları ve cinsiyetleri yatay kesen bir motivasyon olarak belirtilmektedir.

Bizim çalışmamızda ise Tinder’ı kullanmadaki hedefler; aşk, uzun dönemli romantik partner, eğlence, özgüven kazanmak, merak, flört yelpazesini genişletmek, zamandan ve paradan tasarruf etmek, iletişimi kolaylaştırmak, görünür olmak, olarak belirlenmiştir. Bu bölümde çalışmamıza katılan kullanıcıların, *Tinder Avcısı* belgeselindeki karakterlerin kullanımlarıyla ve doyumlarıyla ilgili alımlamaları yine bir yansıtıcı mercekle değerlendirilmiş, kendilerinin kullanımları ve doyumları arasında kurdukları ilişkiye dair söylemlerine odaklanılmıştır.

Katılımcıların *Tinder Avcısı* filminde en çok hangi

karakterle özdeşleştikleri ve karakterlerin kendi profillerini oluştururken dikkate aldıkları unsurları nasıl değerlendirdikleri sorusuna verdikleri yanıtlar aynı zamanda onların motivasyonlarına ve profil dizaynlarına ilişkin verileri de gündeme getirmiştir. *Tinder Avcısı* belgeselinde, Tinder’ın kamuoyunda yalnızca sıradan cinsel birliktelikler veya gündelik ilişkiler olarak tarif edebileceğimiz flört türlerine yönelik bir uygulama olduğu yaygın kanısının karşısında kullanıcıların aşkı aramak gibi, yeni bağlantılar kurmak gibi, yeni arkadaşlıklar edinmek gibi çeşitli motivasyonlarla ve hedeflerle hareket ettikleri hikâye edilir.

Filmde *Cecilia*, Tinder kullanma motivasyonuna ve bu motivasyonla ilişkili olarak ürettiği profile dair “beyaz atlı prensin gelip onu öpmesi beklentisi”ni ifade ediyordu.

Bir katılımcı için bu durum pek gerçekçi gelmemiş, Tinder’ı bu durumun tam tersine anlık ve hızlı ilişkiler için kullandığını, profil dizaynı için zaman harcamadığını ifade ederek şöyle söylemiştir:

(E-1): (Romantik ilişki) aramadığın dönemlerde buralara gidiyorsun... Yani şöyle söyleyeyim hani bu tarz şeyleri ‘uyudun mu?’ mesajı gibi düşün, bu appleri. Anlık bir dürtüyle start veriyorsun. Konuştuğum kadınlarda da aynı şeyi görüyorum. Flört etmek için orada. Bir ilişki yaşamak için değil. Ben çok fazla vakit harcamıyordum. Direkt parayı veriyordum. Zaten kimin beni kaydırıldığını görüyordum. Bununla uğraşacak bir vaktim yoktu.

Bir başka katılımcı, *Cecilia’nın* Tinder pratiğini “ben öyle şeylere çok gelemiyorum” şeklinde ifade ederek “eğlence” motivasyonu ile bağlantılı olarak ikinci kadınla özdeşlik kurmuştur:

(E-2): Bu bir tane daha şey bir kadın var. Mykonos’a falan gidiyor. Daha arkadaş olarak yardım eden var ya. Eğlence arayan. Daha hani görüşüyor ama bir şey yaşamıyorlar. Evet aynen. Daha böyle bir olmak isterdim. Yani oradaki bence en rahat ve eğlenceli oydu.

Başka bir katılımcı ise *Cecilia’ninkine* benzer bir şekilde romantik ilişki arayışıyla Tinder kullandığını, ancak bunun yanında özgüven yükseltme motivasyonu ile hareket ettiğini ifade etmiştir:

(K-2): Ben şimdi ilk etapta biraz hem denemek hem de özgüven yükseltmek için girdim ama sonra acaba olabilir mi, buradan da bir ciddi ilişkiye döner mi diye düşünüp bir

dönem ciddi ilişki arayışı neydi? Aslında filmdeki gibi ben de bir arayışa girdim. Hem biraz özgüven kazanmak hem de biraz insanlarla, dijital yolda da olsa etkileşime geçmek amacıyla başladım.

Tinder uygulamasını ilk kez kullanma motivasyonu ile ilgili yukarıda Bandinelli'nin yaptığı çalışmada, onun azımsanmayacak oranda gördüğünü ifade ettiği, kötü bir ayrılık sonrası özgüven inşa etme hedefi bizim çalışmamızda da üç katılımcı tarafından ifade edilmiştir. (E-4)'ün Tinder ile tanışması dört yıl süren ve aldatma ile biten ilişkisinin ardından başlar ve orada kurduğu iletişimler ona kendini iyi hissettirir. (K-2) de kendi ifadesiyle hayal kırıklığı sonucu biten ilişkisinden bir süre sonra Tinder'a giriş yapar ve kendi deyimiyle orada edindiği özgüven onu gerçek flört dünyasına hazırlar: "Normal date'le çıkamayacak bir özgüvensizlik halinde ya da kötü bir dönemindeysen orası seni ısıtıyor aslında o date süreçlerine... Mesela bir resmine iltifat alıyorsun, demek ki beğeniliyorum deyip bir sonraki adımı yapabiliyorsun". (E-1) de insanların ayrılıklar sonrası bu platforma girdiğini gözlemlediğini ifade eder. Kendisi de ayrılık sonrası Tinder sayesinde, diğer katılımcılardan biraz farklı bir yöntemle de olsa özgüvenini geri kazandığını söyler. Arkadaşlarına da benzer bir tavsiyede bulunmaktadır: "Zaten orada herkes aşk acısıyla içeride. Zaten içerideki insanların büyük bir çoğunluğu uzun bir ilişkiden çıkmış durumda... Benim tanıdığım herkes uzun ilişkiden çıkmış giriyor öyle."

İki kadın katılımcı Tinder'a ilk girerken burada uzun süreli bir ilişki bulma ümidini taşıdıklarını ifade etmişlerdir. (K-1) bu kullanım hedefine yönelik doyum sağlamıştır: "committed bir relationship bulma şeyiyle açtım... benim naiflik seviyesi o zamanlar... Evet karşıladı bu arada orada bayağı böyle evliliğin kıyısından döndüğüm bir sevgilim oldu... 'the' sevgili!"

(K-3) ise uzun süreli ilişki beklentilerine ulaşamamıştır ve aslında mecranın kendisinin bu ciddi beklentiyi zaten en başında engelleyen bir yönü olup olmadığına dair bir sorgulamaya girişmiştir:

Yani işte düzgün bir işi olan, düzgün bir profil, sosyalleşebileceğim, konsere, tiyatroya gidebileceğim, boş

zamanlarımı geçirebileceğim, tatile gidebileceğim vesaire hani kafama uygun. Daha romantik şeylerdence daha rasyonel düzgün bir iş. Ben çok yaşayamadım hatta şeyi düşünmeye başladım kapattıktan sonra da. Acaba oradaki kişilerde de bana karşı bir ön yargı oluyor mudur benimle işte böyle bir date app'te tanışma durumu olduğundan dolayı?

Çalışmamıza katılanların tamamı tarafından ifade edilen en temel motivasyon Tinder'ın başka ilişki olasılıklarını arttırıyor olmasıdır. Seçeneklerin artıyor olması, normal, kendi ifadeleriyle "organik" hayatta karşılaşmanın imkânsız olduğu kişilerle flört ihtimali tüm katılımcılar için kabul gören bir durumdur.

Bununla birlikte (K-1) bu noktada muhalif bir okumayla *Cecilia* gibi bir karakterin hem yaptığı iş hem de sosyal statüsü ve networkü bakımından Tinder harici partner kaynaklarına ulaşmada sorun yaşamayacak tipler olmalarını beklediğini, bunun kafasında oturmadığını ifade etmiştir. Kendi kullanım pratiği ile kıyasladığında Tinder'ın temel kullanım amacını "lojistik kolaylaştırıcı" olarak söyler. İnsan tanımak için gezmek zorunda kalmamayı sağlayan fonksiyonunun burada öne çıktığını belirtir. Şansı arttırma ve zaman tasarrufu sağladığını söyler. Ankara'da neredeyse kırk senedir kendi ifadesiyle "aynı klanın içinde kalarak" kaynakları tükettiğini ancak *Cecilia'nın* statüsüyle kıyasladığında onun bu durumda olmaması gerektiğini düşünür.

(E-4) için de zaman, para ve emek tasarrufu Tinder'ın fonksiyonelliğine dair öne çıkan unsurlardır:

Şimdi ben bir kadınla tanıştım, normalde bir yerde tanıştım. Sonra işte bir daha görüşelim dedik. Sonra biz gittik bir kafede oturduk. İşte birbirimizi tanımaya çalıştık. Sonra bir daha mesela buluştuk... Bir barda buluştuk. Bu demek oluyor ki 3 gün ayrı bir zaman ayırmam gerekiyor. Ve üç gün farklı yerlerde belki işte maddi olarak da biri bunu düşünebilir. Bir şey harcaması gerekiyor.

Merak ve görünür olmak da kullanım motivasyonları arasında yer alan unsurlardan biri olarak göze çarpmaktadır:

(E-1): Görünür olmak, ben buradayım demek... Kendine olan merak. Kız arkadaşın var, ayrılmışsın. Boşluğa düşüyorsun... Kendi çevren yeni insanları sağlayamıyor. Sen de bu tarz mecralara giriyorsun işte... Yani beğeniliyor muyum onu

merak ediyorum... Metrobüs aşkı gibi düşün. Metrobüste böyle bakırsın uzaktan ama hiç konuşmazsın... O beğenilir falan ama hiçbir zaman o ilişki kurulmaz. Tinder dediğin şey, böyle bir şey gerçekten var mı sorusunun cevabını sağlıyor sana.

Çalışmamızda Timmermans ve Caluwe'nin (2017) tespitleriyle uyumlu bir şekilde, Tinder kullanıcıların motivasyonlarının sabit bir şekilde ilerlemediği ortaya çıkmıştır. Zaman içinde, kullanım sürecinde yer yer farklılaşmaya uğramaktadır. Ya da kurulan ilişkilere özel olarak hedefler dönüşmekte veya çeşitlenmektedir. (K-2) ilk başlarda biraz denemek ve biraz da özgüven yükseltmek için kullanmaya başladığı uygulamadan beklentisini süreç içerisinde revize etmiştir: "...sonra acaba olabilir mi, buradan da bir ciddi ilişkiye döner mi diye düşünüp bir dönem ciddi ilişki... aslında filmdeki gibi ben de bir arayışa girdim." (E-2) de ilk başlarda daha gündelik ilişkiler için uygulamayı kullandığını sonrasında daha ciddi ilişkilere odaklandığını ve her iki kullanımıyla da doyuma ulaştığını ifade etmiştir: "İlk zamanlarda açıkçası... biraz daha gönül eğlendirme diye tabir edeceğimiz şekilde (kullandım). Ankara'ya taşındığım dönemde... oradan bir uzun dönemli bir ilişki bulabilir miyim... O doyuma da ulaştım"

(E-3)'e göre, kurulan ilişkiye göre beklentiler şekillenmektedir:

İletişim dinamiği çok belirliyor ne yapacağımızı... son üç ilişkimin tamamı dating applerden oldu. Ama bir ilişki aramıyordum yani ama karşımdaki insanla ilk buluşmadan sonra ikinci buluşmayı da yaşamak istedim üçüncü buluşmayı da yaşamak istedim beşinci buluşmayı da yaşamak istedim ve sonra da uzunca görüştük. Haa bu insanlar ilk masaya oturduğumuzda sevgilim olacaklar benim muhtemelen diye mi oturdum hayır ama öyle gelişti... (Cecilia'nın dediği gibi) yani böyle ben sonsuz aşkı arıyorum yok yani ben dating appte aramaktan bahsetmiyorum genel olarak sonsuz aşk çok zor.

Profillerin dizaynında, örneğin (E-4)'ün ifadelerine atıfla "tek gecelik" ilişkilere ulaşmak için "kaslı ve çıplak fotoğrafların" öne çıkarılması ya da daha ciddi ilişkiler için "kitap okunurken, yemek yerken" çekilmiş fotoğrafların öne çıkarılması söz konusudur. Katılımcıların bazıları ise profillerini dizayn ederken, söz gelimi "hook up" olarak görünmemek için dikkatli imajlar kullanma gibi kaygıları da hissetmişlerdir:

(K-3): Orada zaten ne aradığına dair de bir seçenek vardı. Ben relationship'i seçmiştim. Onu görmek hook up olmadığını erkeklere çağırıyordu herhalde. Onun dışında burcum, mesleğim, genel bilgilerim, hobi ve ilgi alanlarım... Böyle hani SGK hizmet dökümü bir insanım. Bence profilim bunu da hem resimlerimle hem de oradaki bilgilerle yansıtıyordu.

Katılımcılar için karşı tarafa dair izlenimler veren profillerin dizaynı, onları seçip seçmeme konusunda "uyarıcı" bir işlev de görmektedir:

(K-1): Kendimce şöyle bir skalam vardı; Tinder101... Sadece güneş gözlüklü ya da şapkalı yüzünü biraz gizlediği bir şey varsa mutlaka gizlediği bir şey vardır. Evet çifte standart biliyorum ama I don't care. Çok fazla böyle gözümüze küçük çocuk böyle yeğen hayvan tatlış kedi çiçek böcek sokuluyorsa, böyle makam arabası varsa ya da ciddi bir şey düşünmüyordur ya da manyaktır. Yazmayacaksan kaydırma falan gibi bir şey varsa ciddi bir şey düşünmüyordur. Boyu yazıyorsa ciddi bir şey düşünmüyordur ve zaten sen de ciddi bir şey düşünmüyor olsan da o insanın yanından bile geçmemelisin çünkü sıkıntılı bir tiptir. Konuşmaya başladıktan sonra da konuşur konuşmaz hemen seni date'e çağırın bir insanın ciddi bir şey düşünmediğini düşünürüm.

Araştırmada bu anlamda bazı kullanıcılar profillerini hızlı şekilde, değişen kullanım amaçlarına göre yeniden tasarladıklarını anlatmışlardır. Aradıkları ilişki biçimlerine göre, birbiriyle çelişen benlik sunumları performe etmişlerdir. Kullanıcıların bazılarının, filmin başkarakteri Simon'un stratejisine benzer biçimde, hedefleriyle uyumlu olmayan profil oluşturmaları, kendilerini aslında başka arayışlarda olan birileri gibi göstermeleri, "fake expose" diye tabir edilen taktikler uyguladıkları görülmüştür. Bu boyutu/kategoriye değerlendirdiğimizde, araştırmamıza katılanların belgesele yönelik egemen okuma yaptıklarını, belgeseldeki temsillerle kendi deneyimleri arasında uyumluluklardan bahsettiklerini, bu tespitlerin daha önce yapılan araştırmaların bulgularıyla paralellik gösterdiğini söyleyebiliriz.

Bununla bağlantılı bir diğer durum Tinder'ın, kullanıcılarını beğenilme, eşleşme odaklı bir biçimde kendilerini pazarlayabilme/markalaştırabilme becerisi gerektiren bireyler olmaya itmesi, kullanıcıların bunun farkında olması durumudur. Hobs ve diğerlerinin altını çizdiği gibi bireyler Tinder'ın kendilerini etkileyici ve arzu edilebilir kullanıcılar olarak sunmaları için bir kendini markalama (self-branding) ve pazarlama/metalaştırma (self-commodification)

becerisi gerektirdiğinin farkındadırlar (aktaran Adamczyk ve diğerleri, 2024: 3615). Yukarıda öz-sunum stratejileri bağlamında Goffman'ın teorisinden hareket eden araştırmaların kendini metalaştırma ve pazarlama konusundaki bulgularına yer vermiş, Bandinelli ve Gandini'nin yaptığı çalışmaya atıfla bireylerin markalaşma konusunda çabaladıklarını, bu becerileri konusunda kafa karışıklıkları yaşadıklarını, yer yer başarısızlığa uğradıklarını düşündüklerini ve arkadaşlarından (bir dış gözden) destek aldıklarını, Tinder'da kendini markalaştırmanın "olmak" çabasıyla ziyade "görünmek" çabasıyla ortaya çıktığını ifade etmiştik.

Bauman ve Raud sosyal medyada kişilerin kendilerini sürekli gözden geçirmeleri gereken bir görev halinde sunduklarının ve benliklerini "bir dikkat, inceleme ve temaşa nesnesine" dönüştürdüklerinin altını çizer (Bauman ve Raud, 2018:16). Bu anlamda, Tinder profillerinin bir dijital oyuna benzer şekilde, oyundaki göreve uygun olarak "yeni kostümler ve görevler"le yeniden ve yeniden tasarlandığı söylenebilir. Bir katılımcı (E-4) şöyle söylemiştir: "yani insanların samimi olarak kendini böyle şey yaptığı bir yer değil. Orası bir vitrin ve oyunu kurallarına göre oynuyorsun aslında sen de. Bunları ufak pembe yalanlar gibi görüyorum ve devam edeceğim". Katılımcı bu ifade ile Appel ve diğerleri'nin (2023) kullanıcılar arasında olduğunu varsaydıkları, profilin gerçekten çok da uzak olmadığı kabulüne dayalı psikolojik sözleşmeye atıfta bulunmaktadır. Katılımcı öz-sunum stratejisi olarak kullandığı/ aynı şekilde kendisine karşı kullanılan ufak aldatmacaların gerçekliğe çok da uzak olmadığı müddetçe isteğini arttırdığını öngörmektedir.

Aşağıdaki ifadelerde de kullanıcıların, beklentilerine göre profil oluşturma konusunda bir entelektüel uğraş içine girdiklerini, bir adım öteye giderek kendilerini markalama/pazarlayabilme becerilerini değerlendirdiklerini, bu uğraşın onları yalnızca "görünmek" çabasına, gerçeğin çok uzağına düşmemek kaydıyla "fake expose" taktikleri uygulamaya ittiğini gözlemek mümkündür:

(E-3): Yakışıklı fotoğraflarımı koyarım. Karşı taraf tarafından da beğeneceğini düşündüğüm ve kendi beğendiğim özelliklerimi koyuyorum. Fotoğraflarımdan on kilo daha fazlayım haberiniz olsun diye yazmıyorum. Fena bir eğitim geçmişim yok eğitim geçmişim işte. Sosyal olduğumu gösteren belli başlı özelliklerim. İlk görüşte karşıdaki insana iyi geleceğini düşündüğüm şeyleri yazıyorum... Bir süre kendinize bence bir paket yaratıyorsunuz. Büyük yalanlar demeyelim, uyumlanmak için küçük modifikasyonlar yapıyor.

(E-4): Herkesin profilinin bir nebze de olsa gerçeği yansıtmadığını düşünüyorum. Toplumsal alandaki karakterimiz gibi aslında. Kültür-sanat alanıyla ilgileniyorum. Ve bunu öne çıkaracak şeyler ekliyorum. Parlatacak şeyler diyebilirim. İlişkinin biçimine göre fotoğraf, profil yaratmayı normal karşılıyorum. Ciddi ilişki istiyorsanız ona göre fotoğraflar koyabilirsiniz. Gündelik hayatta yemek yerken, arkadaşlık, kahve içerken. Tek gecelik ilişkiler içinse farklı... Mesela bir kere şey koymuştum... Ben daha zayıf biriyim. Kendimin kaslı gibi görüneceği, üstümün çıplak olduğu bir fotoğraf koymuştum mesela. Orada çünkü amacım sadece tek gecelik ilişkiydi. Profilimi ona göre tasarlamıştım.

Tinder'da kullanıcıların güvenlik testleri: Parmağınızın bir hareketiyle hayatınız sonsuz kadar değişebilir

Çalışmamızın üçüncü boyutu filmin hikayesindeki popülerliği yaratan temel unsur olan, flört uygulamaları etrafında dönen güvenlik ve risk algılarıyla ilgili izlenimlerdir. Tinder'da başlayan flört pratiğinin diğer mecralara, kullanıcılar tarafından "organik" olarak görülen mecralara doğru yayılması gerekliliği Tinder'ın diğer uygulamalara kıyasla "daha az gerçek" bulunmasının yanında aslında güvenlik boyutuyla ilgili de bir durumdur. Genelde fazla bilgi fazla güven duymayı beraberinde getirirken *Tinder Avcısı* belgeseli bilgi-güven ilişkisinin her zaman böyle işlemediğini göstermektedir. Katılımcılar bu boyut özelinde belgeseli alımlarken diğer iki boyuta kıyasla müzakereci ve muhalif okumaları daha fazla gerçekleştirmişler, yer yer ise belgeselin gösterdiği güvenlik problemleriyle kendi deneyimlerini kıyaslayarak risk algıları ile ilgili farkındalık geliştirmişlerdir. Bu anlamda belgeseldeki risk kurgusuna yönelik ilk başta ortaya çıkan muhalif yaklaşımın zaman zaman onunla uzlaşır, egemen okumaya cevaz verir bir noktaya doğru ilerlediği gözlemlenmiştir. Bu kategori altındaki bir diğer unsur suç ve cezaya dair görüşlerdir. Burada da müzakereci bir okumadan

bahsetmek mümkündür. Katılımcılar bu belgesel özelinde ve yer yer kendi deneyimleriyle belgeseli kıyasladıklarında suçun ve cezanın hem hukuki hem de toplumsal olarak tanımlanmasında ve onaylanmasında arada bir pozisyonda durmaktadırlar.

Filmde *Simon* ile ve *Simon'un* stratejisine inanan ve dolandırılan kadınlarla empati yapan katılımcılar müzakereci okumayla bir yanda karakterlere yönelik eleştirel bir tutumla kendi ihtiyatlılıklarını ön plana çıkarırken öte yandan profesyonel dolandırıcılığın karşısında acziyet gösterme ihtimallerini de göz ardı etmemişlerdir.

Örneğin (E-3) insanların birkaç ay *Simon* ile yaşadıkları “fairy tale” için kendilerini bu yalana inandırmalarının çok normal olduğunu, zaten *Simon'un* da bu zaafı bilerek bunu çok iyi kullandığını belirtmektedir. Kadınların yaptıklarını aptallık olarak tanımlarken, “Madrid’e götürüp getirilmelerin, lüks yemeklerin” dolandırılma riskini göze almayı sağlayan şeyler olduğunu ifade eder. Ancak bunun yanında *Simon'un* profesyonelliği karşısında zaaf duyabileceğini ve aslında kadınlarla benzer güvenlik önlemlerini kullandığını ve *Simon'un* stratejisinin bunu aşacak düzeyde olduğunu da ortaya koyar:

Simon'un meselesi inanılmaz bu arada o çok çok profesyonel bir gün benim başıma öyle bir şey gelirse ben kanarım çünkü dediğim gibi o insanların yaptığından daha fazla güvenlik önlemim yok... Ha benden bir kere para ister iki kere ister o kadar tanımadığım birine yani bir aydır tanıdığım birine muhtemelen o kadar para göndermem ama ben de yüzde yüz düşerdim.

(K-1): Asla gitmem adamın -olayın çıktığı zamanı da hatırlıyorum- dolandırıcı ya da tekinsiz olduğu suratından o kadar belli ki ben o adamı kaydırmazdım da... Takim elbiselerini de kaydırmazdım. Ciddiyim gibi görünme çabasında olup ciddi olmayanlar onlar.

(E-1): Sen kime borç veriyorsun; güvendiğin insana... Bir mecrada tanışyorsun, sana bir hizmet sağlıyor; uçaklar, gece kulüpleri... Sen zaten bu parayı ödeyecektin ama sana ödetmiyor. Yani sen kendi paranı o adamla harcıyorsun aslında... Seni İbiza'ya götürüyorum. Otel, gece kulübü her şeyini karşılıyor. En az 7-8 bin dolar. Adam bu hizmeti sağlıyor aslında... Kendi bedavaya aldıkları hizmetin başkalarının paraları üzerinden döndüğünü anlıyorlar sonra.

(K-3): Filmdeki ekstrem bir örnekti. Benim kenarımdan bile geçmediğim bir durumdu. Dolayısıyla kendimle çok özdeşleştiremedim. Sadece şey diye düşündüm, başıma böyle bir şey gelseydi ne olurdu. Birisi özel uçağıyla başka bir ülkeye gitmeyi teklif etse... Ben aşırı derece güven takıntılı olduğum için kuvvetle muhtemelen asla kabul etmezdim. Uçağa binemezdim, korkardım.

Katılımcılar filmdeki karakterlerin Tinder uygulamasındaki muhtemel risklere karşı aldıkları güvenlik önlemleri ve güvenlik testleriyle ilgili yorumlarında ve kendi güvenlik önlemleriyle ilgili anlatımlarında yine karakterlerle özdeşlik kurmuşlar ve aslında kendileriyle belgeseldeki karakterler arasında bir uyumluluktan söz etmişlerdir. Nitekim kendileri de belgeseldeki karakterlerle aynı yolları izlemektedirler ve bu yolları yeterli bulmaktadırlar. Ancak belgeselin güvenlikle ilgili parmak bastığı açıklar, onları bu kategoriyle ilgili tekrar bir değerlendirme yapmaya itmektedir.

(E-3): Eğer ilişkimiz derinleşmeyecekse çok üstüne gitmem... Konuşuyoruz bu arada organ mafyasıysa ne yapacağız? Mesela bir kadına ikinci buluşmamızda diyorum ki hadi gel sana yemek yapayım. O da diyor ki seni daha tanımıyorum belki de organ mafyasısın... Bu galiba Tinder'da kalıplaşmış bir şey... Bu korkuyla davranmıyorum açıkçası... Googlelarsın Instagram'ına bakarsın, LinkedIn o kadar. Karşındaki doğrulamak için iki tane daha yöntem var. Birincisi karşıdaki bir ses kaydı istiyor, sesini duyayım hani gerçek misin? İkincisi de görüntülü konuşma... Instagram'a geçtikten sonra isteniyor.

(K-1) güvenlik testlerinin bilhassa kadınlarda sezgisel ilerlediğini iddia etmektedir. Onun ifadelerine de bakıldığında belgesel filmdeki karakterlerin izledikleri yolların aslında görece evrensel nitelik taşıdığı, çalışmamıza katılan bireylerce de kullanıldığı ortaya çıkmaktadır:

İşte önce Googlelarsınız, Facebook, Instagram şu bu... Kadının patladığı yer duygusal bir şey bence. Entelektüel olarak yapması gereken her şeyi yapmış ama en primitif olan içgüdüsel koruma mekanizması bir biçimde devre dışı. Seni hiç tanımayan birisi seni bilmem nerede ne oteline çağırırsa kalkıp gitmezsin.

(K-3) güvenlik testleri olarak “Googlamak, LinkedIn hesabını kontrol etmek ve Instagram hesaplarına bakmak” şeklinde benzer yolları kullandığını ifade etmiştir. Sosyal medya hesaplarında mavi tik olması da güven verici etmenlerden biri olarak yorumlanmış ancak tüm bunlara karşın sahte

profillerle karşılaştığını aktarmıştır:

Sahte profillere de denk geldim bu arada... Bir kere işte biriyle tanıştık yazışıyoruz gayet hani sohbet iyi de akıyor. Kendi resmi ve kendi ismi değilmiş oradaki... Maksimum yaptığım şey Google'lamaktı. İşte Instagram hesabı bağlı oluyordu bazılarının direkt uygulamaya. Date app'te biraz konuştuktan sonra Instagram'dan devam edelim oluyordu. Instagram insana güven veriyor. Birisinin mavi tiki vardı. Googleyordum onun dışında. Hani isim soy isimden. Instagram'ına bakıyordum. LinkedIn hesapları falan çıkıyordu genelde. Onlar biraz daha hani güvenilirliği artırıyordu.

(K-2)'nin aktarımları ise çevrimiçi ağlarda yaratılan imajların bir taraftan çok güven verici şekilde inşa edilebileceğini ancak aynı zamanda kişinin istemediği yönlerini çok iyi saklamaya imkân tanıyabileceğini göstermektedir. (K-2), Google, Instagram, LinkedIn gibi testlerin yeterli olmadığını, insanların kimi zaman işleri, yüzleri ve hayatlarıyla ilgili paylaştıkları imajların "fake" olmasa da bazı özel bilgilerin saklanabileceğini, dolayısıyla yine de karşılarındakini aldatabileceklerini kendi yaşadığı örneklerle ifade etmiştir:

Filme benzer ya da biraz daha farklı olabilecek şekilde ama şöyle; bir arkadaşımın eşini gördüm maalesef. Açık kimliğiyle gördüm. Ondan sonra da ismini ve resmini açıkça koymasına da bir kriter değil diye düşünmeye başlamıştım. Filmden yola çıkarsak, o kadın gibi ben de dediğim gibi Instagram'da gerçek hayatı görünce ilk etapta güven hissettim. Ama sonra işte dediğim gibi hem orada yaşadıklarımla kendi arkadaşımın eşini gördüğüm için bunun da sahte olduğunu fark ettim. İlk etapta Instagram'ın vesairenin açık olması, Google'da arattığımda işinin doğru çıkması, LinkedIn'de profilinin olması güven verdi. Ama sonra arkadaşımın eşini de gördükten sonra bu güven ortamı kısa sürdü.

(E-4) de filmdeki karakterlerin güvenlik önlemlerini yerinde bulmuş, bilhassa "mavi tik" in güven verici bir özellik olarak insanları yanıltabileceğini ifade etmiştir. (E-4) belirsiz profilleri "sola kaydırıldığını" aktarmıştır:

Bugün birçok dijital uygulamaya girerken eğer tikiniz varsa... Daha fazla güven duyuyorsunuz... Filmdeki karakterin de bence burada bu güvenlik şeyini doğru buluyorum ve normal karşılıyorum. Bende zaten şöyle bir şey oluyor. Mesela tamamen tek fotoğrafı olan ve hiç görünmeyen bir şeyleri daha fazla eliyorum yani... Çok belirsiz profiller olduğunda zaten direkt sola kaydırıyorum yani geçiyorum.

Katılımcılar filmin bitişi ile ilgili alımlamalarında özellikle suç, ceza, toplumsal yaptırım, adalet gibi kavramlarla ilgili yorumlarda bulunmuşlardır.

Katılımcıların genel eğilimi, filmin aslında alt metninde de ortaya koyduğu gibi yaşananların karşısında alınan cezanın veya toplumsal yaptırımların yetersizliğinin işaret edilmesi olmuştur. Onun yanında konu özellikle hukuki boşluklarla ilgili kısma gelince katılımcılarda gönülsüz de olsa bir kabullenmenin ifade edildiği gözlemlenmiştir:

(K-1): Mesleki teknik bilgim olmadığı için o anlamda yorum yapmam doğru olmaz ama bir kadın olarak onu izlerken şey hissine kapıldım yani... O kadar açık ki dolandırdığı bir yandan da adamların yani hukuku uygulayan tarafın şeyini de anlayabiliyorum yani her şey rızayla yapıldığı için hani... Anlamak değil ama görüyorum diyeyim bir yandan da benim başıma gelmiş olsaydı isyan ederdim yani nasıl bir şey yapılamaz diye... Suçlayabiliyor olmaları gerektiğine inanıyorum o zaman şey yani, Adnan Oktar'ın batağına düşen kadınları da o zaman rızası vardı e iyi o zaman öyle şey mi olur çete yani orası resmen çökerttiler işte yani anlatabildim mi, orada bir şey yapılabilirdi gibi hissediyorum.

(K-3): O kısım beni birazcık şaşırttı açıkçası... Yakalandıktan sonra o kadar kolay salınacağını... Hala bir Instagram hesabı olabildiği işte hala birileriyle görüşebiliyor olması falan gerçekten ilginç".

(K-2): Böyle bir son beklemiyordum hani tutuklandı hala cezaevinde işte cezasını çekiyor tarzı bir son bekliyordum o yüzden çok sinirlerim zıpladı açıkçası. Ama sonra düşündüm aslında adamın yasa dışı yaptığı şeyler sahtekarlık sadece kızlardan para almasının yasa dışı bir durumu yok yani zayıf daha doğrusu.

(E-4): Elbette karakterle bir özdeşlik kurarak izliyorsun ister istemez. Sonuçta karakter bir sürü yasa dışı ve güvensiz şeyler yaparak bir gelir elde ediyor. Ve bunun cezasını çeksin istedim aslında biraz... Yani elbette karşı tarafta çok profesyonel bir işleyiş var. Zaten oradaki gazeteciler de aynı şeyi söylüyor araştırmaları sonunda. Çok profesyonel yani. Adam her şeyi düşünüp yapıyor vesaire... Hala hayatının devam etmesi de mesela, hala para kazanması falan da böyle biraz rahatsız etti beni.

Buna karşın bilhassa erkek katılımcıların bazıları, *Simon'a* karşı gönüllülük temelinde davranıldığını dolayısıyla hukuken bir sorun olmadığını ifade etmişlerdir:

(E-3): Hiçbir şeye zorlamamış... Evet yalan atmış, yalan atarak insanlardan para almış ama günün sonunda bu insanlar da aslında belli bir zorlamaya maruz kalmadan bunu vermişler. Yani çok mantık çerçevesinde düşünüldüğünde kanunların yapacağı çok bir şey yok bence. Filmin sonunda adam yirmi beş yıl hapse çarptırıldı falan denseydi ben çok şaşırdım.

(E-1) Yani şöyle söyleyeyim ben adamı anlıyorum yani diğer kadınları da anlıyorum... En çok *Simon'u* anlıyorum ben ya... *Simon'u* şey gibi düşün hukukta bir açık bulursun bir dava kazanırsın sonra emsal olur ya hani *Simon* o emsal oldu.

Simon gibi bir sürü adam var bu arada... Bence tam olması gerektiği gibi bitti... Hukuki olarak bir engelin olmadığı yerden devam etmiş adam... Bu adam etik olmayan bir şey yapmış ama legal.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada alımlama çalışması ve kullanımlar ve doymalar yaklaşımı birlikte kullanılarak, *Tinder Avcısı* belgesel filmini bir yansıtıcı mercekle olarak ele alıp Tinder uygulamasını kullanan bireylerin motivasyonları ve elde ettikleri doymaları yönelik bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Böylelikle, bir yandan bireylerin aktif medya tüketicileri/ kullanıcıları olarak günümüz aşk kültürünün bir parçasını oluşturan Tinder'ı kullanma pratiklerine yönelik mikro bir çalışma gerçekleştirmiş, bir diğer yandan ise bireylerin kullanım pratiklerini daha makro yapılar içerisinde anlamlandırabilmek için belgesel filmin alımlamasından yola çıkılarak Tinder'ın günümüzün dijitalleşme kültürü ve aşk kültürü içerisinde hangi noktaya konumlandığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Uyguladığımız saha araştırmasında, belgesel filmde yer alan karakterlerle Türkiye içinde en uyumlu olarak varsaydığımız yaş, dijital kültür, meslek, kentlilik ve sınıfsal profil içerisinde, farklı cinsiyetlerden eşit sayıda olmak üzere kullanıcılar belirlenmiştir. Böylece hem Tinder'ın ve diğer flört uygulamalarının bir bütün olarak durduğu noktaya, hem de cinsiyetler arasındaki farklılaşmaya dair gözlem yapma imkânı yakalanmıştır.

Üç ana boyut/kategori temelinde inceleme gerçekleştirilmiştir. Bu boyutlar daha önce bu alanda yapılmış çalışmaların üzerinde durduğu noktalar olmalarının yanı sıra *Tinder Avcısı* belgeselinde de üzerinde durulan ana temalardır. Bunlardan biri Tinder'ın gündelik hayat içerisinde, aşk kültüründeki yeri ve bu kültürde giderek artan hegemonik pozisyonu, diğer alanlara doğru gösterdiği sızmalar ve ona has jargonun ve flört pratiğinin giderek normalleşmesi ve hatta diğer pratikleri dönüştürüyor olmasıdır. Bu hem belgesel filmde, hem de daha önce yapılan çalışmalarda göze çarpan bir temadır ve bu çalışmada da kullanıcılar belgesele yönelik sıklıkla egemen okuma yaparak ve daha önceki çalışmalara oldukça

benzer ifadelerle bu kategorinin geçerliliğini yeniden üretir bir pozisyon belirlemişlerdir. Bu noktada Tinder hem sorun çözücü hem de kaçınılmaz görünmekte, kesintisiz bir şekilde ilerlemese de toplumsal kabul açısından giderek ağırlığını arttırmakta, ona has flört ve dil pratikleri diğer alanları da domine etmeye başlamakta ve romantik ilişkiler açısından popüler kültürün önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

İkinci ana kategori ise Tinder ve diğer flört uygulamalarını kullanırken uygulanan taktikler, kullanma amaçları ve doymalar, bir yönünün kendini markalama olduğu profil oluşturma ve onu değişen ihtiyaçlara göre yeniden kurgulama becerisi ve flörtlerin kurulma ve ilerleyişi ile ilgili yaşananların yer aldığı daha çok mikro deneyimlere odaklanan boyuttur. Burada da yine hem büyük oranda belgesele yönelik egemen bir okuma yapıldığı, hem de önceki çalışmalara benzer bir takım sonuçlara ulaşıldığı gözlemlenmiştir. Kullanıcılar Tinder'ı kendi ifadeleriyle özellikle Instagram, Whatsapp, LinkedIn gibi diğer uygulamalara kıyasla daha az "organik" yani daha az gerçek bulmaktadırlar ve Tinder'da başlayan konuşmanın bu alanlara kaymadıkça ilerleyemeyeceğini ifade etmektedirler. Bununla birlikte hemen herkes belgeselden yola çıkarak bu diğer mecraların dahi yüzde yüz oranında karşıdaki ile alakalı gerçeklikleri ifade edemeyeceğini kabul etmişlerdir. Bir diğer unsur yine belgeseldeki benzer biçimde ve daha önceki çalışmaların sonuçlarına paralel şekilde uygulamayı kullanma hedeflerindeki çeşitliliğidir. Kısa süreli ilişkiler, cinsellik, arkadaş edinme, eğlenme, sosyalleşme, uzun süreli ilişki gibi çok farklı motivasyonlarla hareket eden kullanıcılar profillerini de buna göre oluşturmakta, arzu ettikleri doymalara tamamen veya kısmen ulaşmakta, yer yer motivasyonlarını değiştirmekte veya kaybetmekte, bu gelişmelere uygun olarak uygulamayla olan ilişkilerini veya profillerini yeniden tasarlamaktadırlar. Bu tasarım becerisinin karşı tarafta eşleşmeyi sağlayacak bir kendini markalama/pazarlama işlemi olduklarının bilinciyle hareket etmekte ve (yer yer "fake expose" dahil olmak üzere) buna göre taktikler belirlemektedirler.

Son ana kategori ise belgeselin dünyaca bilinirliğinin ve popülerliğinin ana unsuru olan güvenlik, risk; toplumsal ve hukuki cezalandırma boyutudur. Bu noktada kullanıcıların yer yer belgesel filme yönelik muhalif ve müzakereli okumalar yaptıkları ancak öte yandan belgeselin onların kafalarında Tinder'ın ortaya çıkardığı risk algılarıyla ilgili belli düzeyde farkındalıklar da oluşturduğu gözlemlenmiştir. Kullanıcılar belgesel filmde kullanılan güvenlik taktiklerinden daha fazlasını uygulamıyor gözükmektedirler. Bununla birlikte mağdur olan kadınların ana karakter *Simon'a* yaklaşımlarında rasyonelliklerini kaybettiklerini, kendilerinin bu noktada soğuk kanlı kalacaklarını iddia etmektedirler. Ancak bu iddia devamında benzer profesyonel dolandırıcılık karşısında aynı duruma düşebilecekleri kaygısıyla yer değiştirebilmektedir. Katılımcılar çoğunlukla mağdurlarla empati yapmışlardır ve sonuçta verilen cezanın yetersizliği onları rahatsız etmiştir. Öte taraftan bir kısım, çoğunluğu erkek, katılımcı hukuki olarak iyi kurgulanmış bir dolandırıcılık olduğunu ve alınan cezanın normal olduğunu ifade etmişlerdir. Yine bu katılımcılardan bazıları *Ponzi* sistemine benzeyen bu dolandırıcılık sonucu mağdur olan kadınların aldatılma süreçlerinin kendi zaafı sonucu gerçekleştiğini vurgulayarak hukuki sonuçla ilgili nötr tavır takınmışlardır. Öte yandan konu toplumsal cezaya geldiğinde ana karakter *Simon'un* halihazırda profilinin açık olması, toplum tarafından dışlanmıyor oluşu ve hatta zengin hayatına devam ediyor oluşu katılımcıları toplumsal bir sorgulamaya itmiştir ve çoğunluğu bu durumun kabul edilebilir olmadığını ifade etmiştir.

Sonuç olarak Tinder uygulaması, onu kullananlar tarafından günümüzün flört kültürü açısından vazgeçilmez, sorun çözücü bulunmakta, ancak mecranın diğer mecralara kıyasla daha az gerçek olduğu düşünülmekte ve orada başlayan flörtün diğer uygulamalarla devam etmesi gerektiği kabul edilmekte; Tinder'la özdeşleşen dil ve ona has flört pratiği giderek tüm flört kültürüne doğru sızma eğilimi göstermekte, popüler kültüre yerleşmekte ve egemen olmaya başlamakta; kullanıcılar güvenlik açısından gerekli önlemleri aldıklarını

düşünmekte, halihazırda uygulamanın sağladığı güvenlik önlemlerini görece yeterli görmekte, kendilerine has “risk azaltma” taktiklerini uygulamaktadırlar.

Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, Tinder kullanımının yalnızca bireysel tercihlerle açıklanamayacağı; dijitalleşme, popüler kültür ve güncel aşk rejimiyle iç içe geçmiş bir pratik olduğu görülmektedir. Tinder Avcısı belgeselinin alımlanması, kullanıcıların kendi deneyimlerini hem meşrulaştırmalarına hem de sorgulamalarına olanak tanımış; film, bireysel anlatılar ile daha geniş toplumsal yapılar arasında bir düşünme alanı açmıştır. Bu yönüyle çalışma, dijital flört pratiklerinin alımlama temelli saha araştırmalarıyla ele alınmasının sunduğu imkânları görünür kılmaktadır.

Kaynaklar

- Adamczyk, K., Janowicz, K., & Mrozowicz-Wrońska, M. M. (2024). Never-married single adults' experiences with online dating websites and mobile applications: A qualitative content analysis. *New Media & Society*, 26(6), 3614–3637.
- Appel, M., Hutmacher, F., Politt, T., & Stein, J.-P. (2023). Swipe right? Using beauty filters in male tinder profiles reduces women's evaluations of trustworthiness but increases physical attractiveness and dating intention. *Computers in Human Behavior*, 148, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107871>
- Aydın, O. Ş. (2007). Alımlama araştırmaları ve kültürel çalışmalar geleneğinin katkısı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 1–15.
- Bandinelli, C. (2022). Dating apps: Towards post-romantic love in digital societies. *International Journal of Cultural Policy*, 28(7), 905–919.
- Bandinelli, C., & Gandini, A. (2022). Dating apps: The uncertainty of marketised love. *Cultural Sociology*, 16(3), 423–441. <https://doi.org/10.1177/17499755211051559>

- Banet-Weiser, S. (2018). Empowered: Popular feminism and popular misogyny. Duke University Press.
- Bauman, Z., & Raud, R. (2018). Benlik pratikleri (M. Ekinci, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). Akışkan gözetim (E. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Berkowitz, D., Tinkler, J., Peck, A. & Coto, L. (2021). Tinder: A Game with Gendered Rules and Consequences. *Social Currents*. 8(5), 491-509.
- Biter, Z. (2023). Çevrimiçi tanışma uygulamalarını kullanan yetişkinlerin bağlanma stilleri, narsistik kişilik özellikleri ve çevrimiçi uygulama kullanma motivasyonları arasındaki ilişkilerin incelenmesi (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Arel Üniversitesi.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (Eds.). (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Fernandez, M. A., Rahmanto, A. N. & Pawito (2025). Digital Manipulation: Self-Presentation in the Film the Tinder Swindler. *International Journal of Media and Communication Research*. 6(1), 27-38.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). Routledge.
- Kallis, R. B. (2020). Understanding the motivations for using Tinder. *Qualitative Research Reports in Communication*, 21(1), 66–73. <https://doi.org/10.1080/17459435.2020.1744697>
- Konings, F., Sumter, S. R., & Vandenbosch, L. (2024). Gender Roles and Mobile Dating applications: Exploring Links Between User Characteristics and Traditional Gender Expressions in Self-Presentations. *Archives of Sexual Behavior*, 53(6), 2361–2376. <https://doi.org/10.1007/s10508-024-02884-8>
- Kurtuluş, E. M., & Ayan, F. S. (2023). Dijital flörtleşme: Post-dijital sorunlara post-dijital çözümler. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 447–465.
- LeFebvre, E. L. (2017). Swiping me off my feet: Explicating relationship initiation on Tinder. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1–25. <https://doi.org/10.1177/0265407517706419>
- Livingstone, S. (1998). Relationships between media and audiences: Prospects for audience reception studies. In T. Liebes & J. Curran (Eds.), *Media, ritual and identity* (pp. 237–255). Routledge.
- Peetz, T. (2024). Intimate valuation devices. Doing valuation while doing dating in Tinder texts. *Journal of Cultural Economy*. 17(5) 605-625.
- Portingale, J., Fuller-Tyszkiewicz, M., Liu, S., Eddy, S., Liu, X., Giles, S. & Krug, I. (2022). Love me Tinder: The effects of women's lifetime dating app use on daily body dissatisfaction, disordered eating urges, and negative mood. *Body Image* 40(2022) 310-321. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.01.005>
- Stoicescu, M. & Rughiniş, C. (2022). Swiping as a Single Mom: A First Look at the Experiences of Single Mothers Who Use Tinder. *Sociological Research Online*, 27(4), 964-983. DOI: 10.1177/13607804221117835
- Strübel, J. (2023). The Most Swipeable You: Experiences and Self-Perception of Tinder Users. *The Journal of American Culture*, 46(1), 44-54. <https://doi.org/10.1111/jacc.13428>
- Sumter, S.R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>

Lokanan, M. E. (2023). The tinderswindler: Analyzing public sentiments of romance fraud using machine learning and artificial intelligence. *Journal of Economic Criminology* 2(2023) <https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2023.100023>

Lutz, C., & Ranzini, G. (2017). Where dating meets data: Investigating social and institutional privacy concerns on Tinder. *Social Media + Society*, 3(1), 1–12.

McCracken, G. (1988). *The long interview*. Sage Publications.

Morley, D. (1980). The nationwide audience: Structure and decoding. British Film Institute.

Morris, S. & Dobson, A. S. (2023). Tinder marketing and transnational postfeminist media cultures: “modern” women as single, not sorry?, *Feminist Media Studies*, 23:8, 4269-4284, DOI: 10.1080/14680777.2023.2166972.

Staiger, J. (2005). *Media reception studies*. NYU Press.

Timmermans, E. & Caluwe, E. D. (2017). To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual differences perspective to Tinder use and motives. *Personality and Individual Differences* 110 (2017), 74-79. <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.026>

Turner, G. (2003). *British Cultural Studies: An Introduction* (3. rd ed). London ve New York: Routledge.

Ward, J. (2017). What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app. *Information, Communication & Society*, 20(11), 1644–1659.

Wu, S., & Trottier, D. (2022). Dating apps: A literature review. *Annals of the International Communication Association*, 46(2), 91–115.

<https://doi.org/10.1080/23808985.2022.2069046>

Yıldız, F., & Özarlan, Z. (2022). Kadınların deneyimlerinden dijital flört şiddetine bakmak. *Etkileşim*, 9, 72–101.

Yıldız, M. E. (2023). Yargıtay kararları ışığında dijital flört şiddeti teşkil eden yöntemlerden doğan ceza sorumluluğu. *Çukurova Üniversitesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 2, 93–143

Extended Abstract

This study aims to contribute to the limited coverage of digital dating applications in the Turkish literature, particularly from the field of film studies. The documentary *Tinder Swindler (Felicity Morris, 2022)* was used as a "reflective lens" and evaluated through a two-stage methodological approach, encompassing both the uses and gratifications approach and reception studies. The uses and gratifications approach reveals the reasons why users adopt Tinder, while the reception approach examines how viewers interpret the film in light of their social, class, and cultural positions. Hall's categories of dominant, deliberative, and oppositional reading guided this analysis. The study discussed participants' identification with the film's characters and their reception practices, along with their profile designs, their risk management strategies, motivations, and gratifications. The study explored how participants identified with the film's characters, the aspects they embraced or objected to the film; The focus also discusses how users explain their Tinder experiences in relation to their profile designs, risk management, dating practices, motivations, and satisfactions. This allows for the intersections and divergences between the world depicted in the film and the participants' own digital dating experiences to be made visible.

The findings of the study were developed using the film's story as a starting point. The first is how Tinder has become a part of everyday life; the second is the motivations behind Tinder use,

how users design their profiles based on these motivations; and the third is how Tinder users implement security measures regarding the identities of their contacts.

The phrases "achieving the best," "getting the fastest results," and "expanding the spectrum," used in the documentary's introduction, summarize the fundamental orientations of today's digital dating culture. These three orientations also provided a significant framework for the study. The research first examined the contexts in which users choose Tinder within the rhythm and intensity of their daily lives. It also assessed how the characters in the film interpreted the reasons for Tinder use and how they related them to their own lives. The findings indicate that Tinder has become increasingly ingrained in daily life practices, particularly after transformative social experiences such as the pandemic. The participants' motivations parallel the film's, spanning a wide spectrum from the search for love and a long-term partner to entertainment, curiosity, the desire to gain self-confidence, the desire to be visible, saving time, and the desire to expand dating opportunities. The research, in line with the film, found that Tinder functions in conjunction with other online applications like WhatsApp and Instagram, particularly in terms of instilling trust. All the structural characteristics of these applications are reflected in Tinder use. Factors such as time savings, overcoming spatial limitations, and rapid communication are fundamental components of digital dating practices. Tinder's algorithm-driven matching systems, tailored to user goals, offer users a wide and limitless range of options tailored to their needs. This wide range of options leads to relationships becoming more fluid and often temporary. On the other hand, this environment also leads users to transform themselves into more polished "digital content" through digital tools like photo filters and short, eye-catching self-promotion. This transformation also creates a sense of insecurity about the other person's true identity. Other ways to overcome this insecurity operate through other online applications. Users turn to apps like WhatsApp, Instagram, and

Facebook to verify the authenticity of their Tinder matches. These applications serve as public spaces for the user. This is because, even if not for dating purposes, the individual becomes visible within their real-life environment—family, friends, and work. According to research findings, a person's visibility on these platforms, the likes they receive, their posts, and the amount of interaction they engage with, have become elements that instill trust in the user.

Thus, trust is reduced to visibility and numerical data. All these apps, while operating in coordination with Tinder, increase an individual's digitized visibility performance, giving rise to what the study calls the "dating economy." The sense of competition associated with "right swipes," the desire to be preferred by more people, and the multitude of options lead to the reduction of relationships to mere quantity. This structure, while empowering individuals by offering them a wealth of options and the ability to communicate at any time, also increases uncertainty and indecision in relationship processes. The research showed that users inherently know that the other person is messaging with multiple people simultaneously and may not initially find this odd. However, this can lead individuals to over-perform, seek ways to re-visit the app in the event of a relationship issue, or invest money in the app to achieve their goals more easily.

These practices, which carry a game-like atmosphere, are often kept secret, especially from previous generations—for example, from their parents—and end once the game is over and the relationship is defined. Therefore, "deleting Tinder" emerges as a powerful indicator of being in a true relationship and establishing trust. In this study, all these transformations in the dating experience are defined as "new normals." These new normals are also reflected in the language, gestures, and cultural practices specific to apps like Tinder. During the research process, expressions like "Tinder zikri," which only Tinder users can understand, attracted attention; it was also observed that expressions like organic relationships, insta-ing, and ghosting

have become part of the digital dating culture surrounding Tinder.

Yazar Bilgileri

Author Details

1-(Sorumlu Yazar Corresponding Author)

Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi,
mehtapzsy@gmail.com.

2-Arş. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
aaligencoglu@gmail.com.

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. **None**

Katkı Oranı

Author Contribution Percentage

Birinci Yazar % 50 First Author % 50

İkinci Yazar % 50 Second Author % 50

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Özsoy, M. & Gençoğlu, A. (2026). Tinder Avcısı (2022) bağlamında alımlamadan kullanımlar–doymalara dijital flört kültürü üzerine iki aşamalı bir saha araştırması. *Yeni Medya* (20), 222-247, <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1859481>.