

**Yayın Geliş Tarihi:** 09.07.2021  
**Yayına Kabul Tarihi:** 20.12.2021  
**Online Yayın Tarihi:** 31.12.2021  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.968889>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 23, Sayı: 4, Yıl: 2021, Sayfa: 1647-1669  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **DİJİTAL DÜNYADA SOSYAL MEDYA, BENLİK SUNUMU, GÖZETİM-DENETİM VE RİSKLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER**

Uğur KILINÇ\*

### **Öz**

*Bu çalışmanın amacı dijital dünyada yer alan sosyal medya olgusu, sosyal ağ profillerindeki benlik sunumu, bu mecralardaki gözetim-denetim pratikleri ve dijital dünyanın getirdiği riskleri birbirleriyle olan ilişkileri bağlamında tartışmaktır. Çalışma literatür eksenli ikincil kaynaklar üzerinden yürütülmüştür. Makale kapsamında insanların gündelik hayat pratiklerinin bir parçası olan benlik sunumunun sosyal medyada da var olduğu ve çevrimdışı dünyadaki benlik sunumunun çevrimiçi dünyadaki benlik sunumumuza da yansıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte insanların sosyal medya aracılığıyla elde edebilecekleri ödüllerin ve bu dijital mecralardaki çevrelerinden göreceklere ilginin doğrudan sosyal medyadaki benlik sunumunu etkilediği de görülmüştür. Ayrıca mahremiyet algısının değiştiği sosyal ağlarda gözetim ile denetimin yoğunlaştığı ve insanların gönüllü bir şekilde bu gözetime katıldıkları ifade edilmiştir. Makalede son olarak sosyal medyanın ve dijital dünyanın beraberinde yeni riskler getirdiği ve bu risklerden kimsenin muaf olmadığı vurgulanmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, sosyal ağ, dijital dünya, benlik sunumu, gözetim, denetim, riskler.

## **RELATIONS BETWEEN SOCIAL MEDIA, SELF PRESENTATION, SURVEILLANCE-AUDITING AND RISKS IN THE DIGITAL WORLD**

### **Abstract**

*The aim of this study is to discuss the relations between social media, self-presentation in social network profiles, surveillance-control practices, and the risk in the digital world. This study analyze the literature on these topics. Self-presentation in daily life is reflected on social media. In addition, the presentation of the self in the offline world is reflected in the presentation of the self in the online world. In addition, the awards obtained through social*

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Kılınç, U. (2021). Dijital dünyada sosyal medya, benlik sunumu, gözetim-denetim ve riskler arasındaki ilişkiler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1647-1669

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bölümü, ORCID: 0000-0002-9414-0295, [ugurkln1995@gmail.com](mailto:ugurkln1995@gmail.com).

*media and the sympathy in social media directly affect the self-presentation on social media. In addition, the perception of privacy on social networks has changed, surveillance and control are intensified, and people voluntarily participate in this surveillance. Finally, it has been emphasized that social media and the digital world bring new risks and no one is exempt from these risks.*

**Keywords:** *Social media, social network, digital world, self-presentation, surveillance, audit, risks.*

## GİRİŞ

İçinde yaşadığımız çağda internet ve sosyal medya hayatımızın her alanına yayılmış durumdadır; yapılan araştırmalara göre dünyanın birçok yerinde insanlar bir gün dahi olsa sosyal medya profillerine girmediklerinde kendilerini ciddi bir yoksunluk içerisinde hissettiklerini ifade etmektedirler (Dijk, 2018, s. 12, 13). Toplumsal olan anlamına gelen Fransızca kökenli sosyal kelimesi ve iletişim ortamı anlamını taşıyan İngilizce kökenli medya kelimelerinin (TDK, 2019) bir araya getirilmesiyle ortaya çıkan sosyal medya kavramı internet aracılığıyla insanların birbirleriyle iletişime geçtikleri, mesaj, ses ve görüntü gibi materyalleri paylaşabildikleri bir dijital ortam olarak karşımıza çıkmaktadır (Vural & Bat, 2010). İnsanların hayatlarının bir parçası haline gelmiş olan dijital dünya beraberinde bir dizi tartışmayı getirmiştir. Bu makale kapsamında dijital dünyayla ilgili sosyal medyanın insanların hayatlarına etkisi, benlik sunumunun sosyal medyadaki yansması, sosyal medyadaki gözetim-denetim olgusu ve sosyal medyadaki riskler sırasıyla ele alınacaktır.

Sosyal medya insanların gündelik hayattaki benlik sunumu pratiklerinin önemli bir parçası haline gelmiştir; sosyal medyadaki benlik sunumu pratikleri Goffman'ın benlik sunumu teorisi çerçevesinde incelenebilir. Goffman (Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, 2016, s. 15-24) insanların gündelik pratiklerinde benlik sunumlarını tasvir ederken rol yapma, ön sahne, arka sahne, performans, set gibi bir takım tiyatro kavramlarından yararlanmıştır. Goffman'a göre insanlar kendisiyle ilgili bir izlenim yayarlarırken karşı tarafı aldatma ya da rol yapma yöntemlerine başvurumaktadırlar. İnsanlar kendi planlarıyla uyumlu bir izlenimi dışarıya karşı oluşturmak için sürekli bir çaba sarf etmektedirler. Kimi zaman bu eylemler detaylı bir şekilde bilinçlice sahnelenirken kimi zaman da bilinçsizce spontane gelişmektedir. Goffman toplumsal pratiklerin gerçekleştiği alanlarda insanların maskelerini takarak başka insanlara karşı rol yaptıklarını savunmaktadır. Onun teorisinde kişilerin etkileşimde oldukları insanları etkilemek için sergiledikleri pratiklerin tamamı performans olarak nitelenmektedir; bu performanslar belirlenmiş eylem kalıpları yani roller ile bir süreklilik kazanmaktadır. Performansların sergilendiği coğrafi mekâna set adını veren Goffman toplumsal yaşamda bireylerin oynadıkları roller hakkında izlenimler veren uyarıcılar olduğunu dile getirmektedir (2016, s. 27-112). Goffman'ın çizmiş olduğu benlik sunumunu sosyal medya

üzerinden yeniden düşünmek mümkündür; gündelik hayatta gerçekleştirdiğimiz pratikler sosyal medya ortamında da gerçekleşmekte ve bu platformların sağladığı kolaylıklar insanların bu alana daha fazla yönelmesine etki edebilmektedir. Ayrıca sosyal medyanın sağladığı sosyal ödül ve ilgi gibi birtakım avantajlar insanları bu mecralara daha fazla çekmekte ve benlik sunumunun sosyal medyadaki önemini arttırmaktadır (Chayko, 2018; Bauman & Lyon, 2018). Bu konuya ilişkin teorisyenlerin en çok dikkat çektiği problemlerden biri sosyal ağlarda mahremiyetin aşınması ve şeffaflaşma konularıdır (Han, 2017).

Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte yalnızca ağ kablolarının ulaştığı evlerimizde değil aynı zamanda okulda, işte, sokakta da sosyal medyaya kesintisiz olarak ulaşabilmekte, onu cebimizde taşıma olanağını yakalamaktayız. Her an yanımızda taşıyabildiğimiz mobil cihazlarda yer alan kameralar aracılığıyla canlı yayınlar yapılabilmekte, çektiğimiz fotoğraflar anlık bir şekilde takipçilerle paylaşılabilen ve teknolojik aletlerin klavyeleri aracılığıyla oluşturduğumuz metinler takipçi kitlemizle buluşabilmektedir. Teknolojiyle birlikte hayatımıza giren sosyal medya platformlarında insanların gündelik hayat pratiklerinden siyasi görüşlerine, bireysel ilişkilerinden iş yaşamlarına kadar hayatlarının her alanına ilişkin göstergeler ve ipuçları sunan bu paylaşımlar beraberinde gözetleme, denetim ve güvenlikle ilgili birtakım tartışmaları da getirmiştir. Teknolojinin getirdiği imkanlar sayesinde insanların birbirlerini daha rahat gözetleyebilecekleri bir sosyal atmosferin oluştuğunu söylemek mümkündür. Tam da bu noktada sosyal medyayla ilgili gözetimin ve denetimin nasıl gerçekleştiği sorusu gündeme gelmektedir (Dijk, 2018; Chayko, 2018; Castells, 2016). Günümüzde sosyal ağ kullanıcılarının devletler, şirketler ve diğer insanların gözetimi altında olduğu söylenebilir; fakat gözetim olgusu eski çağlarda olduğu gibi baskı mekanizması üzerine değil internet kullanıcılarının gönüllü katılımı üzerine kurulmuştur. Devletin iktidarlarını güçlendirme arzuları ve şirketlerin potansiyel müşterilerini ulaşıp sermayelerini artırma hedefleri doğrultusunda dijital dünyadaki kişisel verilerimizin güvenliği de önemli bir tartışma konusunu oluşturmaktadır (Bauman & Lyon, 2018).

Her yeni teknoloji gibi dijital dünya da beraberinde riskleri getirmiştir. Dijital dünyadaki riskleri Beck'in risk toplumu kavramı çerçevesinde değerlendirmek ve incelemek mümkündür. Beck' göre artık günümüzde risklerin önü görülememektedir; örneğin nükleer patlamaların getireceği sonuçlar bugün kestirilememektedir. Modern bilimin ve modern hukukun öne sürdüğü risk hesaplaması iddiasının çöküşüne işaret eden Beck, Weber'in hesaplanabilirliğe dayalı modernleşmenin rasyonelleşmesi fikrinin geç modernleşmede artık gerçeği ifade etmek için yetersiz kaldığını söylemektedir. Tehditlerin yayılması ve yaygınlaşması riskleri hesaplanamaz bir hale getirmiştir (Beck, 2011, s. 26, 27). Dijital dünya ve sosyal medya kullanıcıları da internet ortamının getirdiği risklerden muaf değildir. Sanal dünyada depolanan bireylerin kişisel verileri, şirketlerin ticari bilgileri ve devletlerin sırları üçüncü şahıslarca, şirketlerce ve devletlerce elde

edilme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Dijital dünyadan gelebilecek bu risklere karşı hukuk mekanizmasının yeterince işlemediği ifade edilebilir (Dijk, 2018).

Bu makale kapsamında dijital dünyada sosyal medyanın yeri, sosyal medya profillerinde kullanıcıların benlik sunumları, sosyal medyada ve internette var olan gözetim-denetim olgusu ve son olarak da dijital dünya kullanıcılarının karşılaşmaları mümkün olan riskler tartışılacaktır. Sosyal medya ve dijital dünya iç içe olan olgular olduğu için makale kapsamında ele alınan konular yalnızca sosyal medyayla sınırlanmayacaktır; sosyal medya ve dijital dünya arasındaki ilişkiler üzerinden tartışma her iki olguyu kapsayacak şekilde yürütülecektir. Literatürde birbirinin yerine kullanılabilen sosyal medya, sosyal ağ, sanal ağ gibi kavramlar bu makale kapsamında doğrudan sosyal medya sitelerini ve profillerini ifade etmek için birbirlerinin yerine kullanılacaktır; dijital dünya kavramıyla ise internet olgusu ifade edilecektir.

## **TEORİK ÇERÇEVE VE TARTIŞMA**

### **Dijital Dünyada Sosyal Medya**

Dünya çapında kullanımı yaygınlaşan sosyal medyaya ilişkin istatistiklere baktığımızda her geçen yıl sosyal medya kullanıcısı sayısının arttığı gözlemlenmektedir. 2018 yılında dünya nüfusunun yaklaşık %42'sinin sosyal medya kullandığı tahmin edilirken bu tahmini oran 2019 yılı itibarıyla %3 artmıştır. 2020 yılında ortaya çıkan COVID-19 virüsünden kaynaklı yaşanan pandemi sürecinin getirdiği yüz yüze iletişimin kısıtlanması olgusunun sosyal medya kullanım oranlarını ciddi ölçüde arttırdığı düşünülmektedir. Bu doğrultuda 2019 yılından 2021 yılına kadar olan süreçte sosyal medya kullanıcı sayısının %13.2 oranında arttığı tahmin edilmektedir (Dijilopedi, 2019; We Are Social, 2021) Sosyal ağlar Facebook, Twitter, Instagram ve Tiktok gibi dünyanın dört bir tarafında yaygınca kullanılan dijital platformların doğuşuyla birlikte sıkça tartışma konusu olsa da kavram bu dijital mekânlardan daha önce doğmuştur. Sosyal medya kavramı zaman ve mekân mefhumlarını aşarak insanların dünyanın bir yerinden herhangi başka bir yerine ulaşmasını mümkün kılmakta ve tabiri caizse dünyayı küresel bir köy haline getirmektedir (Kara, 2013; Castells, 2016). İnternet üzerindeki en fazla faaliyet sosyal ağlar üzerinden gerçekleşmektedir; burada sadece arkadaşlık ve dostluk ilişkileri yürütülmektedir; ticaretten sağlığa, sosyo-politik eylemcilikten eğitime kadar birçok faaliyet sosyal ağlar içerisinde kendisine yer bulmaktadır (Castells, 2016). İnsanın zorunlu olarak sosyal bir varlık olduğunu ifade eden Chayko'ya göre dijital ortam insanların daha fazla sosyalleşmesi için birçok imkânı kullanıcılarına sunmaktadır (2018, s. 12-16). Her ne kadar istatistikler sosyal medyanın kullanım oranının dünya çapında arttığını gösterse de bu artışın her yerde homojen olarak gerçekleşmediğini belirtmekte fayda görülmektedir; ülkeler arasında ve ülkelerin kendi içerisindeki farklı tabakalar ya da kastlar arasında teknoloji ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşma oranları değişmektedir. Dolayısıyla

çevrimdışıdaki eşitsizliğin kendisini çevrimiçinde de gösterdiği yorumu yapılabilir (Dijk, 2018, s. 268, 269).

Günümüzde her an diğer insanlarla iletişimde olmamızı ve veri paylaşmamızı mümkün kılan sosyal medya Chayko'nun (2018) deyimiyle bir süper bağlantılılık halini doğurmuştur; insanlar sosyal medya aracılığıyla birbirleriyle her an metin, video, ses ve görüntü paylaşabilmektedir (Castells, 2016, s. 99-104). 20. Yüzyılda teknolojiye yaşanan devrim niteliğindeki gelişmeler günümüzde sosyal ağların yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır; geniş bant teknolojisi ve diğer altyapı imkânlarıyla birlikte hava aracılığıyla internet ağlarına ulaşım sağlanmış ve yaygınlaşmıştır (Dijk, 2018, s. 77-90). Yaygınlaşan bu teknolojik araçlar aracılığıyla ulaştığımız sosyal medya ortamları insanların hayatlarında önemli bir yer edinmiştir; bu bağlamda birçok insan çevrimdışı yaşadıkları pratikleri çevrimiçine nasıl yansıtacağını düşünerek gündelik pratiklerini kurgulayabilmektedir (Chayko, 2018, s. 127, 128). Van Dijk (2018, s. 62) sosyal medya kullanımının artışını ağ dışsallığı kanunu teorisiyle açıklamaktadır; Dijk'in bahsettiği kanun pozitivist sosyoloji geleneğinde olduğu gibi doğa yasalarını çağrıştıran bir kanundan ziyade teorisyenin sosyal medyaya ilişkin gözlemlerinden ve literatür taramasından elde ettiği çıkarımları ifade etmek için kullandığı esnek bir kavram olarak yorumlanabilir. Bu teoriye göre ne kadar çok insan ağları kullanmaya başlarsa diğer insanlar da sosyal dışlanma yaşamamak adına bu ağlara katılma ihtiyacı hissetmektedirler; böylece dijital dünyadaki platformlar çok hızlı bir şekilde büyümektedirler. Dijk'in kanun olarak bahsettiği bu yaygınlaşma insanların hayatlarını gönüllü ya da istemsizce iş hayatında da etkileyebilmektedir. Örneğin insanların tek bir iletişim grubunda bir araya getirilmesiyle anında etkileşimi mümkün kılarak birçok kamu kuruluşunun ve ticari kuruluşun işlerini daha hızlı yürütmek için tercih ettikleri (Uzun & Uluçay, 2017) WhatsApp uygulamasının kurumlarda zorunlu tutulamayacağı tartışmaları öğretmenler ve bazı eğitim sendikalarınca gündeme getirilmiştir (öğretmenlericin.com, 2018).

Sosyal medya kullanımının insanların hayatlarına daha fazla etki etmeleriyle birlikte çevrimiçi iletişimin çevrimdışı iletişimin yerini alıp almayacağı önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir. Bauman, David Lyon ile dijital ortam (mail) üzerinden yaptığı söyleşide (Akışkan Gözetim, 2018, s. 48-53) online ortamda kurulan yakınlıkların yüzyüze ortamdaki yakınlıkların yerine geçmekte olduğunu dile getirmiştir. Bauman'a göre insanlar günlük hayatlarındaki ilişkilerde birer cemaat bağı kurmaktadır; bu doğrultuda kurulan yakınlıklar beraberinde sorumlulukları ve yaptırımları da getirmektedir fakat online alanda ise yüzyüze iletişimde olduğundan daha az sorumluluk gerektiren birer ağ ilişkisi kurulmaktadır. Bauman dijital ortamda kurulan ağ ilişkilerinin insanların daha akışkan hareket etmelerine olanak sağladığına işaret ederek sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen iletişimin gündelik hayattaki yüzyüze iletişime nazaran daha az çaba, sorumluluk ve kontrol mekanizmasını taşıdığını öne sürmektedir. Bu teoriden hareketle Bauman

insanların çevrimiçi ilişkileri çevrimdışı ilişkilere tercih edeceğini savunmaktadır. Chayko (2018, ss. 143-148) ise çevrimiçi dünyada sosyal ağlarda kurduğumuz dolayimli ilişkilerin çevrimdışı dünyadaki doğrudan ilişkileri desteklediğini savunmaktadır; Chayko farklı araştırmacıların ürettikleri verilerden hareketle çevrimiçi dünyadaki bağlantıların en az çevrimdışı dünyadaki bağlantılar kadar avantajları olduğunu öne sürmektedir. Jan Van Dijk (2018, ss. 30-67) çevrimiçi etkileşimlerin ve çevrimdışı etkileşimlerin birbirlerinin karşıtı olmadığını, iki iletişim biçiminin birbirini desteklediğini düşünmektedir; Dijk ağ kanunu teorisinde ileri sürdüğü ağlardaki güç kanunu doğrultusunda dijital dünyanın gündelik hayattan bağımsız olmadığını, çevrimdışı dünyada güçlü olanın çevrimiçinde de güç kazandığını ifade etmiştir. Dolayısıyla Dijk'ın insanların sosyal medya aracılığıyla bir günde onlarca arkadaş edinebilme olanağını vurgulayan Bauman'ın (Bauman & Lyon, 2018, s. 54, 55) aksi yönde bir perspektif çizdiği söylenebilir.

Literatürde sosyal medyayla ilgili bir başka tartışma ise bu mecraların insanlar için daha çok yarar mı yoksa zarar mı ürettiğine ilişkindir; kimi teorisyenler yaptıkları sosyal medya analizleriyle konunun yararları üzerinde daha fazla dururlarken kimileri de zararlarını ön plana çıkarmışlardır. Chayko (2018) sosyalleşme olanaklarını arttırması, çevrimdışı etkileşimleri güçlendirmesi, insanların sosyal ağlarda geçirdikleri zaman içerisinde bir topluluk hissi yakalamaları gibi birçok madde sıralayarak sosyal medyanın insanların hayatlarına kattığı olumlu etkilere odaklanmaktadır. Bu platformların zararlarına yönelik eleştirileri teknolojik belirlenimcilik olarak nitelendiren teorisyene göre sosyal ağlarda var olan olumsuz içerikler ve eylemler gündelik hayatımızda da var olan şeylerdir; dolayısıyla Chayko bu olumsuzlukların dijital dünyadan değil insanlardan kaynaklandığı anlayışını benimsemektedir. Bauman ise makalenin ilerleyen bölümlerinde daha detaylı bir şekilde tartışılacağı üzere dijital alandaki denetim ve gözetimle birlikte mahremiyetin yitirileceği, çevrimiçi ilişkilerin daha az efor sarf etmeye dayalı olmasından dolayı çevrimdışı ilişkilerin yerine geçeceği düşüncesinden hareketle yeni medyanın olumsuz özelliklerini mercak altına almıştır (Bauman & Lyon, 2018). Chul Han (Şeffaflık Toplumu, 2017, ss. 10-25) şeffaflık terörü kavramıyla dijital dünyada insanların mahremiyetlerini yitirdiklerini ve bu şeffaflığın insanın doğasına aykırı sonuçlar ürettiğini savunarak sosyal ağların eksi tarafları üzerine eğilmiştir. Hollandalı toplumbilimci Van Dijk (2018, ss. 5-16) ise ağların aynı anda özgürleştirici ve bağımlı kılıcı tarafları olduğunu söyleyerek dijital dünyanın aynı çevrimdışı dünyada olduğu gibi olumlu ve olumsuz sonuçlarının aynı anda var olduğunu ifade etmiş ve konuya farklı perspektiflerden yaklaşmıştır.

Kimi teorisyenlere göre sosyal ağları kullanmamızı mümkün hale getiren teknolojik aletler ve sosyal medya benliğimizin adeta bir parçası haline gelmektedir; sosyal medyada ortaya çıkan fenomenler birçok insanın rol modeli olabilmektedir (Chayko, 2018, ss. 120-123). Türkiye bağlamında mesele değerlendirilecek olunursa Youtube aracılığıyla fenomen olan ve 2021 yılı itibariyle 15 milyonu aşkın takipçiye

ulaşan Enes Batur örneği önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Twitter ve Instagram gibi yaygın kullanılan sosyal platformlar aracılığıyla da takipçi kitlesini büyüten Batur'un hayatının konu edinildiği ve başrolde kendisinin oynadığı '*Enes Batur: Hayal mi Gerçek mi*' adlı film 2018 yılında vizyona girmiş ve yaklaşık bir buçuk milyon seyirciyle buluşmuştur. Filmin 2018 yılı içerisindeki gişe başarısı değerlendirilecek olunursa yıl içerisinde Türkiye'de vizyona giren 643 film arasında yerli ve yabancı filmler içinde en fazla izlenen onuncu film, yerli filmler arasında en fazla izlenen dokuzuncu film olarak önemli bir başarı elde ettiği söylenebilir (BoxOffice, 2019). Sosyal medya fenomeni Batur'un ve birçok dijital medya fenomeninin ürettiği içeriklerin gerek dijital medyada, gerek sinemada bu kadar çok rağbet görmesi Chayko'nun tezini olumlamaktadır.

Castells sosyal ağlar için özkitlesele iletişim kavramını literatüre kazandırmıştır; bu kavram sosyal medya ortamının bir taraftan kişiselliğine vurguda bulunurken diğer taraftan dijital mekanların toplumsallığına işaret etmektedir. Özkitlesele iletişimde televizyon, telefon, metin gibi içerikler birbirlerine yakınlaşarak aralarındaki çizgi bulanıklaşmıştır; bu platformlarda insanlar bir taraftan başka insanlarla kişisel iletişim kurma imkanını yakalarken diğer taraftan dünyadanın dört bir yanındaki kitlelere mesajını iletme olanağını yakalamaktadır. Kimi zaman bu mesajlar ülkelerdeki iktidar ilişkilerini dahi değiştirebilmektedir (Castells, 2016, s. 1, 95). Sosyal medya üretime dayalı bir tüketim modeli üzerine inşa edilmiştir; bu bağlamda sosyal medyada yer alan içerikler tek taraflı, dikey bir biçimde kullanıcılara sunulmamakta, sosyal medya tüketicilerinin ürettikleri içerikler dijital ağlardaki iletilerin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Birçok dijital programın sağladığı imkanlarla birlikte insanlar metinleri, sesleri, görüntüleri ve müzikleri diledikleri gibi yeniden biçimlendirmekte ve sosyal medyaya yükleyerek tüketime sunmaktadırlar (Chayko, 2018, s. 72-77). Sosyal medyada tüketilen içerikler kimi zaman televizyon programlarında üretilen içeriklerin kendisi veya bu içeriklerin kurgulanarak yeniden biçimlendirilmiş halleri olabilirken kimi zaman da doğrudan gündelik hayatta insanların kişisel teknolojik cihazları aracılığıyla ürettikleri içerikler olabilmektedir. Her iki durumda da üretilen içerikler milyonlarca kullanıcının ekranında yer alma şansını taşımaktadır fakat Youtube'de tüketilen içeriklere bakıldığında 2 milyar sınırını aşarak en çok izlenen ilk yirmi videodan on sekizini dünyaca ünlü müzisyenlerin profesyonel müzik klipleri oluşturmaktadır (WebTekno, 2018). Bu üretüketim pratikleri insanların benlik sunumu için de birçok olanağı sağlamaktadır; bu mesele makalenin bir sonraki başlığında derinlemesine ele alınacaktır.

### **Sosyal Medyada Benliğin Sunumu**

Makalenin bu bölümünde Goffman'ın teorisini çizdiği benlik sunumu çerçevesinde sosyal medyadaki benlik sunumu pratikleri ele alınacaktır. Ayrıca

benlik sunumunu etkileyen birer faktör olarak sosyal ödül ve ilgi kavramları tartışılacaktır.

### **Gündelik hayattaki benliğin sunumunu sosyal medya üzerinden yeniden düşünmek**

Makalenin ilk bölümünde sosyal ağların dijital platformlar içerisinde en sık kullanılan mekânlar olduğuna değinilmiştir; bu bölümde ise insanların sanal ortamlarda benliklerini nasıl sundukları Goffman'ın teorisinden mülhem ele alınacaktır. Konuyla ilgili saha çalışmalarına da bakıldığında Goffman'ın teorisinden sıklıkla yararlandığı görülmektedir (Uçar, 2016; Çakmak & Baş, 2017). Benlik kavramı sözlükte kişiyi kendisi yapan şey, şahsiyet olarak yer almaktadır (TDK, 2019).

Makalenin bu bölümünde Goffman'ın kavramları ile sosyal medya dünyasındaki kavramlar arasında ilişkiler kurulacak ve kavram setleri dijital dünya üzerinden yeniden düşünülecektir. Goffman'ın sahne önü ve sahne arkası kavramları sınırları net çizilmiş, nesnel ve evrensel kavramlar değildir; Goffman da bu kavramların toplumdaki topluma değışebileceğinin özellikle altını çizmiştir (2016, s. 227). Sahne önünde performans sergilediğimiz insanlar kimi zaman iş arkadaşlarımız olabilir, kimi zaman da iş arkadaşlarımızla bir takım olup müşterilere karşı performans sergilememiz mümkündür. Dolayısıyla Goffman'ın kuramı bağlamda hayat içerisinde birden çok ön-arka sahne vardır ve insanlar bu sahnelere uygun rolleri üstlenmektedirler. Bu bağlamda sosyal medyayı da hayat içerisinde sahne önlerinden birine dâhil etmek mümkündür. Goffman'ın deyişiyle gündelik hayatta oynadığımız roller vardır; çevrimiçi ve çevrimdışı dünyanın birbirinden ayırıştırılmayacağını düşünecek olursak bu roller sosyal medya profillerine de yansımaktadır. Sosyal medya profillerimizde de toplumsal statümüze uygun paylaşımlarda bulunmamız beklenmektedir; örneğin görevi gereği tarafsız olması beklenen bir hâkim ya da savcının sosyal medya profilinde herhangi bir siyasi partiyi destekleyen açıklamalar yapması eleştirilebilir. Goffman'ın yüzyüze ilişkilerde rollerin sergilendiği mekân olarak kullandığı set kavramının sosyal ağlardaki karşılığı ise sosyal medya profilleridir; insanlar kendi yaşamlarıyla ilgili bilgileri, siyasal görüşlerini, paylaşmak istedikleri anıları bu profiller aracılığıyla bir başkasına dilediği gibi iletebilmektedir. İnsanların sergiledikleri performanslarda inandırıcı olmaları benlik sunumunun sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesinin önkoşuludur; sosyal medyada setlerin gündelik hayattaki setlere nazaran avantajları olduğu söylenebilir, bu bağlamda dijital dünyanın getirdiği avantajlardan yararlanan kullanıcılar iletmek istedikleri mesajları diledikleri gibi şekillendirerek takipçilerine ulaşma avantajını elde etmektedirler. Sosyal medyayla birlikte yeniden düşünülebilecek bir diğer kavram ise performans takımıdır. Bireyler nasıl ticaret ve okul hayatlarında takım halinde bir işi yürüterek birlikte performans sergiliyorlarsa gündelik yaşamdaki takımlarla iletişimlerini sıklaştırmak için bağlantılarını



WhatsApp gibi uygulamalar üzerinden sosyal ağlara taşıyabilmekte ya da sosyal ağlar üzerinden yeni bağlantılar edinerek –bilgisayar oyunları örneğinde olduğu gibi- yeni takım arkadaşlıkları kurabilmektedirler (Goffman, 2016). Performans takımında yer alan takım üyelerinin birbirleriyle uyumlu hareket etmeleri, sahne arkasına ilişkin bilgileri sahne önüne taşımamaları gerekmektedir; aksi durumda benliğin sunumu olumsuz yönde etkilenecektir.

Sosyal medya ve benlik sunumuyla ilgili saha çalışmalarına bakıldığında daha önce de ifade edildiği gibi Goffman'ın kavramlarından yararlandırıldığı ve onun teorisiyle koşut sonuçlar çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda Goffman'ın benlik kuramı (2016) sosyal medyayı anlamak için de bize önemli bir kavram haritası sunmaktadır. Fotoğraf paylaşımı, sanal ortamlarda hikâye paylaşımı, profil fotoğraflarının güncellenmesi, metin ve video paylaşımı gibi birçok sosyal medya pratiğini benlik sunumu dahilinde değerlendirmek mümkündür. Kimi saha çalışmalarında sosyal medya ile narsizm arasında doğrudan bir ilişki kurulmuş ve online ortamdaki etkileşimlerin insanların kişilikleri üzerinde değişimler yarattığı öne sürülmüştür (Çakmak, 2018). Facebook üzerinden yapılan benlik sunumu konulu bir çalışmada gündelik hayattaki benlik algısının dijital dünyadaki sosyal medya profillerine de yansıdığı, insanların sanal kimlikleri ile gündelik hayatları arasındaki kimlik arasında bir tutarlılık sergilemeye çalıştıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı çalışmada ayrıca Goffman'ın idealize edilmiş performans kavramından hareketle cinsiyet ve yaş farkına göre sosyal medyada benliğin sunumunun da toplumsal rollere göre değiştiği sonucu yer almaktadır (Uçar, 2016). Yaklaşık 900 milyona yakın kullanıcı sayısına sahip olan Instagram (Dijilopedi, 2019) üzerinden yapılan benlik sunumuyla ilgili başka bir çalışmada bu sosyal ağı kullanan üniversite öğrencilerinin sosyal medya pratiklerine odaklanılmıştır. Araştırmaya veri sunan katılımcılar dijital platformun insanların mutlu anlarını anında diğer insanlarla paylaşılmasını olanaklı kıldığı, filtreleme gibi uygulamaların fotoğrafları olduğundan daha estetik bir forma getirdiğini vurgulamışlardır. Bu doğrultuda öğrencilerin bu mecradaki fotoğraf paylaşımlarıyla takipçilerinin nazarında bir değer yaratma çabasında olduğu bulgusuna ulaşan araştırmacılar, Instagram'ı Goffman'ın teorisi bağlamda öğrencilerin sahne önünde rollerini sergiledikleri bir oyun alanına benzetmiştir (Çakmak & Baş, 2017).

Sosyal medyada benlik sunumu ve gözetim arasında da doğrudan ilişki kurmak mümkündür; gözetim meselesine makalenin bir sonraki bölümünde daha detaylıca değinileceği için bu bölümde bu iki olgunun arasındaki ilişkiye değinilmekle yetinilecektir. Algül (2018) çalışmasında sosyal platformlardaki arkadaşların genellikle yakın çevrelerden oluşmasından kaynaklı olarak bu platformların birer gözetleme aracı işlevini yerine getirdiği sonucuna ulaşmıştır. İnsanların izledikleri kimlik stratejileri noktasında bu durum kimi zaman kişilerin benliklerini daha fazla görünür kılmak için abartılı paylaşımlar yapmalarıyla sonuçlanırken kimi zaman da tepki almaktan çekindikleri için paylaşım yapmaktan çekinmeleriyle

sonuçlanabilmektedir. Aynı araştırmada erkeklerin kadın kullanıcılara göre daha fazla benlik sunumuna önem verdikleri ve benlik sunumu ile mahremiyet algısının takipçiler arasında yer alan kullanıcılara göre şekillendiği bulgularına da ulaşılmıştır. Özdemir'in (2015) çalışmasında ise Goffman'ın teorisine paralel bir şekilde kişilerin sosyal medyada olumsuz yönlerinin benlik sunumlarını olumsuz etkileyeceği yönündeki endişelerinden dolayı kendilerini perdelediklerine yer verilmektedir.

### **Benliğin sunumunda sosyal medyadaki ödüller-İlgiler ve mahremiyet algısının değişimi**

Hayatımızın hemen her anında süper bağlantılı (Chayko, 2018) bir şekilde bağlı olduğumuz sosyal medyayı ve buradaki benlik sunumunu bu kadar önemli hale getiren olgu nedir? Bauman bu soruya sosyal ödül karşılığını vermiştir. Bauman'a göre insanlar bir pazar alanı gibi inşa edilen dijital platformlarda sosyal ödülleri toplayabilmek adına kendilerini sosyal medya piyasasının taleplerine göre yeniden bir mal olarak üretmektedirler. Sosyalleşme pratikleriyle birlikte insanların kendilerini pazarlama çabalarının, kendi mahrem mekanını görünür kılmalarının arkasındaki temel motivasyon bu alandaki ödüllerdir (Bauman & Lyon, 2018). Kavramın mimarı olan Bauman her ne kadar sosyal ödül kavramının içeriğini doldurmasa da sosyal alanda elde edilecek popülerlik, ekonomik kazanç, flört, arkadaş bağları, cinsellik gibi bir takım maddeleri bu ödüller arasında sıralamak mümkündür. Makalenin ilerleyen bölümünde değinileceği üzere bu sosyal ödüller gözetim olgusunu da gönüllü hale getirecektir.

Chayko (2018, s. 81-90) sosyal ağlarda benliğin sunumuyla alakalı olarak ilgi kavramını kullanmaktadır; bu kavramı Bauman'ın ortaya attığı sosyal ödüller kavramıyla birlikte düşünmek mümkündür. Sosyal medyada yaşanan pratikleri ilgi ekonomisi kavramıyla tanımlayan Chayko'ya göre dijital platformda yer alan kullanıcılar ilgi görmek istemekte ve yeni medyada bu ilgi görme arayışının peşinden gitmektedirler. Chayko'nun perspektifinden yüklenilen her bir fotoğraf, video, resim, müzik, metin aslında ilgi görmek istemenin bir yansıması olarak okunabilir. İnsanlar ilgiyi yakalamak için defalarca paylaşım yapmaya devam edebilirler. Sosyal ağ kullanıcıları kabul görme, sevilme ve ilgi görme gibi ihtiyaçlarını dijital alan üzerinden tatmin etme imkânına sahiplerdir; bu doğrultuda insanlar aslında bile isteye kendi profillerinin ve paylaşımlarının gözetlenmesine talip olmaktadır. Bu olgu doğrudan mahremiyet tartışmasını doğurmaktadır. Chayko'nun benliğin sunumuyla ilgili değindiği bir başka şey ise eşitlik ilkesidir; insanlar kendileriyle eşit gördükleri insanlara karşı ilgi gösterdiklerinde aynı şekilde kendileri de ilgi görmeyi beklemektedirler. Bu ilgi kendisinin takip edilmesi, paylaşımlarının beğenilmesi şeklinde ortaya çıkabilir. Örneğin bir kullanıcı üç milyon takipçisi olan bir oyuncunun kendisini takip etmemesi durumunda bunu yadırgamaz çünkü karşısındaki insanın statüsüyle kendisinininkini eşit görmemektedir fakat iş yerinden

bir arkadaşını takip ettiğinde arkadaşı tarafından takip edilmezse bu durum karşısında bozulabilir ve tepkisini çevrimiçi dünyada çevrimdışı dünyaya taşıyabilir.

Benliğin sunumuyla ilgili üzerine tartışılan konulardan birisi sosyal medyada üretilen sahte profiller ya da gerçek profiller üzerinden söylenen yalanlardır; benliğin sunumunda sosyal medyanın gündelik hayat pratiklerinde olduğu kadar güven sağlayıp sağlayamayacağı önemli bir soru işaretidir. Sosyal medyada açılan sahte hesaplar üzerinden sürdürülen ilişkilerde kişilerin kimliklerinin açığa çıkmadığı sürece doğrudan etkilenmeyecekleri bu platform insanların rahatça hareket edebilecekleri bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Uzun H. , 2016). Chayko (2018, s. 62-70) insanların çevrimiçi dünyada kendileri gibi davranma eğiliminde olduklarını düşünmektedir; suçların ve yalanların dijital alanda olduğu gibi gündelik hayatta da var olduğunu ifade eden yazara göre çevrimiçi dünyada yaşanan bu gibi olayları dijitallikle özdeşleştirmek yanlış bir tutumdur. Çevrimiçi ve çevrimdışı dünyanın birbirlerini desteklediklerini söyleyen yazar bu önermesinden hareketle insanların çevrimiçi dünyada çevrimdışında olduğu halini yansıtma eğiliminde bulunduğu işaret etmektedir.

Mevcut konuyla ilgili en önemli tartışmalardan bir diğeri de mahremiyet ve özel hayatın gizliliği kavramları üzerinden sürdürülmektedir. Dijk (2018, s. 256-266) sosyal medyada insanların özel hayatlarıyla ilgili birçok paylaşımda bulunarak kişisel bilgilerini açığa çıkartmak suretiyle özel hayatın gizliliğini görmezden geldiklerini ifade etmektedir. Hollandalı toplumbilimciye göre bu platformlar bilhassa ergenlerin-gençlerin kendi kimliklerinin ne kadar onandığını ve ne kadar güçlü bir kimlik inşa ettiklerini ölçme hususunda önemli ipuçları vermektedir. Dijk kimlik algısının güçlü olup olmadığını test etme dürtüsünün özel hayatın gizliliği dürtüsünden daha baskın geldiğini ifade etmekte ve benliğin sunumunda bu paylaşımların artık hayatımıza girdiğini söylemektedir. Chayko da Dijk gibi ergenlerin ve gençlerin dijital medya kullanımlarını ön plana çıkartarak (2018, s. 132-135) insanların kendi benliklerini daha iyi ifade edebilmeleri için teknolojik aygıtlar üzerinde daha fazla uğraşmakta olduklarını ve bu alanları kişiselleştirme eğiliminde olduklarını söylemektedir. Angela Thomas'ın perspektifinden konuya yaklaşacak olursak gündelik hayattaki güç, popülerlik, cinsellik üzerinden kimliği oluşturma mücadelelerinin dijital alana yansıdığı ifade edilebilir (Chayko, 2018, s. 136). Byung-Chul Han (2017, s. 12-32) günümüzde şeffaflık toplumu adını verdiği olgunun insanların pratiklerine yön verdiğini, şeffaflığın ideolojize edilerek olumlandığını ve şeffaflık adına mahremiyetin aşındığını ifade etmektedir. Chul-Han şeffaflık toplumunda bir şeyin var olmak için sergilenmeye ihtiyaç duyduğundan bahsetmektedir. Şeffaflık toplumunun eksi yönleri üzerine odaklanan yazara göre insanların kendileriyle baş başa kalacakları yani şeffaflığın olmayacağı bir alana ihtiyaçları vardır; Han'ın görüşlerini Goffman'ın kavramsal çerçevesinden hareketle ele alacak olursak bu bahsettiği yere sahne arkası demek mümkündür. Han'ın aslında şeffaflık toplumunun arka sahneyi ön sahneye taşıyarak

mahremiyetle birlikte insanların benliklerini olumsuz yönde etkilendiğine yönelik bir eleştiride bulunduğu söylenebilir.

Sosyal medya profilleri ilkokuldan liseye, üniversiteden iş hayatına, aile bağlarından sosyal aktivite arkadaşlıklarına kadar hayatımızın farklı zaman dilimlerinde ve farklı mekânlarında edindiğimiz birçok arkadaşlığı tek bir arkadaş listesinde buluşturma olanağını tanımaktadır. Bu olgunun bireylerin benlik sunumu açısından olumlu ve olumsuz sonuçları aynı anda doğuracağı varsayılabilir. Olumlu sonuçları üzerine düşünecek olursak örneğin elde ettiği bir başarıyı tüm çevresine duyurmak isteyen bir insanın sosyal medya profilinden paylaşacağı bir fotoğraf ya da metinle bunu aynı anda hem ilkokul arkadaşlarıyla hem de üniversite arkadaşlarıyla paylaşabilmesi mümkündür. Evlenecek olan çiftler her ne kadar basılmış olan davetiye çevrelerine dağıtıyor olsalar da sosyal ağlardan yaptıkları paylaşımlarla bunu tüm çevrelerine hatırlatma olanağını elde edebilirler. Olumlu örnekler daha da çoğaltılabilir fakat olumsuz örneklere düşünülecek olunursa farklı arkadaş gruplarının aynı platformda yer alması durumunun olası bir yanlış anlaşılma ya da çatışma durumuna sahne olabileceği düşünülebilir. Sosyal medya sitelerinde insanlar çevrimdışı olduğu gibi –belki de daha fazlası- kriz durumları yaşayabilirler; birçok kitleden arkadaşı olan insanların paylaştıkları bir gönderinin altına yapılan yorumlar kişiyi zor durumda bırakabilir ya da bu gönderi farklı kitlelerce farklı algılanabilir. Bu duruma bağlam çöküşü denmektedir; bağlam çöküşünde kitlelerin birbirine girmesi ya da parçalanması söz konusudur. Çevrimiçi ortamda farklı kitlelere hitap etmek zordur; insanlar her ne kadar gönderilerini gizleseler bile bir anda hızlıca yayılma riski ve istemedikleri kişilerle gönderilerinin paylaşılması riski her zaman mevcuttur (Chayko, 2018, s. 90-96).

### **Sosyal Medyada Gözetim ve Denetim Olgusu**

Gözetim dediğimiz olgunun devletler, şirketler ya da başka bireyler tarafından gerçekleştiği varsayılabilir. Öncelikle gözetim olgusunu iki açıdan incelemekte fayda vardır; bu doğrultuda gözetimi yatay gözetim ve dikey gözetim olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Yatay gözetim insanların sosyal ağlar aracılığıyla birbirlerinin paylaşımlarını takip edebilmesi anlamını taşırken dikey gözetim devletler ve şirketler gibi güç odaklarının internet kullanıcılarını onların iradesi olmaksızın gözetlemeleri olarak düşünülebilir (Chayko, 2018). Deleuze güvenlik kameralarından sosyal medyaya kadar gözetimin hayatın her alanında yoğunlaşması sonucu gözlemlendiği toplumsal gerçekliği gözetim toplumu kavramıyla açıklamıştır. Gözetim toplumunda gözetim dediğimiz süreç bir ağaç gibi dikey bir panoptikon şeklinde gerçekleşmemektedir; bu toplum modelinde gözetimin bir sarmaşık gibi yatay bir biçimde yayıldığı ifade edilmektedir (Bauman & Lyon, 2018, s. 11-14). İnsanların mahremiyetini koruyan en önemli yerlerden birisi kendi özel alanları olarak gördükleri evleridir; insanlar evlerinin duvarları sayesinde kendilerini diğer insanların gözetimlerinden soyutlayarak mahremiyetlerini koruyabilmektedirler.

Deleuze'ün gözetim toplumu kavramı bağlamında düşünecek olursak evlerdeki bilgisayar, tablet, cep telefonu ve akıllı saat gibi birçok dijital aygıtın duvarları aşarak evlerin içerisinde gözetimi mümkün kıldığını ve bu olgunun bir sarmaşık gibi tüm toplumu sardığını söylemek mümkündür. Sosyal medya profilleri ile gözetim arasında doğrudan bir ilişki kurulabilir; zaman ve mekân mefhumlarını aşan sosyal medya gözetim dediğimiz olguyu her an gerçekleşmesi mümkün bir durum haline getirebilmektedir. Bununla birlikte takipçi kitlesine ve uygulamaya göre gözetim dediğimiz şey uluslararası boyutta da gerçekleşebilmektedir; örneğin Türkiye'den yapılan bir Periscope uygulaması yayını dünyanın herhangi bir ağ bağlantısı olan yerinde aynı anda izlenebilmektedir (Göker, 2016).

Sosyal medyada gözetim ve şirketlerin ticari pratikleri arasındaki ilişki ele alınacak olunursa karşımıza veri madenciliği, kişiselleştirilmiş veri gibi birtakım kavramlar çıkacaktır. Dünyadaki firmalar tüketicilerini yönlendirmek için çeşitli yöntemlere başvurumaktadırlar; sermayesini büyütmek isteyen bu kuruluşlar insanların alacağı kararları kapitalist sistem içerisinde tesadüflere bırakmamaktadırlar (Ritzer, 2016, s. 59-63). Sosyal ağlar ayakta kalabilmek ve büyüebilmek için reklamlara ihtiyaç duymaktadır; tam da bu noktada reklam alabilmek adına kullanıcılarının verilerini işleyerek şirketlere satmakta ve buradan ekonomik bir gelir kaynağı elde etmektedirler. Gözetim burada örtük bir şekilde gerçekleşmektedir; birçok sosyal ağ kullanıcısı bu tip sitelere üye olurken uzun-karmaşık metinleri onaylayıp geçmektedirler fakat içerisindeki veri madenciliğini onaylayan maddelere dikkat etmemektedirler. Veri madenciliği aracılığıyla çevrimiçi ayak izleri kategorize edilerek her bir kullanıcının olası etkileeneceği ürünler belirlenir ve bu ürünler sosyal medya sitelerinde karşılına reklam olarak çıkartılır. Google gibi şirketler kazancının neredeyse tamamını bu kişiselleştirilmiş reklamlar üzerinden kazanmaktadır; buradaki temel amaç bu yazılımların kullanılması üzerinden reklam modeli oluşturmak ve aldığı reklamı kullanıcınsa sunabilmektir (Chayko, 2018, s. 80-97; Dijk, 2018, s. 122-133). Bu reklamların her ne kadar kişiye özel tasarlandığı düşünülse de aslında sistemin büyük verilerden elde ettiği sonuçlardan hareketle bireylerin benzer eğilimlerini kategorize ederek bu kişiselleştirilmiş reklamları tasarladığı unutulmamalıdır (Bauman & Lyon, 2018, s. 85-89). Yapılan araştırmalara göre şirketlerin internet üzerinden müşterilerine ulaşmaya çalıştıkları reklam oranları her geçen yıl artmaktadır (Castells, 2016, s. 115-117). Türkiye'de ve Avrupa'da yapılan çalışmalara bakıldığında da televizyonların reklam pastasından aldıkları payın düştüğü, dijital medyanın bu paydan aldığı oranı arttırdığı görülmektedir (euronews, 2019; webrazzi, 2019).

Şirketlerin dışında sosyal medyada gözetimi dikey olarak gerçekleştiren bir diğer güç odağı ise devletlerdir. Devletlerin ağlar üzerindeki hâkimiyetlerini arttırarak sosyal denetimi merkezileştirdikleri ve insanlara daha kolay yön verme imkânlarına sahip oldukları söylenebilir (Dijk, 2018, s. 148, 149). Lyon (2018, s. 22-25) Foucault'nun katı modernite ile özdeşleştiği panoptikon kavramının günümüz

dünyasını açıklamakta yeterli olamayacağını belirterek panoptikon sonrası bir dönemde olduğumuzu, artık geçmiş dönemdeki gardiyanların günümüzde görünmez hale geldiğini söylemektedir. Ona göre iktidar elektronik sinyal hızıyla hareket edebilmekte ve insanların gönüllü katıldıkları gözetimle birlikte iktidar odakları işlerine yarayan toplumsal sınıflandırma kategorilerine kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Bauman da (2018) gözetime ilişkin ulus devlet faktörünün altını çizmektedir; artık ülkelerin güvenlikleri sadece coğrafi sınırlarda askerlerin nöbet tutmasıyla sağlanamamaktadır. Ülke güvenlikleri sanal dünyada da gözetilmesi gereken bir olgu haline gelmiştir; bu bağlamda sosyal mecralar devletlerin gözetimi altındadır. Eskiden yöneticilerin büyük eforlar sarf ederek gerçekleştirdikleri gözetim bugün pasif olan özenin yeniden özneleştirilmesi adı altında kontrol görevinin yönetilenlere paylaşılmasıyla daha kolay bir hale gelmiştir (Bauman & Lyon, 2018, s. 83-89). Hükümetler mikro devreler aracılığıyla her an peşinde oldukları insanların nerede olduklarını takip etme olanağını yakalamaktadırlar. Bu gözetim kimi zaman tahakkümün bir aracı olabilirken kimi zaman da zorda kalmış bir insanı kurtarmanın aracı olarak da karşımıza çıkabilir (Chayko, 2018, s. 88-94). Fakat her halükârda devletin sosyal medya üzerinden insanları gözetiminde mahremiyet tartışması önemli bir başlık olarak kendisini göstermektedir; devletin dijital dünyada yer alan bilgilerimize hangi koşullarda ne kadarına erişim sağlayacağı önemli bir soru işaretidir. Bu konu bir sonraki sosyal medya ve risk ilişkisinin tartışıldığı bölümde detaylıca tartışılacaktır.

Bu tartışmadan çıkarılan sonuç internette elde edilen bilgilerin tamamının her an bireyler, örgütler ve hükümetler tarafından gözetlenebileceği ve denetim altında tutulabileceğidir. Sosyal medya siteleri de zaten özellikle insanların başkaları tarafından görülmeleri, gözetlenmeleri ve gözetlemeleri için tasarlanmıştır (Chayko, 2018, s. 88-93). Peki, burada soracağımız bir diğer soru insanlar yoğun bir biçimde gözetlendikleri bu platformlarda kendileriyle ilgili bilgileri zorla mı paylaşmaktadır? Literatüre bakıldığında bu soruya verilen ağırlıklı cevap gözetimin sosyal medya kullanıcıları tarafından gönüllü bir şekilde gerçekleştiği yönündedir. Sosyolojinin dijitallik üzerine daha fazla eğilmesi gerektiğini savunan Lyon ve Bauman (2018) yeni gözetim biçiminin eskisi gibi baskıya dayalı değil eğlenceye ve tüketime dayalı olarak gerçekleştiğini, dolayısıyla insanların gözetim sürecine gönüllü bir biçimde katıldıklarını söylemektedirler. İnsanlar kendilerine sunulan sosyal ödüller karşısında kendi özgürlüklerini göz ardı etmekte ve kendi mahrem dünyalarını da aşındırarak gözetime bile isteye katılmaktadırlar; toplumsal gözetimin ve toplumsal sınıflandırmanın sağlanmasında toplum ile bilgiyi toplayan güç odakları arasında örtük bir işbirliği olduğu söylenebilir. Paylaşım yapmanın verdiği hazlar yeni nesil panoptikonun insanlara herhangi bir dayatma olmaksızın gerçekleşmesini de sağlamaktadır; Bauman ve Lyon paylaşım ile tüketime cezbedilen insanın gönüllü bir kölelik durumu yaşadıklarını düşünmektedirler. Özetle artık gözetim için gözetilenler değil gözetilenler efor sarf etmektedir.

Chayko'ya (2018, s. 88-93) göre de insanlar gözetim sürecine gönüllü bir şekilde katılmaktadırlar; gözetim süreçlerine olumsuz bir anlam yüklemeyen teorisyenin bu düşüncesini makalenin daha önceki bölümünde bahsedilen sosyal ilgi kavramıyla birlikte düşünmek anlamlı olacaktır. Denetimin gönüllülüğüne ilişkin en ciddi eleştirilerden birini de Chul Han yapmıştır. Güney Koreli düşünür sınırsız özgürlüğün ve iletişimin beraberinde getirdiği şeffaflığın bir kontrol-gözetim toplumu oluşturduğunu ifade etmektedir; bu doğrultuda her şeyin paylaşıldığı dijital platformlar Foucault'nun kavramsallaştırmasından mülhem bir dijital panoptikona dönüşmektedir. Bu dijital panoptikonda geleneksel dönemdeki gibi insanların arasına örülmüş kalın duvarlar ve sessizlik kuralları yoktur; aksine burada insanlar dijital panoptikona aktif bir şekilde özgürlüğünün bir gereği olduğunu düşünerek katılırlar. İnsanlar dış baskılarla değil iç ihtiyaçlarla paylaşımlarda bulunurlar; mahrem olan burada vitrinde sergilenebilir. Chul Han bu bağlamda şeffaflığın ideolojize edildiğini ve tüm toplum tarafından uygulandığında şiddete yol açtığını öne sürmektedir (Han, 2017, s. 1-17).

Gözetleme tartışmalarında yer alan bir diğer önemli kavram ise Mathiesen tarafından üretilen sinoptikondur. Aynı *The Truman Show* (1998) filmindeki gibi büyük bir çoğunluğun ekranlar aracılığıyla küçük bir azınlığı izlemesi olarak zihnimize canlandırabileceğimiz sinoptikon kavramsallaştırması esasında büyük kitlelerin internet ve televizyonlar aracılığıyla günlük takip ettikleri çeşitli televizyon programlarını, sosyal medya yayınlarını ifade etmektedir. İnsanlar gönüllü bir biçimde bu programları düzenli olarak izlemekte ve yaşamlarının bir parçası haline getirmektedirler. 21. Yüzyılda teknolojinin ve sosyal medyanın sunduğu imkanlarla insanların her an birbirlerini dijital ortamlar aracılığıyla takip edebilmesi, izlemesi olgusu ise omniptikon kavramıyla ifade edilmiştir. İlk defa Jeffrey Rosen tarafından kullanılan bu kavram esasında insanların kendi rızalarıyla yaşamlarının her anını sosyal medya mecraları aracılığıyla gözetlenmeye açık hale gelmesine işaret etmektedir (Okmeydan, 2017).

### **Sosyal Medya ve Dijital Dünyadaki Riskler**

Makale kapsamında son tartışılacak konu ise sosyal medya ve dijital dünyadaki risklerdir; bu bölümde Ulrich Beck'in risk toplumu kavramı referans alınarak sosyal medyadaki olası riskler üzerine tartışma yürütülecektir. Sözlükte risk kelimesinin karşılığı zarara uğrama tehlikesidir (TDK, 2019). Beck'e göre modernleşme ile birlikte tehlikeler ve potansiyeller daha önce görülmediği kadar artmıştır; ileri modernleşme beraberinde bazı yeni riskleri üretmiştir ve modernleşmenin ilk başlarda refah uğruna göze alınan yan etkileri artık sorgulanır hale gelmiştir. Risk kavramı her ne kadar modern dönemin bir icadı olmasa da geleneksel dönem ile modern dönem arasındaki en önemli ayrımlardan birisini oluşturmaktadır; Beck'e göre modern dönemin en ayırıcı özelliği risk olgusudur. Risk sözcüğü de zaman içerisinde bir değişim yaşamıştır; artık kişisel risklerden

ziyade dünyanın geleceğini etkileyecek küresel riskler sosyolojik bağlamda bu kavramın içini doldurmaktadır. Küresel risklerden hiçbir toplum azade değildir; komşu ülkelerden birinde gerçekleşen bir risk gelip bizim kapımızı da çalabilmektedir (Beck, 2011, s. 21-32). Beck'in risk analizini sosyal medya ve dijitallik üzerinden de okumak mümkündür. Sosyal medya kullanıcıları Beck'in tanımlamış olduğu risklerde olduğu gibi görmedikleri, kestiremedikleri birçok tehlikeyle iç içe yaşamaktadırlar.

İlk olarak devletlerin karşı karşıya kaldıkları riskler üzerinden bir tartışma yürütecek olursak ulus devletlerin dijital dünyada çeşitli tehlikelerle karşı karşıya olduğu söylenebilir. Beck'in bahsettiği ulus aşırı riskler sosyal dünyada da karşımıza çıkmaktadır. Gözetimin artmasında ve meşrulaşmasındaki en önemli gerekçelerden birisi güvenlik sorunudur; güvenlik sorunu artık sadece çevrimdışı dünyanın değil aynı zamanda çevrimiçi dünyanın da bir sorunu haline gelmiştir. Sanal dünyada gerçekleşen güvenlik sorunları ulus devletlerin gücünü aşmakta ve devletleri bir acziyet içerisinde bırakabilmektedir (Bauman & Lyon, 2018, s. 109-133). Bu olguya verilebilecek en iyi örneklerden birinin Wikileaks belgeleri olduğu söylenebilir. Birden çok yöneticisi olan Wikileaks adlı internet örgütünün kamuoyunda en fazla görünür yüzü Assange adlı gazeteci olmuştur. Avustralyalı bir gazeteci ve bilgisayar teknisyeni olan Assange ve arkadaşları dünyanın çeşitli yerlerindeki katılımcılarından gelen ulus devletlere ilişkin bilgileri kendi yerel kaynaklarını da devreye sokarak teyit ettirmek suretiyle internet ortamında yayınlamışlardır. Bu harekete karşı ulus devletlerin büyük yaptırımlarıyla karşı karşıya kalan Assange her ne kadar Londra'da Ekvador'un büyükelçiliğine sığınmış olsa da bu ülkenin siyasal konjonktürünü değişmesiyle birlikte 2019 yılında siyasal sığınmacılığı iptal edilmiş ve tutuklanmıştır (BBC, 2019; Castells, 2016, s. 12, 13). Assange'ın devletlerin sahne arkasına ilişkin sırlarını sosyal medya aracılığıyla sahne önüne çıkarması bu belgelerden etkilenen ulus devletleri ya da hükümetleri ciddi anlamda rahatsız etmiştir.

Ağlar kullanıcılarının diğer insanlara iletişim kurma imkânlarını kolaylaştırırken diğer taraftan diğer kişiler tarafından kendi ağlarına girilme riskini açığa çıkarmaktadır; dolayısıyla olumsuzluklarla karşılaşma riskimiz de artmaktadır. Ülkeler arası güç savaşlarında da dijital ağlar yerini almıştır. Artık birçok ülke kendi menfaatleriyle çatışan ülkelere zarar verebilmek için ya da kendisine yönelik sanal ortamda yapılan saldırıları önleyebilmek adına dijital alanda kendisini geliştirmiş teknisyenleri devlet bünyesinde tutmakta ve istihbarat faaliyetleri yürütmektedir. Ulus devletler güvenlikleri ve bürokratik işleriyle ilgili birçok veriyi dijital dünyaya taşımaktadır; bu noktada dijital dünyadaki veri güvenliği de ulusal güvenliğin bir parçası haline gelmektedir. Ülkeler arasında yaşanan veri casusluğunun sistematik bir saldırıya dönüşmesi haline ağ savaşı adı verilmektedir. Ağ savaşları ülkeler arasında devletlerin istihbarat teşkilatlarının birbirlerine yönelik yaptıkları casusluk faaliyetleridir. Siber savaş olarak da bilinen bu savaşlara dijital dünyanın önemini



arttırmasıyla birlikte ülkeler yatırımlarını arttırmaktadırlar. Ülkeler arasındaki siber savaşların kanıtlanması zor olduğu için bu savaşların yaptırımlarıyla ilgili tartışmalar da havada kalmaktadır; Kuzey Kore ve ABD arasındaki teknolojik savaşlar son yıllarda en çok gündeme gelen ağ savaşlarıdır (Dijk, 2018, s. 142-147).

Dijital dünyada devletler risk altında olduğu kadar sosyal medya kullanıcıları olan bireyler de aynı şekilde dijital dünyada çeşitli risklerle karşı karşıyadır; bu risklerden en önemlisi kendi kişisel verilerinin güvenliğine ilişkindir. Mahremiyet alanımızı oluşturan duvarları aşarak hayatımızın her anında kullandığımız ve kişisel verilerimizi sakladığımız teknolojik aygıtlar olası siber saldırılar sonrası hacklenme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Verilerin internet ortamında depolandığı bulut bilişim sisteminde bahsedilen risklerle karşılaşma olasılığının daha da arttığı söylenebilir (Chayko, 2018, s. 39). Örneğin kullanıcı verilerini büyük ölçüde bulut bilişim yöntemi üzerinden depolayan Apple firması 2014 yılında hacklenmiş ve dünya kamuoyunda tanınırlığı olan birçok sanatçının Goffman'ın teorisi bağlamında sahne arkası diyebileceğimiz çıplak fotoğrafları sosyal medyaya sızdırılmıştır (TRT, 2014). Yüzyüze iletişimler büyük ölçüde gizli tutulabilirken dijital ortamdaki iletişimler kayıt altına alınmakta ve üçüncü şahısların eline geçebilmektedir. Bunun yanı sıra ağa bağlı olmayan bilgisayarlarda yer alan teknolojiler de bu bilgilere ulaşabilmenin önünü açmaktadır. Üstelik hukuk sistemi ağlardaki bu riskleri engelleme noktasında yetersiz kalmaktadır. Teknolojiyle ilgili kanunları revize etme ve uygulamada ciddi sorunlar yaşanmaktadır; yeni medyadaki hukukun ihlaliyle ilgili suç algısının rölatifliği, dijital ortamdaki suçların ispatlanmasının zorluğu ve ulus aşırı suçlarda yasal takibin önündeki engeller bu gibi riskleri önlemede büyük dezavantajlar oluşturmaktadır (Dijk, 2018, s. 132-196).

Beck modern dönemde her şeyin birer tehlikeye dönüşmesiyle birlikte insanların bu tehlikeleri düşünmek istemediklerini ve bir süre sonra durumu kabullenerek ekolojik bir kaderciliğe teslim olduklarını savunmaktadır (Beck, 2011, s. 49-52). Beck'in ekolojik kaderciliğini sosyal medya üzerinden de düşünmek mümkündür. Dijital dünyadaki verilerimiz bilhassa ağ bağlantılarında saniyeler içerisinde üçüncü tekil şahıslar tarafından ele geçirilebilir; bu görünmez riskler karşısında durumu kabullenen insanların dijital bir kaderciliğe teslim olduklarını söylemek mümkündür. Gözetim ve denetim olgusu ile riskler arasında ilişki kurulacak olunursa insanlar bıraktıkları dijital ayak izleriyle gözetlenmeyi mümkün kılmaktadırlar. Gözetlenme dijital alanın adeta doğasında vardır ve bununla mücadele eden insan baştan kaybedeceği bir savaşa giren asker gibidir (Chayko, 2018). Dolayısıyla sosyal ağlarda göremediğimiz, kişisel verilerimizi tehlike altına sokacak, haksızlığa uğramamız durumunda hukuken yaptırımı meşakkatli olan risklerle birlikte yaşamaktayız.

## **SONUÇ**

Bilhassa 20 ve 21. yüzyıllarda gelişen teknolojiyle birlikte dijital dünyadaki içerikler gelişerek çeşitlenmiş ve sosyal medya uygulamaları insanların hizmetine sunulmuştur. Dünyanın dört bir yanında milyarlarca insanı birbirine bağlayan sosyal medyanın her geçen yıl kullanıcı sayısı artmakta ve kullanıcıların bu platformlarda açtıkları profiller hayatlarının birer parçası haline gelmektedir. Dijital dünya içerisinde insanların en çok rağbet ettiği sosyal medya uygulamaları insanların mütemadiyen birbirleriyle etkileşim içerisinde bulunabilecekleri bir süper bağlantılılık durumunu doğurmuştur (BoxOffice, 2019; Chayko, 2018). Sosyal medya ağlarının hızla yayılmasının arkasında bir taraftan teknolojik imkânların hızla gelişmesi yatarken diğer taraftan Dijk'ın (2018) ağların dışsallığı kanunu adını verdiği olgu yer almaktadır. Bu doğrultuda bir toplum içerisinde ne kadar çok insan bir sosyal ağa üye olursa geriye kalan insanlar da sosyal dışlanma yaşamamak adına bu ağlara katılma ihtiyacı hissedeceklerdir. Teorisyenler yaşamlarımızda önemli bir yer edinmiş olsan sosyal medyanın gündelik hayattaki ilişkilerimizin yerini alıp alamayacağı ile bu dijital mecraların doğurduğu olumlu ve olumsuz sonuçlar üzerine bir tartışma yürütmüşlerdir.

Çevrimiçi dünyanın çevrimdışıdaki ilişkilerin yerini alıp alamayacağına ilişkin tartışmada Bauman (2018) bu mecranın sağladığı rahatça davranma potansiyelinden dolayı dijital dünyadaki ilişkilerin gündelik hayattaki ilişkilerin yerini alabileceğine işaret ederken, Chayko (2018) ve Jan Van Dijk (2018) bu iki mecranın birbirini desteklediğini vurgulamışlardır. Chayko'nun söz konusu meselede dijital dünyanın avantajlarını bir adım daha ön plana çıkarttığını söylemek mümkündür. Bu tartışma bağlamında çevrimiçi ve çevrimdışı dünyanın birbirlerinin alternatifleri olarak görülmek yerine birbirlerini destekleyen, besleyen ve birbiriyle ilişkili olan alanlar olarak görülmeleri daha makul görülmektedir. Netice itibariyle insanların gündelik hayatlarındaki arkadaşlık ilişkileri sosyal medya profillerine yansımakta, sosyal medya üzerinden edinilen arkadaşlıklar da gündelik hayattaki arkadaşlıklara dönüşebilmektedir; bu doğrultuda sosyal medyanın ve gündelik hayatın birbirini desteklediği ve beslediği söylenebilir.

Dijital dünyadaki ağların olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin tartışmada ise Bauman (2018) ve Byung-Chul Han (2017) gibi isimlerin bilhassa mahremiyetin aşınması ve gözetimin yoğunlaşması gibi sonuçlar üzerinden sosyal ağların olumsuz yönleri üzerine odaklandıkları görülmektedir. Bauman sosyal ağlara yönelik eleştirisinde daha çok iktidar odaklarının gözetiminin doğrudan kullanıcılar tarafından kolaylaştırılmasının altını çizirken Chul Han ise daha felsefi bir perspektif ile mahremiyetin aşınmasının insanlar için doğuracağı olumsuz sonuçlar üzerine eğilmiştir. Chayko (2018) bu iki düşünürden farklı olarak sosyalleşme olanaklarını arttırması, insanlara birçok alanda işlevsel olarak yeni kapılar açmasını delil göstererek olumlu taraflar üzerine odaklanmıştır. Van Dijk (2018) ise sosyal medyanın olumlu ve olumsuz sonuçları aynı anda ürettiğini söyleyerek her iki sonuca da değinmiştir. Çoğu araştırmacı tarafından benliğimizin bir parçası haline

geldiği ifade edilen sosyal medya dijital alanın dışında hayatın her anında olabileceği gibi pozitif ve negatif çıktılara sahiptir; konuya bu açıdan yaklaşacak olursak sosyal medyanın insan yaşamına etkisini yalnızca pozitif ya da yalnızca negatif bir perspektiften anlatmaya çalışmanın gerçeklikle uyumlayacağı açıktır.

Sosyal medya kullanıcılarının pratiklerini Goffman'ın 1956 yılında yayınladığı benlik sunumu teorisi çerçevesinden yeniden okumak mümkündür; insanlar aynı gündelik hayat pratiklerinde gerçekleştirdikleri gibi sosyal medyada da rol yapmakta ve çevrelerinde inşa ettikleri kişilik algılarına uygun performanslar sergilemektedirler. Günümüzde milyarlarca insanın kullandığı sosyal medya profillerinin benlik sunumunda sahnelenen performansların oyun seti olduğunu düşünmek mümkündür; dijital dünyadaki benlik sunumu sosyal ağları aktif kullanan insanların yaşamında önemli bir yer tutmaktadır. Çevrimiçi dünya ve çevrimdışı dünya birbirlerinden bağımsız şeyler değildir (Chayko, 2018); çevrimiçi profilleri oluşturan bireyler doğrudan çevrimdışı sahneledikleri kişiliklerinden beslenmektedirler. Bu doğrultuda sosyal ağlardaki benlik sunumunun ağırlıklı olarak kişilerin gündelik hayattaki benlik sunumu ile örtüştüğü söylenebilir. Sosyal medya profilimizdeki kişisel bilgilerimizden paylaşım yaptığımız müziğe kadar metin, görüntü, ses içeren her türlü materyal sosyal medyadaki benlik sunumumuzun bir parçası olabilir. İnsanlar sosyal ağlardaki profil fotoğraflarındaki kıyafet tercihinden yapılan paylaşımdaki yorumlara kadar sosyal ağ kullanıcıları hakkında izlenim elde edebilmektedirler. Çevrimdışı dünyadaki benlik sunumuyla çevrimiçi dünyadaki benlik sunumu kıyaslanacak olunursa dijital dünyada paylaşılan materyallerin önceden düzenlenmesi, istenilen formata rahatça getirilmesi gibi birtakım avantajları olduğu için sosyal medyadaki benlik sunumunun istenilen performansı sergileyerek arzu edilen algıyı oluşturmak noktasında insanlar için birtakım avantajlarından söz etmek mümkündür. Fakat farklı arkadaş gruplarının aynı sosyal ağ listesinde yer aldığı bu dijital dünyada yapılan bir paylaşım her insanda aynı çağrışımları oluşturmayabilir; sözgelimi yüklediğimiz mizahi bir içeriğe ilkokul öğretmenimiz, üniversite arkadaşımız ve iş arkadaşımız tarafından farklı anlamlar yüklenebilir. Tam da burada sosyal ağlarda karşımıza bağlam çöküşü dediğimiz faktör çıkmakta ve sosyal ağ kullanıcılarının işini zorlaştırmaktadır (Chayko, 2018).

İnsanların benlik sunumlarını sosyal medyaya yoğun bir şekilde taşımalarının arkasındaki sebepler nelerdir? Bauman (2018) bu soruya sosyal ödül kavramını verirken Chayko (2018) ilgi arayışı yanıtını vermektedir. İnsanlar dijital dünyada iş arayışından ortak yönlerinin olduğu arkadaşlık bağı kurmaya, flörtleşme çabalarından yeni sosyal aktiviteler edinmeye kadar birçok imkâna kolayca ve hızlıca tek bir tuşla ya da dokunmatik ekrana temas etmekle erişebilmektedir. Sosyal ağlar üzerinden bu ve buna benzer ödülleri toplayıp çevrimdışı dünyaya taşımayı hedefleyen birçok sosyal ağ kullanıcısı için bu mecraların cazip bir yer haline geldiği söylenebilir. Aynı şekilde insanlar tarafından ilgi görmek, beğenilmek isteyen birçok kişi de sosyal medya uygulamalarını aktif bir şekilde kullanmaktadır. İlgi görme

arayışında olan kullanıcılar yükledikleri fotoğrafların ve gönderilerin beğenilmesi, arkadaş sayısının artması gibi beklentiler içerisinde yaşamakta ve sosyal medyayı hayatının bir parçası haline getirmektedirler. Bu paylaşımlarla ilgili olarak doğan bir başka tartışma ise mahremiyetin sosyal medya aracılığıyla yaşadığı değişime ilişkindir. Dijk (2018) bilhassa gençlerin sosyal ağlarda kendi kimliklerinin ne kadar kabul görüp görmediğini test ettiklerini ifade etmektedir; bu meraklı arayış onların paylaşımlarında mahremiyetin aşınmasını göz ardı edebilmelerine sebebiyet verebilmektedir. Byung-Chul Han (2017) ise şeffaflık terörü kavramıyla doğrudan çağımızda mahremiyetin aşınması anlamını taşıyan şeffaflığın ideolojize ve idealize edilerek aynı Dijk'in ağ kanunlarında olduğu gibi toplumda yayıldıkça diğer insanları da içine sürükleyen bir gerçeklik olduğundan bahsetmektedir. Han, Goffman'ın sahne arkası kavramına yakın bir görüşün altını çizerek sosyal ağlardaki mahremiyet aşınmasına karşı çıkmış ve insanların kendileriyle baş başa kalacakları bir sosyal gerçekliğin daha olumlu sonuçlar doğuracağını savunmuştur. Dolayısıyla sosyal medyayla ilgili benliğin sunumu tartışmalarının bir şekilde Goffman'ın sahne öny ve sahne arkası tanımlamalarıyla ilişkili olduğu söylenebilir.

Bu makale kapsamında ele alınan dijital dünya ve sosyal medyayla ilgili öne çıkan üçüncü tartışma dijital dünyadaki gözetim ve denetim olgusudur. Gözetim olgusu Chayko'nun (2018) ifade ettiği gibi bir taraftan yatay bir biçimde aynı sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi insanların birbirlerini takip etmeleri şeklinde gerçekleşirken diğer taraftan devletlerin ve şirketlerin inisiyatifiyle dikey bir biçimde gerçekleşmektedir. Gözetim tartışmaları denildiğinde akla Foucault'nun Bentham'dan mülhem ortaya koyduğu panoptikon kavramı ve George Orwell'in kaleme aldığı meşhur distopyası 1984 adlı roman gelmektedir; günümüzde klasik panoptikondan ziyade dijital panoptikonların varlıklarından söz edilebilir (Han, 2017). Dükkânlardaki güvenlik kameralarından otoyollardaki mobese kameralarına, sosyal medyadaki 7-24 bağlantılılık durumu sayesinde mütemadiyen ulaşabildiğimiz paylaşımlardan dijital dünyadaki bilgilerimizin her an şirketler tarafından veri madenciliği ile işlenmesine kadar hayatımızın her bir anında gözetim gerçekleşmektedir; Deleuze bu olgu karşısında çağımızda toplumların birer gözetim toplumu haline geldiğini savunmaktadır (Bauman & Lyon, 2018). Devletler-hükümetler iktidarlarını sağlamlaştırmak için dijital dünyadaki gözetime daha fazla başvurmakta, şirketler reklam gelirlerini arttırıp potansiyel müşterilerine ulaşabilmek için sosyal medya sitelerinden kullanıcı bilgilerini satın almakta ve sosyal medya profillerimizdeki arkadaş listeleri ya da takipçiler paylaşımlarımızı anında takip edebilmektedirler. Buradaki en temel problem gözetimin muhtevasına ilişkindir; gözetim eskisi gibi baskıyla değil sosyal medya dünyasının kullanıcılarının gönüllü katılımıyla gerçekleşmektedir. Bu gönüllüğün arkasında daha önce de ifade edildiği gibi sosyal ödül ve ilgi arayışını bulmak mümkündür. Bauman ve Lyon (2018) günümüzde eskisi gibi yönetenlerin değil yönetilenlerin kendileri hakkında bilgi paylaşmak için çaba sarf ettiklerini söyleyerek mevcut durumun bir gönüllü kölelik hali olduğunu ifade etmektedirler.

Son olarak dijital dünyadaki risklere değinilecek olunursa Ulrich Beck'in (2011) modern dönemin üretmiş olduğu risklerle ilgili analizini dijitallik tartışmalarına taşıyarak sosyal dünya üzerinden yeniden okumak ve bu ikisi arasında ilişkiler kurmak mümkündür. Dijital dünya ve sosyal medya her yeni gelen teknolojiye olduğu gibi beraberinde yeni riskleri getirmiştir. Tekil şahıslar, şirketler ve devletler çeşitli risklerle karşı karşıya kalmaktadır; insanların kişisel verileri, şirketlerin ticari bilgileri, devletlerin savunma sırları sanal dünyada başka kişilerce, şirketlerce veya devletlerce ele geçirilme tehlikesi altındadır. Sanal ayak izlerinin kaybolmadığı bu dijital dünyada veri güvenliğine ilişkin risklerden hiçbir kişi, şirket ya da devlet muaf değildir; her biri söz konusu tehlikelerle karşı karşıyadır. Bu risklerin yaptırımlarıyla ilgili de büyük belirsizlikler söz konusudur; hukukun dijital dünyadaki tehlikeleri cezalandırma konusunda yetersiz kaldığı ifade edilebilir (Dijk, 2018). Son bir değerlendirme yapılacak olunursa dijital dünyadaki dijital dünyadaki sosyal medya ağlarının, benlik sunumunun, gözetim-denetim olgusunun ve risklerin birbirlerine etkileri olan çok katmanlı birer gerçekliği oluşturdukları söylenebilir. Toplumsal hayatta etkili olan olguların dijital dünyada da etkili olduğu görülmekle birlikte toplumsal yaşamda yüz yüze etkileşim pratikleri ile dijital dünya pratiklerinin iç içe geçtiği söylenebilir.

#### **KAYNAKÇA**

Algül, A. (2018). Sosyal ağ kullanıcılarının abartılı paylaşım, benlik sunumu ve mahremiyet tüketimleri. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 21-44.

Bauman, Z., & Lyon, D. (2018). *Akışkan gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BBC. (2019, 04 11). *Julian Assange kimdir?: WikiLeaks'in kurucusu Londra'da çıkarıldığı mahkemece tutuklandı*. 06 7, 2019 tarihinde BBC News: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-47893883> adresinden alındı

Beck, U. (2011). *Risk toplumu - Başka bir modernliğe doğru*. İstanbul: İthaki Yayınları.

BoxOffice. (2019, 6 5). *Yıllık*. 6 5, 2019 tarihinde Box Office: <https://boxofficeturkiye.com/yillik/?yil=2018&yilop=tum> adresinden alındı

Castells, M. (2016). *İletişim gücü*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Chayko, M. (2018). *Süper bağlantılı: İnternet, dijital Medya, tekno-sosyal hayat*. İstanbul: Der Yayınları.

Çakmak, V. (2018). Online benlik sunumu ve narsisizm arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Online Academic Journal of Information Technology*, 137-152.

Çakmak, V., & Baş, Ü. (2017). Benlik sunum aracı olarak Instagram kullanımı: Öğrenciler üzerinde nitel bir araştırma. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 96-119.

Deleuze, 2., akt, & Lyon, 2. (tarih yok).

Dijilopedi. (2019, 6 2). *2019 İnternet kullanımı ve sosyal medya İstatistikleri*. 6 2, 2019 tarihinde Dijilopedi: <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> adresinden alındı

Dijk, J. V. (2018). *Ağ toplumu*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

euronews. (2019, 01 11). *AB’de artık reklam pastası TV’ye değil, internete gidiyor*. 06 08, 2019 tarihinde euronews: <https://tr.euronews.com/2019/01/11/ab-de-artik-reklam-pastasi-tv-ye-degil-internete-gidiyor> adresinden alındı

Göker, G. (2016). Bir gözetim aracı olarak Periscope. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 969-992.

Goffman, E. (2016). *Günlük yaşamda benliğin sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.

Han, B.-C. (2017). *Şeffaflık toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Okmeydan, S. B. (2017). Postmodern kültürde gözetim toplumunun dönüşümü: ‘Panoptikon’ dan ‘sinoptikon’ ve ‘omniptikon’a. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 45-69.

ogretmenlericin.com. (2018, 01 13). *Okullarda kurulan WhatsApp grupları ile öğretmenlere talimat verilemez*. 6 2019, 8 tarihinde ogretmenlericin.com: <https://www.ogretmenlericin.com/meb/meb-personel/okullarda-kurulan-whatsapp-gruplari-ile-ogretmenlere-talimat-verilemez-25695.html> adresinden alındı

Özdemir, Z. (2015). Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: Özçekim kullanımı. *Maltepe Üniversitesi · İletişim Fakültesi Dergisi*, 112-131.

Ritzer, G. (2016). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

TDK. (2019, 1 6). *Türk*. 1 6, 2019 tarihinde Türk Dil Kurumu: <http://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı

TRT. (2014, 9 3). *Apple iCloud'un hacklenmesiyle ilgili açıklama yaptı*. 6 4, 2019 tarihinde Trt Haber: <https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/apple-icloudun-hacklenmesiyle-igili-aciklama-yapti-142780.html> adresinden alındı

Uçar, F. (2016). Facebook'taki benlik sunumu ve toplumsal cinsiyet rolleri. *Research Gate*, 311-338.

Uzun, H. (2016). Sosyal medyanın bilgi kalitesine etkisi: Sahte hesaplar. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-31.

Uzun, K., & Uluçay, D. M. (2017). İş ortamında WhatsApp kullanımı ve kesintiye uğrama. *Dergipark*, 221-225.

Vural, B. A., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 3348-3382.

We Are Social. (2021, 12). *Special report, Digital 2021*. We Are Social: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> adresinden alındı

webrazzi. (2019, 3 29). *Türkiye 2018 medya ve reklam yatırımları raporu: Dijital yüzde 15 büyürken, TV aynı, Basın ise küçülüyor*. 6 8, 2019 tarihinde webrazzi: <https://webrazzi.com/2019/03/29/turkiye-2018-medya-ve-reklam-yatirimlari-raporu-dijital-yuzde-15-buyurken-tv-ayni-basin-ise-kuculuyor/> adresinden alındı

WebTekno. (2018, 6 7). *YouTube'da 2 Milyar İzlenme Barajını Aşmış, Tüm Zamanların En Çok İzlenen 21 Videosu*. 6 2019, 8 tarihinde WebTekno: <https://www.webtekno.com/youtube-da-2-milyar-izlenme-barajini-asmis-tum-zamanlarin-en-cok-izlenen-21-videosu-h41232.html> adresinden alındı