

# Mahremiyetin Dönüşümü: Ünlülerin Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma

## Transformation of Privacy: A Study on The Instagram Shares of Celebrities

Ayşenur AKYAZI\*

### Öz

Sosyal medya gizli olan şekilde tanımlanan mahremiyet kavramı üzerinde yeniden düşünmeye sevk etmektedir. Bu sanal mecrada bireylerin yaptıkları paylaşımlar mahremiyetin sınırlarını zorlamaktadır. Bireyler bu yeni mecrada kendilerini daha özgür hissetmekte ve daha cesur paylaşımlarda bulunmaktadır. Bu durumun etkisiyle bireyin mahremiyetine ilişkin olanlar bir kamusal alan olan sosyal medyada da sergilenmektedir. Bireyler günlük hayatlarında çoğu kişiyle paylaşmaktan çekindikleri mahrem alanlarına ilişkin özel alanlarında çekilen fotoğraf ve videoları sosyal ağlarda takipçileriyle paylaşmaktan kaçınmamaktadırlar.

Mahremiyet algısının McLuhan'ın teknolojik belirleyicilik yaklaşımı bağlamında ele alındığı bu çalışmanın amacı sosyal ağlarda yapılan paylaşımlar sonucu mahrem alanın sınırının belirsizleşmesini ve mahremiyet anlayışının aşınmasını ortaya koymaktır. Bu amaçla ünlü olarak nitelendirilen toplumda ön plana çıkan bireylerin popüler sosyal medya araçlarından Instagram'daki kişisel paylaşımları incelenmiştir.

Araştırma kapsamında bir sosyal medya sistemi olan ve sosyal medya hesaplarının ölçümlerini yayınlayan "boomsocial.com" adlı siteden Instagram Türkiye raporlarına ulaşılmıştır. Araştırmada betimleme yöntemi kullanılmıştır. Medyatik anlamda ünlü kişilerin isimlerine ulaşılabilecek sektörlerden takipçi sayısı en fazla olan 10 ünlü seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini toplamda 4 farklı sektörden 40 ünlü oluşturmaktadır. Bu 40 ünlünün Instagram hesaplarından mahrem alanlarının ifşasına yönelik olan paylaşımlar seçilmiştir.

İnceleme sonucunda ünlülerin %22'sinin özel alanlarında çekilen fotoğrafları paylaştıkları görülmektedir. Yapılan fotoğraf paylaşımlarına alınan en fazla beğenin takipçi sayısına oranı % 8,2 olurken, en az oranı ise % 0,2 olmuştur. Bu ünlülerin paylaştıkları diğer içerikler incelendiğinde, takipçilerinin ünlülerin milliyetçilik gibi duygularına hitap eden, meslekleriyle ilgili olan ve kamusal alanlarda bulduklarını gösteren içerikleri daha fazla beğendikleri görülmektedir. Bu noktadan hareketle ünlülerin mahremlerini paylaşma eğiliminin başlamasına karşılık, takipçilerde mahremi takip etme eğiliminin olmadığı anlaşılmaktadır. Bu çalışma toplumumuzda bilişim teknolojileri ile günden güne değişen mahremiyet algısının boyutlarını ortaya koymasından önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet, Özel Alan, Sosyal Medya.

### Abstract

Social media leads people to rethink the concept of privacy, which is defined as what is secret. Shares of individuals on this virtual medium push the boundaries of privacy. Individuals feel more free in this new medium and are sharing more bravely. Under the influence of this situation, content related to the privacy of the individual is also exhibited in social media, a public space. Individuals do not refrain from sharing their photos and videos, taken in their private space, with their followers on social networks, whereas they often hesitate sharing them with others in their daily lives.

The aim of this study, in which the perception of privacy is addressed in the context of McLuhan's technological determinism approach, is to put forth the corrosion of the concept of privacy and the boundaries of private life as a result of shares on social platforms. For this purpose, the personal shares of individuals in the forefront of society, defined as celebrities, on the popular social media tool Instagram have been examined.

In the scope of this research, Instagram Turkey reports from the website "boomsocial.com", which publishes the measurements of social media accounts, have been accessed. The description method is used in the study. 10 famous people with the greatest number of followers were selected from the sectors where the names of famous people can be reached. The sample of the research consists of 40 celebrities from 4 different sectors in total. In the Instagram accounts of the selected 40 people, the shares towards disclosure of private space were selected

As a result of the study, it is seen that 22% of famous people share photographs taken in private areas. The highest ratio of the number of likes received to number of followers for the shared photos is 8.2% while the minimum ratio is 0,2%. When the other content shared by these celebrities is examined, it is seen that followers are more likely

\* Dr.Öğr.Üyesi. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, aysenurakyazi@aydin.edu.tr

to appreciate a content, which evokes feelings of nationalism, is related to their profession, or shows that they are in public spaces. It is understood that there is no tendency of followers to follow the private life, although there is a new tendency of famous people to share their private life. This study is important, as it puts forth the perception of privacy in our society

**Keywords:** Privacy, Private Sphere, Social Media.

## Giriş

Kapsamı kültürden kültüre değişiklik gösteren mahremiyet, içini bireylerin doldurduğu, sınırları tam olarak belirlenemeyen muğlak bir kavramdır. Bireyin mahremiyeti kendisine ait olan ve isterse sadece çok yakınlarıyla paylaşmayı isteme hakkına sahip olduğu kendisine özel olan alandır. Geleneksel toplumlarda mahrem olanlar günümüz modern toplumlarında olağan olarak görülebilmektedir. Mahremiyetin dönüşüme uğramasında hemen her içeriğiyle toplumlara etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olan kitle iletişim araçlarının önemi yadsınmaz.

Bir işi yapabilme becerisini tanımlayan tekniğin bilim ile birleşmesi sonucu geniş insan yığınları ile buluşması, yani bir anlamda toplumsallaşmasını tanımlayan teknoloji özellikle 20. yy'ın ortalarından itibaren büyük hızla ilerlemekte ve hayatımızın her alanına nüfuz etmektedir. Teknolojinin bu yayılımı insanları kendine bağımlı edecek noktaya kadar ulaşmıştır ve bu durum teknolojinin belirleyiciliği, bir başka ifade ile teknolojik determinizm olarak adlandırılmaktadır. Teknolojiye olan bağımlılık beraberinde insanlara onun istediği davranışları yerine getirmeyi de dayatmaktadır. Günümüzde bu davranışlardan ön plan çıkan ise şüphesiz sosyal medyada paylaşımda bulunmadır. Çoğunlukla insana özgü beğenilme duygusunun tatmini adına yapılan bu paylaşımlar, zaman zaman özel hayatın sınırlarını zorlamaktadır. Böylece teknolojik determinizm ile mahremiyetin sınırları yeniden biçimlenmekte ve buna bağlı olarak mahremiyete dair kamusal alan-mahrem alan sınırları belirsizleşmektedir.

20. yüzyılın sonlarında internet teknolojisi ve ardından sosyal medyanın bireyin yaşamının vazgeçilmezleri arasına girmesi, daha önce hiçbir kitle iletişim aracının başaramadığı kadar kısa bir sürede gerçekleşmiştir. Hız, etkileşim, anonimlik gibi özellikler ile ön plana çıkan sosyal medya çok kısa zamanda insanların ilgisini çekmeyi başarmıştır. Mobil iletişim teknolojileri ile her zaman ve her yerde erişimde olan bu platformlarda günlük geçirilen zaman dilimleri saatler ile ifade edilir hale gelmiştir. Sadece takip etmek amacıyla sosyal medyada bulunan kişilerin sayısı az olmamakla birlikte, kullanıcılar genellikle sosyal medyayı paylaşımda bulunmak amacıyla tercih etmektedirler. Tıpkı topluluk içerisinde konuştuğunda söylemiş olduğu sözlerin takdir edilmesini beklediği gibi, kullanıcılar bu ortamda paylaştıklarının da beğenilmesini arzu etmektedirler. Beğenilmek çabası ile paylaşılan içerikler giderek daha ilginç olmakta, özel hayata ilişkin paylaşımlar daha fazla yapılmaktadır. Geleneksel toplumlarda mahrem olarak nitelendirilen anların beğenilme arzusu ile kamuya açık hale getirilmesi, mahremiyet olgusunun sınırlarının yeniden düşünülmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

## Mahremiyet Olgusu ve Değişen Mahremiyet Algısı

Arapça “haram” sözcüğünden türeyen “mahrem”, “yakın akrabadan olduğu için nikâh düşmeyen kimse, başkalarına söylenmeyen, gizli olan” anlamlarını taşımaktadır. Günlük kullanımda ise gizliliğe, aile hayatına, kadının sahasına, yabancıların bakışlarına yasaklanan şeyler anlamlarına gelmektedir (Öztekin vd., 2010, s. 529). Mahrem alan, kişinin sadece kendisine ait olan ya da sadece çok yakınlarıyla, en güvendiği kişilerle paylaştığı bir alandır. Mahremiyet ise Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlüğü’nde gizlilik olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2018). Bir başka tanımda ise mahremiyet “*bireylerin, devletin ve diğer kişilerin müdahalesinden muaf olarak hareket edebileceği, yaşamsal faaliyetlerini sürdürebileceği bir alanın ve kişilik haklarına bağlı olan tüm unsurların bütününe verilen ad*” (İzgi, 2009, s. 69)

olarak ifade edilmektedir. Sözlüklerde, iki noktanın ardından gizli olma durumu yazıyor olsa da, bu gizlilik durumunun her durumda ve herkese göre aynı biçimde şekillendiğini, sınırlarının belli olduğunu söylemek mümkün değildir (Binark, 2005, s. 138). Mahremiyet kimilerine göre aile yaşantısı iken, kimilerine göre ise sadece bireyin kendisiyle baş başa kaldığı anlardır. İnzivaya çekilme, kendi başına kalma, yalnızlık, diğer insanlarla ilişki istememe, özel alanı paylaşmama da mahremiyetin kapsamına girmektedir (Göregenli, 2010, s. 61).

Mahremiyet kültürden kültüre çağdan çağa farklılık göstermektedir. Doğu kültüründe kişinin mahrem olanı diğerlerinden gizlenmesi, batı kültüründe ise kişisel alanın dokunulmazlığı-korunması olarak algılanmaktadır. Mahremiyetin sınırlarında da kültür ve zaman etkili olmaktadır. Aynı zamanda önceki dönemlerde açığa çıkması ayıp olarak nitelendirilenler, daha sonraki bir zaman diliminde olağan hale gelebilmektedir. Kişinin mahremiyet algısı davranışlarının şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Mahremiyeti düzenleyen mekanizmalar geliştiren kültür, aynı zamanda mahremiyetin korunması için yöntemler de geliştirmektedir. Panjurları indirme, kapıyı kilitleme, konuşulan konuya göre ses düzeyini ayarlama, vb. mahremiyetin korunması için geliştirilen basit kültürel yöntemler olarak bilinmektedir (Sezen & Erden, 2018, s.85). Tüm bunların yanında içinde bulunan toplumun ekonomik, sosyal ve teknolojik dinamikleri de mahremiyet algısını etkileyen faktörlerdendir.

Bu çalışmada mahremiyet kavramının karşılığı gizlilik olarak alınmıştır. Mahremiyet kavramı üç farklı kısımda incelenebilir. Bunlardan birincisi; kişinin yakın fiziksel alanını korumayı içeren mekansal mahremiyet; ikincisi, kişiyi haksızlıklara karşı korumayı içeren bireysel mahremiyet ve üçüncüsü de kişisel verilerin toplanma, saklanma, işlenme ve dağıtımını içeren bilgi mahremiyetidir (Çetin,2015, s. 781). Bu bağlamda mahremiyet hakkı kişinin rızasız izni olmadan fotoğraflarının çekilmemesi, video çekimlerinin yapılmaması, ses kaydının alınmaması, telefonlarının dinlenmemesi, kişisel verilerinin ele geçirilerek ifşa edilmemesi gibi hakları kapsamaktadır.

Bireyin bilinmesini istemediği ve korunmasını istediği hayata, özel hayat denilmektedir. “*Kişilerin hukuken korunan, herkesle paylaşmadığı ve güvendiği kişiler dışında herkesten gizli tuttuğu yaşam alanıdır*” (Kılıçoğlu, 2008, s. 112). Her insan, özel ve mahrem hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Medya etik ilkelerinde, çeşitli uluslararası sözleşmelerin yanında, T.C. Anayasası’nda da temel insan haklarından biri olan mahremiyet hakkı koruma altına alınmıştır. Basın Konseyi Meslek ilkeleri 5. maddesinde “*Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.*” ibaresi yer alırken, T.C. Anayasası 20. maddesinde de “*Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz*” (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 1982) hükmüne yer verilmiştir. Mahremiyet temel insan haklarından biri ve insan özgürlüğünün bir parçası olarak kabul edildiğinden mahremiyetin ihlali aynı zamanda özgürlüğün de ihlali olarak görülmektedir.

Mahremiyet insanoğlunun başlangıcı kadar eski bir kavram iken, özel alan ve kamusal alan ayrımı modern toplumlarla birlikte ortaya çıkmıştır. Kamusal alan ve özel alan ikiliği, mahremiyete karşı kamusallıkla, gizliliğe karşı açıklıkla, görünmezliğe karşı görünürlükle ilintilidir (Thompson, 2008, s. 189). Modern toplumlardan önce bireylerin özel alanlarından bugünkü anlamda söz etmek doğru değildir. Geleneksel toplumdaki modern topluma geçiş beraberinde yeni bir mahremiyet algısını da getirmiştir.

Teknolojinin etkileri üzerine analizleri de bulunan ünlü Amerikalı sosyolog Lewis Mumford, 17. yüzyılda hizmetçilerin efendileriyle aynı odalarda uyduğunu, tüm odaların birbirine açıldığını söylemektedir. Bu dönemde henüz evlerin odaları bile birbirinden ayrılmamıştır. Aynı odada yemek yenilmiş, uyunmuş ve eğlenilmiştir. O dönemlerde özel hayatla başkalarıyla paylaşılan hayatlar henüz birbirinden ayrılmamıştır. Fransa Kralı 16.

Louis'nin yataktan kalkması, yatmaya gitmesi sırasında törenler düzenlendiği, 14. ve 15. Louis'nin akşam yemeklerini büyük bir topluluğun önünde özel bestelenmiş müzikler eşliğinde yedikleri bilinmektedir (Kılıçbay, 2006, s. 115). 18. yüzyılda ise artık ev içerisindeki odalar birbirinden ayrılmış, birbirine değil de bir koridora açılmaya başlamıştır. Burjuvaların mahremiyet algısı da değişmeye başlamış aile mahremiyetinin korunması için hizmetçiler zille çağrılır hale gelmiştir. Hizmetçiler yemek masasından, çocuklar ebeveynlerin yatak odasından çıkarılmaya başlamıştır. 18. yüzyıl aynı zamanda şehir hayatının görüldüğü ve kamusal alanın gelişmeye başladığı dönem olarak bilinmektedir. Bu dönemde parklar, kahvehaneler sosyal merkezler haline gelmiş, tiyatrolar sadece aristokratların gittiği yerler olmaktan çıkmıştır. 19. yüzyılda ise kapitalizm ve toplumsal alanda yaşanan olumsuzluklar sonucunda evler artık birer sığınak olarak görülmeye başlanmış, sosyal merkezler haline gelen parklar, kahvehaneler artık sohbet mekanları olmaktan çıkmıştır. Artık devlet daha önce özel alan içerisinde kabul edilen alanlara (nüfus planlaması, vb.) müdahale etmeye başlamıştır (Öztekin&Öztekin, 2010, ss: 530-533). Değişen sosyal ve siyasal koşullar, bireysel özgürlüklerin ön plana çıkması gibi nedenlerle bireyler mahremiyetlerini korumaya önem vermeye başlamışlardır. Jean Jacques Rousseau'ya göre mahremiyet modern toplumda yaşayan bireyin topluma karşı isyanını ve bitmek bilmeyen çatışmalarını anlatan öznellik alanını ifade etmektedir (Arendt, 2003, s. 98). Artık evlerde misafir ağırlanan odaların yatak odalarından ayrı bölümde olması, yemek masalarının yabancı bir kişi geldiğinde hemen görebilecekleri yerde olmaması, evlerin bahçelerini birbirinden ayıran yüksek duvarların yapılması gibi mahremiyeti korumaya yönelik tedbirler alınmaya başlanmıştır. 20. yüzyılın sonlarına doğru ise teknolojik gelişmelerle beraber bireyler daha fazla sosyalleşmeye, kamusal alanda daha fazla vakit geçirmeye, her zamankinden daha fazla mahremiyetlerini kamusal alana taşımaya başlamışlardır. Web 2.0 uygulamasının yaşamımıza girmesi ile iletişim biçimlerimiz, kültürel değerlerimiz ve kimliklerimiz değişmeye başlamıştır (Yabancı & Akça & Ulutaş, 2018, s. 195).

### Sosyal Medya ve Mahremiyetin Kayboluşu

Her yeri gören anlamına gelen “Panoptikon” gözetim toplumu ile çalışmalarda sıklıkla karşımıza çıkan 1975 yılında Jeremy Bentham tarafından tasarlanan hapisane modelini tanımlamaktadır. Görülmeden gözetlemeye olanak veren bu modelde halka halinde bir bina, merkezde bir kule ve kulede bulunan tek bir nöbetçi, silüetlerin dışa vurmasını sağlayan ışık sayesinde tüm hücrelere tek tek yerleştirilmiş mahkumları izleyebilmekte ve yanlış davranışlarını hemen fark edebilmektedir. Bu mimari yapı ile mahkumların sürekli olarak gözetlendiğine inanması ya da gözetlenmediğine emin olması gibi belirsizlik ortamının oluşturulması arzulanmaktadır (Lyon, 2013, s. 187). Sürekli izlenildiklerini bilen/düşünen mahkumların yanlış davranışta bulduklarında ceza alacaklarının bilincinde olarak kendi rızalarıyla uyumlu davranışlarda bulunacakları beklenmektedir. Panoptikon'da sayıca az kişi çoğunluğu izlemekte ve kontrol altına almaktadır. Panoptikon kavramının bilinen diğer bir örneği ise George Orwell tarafından yazılan Bin Dokuz Yüz Seksen Dört adlı kitaptaki herkesi, her an ve her yerde izleyen, denetleyen, kayıt altına alan, ama kendisi sadece tele ekranlarda ve posterlerde görülen “Big Brother” karakteridir.

Bu gözetleme modelinin günlük yaşama geçirilmesiyle de izlendiğinin bilincinde olan bireylerin daha uyumlu ve ılımlı hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Bireyler sürekli olarak kamera ile izlenmekte olduklarını bilmekte, ancak güvenlikleri ve suçluların yakalanabilmesine yardımcı olması gerekçesiyle bu durumu kabullenmektedirler. Gözetim ile ilgili çalışmalarında Michel Foucault iktidarlar kavramını öne çıkarmıştır. İktidarlar işyerlerinde, hapisanede, orduda tahakkümün olduğu her yerdedir. Devlet vatandaşını, işveren işçisini, ticari otoriteler ise tüketicileri sürekli takip etmektedirler (Karahisar, 2015, s. 250). Günümüzde bireyler kendi rızalarıyla alışveriş yaparken, binalara girişlerinde kimlik göstererek, parola girerek, yüz tanıma

ve parmak izi tanıma teknolojilerinden birini kullanarak gözetime maruz kalmaktadırlar (Bauman & Lyon, 2013, s. 10).

Panoptikon'un tam karşısında ise çoğunluğun azınlığı gözetlediği "Sinoptikon" kavramı yer almaktadır. Yalnız burada Panoptikon'daki izleme yerini dikizlemeye bırakmıştır. Ayrıca Panoptikon'da olduğu gibi bir baskı da söz konusu değildir. Kişiler tamamen gönüllü olarak kendilerinin gözetlenmesini kabul etmektedirler. Özellikle medya alanında magazin programları, evlilik programları, sıradan insanların kameralarla sürekli izlendiği yarışmalar gibi Sinoptikon örnekleri karşımıza çıkmaktadır. "*Özellikle televizyonun gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte, artık çoğunluğun azınlığı izlediği bir gözetim kültürü ortaya çıkmıştır*" (Toktaş vd., 2012, s. 32). İçinde bulunduğumuz çağda insanlar, paylaştıkları anlık ileti, fotoğraf, video ya da arkadaş listelerindeki kişi sayısı ile doğru orantılı olarak sosyalleşmiş olduklarını düşünmektedirler. "*Dikizleme Kültürü bir reality şovdur. YouTube, Twitter, Flickr, MySpace ve Facebook'tur... Dikizlemek, giderek toplumsal bilinci dönüştüren mekanizma olarak anlam kazanmaya başlıyor*" (Niedzwiecki, 2010, s. 8).

Bireylerdeki bilme isteği merak duygusuyla birleşmekte, diğerlerini gözetleme olağan hale gelmektedir. Üstelik kitle iletişim araçları vasıtasıyla eğlenceli ve haz duyulacak hale getirilen gözetimde, gözetleyen çoğunluk, izledikleri azınlığın davranış ve söylemleriyle kendilerini özdeşleştirmekte ve kendilerini bu doğrultuda şekillendirerek azınlık tarafından yönlendirilmektedir. Bu duruma önceleri sadece ünlü kişiler tarafından yapılan bebek için hediye toplama partisi (babyshower) ve bekarlığa veda partilerinin artık her kesimden bireyler tarafından yapılmasını ve olağan hale gelmesini örnek olarak vermek mümkündür.

Bireylerin kendilerini ifade etmek için kullandığı iletişim günümüzde yeme içme kadar önemli bir ihtiyaçtır. İletişim, tarihin ilk dönemlerinde mağara duvarlarına çizilen resimlerle sağlanırken, günümüzde özellikle teknolojik gelişmelere bağlı olarak sosyal medya ile gerçekleştirilir hale gelmiştir. "*Sosyal medya, iletişim camiasında kullanıldığı hali ile yeni medya kavramının bir alt dalıdır*" (Akyazı, 2018, s. 320). Kullanıcıların bilgi, duygu, düşünce ve deneyimlerini paylaştığı sanal bir ortam olan sosyal medya, teknolojide yaşanan gelişmelere paralel olarak iletişime yeni bir boyut kazandırmıştır.

Çevrimiçi yeni iletişim ortamlarının tamamını içine alan şemsiye bir kavram olarak sosyal medya (Akyazı & Akyazı, 2013, s. 208) "*katılımcılarının online ortamlarda kendilerini ifade etme, iletişime geçme, gruplara katılma ve bu ortamlara fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma imkanı sağlayan sosyal içerikli web siteleri*" (Köksal & Özdemir, 2013, s. 325) olarak ifade edilmektedir. Bu tanıma göre sosyal medya bir toplumsallaşma alanıdır.

Sosyal medyada iletişim, her ne kadar sanal ortamda gerçekleşse de her geçen gün gerçek yaşantılar üzerindeki etkisini biraz daha fazla hissettirmektedir. İnternet kullanıcı sayısının ve sosyal ağlarda açılan hesap sayısının her giderek artması yeni mecraların önemini ortaya koymaktadır.

Sosyal medya yönetim platformu Hootsuite ve dijital pazarlama ajansı We Are Social işbirliği ile hazırlanan internet, mobil ve sosyal medya kullanıcılarına dair istatistikler içeren "Digital in 2017 Global Overview" raporuna göre dünya genelinde 3,773 milyar insan internete bağlanmakta ve 2,789 milyar kullanıcı aktif olarak sosyal medyada yer almaktadır. Türkiye ile ilgili verilere göre 80,02 milyonluk ülke nüfusunun yaklaşık %60'ının sosyal medyada aktif olarak yer aldığı görülmektedir (Wearesocial, 2018).

İfade özgürlüğü bakımından en iyi ortam olarak bilinen ve dünyada milyarlarca kişi tarafından kullanılan dijital ortamlara çeşitli kesimler bakımından eleştirel olarak yaklaşıldığında sakıncaları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır: (Kuruoğlu, 2016, s. 260)

- Dijital ortam izleyen, gözleyen ve not edebilen bir yapıya sahiptir.

- Yeni bir egemenlik ve iktidar alanı yaratmaktadır.
- Özel hayat ve mahremiyet alanında tecavüzleri söz konusudur.

Günümüz modern toplumlarında iletişim teknolojilerinde yaşanan olağan üstü gelişmeler hayatın her alanında etkili olmaktadır. Sanal ortamda mahremiyet algısı ve buna bağlı olarak da özel yaşamın sınırları da değişmiştir. Geçmiş yıllarda diğer kişilerle paylaşılması ayıp olarak nitelendirilen özel yaşama ilişkin görseller sosyal ağlarda paylaşılmaya başlanmıştır. Özel yaşamları daha görünür kılan bu ağlarda yapılan paylaşımlar zaman zaman mahremiyet algısının sınırlarını zorlamaktadır. İçinde bulunulan çağda mahremiyetin anlamı din, hukuk ve toplumsal kuralların yanında teknolojik gelişmeler ile de değişim ve dönüşüme girmektedir. (Semiz, 2018, s.171) Kamusal alan ile özel alan arasındaki çizgi giderek belirsizleşmekte, özel alana ait olanlar artık kamusal alanda yer almaktadır.

Kullanıcılar sosyal ağlarda yaptıkları paylaşımlarla tüm bu söylemlerine bilinçli ya da bilinçsiz olarak ters düşmekte ve kendilerine ait mahrem ve kişisel bilgileri gönüllü olarak kamusalalmaktadır (Avcı, 2017, s. 1). Artık gözetlenmek için Panoptikon modelinde olduğu gibi demir parmaklıklar ardında bulunmaya gerek yoktur. Gözetlenmekten şikayet eden bireyler kameralara gerek kalmadan kendileri bizzat görüntülerini diğerleriyle paylaşmaktadırlar. Bir taraftan birey kendisinin gözetlenmesine izin verirken, diğer taraftan da diğer kişileri çoğu zaman sessizce gözetlemektedir. 20. ve 21. yüzyıllarda Panoptikon ve Sinoptikon, kolektif bir teknoloji temelinde gelişerek modern toplumda belirleyici kontrol mekanizmalarını oluşturmaktadır (Demir, 2017, s. 61).

Geleneksel toplumlarda gizli tutulanlar (örneğin bir evin buzdolabı, yatak odası vb.) modern toplumlarda diğerleriyle paylaşılmaktadır. Yine geleneksel toplumlarda bireyler yediklerini ve içtiklerini alamayacak durumda olabilecekleri düşünerek diğerleriyle paylaşmazken, günümüzde sosyal paylaşım sitelerinde bireyler bu durumu akıllarına dahi getirmemektedirler. Mahremiyet algısı Mehmet Akif'in "*Nâ mahreme ben söyleyemem kızlarımın, karımın ismini/Hem öldürürüm, sorma sakın!*" (Ulukanal, 2016) dizelerindeki pozisyonundan, bireylerin vücutlarını sergileyen fotoğraflarını paylaşmaları noktasına gelmiştir. Bu örnek gelişen teknoloji ile mahremiyet anlayışının ne derecede değiştiğini gözler önüne sermektedir. Nitekim Facebook'un kurucusu Marc Zuckerberg'in şu sözleri de mahremiyet algısının değişimini kanıtlar niteliktedir: "*Mahremiyet artık norm değil. İnsanlar sadece daha çok ve çeşitli bilgiyi paylaşmakla kalmıyor, daha çok insanla ve daha açık bir şekilde paylaşıyorlar ve bundan memnunlar*" (Şener, 2018, s. 17).

Özellikle de sıradan insanların özel yaşamlarına ilişkin birçok ayrıntıyı içeren bilgilerin dolaşıma girmesi giderek artmakta ve bu da kamusal alan karşısında, özel alanın daralmasına ve özel yaşamın gizliliğinin ihlal edilmesine neden olmaktadır. (Akikol, 2018, s. 13) Günümüz toplumlarında bireyler yaptıkları paylaşımlar ile özel hayatlarını gözler önünde yaşamaktan, bu paylaşımlara beğeni almaktan hoşlanmaktadırlar. Bireyler yaptıklarıyla, giydikleriyle, yedikleriyle, yaptıkları yer bildirimleriyle kendilerinden bahsedilmesini istemektedirler. Öyle ki bazı kişiler neredeyse günlük yaşamlarının her anını takipçileriyle paylaşmayı kendilerine görev edinmiş durumdadırlar. Sürekli izlenmek bireylerin hoşuna gitmekte, hatta izlenilmemekten korkmaktadırlar. Bireyler ne kadar çok beğeni alırlarsa o kadar takdir edildiklerini, onaylandıklarını düşünmekte ve mutlu olmaktadır. Panoptikon'un aksine bir cezalandırma olmadan, gönüllü olarak izlenilmeyi ve beğenilmeyi istemektedirler. Gözetleyenler açısından ise bu durum artık olağandır ve alışkanlık halini almaktadır. "*Görünürlüklerini, erişilebilirliklerini artıran teknolojik araçlara büyük bir istek ve arzu ile yönelen, her an, her yerde görünür olmak kaygısı taşıyan bir teşhir toplumundan söz etmek artık hiç de abartı sayılmamaktadır*" (Toprak vd., 2009, s. 152).

Sosyal medyada içerik tüketicilerinin aynı zamanda birer üretici durumuna gelmesi mahremiyet algısını da yeniden şekillendirmiştir. Sosyal medya ile kişiler sanal ortamda gerçekte olduğundan çok daha cesaretli, utanma duygusunun geri planda kaldığı paylaşımlarda bulunmaktadır. Adeta sağlıklı, mutlu, eğlenceli, entelektüel bir yaşamları olduğunu diğerlerine kanıtlamaya çalışarak içlerindeki büyük ben duygusunu onurlandırmaktadırlar. Tüm bunlara bağlı olarak da mahrem alanlar sosyal ağlar ile kamusal alana dönüşmektedir.

Sosyal medyada iletişimin yeni şekli görmek ve göstermek, gözetlemek ve gözetlenmektir. Sosyal medyada içerik olarak en çok fotoğraf ve video paylaşmakta ve bunların görünür olması amaçlanmaktadır (Budak, 2018, s. 150). Bireylerin eşleriyle birlikte gittikleri restoranlar, tatiller, eşten alınan hediyeler, alınan kıyafetler, takılar, parfümler, yenilen yemekler, çocukların özel durumları ya da mezuniyet törenleri sosyal medyada magazin programlarını aratmayacak şekilde yer bulmaktadır.

Toplumsal kaygı, artık gözetlenmek değil, göz önünde bulunmamak yönündedir. Görünürlüklerini, erişebilirliklerini arttıran teknolojik araçlara büyük bir istek ve arzu ile yönelen, her an, her yerde görünür olmak kaygısı taşıyan bireylerin toplamı anlamında bir teşhir toplumundan söz etmek artık hiç de abartı sayılmamaktadır. (Toktaş vd., 2012, s. 33)

Bireylerin günlük yaşantısında yüz yüze konuşmayacağı, iletişim kurmayacağı kişiler özel yaşantılarına sosyal medya ile dahil olmuşlardır. “*Sinoptikon’un gücü, toplumun röntgenci yapısıyla doğal olarak uyumlu hale gelir ve toplum içinde bu durum yaygınlaşarak normal olarak algılanmaya başlar*” (Demir, 2017, s. 60).

Özel hayatı teşhir eden ve aynı zamanda narsist olan bu paylaşımlar tekrar tekrar izlenebilmekte ve izleyen kişilerde genellikle olumsuz duyguların (kıskançlık, sinirlilik, umutsuzluk, endişe vb.) ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Çünkü izleyen bireyler başkalarının kendilerinden daha mutlu ve refah bir hayat yaşadığını düşünmekte, kendileriyle kıyaslama yaptıklarında hayal kırıklığına uğramakta ve umutsuzluğa kapılmaktadırlar.

Sosyal ağlarda kişilerin kendi istekleriyle mahremiyet haklarından vazgeçmelerinin bir sonucu mahremiyetin dönüşmesi iken, diğer önemli bir sonucu da kişilerin toplumsal olarak sınıflandırılmasına olanak sağlamasıdır. Sosyal ağlarda bireylerin yaptıkları paylaşımlarla kendilerini olduğundan çok daha farklı gösterebilmekte ve farklı bir kimliğe bürünmektedir. “*Kimlikler sabit ve değişmez olmaktan çıkarak, akışkan metinler içinde kurulmaya ve yeniden kurulmaya başladığını, bir kimlik mimarı olan bireyin kendini yaratmanın hayali fantezileri içinde dolanmaktadır*.” (Çetin, 2015, s. 780) Kimi zaman bireyler kendilerini belli yaşam tarzlarına yönelik olarak konumlandırmakta ve kendilerini temsil eden ad ve soyadları yerine takma isimlerle var olmayı tercih etmektedirler. Bu bağlamda sosyal medya bir gölgedir ve gerçeği yansıtmamaktadır.

Teknolojik gelişmeler insan doğasını temelden değiştirip dönüştürebilmektedir (Gardner ve Davis, 2013, s. 30). Mahremiyet ve mahrem alanın yeniden şekillenmesi ve mahremiyete dair kamusal alan-mahrem alan sınırları teknolojik determinizm ile yeniden belirlenmektedir. McLuhan, teknolojik determinizm kuramında iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri toplumsal değişimin merkezine yerleştirmekte ve toplumsal değişim evreleri arasındaki sıçramaları, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlamaktadır. McLuhan tarafından ortaya atılan teknolojik determinizm yaklaşımına göre, bilginin kaydedilip aktarıldığı iletişim aracı, dolayısıyla iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bireylerin iletişim süreçlerini etkilemekte ve o kültürün karakterinin belirlenmesinde önemli ölçüde belirleyici olmaktadır. “*Toplumlar her zaman iletişimin içeriğinden çok, insanların iletişimde kullandıkları iletişim araçlarının doğasınca biçimlendirilmişlerdir*” (McLuhan & Quentin, 2005, s. 8).



Teknolojik determinizme göre teknoloji bireylerin yaşam biçimlerini, davranışlarını önemli ölçüde belirleyen, etkileyen ve değiştiren dışsal bir güçtür ve teknolojik süreç kaçınılmazdır. İnsan yaşamının her alanını doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkileyen ve insanın duyularının uzantıları olarak tanımlanan teknoloji, kitleler üzerinde belirleyici olmakta, bireyin kişiliğini arka plana atarak, standartlaşmış bir yaşama zorlamaktadır. (McLuhan & Quentin 2005, s. 25).

Teknoloji, insan duyularından herhangi bir tanesini öne çıkmaya zorlar; aynı anda öteki duyular ise ya zayıflatılır ya da geçici olarak tümüyle ortadan kaldırılır. Bu süreç, insanoğlunun kendi uzantılarına, ilahi niteliğin bir biçimi olarak tapınma eğilimini bir kez daha hayata geçirir. Yeterince ileri gidildiğinde de böylelikle insanoğlu “kendi makinasının bir yaratığı” haline gelir. (McLuhan ve Powers, 2001, s. 25)

Bir taraftan teknolojik gelişmeler hız kazanırken diğer taraftan toplumsal değişme de hızlanmaktadır. Bu görüşe göre teknolojinin bütün toplumsal etkinlikleri belirleme gücü vardır ve bu güç ekonomi, politika, gündelik yaşam gibi tüm kurum ve ilişkileri içine almaktadır (Yalçın, 2017, s. 94).

Dijital iletişim ve gözetleme pratiklerinin gelişmesiyle eş zamanlı olarak gözetim alanları da çeşitlenmektedir (Çaycı & Çaycı, 2017, s.37). Bu bağlamda teknolojik determinizmin en iyi örneklerinden birini bireylerin iletişim biçimlerini değiştiren sosyal medya oluşturmaktadır. Yeni medya araçları ile ev içi hayatın kamuya paylaşılması, her paylaşımın görüntünün/göstergenin çoğalması klasik mahremiyet algısının dönüşümüne sebep olmaktadır. Bireyin en mahrem diyebileceğimiz faaliyetleri bile sorgulanmayan bir kültür metalaşmasına maruz kalmaktadır (Horkheimer & Adorno, 2010, s. 221). Sosyal medya sadece iletişim biçimlerini değiştirmekle kalmamış, bireylerin mahremiyeti gibi en özel değerlerinin değişmesine ve sınırlarının her geçen gün daha da daralmasına neden olmaktadır.

### **Popüler Ünlülerin Sosyal Medya Paylaşımlarının Toplum Üzerindeki Etkileri**

Bireyler, özellikle gençler beğendikleri, onun gibi olmak istedikleri şarkıcı, futbolcu, manken, oyuncu gibi medyatik ünlüleri kendilerine rol model olarak almaktadırlar. Dolayısıyla bireyler ünlü kişilerin mutluluklarını, hüznlerini, başarılarını, aşklarını, evliliklerini, kavgalarını, boşanmalarını, vb. merak etmektedirler. Ünlülerin sosyal ağlardan yaptıkları paylaşımlar hayran kitleleri tarafından yakından takip edilmektedir. Bireyler bir futbolcunun ya da mankenin ikili ilişkilerinden, nasıl bir villada oturduğuna, kimlerle nerelere tatile gittiğine, hangi restoranlarda yemek yediğine, hangi marka araba kullandığına, hangi markaları giymeyi tercih ettiğine, hangi havayolu ile uçtuğuna, hangi parfümü kullandığına kadar pek çok detayı ilgiyle izlemektedirler. Rol model aldıkları ünlü kişiyle kendilerini özdeşleştirmekte, onları imrenerek izlemekte ve onlar gibi olmak için çaba harcamaktadırlar.

Ünlülerin yaptıkları paylaşımların milyonlarca takipçi tarafından izlendiği ve onlar üzerinde etkili olduğu bilinen bir gerçektir. Özellikle gençler hayranı oldukları ünlülerin davranışlarını taklit etmektedirler. Hayat tarzları ve davranışlarıyla hayranlarına örnek teşkil eden ünlülerin bu durumun bilincinde olarak paylaşımda bulunmaları gerekmektedir. Her ne kadar toplumun gözü önünde bulunan bir kitle olsalar dahi ünlü kişilerin de kendilerine ait olan özel hayatları bulunmaktadır.

Sosyal ağların kullanılmasıyla beraber mahremiyet kamusallaşmakta, karşılığında ün, şöhret ve maddi kazanç elde edilmeye çalışılmaktadır (Niedzviecki, 2010, s. 235). Kendilerini gündemde tutabilmek adına özel hayatlarını en ince ayrıntısına kadar ifşa etmeleri ve kitlelerle paylaşmaları bir taraftan kendi özel alanlarını yok ederken, diğer taraftan da hayranlarının mahremiyet algısının değiştirmesinde etkili olmaktadır.

Bireylerin mahremiyet algılarına yönelik sınırları genişledikçe kendilerini teşhir ettikleri noktalar da genişlemektedir. Özellikle Batı ülkelerinde yaşayan ünlüler tarafından



paylaşılan görseller mahremiyet algısını yıpratmaktadır. Ünlü mankenlerden Adriana Lima'nın Instagram sayfasında banyoda çektiği bir pozunu "Daha önce böyle bir şey paylaşmadım ama artık başlayalım" (*Habertürk Gazetesi*, 2015) notuyla paylaşması mahremiyetin sınırlarını zorlayan paylaşımlardan sadece bir tanesidir. Ünlü maceraperest Inge Solheim'in, Instagram sayfasında True Blood dizisiyle tanınan Alexander Skarsgard'ın Güney Kutbu'nda çıplak şekilde bir klozete oturup kitap okurken çekilen fotoğrafını paylaşması ise mahremiyetin sınırlarını belirsizleştiren paylaşımlarına bir başka örnektir (*Hürriyet Gazetesi*, 2018).

### Yöntem

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile mahremiyetin sınırları yeniden biçimlenmekte ve buna bağlı olarak mahremiyete dair kamusal alan, mahrem alan sınırları belirsizleşmektedir. Bu çalışmanın amacı, gelişen teknoloji ile birlikte bireylerin sosyal ağlarda yaptıkları paylaşımlarla özel alan sınırlarını belirsizleştirmelerini ve mahremiyet anlayışının aşınmasını ortaya koymaktır.

Günümüzün en popüler fotoğraf paylaşım ağlarından bir tanesi de Instagram'dır. Bireyler Instagram'da çekmiş oldukları fotoğrafları çeşitli efektler ekleyerek paylaşabildikleri gibi video paylaşımında da bulunmaktadır. Aynı zamanda takipçilerinden beğeni veya yorum da almaktadırlar. Araştırmada betimleme yöntemi kullanılmış olup, medyatik anlamda ünlü olan kişilerin Instagram hesapları incelenmiştir. Araştırma kapsamında bireylerin mahrem alanı olarak değerlendirilen özel mülklerindeki anlarına ilişkin fotoğraf ve video paylaşımları seçilerek incelenmiştir.

Araştırma kapsamında bir sosyal medya sistemi olan ve sosyal medya hesaplarının ölçümlerini yayınlayan "boomscial.com" adlı siteden Instagram Türkiye raporlarına ulaşılmıştır. İlgili raporlarda medyatik anlamda ünlü kişilerin isimlerine ulaşılabilecek sektör ve alt sektörler seçilmiş, diğer sektörler araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Medyatik anlamda ünlü kişilerin isimlerine ulaşılabilecek her sektörden evreni temsil yeteneğine sahip olduğu düşünülen takipçi sayısı en fazla olan 10 ünlü seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini toplamda 4 farklı sektörden 40 ünlü oluşturmaktadır. Seçilen 40 ünlünün Instagram hesaplarından mahrem alanlarının ifşasına yönelik olan paylaşımlar seçilmiştir. Araştırma örneklemini oluşturan ünlü kişilerin listesi ve 25.04.2018 tarihine kadar olan toplam paylaşım sayıları ve mahrem alanlarına ilişkin paylaşım sayıları Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Ünlülerin Instagram Paylaşım (Mahremlerini) Durumları

<b>Sektör</b>	<b>Instagram Hesabı</b>	<b>Takipçi Sayısı</b>	<b>Paylaşım</b>	<b>Mahrem Alan Paylaşım</b>
Başın Vayın	Ayşe Arman	1 090 730	6 112	Var
Başın Vayın	İsmail Küçükkaya	070 126	4 311	Yok
Başın Vayın	Dalın Kaya	076 046	6 413	Yok
Başın Vayın	Saba Tümer	705 802	1 684	Yok
Başın Vayın	Kulu Salınoğlu	561 144	8 200	Yok
Başın Vayın	Ece Vahanoğlu	438 367	7 837	Yok
Başın Vayın	Müge Anlı	406 003	746	Yok
Başın Vayın	Seda Akşül	340 572	082	Var
Başın Vayın	Dalın Çift	340 606	1 405	Yok
Başın Vayın	Caner Canan Özgen	270 000	1 847	Yok
Fenomenler	Hande Erçal	7 601 406	317	Yok
Fenomenler	Danlabilic	2 770 105	337	Yok
Fenomenler	Sülzeran Kaymak	2 710 200	2 210	Yok
Fenomenler	Atakan Özyurt	2 504 334	043	Yok
Fenomenler	Enes Batur	2 407 017	304	Yok
Fenomenler	Aykut Elmac	2 440 021	660	Yok
Fenomenler	Larissa Gecemer	1 040 003	1 138	Var
Fenomenler	Orkun İctmak	1 014 746	365	Var
Fenomenler	Halil Söylotmaz	1 873 747	1 021	Yok
Fenomenler	Vaycel Zeloğlu	1 775 133	448	Yok
Kültür Sanat	Burak Özevıt	11 084 717	50	Yok
Kültür Sanat	Ebrıve Özevıt	7 201 506	763	Yok
Kültür Sanat	Demet Akalın	6 738 267	6 571	Yok
Kültür Sanat	Serenay Sarıkaya	6 568 417	607	Yok
Kültür Sanat	Hadice	6 500 858	1 480	Yok
Kültür Sanat	Nacihan Ateşül	6 201 526	440	Var
Kültür Sanat	Elcin Sancı	6 037 017	208	Var
Kültür Sanat	Barıs Ardu	4 074 150	130	Yok
Kültür Sanat	Aclı Enver	4 313 308	330	Var
Kültür Sanat	Mustafa Cicali	4 107 533	2 446	Var
Spor	Arda Turan	6 032 745	823	Yok
Spor	Robin Van Persie	4 386 121	324	Yok
Spor	Volkan Demirel	008 242	158	Yok
Spor	Nuri Sabın	705 810	354	Yok
Spor	Kenan Sofuoğlu	687 814	17	Yok
Spor	Gökhan Töre	687 658	211	Yok
Spor	Ömürhan Özyekun	686 871	135	Yok
Spor	Gökhan Gönül	654 858	144	Var
Spor	Emre Colak	611 368	615	Yok
Spor	Alper Potuk	573 125	228	Yok

### Bulgular ve Analiz

Mahremiyet olgusu, kişiden kişiye, toplumdaki topluma farklılık göstermesi nedeniyle muğlak olmakla birlikte, bireye ait ve özgü olması sebebiyle bireyin özel yaşam alanı, kişisel gizliliği olarak ifade edilmektedir (Çetin, 2015, s.781). Bireylere ait özel ihtiyaçların karşılandığı mekanlar özel mekanlar olarak tanımlanmaktadır (Erdönmez&Akı, 2005, s. 73). Bu bağlamda yapılan araştırma kapsamında Instagram hesapları incelenen 40 ünlüden 9'unun

(%22,5) özel yaşam alanlarında çekilen mekansal mahremiyetlerini teşhir eden fotoğrafları takipçileriyle paylaştıkları görülmektedir.

Paylaşımında bulunanlardan 6'sı kadın 3'ü erkektir. Örneklem özelinde kadın ünlülerin özel hayatlarını daha fazla paylaşma eğiliminde oldukları görülmektedir. Erkek ünlülerden 2'sinin özel hayat paylaşımlarını evde çocuklarıyla geçirdikleri vakitler oluşturmaktadır. Erkek ünlülerden 1'i ise kendisine ait fotoğraf paylaşımında bulunmuştur. Kadın ünlüler ise çoğunlukla uyurken, ev işi ve yemek yaparken fotoğraflarını paylaşmışlardır. Bunların yanı sıra evlerinde çekilmiş eşlerinin-çocuklarının fotoğraflarına da yer vermişlerdir. Araştırma kapsamında mahrem alanlarına ilişkin paylaşımlarda bulunan 9 ünlü kişinin paylaşımlarından örnekler Tablo 2 ile Tablo 10 arasında yer almaktadır.

**Tablo 2:** Ayşe Arman Paylaşımları

		
8.728 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %0,8	15.748 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: % 1,5	11.746 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: % 1,1

**Tablo 3:** Seda Akgül Paylaşımları

		
10.508 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: % 3	8.313 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: % 2,4	11.746 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: % 3,4

**Tablo 4:** Larissa Gacemer Paylaşimleri

		
2.134.261 Görüntüleme Takipçi Sayısına Oranı: % 109	2.047.269 Görüntüleme Takipçi Sayısına Oranı: % 105	2.600.181 Görüntüleme Takipçi Sayısına Oranı: % 134

**Tablo 5:** Orkun Işıtmak Paylaşimleri

		
148.346 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %7,7	23.238 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: % 1,2	45.045 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %2,3

**Tablo 6:** Neslihan Atagül Paylaşimleri

		
193.669 Beğenme	51.230 Beğenme	45.684 Beğenme

---

Takipçi Sayısına Oranı: %3,1	Takipçi Sayısına Oranı: %0,8	Takipçi Sayısına Oranı: %0,7
------------------------------	------------------------------	------------------------------

---



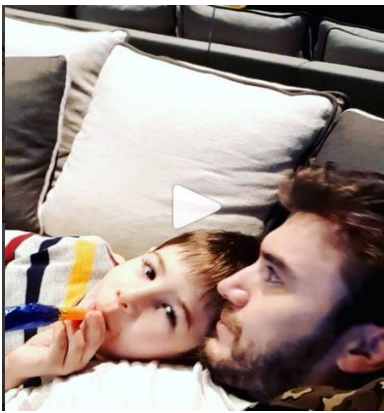


**Tablo 7:** Elçin Sangu Paylaşmaları

		
313.706 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %5,2	276.536 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %4,6	226.734 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %3,7

**Tablo 8:** Aslı Enver Paylaşmaları

		
21.108 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %0,5	8.153 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %0,2	186.669 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %4,3

**Tablo 9:** Mustafa Ceceli Paylaşmaları

		
262.540 Beğenme	344.154 Beğenme	139.753 Beğenme



---

Takipçi Sayısına Oranı: %6,2	Takipçi Sayısına Oranı: %8,2	Takipçi Sayısına Oranı: %3,3
------------------------------	------------------------------	------------------------------

---



**Tablo 10:** Gökhan Gönül Paylaşmaları

		
43.163 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %6,6	37.954 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı:%5,8	50.235 Beğenme Takipçi Sayısına Oranı: %7,7

Yukarıda yer alan tablolardaki fotoğraflar incelendiğinde genellikle günlük doğal ev hayatının içerisindeki faaliyetlerden oluşan paylaşımlara yer verildiği görülmektedir. Paylaşımlar detaylı incelendiğinde ise birkaç kategorik fotoğrafın ön plana çıktığı gözlenmektedir. Bunlardan ilki aile bireyleri ile ilgili olan paylaşımlardır. Şüphesiz ki mahremiyet de denilen özel hayatın içerisindeki en özel alanlardan birisini aile bireyleri teşkil etmektedir. Ünlülerin bu en özel alan ile ilgili paylaşımda bulunmaktan çekinmedikleri görülmektedir. Ünlülerin bu davranışları paylaşımda bulunulan sosyal medya mecrasının doğası olarak karşılanabilir. Aynı zamanda hem takipçilere ailesinin yaşamının bir parçası olduğunu gösterebilme, hem de toplumda önemli bir kurumlardan biri olan aileye verdiği önemi ön plana çıkararak, takipçi kaybetmemek ya da takipçi sayısını artırmak adına girişilen bir eylem olarak görmek de mümkündür.

Bir kadının kendisini, özel alanı olan evinde en özel hissettiği alanlardan birisi, yüzyıllardan bu yana yemek yapma ile kadının özdeşleştirilmesinin de etkisiyle, şüphesiz ki mutfaktır. Tablolarda yer alan örnekler incelendiğinde özellikle kadın ünlülerin mutfak paylaşımlarına da yer verdikleri görülmektedir. Bu tür paylaşımlar, toplumun genelinde hakim olan, ünlü kadınların yemeklerini evinde çalışanların pişirdiği, kendilerinin mutfakla hiç ilgilerinin olmadığı düşüncesinin kırılması açısından da önem taşımaktadır. Kadın ünlülerin mutfakta yemek yaptıkları görselleri paylaşarak evlerinde mutfaka girdiklerini ve mutfakta da becerikli olduklarını göstermek istedikleri düşünülebilir. Erkek ünlülerin mutfak paylaşımları ise, her ne kadar ülkemizde erkek egemen bir söylem hüküm sürse de, son zamanlarda yemek yapan erkeklerin ilgi odağı olması ve modern dünyada hakim olan hayatın müşterekliğine kendisinin de saygı duyduğunu takipçilerine gösterme çabalarının bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Günümüzde kadınlar için her zaman ve her yerde bakımlı görünmek önem arz etmektedir. Kadınların kendilerini en bakımsız hissettikleri anlar arasında şüphesiz uyurken, ev işi yaparken ve makyajsız halleri sayılabilir. Ancak araştırma örneklemini içerisinde bulunan ünlü kadınların bu tarz paylaşımlarda buldukları ve kendi ev hallerini doğallıklarını ön plana çıkarabilmek amacıyla paylaşmaktan geri kalmadıkları görülmektedir. Bu fotoğraflar ile iş yaşamlarının dışında evlerine de önem verdikleri ve diğer kadınlar gibi ev işleriyle de uğraştıklarını gösterebilme düşüncesinde oldukları söylenebilir.

Hayat şartları ve toplumun bireylerden beklentilerinin de sonucu olarak insan davranışları atalarının sergilemiş oldukları doğallıktan bir hayli uzaklaşmış olsa da, kabul

edilmelidir ki evcil de olsa hayvanlar halen geçmişteki ile aynı doğal davranışları sergilemektedir. Sahip olunan evcil hayvanlar ile olan paylaşımlar hem takipçilere hayvansever kimliğinin aktarılması, hem de kendisinin de bu canlılar gibi doğal olduğu imajının pekiştirilmesi açısından önem taşımaktadır.

Tablo 9'da görüldüğü gibi ünlülerin mahrem alanlarından yapılan fotoğraf paylaşımlarına alınan en fazla beğeni oranı % 8,2 olmuştur. Erkek ünlülerden 1'inin paylaşımının takipçilerinin % 8,2'sinin beğendiği görülmektedir. En az beğeni oranı ise Tablo 8'de görüldüğü gibi % 0,2 olmuştur. Bir kadın ünlünün paylaşımını takipçilerinin % 0,2'si beğenmiştir. Ünlülerin mahrem alanlarından kesitlerin yer aldığı fotoğraflara alınan beğeni oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Buradan takipçilerin ünlülerin mahrem alanlarını takip etmedikleri, mahremiyetleri ile ilgilenmedikleri sonucu çıkmaktadır.

Mahrem alanlarından görseller paylaşan ünlü kişilerin toplam paylaşımları içerisinde bu tür paylaşım sayılarının da oldukça az olduğu görülmektedir. Takipçileri tarafından fazla sayıda beğeni almamasının söz konusu paylaşımların sayısının az olmasında etkili olduğu düşünülebilir. Çünkü bireyler, paylaştığı içeriklerin sosyal medya platformlarında beğeni alması halinde aynı paylaşım türüne devam ederken, beğeni almayanları ise paylaşmama düşüncesindedirler(Sabuncuoğlu, 2015, s. 373).

Bir kadın ünlünün yapmış olduğu eşiyile birlikte yer aldığı videolar ise takipçileri tarafından %134 oranında görüntülenmiştir. Eğitim bilimcilerin uzun soluklu çalışmalarının sonucunda insanların okuduklarının %10'unu, dinlediklerinin % 20'sini, görsellerin % 30'unu, görsel ve işitselin bir arada bulunduğu içeriklerin ise %50'sini hatırladığı ortaya konulmuştur. Bu bağlamda video paylaşımlarının diğer sekiz ünlünün fotoğraflarına aldığı beğenilerin çok çok üstünde olması, hareketli görüntü tarzında içeriği tercih edilmesini kanıtlar niteliktedir.

Ünlülerin paylaştıkları diğer içerikler incelendiğinde takipçilerinin ünlülerin milliyetçilik gibi duygularına hitap eden, meslekleriyle ilgili olan ve kamusal alanlarda buldukları içerikleri daha fazla beğendikleri görülmektedir. Bu noktadan hareketle ünlülerin mahremlerini paylaşma eğiliminin başlamasına karşılık takipçilerde mahremi takip etme eğiliminin olmadığı anlaşılmaktadır.

## Sonuç

Çeşitli faktörlerin etkisi altında bulunan mahremiyet kavramını tanımlamak zorlaşmakla birlikte genel anlamda mahremiyet, herkes tarafından bilinmemesi gereken, kişinin kendisine ait, gizli olan şekilde tanımlanmaktadır. İkel çağlardan günümüze mahremiyet olgusu değişim göstermiştir. Toplum ve doğal olarak kültüre bağlı değişim gösteren mahremiyetin şekillenmesinde aynı zamanda toplumun ekonomik, sosyal ve teknolojik özellikleri de etkili olmaktadır.

Gözetim toplumu bağlamında mahremiyet ihlalinin devlet tarafından gerçekleştirildiği örnekler olmakla birlikte, zaman zaman narsizm ve hedonizmin etkisinde kalarak kişilerin kendi mahremlerini teşhir etmeleri ile de karşılaşmaktadır. İletişim ve bilişim teknolojileri ise bu noktada hızlandırıcı ve kapsamı genişletici bir katalizör olarak görev yapmaktadır.

Mahremiyet alanının içeriği çeşitli faktörlerin etkisi altında değişmekle birlikte beden, bedenin çeşitli bölgeleri, cinsellik, aile, romantik ilişkiler, ev hali genelde mahrem alan olarak kabul edilmektedir (Budak, 2018, s. 151). İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan sosyal ağlar bireylerin günlük yaşamlarının neredeyse her anını takipçileriyle paylaştıkları birer mecra olmuşlardır. Sosyal medyanın anlık paylaşımlara imkan sağlaması bireylerin çektikleri fotoğraf ya da videoları hemen paylaşma isteklerini arttırmaktadır. Çoğu kez anlık verilen kararlar, kullanıcıların mahremiyetlerini zedelemektedir. Geçmişte tutulan

günlükler sıkı sıkı saklanırken günümüzde birey hemen her anını gözler önünde yaşamakta ve bu durumdan da haz duymaktadır.

Özele ait olanın genele açık yerlerde sunulması kamusal alanın sınırlarını genişletmekte, özel alan ile arasındaki çizgiyi giderek belirsizleştirmektedir. Bu sanal mecrada bireylerin gerçek veya anonim kimliklerle yaşamlarından kesitler sunan paylaşımlar özel hayatın sınırlarını oldukça zorlamaktadır. Mahremiyetin dönüşümünde teşhir ve izleme-seyretme kavramları ön plana çıkmaktadır. Sosyal medyada yapılan bu paylaşımlar ile özel olanın kamusalda yer aldığı görülmektedir.

McLuhan “kıyıya vurmadıkları sürece balıklar suyun farkında değildirler” diyerek bireylerin teknolojinin gücünü ancak zararlı sonuçlarını görmeye başladıklarında anlayacaklarını söylemektedir. Düşünülenin aksine birey teknolojiyi yönetmemekte, teknoloji bireyleri hatta toplumları yönetmektedir. Teknoloji toplumları belirlemekte ve bireylerin düşüncelerini, hareket biçimlerini, hayatlarını yönlendirmekte ve biçimlendirmektedir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan sosyal ağlar bireylerin günlük yaşamlarının neredeyse her anını takipçileriyle paylaştıkları birer mecra olmuşlardır. Teknoloji bireylerin yaşam biçimlerini değiştirdiği gibi sahip olduğu değerleri de köreltmektedir. Mahremiyet de bu değerlerden biridir. Teknoloji yaşamlar üzerinde egemen olmaktadır. Mahremiyet kavramının teknolojide yaşanan tüm gelişmelere karşılık içi giderek boşalmaktadır.

Ünlüler toplumu oluşturan bireyler tarafından rol model olarak görülmektedir. Dolayısıyla toplumu etkilemekte, tutum ve davranışlarını yönlendirmektedir. Bir ünlünün saç kesimi ya da ya da giydiği bir kıyafet birkaç gün içinde özellikle gençler tarafından taklit edilmektedir.

Geleneksel kitle iletişim araçlarında ünlülerin hayranlarıyla buluşması sınırlı iken, sosyal ağlarda çok daha hızlı, zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın hayranlarına ulaşmaktadırlar. Dolayısıyla ünlülerin sosyal ağlarda yapmış oldukları paylaşımlarda binlerce takipçisinin ilgisini çekmektedir. Bu bağlamda ünlülerin mahrem alanlarını kamusal alanda ifşa etmeleri toplumun mahremiyet algısının dönüşmesinde etkili olmaktadır.

Ülkemizdeki ünlüler her ne kadar özel hayatlarını ifşa eden fotoğraf veya video paylaşımında bulunsalar da, bunlar Batı’daki ünlülerin mahrem alana ilişkin paylaşımlarının yanında son derece masum kalmaktadır. Ünlü Amerikalı model Khloe Kardashian’ın Instagram’da hamile iken yatak odasında eşiyile birlikte çekilmiş iç çamaşırlarıyla olan bir fotoğrafını paylaşması, Amerikalı oyuncu ve şarkıcı Lea Michele’in yatak odasında çekilmiş kendi çıplak fotoğrafını paylaşması ve Amerikalı aktör Channing Tatum’un eşinin yatakta uyurken çıplak fotoğrafını paylaşması ise çarpıcı örneklerden sadece birkaç tanesidir. Özel alanın kapılarının kamuya açılması ve ev içi mahremiyeti korunamaması beraberinde cinselliğin sürekli olarak gündeme gelmesine sebebiyet vermektedir (Giddens, 2010: 7).

Mahremiyet algısı topluma ve kültüre göre farklı algılanmakla beraber, yabancı ünlülerin yaptıkları paylaşımlarla karşılaştırıldığında toplumumuzdaki ünlülerin yaptıkları paylaşımlarda mahremiyetin sınırlarını yabancı meslektaşları kadar aşındırmadıkları görülmektedir.

### Kaynakça

- Akikol, R. (2018). Kadın dijital göçmenlerin facebook kullanımı ve mahremiyet ilişkisi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 1-36
- Akyazı, E. (2018). Spor toto süper lig takımlarının spor iletişimi bağlamında Instagram’ı kullanımı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, Volume: 4(2), 317-327.

- Akyazı, E. & Akyazı, A. (2013). Yeni bir demokrasi platformu olarak sosyal medya: TBMM 24. dönem milletvekillerinin “Twitter” ortamındaki mevcudiyetleri ve “Suriye krizi” üzerinden mesaj içeriklerinin analizi. A.Algül, N. Üçer (Ed.), *Yeni medyada demokrasi: sosyal medyaya dair araştırmalar* (ss. 205-223). İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Arendt, H. (2003). *İnsanlık durumu*. B. Şener (Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Avcı, A. (2017). Her zaman çevrimiçi olmak. *Epokhe Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 1–24.
- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). *Akışkan gözetim*. (E.Yılmaz, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Binark, M. (2005). Kimlik (lenme) dipnotsuz iletişim ve etnik laflama odaları. M.Binark, B.Kılıçbay (Ed.), *İnternet toplum kültür* (ss:118-138). Ankara: Epos Yayınları.
- Budak, H. (2018). Sosyal medya iletişimde mahremiyetin serüveni. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 146-170.
- Çaycı, A.E. & Çaycı B. (2017). Dijital iletişim çağında teknolojinin açığa çıkardıkları gözetim ve mahremiyet. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, January 2017, Volume:7, Issue:1, 36-46.
- Çetin, E. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında fotoğraf, yer/mekan bildirim paylaşımları ve mahremiyet: Facebook örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8 (41), 779-788.
- Demir, A. (2017). Panopticon ve synopticon geriliminde özgürlük paradoksu. *Kayı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (28), 55-65.
- Erdönmez, M.E. & Akı, A. (2005). Açık kamusal kent mekanlarının toplum ilişkilerindeki etkileri. *MGaron YTÜ Mimarlık Fakültesi e-dergi*, 1(1), 67-87.
- Gardner, H. & Davis, K. (2013). *App kuşağı dijital dünyada kimlik, mahremiyet ve hayal gücü*. (Ü.Şensoy, Çev.), İstanbul, Optimist Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Mahremiyetin dönüşümü*, (İ. Şahin, Çev.), İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Göregenli, M. (2010). *Çevre psikolojisi: insan mekân ilişkileri*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Horkheimer, M. & Adorno W. T. (2010) *Aydınlanmanın diyalektiği*. (N.Ülner & E. Karadoğan, Çev.), İstanbul, Kabalcı Yayıncılık.
- İzgi, M. (2009). *Etik açıdan yaşlı mahremiyeti: huzurevi örneğinde hizmet alanlar ve verenler açısından bir değerlendirme*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karahisar, T. (2015). Yeni medya, mahremiyet ve unutulma hakkı. T.Kara, E. Özgen (Ed.), *Ağdaki şüphe: bir sosyal medya eleştirisi* (ss:249-276). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Kılıçbay, B. (2006). Mahremiyet, sıradan gerçeklik ve medya. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 9(1), 113-134.
- Kılıçoğlu, M. (2008). *Şeref, haysiyet ve özel yaşama basın yoluyla saldırılardan hukuksal sorumluluk*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Köksal, Y., Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 323-337.
- Kuruoğlu, K. (2016). Dijital ortamda panoptisizm. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (31), 254-267.
- Lyon, D.(2013), *Gözetim çalışmaları: genel bir bakış*. ( A.Toprak,Çev.),İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- McLuhan, M. & Power, B.R. (2001), *Global köy*. (B.Düzgören, Çev.), İstanbul, Scala Yayıncılık.
- McLuhan, M. & Fiore Q. (2005), *Yaradığımız medya medyanın etkileri üzerine bir keşif yolculuğu* (Ü. Oskay, Çev.). İstanbul, Turkuvaz Kitap.
- Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü*. (G. Gündüç, Çev.), İstanbul. Ayrıntı Yayınları.

- Öztekin, H., Öztekin, A. (2010). Modernleşme -mahremiyet ilişki ve mekanda mahremiyetin aleniye dönüşmesi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 526-540.
- Sabuncuoğlu, A. (2015). Sosyal medyanın bir gösteriş tüketimi mecrası olarak kullanımı. Z.A. Özgür, A. İşman (Ed.), *İletişim Çalışmaları 2015* (ss:369-380). Sakarya, Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Semiz Türkoğlu, H. (2018). Sosyal medya üzerinden mahremiyet farkındalığı ve değişimin ölçülenmesine yönelik bir araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 163-189
- Sezen, A. & Erden M. (2018).Mahremiyetin psiko-sosyal yansımaları.*DÜSBED*,Sayı.20, 83-92.
- Sunal, G.& İsmayılov, E., (2018), Gözetlenen ve gözetleyen bir toplumda, beden ve mahremiyet ilişkisi: Facebook örneği, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 21-41.
- Şener, N.K. (2016). Mahremiyetin değişen yüzü. *TDV Kagem Bülten*, (4), 16-19.
- Thompson, J. B. (2008). *Medya ve modernite*. (S.Öztürk, Çev.), İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- Toktaş, S. A., Binark, M. (2012). *Türkiye'de dijital gözetim*. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Toprak, A., Yıldırım, A. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: görülüyorum*. İstanbul: Kalkedon.
- Yabancı, C. & Akça, F. & Ulutaş, E. (2018). Çevrimiçi mahremiyet kaygısı ve duygusal zekâ arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 191-218.
- Yalçın, N. (2017). Enformasyon toplumu bağlamında teknolojik distopya üzerine bir çalışma: Mr. robot örneği. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 1(1), 93-101.
- Wearesocial. (2018). *Digital in 2017: global overview* Erişim Tarihi: 15.01.2018, <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
- Hürriyet Gazetesi. (2018). *Ünlüler sosyal medyada paylaşım işini abarttı Instagram'ın zirvesi*. Erişim Tarihi:10.02.2018. <http://kelebekgaleri.hurriyet.com.tr/galeridetay/77737/2368/1/unluler-sosyal-medyada-paylasim-isini-abartti>.
- Habertürk Gazetesi. (2015). *Ünlülerin sosyal medyaya damga vuran paylaşımları*. Erişim Tarihi: 10.02.2018. <http://www.haberturk.com/galeri/magazin/455672-unlulerin-sosyal-medyaya-damga-vuran-paylasimlari>.
- Türk Dil Kurumu. (2018). *Mahremiyet*. Erişim Tarihi:05.01.2018. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b1687727d3dc1.35133177](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b1687727d3dc1.35133177)
- Ulukanal, (2016). *Mehmet Âkif Ersoy: Aç gözünü*. Erişim Tarihi:15.01.2018. <http://www.ulukanal.com/mehmet-kif-ersoy-ac-gozunu/3481/>
- Türkiye Büyük Millet Meclisi. (1982). *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*. Erişim Tarihi:03.01.2018. <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa82.htm>.