

MAHREMİYETİN SOSYAL MEDYADA KULLANIMI: MAGAZİN DÜNYASI ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Kamuran DEĞER¹

Öz

Günümüzde her türlü imkânlarından yararlanan sosyal medya, kötü amaçlar doğrultusunda kullanıldığında ise bireylerin yaşamları ve uzun vadede toplumsal yapı açısından tehlike arz edebilmektedir. Bu kapsamda ele alınan çalışmada mahremiyetin sosyal medya üzerinden yayılımı konusu tartışmaya açılarak, günümüzdeki bazı magazin figürleri üzerinden konunun bilimsel açıdan değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bireylerin mahremiyetlerine ilişkin bilgilerin sosyal medya üzerinden yayılımının birey ve toplum açısından risk içerdiği yönündeki varsayımın doğruluğunun desteklenmeye çalışıldığı makalede, çoğu zaman yaşamımızı kolaylaştıran sosyal medyanın bir yandan da nasıl zorlaştırdığı sorgulanmaktadır. Bu doğrultuda çalışma kamusal ve özel alan ekseninde mahremiyet olgusu, modern yaşamda insan ilişkileri ve mahremiyet, mahremiyetin sosyal medya üzerinden kullanımı, magazin dünyasında mahremiyetin paylaşımı üzerine örnek bir olay, sosyal medyada mahremiyetin teşhiri ile ötekinin cezalandırılma isteği başlıkları altında incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet, Kamusal ve Özel Alan, Tüketim Toplumu, Panoptikon, Sosyal Medya.

PRİVACY USE IN SOCIAL MEDIA: AN EVALUATION ON THE MAGAZINE WORLD

Abstract

Social media, which has benefited from all kinds of opportunities can be used for malicious purposes at the present time, thus it can cause a danger for the lives of individuals and the social structure in the long term. In this article the issue of privacy in social media is discussed and it is aimed to evaluate the subject on some magazine figures scientifically. In this article, the accuracy of the assumption that the spread of the information about privacy on the social media contains risks to the individual and the society is tried to be put forward. On the other side it is questioned how social media, which makes our life easier, at the same time make it harder in article. In this perspective the study is examined under the heading of privacy in the public and private spheres, human relations and privacy in modern life, the use of privacy on social media, an example event on the sharing of privacy in the world of magazine, the sharing of privacy and the desire to punish the other.

Keywords: Privacy, Public and Private Sphere, Consumption Society, Social Media, Panoptikon.

¹ Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri, kamurangularslan@gmail.com



Giriş

Sosyal medya bireylerin toplumda kolay yoldan popüler olmak ya da var olan popülerliğin devamlılığını sağlamak için sınırsız imkânlar tanırken, bir yandan da hedef kitlelerine hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmak isteyen pazarlama iletişimcilerin tercih ettiği mecraların başında gelmektedir. Pazarlama iletişimcileri reklam ve tanıtımını yapmak istedikleri markaları, toplumda popüler olmayı başarmış ünlüleri sosyal medyada vitrin olarak kullanarak tüketicinin dikkatini çekmeye ve bu sayede markanın satın alınmasını hedeflemektedir. Pazarın bu talebi karşısında ünlüler daha fazla dikkat çekici ve daha fazla seyredilir olma gayesinde özel yaşamlarına ilişkin bilgileri sosyal medya hesapları üzerinden fütursuzca paylaşır hale gelmiştir.

Ünlülerin popülerliklerini devam ettirmek adına seyirlik hale getirdikleri yaşamlarını gözler önüne sermeleri beraberinde bazı sakıncaları da doğurabilmektedir. Örneğin bireylerin iradesi dışında, diğer bir ifadeyle kötü amaçlar doğrultusunda bir kısım gerçekliğe ya da tamamen kurgulanmış bilgilere dayanan mahremiyete ilişkin olumsuz mesajları topluma yaymak için sosyal medya kullanılabilir. Bundan dolayıdır ki, Köse'nin ifadesiyle (2011: 220) mahremiyetin geri dönüşsüz bir biçimde parçalanması, ekranlarda doğup yaşamlarını yine ekranlarda sonlandırmanın büyüğü çekiciliğine kapılmış olan bir avuç talihli medyatik seçkinin, yalnız bırakılma haklarının ebediyen yitirdikleri bir yoksullaşma sürecini beraberinde getirmektedir.

Bu eksenle ele alındığında çalışmada mahremiyetin sosyal medya üzerinden yayılımı konusu tartışmaya açılarak, bireylerin kendilerine ya da başka dünyalara ait mahrem bilgileri neden sosyal medya üzerinden paylaştıkları sorusunun yanıtı aranırken, diğer yandan da günümüzdeki bazı magazin figürleri örnekleri üzerinden konunun bilimsel açıdan değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bireylerin mahremiyetlerine ilişkin bilgilerinin sosyal medya üzerinden yayılımının birey ve toplum açısından risk içerdiği yönündeki varsayımın doğruluğunun desteklenmeye çalışıldığı makalede, kamusal ve özel alan ekseninde mahremiyet olgusu, tüketim toplumunda nesneleşen mahremiyetin sosyal medya üzerinden kullanımı, magazin dünyasında sosyal medya üzerinden paylaşılan mahremiyetin sınırları üzerine örnek bir olay ve sosyal medyada mahremiyetin teşhiri ile ötekini cezalandırma istenci konuları ele alınmaktadır.

1. Kamusal ve Özel Alan Ekseninde Mahremiyet Olgusu

17'inci yüzyılın sonlarına gelindiğinde “kamu” ve “özel” karşıtlığının bugünkü anlamlarına benzer biçimde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Buna göre kamusal sözcüğü herkesin denetimine açık olan anlamına gelirken, özel sözcüğü kişinin ailesi ve arkadaşları ile sınırlanan mahfuz bir yaşam bölgesini ifade etmektedir (Sennett, 2016: 31). Habermas'a göre kamusal alan başlangıçta insanların ortak bir yerde bir araya geldikleri ve birbirleriyle eşit katılımcı olarak yüz yüze diyalog kurdukları mekânlardır. Habermas, kitle iletişim araçlarının 19. ve 20. Yüzyılda gelişmesiyle birlikte kitle medyasının izleyicilere kendi görüşlerini



empoze etmesiyle kamusal alanın gerilemeye yüz tuttuğunu ileri sürmektedir (Aktaran Erdoğan ve Alemdar, 2010: 288). Bugüne gelindiğinde ise, kamusal alan ve özel alan arasındaki sınırların tamamen ortadan kalkmasıyla beraber bambaşka bir yapısal durum kendini gösterir. Dolayısıyla kamusal alanda yaşanan önü alınamaz çarpık yapısal dönüşüm bireylerin ve toplumların yaşamlarını da kaçınılmaz olarak etkisi altına almaktadır.

Bauman'ın söylemiyle (2015: 146) birey için kamusal alan dev bir ekrandan başka bir şey olmadığı gibi, özel sınırların ve yakınlıkların kamusal itirafının yapıldığı yer haline gelmiştir. Bu sayede bireyler, günlük kamusal alan turlarından kendi bireyselliklerini pekiştirmekle beraber kendi hayatlarıyla ilgili meselelerde tek başlarına uğraşmak yerine, kendilerine benzeyen “öteki bireyler” tarafından da izlenildiğini bilmekte ve bu sayede taşıdıkları endişelerini gidermektedirler. Sennet (2016: 19) çağdaş toplumdaki bu yapısal dönüşümün yarattığı kamusal sorunu iki yönlü olarak yorumlamaktadır. Buna göre kişisel olmayan davranışlar ve meseleler güçlü bir heyecan uyandırmazken; davranışlar ve konular ancak insanlar yanılıp da onları kişilik sorunlarıymış gibi ele aldıklarında heyecan uyandırır. Bu nedenden dolayı bireylerin yaşam karşısında hissettiği yalnızlık ve çaresizlik özel yaşamların, diğer bir ifadeyle mahrem dünyaların kapılarının kamusal alana açılımını kolaylaştırmıştır.

Gasset (2017: 140) insanlar arasında doğan yakınlaşmanın en ileri aşaması olarak nitelendirdiği mahremiyetin yaşanmaya ya da paylaşılmaya başlanmasının ardından, ötekinin hiç kimse ile karıştırılmayacak hatta yer değiştirilemeyecek eşsiz bir birey haline geldiğini belirtmektedir. Fakat Gasset'in mahremiyet ile ilgili düşünceleri teknolojik gelişmeler ile birlikte haberleşmenin en üst noktaya taşındığı günümüz modern dünyasındaki mahremiyet algısını karşılamamaktadır. Mahremiyet artık çok özel bir alan olduğu için çok özel insanlarla paylaşılır olagelirliğini yitirmiş kamusal alana mal olmuştur. Belki de bunun en büyük sebeplerinin başında Sennet'in ifade ettiği gibi (2016: 26) kamusal alanın çöküşü gelmektedir. Çünkü kamusal alan boşaltılıp terk edildiği oranda mahrem ilişkileri temel alan bakış açısının çekim gücünü de arttırmaktadır.

2. Modern Yaşamda İnsan İlişkileri ve Mahremiyet

Berman (2010: s.27) modern olmanın insanlara serüven, güç, coşku, gelişme, kendini ve dünyayı dönüştürme olanakları var ederken, bir yandan da sahip olduğu bildiği her şeyi yok etmekle tehdit eden bir ortamı yarattığını söylemektedir. İnsan üyesi olduğu sınıf, ırk ve etnik grubun sadece tipik bir üyesi olmayıp, bireysel özellikleri ile bu dış gerçeklikler içindeki var olan koşullar ve çelişkiler ile anlam kazanır (Oskay, 2000: 318). İnsanın yaşadığı zamandan, mekândan ve toplumdan ayrı düşünülemeyeceğine göre, modern yaşamın yarattığı bu yeni ortam Beck'in de ifade ettiği gibi (2005: 148) bireyselleşmeyi zorunlu kılmaktadır. Buna göre bireyselleşme yalnızca özyaşam öyküsü değil, aynı zamanda yaşam öyküsünün içinde yer aldığı bağların ve ağların üretimine, kendini biçimlendirmesine, kendini sahnelemesine ilişkin paradoksal bir zorlamayı içerir. Bu zorlama yaşam alanında var olmaya çalışan insanı girdabında sürüklerken bir yandan da insanın yalnızlığını büyütür.

Gasset'in ifadesiyle (2005: 96) insan yaşamının özü kökten yalnızlıktan oluşur ve insanoğlu yalnızlığından sıyrılmak için çoğu zaman öteki insanların varlığına yaklaşır.



Gasset'in sözleri modern yaşamda pek çok şeye sahip olan fakat çoğu zaman kalabalıklar içinde yalnızlığa mahkûm olan insanın tanımlamasına işaret eder. Buna göre, yalnızlığından uzaklaşmak isteyen bireylerin başkalarına yakınlık duyması çoğunlukla ötekini sınamasından sonra gelişir; ilişki böylece hem yakın hem de uzak olur. Eğer ilişkinin taşıdığı anlam değişirse ya da değişmesi gerekli olursa, bir tür ihanete uğramışlık duygusu ortaya çıkar (Sennett, 2016: 328). İhanete uğramışlık hissini kökeninde güven duygusunun sarsılması yatmaktadır. Çünkü insan ilişkilerinde karşılıklı taraflar arasında birbirini sınamaya dayalı çeşitli süreçlerinin ardından ilişkiyi sağlam temeller üzerine oturtan güven duygusunun oluşumudur. Dolayısıyla bir partner tarafından güvene değer görülmek kişisel dürüstlüğü kabulünü de beraberinde getirir (Giddens, 2014: 186).

Öte yandan güven duygusu kişinin öteki ile yaşayacağı ya da paylaşacağı mahremiyetin sınırlarını belirler. Mahremiyet etkileşimsel bir betimleme olarak değil, pratik eylem planları tanımlayan bir ayrıcalıklar ve sorumluluklar kümesi olarak anlaşılmalıdır (2014: 185). Diğer bir ifadeyle mahremiyet bir görüş biçimi ve insan ilişkilerinde bir beklentidir. İnsani deneyimin yerleştirilmesi ne denli hüküm sürerse, insanlar da içtenliğin ve karşılıklı açıklığın karşısına çıkan görenek, tavır, jest engellerini yıkmak için uğraşır hatta birbirlerine baskı yaparlar. Beklentileri ilişkilerin yakınlıkla sıcaklaşması, diğer bir ifadeyle insanların mahrem bağlarının önüne çıkan engellerden kurtulma çabalarıyla bulmak istedikleri yoğun bir sosyalleşme durumudur. Ne var ki bu beklenti eylem tarafından yenilgiye uğratılır, çünkü insanlar birbirlerine yakınlıkla aslında sosyalliklerini yitirirler, ilişkilerinde daha sancılı ve kardeş katline daha eğilimli hale gelir (Sennett, 2016: 423).

Bu nedenledir ki günümüzde kime ve neye güvenileceği açık değildir, çünkü hiç kimse işlerin gerçekten de beklenen yönde gideceğine dair bir garanti veremez (Bauman, 2015: 65). Buna rağmen böylesine güvensiz bir yaşam ortamında kişilerin mahremiyetlerini bu kadar ortaya sermelerinin nedeni ne olabilir? Bu sorunun yanıtını bireyleri yaşadıkları toplumlardan ayrı düşünemeyeceğimiz gerçeğinden yola çıkarak yanıtlamaya çalışırsak, öncelikle insanların mahrem dünyalarını paylaşmalarına neden olan psikolojik etkenleri anlayabilmek için toplumun sosyo-psikolojik yapısını göz önünde tutmak gerekmektedir. Bu düzlemde ilerlerirse günümüzdeki modern toplumların sosyo-psikolojik yapısının en önemli handikaplarının başında güvensizlik duygusunun geldiği söylenebilir. Nitekim Horkheimer (2008: 126), rekabete dayalı düzende insanların birbirlerine ve toplumsal kurumlara olan güvensizliğinin kaçınılmaz bir durum olarak yaşandığı belirtmektedir. Çünkü pragmatik ilişkilere sığmadığı sezilen her şeye karşı kuşkuyla bakılır. Örneğin bir insanı ya da bir düşünceyi sırf kendisi için sevmeleri, sırf kendisi için saygı göstermeleri istenildiğinde insanların aşırı bir duygusallık ile birinin kendisine oyun oynadığını ya da bir şey satma gayreti içinde olduğu düşünülmektedir. Bu yaşam koşulları içinde güven duygusunun karşıtı olan korku duygusu topluma egemen olmakta, oluşan korku kültüründe insanlar birbirine yabancılaşmakta ve şüphe atmosferinde yaşamak zorunda kalmaktadırlar (Furedi, 2001: 41). Tüm bu güvensizlik atmosferinde yaşam mücadelesi veren insan, Freud'un deyimiyle dürtülerini bastırmasından kaynaklı acı verici olduğu kadar iyileşmesi güç psikolojik yaralar alır. Sonuç olarak uygarlık kendi hoşnutsuzluklarını üretip bireyi toplumla potansiyel ya da kalıcı bir çatışma içine sokarken, modernitenin bedeli yüksek oranda psikotik ve nevroitik rahatsızlıklar olarak kendini göstermektedir (Aktaran Bauman: 2000, 138).



Bu doğrultuda ele alındığında güvensizliğin hâkim olduğu bir yaşamsal düzlemde varlığını devam ettirmeye çalışan bireyler her şeye rağmen güvenebilir yol arkadaşları arayışlarını devam ettirirler. Nitekim bütün tezatlığına rağmen uygar dünyanın hoşnutsuzluğu içinde yalnızlığından sıyrılmak isteyen kişiler, sosyal medya üzerinden mahremiyet alanlarını ötekiyle ya da ötekilerle paylaşarak, kendi yaşamlarıyla ilgili korkularını aşağıya çekme çabası içine girerler. Bu sayede bireyler bir yandan yaşam karşısında yalnız olmadıklarını hissederken, diğer yandan ötekinin ya da ötekilerin dikkatini çekerek yaşamda kendilerinin de var olduğu hissini güçlendirmektedirler. Oysaki somut ya da soyut yaşanan ne varsa hepsi geçici bir imgelem dünyasının ürünüdür. Gasset'in söylemiyle (2005: 101), aslında insan hep şikâyetçi olduğu yalnızlığı içinde aslında kendi gerçekliğini yaşar ve toplum içinde ise varlığını salt sahteliğe yöneltmektedir.

3. Mahremiyetin Sosyal Medya Üzerinden Kullanımı

Fromm (2004: 74) 19'uncu yüzyıl sanayi toplumlarında tasarrufun ve otoriteye saygının erdem olarak kabul edildiğini fakat günümüzde bu değerlerin yerini tamamen tüketimin aldığı belirtmektedir. Tasarrufun ve otoriteye saygının yerini alan tüketimin kuramsal yaklaşımının özünde insanların akla gelebilecek bütün arzularını tatmin edebilir nitelikte olduğu ve dünyanın otomatik olarak daha iyi bir yer olabileceği düşüncesi yer alır. Tüketim toplumu, teknik gelişmeleri ya da üretilenleri satın almayı sürdürmeleri için tüketiciyi durmaksızın zenginleştirmesi gereken bir sisteme yönelik hayranlıktan fazlasını ifade etmektedir. Diğer bir ifade ile insanlar satın alarak ya da para harcayarak, neredeyse dinler aracılığıyla elde ettiklerine yaklaşan bir ait olma duygusunu yaşamaktadırlar (Zeldin, 2017: 324). Dolayısıyla tüketimin asıl olduğu bu dünyada bir zamanlar özel alan olarak nitelendirilen 'mahremiyet' in de tüketim toplumunun nesnesi haline geldiği söylenebilir.

Bu noktada özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte yükselişe geçen sosyal medya hızlı ve en etkin bir şekilde toplumun her kesimine ulaşılabilmesi nedeniyle tüketim kültüründe önemli bir yer tutmaktadır. Sosyal medyanın günümüz kitle iletişiminde bu kadar etkin bir role sahip olması bu alanın pazarlama iletişimi uzmanları için cazibe merkezi haline gelmesini sağlamıştır. Reklam ve ürün tanıtım çalışmalarını içeren pazarlama iletişimi uygulamaları, ürünler için tüketici ihtiyaç ve istekleri oluşturularak ürünlerin tercih edilir olmasını hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda kitlesel erişim ve iletişim olanağı sağlayan kitle iletişim araçları reklamlar aracılığıyla tüketici taleplerinin yaratılmasının yanı sıra, ürünlerin piyasada yüksek talep ve değer ile yer almasına katkıda bulunmaktadır (Bilgili, 2009: 69). Marcuse'a göre (1997: 24), bireyleri tüketime yönlendiren bu yapıda tek boyutlu düşünce politika tasarımcıları ve pazarlama iletişimcileri tarafından dizgisel olarak geliştirilir. Bunların söylem evreleri kendilerini doğrulayan varsayımlar tarafından desteklenir ve aralıksız olarak tekeli bir biçimde yinelenen hipnotize edici tanımlar ve buyruklar halini alır.

Bu perspektifte ele alındığında tüketim kültürüne hizmet etme amacıyla tek boyutlu düşünceyi topluma sürekli empoze eden sosyal medyanın işlevselliği gözetim esasına dayanan 'panoptikon' kuramına denk düşmektedir. İnsan zihni üzerinde iktidar kurma şekli olan panoptikon, teknoloji kullanımıyla birlikte etkinliğini arttırarak insan bedenini ve davranışlarını kontrol altına alırken, bu süreç içinde bireyin otoriteye boyun eğmesini ve



toplumsal kontrole karşı çıkmayan yumuşak başlı uysal bedenler yaratılmasını hedeflemektedir (Parlak, 2000: 49). Bileşim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, panoptikonun ötesinde ‘sinoptikon’ ve ‘omniptikon’ tanımlamalarının ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Kavramlar arasındaki farklılığı ise panaptikonun bireyleri zorbalık ve baskı ile görünür kılan yapısının aksine, sinoptikon ve özellikle omniptikonun haz ve eğlence anlayışıyla görünür olmayı gönüllü hale getiren yapıları oluşturmaktadır (Okmeydan, 2017: 63). Buna göre sinoptikon çoğunluğun azınlığı izlemesi anlamına gelirken omniptikon, internet çağında herhangi bir zaman diliminde, kimin izleyen ya da izlenen olduğunu bilmeyen bir çoğunluğun, birbirlerini sürekli gözetlemesine olanak verir. Bu niteliği ile omniptikon kavramı, siber ortamda herkesin karşılıklı bir şekilde birbirini izlemesini ifade etmekte ve yine gözetim pratiklerinin değişen doğasından hareketle, ‘gönüllü gözetim’ üzerinden inşa edilen yeni bir toplumsal kültüre gönderme yapmaktadır (Aktaran Okmeydan, 2017: 61).

Nitekim günümüz gözetim teknolojilerine ek olarak bireyler hemen her gün kullandıkları enformasyon teknolojileri aracılığıyla incelikli bir gözetime maruz kalmaktadırlar. Bireyler bu gözetim saldırısı karşısında bir yandan kişisel bilgilerini kaybederken bir yandan da bu bilgilerin gönüllü dağıtıcıları haline gelmektedir. Aynı zamanda bireyler başkalarının özel hayatlarının göz alabildiğine sergilendiği bu sistemde sanal teşhirin seyircisi olmak için yoğun bir istek duymaktadırlar (Güven, 2011: 173). Oluşturulan bu sanal gerçeklikte insanın kendi dünyasından ve bedeninden kaçışı sağlanırken, gerçek kimliklerin ve bedenlerin başı derde girmeden yaşamak bir arzu olarak yüceltilir (Parlak, 2009: 50). Anlık hazların ve eğlencelerin egemen olduğu bu sanal dünyada kişinin düş kırıklıklarından kaçınmak için alışkanlıklar ve bağımlılıklar geliştirmek ya da uzun süreli taahhütlere girmekten uzak durması en iyisi olacaktır. Çünkü arzu nesnelere anında yararlanmak ve onları sonra da kaldırıp atmak daha iyidir; piyasalar bu durumu hem hazzı hem de eskimeyi anlık hale getirecek şekilde değerlendirirler (Bauman, 2015: 208).

Nitekim tüketim toplumunda ekonominin istikrarlı devamlılığını sağlayabilmek için insanlar sürekli satın almaya yönlendirilir. Bu yönlendirme sırasında pazarlama iletişiminin kullandığı yöntemlerden biri de, toplumda magazin basınında yer bulan ve kendi markalarının hedef kitlelerine hitap edeceği düşünülen ünlülerin vitrin amaçlı kullanımınıdır. Geleneksel kitle medyasının ötesine geçen sosyal medyadaki teknolojik gelişmeler pazarlama iletişiminin bu yöntemi daha fazla tercih edilir hale getirmiştir. Pazarın bu talebi karşısında ünlüler gerek Facebook, gerek Instagram, gerekse Twitter’da daha fazla dikkat çekebilmek, daha fazla beğeni almak ve takipçi sayılarını arttırabilmek adına özel yaşamlarının sınırlarını kaldırmakta, mahremiyetlerini alenen sergilemektedirler. Nerede, kiminle gezildiği, hangi sevgilinin terk edildiği, yeni sevgilinin kim olduğu, yeni boşanılan eşe ya da yeni terk edilen sevgililere gönderilen üstü açık kimi zaman kapalı fakat her birinin içinde öfke ve kin dolu mesajlar, ‘gün olur devran döner’ misali eski düşmanların eski defterleri açarak birbirlerine olan husumetlerini beslemeleri, yaşanan polemikler, karşılıklı hakaret davaları...

Bugün çoğunlukla müzik dünyasında ya da sinema ve dizi oyunculuğunda bir şekilde popülerlik kazanmış ünlülerin pazarlama iletişimi uzmanları tarafından tercih edildiği görülmektedir. Mahrem dünyalarının kapılarını izlenmek üzere gönüllü olarak açan ünlülerin



bu sayede sosyal medyada sayıları milyonları bulan takipçileri oluşmaktadır. Beğenilmek, takip edilmek önemlidir; çünkü bu oran ünlü markaların, yapım şirketlerinin, organizatörlerin dikkatini çekmek, tercih edilen olmak anlamına gelmektedir. Bir markanın hedef kitlenin nezdinde temsil edilmesi geleneksel medya ve sosyal medyada reklam içerikli paylaşımları gerektirir. Bu paylaşımlar ile popülerliklerine popülerlik katan bazı ünlüler, vitrini oldukları markalar sayesinde milyonlarca liranın da sahibi olabilmektedir.

4. Magazin Dünyasında Mahremiyetin Sınırları Üzerine Örnek Bir Olay

Teknolojik gelişmeler insanoğlunun yaşamını kolaylaştıran faydalarının yanı sıra, oluşturduğu risk alanları nedeniyle bilim dünyası tarafından hala üzerinde tartışılan bir konu olarak varlığını korumaktadır. Bunun altında yatan en büyük etmenin kökeninde ise başında teknolojinin getirdiği yeniliklerin iktidar ve güç savaşları sırasında kötü amaçlar doğrultusunda rahatlıkla kullanılabilmesi gerçeği yatmaktadır. Teknolojiyle ilgili bu endişeler sadece politik açıdan değil, bireysel ve toplumsal yaşamlar açısından da geçerlidir. Günümüzde özellikle ünlüler arasında yaşanan ve ayrılıkla sonuçlanan pek çok evlilik ya da dostluk ilişkisinin ardından, taraflardan biri ya da her ikisinin de eskiden güven duydukları ve mahrem dünyalarının kapılarını açtıkları ötekine duydukları kin, nefret ve öfkeyi sosyal medya hesapları üzerinden yansıtabildikleri görülmektedir. Nitekim günümüz magazin dünyasının iki önemli figürü olan Gülben Ergen ve Seren Serengil arasında sosyal medya üzerinden yaşanan tartışmaların geldiği nokta bu konudaki endişeleri destekler niteliktedir.

İki ünlü isim arasında yıllardır yaşanan husumetin sonucu olarak, sosyal medya hesapları üzerinden yapılan tartışmaların karşılıklı ithamlarla kalmayıp, özel yaşamların ihlali ve mahremiyet sınırlarının alabildiğine zorlandığı görülmektedir. Ergen'in eşinden boşanmasının ardından başlayan süreç, eski eşini aldattığı yönündeki söylentilerin sosyal medya üzerinden yansıtılması ve yaşanan tartışmalara pek çok ünlü ismin de katılması ile birlikte film sahnelerini aratmayacak seyirlik bir hale bürünmüştür. Buna göre olayların başlangıcı Ergen'in ilişki yaşadığı iddia edilen sevgilisinin eşinin durumdan haberdar olması ve ilişkileri belgeleyen görüntüleri medyadan bazı kişilerle paylaşması ile gerçekleşmiştir. Bunun ardından Ergen'in eski eşi haber spikeri Erhan Çelik'in 'gerçeklerin ortaya çıkma gibi bir huyu vardır' yönündeki açıklamasının ardından, Yeşim Salkım'ın da geçmişte eski eşi Hakan Uzan'ın kendisini Ergen ile aldattığı iddialarıyla tartışmaların daha da alevlenmesine yol açmıştır. Diğer yandan geçmişten beri yıldızları pek barışmayan Serengil de ortaya atılan iddiaları destekler nitelikte açıklamaları ile gerek kendi sosyal medya hesabından gerek ise Star TV'de yayınlanmakta olan magazin programında konuyu defalarca gündeme getirerek yorumda bulunmuştur (<http://www.sabah.com.tr>, 14.09.2018).

Magazin basınının gündemini aylarca meşgul eden bu olayda, ortaya atılan iddiaların kanıtlanabilmesi amacıyla Ergen'in özel yaşamına ilişkin bilgiler sosyal medya üzerinden paylaşılmıştır. Bütün bu yaşananların sonucunda Ergen, gerek sosyal medya hesapları üzerinden gerekse magazin haberi adı altında kendi aleyhinde yapılan haberlerin tamamının 'özel yaşamına ait mahremiyet sınırlarını ihlal ettiği', öte yandan 'kadına yönelik şiddetin tezahürü olarak hakarete uğradığı ve aşağılandığı' gerekçesiyle ilgili kişiler hakkında hukuksal bir mücadeleye girişmiştir. Yargı ilgili kişiler hakkında aldığı tedbir kararıyla, Ergen



hakkında gerek magazin programı gerekse sosyal medya hesapları üzerinden aleyhte yayın yapılmamasını hükmetmiştir. Buna göre Serengil'in altı ay süreyle Ergen'e 'otuz metreden fazla yaklaşmama', 'hakaret etmeme', 'şiddet uygulamama' içerikli tedbir kararına rağmen, televizyon programında ve instagram hesabı üzerinden paylaşımlarına devam etmesi üzerine mahkeme Serengil'i üç gün hapis cezasına çarptırmıştır (<http://www.aksam.com.tr>, 6.09.2018). Bu konuyla ilgili verilen hapis cezasının kendi alanında bir ilk olması, emsal teşkil etmesi olayın ve alınan kararın sadece magazin basını değil tüm kamuoyu tarafından tartışılmasına neden olmuştur.

5. Mahremiyetin Teşhiri İle Ötekinin Cezalandırılma İsteği

Bu ve günümüzde yaşanan pek çok örnek olaydan yola çıkıldığında, ötekini cezalandırmak amacıyla sosyal medya üzerinden mahremiyete ilişkin bilgileri içeren paylaşımların yapılmasının altında yatan en temel etkenin, insan doğasının derinliklerinde barındırdığı hınç duygusunun olduğu değerlendirilmesi yapılabilir. Verilen örnek olaydan yola çıkıldığında hınç duygusunun beklentilere uygun şekilde yanıt vermeyen, hayal kırıklığı yaratan ötekinin kötü olarak ilan edilmesi ve kitlelerin gözü önünde teşhir edilerek cezalandırılmasının amaçlandığı söylenebilir. Max Scheler'e göre (Aktaran Kete 2011: 69) hınç duygusu zihnin kendini zehirlemesidir ve bunun belirlenebilir birtakım nedenleri ve sonuçları bulunur. Diğer bir ifadeyle genel olarak insanın doğasının normal bileşeni olan belli duygu durumları ve etkileşimlerin sistematik olarak bastırılması sonucu ortaya çıkan süregelen zihinsel bir durumdur. Bu duyguların bastırılması ile birlikte belli türden değer yarılmalarına ve buna bağlı olarak değer yargılarına kapılma hadisesi sürekli bir eğilim halini almaktadır. Söz konusu duygu durumları intikam isteği, nefret, kötü niyetlilik, haset, kara çalma dürtüsü ve kin gibi duyguları beraberinde getirir.

İnsan ilişkilerinde tarafların birbirlerinin beklentilerine cevap vermemesi durumunda 'iyi' olan tarafın birden bire 'kötü' olarak nitelendirilmeye başlanması ve kötüye karşı beslenen hınç duygusunu daha iyi tanımlayabilmek için Gasset'in insan ilişkileriyle ilgili düşüncelerine değinmek gerekmektedir (2017: 143). Buna göre insanoğlu olağanüstü kusursuz şeyler yapabileceği gibi, aynı oranda en aşağılık şeyleri de yapabilmektedir. Bu nedenle gerçekten de hiç tanımadığımız 'öteki' tanıyınca kadar gizil bir dost olduğu gibi gizil bir düşmanımız da olma olasılığını içinde taşır. O halde güvenin kazanılması ile beraber mahremiyetin de paylaşıldığı her ilişki biçimi aslında içinde bir anlamda mahremiyeti riske atan tehlikeyi de içinde barındırmaktadır. Oysaki insan kendisi olabilmesi için ihtiyaç duyduğu oranda bir mahremiyet alanını korumaya ve kollamaya çalışır. Ötekine saygı aynı zamanda onun mahremiyet algısını anlayabilme becerisidir. Bir kimseyle yakınlık kurmanın önemli unsurlarından biri o kişinin mahremiyet hassasiyetlerine ilişkin dikkate sahip olmayı gerekli kılar (Köse, 2011: 134).

Sonuç

Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmelerin geldiği nokta, oluşturulan sanal dünyanın her gün biraz daha güçlenerek yaşamımıza egemen olmasını sağlamaktadır. Nitekim



günümüzde gündelik yaşamlarımızın vazgeçilmez bir parçası olan sosyal medya bireylerin yaşamlarına öylesine nüfuz etmiştir ki, bir zamanlar kapalı kapılar ardında yaşanan özel yaşamın dokunulmazlığını ortadan kaldırmış, mahremiyetin aleniyetini meşrulaştırmıştır. Nitekim Bauman (1996:146) günümüz toplumlarında kamusal alanın dev bir ekran haline geldiğini belirtmektedir. Öyle ki, bu dev ekranda bireyler toplumu oluşturan ötekiler tarafından seyredilmek ve onaylanmak adına rahatlıkla özel sınırlarını ifşa etmekte, yaşamlarıyla ilgili gizli itiraflarda bulunabilmektedirler. Dolayısıyla günümüz tüketim toplumu ve gözetim toplumunda mahremiyetin herkesin kolayca ulaşabileceği seyirlik bir nesne haline dönüştüğü söylenebilir.

Sosyal medyanın insanlar, mekânlar ve zamanlar arasındaki mesafeleri kaldırması, kişisel iletişimi ve kitle iletişimini artırması, ekonomik yaşama ivme kazandırması gibi görünen olumlu yüzünün ardında bir de görünmeyen karanlık yüzü yer alır. Buna göre ünlüler tarafından kendi kitleleriyle iletişimlerini arttırmanın yanı sıra; reklam ve tanıtım çalışmalarında sıkça kullanılan sosyal medya, bir gün ünlülerin kendi sınırları dışında mahrem dünyalarına ait bilgilerinin ifşa edilerek istismara uğradıkları bir mecra haline gelebilmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında mahremiyet sınırlarının daraltıldığı günümüzde, sosyal medyanın bireylerin yaşamlarını tehdit edebilecek riskleri içinde taşıdığı yönündeki varsayımının doğruluğu desteklenmektedir.

Sonuç olarak toplumsal açıdan bakıldığında ise ahlaki kuralların hiçe sayılarak mahremiyetin bu derece alacağı edilmesinin yıkıcı sonuçları ise kaçınılmaz olmaktadır. Sennet'e göre (2016: 21) böyle bir toplumda narsisizmin temel insani enerjileri öylesine harekete geçirilir ki, bunlar sistematik ve sapkın bir biçimde insan ilişkilerine girer. İkinci olarak da böyle bir toplumda insanların birbirlerine karşı 'dürüst' ve 'sahici' olup olmadıklarının sınanması mahrem ilişkilerde görülen tuhaf bir piyasa tarzı mübadele ölçütü haline gelmesine neden olmaktadır. Kamusal alanın yok oluşuyla mahremiyetin bu derece alacağı edildiği toplumların uğrayabileceği çöküntünün önüne ancak modern yaşamın koşuşturması içinde unutulmuş ahlaksal değerlerin yeniden hatırlatılması ve bu alanda caydırıcı nitelikteki ceza kanunlarının devlet politikası olarak yaşama geçilmesi ile sağlanabilir. Buna göre iki etkileşim aşamasında kendini gösteren ahlak kuralları ilk aşamada tarafların isteklerini bağlayıp belirli biçimde yönlendirerek toplumsal eylemleri doğrudan kontrol etmekte, ikinci aşamada anlaşmazlık durumundaki eleştirel tavırları düzenlemektedirler. Diğer bir ifadeyle ahlak yalnızca toplum içindeki bireylerin nasıl davranacağını belirlemekle kalmamakta, aynı zamanda söz konusu anlaşmazlıklarda görüş birliği için nedenleri de hazırlayabilmektedir (Habermas, 2017: 182). Ahlaksal değerlerin bireysel ve toplumsal yaşamların her alanına nüfuz etmesi ile sosyal medya üzerinden fütursuzca yapılan mahrem yaşamlara ait bilgilerin yayılımının önü kesilebilir. Ancak bu sayede sosyal medyanın birileri ya da bazı çıkar grupları tarafından öteki ya da ötekilerini cezalandırmak için kullanılan bir tehdit aracı olarak kullanımının önüne geçilebilir.



Kaynaklar

- Althusser, L. (2008). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Alp Tümertekin (çev.), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Alemdar K. (haz.) (1999), Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, Raşit Kaya “Medya Toplum Siyaset”, Afa Yayınları, Ankara
- Beck U. (2005), Siyasallığın İcadı, Nihat Ülner (çev.), İletişim Yayınları, İstanbul
- Berman M. (2010), Katı Olan Herşey Buharlaşıyor, Ümit Altuğ (çev.), İletişim Yayınları, İstanbul
- Bauman, Z. (2000). Siyaset Arayışı, Tuncay Birkan (çev.), Metis Yayınları, İstanbul
- Bauman Z. (2015), Bireyselleşmiş Toplum, Yavuz Alogan (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Erdoğan İ., Alemdar K. (2010), Öteki Kuram, Pozitif Matbaacılık, Ankara
- From, E. (1993). Özgürlükten Kaçış, Şemsa Yeğın (çev.), Payel Yayınevi, İstanbul.
- Furedi F. (2001), Korku Kültürü, Barış Yıldırım (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Gasset O. (2017), İnsan ve Herkes, Neyire Gül Işık (çev.), Metis Yayınları, İstanbul
- Giddens A. (2014), Mahremiyetin Dönüşümü, İdris Şahin (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Habermas J. (2017), Öteki Olmak ya da Öteki ile Yaşamak, İlknur Aka (çev.), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
- Köse H. (ed.) (2011), Medya Mahrem, Hüseyin Köse “Synoptikon Evresindeki İletişim yada Küresel Gözetim Toplumunda İktidar Görünmezliğinin Sonu”, Sevgi Kesim Güven “Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti”, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Marcuse, H. (1997), Tek Boyutlu İnsan, Aziz Yardımlı (çev.), İdea Yayınları, İstanbul.
- Okmeydan Bitirim S.(2017), Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü, Academic Journal Of International Technology, Vo:8, Number:30, 2017.
- Oskay Ü. (2000), Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, Der Yayınları, İstanbul.
- Parlak, İ. (ed.) (2009), Medyada Gerçekliğin İnşası, Soner Yağlı “Direne(meye)n Aktörlerin Galibiyetsiz Savaşımı: Gerçeklik ve Medyadaki İnşası”, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Sennett R. (2016), Kamusal İnsanın Çöküşü, Serpil Durak, Abdullah Yılmaz (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Uslu Z., Bilgili Can (ed.) (2009), Bilinç Endüstrisinin İktidar ve Siyaset Pratikleri, Can Bilgili “Medya Rızayı Neden Üretir?” Reklam Yaratıcıları Derneği, İstanbul
- Zeldin T. (2017), İnsanlığın Mahrem Tarihi, Elif Özsayar (çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

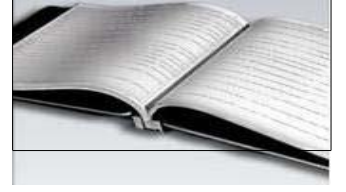
Sayı: 70 Kasım- Aralık 2018

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat –

KIRGIZİSTAN <http://www.akademikbakis.org>



İnternet Gazeteleri

Tezel M. (2017), Sabah Gazetesi, “Gülben Ergen Sansürü”,
https://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/sb-mevlut_tezel/2017/09/26/gulben-ergen-sansuru.

Akşam Gazetesi, “Seren Serengil’e Hapis Cezası”, <https://www.aksam.com.tr/magazin/seren-serengile-hapis-cezasi/haber-702213>, 2018.