

## Flört Pratiklerinde Toplumsal Cinsiyetin Rolü: Türkiye'nin Heteroseksüel Çevrimiçi Flört Dünyasının Analizi

*The Role of Gender in Dating Practices: An Analysis of Turkey's Heterosexual Online  
Dating World*

Gözde Cöbek\*

### Öne Çıkanlar:

- Çevrimiçi flört deneyimlerinde kullanıcıların toplumsal cinsiyetinin önemli bir rolü bulunmaktadır.
- Çevrimiçi flört endüstrisi, "geçimini" erkek kullanıcıların paralı üyelikleri ile sağlamaktadır.
- Erkekler algoritmalara karşı "görünürlük" mücadelesi vermektedir.
- Kadınlarsa toplumsal damgalar ve bu damgaların dayandığı toplumsal kodlarla mücadele etmektedir.
- Online flört, kadınlara sınırlı bir özgürlük alanı tanımaktadır.

**Öz:** Heteroseksüel çevrimiçi flört kültürü ve pratiklerini araştıran doktora projesinin bir parçası olan bu çalışma, bireylerin hem flört uygulamalarıyla etkileşimlerinde hem de çevrimiçi flört deneyimlerinde toplumsal cinsiyetin nasıl belirleyici olduğuna odaklanmaktadır. Türkiye'de popüler olan ve algoritmik mimarileri birbirinden farklı iki uygulama olan Tinder ile OkCupid incelenmiş ve kullanıcılarıyla Zoom mülakatları gerçekleştirilmiştir. Çıkan bulgular, özellikle erkeklerin deneyimlerinde kullanıcıların görünürlüğünü belirleyen algoritmaların başat bir rolü olduğunu ortaya koymaktadır. Erkekler, kadınların aksine, eşleşme alabilmek için algoritmaları yenecek ya da kandırarak çeşitli taktikler uygulamak durumunda kalmaktadır. Algoritmik mimari aynı zamanda bu uygulamaların toplumda nasıl algılanacağını etkilemektedir. Flört uygulamalarını, ama özellikle basit mimarisinden ötürü Tinder'ı, "takılma uygulamaları" olarak damgalayan toplumsal algı, kadın ve erkekleri farklı şekillerde etkilemektedir. Bu farklılık, genel olarak erkeklerin avcı, kadınlarınsa kurban olarak kodlandığı takılma pratiğinin toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten yapısından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, erkeklere nazaran, kadınların deneyimlerinde "o tarz kadın" muamelesine maruz kalma ve "saldırıya uğruyormuş" hissine kapılma öne çıkmaktadır. Çalışma, bu bulgular ışığında, hem insan-uygulama etkileşimine hem de flört uygulamalarının nasıl kültürel objeler olduğuna dikkat çekerek Batı odaklı çalışmaların hâkim olduğu çevrimiçi flört literatürüne katkı yapmayı amaçlamaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Tanışma Uygulamaları, Dijital Flörtleşme, Toplumsal Cinsiyet, Toplumsal Damga.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Kadir Has Üniversitesi, Yeni Medya Bölümü, [gozde.cobek@khas.edu.tr](mailto:gozde.cobek@khas.edu.tr),  
ORCID: 0000-0003-4732-2077.

**Highlights:**

- The gender of users plays an important role in online dating experiences.
  - The online dating industry makes its "living" from paid memberships of male users.
  - Men struggle for "visibility" against algorithms.
  - Women, on the other hand, struggle against social stigmas and the social codes on which these stigmas are based.
  - Online dating allows women a limited space of freedom.
- 

**Abstract:** As part of the dissertation research on heterosexual online dating culture and practices, this study focuses on the determining role of gender in individuals' interaction with dating apps and their online dating experiences. It examines two algorithmically different and most-used apps in Turkey, Tinder and OkCupid, and organizes interviews with the users via Zoom. The findings demonstrate that algorithms that determine users' visibility play a primary role in particularly men's experiences. In contrast to women, men must develop various tactics to beat or cheat algorithms to get a match. Algorithmic architecture also influences how these apps are perceived in society. The social perception which stigmatizes dating apps, especially Tinder due to its simple architecture, as "hookup apps" affects women and men differently. These differences derive from the hookup structure that reproduces gender inequality by associating men with the hunter and women with the victim. Hence, in contrast to men, being exposed to "that kind of woman" attitudes and feeling as if they are being attacked are dominant in women's experiences. In this light, this study aims to contribute to the predominantly Western literature on e-dating by drawing attention to human-app interaction and how dating apps are algorithmic cultural objects.

**Keywords:** Dating Apps, Digital Flirting, Gender, Social Stigma.

### **Summary**

This paper is part of the dissertation project that focuses on Turkey's heterosexual online dating world. The research aims to understand 1) how dating apps influence the existing dating culture and practices, social and intimate relationships, 2) what kind of socio-cultural and technological factors move heterosexual individuals toward dating apps, 3) the role of algorithmic design in people's preferences, and 4) how users choose their potential partner, or, in e-dating language, how they swipe profiles to find a match. In this regard, the study uses three different research methods. It uses the technical walkthrough technique to examine the algorithmic architecture of dating apps and their role in individuals' choices, their swiping practices, and more broadly dating culture and relationships. The method is basically about working through screens, tapping buttons, and exploring menus to examine the interface, functions and features, textual content and tone, and the look and feel of the app under study. The research examines the most popular dating apps in Turkey, Tinder and OkCupid, whose designs are overtly different from each other. Furthermore, semi-structured interviews are conducted to understand why people prefer dating apps to meet someone, why they specifically prefer Tinder and/or OkCupid, how they use

it/them, and how they feel about it/them. The video re-enactment method is used to examine the swiping practice. The technique basically combines video recording and participant reflection. The participants are asked to perform the swiping practice and show how they choose their potential matches in video interviews. The method helps the researcher thoroughly examine the practice and observe the non-human dimensions that affect swiping.

The findings demonstrate overt differences between men and women regarding human-app interaction. This paper focuses on this gendered experience. It argues that men predominantly face a matching problem that derives from the algorithmically determined, hierarchical queue. Hence, they develop specific strategies to beat the algorithms, such as creating new accounts, changing photos, and using a paid subscription which offers users the opportunity to be ahead of others. In this sense, politics of visibility emerges as a dominant issue in men's experiences and their interactions with the app. On the other hand, women face a stigmatization problem that stems from the social perception of dating apps. Tinder is a straightforward and basic dating app. People can create an account by simply filling in their name, age, gender, interest, email, and phone number, uploading six photos, and enabling location. They generally swipe profiles according to the photos because the app allows very limited textual information. Such a simple design paves the way for an understanding that Tinder is not a dating but a hookup app. This social perception predominantly affects women's use. Because they often receive aggressive messages, they feel they are constantly under attack on Tinder, and they are being treated as sexual, hookup objects. Such treatment is associated with the gendered structure of hooking up. The practice requires two positions, hooker and hookee. The former role is socially related to men while the latter to women. These socially constructed roles are mostly embraced and internalized by individuals. What these women experience mostly derives from the unequally constructed, gendered hookup structure and its internalization by men. Women prefer OkCupid over Tinder to protect themselves from these toxic masculine performances as the former has a more detailed, complicated algorithmic design than the latter. Requiring more textual data, OkCupid calculates an algorithmic one and significant other and demonstrates potential partners according to the match percentages between them. Such an algorithmic architecture creates a sense of safety. Women feel more secure on OkCupid than on Tinder as they can avoid aggressive profiles through the app's detailed filters. Nevertheless, the social perception transcends Tinder as although they use OkCupid, many women and some men abstain from using the app in public places such as offices, schools, café, restaurants, bars, etc., where others can be aware of their use.

This paper draws attention to three crucial issues neglected in the predominantly Western literature on online dating. It emphasizes the human-app interaction, the technology-culture

interaction, and the role gender plays in these interactions. Dating apps are first and foremost algorithmic cultural objects, and men and women have different experiences as users. While the former struggle with technology, women struggle with socio-cultural stigmas. Therefore, this article encourages future research to pay attention to these neglected interactions.

## Giriş

Tinder'in 2012'deki tanıtımından bu yana çevrimiçi flört, bireylerin kısa ve/ya uzun dönem eş bulmak için başvurdukları en popüler yollardan biri hâline gelmiştir. Bugün, app marketlerde beş binin üzerinde flört uygulaması bulunmaktadır (Brooks, 2020). Tinder, Momo, Grindr, Hornet, OkCupid, Match.com, eHarmony, Bumble, Jack'd, Muzmatch, Happn, Inner Circle, Hater, Meetic, PlentyofFish, OurTime, Tastebuds, Hinge, Coffee Meets Bagel, Badoo... Kimileri tüm grupları içeren uygulamalarken (ör. Tinder ve OkCupid), kimileri belli grupları hedeflemek için tasarlanmıştır. Örneğin Grindr, Hornet ve Jack'd gibi uygulamalar LGBTİ+ bireylere yönelik uygulamalarken Muzmatch Müslümanların kendilerine eş bulması için tasarlanmış bir flört uygulaması. Ne var ki, bu uygulamaların hiçbiri Tinder'ın indirme sayılarına ulaşabilmiş değil ve popülerlikleri ülkelere göre değişkenlik göstermektedir. Örneğin Amerika'da Tinder, Bumble ve Hinge en çok indirilen flört uygulamalarıyken Happn Fransa, Hindistan ve Brezilya'da Tinder'dan sonra en çok indirilen ikinci flört uygulamasıdır (Cruyt, 2020).

Çevrimiçi flört literatürü, ağırlıklı olarak Batı<sup>1</sup> toplumlarına odaklanan çalışmalardan oluşmaktadır. Bu çalışmalar genel olarak kullanıcıların motivasyonlarını, eş seçme pratiklerini, benlik sunumlarını ve bu uygulamaların bireylerin tercihlerini ve daha genel etkilerini incelemektedir. Toplumsal cinsiyet perspektifinden bakan çalışmalar, kadın ve erkeklerin eş tercihleri, kullanma amaçları ve benlik sunumlarındaki farklılıklara odaklanmaktadır. Kadın ve erkeklerin kullanma deneyimlerindeki farklılıklar, kültürel bağlamın kullanıcı deneyimlerindeki etkilerinin incelenmesi ise Batı ağırlıklı literatürde çok daha az yer kaplamaktadır.

Bu çalışma, Türkiye'deki heteroseksüel çevrimiçi flört kültürünü, pratiklerini ve bu uygulamaların toplumsal ve bireysel ilişkileri, flört kültürünü nasıl etkilediğini anlamayı amaçlayan doktora tez araştırmasının bir bölümüdür. Tez, aynı zamanda Türkiye'de en çok kullanılan ve teknolojik mimarileri birbirinden farklı iki uygulamaya (Tinder ile OkCupid) ve kullanıcılarına odaklanarak teknoloji-kültür etkileşimini incelemektedir. 40 kişiyle yapılan Zoom mülakatlarından çıkan bulgular, heteroseksüel bireylerin hem uygulamayla etkileşimlerinde hem de çevrimiçi flört deneyimlerinde toplumsal cinsiyetin belirleyici olduğunu göstermektedir. Bu makale, toplumsal cinsiyetin oynadığı role odaklanmaktadır. Bu bulgular ışığında, kullanıcıların

---

<sup>1</sup> Kuzey Amerika ve Batı Avrupa kastedilmektedir.

görünürlüğünü belirleyen algoritmalarla karşı erkeklerin nasıl farklı taktikler geliştirerek görünür olma mücadelesi verdiklerini göstermektedir. Ayrıca bu algoritmik mimarinin toplumda flört uygulamalarının, ama özellikle Tinder'ın, "takılma uygulaması" olarak algılanmasına zemin hazırladığını ve bu toplumsal algının, takılma pratiğini ve eşitsiz altyapısı ile birlikte ele alarak, kullanıcılar üzerinde nasıl farklı etkileri olduğunu tartışmaktadır. Bu çalışma, insan-uygulama etkileşimini (human-computer/app interaction) ve flört uygulamalarının nasıl "algoritmik kültürel objeler" (Galloway, 2006, s. 6) olduklarını göz ardı eden Batı odaklı çalışmaların hâkim olduğu literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

### Çevrimiçi Flört Literatürü

Ağırlıklı olarak Batı toplumlarına odaklanan çalışmaların bulunduğu literatür, beş tema altında toplanabilir. En popüler temalar sırasıyla eş seçimi, benlik sunumu ve motivasyon<sup>2</sup>. Bu çalışmalar genel olarak bireylerin potansiyel partnerlerini nasıl seçtiklerine (Johnson, 2017; McGloin & Denes, 2018; Peters & Salzsieder, 2018; Su & Hu, 2019; Cöbek, 2022b), kendilerini bu platformlarda nasıl sunduklarına (Casimiro, 2015; Cöbek, 2022a; Davis & Fingerman, 2016; Gewirtz-Meydan & Ayalon, 2018; McWilliams & Barrett, 2014) ve neden çevrimiçi flört teknolojilerini tercih ettiklerine (Alam vd., 2018; Bryant & Sheldon, 2017; Pozsar vd., 2018; Sumter vd., 2017) odaklanmaktadır. Dördüncü tema olarak çevrimiçi flört platformlarına odaklanan çalışmalar benzer konuları teknoloji üzerinden incelemektedir. Diğer bir deyişle, bireysel tercih ve niyetlere odaklanmak yerine bu çalışmalar; flört teknolojilerinin a) bireylerin eş seçimi pratiklerini ve benlik inşalarını nasıl etkilediklerine (Albury vd., 2017; Duguay, 2019; Tong vd., 2016), b) yakın ilişkileri, flört kültürünü ve aşkı nasıl etkilediklerine (Illouz, 2019; Krüger & Spilde, 2019; Vuzharov, 2019) ve c) heteronormativiteyi, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini, dışlamayı ve ayrımcılığı nasıl yeniden ürettiklerine (Bivens & Hoque, 2018; Murray & Ankerson, 2016; Shield, 2018) dikkat çekmektedir. Son olarak çevrimiçi flörtün bireyleri daha kişisel seviyede olumsuz anlamda etkilediğini gösteren bir dizi çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar bireylerin, çoğunlukla azınlık ve marjinalize edilmiş ya da dezavantajlı grupların (ör. kadınlar ve LGBTI+ bireyler, etnik azınlıklar gibi) nasıl cinsel tacize, flört dolandırıcılığına ve siber zorbalığa maruz kaldıklarını göstermektedir (Hess & Flores, 2018; Paasonen vd., 2019; Thompson, 2018).

Farklı konuları inceleyen bu çalışmalar; toplumsal cinsiyetin motivasyonlarda, benlik sunumlarında, uygulamaların işleyişinde ve kullanıcı deneyimlerinde nasıl etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin kadınlar genel olarak uzun süreli ilişkiler kurmak için bu flört uygulamalarını kullanırken erkekler daha çok takılma ya da tek gecelik ilişki gibi daha kısa süreli

<sup>2</sup> Detaylı bir eleştirel literatür incelemesi için bkz. (Cöbek, 2021).

ilişkiler için tercih etmektedir (Alam vd., 2018; Sumter vd., 2017). Benlik sunumlarında ise kadınlar vücut hatlarını ön plana çıkaran fotoğraflar ve bireyi edilgen bir pozisyonda gösteren tepeden çekilen selfie'leri tercih ederken erkekler eğitim, meslek gibi bilgilere ve arabalı fotoğraflara yer vermektedir. (Casimiro, 2015; Tanrıöver & Sunam, 2017). Motivasyon ve benlik sunumlarındaki bu belirgin farklılıklar, bireylerin toplumsal cinsiyet kodlarını nasıl içselleştirdiklerini göstermektedir. Ayrıca toplumsal cinsiyet uygulamaların teknik altyapılarının merkezinde yer almakta ve algoritmaların kullanıcıları birbirine eşleştirebilmesi için temel bir role sahiptir (MacLeod & McArthur, 2019). Son olarak, kadınların erkeklere göre daha fazla siber zorbalığa ve tacize maruz kalması, bu platformların ağırlıklı olarak erkek egemen, cinsiyetçi ve heteronormatif bir alan yarattığını ortaya koymaktadır (Cöbek, 2023b; Hess & Flores, 2018). Çevrimiçi flört endüstrisinin neredeyse tamamının erkek yazılımcılardan oluşması bu durumda ayrıca etkilidir; çünkü bu uygulamalar öncelikli olarak erkek kullanıcıların arzuları ve ihtiyaçlarına göre tasarlanmaktadır (Bergström, 2022).

Çevrimiçi flört literatürü, önemli argümanlar ortaya koysa da iki temel meseleyi ihmal etmektedir. Birincisi, flört uygulamalarını bir olarak ele alıp bireylerin uygulamayla girdikleri etkileşimi, yani insan-uygulama etkileşimini, göz ardı etmektedir. Bu uygulamalar, benzer işlevlere (eş bulma, insanlara birbirleriyle tanışmak için ortam sağlama gibi) sahip olsalar da bu işlevleri yerine getirecek altyapıları (algoritmalar, arayüzler, sundukları özellikler gibi) birbirinden farklıdır. Bu farklılıklar; bireylerin deneyimlerini, algılarını ve uygulamayı nasıl kullanacaklarını etkilemektedir. Örneğin, Amerika'daki bir üniversite öğrencileriyle yapılan araştırma, kadınların Tinder'dan ziyade Bumble'ı tercih ettiklerini ortaya koymaktadır (Sobieraj & Humphreys, 2021). Bumble, Tinder'dan farklı olarak eşleşmeden sonra ilk mesajı atma hakkını sadece kadınlara tanımaktadır. Böylece kadınların tacizkâr mesajlara maruz kalmasını önlemeyi hedeflemektedir (Bivens & Hoque, 2018). Bumble'ın nevi şahsına münhasır özelliği Amerikalı kadın üniversite öğrencilerinde güven hissi yaratmakta ve daha az filtre ve algoritmik yapıya sahip Tinder'ı daha "çöp" bulmalarına neden olmaktadır (Sobieraj & Humphreys, 2021). Tinder ve OkCupid kullanıcıları ve deneyimlerine odaklanan bu çalışma, teknolojik etkilerin hem kendisine hem de toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl farklılık gösterdiğine dikkat çekerek literatürdeki bu boşluğu doldurmaktadır.

İkincisi, birinciyle de bağlantılı olarak, Batı toplumlarına odaklanan çalışmalar, bu teknolojilerin farklı kültürlerde nasıl kullanıldığını ihmal etmektedir. Diğer bir deyişle, bu teknolojilerin kullanıldıkları kültürel ortamlarda toplumsal olarak nasıl algılandıklarını ve bu toplumsal damganın bireyleri nasıl etkilediğini, toplumsal cinsiyet anlamında nasıl farklı ve eşit olmayan deneyimlere yol açtığını göz ardı etmektedir. Örneğin, aile, akrabalık ve topluluk

ilişkilerinin önemli bir role sahip olduğu, Amerika ve Avrupa’da yaşayan Müslüman toplulukları için çevrimiçi flört bireylere, özellikle kadınlara, eş seçme ve romantik ilişki kurma özgürlüğü tanımakta (de Rooij, 2020) fakat çevrimiçi flörite dair toplumsal damga bu özgürlüğü sınırlandırmaktadır (Rochadiat vd. 2018). Dinî kimliğin merkezde olduğu topluluklarda ve Endonezya, Malezya gibi Müslüman ağırlıklı toplumlarda bireylerin kullanma niyetlerinden önce bu uygulamalar ve web sitelerinin “helal” olması gerekmektedir (Ali vd. 2020; Hasan, 2021; Nisa, 2021). Amerikalı ve Çinli Jack’ d kullanıcılarının profillerini karşılaştıran Chan (2016), sosyo-kültürel bağlamın benlik sunumlarındaki etkisine farklı bir noktadan dikkat çekmektedir. Toplumda homoseksüelliğe karşı güçlü bir damganın olmasından ve bu damganın ürettiği ifşa olma korkusundan ötürü Çin’deki erkek arayan erkeklerin yüzlerini ve kimliğini belirleyici diğer bilgileri Amerikalılara göre daha fazla gizlediğine dikkat çekmektedir. Bu çalışmaların altını çizdiği kültürel nüanslar; flört uygulamalarının salt teknolojik ürünler olmadığına aynı zamanda “algoritmik kültürel objeler” olduklarına işaret etmektedir. Diğer bir deyişle flört uygulamaları kullanıldıkları kültürel ortamların anlam dünyalarından, kodlarından, kurallarından bağımsız işlememektedir.

### **Türkiye’de Çevrimiçi Flört**

2000’de kurulan Siberâlem, Türkiye’nin ilk çevrimiçi flört web sitesidir. Bu siteyi daha sonra Müslüman Kalpler, Gönülden Sevenler ve Pembe Panjur gibi evlilik siteleri takip etmiştir. 2012’de piyasaya sürülen Tinder’ın hem küresel hem de yerel popülaritesine rağmen, bu siteler üye sayılarını arttırmaya devam etmektedir (Tanrıöver & Sunam, 2017). Türkiye’de en fazla indirme sayısı ile birinci olan Tinder’ı sırasıyla OkCupid, Happn, Bumble ve Badoo takip etmektedir (similarweb, b.t.). Yapılan araştırmaya göre (Cöbek & Ergin, 2021), Tinder Türkiye’de en çok büyük şehirlerde yaşayan genç ve heteroseksüel bireyler tarafından (kısa ya da uzun süreli partner bulmak, sosyalleşmek ve eğlenmek gibi) çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır.

Türkiye’de özellikle son 10 yılda kadın ve LGBTİ+ bireylere yönelik artan baskıcı ve ayrımcı politikalar (Özkazanç, 2020), çevrimiçi flört dünyasını da etkilemektedir<sup>3</sup>. Örneğin, erkek arayan erkekler için tasarlanmış Grindr 2013’te hükümet tarafından müstehcenlik ve fuhuşa özendirme suçlamasıyla yasaklanmış ve benzer bir uygulama olan Hornet’e erişim yine hükümet tarafından kısıtlanmıştır (Yılmaz, 2020). Ayrıca Türkiye’de çevrimiçi flörite dair güçlü bir toplumsal damga bulunmakta ve bu, özellikle kadınları olumsuz etkilemektedir. Tinder; flört uygulamasından ziyade bir takılma uygulaması olarak görülmekte ve böyle bir toplumsal algı

<sup>3</sup> Ayrıca Türkiye’ye odaklanan çalışmalar, flört uygulamalarının baskı ve kısıtlamalara maruz kalan gruplara nasıl imkânlar sağladığını, sınırlı da olsa nasıl özgürlükler tanıdığını göstermektedir (Aydoğan, 2020; Deniz, 2020; Narin, 2018; Pasin, 2020; Soybakış, 2019).

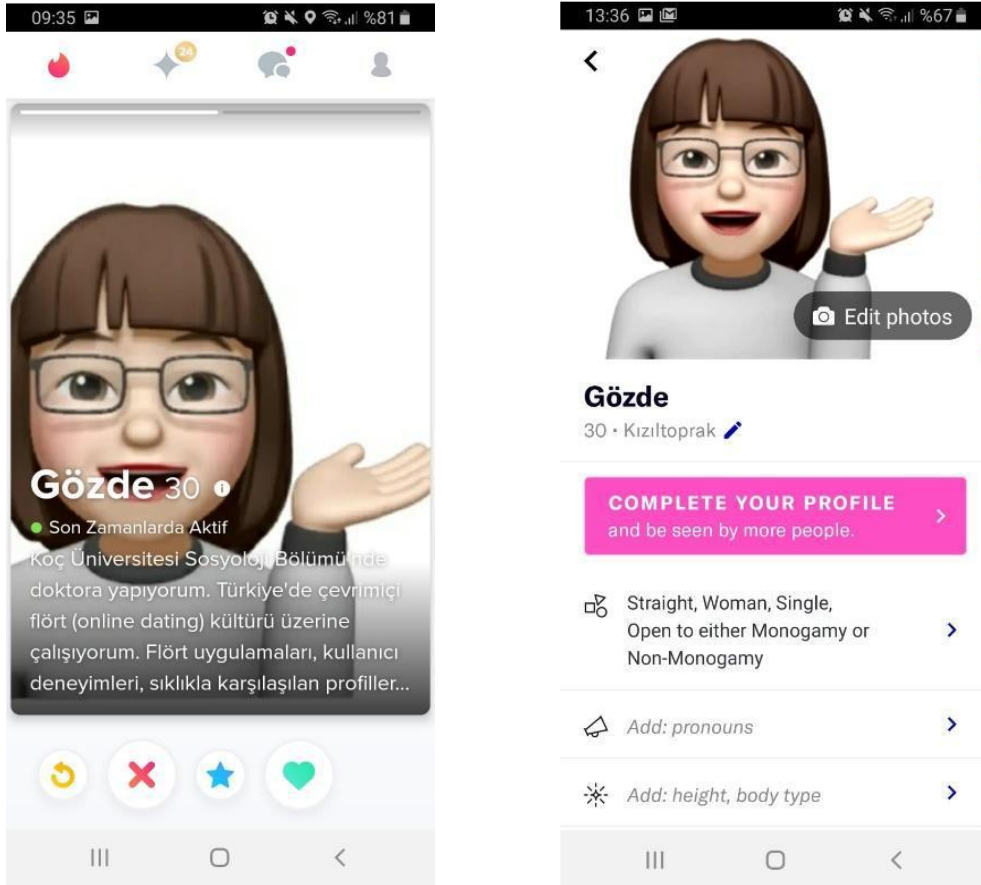
nedeniyle kadınlar, erkeklere nazaran kamusal alanlarda bu tarz uygulamaları kullanmaktan daha fazla kaçınmaktadır (Cöbek & Ergin, 2021; Deniz, 2020). Böylesi bir toplumsal damga, takılma pratiğinin toplumsal cinsiyet normlarını, rollerini ve eşitsizliğini yeniden üreten yapısından ötürü, kadın ve erkeklerde farklı kullanım deneyimleri ve duygular üretmektedir (Cöbek, 2023a). Kadınlar çoğunlukla takılma objesi olarak ya da Illouz'un çalışmasındaki (2019) tabirle "o tarz kadınlar" (s. 220) olarak görülüp öyle bir muameleye maruz kalmakta ve sürekli saldırıya uğrama hissine kapılmaktadırlar. Bu eşitsizlik, kendini dilde de göstermektedir. Tinder'la birlikte ortaya çıkan "Tinder'a düşmek" tabiri, yalnızca kadınlar için kullanılmakta ve Yeşilçam filmlerindeki "kötü yola düşmüş" kadınları hatırlatmaktadır (Cöbek, 2023b).

### **Metodoloji**

Bu çalışma, doktora tez araştırmasının bir bölümüdür. Araştırma, Türkiye'deki heteroseksüel çevrimiçi flört dünyasını, flört uygulamalarının flört kültürü ve pratiklerini, sosyal ve yakın ilişkileri nasıl etkilediğini anlamayı amaçlamaktadır. Türkiye'deki en popüler ve algoritmik tasarımlarıyla birbirinden farklı iki uygulama olan Tinder ve OkCupid ile heteroseksüel kullanıcılara odaklanmaktadır. Araştırmada üç farklı araştırma tekniği kullanılmıştır. Uygulamaların altyapılarını anlayabilmek, kullanıcılara nasıl alanlar açtıklarını ve/veya açmadıklarını gözlemleyebilmek için Light, Burgess ve Duguay'ın (2018) önerdiği teknik yürüme yönteminden (the walkthrough method) yararlanılmıştır. Bu yöntem; uygulamanın arayüzünü, fonksiyonlarını, özelliklerini, yazılı içeriği ile tonunu, görünüş ve hissiyatını incelemek amacıyla ekranlar arasında dolanmayı, tüm tuşlarına basmayı ve menülerini keşfetmeyi içermektedir (Light vd., 2018, ss. 891-892). Ayrıca Ekim 2020-Ocak 2021 arasında yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirildi. Mülakatlarda insanların neden genel olarak flört teknolojilerini tercih ettikleri, kendi kişisel motivasyonları, neden özellikle Tinder ve/ya OkCupid'i tercih ettikleri, nasıl kullandıkları, bu uygulamalar hakkında ne hissettikleri, nasıl profillerle karşılaştıkları, eş seçerken neye dikkat ettikleri, nasıl eş seçtikleri, eşleşmeden sonra neler yaşadıkları, toplumda çevrimiçi flörtün nasıl algılandığı ve bu algının katılımcıyı etkileyip etkilemediği sorulmuştur. Türkçede kaydırma denilen swiping pratiğini, yani kullanıcıların eşlerini nasıl seçtiklerini gözlemleyebilmek için yeniden canlandırma tekniğinden (the reenactment technique) (Pink & Mackley, 2014) yararlanılmış ve mülakatlar video kaydına alınmıştır. Mülakatların bir bölümünde, görüşmecilerden kullandıkları flört uygulamasını açıp birkaç profil kaydırması istenmiştir. Video kaydı pratiği etkileyen insan dışı faktörlerin gözlemlenebilmesine imkân sağlarken (Bailliard, 2015), yeniden canlandırma araştırma nesnesi olan pratiğin yakından bir incelenmesini sağlamaktadır (Pink, 2012).



Potansiyel katılımcılara ulaşabilmek adına hem Tinder hem de OkCupid'de araştırmacı olarak hesap açılmıştır (Figür 1). Bu profillerde kısa ve öz bir biçimde kim olduğum, ne için bulunduğum, araştırma konusu hakkında bilgi verilmiş ve konuyla ilgilenenlerin bio'da yazan e-mail adresine mail atmaları belirtilmiştir. Ayrıca bu profillerin ekran görüntüleri farklı sosyal medya platformlarında, Instagram, Twitter ve Facebook'ta, arkadaşlar, arkadaşların arkadaşları ve katılımcıların kendileri tarafından paylaşılmıştır. İletişime geçen ve detaylı bilgilendirmenin ardından katılmayı kabul eden kişilerle mülakat yapılmıştır.



**Şekil 1.**

Tinder ve OkCupid Profillerim

Koronavirüs pandemisinden kaynaklı yasaklardan ötürü mülakatlar Zoom üzerinden gerçekleştirilmiştir. Mülakat platformu olarak Zoom'un tercih edilmesinin sebebi, evden çalışan pek çok kişi kapanma döneminde toplantılarını çoğunlukla Zoom üzerinden gerçekleştirdiği için Zoom'a ve onu kullanmaya aşina olmalarıdır. Bu nedenle Zoom'u kullanmak konusunda genel olarak bir problem yaşanmadı. Katılımcıların hem mahrem konuları konuşmaktan hem de bu konuları Zoom üzerinden konuşmak durumunda kalmalarından ötürü rahatsız olmaları beklenmesine karşın, katılımcılar şaşırtıcı bir şekilde sorulara rahat cevap vermişlerdir. Bu rahatlığın kendilerini en rahat hissettikleri yer olan evden katılmaları ve kendilerini en rahat

hissettikleri zaman diliminde, yalnız kaldıklarında araştırmaya katılmalarıyla bir ilişkisi bulunmaktadır. Zaman zaman zayıf internet bağlantıları, görüntüde donukluk, sesin gidip gelmesi, asenkron iletişim gibi birtakım teknik problemler yaşansa da bu tür sorunlar mülakatları olumsuz etkilememiştir. Katılımcılar cümlelerini tekrarlamaktan rahatsız olmamışlar ve oldukça anlayışlı, yardımcı ve sabırlı davranmışlardır.

Toplamda 40 kişiyle mülakat yapılmıştır. 22 erkek arasından altısı Tinder, sekizi OkCupid kullanırken kalan sekiz kişi her iki uygulamayı birden kullanmaktadır. 18 kadından yalnızca beşi Tinder kullanıcısıyken, 12'si OkCupid ve biri hem Tinder hem OkCupid kullanmaktadır<sup>4</sup>. Farklı yaş gruplarından gelmelerine rağmen (22-51 yaş aralığı) katılımcılar, sosyoekonomik açıdan pek farklılık göstermemektedir. Hepsisi, en azından, lisans derecesine sahiptir. Çoğu çalışırken kimisi o dönem pandemi nedeniyle çalışmamaktaydı. Bu örneklem içinde lisansüstü öğrenciler, kurumsal bir firmada çalışan beyaz yakalılar, serbest meslek çalışanları, bir okul ve/veya STK'da çalışanlar ve bağımsız (freelance) çalışanlar bulunmaktadır. Katılımcıların çoğu İstanbul'da yaşamaktadır. Diğerleri Ankara, Tekirdağ, İzmir ve Adana'da yaşamaktadır. Son olarak, hepsinin çeşitli kullanma motivasyonları bulunmaktadır – yaygınlık sırasına göre uzun ya da kısa süreli partner aramak, partneriyle birlikte farklı cinsel deneyimler yaşamak, cinsel arzuları ve fantezileri gerçekleştirmek, yabancı dil pratiği yapmak, yeni taşınılan şehri tanımak...- Kişisel verilerin korunması ve özel hayatın gizliliği amacıyla makale boyunca takma isimler kullanılmıştır. Mülakatlar, deşifreleri yapıldıktan sonra MAXQDA programı aracılığıyla ortak temalara göre bölünmüş ve bu tematik kategorilere göre analiz edilmiştir. Daha sonra bu tematik kategoriler, toplumsal cinsiyet çerçevesi içerisinde teker teker incelenmiştir.

### **Basic mi Premium mu, Ne Vereyim Abime? Erkeklerin Algoritmalarla Mücadelesi**

Grinder'dan ilham alan Tinder, 2012'de ilk çıktığında sadece heteroseksüel bireyler için tasarlanmış ilk ve tek akıllı telefon uygulamasıydı. Bir süre sonra güncellenerek farklı cinsel yönelimi olan bireyleri de kapsayacak bir güncelleme yapıldı. Tinder, 2022 verilerine göre, dünyanın en popüler flört uygulaması olmayı sürdürmektedir (Statista Research Department, 2023). Uygulamayı bu kadar popüler ve eşsiz kılan, ilk heteroseksüel flört uygulaması olmasının yanında basit tasarımı, kolay kullanımı ve en önemlisi getirdiği kaydırma (swiping) özelliğidir. Tinder, biriyle tanışma pratiğini kaydırmaya dönüştürerek flört kültürü ve pratiklerini oldukça etkilemiştir (Illouz, 2019). Bugün pek çok kişi, profilleri sağa ya da sola kaydırarak randevularını

<sup>4</sup> Kadın-erkek sayısındaki eşitsizlik, kadın kullanıcılara erişimin zorluğundan kaynaklanmaktadır. Kadın sayısını erkek sayısına eşitleyebilmek için araştırmacının Tinder ve OkCupid profilleri yeniden paylaşılmış ve özellikle kadın katılımcılara ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Kadın katılımcı bulmanın bu kadar zor olması, Türkiye'de kadınların güvensiz hissetmesiyle, toplumsal sebeplerden kaynaklı ciddi bir güven problemleri ve kaygıları olmasıyla alakalıdır. Öte yandan, erkek katılımcı bulmakta hiçbir sorun yaşanmamıştır.

ayarlamaktadır. Çıkma eylemi, kaydırma özelliğiyle neredeyse hızlı bir baş parmak hareketine indirgenmiştir.

Tinder’da hesap oluşturma oldukça kolay, basit ve hızlı. Kişiler Facebook hesapları ya da telefon numaralarıyla hesap açabilirler. Uygulama daha sonra kişilerden sırasıyla e-mail adresi, isim, yaş, toplumsal cinsiyet, cinsel yönelim, ilgi duyduğu grup, üniversite ismi ve tutkularını yazmasını talep etmektedir.<sup>5</sup> Bireyler en fazla altı fotoğraf yüklemenin yanında Instagram hesaplarını da bağlayabiliyorlar. Uygulamanın telefon konum bilgilerine erişimine izin vererek hesap oluşturma sürecini tamamlamış oluyorlar. Böylece kaydırmaya başlayabiliyorlar. Kullanıcılar beğendikleri profilleri sağa kaydırıyor ya da yeşil kalbe basıyor, beğenmedikleri profilleri ise sola kaydırıyor veya kırmızı çarpı işaretine basarak bir sonraki profile geçiyorlar.

Uygulama, neredeyse tamamen fotoğraf üzerine kurulu olduğundan kullanıcılar profillerine uygulamanın kendisine sunduğu bölümler dışında bilgi girmek ya da e-flört jargonundaki tabiriyle bio yazmak için sağ üstte bulunan insan figürüne tıklayarak ayarlar, düzenle ve medya ekle bölümlerinin olduğu ekrana gelip kısa bir tanıtıcı yazı yazabiliyorlar. Bio yazmak “çaba” gerektirdiğinden pek çok profilin metinden kaçtığı gözlemlenmektedir. Bu, katılımcıların Tinder’a dair en çok şikâyet ettiği konulardan biri: “Orası [Tinder] tamamen böyle bi (yüzünü ekşitiyor) bilinmezlik yani. Tamamen bi fotoğraftan ibaret orası. E ben de çok sevmiyorum açıkçası. Yani bi fotoğraf var. Beğenip sen ona göre karar veriyosun. Yani neye göre karar vericem ben? Öyle sağa, sola atıyosun” (Eymen, 33 yaşında, yazılımcı, hem OkCupid Premium hem Tinder Premium kullanıcısı).

Diğer “karakutu” (Pasquale, 2015) uygulamalar gibi, Tinder’ın görünmeyen ve gizli tuttuğu bir algoritmik altyapısı bulunmaktadır. Uygulamanın temelde telefonun konum bilgilerini kullanarak potansiyel eşlerin yerini tespit ettiği bilirse de Tinder’ın altyapısında Elo Score sistemini işlettiği birkaç sene önce ortaya çıktı (Carr, 2016). Bir tür derecelendirme sistemi olan Elo Score, her kullanıcıya kaydırılma sayısı üzerinden bir puan vermektedir (Holden 2021; Krüger & Spilde, 2019). Beğeni aldıkça kullanıcıların puanı artarken sola kaydırılıp geçildikçe düşmektedir. Ayrıca Tinder, “akıllı fotoğraf” fonksiyonuyla kişinin fotoğrafının başarı oranını test etmekte ve potansiyel eşlere en başarılı bulunduğu fotoğrafı göstermektedir (Holden, 2021, para. 13). Fakat en başarılı fotoğrafa rağmen, kişi düşük puanlar aldığı anda uygulama o profili sıranın en

<sup>5</sup> Kişiler cinsel yönelim, üniversite ve tutku bölümlerini doldurmadan geçebilirler. Diğer bölümleri doldurmak zorunlu. Ayrıca Tinder, toplumsal cinsiyet ve ilgi duyduğu grup kısmında kullanıcılara yalnızca iki seçenek (kadın ve erkek) sunarken, OkCupid’de 20 farklı kategori bulunmaktadır: ciskadın, trans kadın, ciserkek, trans erkek, cinsiyetsiz (agender), androjen, çok cinsiyetli (bigender), akışkan cinsiyet kimliği (genderfluid), cinsiyet kuiri (genderqueer), cinsiyet bozan (gender nonconforming), hicra (hijra), interseks, ikilik dışı (non-binary), diğer, pangender, transfeminen, trans (transgender), transmaskülen, transeksüel ve iki ruhlu.

sonuna götürmekte, yani daha az kişinin karşısına çıkarmakta ve böylece eşleşme şansını düşürmektedir. Başka bir deyişle, Tinder'da kişinin arzulanabilirliği tamamen aldığı tıklamalara, derecelere ve eşleşme sayılarına bağlıdır. Arzulanabilirliği sayısal veriye dönüştürüp hesaplayan algoritma, kişinin karşı profillere gösterilecek kadar çekici olup olmadığına bizzat karar vererek kullanıcının eş seçimi ve seçilme süreçlerine müdahalede bulunmaktadır<sup>6</sup>. Bu, algoritmaların kullanıcılar üzerindeki gücünü göstermektedir (Beer, 2017).

Sıranın en tepelerinde olmak için kullanıcıların ya algoritmaları yenmesi, ki her şeyin uygulama hâline geldiği günümüzde (appified world) bu savaş Don Kişot'un yel değirmenlerine karşı verdiği savaşa benzetilebilir, ya da onları, kısa süreliğine de olsa kandırması gerekmektedir. Kullanıcılar bu konuda birtakım taktiklere başvurmaktadır: var olan hesabı silip yeni bir hesap açmak, fotoğrafları değiştirmek ve/ya üç Tinder pakedinden birini, en ucuzundan en pahalısına sırasıyla Tinder Plus, Tinder Gold ve Tinder Premium, satın almak. Taktikler geliştirip geliştirmemek ya da belli başlı taktiklere başvurup başvurmamak, toplumsal cinsiyetin belirlediği bir hareket. Yedi Tinder kullanıcısı erkekten dördü, uygulamanın ücretli paketlerinden birini kullanırken kadın katılımcılar, Tinder ya da OkCupid fark etmeksizin, ücretsiz pakedi (Basic) kullanmaktadır. Katılımcılardan OkCupid kullanıcısı İlke (27 yaşında, lisansüstü öğrencisi, aynı zamanda çalışıyor), basic mi yoksa premium mu kullandığını sorduğumda, "Premium hiç kullanmadığımı," belirtti:

Zaten ı bu tarz uygulamalarda kadınların (gülüyor) premium kullanması pek tercih edilen bişi değil. Erkekler daha fazla (gülüyor) görünür olmak için tercih ediyolar galiba. Kadınlar genelde basic çünkü çok fazla mesaj alıyolar, ... çok daha fazla insanla iletişime geçebiliyolar ee o yüzden pek premium'u tercih etmiyolar. ... Ama premium kullanan erkek arkadaşlarım var mesela.

Dijital medya araştırma ve reklam teknolojileri şirketi Gemius Türkiye'nin 2019'da yaptığı araştırmaya göre (Birgün, 2019), Türkiye'de bir milyon 78 bin kişi Tinder kullanıyor ve kullanıcıların yüzde 80'i erkek<sup>7</sup>. Kadınların erkeklere göre Tinder'ı daha az kullanması, aynı zamanda Tinder'a dair güçlü bir toplumsal damganın olmasından kaynaklanmaktadır. İkinci bölümde tartışılacağı üzere, Tinder'ın takılma ya da seks uygulaması olarak görülmesinden ötürü kadınlar "o tarz kadın" olarak görülmekten ve "o tarz kadın" muamelesi görmekten kaçınmak için Tinder kullanmayı genel olarak tercih etmemektedirler. Uygulamanın kadın-erkek nüfusu arasındaki ciddi fark, erkeklerin eşleşme oranını azaltırken kadınların eşleşme ihtimalini

<sup>6</sup> Şirket, 2019'da bu derecelendirme sistemini kullanmayı bıraktıklarını, artık kullanıcıları derecelendirmeden birbirleriyle eşleştirdiklerini belirtmiştir (Holden, 2021, para. 68); ancak uygulamanın nasıl işlediği, kullandığı algoritmalar hâlâ bilinmemektedir.

<sup>7</sup> Bu sayılar sürekli değişkenlik göstermektedir. Örneğin, pandemiden sonra flört uygulamalarının indirilme sayısında ciddi bir artış gözlemlenmiştir (Deveci, 2020).

artırmaktadır. Eşleşememe problemi, erkeklerin anlatılarında egemen bir tema olarak öne çıkmaktadır. Çevrimiçi flört ve flört uygulamaları deneyimlerine dair mülakat sorularına verdikleri yanıtların çoğu eşleşememe meselesiyle ilişkilidir. Diğer bir deyişle toplumsal cinsiyetin eşleşmelerde belirleyici bir rolü bulunmaktadır. Heteroseksüel erkekler yok denecek kadar az eşleşme aldıklarından şikâyet ederken, kadın katılımcıların çoğu çok fazla bildirim gelmesinden şikâyet etmektedirler. Kadınlar ve erkekler arasındaki asimetric eşleşme oranları, erkekleri uygulamanın nasıl işlediğine dair daha çok bilgi edinmeye ve algoritmayı nasıl yeneceği ya da kandırabileceğine dair bilgi üretmeye teşvik etmektedir. Örneğin 31 yaşındaki tam zamanlı çalışan Reha'ya (daha önce Tinder kullanıp OkCupid'e geçmiş) göre erkekler, Tinder'ı daha stratejik kullanmalı çünkü

kimi kimin önüne çıkarıyo algoritmasını açık olarak anlatmıyor uygulamayı kullananlara ... ama şöyle test etme imkânlarım oldu benim Tinder'da. Yani bu insanı neden karşıma getirdi diil Tinder sorgulamam. Belli ki beni ee gerilere atıyo. Sağda solda işte Ekşisözlük'te hakkında bir şeyler okudum. Çok uzun süre ee aynı hesabı kullanıp ve sürekli birilerini böyle işte ardı ardına sağa atıp devam ettikten sonra veya hiç kimseyle match olmayınca seni artık diğer insanların önüne çıkarmadığını fark ettim. Ben de bu uygulamayı siliyodum. Yani daha doğrusu hesabı silip tekrar açıyodum. Ondan sonra yeni açtığımda belli saatlerde özellikle daha fazla insana çıkardığını fark ettim. Yani muhtemelen öyle olmalı ki DAHA FAZLA MATCH<sup>8</sup> almaya başladığımı fark ettim. O trick'i bikaç kez denedim hatta.

Tinder için yeni profil, kullanıcılara sunulacak yeni yüz anlamına gelmektedir – tabii o yüz yaşlanana kadar. Yeni profiller genellikle algoritmanın belirlediği sıranın başlarında yer almaktadır. Sıranın sonuna düşen erkek kullanıcılar, yeni hesap açtıklarında uygulama onları yeni bir yüz sandığı için algoritmayı “kandırabilmektedirler.” Fotoğraf değiştirmek de daha fazla eşleşme alabilmek için kullanılan benzer bir taktiktir. Tinder akıllı fotoğraf özelliğini kullanmaya devam ettiği için yeni fotoğraf, performansı test edilecek yeni resim anlamına gelmektedir. Başarı oranını hesaplayabilmesi için uygulamanın fotoğrafı, ve böylece profili, diğer kullanıcılara göstermesi gerekmektedir. Ne var ki, bu taktikler eşleşme problemine yalnızca geçici çözümler sunmaktadır. Eğer kullanıcı algoritmanın belirlediği sıradaki konumunu güvenceye almak istiyorsa para harcaması gerekmektedir ya da 35 yaşındaki serbest çalışan Hakan'ın (eski Tinder kullanıcısı, şimdi OkCupid kullanıyor) dediği gibi, “bu işin içersinde bi şeyler yapmak istiyosan hani bazı fedakârlıklar yapman gerekiyor.”

<sup>8</sup> Büyük harf, kişinin o kelimeyi söylerken ses tonunu yükseltip vurgu yaparak konuştuğunu temsil etmek adına kullanılmıştır.

Tinder'ın üyelik paketleri değişiklik göstermektedir. İnternet sitesindeki bilgiye göre (Tinder, b.t.), Tinder Basic kullanıcısı günde sadece 100 profil beğenebilmekte ve tek bir Süper Beğeni (Super Like) hakkı bulunmaktadır. Tinder Plus kullanıcısı ise limitsiz beğeni, limitsiz geri alma (rewind), reklam önleyici, pasaport, 5 Süper Beğeni ve ayda bir öne çıkma (boost) hakkı gibi daha fazla fırsattan yararlanabilmektedir<sup>9</sup>. Bunlara ek olarak Tinder Gold kullanıcısı, kimin kendisini beğendiğini, o profille henüz karşılaşmadan, gelen bildirimle öğrenerek eşleşme oranını yükseltebilirken, Tinder Premium kullanıcısı karşılıklı beğeni zorunluluğu olmadan beğendiği bir profile direkt olarak mesaj gönderebilmektedir. Kullanıcı nüfusu, eşleş(eme)me ve ücretli üyelik satın alma(ma) konularındaki kadın-erkek farklılıkları ve bu farklılıkların katılımcıların tarafından “doğanın kanunu” gibi normal karşılanması; çevrimiçi flört dünyasının, özellikle Tinderland'in, nasıl bir erkek dünyası olduğunu, üyelik paketlerinin öncelikle erkekler için tasarlandığını ve endüstrinin de tamamen bu “erkekler için dünya”dan kâr ettiğini (Bergström, 2022) göstermektedir.

Çoğu uygulama Tinder'ın teknik altyapısını kopyalasa da (Bergström, 2022), bazı uygulamaların tasarımları, piyasada rekabet edebilmek için bizzat Tinder'dan farklılaşmaktadır. OkCupid buna güzel bir örnektir zira Tinder'da erkeğin hangi paketi kullanacağı önemliyken OkCupid'de ücretli paket alıp almamanın o kadar mühim olmadığı gözlemlenmiştir. Erkeklerden yalnızca ikisi OkCupid Premium kullanmaktadır. Bunun, dövizin hızla artışından ötürü giderek pahalanan ücretler dışında, OkCupid'in tasarımıyla bir ilişkisi bulunmaktadır. Tinder'la aynı şirkete (Match Group) bağlı olan OkCupid, internet sitesindeki giriş sayfasında da belirttiği gibi, bireylere “fotoğraftan daha fazlası” (OkCupid, b.t.) olduğunu mimarisiyle göstermektedir. 2004'te çevrimiçi flört sitesi olarak kurulan OkCupid, 2014'te uygulamaya dönüştürülmüştür. Tinder'dan oldukça farklı olan uygulama; kullanıcılardan isim, toplumsal cinsiyet, yaş, konum, aradıkları ilişki (takılma, uzun ilişki, arkadaşlık, hepsi) ve eşlilik biçimlerini (tek eşlilik, çok eşlilik, hepsi), aradıkları ideal kişi/leri ve yaş aralığını doldurmalarını talep etmektedir. Kullanıcılar daha sonra en fazla dokuz fotoğraf yükledikten sonra uygulama, kullanıcılardan kısa bir kişi özeti (self-summary) yazmalarını ve onlara sunduğu şıklı sorulardan en az 15 tanesini cevaplamasını beklemektedir. Sorular sayısız konudan oluşmaktadır: politika (ör. “Seni en iyi tanımlayan siyasi görüş hangisi?”), etik (ör. “Ürünlerin hâlâ hayvanlar üzerinde test ediliyor olmasından rahatsızlık

<sup>9</sup> Bu özellikler farklı fırsatlar sunmaktadır. Birincisi, kaydırma, temelde hızlı bir baş parmağı hareketinden ibarettir. Pek çok kişi sadece baş parmaklarını kaydırarak baktıkları kişiyi beğenip beğenmemektedir. Bu nedenle, kimi zaman yanlışlıkla profili sağa veya sola kaydırabilmektedirler. Geri alma özelliği kullanıcıların kazara yaptıkları kaydırmayı geri almalarını sağlamaktadır. İkincisi, basic kullanıcıları kaydırma esnasında çok fazla reklama maruz kalmaktadır. Ücretli paketler, reklamları önleme fırsatı sunmaktadır. Üçüncüsü, pasaport özelliği kullanıcıların 140 km ile sınırlı konumu aşabilmelerine olanak sağlamaktadır. Böylece kişiler, kendilerini istedikleri mahallede, şehirde, ülkede göstererek dünyanın her yerinden insanla eşleşebilmektedir. Dördüncüsü, Tinder, kişiler birbirlerini karşılıklı beğenmediği sürece eşleştirmemektedir; ancak eğer kullanıcı bir profili beğendiyse süper beğeni göndererek (mavi yıldızla basarak) karşı tarafa, o kişi henüz o profili görmemiş olsa da, bildirim göndermiş ve böylece kendini göstermiş olmaktadır. Son olarak, yükseltme/öne çıkma özelliği, kullanıcıları algoritmik sıranın başlarına taşımaktadır.

duyuyor musun?”), cinsel fanteziler (ör. “Hiç kendini seks yaparken kaydettin mi?”), beğeniler (ör. “Metal müzikten hoşlanır mısınız?”), küresel (ör. “Pandemi nedeniyle gelecek/uzun vadeli planlar yapmanın daha güç olduğunu düşünüyor musun?”) ve yerele özgü sorular (ör. “Türkiye’deki en güvenilir kadın kim?”). Soruları zorunlu tutmasının temel sebebi, uygulamanın bireylerin verdikleri cevaplara göre en uyumlu oldukları kişilerle eşleştirmesi. Tinder’ın aksine OkCupid, daha fazla yazılı bilgi talep etmekte; bu yazılı datayı sayısal verilere dönüştürerek kullanıcılara en uygun eşleri, Cheney-Lippold’un (2017) deyişiyle, “bir algoritmik ‘sen’in yanında senin algoritmik ‘diğer’ini” (s. 182) hesaplamaktadır. Bunların dışında OkCupid, kullanıcılara giriş (intro) yazma fırsatı sunmaktadır. Kişiler, intro sayesinde karşılıklı beğeni olmadan birbirlerine mesaj gönderebilmektedir. Eğer karşı taraf girişi okuyup profili beğenirse cevap vererek iletişimi ilerletebilirler. Tinder algoritması erkekleri aldıkları klik ve kaydırılma sayılarına göre sıraya sokarak erkeklerin görünürlüğünü belirlerken OkCupid giriş yazma özelliğiyle erkeklere görünür olmak için alan sağlamaktadır. Girişin yetersiz kaldığı durumlarda, eşleşme sorunu yaşayan erkeklere OkCupid Premium paketiyle kendilerini beğenen kadınları görebilme ve sırada öne çıkma fırsatlarını sunmaktadır.

Her şeyin uygulamaya dönüştüğü ve bireylerin bu uygulamalarla akıllı telefonlarına bağımlı hâle geldiği günümüzde deneyimler, algoritmik tasarımlara dayanmaktadır (Vuzharov, 2019). Ancak algoritmaların şekillendirdiği deneyimler bir değildir. Bu deneyimlerin farklılık göstermesini sağlayan temel faktörler bulunmaktadır. Bu araştırmanın da gösterdiği gibi, bu farklılıkları doğuran başat öğelerden biri toplumsal cinsiyettir. Ne var ki, bir sonraki bölümde tartışıldığı üzere, algoritmik mimari salt kullanıcı deneyimini etkilememektedir. Kullanıldıkları kültürel ortama bağlı olarak toplumsal algının üretilmesinde de etkili bir rolü bulunmaktadır ve elbette bu algının bireyler üzerindeki etkisi toplumsal cinsiyeti göz önünde bulundurduğumuzda eşit değildir.

### **Toplumsal Damga: Takılmanın Eşit Olmayan Yapısı**

Tinder’ın toplumda flört uygulamasından ziyade takılma, hatta seks, uygulaması olarak görülmesinde uygulamanın mimarisinin etkin bir rolü bulunmaktadır. Profillerde fotoğraf, yaş ve isim dışında neredeyse hiçbir bilginin bulunmaması, OkCupid’in aksine uygulamanın kendisinin daha fazla bilgi girilmesini teşvik eden bir yapısının olmaması, kullanıcıların ağırlıklı olarak potansiyel eşlerinin fotoğraflarına bakarak nereye kaydıracağına karar vermesine yol açmaktadır. Fotoğraf-merkezcilik ve kaydırma, Tinder’ı flört uygulamasından çok “dijital bir ‘Seksi mi Değil mi’ oyunu”na (Mason, 2016, s. 823) dönüştürmüştür. Bu oyunvari tasarım, uzun süreli ilişkiler yerine çoğunlukla takılma ya da tek gecelik gibi kısa süreli ve başlamadan biten ilişkilere ortam

sağlamaktadır (Duguay, 2018; Illouz, 2019). Diğer bir deyişle Tinder, ağırlıklı olarak, tıpkı üyelik süreci gibi basit, kolay ve hızlı oluşacak ilişkilere ortam sağlayan bir platform olagelmıştır.

Tinder'n hem basit tasarımı hem de bu tasarımdan ötürü toplumsal olarak “takılma uygulaması” olarak damgalanması, kullanıcıların deneyimlerini toplumsal cinsiyet bağlamında eşitsiz bir biçimde etkilemektedir. Kadınların anlatısına göre bu iki durum, kadınlarda “saldırıya uğruyormuş” hissi yaratmakta ve cinsel obje muamelesine maruz kalmalarına yol açmaktadır. Araştırmadaki kadın katılımcıların çoğunun Tinder kullanmaktan imtina etmesinin başat sebebi budur. Örneğin takılma amaçlı önce Tinder yüklediğini belirten Yade (31 yaşında, lisans mezunu, şu anda çalışmıyor), neden daha sonra OkCupid'e geçtiğini şöyle anlatıyor:

Eee Tinder sağ olsun sadece yatıp kalkmak İSTEMEDİĞİMİ fark ettim (gülüyor). Tam bi ET PAZARI. ... Tinder'da çok ıı düz sonuç odaklı. ÇOK ATAK. Yani ilk günden match'leştğinde ilk günden işte Whatsapp'ın, Instagram'ın, telefonun istenir. Hani bugün buluşalım, yarın buluşalım, telefonda şey yapalım, sexting yapalım. Kamera da açalım. Yok götünü dön falan (gülüyor). Hani böyle tam bir TAARRUZ YANİ gibi hissettim. ... Düz seks uygulaması olarak kullanılıyor Tinder. Hani başka bi, anca (gülüyor beni göstererek) ARAŞTIRMACI bulabilirsiniz hani seks dışında Tinder'da herhalde. Ee o yüzden de OkCupid'e geçtim.

Takılmak isteyen Ceren (42 yaşında, hem çalışıyor hem de yüksek lisans yapıyor), benzer sebeplerle Tinder'ı bırakıp OkCupid'e geçtiğini ifade ediyor:

Tinder baya kötü bi üne sahip. ... Tinder'ı çok kısa bir süre kullanıp sildim ee çünkü GERÇEKTEN hani her türlü, FAZLA her türlü insan var ve hani sizin bi elemenize, işte sizin tercihlerinize göre bi eleme yapmıyo. Hani herkes karşınıza çıkıyo. ... Yani bana şey hissettirmeye başladı bi noktadan sonra. Bana sürekli laf atılıyormuş gibi, yolda yürürken hani sürekli laf atılıyormuş HİSSİ uyandırmaya başladı.

Tinder'ı dünyaca ünlü flört uygulaması yapan ve bu konumu istikrarlı bir biçimde korumasını sağlayan başat faktörlerden biri oldukça kolay kullanımı, hızlı ve basit oluşudur. Bu özellikler, hem çoğu insanı Tinder'a çekmekte hem de “takılma uygulaması” damgası yemesine sebep olmaktadır. Bunun yanında Tinder'ın basit algoritmik mimarisi herkesi herkesin karşısına çıkarabilmektedir. Tüm bunlar, ağırlıklı olarak kadınlarda “saldırıya uğruyormuş” hissi yaratmakta ve kadın katılımcıların çoğu Tinder'ı güvenli bulmamaktadır. Farklı ülkelerde yapılan çalışmalar da hem bu hisse hem de kadınların ciddi oranda siber saldırıya maruz kaldıklarına işaret etmektedir (Hess & Flores, 2018; Paasonen vd. 2019). Kadınların gözünde Tinder'ın böyle bir “duygulanımsal atmosfer”le (Anderson, 2009) kaplı olmasının temelinde Tinder'ın öncelikle erkeklerin dünyası olmasının yanında, takılmanın toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve rollerini yeniden üreten yapısı yatmaktadır. Günümüzün popüler flört ritüellerinden takılmada (hooking up),



Salecl'a göre, "bir avcı bir de kurban vardır" (2016, s. 67). Heteroseksüel ilişkilerde avcı rolü çoğunlukla erkeğe atfedilir, kurbanısa genel olarak kadındır. Diğer bir deyişle, erkekler takılmanın öznesiyken, kadınlar takılma objesidir. Kadın katılımcıların çoğunluğunun Tinder'da kendilerini güvende hissetmemeleri ve sürekli saldırıya uğruyormuş gibi hissetmelerinin temelinde bu eşitsizlik yatmaktadır. Tinder'da erkekler avcılık yaparken ya da erkeklerden kendilerine biçilmiş avcı rolünü oynaması beklenirken, kadınlar takılma objesi muamelesine maruz kalmakta, ya da kadınlardan o kurban rolünü oynaması beklenmektedir (Cöbek, 2023b).

Bu eşitsizliğin profillerde de yansımaları görmek mümkün. Erkek katılımcılara sıklıkla karşılaştıkları profilleri sorduğumda, hemen hemen hepsi çokça "Amacına uygun kullanmıyorum" yazan profillere rastladıklarını dile getirmektedir. Bu tabirin anlamını ve bu bilgilendirmenin sebebini ise şöyle açıklamaktadırlar:

Tinder daha takılma odaklı gibi bir algı var. Hatta insanlarda şöyle bir tabir çıktı: amacına uygun kullanmak ya da kullanmamak. Mesela kadınların profillerinde böyle şeyler yazıyo: "Amacına uygun kullanmıyorum." Yani muhtemelen bi kısım şeyle karşılaşmış. Ne derler işte bundan dolayı "Amacı budur. O zaman hadi böyle yapalım" gibi bi şey. Savunma mekanizması gelişmiş muhtemelen. (Aras, 34 yaşında, lisans mezunu, inşaat mühendisi, önce Tinder kullanıp sonra OkCupid'e geçmiş)

Ee işte özellikle şeyleri daha çok görüyorsunuz. "Amacına uygun kullanmıyorum." ÇOK FAZLA yani üçüncü, dördüncü kişide mutlaka bu notla karşılaşıyorsunuz.

[Araştırmacı:] Amacına uygun kullanmıyorum derken "Bunu aslında takılma uygulaması olarak görüyorsunuz ama ben o amaçla kullanmıyorum" mu demek istiyoy?

Evet onu demeye çalışıyorlar hani bi iki kişiyle match'leşiyoy. İşte eee karşılaşmak istemediği sorularla karşılaşıyo. Onlara da olumsuz cevap verdiğinde muhtemelen işte adamın cevabı da şey oluyo "E bu uygulamanın amacı bu değil mi ya. Sen amacına uygun kullanmıyorsan niye burdasın ki" falan. Benim tahminim bunun yansıması olarak o notlar geliyo. ... "Amacına uygun kullanmıyorum" baya artık klişe bu arada yani. Eee Tinder'ın mottosu olarak kullanabilirler artık. O kadar yaygın (gülüyor). (Reha)

Flört uygulamalarındaki benlik sunumlarında toplumsal cinsiyetin nasıl bir rolü olduğuna dikkat çeken çalışmalar (ör. Casimiro, 2015; Tanrıöver & Sunam, 2017), genellikle fotoğrafları analiz ederek kadın ve erkeklerdeki duruş, poz, kamera açısı, plan, yüz ifadesi gibi kategorilerdeki farklılıklarına odaklanmaktadır. Burada toplumsal cinsiyetin daha farklı bir rolüne rastlanmaktadır. Tinder'daki kadın profillerde "amacına uygun kullanmıyorum" açıklamasına sıklıkla rastlanması; hem uygulamanın Türkiye'de nasıl "takılma uygulaması" olarak algılandığını hem de bu damganın ve takılma pratiğinin içine gömülü toplumsal cinsiyet eşitsizliğini göstermektedir. Takılma uygulaması damgası yemiş Tinder'ın aksine, OkCupid'in daha detaylı algoritmik

mimarisi böyle bir algının oluşmasını, nispeten, engellemektedir. Kullanıcılardan daha fazla bilgi talep eden OkCupid, Reha'nın deyimiyle, daha "nokta atışı" eşleştirmeler yaparak ve daha detaylı filtreleme seçenekleri sunarak özellikle kadın kullanıcılara daha güvenilir bir ortam yaratmaktadır:

Eğlenceli bir platform. Eee Tinder'dan ziyade OkCupid'i daha çok tercih ediyorum çünkü Tinder biraz daha az bilgi istiyο ve biraz daha hani yüzeysel hani birini görüyösün, sağa kaydır sola kaydır ve orda karşı cinsin, yani erkeklerin yaklaşımı genel olarak ee "Sevişcek kadın arıyorum, geliyösün gel" şeklinde o yüzden ben Tinder'dan hoşlanmıyorum. Ama OkCupid biraz daha birbirini tanımaya yönelik çünkü kendinle ilgili soru cevaplıyösün, karşı taraf ne cevaplıyo, ona göre bi eşleşme sağlıyo. ... Bana bi güven alanı sağlıyo. (Serra, 27 yaşında, lisans mezunu, beyaz yakalı)

Tüm kadın katılımcılar Serra gibi OkCupid'i daha güvenilir bulmaktadır. Araştırmaya katılan kadınların neredeyse hepsinin OkCupid'i Tinder'a tercih etmesinin temel sebebi, uygulamanın detaylıca yazılmış algoritması, böylesi bir tasarımdan ötürü "daha ciddi bir platform" olarak algılanması<sup>10</sup> ve hem bu mimarinin hem de bu duyumun (aesthetics/sense perception) yarattığı güven(lik) hissi. Tinder'ın aksine OkCupid, tasarımı ve kültürel yorumuyla (cultural interpretation) kadınlara "o tarz kadın" olma dışında imkânlar, alanlar ve özgürlükler sağlayabilmektedir. OkCupid'in daha detaylı algoritmik tasarımı, güven(lik)in yoğun olduğu bir duygulanımsal atmosfer yaratsa da OkCupid de bir flört uygulaması olduğundan çevrimiçi flörte dair toplumsal algıdan ya da toplumsal algıya dair algıdan bağımsız değildir. Diğer bir deyişle, çevrimiçi flört ortamı daha çok Tinder'la bağlantılı olarak tahayyül edilse de, toplumsal damga diğer flört uygulamalarını da etkilemektedir. Tinder ve OkCupid kullanıcıları fark etmeksizin katılımcıların neredeyse hepsi, toplumda olumsuz bir algı olduğunu düşünmektedir:

Çok önyargılı yaklaşıyo. Yani ben öyle görüyörüm. ... "Zaten ordan insan çıkmaz" falan. Hani herkes de böyle. Böyle bi hani ağzının kenarı böyle kayıyo falan. AŞAĞILIYO yani online dating ortamını. Ee biçoğu da bunları kullanmamış insanlar bu arada. Hani HİÇ denememiş. "Haaa Tinder" falan diyolar hemen. Eee yalnızca işte seks arayarak işte bi tek gecelik ilişki için girilebileceğini düşünüyolar. (Nefis, 43 yaşında, lisans mezunu, şu anda çalışmıyor, OkCupid kullanıyor)

Bu konuda anlamsız bir tepki olduğunu düşünüyörüm. ... İlerici olduğunu düşündüğüm bi arkadaş benim ordan date'e çıkmamı bakışlarıyla olsun, küçük sözleriyle, kapalı cümleleri, ifadeleriyle olsun saçma buldu. Yargıladı yani "Ne ihtiyacın var ki böyle şeylere", hani ezik, loser bi kişi ancak buralarda takılır. ... Bu arkadaş bile böyle bi tepki veriyosa gerçekten herhalde toplumumuz buna da hazır değil galiba. Ben bunu böyle her yerde bu şekilde söyleyemim en iyisi diye küçük bi

<sup>10</sup> Hem küreselde hem de yerelde Tinder takılma uygulaması olarak görülürken (Sales, 2015; Arcak & Öztürk, 2020), OkCupid ise daha ciddi ilişkilerin, anlamlı bağlantıların ve gerçek aşkın platformu olarak görülmektedir (Aba, 2020; Poulsen, 2014).

kendime ordan pay çıkardım. (Salih, 32 yaşında, lisans mezunu, şu anda çalışmıyor, hem Tinder hem OkCupid kullanıyor)

Damga yapıştırmaya hazır bi toplum. O yüzden ee bu uygulamaları kullanan genelde hani “Haa aranıyo,” yani erkek olduğu zaman şey diye bakılıyo “Haa kız düşürüyo”, kadın olduğu zaman şöyle bakılıyo: “Aranıyo.” ... Erkek arkadaşlar zaten çok rahat çünkü onların her yerde olduğu gibi bu da onların hakkı. E öyle bakıyolar. Eee toplumda çok hoş karşılanmıyo. (Serra)

Toplumsal cinsiyetinden bağımsız olarak katılımcılar genel olarak çevrimiçi flörtün hoş karşılanmadığına inanmaktalar, ancak bir yandan da umutlular. Gençler arasında kullanımı yaygınlaştıkça bu olumsuz algının da gelecekte yok olacağını düşünmekte. Böyle bir toplumsal algı, “Aranıyo” algısı, böyle bir algı olduğuna dair kanı ve kimi katılımcıların bizzat karşılaştığı tepkiler, kişilerin gerek Tinder gerek OkCupid olsun kamusal alanlarda kullanmaktan imtina etmelerine sebep olmaktadır (Cöbek, 2023a). Çoğunluğu okul, ofis, kafe, restoran gibi kamusal alanlarda kullanmayı tercih etmezken, bir kısmı bu algıya inat kullanarak çevrimiçi flörtün normalleşmesi için aktif bir rol oynamayı tercih etmektedir. Çok az bir kısım ise bunun çoktan normalleştiğini ve bu nedenle de kamusal alanlarda kullanmaktan çekinmediğini ifade etmektedir. Kimileri bu teknolojileri kullandıklarını yakın çevresi dışında kimseyle paylaşmazken, kimi katılımcılar yakın arkadaşlarına dahi söylemeye çekinmektedir. Örneğin, yaklaşık üç sene önce Tinder’den tanıştığı kişiyle evlenen Leyla (28 yaşında, yüksek lisans mezunu, bir okulda çalışıyor), kocası Mecnun’un Tinder’den tanıştıklarını dile getirmediğini söylüyor:

Biz evlendik. Yani artık evlenmenin ötesinde ne olabilir bi ilişkide. Evlendik ama eşim benim hâlâ bazı ortamlarda bizim Tinder’den tanıştığımızı dile getirmekten hoşlanmıyor. ... Diyo ki sana karşı bakış açıları değişir. Saygısızca görürler bu durumu gibi bi bakış açısı var.

Takılmanın toplumsal cinsiyet rollerini ve eşitsizliğini yeniden üreten yapısından ötürü çevrimiçi flörte dair toplumsal damga, kadınları daha olumsuz etkilemektedir. Mesela, yukarıda verilen örneklerden farklı ve onlara ek olarak flört uygulamalarında anonim profil kullanma, kimi kadın katılımcıların özellikle tercih ettiği bir durum olarak gözlemlenmiştir. Kurumsal yerlerde çalışan kadın katılımcıların bir kısmı, iş yerinden herhangi birinin uygulamada görüp kendisini tanımasından ve kendisine dair “o tarz kadın” algısı oluşmasından çekindiği için net olmayan fotoğraflarını kullanmayı ya da kendilerinin olmadığı fotoğrafları (ör. manzara fotoğrafı) tercih etmekte, takma isim kullanmaktadır. Anonim hesap kullanmayı tercih etmek, erkek katılımcılar arasında rastlanmamıştır. Ama yine de kimi erkek katılımcıların bu uygulamaları kullandığı için “azman erkek” gibi görülmeğe çekindiklerinin altını çizmek önemlidir. Bu nedenle, Serra’nın deyimiyle, takılmak toplumsal olarak daha çok “erkeğin hakkı” olarak inşa edilse de tüm erkeklerin bu hakkın taşıdığı erkek(lik) algısını direkt olarak kabul ettiğini iddia etmek doğru

olmaz. Benzer bir şekilde, kadınlar “takılma objesi” muamelesine pasif bir şekilde maruz kalmamakta, bu türden tutum ve tavırları şikâyet ederek uygulamadan engellenmelerini sağlamakta ya da bizzat bu tarz profilleri Instagram gibi sosyal medya platformlarında ifşa ederek bu muameleyi gözler önüne sermektedir (bkz. Hess & Flores, 2018; Shaw, 2016)

Hiçbir uygulama, kullanıldığı kültürel ortamdan bağımsız değildir. Algoritmik kültürel objeler olarak flört uygulamaları bireylerin deneyimlerini tasarımlarıyla etkilerken, kültürel ortamlar bu deneyimlerin nasıl farklılık göstereceğini şekillendirmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin toplumun her alanına sirayet ettiği Türkiye gibi bir ortamda (Özkazanç, 2020) bireylerin çevrimiçi flört ve flört uygulamalarıyla olan ilişkilerinin eşit olmaması sürpriz değildir.

### **Sonuç**

Türkiye’de flört uygulamalarını kullanan heteroseksüel bireylere odaklanan bu çalışma, toplumsal cinsiyete göre çevrimiçi flört deneyimlerinin nasıl farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Türkiye’de popüler olan, algoritmik mimarileri birbirinden farklı iki uygulamaya, Tinder ile OkCupid, ve kullanıcılarına odaklanarak insan-uygulama etkileşimine ve bu etkileşimde toplumsal cinsiyetin rolüne dikkat çekmiştir. Hem teknik yürüme hem de tematik analiz sonucuna göre, algoritma erkeklerin anlatılarında hâkim bir temayken, toplumsal damga ve olumsuz etkisi hem kadınların anlatılarında hem de erkeklerin anlatılarında kadınlarla ilişkili olarak öne çıkmıştır. Diğer bir deyişle, Galloway’in tabiriyle “algoritmik kültürel objeler” (2006, s. 6) olan flört uygulamalarının algoritmik tarafı ağırlıklı olarak erkeklerin deneyimlerini meşgul ederken, bu algoritmik objelerin kültürel tarafı öncelikle kadınları etkilemektedir. Bu anlamda, uygulamaların tasarımlarının kullanıcı deneyimlerini nasıl şekillendirdiğine ek olarak, kimi kimin karşısına çıkaracağını belirleyen algoritmalara karşı erkeklerin nasıl taktikler geliştirdiğini, geliştirmek durumunda kaldığını göstermiştir. Algoritmik mimarinin, uygulamanın kullanıldığı kültürel ortamda nasıl bir toplumsal algı üretildiğinde oynadığı rolün yanında, bu toplumsal algının kullanıcılar üzerindeki etkisinin toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl farklılık gösterdiğinin ve eşit olmadığının altını çizmiştir. Tinder’ın basit mimarisi Tinder’ın flörtten ziyade bir takılma uygulaması olarak görülmesini desteklemiş, “takılma uygulaması” anlayışı; takılma pratiğinin toplumsal cinsiyet rollerini ve eşitsizliği yeniden üreten yapısından ötürü özellikle kadın kullanıcılar “o tarz kadın” olma muamelesine maruz kalma durumları ve “saldırıya uğruyormuş” hissi yaratmıştır. Başka bir deyişle bu çalışma; flört uygulamaları kullanan bireylerin çevrimiçi flört deneyimlerinde toplumsal cinsiyetin etkili bir rolü bulunduğunu, heteroseksüel erkekler ve kadınların deneyimlerinin oldukça farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Erkeklerin deneyimlerini algoritmalar ve algoritmik tasarım başat bir şekilde etkilerken, kadınların

deneyimlerinde bu uygulamaların kültürel yorumları ve toplumsal algılanışları etkili olmuştur. Erkekler çevrimiçi flört dünyasında eşleşememe problemi ve algoritmalarla mücadele ederken, kadınlar “o tarz kadın” ya da “takılma objesi” anlayışı ve muamelesiyle mücadele etmektedir.

Bu çalışma, hem uygulama-insan etkileşimine hem de bu etkileşimde kültürün etkisine dikkat çekerek Batı odaklı çalışmaların hâkim olduğu literatüre katkı sağlamayı amaçlamıştır. Ayrıca erkeklerin teknolojiyle, kadınlarınsa kültürle nasıl mücadele etmek durumunda kaldıklarını göstererek hem insan-uygulama hem de kültür-teknoloji etkileşiminde toplumsal cinsiyetin hâkim rolünü ortaya koymuştur. Ne var ki, araştırmanın birtakım sınırları bulunmaktadır. İlk ve en önemlisi, çalışmanın sosyoekonomik anlamda birbirine oldukça benzeyen katılımcılardan oluşan bir örnekleme sahip olmasıdır. Bu, katılımcıların deneyimlerini Türkiye’ye genellemeyi sınırlamakla birlikte sınıf gibi temel bağımsız değişkenlerin sabit kalmasını sağlamıştır. Ayrıca yalnızca heteroseksüel kullanıcılara odaklanarak farklı cinsel yönelimi olan grupların nasıl deneyimler yaşadıkları eksik kalmıştır. Gelecek çalışmalar, farklı cinsel yönelimi olan bireylerin ve farklı sınıflardan kişilerin deneyimlerine odaklanarak cinsel yönelimin ve sınıfın kişilerin çevrimiçi flört deneyimlerinde nasıl bir rolü olduğuna bakmalıdır. Ayrıca, büyük şehirlerde, özellikle İstanbul’da, yaşayan katılımcılardan oluşan örneklem, bölgesel farklılıkların kullanıcıların deneyimlerini nasıl şekillendirdiğini göstermekte başarısız kalmıştır. Bu konuyu inceleyecek niteliksel çalışmalara ihtiyaç vardır.

### Yazarın Notu

Bu araştırma, Mart 2020’de Koç Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır (2020.074.IRB3.030). Ayrıca bu makale “‘Harry Sally ile (Uygulamadan) Tanışınca’: Türkiye’deki Heteroseksüel Çevrimiçi Flört Dünyası” başlığıyla 2021 Dicle Koğacıoğlu Makale Ödülü’nde üçüncülüğe layık görülmüştür.

### Kaynakça

- Aba, A. (1 Kasım 2020). *Modern zamanlarda aşk...* Birgün. Erişim tarihi: 15 Aralık 2020, <https://www.birgun.net/haber/modern-zamanlarda-ask-321287>.
- Alam, S. S., Islam, Md. R., Mokhbul, Z. K. M., & Makmor, N. B. (2018). Factors affecting intention to use online dating sites in Malaysia. *International Journal of Engineering and Technology*, 7(4.28), 192-198.
- Albury, K., Burgess, J., Light, B., Race, K., & Wilken, R. (2017). Data cultures of mobile dating and hook-up apps: Emerging issues for critical social science research. *Big Data & Society*, July-December 2017, 1-11.

- Ali, N., Phillips, R., Chambers, C., Narkowicz, K., Hopkins, P., & Pande R. (2020). Halal dating: Changing relationship attitudes and experiences among young British Muslims. *Sexualities*, 23(5–6), 775–792. <https://doi.org/10.1177/1363460719850113>
- Anderson, B. (2009). Affective atmospheres. *Emotion, Space and Society*, 2, 77-81.
- Arcak, E., & Öztürk, S. (Yapımcılar) (2020). *Dijital flörtleşme* [Belgesel serisi]. Ancyra Documentary & Film Production; BluTv.
- Aydoğan, B. (2020). Konum temelli çevrimiçi tanışma uygulamalarını kadınların flört deneyimleri açısından düşünmek: Tinder ve Happn. *Moment Dergi*, 7(2), 287-313.
- Bailliard, A. L. (2015). Video methodologies in research: Unlocking the complexities of occupation. *Canadian Journal of Occupation Therapy*, 82(1), 35-43.
- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1-13.
- Bergström, M. (2022). *The new laws of love: Online dating at the privatization of intimacy*. Polity.
- Birgün. (16 Aralık 2019). *Türkiye’de her 80 kişiden biri Tinder kullanıyor*. Erişim tarihi: 15 Eylül 2020, <https://www.birgun.net/haber/turkiye-de-her-80-kisiden-biri-tinder-kullaniyor-280213>.
- Bivens, R., & Hoque, A. S. (2018). Programming sex, gender, and sexuality: Infrastructural failures in the “feminist” dating app Bumble. *Canadian Journal of Communication*, 43, 441-459.
- Brooks, A. (18 Kasım 2020). *34 interesting & surprising online dating statistics in 2021*. Erişim tarihi: 15 Ağustos 2021, <https://www.datingadvice.com/studies/iasods>.
- Bryant, K., & Sheldon, P. (2017). Cyber dating in the age of mobile apps: Understanding motives, attitudes, and characteristics of users. *American Communication Journal*, 19(2), 1-15.
- Carr, A. (1 Kasım 2016). *I found out my secret internal Tinder rating and now I wish I hadn't*. Erişim tarihi: 28 Haziran 2020. <https://www.fastcompany.com/3054871/whats-your-tinder-score-inside-the-apps-internal-ranking-system>.
- Casimiro, C. (2015). Self-presentation in the Portuguese online dating scene: Does gender matter? A. Degim, J. Johnson, & T. Fu (Eds.), *Online Courtship: Interpersonal interactions across borders* (ss. 71-95). Institute of Network Cultures.
- Chan, L. S. (2016). How sociocultural context matters in self-presentation: A Comparison of U.S. and Chinese profiles on Jack'd, a mobile dating app for men who have sex with men. *International Journal of Communication*, 10, 6040-6059.

- Cheney-Lippold, J. (2017). *We are data: Algorithms and the making of our digital selves*. New York University Press.
- Cöbek, G. (2021). Beyond the female love-male sex binary: A non-representational approach to online dating. *Kültür ve İletişim*, 24(1), 7-35.
- Cöbek, G. (2022a). Flört uygulamalarındaki imajlar dünyası: “Klişelerin diktatörlüğü”ne karşı doğallık. *Moment*, 9(1), 13-34.
- Cöbek, G. (2022b). What affect proposes: Swiping as a bodily practice. *Emotions & Society*, 1-17. <https://doi.org/10.1332/263169021X16617404866768>
- Cöbek, G. (2023a). “*When Harry met Sally (via dating app)*”: *An affective approach to the techno-social world of Turkey’s heterosexual online dating* [Doktora tezi, Koç Üniversitesi].
- Cöbek, G. (2023b). Right of men to hook up: An analysis of Tinder’s architecture and its cultural interpretations in Turkey. In G. Muschert, M. Ragnedda, M. Şentürk, & H. Eşrefoğlu (Eds.), *New Media / New Society?* Istanbul University Press.
- Cöbek, G., & Ergin, M. (2021). Swipe me if you can: Cultural and gendered uses of Tinder in Turkey. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 5(3), 11-38.
- Cruyt, M. L. (12 Şubat 2020). *Check out the most popular dating apps by country*. Erişim tarihi: 15 Ağustos 2021, <https://www.apptweak.com/en/aso-blog/check-out-the-most-popular-dating-apps-by-country>.
- Davis, E. M. & Fingerman, K. L. (2016). Digital dating: Online profile content of older and younger adults. *Journals of Gerontology: Psychological Sciences*, 71(6), 959-967.
- De Rooij, L. (2020). The relationship between online dating and Islamic identity among British Muslims. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 9, 1-32.
- Deniz, A. (2020). Changing geographies of intimacy: A study on female Tinder users in Istanbul. *Fe Dergi*, 12(1), 113-124.
- Deveci, E. (23 Kasım 2020). *Tinder, OkCupid, Bumble... İşte pandemide çevrimiçi çöpçatanlığın bilançosu*. Erişim tarihi: 16 Ağustos 2021, <https://www.sozcu.com.tr/2020/ekonomi/tinder-okcupid-bumble-iste-pandemide-cevrimici-copcatanligin-bilancosu-6135818/>.
- Duguay, S. (2018). Tinder. Swiped: A focal gesture and contested app visions. J. W. Morris & S. Murray (Eds.), *Appified: Culture in the age of apps* (ss. 127-135). University of Michigan Press.
- Duguay, S. (2019). You can’t use this app for that: Exploring off-label use through an investigation of Tinder. *The Information Society*, 1-13.

- Galloway, A. R. (2006). *Gaming: Essays on algorithmic culture*. University of Minnesota Press.
- Gewirtz-Meydan, A. & Ayalon, L. (2018). Forever young: Visual representations of gender and age in online dating sites for older adults. *Journal of Women & Aging*, 30(6), 484-502.
- Hasan, F. (2020). Keep it halal! A smartphone ethnography of Muslim dating. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 10, 135-154.
- Hess, A., & Flores, C. (2018). Simply more than swiping left: A critical analysis of toxic masculine performances on *Tinder Nightmares*. *New Media & Society*, 1-18.
- Holden, M. (25 Mayıs 2021). *How to use Tinder for hooking up (and more)*. Askmen. Erişim tarihi: 28 Haziran 2020, <https://www.askmen.com/dating/curtsmith/dating-with-tinder.html>.
- Illouz, E. (2019). *The end of love: A sociology of negative relations*. Oxford University Press.
- Johnson, J. H. (2017). *Dating\_missrepresentation.com: Black women's lived love-hate relationship with online dating* (Yayımlanmamış doktora tezi). Southern Illinois University, Carbondale.
- Krüger, S., & Spilde, A. C. (2019). Judging books by their covers – Tinder interface, usage, and socio-cultural implications. *Information, Communication & Society*. DOI: 10.1080/1369118X.2019.1572771
- Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2018). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, 20(3), 881-900.
- MacLeod, C., & McArthur, V. (2019). The construction of gender in dating apps: An interface analysis of Tinder and Bumble. *Feminist Media Studies*, 19(6), 822-840.
- Mason, C. L. (2016). Tinder and humanitarian hook-ups: The erotics of social media racism. *Feminist Media Studies*, 16(5), 822-837.
- McGloin, R., & Denes, A. (2018). Too hot to trust: Examining the relationship between attractiveness, trustworthiness, and desire to date in online dating. *New Media & Society*, 20(3), 919-936.
- McWilliams, S., & Barrett, A. E. (2014). Online dating in middle and later life: Gendered expectations and experiences. *Journal of Family Issues*, 35(3), 411-436.
- Murray, S., & Ankerson, M. S. (2016). Lez takes time: Designing lesbian contact in geosocial networking apps. *Critical Studies in Media Communication*, 33(1), 53-69.



- Narin, B. (2018). A netnography study about Wapa as a mobile dating application. *Journal of Cultural Studies*, 5(2), 343-367.
- Nisa, E. F. (2021). Online halal dating, Ta'aruf, and the shariatization of matchmaking among Malaysian and Indonesian Muslims. *CyberOrient*, 15(1), 231-258.
- OkCupid. (b.t.). *Dating deserves better*. Erişim tarihi: 17 Eylül 2019, <https://www.okcupid.com/>.
- Özkazanç, A. (2020). Anti-gender movements in Europe and the case of Turkey. *Baltic Worlds*, 1, 45-55. <https://balticworlds.com/anti-gender-movements-in-europe-and-the-case-of-turkey/>
- Paasonen, S., Light, B., & Jarrett, K. (2019). The dick pic: Harassment, curation, and desire. *Social Media + Society*, (April-June), 1-10.
- Pasin, B. (2020). Görün(m)üyorum, öyleyse varım: Konumsal medyada kuir mekân pratikleri. C. T. Şahoğlu & B. Aydoğan (Eds.), *Konumsal media: Dijital çağda mekân üzerine disiplinlerarası tartışmalar* (ss. 205-214). Siyasal Kitabevi.
- Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
- Peters, S. & Salzsieder, H. (2018). What makes you swipe right?: Gender similarity in interpersonal attraction in a simulated online dating context. *Journal of Psychological Research*, 23(4), 320-329.
- Pink, S. (2012). *Situating everyday life: Practices and places*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pink, S., & Mackley, K. L. (2014). Re-enactment methodologies for everyday life research: Art therapy insights for video ethnography. *Visual Studies*, 29(2), 146-154.
- Poulsen, K. (21 Ocak 2014). *How a myth genius hacked OkCupid to find true love*. Wired. Erişim tarihi: 16 Ocak 2021. <https://www.wired.com/2014/01/how-to-hack-okcupid/>
- Pozsar, M. H., Dumitrescu, A. I., Pitică, D., & Constantinescu, S. (2018). Dating apps in the lives of young Romanian women. A preliminary study. *Analyze – Journal of Gender and Feminist Studies*, 11, 216-238.
- Rochadiat, A. MP, Tong, S. T., & Novak, J. M. (2018). Online dating and courtship among American Muslim women: Negotiating technology, religious identity, and culture. *New Media & Society*, 20(4), 1618-1639.
- Salecl, R. (2016). *Seçme ikilemi*. Metis Yayınları.

- Sales, N. J. (2015). *Tinder and the dawn of the “dating apocalypse.”* Vanity Fair. Erişim tarihi: 23 Kasım 2020. <https://www.vanityfair.com/culture/2015/08/tinder-hook-up-culture-end-of-dating>
- Shaw, F. (2016). “Bitch I said hi”: The *Bye Felipe* campaign and discursive activism in mobile dating apps. *Social Media + Society*, October-December, 1-10.
- Shield, A. DJ. (2018). Grindr culture: Intersectional and socio-sexual. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 18(1), 149-161.
- Similarweb. (b.t.). *Top apps ranking: Most popular apps in Turkey / Dating / Top Free*. Erişim tarihi: 15 Aralık 2022, <https://www.similarweb.com/apps/top/apple/store-rank/tr/lifestyle/top-free/iphone/>
- Sobieraj, S., & Humphreys, L. (2021). Forced empowerment and the paradox of mobile dating apps. *Social Media + Society*, October-December 2021, 1-12.
- Soybakış, O. (2019). Kamusal alanda saklambaç: İstanbul’da eşcinsel ve biseksüel erkeklerin mekânsal sosyalleşmesi. C. Özbay & A. Terzioğlu (Eds.), *Türkiye’de cinsiyet kültürleri* (ss. 267-280). İletişim Yayınları.
- Statista Research Department (10 Ocak 2023). *Leading dating apps worldwide in 2022, by downloads (in millions)*. Erişim tarihi: 16 Mart 2023, <https://www.statista.com/statistics/1284769/top-dating-apps-global-by-downloads/>.
- Su, X., & Hu, H. (2019). Gender-specific preference in online dating. *EPJ Data Science*, 8, 12.
- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults motivations for using the dating application Tinder. *Telematics & Informatics*, 34, 67-78.
- Tanrıöver, H. U. & Sunam, A. (2017). Türkiye'deki çevrimiçi evlilik siteleri: Medyanın benlik sunumuna etkisinin toplumsal cinsiyet odaklı bir analizi. *İleti-ş-im*, 26, 9-38.
- Tinder. (b.t.). *Subscription tiers at a glance*. Erişim tarihi: 18 Haziran 2021, <https://tinder.com/feature/subscription-tiers>.
- Thompson, L. (2018). “I can be your Tinder nightmare”: Harassment and misogyny in the online sexual marketplace. *Feminism & Psychology*, 28(1), 69–89.
- Tong, S. T., Hancock, J. T., & Slatcher, R. B. (2016). Online dating system design and relational decision making: Choice, algorithms, and control. *Personal Relationships*, 23, 645-662.
- Vuzharov, M. (2019). UX & fomo. Looking for love or looking for options? *Digital Age in Semiotics & Communication*, 11, 74-79.