T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

DİJİTAL KARNAVAL ORTAMI OLARAK SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARINDA MAHREMİYET ALGISI

Mustafa BÖYÜK

2502200148

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL

İSTANBUL – 2024

ÖZ

DİJİTAL KARNAVAL ORTAMI OLARAK SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARINDA MAHREMİYET ALGISI

MUSTAFA BÖYÜK

Geleneksel yollarla iletişim sürecinin gerçekleştiği ve sözlü kültürün etkin olduğu geçmiş dönemlerde birbirinden farklı insan toplulukları, alternatif bir iletişim ortamı oluşturmak için karnavallarda bir araya gelmiştir. Dilbilimci Mikhail Bakhtin, söz konusu alternatif iletişim ortamını tasvir etmek için karnavalları inceleyerek karnavalesk kuramını geliştirmiştir. Bakhtin'in ortaya attığı kuram, ilk olarak edebiyat alanında yapılan dil çalışmalarında ele alınırken, zamanla iletişim ve kültür çalışmalarına uyarlanmıştır.

Sosyal medyada yer alan içerikler ilk olarak nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile incelendikten sonra ikinci aşamada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi kullanılarak dijital karnaval ortamı olarak sosyal medyada yer alan kullanıcıların mahremiyet algılarının tespiti yapılmıştır.

Günümüz popüler sosyal paylaşım ağları Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok ve Twitter (X) üzerinden yapılan karnavalesk paylaşımlar nitel araştırma yöntemlerinden içerik analiziyle incelenmiştir. İçerik analizi, karnavalesk kuramın unsurları olan karnaval gülüşü, grotesk, diyalojizm, tepetaklak dünya, pazar yeri dili ve pazar meydanı temel alınarak gerçekleştirilmiştir. İncelemenin ardından çalışmayı dijital karnaval ortamı olarak sosyal paylaşım ağlarında kullanıcıların içerik paylaşımlarında karnavalesk davranışlarını ve mahremiyet algısını ölçmek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi ile sosyal medya kullanıcıları üzerinde inceleme yapılmıştır.

Araştırma için önceden gerçekleştirilen ölçek çalışması bağlamında hazırlanan soru formu 3 bölüm ve 50 sorudan oluşmaktadır. 1 Nisan 2023 ile 30 Haziran 2023 tarihleri arasında Türkiye genelini kapsayan ve 81 ilin tamamından katılımcıların olduğu anket çalışması, 2145 katılımcı ile online olarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında yapılan geniş çaplı değerlendirmenin sonucunda dijital mahremiyet ve karnaval davranışları açısından sosyal medya kullanıcılarının geleneksel mahremiyet sınırlarını dönüştürdüğü ve genişlettiği ortaya çıkmıştır. Karnavalesk içeriklerin yaygınlığı ve etkisi, bu platformların kullanıcıların günlük yaşamın sıradanlığından sıyrılıp, kendilerini daha yaratıcı ve oyunbaz bir şekilde ifade etmelerine olanak tanıdığını göstermektedir. Elde edilen bulgular, mahremiyetin dijitalleşmesi sürecinde kişisel sınırların korunması ve yeniden tanımlanması gerekliliğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Mahremiyet, Karnavalesk, Sosyal Medya, Dijital Mahremiyet, Dijital Karnaval

ABSTRACT

THE PERCEPTION OF PRIVACY IN SOCIAL NETWORKS AS A DIGITAL CARNIVAL ENVIRONMENT

MUSTAFA BÖYÜK

In past eras, where communication occurred through traditional means and oral culture prevailed, diverse human communities gathered at carnivals to create an alternative medium of communication. Linguist Mikhail Bakhtin analyzed carnivals to describe this alternative communication setting, thereby developing the theory of carnivalesque. Initially considered in literary language studies, Bakhtin's theory was eventually adapted to communication and cultural studies.

Content on social media was first examined through qualitative research methods, specifically content analysis, and subsequently, the perception of privacy among users in this digital carnival environment was determined using quantitative research methods, particularly surveys.

Carnivalesque postings on popular social networks such as Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, and Twitter (X) were analyzed using qualitative research methods, again focusing on content analysis. This analysis was grounded in elements of the carnivalesque theory: carnival laughter, the grotesque, dialogism, the world upside down, marketplace language, and the public square. Following this examination, a study was conducted using quantitative research methods, specifically surveys, on social media users to measure carnivalesque behaviors and privacy perceptions in content sharing within social networks as a digital carnival environment.

The survey, prepared in the context of a prior scale study, consisted of three sections with 50 questions. Conducted online with 2145 participants from all 81 provinces of Turkey, the survey spanned from April 1, 2023, to June 30, 2023.

The extensive assessment conducted within the research revealed that social media users transform and expand the traditional boundaries of privacy in terms of digital privacy and carnival behaviors. The prevalence and impact of carnivalesque content

indicate that these platforms allow users to break away from the monotony of daily life and express themselves in more creative and playful ways. The findings highlight the need to preserve and redefine personal boundaries in the digitalization process of privacy.

Keywords: Digital Media, Privacy, Carnivalesque, Social Media, Digital Privacy, Digital Carnival

ÖNSÖZ

"Dijital Karnaval Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarında Mahremiyet Algısı" başlıklı bu doktora tezi modern iletişim süreçlerinin bireylerin mahremiyet algıları üzerindeki etkilerini karma bir araştırma deseni kullanarak incelemektedir. Çalışma, geleneksel iletişim yollarından dijital platformlara geçişin, sosyal medyanın sunduğu "dijital karnaval" bağlamında nasıl anlamlandırılabileceğini ve sosyal medya kullanıcılarının geleneksel mahremiyet sınırlarını nasıl dönüştürdüğünü araştırmaktadır.

Çalışma, dilbilimci Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramından esinlenerek geniş bir kapsamda değerlendirilmiştir. Bu tezde, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birleştirilmesiyle oluşturulan karma bir desen benimsenmiştir. Bu yaklaşım sosyal paylaşım ağlarındaki karnavalesk içeriklerin niteliksel içerik analizi ile başlamakta ve kullanıcıların mahremiyet algılarının niceliksel olarak belirlenmesi için anket yöntemleriyle devam etmektedir.

Tez çalışması süresince sağladığı özgür çalışma alanı ve nezaketiyle çalışmaya yön veren tez danışmanım Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL'a, her anlamda desteğini esirgemeyen ve bilgisini sürekli paylaşan kıymetli hocam Prof. Dr. Ali Murat KIRIK'a, tez sürecine yapıcı yönlendirmeleriyle katkı sunan Prof. Dr. Aslı GÖNENÇ'e, Prof. Dr. Şebnem ÇAĞLAR'a, Dr. Öğretim Üyesi Ozan GÜNEL'e şükranlarımı sunarım.

Akademisyenliğinin yanında kişiliğini de örnek aldığım bilgisiyle her daim yanımda olan sevgili hocam Doç. Dr. Sefer KALAMAN'a ve uzakta olsa da önerileriyle çalışmada desteğini sürekli hissettiren sevgili hocam Doç. Dr. Mustafa TEMEL'e teşekkürü bir borç bilirim.

Tez sürecinde beni her daim destekleyen ve çalışmanın ilham kaynakları olan yol arkadaşım sevgili eşim Şeyma ile kıymetli anneciğim ve babacığıma teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak bu çalışmayı yapabilmeme olanak tanıyan ve bizlere bu toprakları vatan kılan başta şehitlerimiz ve gazilerimiz olmak üzere ecdadımız minnetle anıyor, çalışmayı Cumhuriyetimizin 100. Yılına ithaf ediyorum.

Mustafa BÖYÜK

Ankara, 2024

İÇİNDEKİLER

ÖZ ..... **ii**
ABSTRACT ..... **iv**
ÖNSÖZ ..... **vi**
KISALTMALAR LİSTESİ ..... **xii**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **xiii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xv**
RESİMLER LİSTESİ ..... **xvii**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
DİJİTAL MODERN DÖNEM VE SOSYAL MEDYA

1.1. Dijimodernizm 7
1.2. Medyanın dijitalleşmesi ve dönüşümü 9
1.3. Dijital medyanın tarihsel gelişimi 12
1.3.1. Web 1.0 Dönemi 16
1.3.2. Web 2.0 Dönemi 20
1.3.3. Web 3.0 Dönemi 23
1.3.4. Web 4.0 Dönemi 25
1.3.5. Metaverse Dönemi 28
1.4. Dijital medyanın temel özellikleri 31
1.4.1. Bilgisayarlaşma 34
1.4.2. İnteraktivite/Etkileşimlilik 35
1.4.3. Kitlesizleştirme 37
1.4.4. Yakınsama 38
1.4.5. Hipermetinsellik 40
1.5. Sosyal Ağlar 41
1.6. Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Sosyal Medya 45
1.7. Sosyal Paylaşım Ağları 48
1.7.1. Facebook 56
1.7.2. YouTube 57
1.7.3. Instagram 58
1.7.4. TikTok 59

1.7.5. Twitter/X 60

İKİNCİ BÖLÜM
DİJİTAL MEDYA VE MAHREMİYET

2.1. Mahremiyet Kavramı 62
2.2. Mahremiyetin Gelişimi ve Dönüşümü 65
2.3. Mahremiyetin Boyutları 68
2.4. Mahremiyet Sınıflandırılması 72
2.4.1. Fiziksel Mahremiyet 74
2.4.2. Psikolojik Mahremiyet 77
2.4.3. Mekânsal Mahremiyet 78
2.4.4. Enformasyonel Mahremiyet 80
2.5. Mahremiyetin Dönüşüm Süreçleri 82
2.5.1. Dijital İletişim Teknolojileri ve Mahremiyet 87
2.5.2. Dijital Çağda Mahremiyetin Gönüllü İfşası 88
2.6. Dijital Mahremiyet 92
2.7. Sosyal Paylaşım Ağlarında Mahremiyet 95
2.8. Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası 103

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TOPLUMSAL İLETİŞİM ORTAMI OLARAK KARNAVAL

3.1. Karnaval, Şölen, Panayır, Kutlama 107
3.2. Mikhail Bakhtin ve Karnavalı 109
3.3. Karnavalesk Kuramı 112
3.3.1. Tepetaklak Dünya 113
3.3.2. Grotesk 115
3.3.3. Karnaval Gülüşü 116
3.3.4. Diyalojizm 117
3.3.5. Pazar Meydanı 119
3.3.6. Pazar Meydanı Dili 120
3.4. Dijital Medyanın Karnavallaşması 121
3.5. Karnavalesk Bir Alan Olarak Sosyal Medya 126

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARININ KARNAVALESK ÖZELLİKLERİ VE KULLANICILARIN MAHREMİYET ALGISI ÜZERİNE BİR KARMA ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı ve Soruları 132
4.2. Karma Yöntemin Amacı ve Planlaması 133
4.3. Dijital Karnaval Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine İnceleme 136
4.3.1. Karnavalesk Nitelikleriyle Facebook 137
4.3.1.1. Tepetaklak Dünya 137
4.3.1.2. Grotesk 143
4.3.1.3. Karnaval Gülüşü 147
4.3.1.4. Diyalojizm 152
4.3.1.5. Pazar Meydanı 157
4.3.1.6. Pazar Meydanı Dili 161
4.3.2. Dijital Şölen Alanı Olarak YouTube 166
4.3.2.1. Tepetaklak Dünya 166
4.3.2.2. Grotesk 169
4.3.2.3. Karnaval Gülüşü 173
4.3.2.4. Diyalojizm 177
4.3.2.5. Pazar Meydanı 180
4.3.2.6. Pazar Meydanı Dili 184
4.3.3. Görsel Karnaval Alanı Instagram 189
4.3.3.1. Tepetaklak Dünya 189
4.3.3.2. Grotesk 193
4.3.3.3. Karnaval Gülüşü 197
4.3.3.4. Diyalojizm 201
4.3.3.5. Pazar Meydanı 205
4.3.3.6. Pazar Meydanı Dili 209
4.3.4. Yeni Karnaval TikTok 213
4.3.4.1. Tepetaklak Dünya 213
4.3.4.2. Grotesk 217
4.3.4.3. Karnaval Gülüşü 220
4.3.4.4. Diyalojizm 224
4.3.4.5. Pazar Meydanı 228

4.3.4.6. Pazar Meydanı Dili 233
4.3.5. Dijital Karnaval Ortamı Olarak Twitter (X) 237
4.3.5.1. Tepetaklak Dünya 237
4.3.5.2. Grotesk 241
4.3.5.3. Karnaval Gülüşü 246
4.3.5.4. Diyalojizm 250
4.3.5.5. Pazar Meydanı 255
4.3.5.6. Pazar Meydanı Dili 259
4.3.6. Sosyal Medya Karnavalı 263
4.4. Sosyal Paylaşım Ağlarında Kullanıcıların Mahremiyet Algısı ve Karnavalesk Davranışları Üzerine Anket Çalışması 264
4.4.1. Araştırmanın Problemi 264
4.4.2. Araştırmanın Önemi 265
4.4.3. Araştırmanın Amacı 265
4.4.4. Araştırmanın Yöntemi 266
4.4.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi 267
4.4.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları 268
4.4.7. Araştırma Tasarımı ve Ölçüm Aracı 269
4.4.8. Güvenilirlik ve Geçerlilik 270
4.4.9. Araştırmanın Hipotezleri 271
4.4.10. Veri Toplama Araçları 273
4.4.11. Verilerin Analizi 274
4.4.12. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları 274
4.4.12.1. Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Demografik Bulgular 274
4.4.12.2. Ölçekler ile İlgili Bulgular 278
4.4.12.2.1. Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği 279
4.4.12.2.2. Alt Boyutlar ile İlgili Bulgular 283
4.4.13. Hipotez Özetleri 300
SONUÇ 304
KAYNAKÇA 322
EKLER 355
ÖZGEÇMİŞ 355

KISALTMALAR LİSTESİ

WWW : World Wide Web (Dünya Çapında Ağ)

CERN : Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi)

HTML : Hyper Text Markup Language (Hiper Metin İşaretleme Dili)

CSS : Cascading Style Sheets (Basamaklı Biçim Sayfaları)

IoT : Internet of Things (Nesnelerin İnterneti)

AI : Artificial Intelligence (Yapay Zekâ)

AR : Augmented Reality (Artırılmış Gerçeklik)

VR : Virtual Reality (Sanal Gerçeklik)

EFF : Electronic Frontier Foundation

EBB : Electronic Bulletin Boards

GDPR : General Data Protection Regulation (Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Yönetmeliği)

UN : United Nations (Birleşmiş Milletler)

APA :American Psychological Association (Amerikan Psikoloji Birliği)

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 : Web 1.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi 18
Tablo 1.2 : Web 2.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi 21
Tablo 1.3 : Web 3.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi 24
Tablo 1.4 : Web 4.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi 26
Tablo 1.5 : Web Teknolojisi Dönemleri ve Değişimleri Karşılaştırması 27
Tablo 1.6 : Metaverse Dönemi ve İnsan İlişkisi 30
Tablo 4.1 : Araştırma anketi soru dağılımı 269
Tablo 4.2 : Cinsiyete Göre Dağılım 274
Tablo 4.3 : Yaşa Göre Dağılım 274
Tablo 4.4 : Mesleğe Göre Dağılımı 275
Tablo 4.5 : Eğitim Durumuna Göre Dağılım 275
Tablo 4.6 : Aylık Bireysel Gelir Durumuna Göre Dağılımı 275
Tablo 4.7 : Yerleşim Yerine Göre Dağılımı 276
Tablo 4.8 : Günlük İnternette Geçirilen Süreye Göre Dağılımı 276
Tablo 4.9 : Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dağılımı 276
Tablo 4.10 : Haftalık Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dağılımı 277
Tablo 4.11 : İnternet Kullanım Amacına Göre Dağılımı 277
Tablo 4.12 : Sosyal Medya Kullanım Amacına Göre Dağılımı 278
Tablo 4.13 : Mobilden İnternete Girme Durumuna Göre Dağılımı 278
Tablo 4.14 : Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Sonuçları 279
Tablo 4. 15 : Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları 282
Tablo 4.16 : Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Normallik Dağılımları ve Güvenirlilik Katsayıları 282
Tablo 4.17 : Cinsiyete Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 283
Tablo 4. 18 : Yaşa Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 284

Tablo 4.19 : Eğitim Durumuna Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 285
Tablo 4.20: Mesleğe Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 286
Tablo 4.21 : Yerleşim Yerine Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 287
Tablo 4.22 : Mobilden İnternete Girme Durumuna Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 288
Tablo 4.23 : Aylık Bireysel Gelir Durumuna Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi..... 289
Tablo 4.24 : Günlük İnternette Geçirilen Süreye Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 290
Tablo 4.25 : Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 292
Tablo 4.26 : Haftalık Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 294
Tablo 4. 27 : İnternette Kullanım Amacına Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi..... 296
Tablo 4.28 : Sosyal Medya Kullanım Amacına Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi 298
Tablo 4.29 . Araştırmanın Hipotez Özetleri 303

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. ARPANET Topolojisi 13
Şekil 1.2 : Dünya Geneli Dijital Durum 49
Şekil 1.3 : Dünyada İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı 50
Şekil 1.4: Türkiye'de İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı 52
Şekil 1.5 : Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Paylaşım Ağları 53
Şekil 1.6 : Sosyal Medya Platformları Arası Kullanıcı İlişkisi 55

RESİMLER LİSTESİ

Resim 4.1 : Tepetaklak Dünya olarak Facebook örneği 137
Resim 4.2 : Tepetaklak Dünya olarak Facebook örneği 139
Resim 4.3 : Tepetaklak Dünya olarak Facebook örneği 141
Resim 4.4 : Grotesk yapısıyla Facebook örneği 143
Resim 4.5 : Grotesk yapısıyla Facebook örneği 144
Resim 4. 6 : Grotesk yapısıyla Facebook örneği 146
Resim 4.7 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Facebook örneği 147
Resim 4.8 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Facebook örneği 149
Resim 4.9 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Facebook örneği 150
Resim 4.10 : Diyalojizm yapısıyla Facebook örneği 152
Resim 4.11 : Diyalojizm yapısıyla Facebook örneği 153
Resim 4.12 : Diyalojizm yapısıyla Facebook örneği 155
Resim 4.13 : Pazar Meydanı olarak Facebook örneği 157
Resim 4.14 : Pazar Meydanı olarak Facebook örneği 158
Resim 4.15 : Pazar Meydanı olarak Facebook örneği 160
Resim 4.16 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Facebook örneği 161
Resim 4.17 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Facebook örneği 163
Resim 4.18 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Facebook örneği 164
Resim 4.19 : Tepetaklak Dünya olarak YouTube örneği 166
Resim 4.20 : Tepetaklak Dünya olarak YouTube örneği 167
Resim 4. 21 : Tepetaklak Dünya olarak YouTube örneği 168
Resim 4. 22 : Grotesk yapısıyla YouTube örneği 169
Resim 4.23 : Grotesk yapısıyla YouTube örneği 171
Resim 4.24 : Grotesk yapısıyla YouTube örneği 172
Resim 4.25 : Karnaval Gülüşü yapısıyla YouTube örneği 173
Resim 4.26 : Karnaval Gülüşü yapısıyla YouTube örneği 175
Resim 4.27 : Karnaval Gülüşü yapısıyla YouTube örneği 176
Resim 4.28 : Diyalojizm yapısıyla YouTube örneği 177
Resim 4.29 : Diyalojizm yapısıyla YouTube örneği 178
Resim 4.30 : Diyalojizm yapısıyla YouTube örneği 179

Resim 4.31 : Pazar Meydanı olarak YouTube örneği 180
Resim 4.32 : Pazar Meydanı olarak YouTube örneği 182
Resim 4.33 : Pazar Meydanı olarak YouTube örneği 183
Resim 4.34 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla YouTube örneği 184
Resim 4.35 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla YouTube örneği 186
Resim 4.36 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla YouTube örneği 187
Resim 4.37 : Tepetaklak Dünya olarak Instagram örneği 189
Resim 4.38 : Tepetaklak Dünya olarak Instagram örneği 190
Resim 4.39 : Tepetaklak Dünya olarak Instagram örneği 191
Resim 4.40 : Grotesk yapısıyla Instagram örneği 193
Resim 4.41 : Grotesk yapısıyla Instagram örneği 194
Resim 4.42 : Grotesk yapısıyla Instagram örneği 196
Resim 4.43 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Instagram örneği 197
Resim 4.44 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Instagram örneği 199
Resim 4.45 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Instagram örneği 200
Resim 4.46 : Diyalojizm yapısıyla Instagram örneği 201
Resim 4.47 : Diyalojizm yapısıyla Instagram örneği 202
Resim 4.48 : Diyalojizm yapısıyla Instagram örneği 204
Resim 4.49 : Pazar Meydanı olarak Instagram örneği 205
Resim 4.50 : Pazar Meydanı olarak Instagram örneği 206
Resim 4.51 : Pazar Meydanı olarak Instagram örneği 208
Resim 4.52 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Instagram örneği 209
Resim 4.53 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Instagram örneği 210
Resim 4.54 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Instagram örneği 211
Resim 4.55 : Tepetaklak Dünya olarak TikTok örneği 213
Resim 4.56 : Tepetaklak Dünya olarak TikTok örneği 214
Resim 4.57 : Tepetaklak Dünya olarak TikTok örneği 215
Resim 4.58 : Grotesk yapısıyla TikTok örneği 217
Resim 4.59 : Grotesk yapısıyla TikTok örneği 218
Resim 4.60 : Grotesk yapısıyla TikTok örneği 219
Resim 4.61 : Karnaval Gülüşü yapısıyla TikTok örneği 220
Resim 4.62 : Karnaval Gülüşü yapısıyla TikTok örneği 222

Resim 4.63 : Karnaval Gülüşü yapısıyla TikTok örneği 223
Resim 4.64 : Diyalojizm yapısıyla TikTok örneği 224
Resim 4.65 : Diyalojizm yapısıyla TikTok örneği 225
Resim 4.66 : Diyalojizm yapısıyla TikTok örneği 226
Resim 4.67 : Pazar Meydanı olarak TikTok örneği 228
Resim 4.68 : Pazar Meydanı olarak TikTok örneği 229
Resim 4.69 : Pazar Meydanı olarak TikTok örneği 231
Resim 4.70 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla TikTok örneği 233
Resim 4.71 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla TikTok örneği 234
Resim 4.72 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla TikTok örneği 235
Resim 4.73 : Tepetaklak Dünya olarak Twitter (X) örneği 237
Resim 4.74 : Tepetaklak Dünya olarak Twitter (X) örneği 239
Resim 4.75 : Tepetaklak Dünya olarak Twitter (X) örneği 240
Resim 4.76 : Grotesk yapısıyla Twitter (X) örneği 241
Resim 4.77 : Grotesk yapısıyla Twitter (X) örneği 243
Resim 4.78 : Grotesk yapısıyla Twitter (X) örneği 244
Resim 4.79 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Twitter (X) örneği 246
Resim 4.80 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Twitter (X) örneği 247
Resim 4.81 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Twitter (X) örneği 249
Resim 4.82 : Diyalojizm yapısıyla Twitter (X) örneği 250
Resim 4.83 : Diyalojizm yapısıyla Twitter (X) örneği 252
Resim 4.84 : Diyalojizm yapısıyla Twitter (X) örneği 253
Resim 4.85 : Pazar Meydanı olarak Twitter (X) örneği 255
Resim 4.86 : Pazar Meydanı olarak Twitter (X) örneği 256
Resim 4.87 : Pazar Meydanı olarak Twitter (X) örneği 257
Resim 4.88 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Twitter (X) örneği 259
Resim 4.89 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Twitter (X) örneği 260
Resim 4.90 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Twitter (X) örneği 262

GİRİŞ

Teknolojinin hızla ilerlemesi, bilgi üretiminin artmasına ve iletişim araçlarının çeşitlenmesine neden olmuştur. Bu ilerleme, medya ve iletişim süreçlerinde köklü dönüşümlere yol açmış, geleneksel iletişim yöntemlerinden dijital platformlara doğru bir evrimi tetiklemiştir. İnternetin gelişimi teknolojik yeniliklerin bir yansıması olarak, başlangıçta basit dial-up bağlantılarından günümüzde yaygın olan fiber ve mobil internet teknolojilerine kadar uzanan bir yelpazede ilerlemiştir. Bu gelişim, internet siteleri, sosyal medya platformları ve mobil uygulamaların günlük yaşamda vazgeçilmez unsurlar haline gelmesini sağlamıştır. İnternetin içerik açısından genişlemesi, teknik unsurların ilerlemesiyle paralel bir şekilde gerçekleşerek küresel çapta insanların yaşam tarzlarında önemli değişikliklere yol açmıştır.

Geleneksel iletişim süreçleri, sözlü kültür ve yüz yüze etkileşimin hâkim olduğu bir dönemi işaret etmektedir. Bu dönemde insanlar topluluklar halinde bir araya gelerek karnavallar gibi etkinliklerde sosyal etkileşimde bulunmuşlardır. Bu tür etkinlikler toplumsal bağları güçlendiren ve farklı kültürel ifadelerin paylaşılmasına olanak tanıyan önemli sosyal platformlar olmuştur.

Sosyal medya platformları, dijitalleşmenin en belirgin sonuçlarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Facebook, Twitter (X), Instagram ve benzeri platformlar bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini, etkileşimde bulunma yöntemlerini ve toplum içindeki yerlerini yeniden tanımlamıştır. Bu platformlar kullanıcıların kişisel deneyimlerini, düşüncelerini ve yaratıcılıklarını geniş kitlelerle paylaşmalarına olanak tanımıştır. Platformlar aynı zamanda toplumsal olaylara tepki gösterme ve kamusal tartışmalara katılma yollarını da değiştirmiştir.

Dilbilimci Mikhail Bakhtin, karnavalesk kuramı ile bu tür etkinliklerin alternatif iletişim mekanizmaları olarak rolünü analiz etmiştir. Karnavalesk kuram, Mikhail Bakhtin tarafından geliştirilmiş olup geleneksel iletişim süreçlerinde alternatif bir iletişim ortamı olarak karnavalların rolünün incelenmesine olanak tanımaktadır. Bu kuram, başlangıçta sadece edebiyat ve dil çalışmalarında yer alırken, zamanla iletişim

ve kültür çalışmalarına da entegre edilmiştir. Karnavalesk kuram, sosyal hiyerarşiyi tersine çeviren, normları ve otoriteleri sorgulayan, mizah ve alaycılık unsurlarını içeren bir iletişim biçimini ifade etmektedir.

Karnavalesk unsurlar dijital medya platformlarında mahremiyetin sınırlarını zorlamaktadır. Bu platformlar kullanıcıların kendilerini mizahi, yıkıcı ve norm karşıtı bir şekilde ifade etmelerine olanak tanırken geleneksel mahremiyet algılarını da değiştirmektedir. Karnavallaşma süreci bireylerin kişisel bilgilerini ve deneyimlerini daha açık bir şekilde paylaşmalarını teşvik etmekte, bu da mahremiyetin yeniden tanımlanmasına neden olmaktadır.

Sosyal medya platformları karnavalesk kuramın modern bir uygulama alanı olarak değerlendirilebilir. Bu platformlar, kullanıcıların geleneksel toplumsal normları ve hiyerarşileri sorguladıkları, alternatif seslerini ifade ettikleri, mizahi ve alaycı içerikler paylaştıkları dinamik alanlar haline gelmiştir. Sosyal medyanın karnavalesk yönü, özellikle genç kullanıcılar arasında popüler olan platformlarda geleneksel medyanın sunduğu içeriğe alternatif oluşturan daha özgür ve yaratıcı ifade biçimleri sunmaktadır.

Sosyal medya, kullanıcıların kişisel bilgilerini paylaşma ve kendilerini ifade etme biçimlerini değiştirmiştir. Mahremiyet algıları dijital çağda yeniden tanımlanmış, kullanıcılar arasında mahremiyetin sınırları ve bunun korunması konusunda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, mahremiyet ihlallerinin yaşandığı bir alan olabilirken aynı zamanda kullanıcıların kişisel sınırlarını belirleyebilmelerine de imkân tanımaktadır.

Bu bilgiler ışığında çalışma, karma araştırma yöntemini benimseyerek nitel ve nicel verilerin bütünleştirilmesi yoluyla daha kapsamlı ve güvenilir sonuçlar elde etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada keşfedici sıralı desen kullanılarak öncelikle nitel veriler toplanmış ardından elde edilen bulgular nicel veri analizi ile desteklenmiştir. Bu yaklaşım araştırma sorularının daha derinlemesine anlaşılmasına ve sonuçların daha geniş bir bağlamda değerlendirilmesine olanak tanımıştır.

Çalışmanın odak noktası, sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarındaki mahremiyet tutumları ve karnavalesk davranışlardır. Araştırmanın temel amacı, sosyal medyanın dijital bir karnaval ortamına nasıl dönüştüğü, kullanıcıların bu platformlarda nasıl bir mahremiyet politikası izledikleri ve sanal ortamda sergiledikleri karnavalesk davranışları tespit etmektir. Bu bağlamda çalışmada sosyal medya platformlarındaki kullanıcı paylaşımları incelenmiş, katılımcıların sosyal medyadaki paylaşımları ile karnavalesk davranışlar sergileyip sergilemedikleri ve bu paylaşımların mahremiyet algıları üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir.

Çalışma dört bölümden oluşmakta ve her bölüm farklı bir temaya odaklanmaktadır. İlk bölüm, dijital medyanın temel kavramlarına ve tarihçesine odaklanmaktadır. Dijital medyanın gelişim süreci, özellikleri ve sosyal ağlar gibi temel konular bu bölümde ele alınmaktadır. Ayrıca internetin evrimi içinde Web 1.0'dan başlayarak Web 4.0'a kadar olan dört dönemi ve günümüzün popüler olgusu metaverse kavramının ortaya çıktığı dönemdeki gelişmeler detaylı bir şekilde çalışmada irdelenmektedir. Bu bölümde dijital medyanın toplum üzerindeki etkileri, bilgi erişimindeki değişiklikler ve bu alanın geleceği üzerine tartışmalar da yer almaktadır. İkinci bölüm, dijital medya ile mahremiyet arasındaki karmaşık ilişkiyi ele almaktadır. Bu bölümde mahremiyetin tanımından başlanarak mahremiyetin boyutları, tarihsel süreçleri, dijital mahremiyet kavramı gibi mahremiyet alanında geniş bir incelemeye yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramı ve bu kuramın dijital medya bağlamında sosyal medya ile nasıl örtüştüğü derinlemesine incelenmektedir. Bu bölümde karnavalesk kuramın tarihsel arka planı, edebiyat ve dil çalışmalarındaki rolü ve iletişim/kültür çalışmalarına uyarlanması ele alınmaktadır. Bölümde ayrıca, sosyal medyanın bir nevi modern karnaval alanı olarak nasıl işlev gördüğünü, kullanıcıların bu ortamda sergiledikleri oyunbaz ve norm dışı davranışları ile bu davranışların sosyal medya üzerindeki etkileri değerlendirilmektedir. Son bölümde ise çalışmanın metodolojisi ve araştırma bulguları sunulmaktadır. İki aşamalı olan karma araştırmanın ilk bölümünde sosyal paylaşım ağlarının dijital karnaval ortamı olarak incelenmesi içerik analizi ile yapılmıştır. İkinci aşamada ise sosyal medya kullanıcılarının dijital karnaval ortamı varsayımında yer alacak sosyal medyadaki mahremiyet algıları, davranışları ve insanların adeta bir karnaval ortamı

olarak sosyal ağlarda kendilerini ve içeriklerini özgür olarak sunup sunmadığı nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği aracılığıyla saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmada, sosyal paylaşım ağlarındaki sanal mahremiyetin karnavalesk kuram ile açıklanması ve sorunsallarının çözümüne katkı sunulması hedeflenmektedir.

Çalışma kapsamında karma araştırma yöntemine başvurulmuştur. Karma yöntem araştırma desenlerinden keşfedici sıralı desen çalışmada benimsenmiştir. Keşfedici sıralı desende araştırmacı ilk olarak nitel verilere ulaştıktan sonra söz konusu bulguları nicel araştırma ile birleştirmektedir (Creswell, 2014). Karma yöntem ile yapılan araştırmalarda, çalışmada ele alınan problemin net olarak anlamlanmasına ya da belirlenecek bir araştırmanın neticesinin açıklanmasına imkân tanıyan tamamlayıcı desen çalışmaları, nitel ve nicel verilerin elde edilmesiyle başarılı sonuçları ortaya koymaktadır. Verilerin birlikte kullanılması araştırmadaki problemlerin tamamıyla anlaşılmasını sağlamaktadır (Hesse-Biber, 2010). Bu bağlamda tez çalışmasında araştırma kısmı iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile sosyal paylaşım ağlarının karnavalesk unsurlar üzerinden incelenmesi yapılırken; ikinci aşamada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi kullanılarak dijital karnaval ortamı olarak sosyal medyada yer alan kullanıcıların mahremiyet algılarının tespiti yapılmıştır.

Araştırma yönteminin karma yöntem olarak belirlenmesinin nedeni; karnavalesk kuramda bahsedilen karnaval ortamının dijital medyadaki yansımalarının tespiti yapıldıktan sonra ikinci aşamada sosyal medya kullanıcılarının dijital karnaval ortamı varsayımında yer alacak sosyal medyadaki mahremiyet algılarına derinlemesine ulaşabilmektir. Alanda yapılan geçmiş çalışmalarda karma yöntem araştırmasının olmaması ve geniş perspektiften konuya bakılmaması araştırmanın özgün olması bakımından önem arz etmektedir. Araştırmanın ana bulguları, sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algıları ve karnavalesk davranışları hakkında önemli içgörüler sunmaktadır. Bulguların dijital medyanın sosyal ve kültürel yönleri üzerindeki geniş kapsamlı etkileri de bu bölümde tartışılmaktadır.

Araştırmanın *Dijital Karnaval Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine İnceleme* başlıklı bölümünde, dünya çapında en etkin kullanılan sosyal medya

platformlarından Twitter (X), Facebook, Instagram, YouTube ve TikTok üzerinden seçilen karnavalesk içerik örnekleri ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Karnavalesk kuramın unsurları olan karnaval gülüşü, grotesk, diyalojizm, tepetaklak dünya, pazar yeri dili ve pazar meydanı temel alınarak toplam rastgele seçilen 90 paylaşıma dair içerik analizi yapılmıştır. Dijital karnaval, sürekli olarak gerçekleşmekte ve katılım kararı kişiye aittir. Karnavalın belirli bir zaman aralığına veya mekâna bağlı olmaması, günlük yaşamın bir parçası haline gelmesini sağlamıştır. Bu noktada dijital karnavalın zamansızlığından yola çıkılarak incelemede belirli bir tarih aralığı gözetilmemiştir. İnceleme, söz konusu içeriklerin sosyal medya kullanıcıları üzerindeki etkilerini ve bu tür paylaşımların toplumsal anlam ve önemini derinlemesine anlaşılmasına olanak tanıyacaktır.

Sosyal medya günümüzde iletişim, kültürel ifade ve toplumsal etkileşim açısından önemli bir platform haline gelmiştir. Bu bağlamda sosyal medyanın işlevleri ve etkileri üzerine yapılan araştırmaların artması önemlidir. Karnavalesk içerikler özellikle mizah, ironi ve sosyal eleştiri unsurlarını içeren paylaşımlar olarak tanımlanabilir ve sosyal medya üzerinde oldukça yaygındır. Bu bölümde, seçilen karnavalesk içerik örneklerinin incelenmesi, içeriklerin hangi tür mizahi veya eleştirel öğeler içerdiğinin belirlenmesi ve bu öğelerin sosyal medya kullanıcıları üzerindeki etkilerinin analizi yapılmıştır. Araştırma, söz konusu paylaşımların toplumsal bağlamda nasıl bir rol oynadığı ve kültürel ifadeyi nasıl yansıttığı üzerine düşünülmesi noktasında önem arz etmektedir.

Yapılan analizler, sosyal medyanın sadece kişisel iletişim aracı olmanın ötesinde kültürel ifade ve toplumsal etkileşimde önemli bir rol oynadığını göstererek platformların derinlemesine anlayışını sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın *Dijital Karnaval Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine İnceleme* başlıklı bölümünde çizilen çerçeve, sosyal medyanın günümüz toplumlarında nasıl bir etkileşim alanı olduğunun anlaşılmasına katkı sağlayacak ve bu konudaki akademik literatüre bir katkı sunacaktır.

Araştırmanın *Sosyal Paylaşım Ağlarında Kullanıcıların Mahremiyet Algısı ve Karnavalesk Davranışları* başlıklı ikinci bölümünde ise anket yöntemi ile araştırma

gerçekleştirilmiştir. Araştırma için önceden gerçekleştirilen ölçek çalışması bağlamında hazırlanan soru formu 3 bölüm ve 50 sorudan meydana gelmektedir. Çalışma kapsamında araştırmaya başlamadan önce anket, 50 kişilik pilot grup üzerinde uygulanmıştır. Bu öntest sonucuna göre anlaşılmayan, eksik veya yanlış olan sorular güncellenerek soru formuna dâhil edilmiştir. 1 Nisan 2023 ile 30 Haziran 2023 tarihleri arasında Türkiye genelini kapsayan ve 81 ilin tamamından katılımcıların olduğu anket çalışması, 2145 katılımcı ile online olarak gerçekleştirilmiştir. Kolayda örneklem yöntemine dayanan anket tekniği uygulanarak yürütülen çalışmanın sonuçlarına göre ise kullanıcıların sosyal medya platformlarındaki karnavalesk yapı ve davranışlara bağlı olarak kullanıcıların dijital mahremiyet algısı değerlendirilmiştir. Ardından sosyal medya platformları başta olmak üzere dijital alanda mahremiyetin öneminin kavranması ve korunmasına yönelik bireylerin bilinçlendirilmesi adına öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM
DİJİTAL MODERN DÖNEM VE SOSYAL MEDYA

Sosyal medya, paylaşım ağları odaklı platformlar üzerinden oluşan bir yapıya sahiptir. Bu yapı, medyanın dijitalleşmesi ve sonucu olarak farklılaşan iletişim ortamlarının yansıdığı birer kitle iletişim ortamıdır. Geleneksel medya sürecine karşın kitlelerin katılımcı rol oynamaya başladığı dijital medya sürecinde dijimodern dönem olarak nitelendirilen bir anlayış ortaya çıkmıştır. Çalışmanın bu bölümünde medyanın dijitalleşmesi, dijital medya ile dijital modern dönemin çıktısı olarak yer alan sosyal medya üzerinde durulmuştur.

1.1. Dijimodernizm

İnternetin yaygınlaşması, 1990'ların ortalarından itibaren dünya çapında toplumların günlük yaşamlarını, işlerini, eğitimlerini ve iletişimlerini dönüştürmeye başlamıştır. Özellikle 2000 yılına yaklaşırken, internet teknolojisinin getirdiği yenilikler ve web tabanlı hizmetlerin artması ile birlikte bu dönüşüm daha da hızlanmıştır. Askeri alandan sıyrılarak sivillerin kullanıma başlamasıyla toplumsal yaşama katılan internet, insanların yaşantılarında birtakım değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Modernizmin sonrasını ve ötesini ifade etmek için kullanılan postmodern söylem, internet sonrası dönemi kültürel, teknolojik ve siyasal olarak yeterli düzeyde açıklayamamıştır. Bu noktada toplumlardaki kültürel değişimleri açıklamak üzere dijimodernizm kavramı ortaya çıkmıştır (Möngü, 2013: 28).

Dijimodernizm kavramı ilk olarak İngiliz Alan Kirby tarafından *Digimodernism* isimli çalışma ile literatürde yerini almıştır. Dijimodernizm, geleneksel yazın sürecinin aksine parmakların kalem ile metin oluşturmadığı, insanların parmakları ile dijital cihazların ekranından tuşlayarak yazıları dijital olarak oluşturmasını ifade etmektedir (Kirby, 2009: 1).

Dijital ve modernizm terimlerinin bir araya gelmesiyle oluşturulan dijimodernizmde elektronik ağ üzerinde herkese açık olarak anonim kullanıcıların oluşturduğu içerikler; başka kullanıcılar tarafından izlenebilen, eklemeler yapılabilen ve değiştirilebilen bir yapıdadır (Uslusoy, 2016: 82). Temelini dijital medya

teknolojisinin oluşturduğu dijimodernizm, gelişen iletişim teknolojileri eksenindeki modernite anlayışını ifade etmektedir.

Dijimodern dönem, çağdaş toplumların sosyal, kültürel ve teknolojik gelişmelerinin bir sentezini temsil eder. Bu dönem, modern ve postmodern dönemlerin özelliklerini birleştirerek, teknolojinin hızlı gelişimi ve dijitalleşmenin yaygınlaşması ile şekillenen yeni bir toplumsal ve kültürel yapıyı ifade etmektedir. Dijimodern dönem, geçmişin izlerini yeniden keşfeden ve bireyselliğin yerini çoğulluğa bırakan bir evreyi tanımlamaktadır. Bu dönem, modern dönemin akılcılığı ve postmodern dönemin planlamaya karşıt tutumu ile birleşerek her iki dönemin özelliklerini eleştiren ve tepki gösteren bir yapıdadır (Santrac, 2009: 3).

Dijimodernizm, teknolojik gelişmelerle birlikte insanların doğasında ve kültürel yapıda meydana gelen değişimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Dijimodern dönemde medya içeriklerinin geleneksel tüketim biçimlerinin ötesine geçerek dijitalleşme ile birlikte yeni metin biçimlerinin ortaya çıkması bu dönemin temel özelliklerinden biridir. Dijimodernist metinler, kullanıcı katılımına açık ve interaktif yapılarıyla dikkat çekmektedir. Bu metinlerde hedef kitle, içerik oluşturma ve mevcut metinlere müdahale etme süreçlerine aktif olarak katılmaktadır (Kirby, 2009: 1).

İnternet teknolojilerinin gelişmesi, dijimodern dönemin en önemli özelliklerinden biridir. Bu teknolojiler, günlük yaşamın hemen her alanında etkili olmuştur. Mobil iletişim teknolojileri, sanal ortamlar ve e-ortamlar günlük yaşamda köklü değişiklikler meydana getirmiştir. Yeni medya ortamında iletişim sınırlı ve basit bir yapıdan ziyade karmaşık ve çok boyutlu bir yapıya sahip olup günlük yaşam aktivitelerinde önemli bir dönüşüm sağlamaktadır (Uslusoy, 2016: 82).

Dijimodern dönemde internet, yeni bir kültürel paradigma oluşturmuş ve dijimodernizm anlayışının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Postmodernizm, aydınlanma dönemi düşüncesinin ardından gelişen bir toplumsal dönüşüm akımı olarak tanımlanırken, dijimodernizm bu düşünsel akımların teknolojik gelişmelerle harmanlanmış bir şekilde yorumlanmasıdır (Möngü, 2013: 28). Dijimodernizm, modernizm ve postmodernizmin özelliklerini dijital teknolojilerin etkisi altında

yeniden yorumlayarak çağdaş bir felsefi akımı ifade etmektedir. Bu yeni kavram teknolojinin metinsellikle buluştuğu ve metinin klavye veya dokunmatik ekran vasıtasıyla metnin tekrar oluşturulduğu, belirsiz ve tam olarak tanımlanamayan ortak bir metinsel etkileşimi ifade etmektedir. Kullanıcılara metine doğrudan müdahale etme olanağı tanıyan bu olgu, dijital ve modernizmin birleşimi olan bu terimin temelini oluşturur. Dijimodernizm, süregelen modernite içerisinde yeni teknolojilerin çerçevesi içinde bir felsefi hareketi temsil ederek çağın önde gelen teknolojik ilerlemeleri eşliğinde yeni bir kültürel paradigmayı tanımlamaktadır.

1.2. Medyanın Dijitalleşmesi ve Dönüşümü

Medyanın dijitalleşmesi ve dönüşümü, modern çağın belirleyici unsurlarından biri haline gelmiştir. Ortam anlamına gelen ve kökeni İngilizce medium kelimesine dayanan medya, özellikle 1990'lı yıllarda internet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla hız kazanmıştır. Kısıtlı alanlarda kullanılan internet, milenyum dönemiyle evrensel anlamda kullanım alanına ulaşmıştır. İnternetin yaygınlaşması, geleneksel medya yapılarının ve içerik üretim biçimlerinin köklü bir dönüşüm geçirmesine neden olmuştur. Bu dönüşüm süreci başta geleneksel medyanın internetle entegre çalışma sistemleri oluşturmasıyla başlamış ardından gelişen teknolojiyle yeni iletişim araçlarını bünyesinde barındıran dijital bir medya ortamının ortaya çıkmasına yol açmıştır (Törenli, 2005: 88).

Medyanın bu dönüşüm süreci, teknolojik yeniliklerin sürekliliği göz önünde bulundurulduğunda yeni medya kavramının sürekli bir dönüşüm içinde olduğunu göstermektedir. Yeni kavramı teknolojik gelişmelerin durmaksızın devam eden yapısı nedeniyle hedeflenen anlam ifadesini yitirmiştir. Bu yüzden medyanın dönüşüm sürecinde ve ortaya çıkan yeni medyayı teknolojik unsurlara bağlı olarak gelişim göstermesi hasebiyle dijital medya olarak isimlendirmek daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Medyanın geçmişine bakıldığında zaman içerisinde değişimler geçirmesine rağmen bir kitleye mesaj iletmek, bilgileri saklamak ve kültürel pratikleri güncelleştirmek gibi temel işlevlerini koruduğu görülür (Barbier ve Lavenin, 2001: 9).

Bilgi üretimi ve sembollerle mesajları çeviren toplumlar, iletişimde kullanılan jestlerin ve dilin ilk hallerinden günümüzdeki teknolojik döneme kadar bilgi ve sembollerin üretimini, depolanması ve yayınlanmasını toplumsal hayatın merkezine konumlandırmıştır. Teknoloji ile medyanın entegrasyonu üretim, depolama ve yayın açısından medya alanında dönüşümlere yol açmıştır (Thompson, 2008: 25). Medya alanında gerçekleşen bu teknik alandaki gelişmeler medyanın içeriğini de etkilemiştir. Yayınların gelişimi ve medyanın dönüşümü fikri anlamda kitlelere yansımış, bu durum toplumlarda yeni davranış biçimlerinin gelişmesine zemin hazırlamıştır.

Basılı medya unsurlarının ardından ortaya çıkan görsel medya aracı olan televizyon medya alanına yenilikler getirmiştir. Ancak bu yenilikler geçmişi günümüzde dahi yok etmemiştir. Televizyonun ardından ortaya çıkan internet ve sosyal medya, geçmişi silmemiş aksine medyanın çoklu platformlarda varlığını güçlendirmiştir. İnternet çağında yaşamamıza rağmen asırlar öncesine ait el yazması eserler gibi geleneksel medya unsurları da günümüzde hâlâ önemini korumaktadır. Bu durum medyanın sürekli gelişim gösteren ve yapısal değişimler gösteren ancak temel işlevini daimi olarak koruyan bir sistem olduğunu ortaya koymaktadır (Briggs ve Burke, 2004: 13).

İnternet teknolojisinin gelişimi Web 1.0'dan başlayarak Web 2.0 dönemi, Web 3.0 dönemi olarak adlandırılan dönemlere ayrılmıştır. Web 1.0 dönemi, bireylerin internet sayfalarında sunulan içeriklere eriştiği ancak aktif bir katılım sağlamadığı bir dönemi ifade eder. Kullanıcılar, bu dönemde internet sayfalarının sunduğu içeriklere erişebilir ancak içerik oluşturma veya değiştirme konusunda etkin bir durumda bulunmazlardı. Web 2.0 dönemi kullanıcıların içeriksel anlamda üretici konumuna geldiği, karşılıklı etkileşimde bulunduğu ve sosyal ağların geliştiği bir dönemi temsil etmektedir. Bu dönemde kullanıcılar internet üzerinden kendi içeriklerini oluşturabilir, başkalarının içeriklerine yorum yapabilir ve sosyal ağlar üzerinden geniş bir iletişim ağı oluşturabilirler. Web 3.0 ise içeriklerin tamamen çevrimiçi olarak oluşturulduğu, nesnelerin interneti ve kullanıcıların daha aktif katılım sağladığı bir dönemi ifade eder. Bu dönemde internet teknolojisi kullanıcıların etkileşimini daha da derinleştirerek çevrimiçi ortamlarda daha zengin ve çok yönlü bir içerik ve etkileşim deneyimi sunmaktadır.

Bu dönemler internet teknolojisinin nasıl çeşitli teknik ve teorik değişimler geçirdiğini ve temel olarak kullanıcı odaklı ve sosyalleşen bir yapıya dönüştüğünü göstermektedir. Web 1.0'dan başlayan ve sırasıyla Web 2.0, Web 3.0 olarak devam eden gelişim, kullanıcıların internet üzerindeki rolünü ve etkisini önemli ölçüde değiştirmiştir. İlk dönemlerde daha pasif bir rol üstlenen kullanıcılar, zamanla daha aktif ve etkili bir hale gelmiştir. Bu değişim medyanın ve iletişimin doğasını temelden etkileyerek yeni iletişim biçimleri, içerik türleri ve kullanıcı etkileşimleri ortaya çıkarmıştır.

Medyanın bu dijitalleşme süreci sadece teknik bir gelişim süreci değil aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir evrimi de temsil etmektedir. Dijital medya, geleneksel medyanın işlevlerini genişletmiş ve yeni iletişim biçimleri, içerik türleri ve kullanıcı etkileşimleri sunmuştur. Bu dönüşüm medya araştırmalarında ve iletişim teorilerinde yeni perspektiflerin ve soruşturmaların ortaya çıkmasına neden olmuş, medyanın toplumsal yapı üzerindeki etkilerini yeniden değerlendirmeyi gerektirmiştir.

Özellikle sosyal medya platformlarının yükselişi, medyanın dijitalleşmesinde önemli bir rol oynamıştır. Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube gibi platformlar kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmasına, paylaşmasına ve dünya çapında bir kitleyle etkileşimde bulunmasına olanak tanımıştır. Bu platformlar medyanın sadece bilgi aktarımı ve eğlence amaçlı bir araç olmaktan çıkıp kullanıcıların sosyal etkileşimlerini, kişisel ifadelerini ve toplumsal hareketlerini şekillendiren bir alan haline gelmesini sağlamıştır.

Teknolojik yenilikler medyanın içeriğini ve etkileşim biçimlerini değiştirmenin yanı sıra medya tüketimi alışkanlıklarında da dönüşümlere yol açmıştır. Dijital medya, kullanıcılara sürekli erişilebilir, kişiselleştirilmiş ve etkileşimli bir içerik sunarak geleneksel medyanın tek yönlü ve sabit yayın formatlarından ayrılmıştır. Bu değişim kullanıcıların medya içeriğini tüketme şekillerini derinden etkilemiş ve daha aktif katılımcı bir medya tüketimi modeline geçişe yol açmıştır.

Dijital medya küreselleşmenin etkisiyle dünya çapında farklı kültürler arasında bilgi ve içerik paylaşımını hızlandırmıştır. Bu durum kültürel sınırları aşan bir iletişim ve anlayışın gelişmesine katkıda bulunmuş, farklı toplumların ve kültürlerin birbirleriyle daha yakından etkileşimde bulunmasını sağlamıştır. Dijital medyanın bu küresel etkileşimi toplumsal ve kültürel değişimlere de zemin hazırlamıştır. Dijital

medyanın evrimi, medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme yeteneklerinin önemini büyük ölçüde yükseltmiştir. Artık kullanıcılar, sadece içerikleri tüketmekle kalmayıp, aynı zamanda içerik yaratıcıları ve yorumcuları olarak da faaliyet göstermektedirler. Bu durum, medya içeriklerinin değerlendirilmesi ve analiz edilmesi açısından kullanıcılara daha fazla sorumluluk yüklemiştir. Medya okuryazarlığı dijital çağda bilgiyi değerlendirme, doğru kaynakları seçme ve yanıltıcı veya yanlış bilgilerden kaçınma becerilerini içermektedir.

Öte yandan dijital medyanın yaygınlaşması, veri gizliliği ve güvenliği konusundaki endişeleri de artırmıştır. Kullanıcı verilerinin toplanması, işlenmesi ve paylaşılması dijital medya platformlarının iş modellerinin temel bir parçası haline gelmiştir. Bu durum, kullanıcıların kişisel verilerinin korunması ve gizlilik haklarının nasıl sağlanacağı konusunda ciddi tartışmaları beraberinde getirmiştir.

Sonuç olarak, medyanın dijitalleşmesi ve dönüşümü teknolojinin ilerlemesiyle birlikte toplumsal, kültürel ve ekonomik yapıları derinden etkileyen bir süreçtir. Dijital medya geleneksel medya formlarını dönüştürmüş, kullanıcıların medya içeriğiyle etkileşim biçimlerini yeniden şekillendirmiş ve küresel iletişim ağlarını genişletmiştir. Bu dönüşüm hem fırsatlar hem de zorluklar sunmakta olup gelecekteki medya araştırmaları ve politikaları için önemli bir konu olmaya devam edecektir.

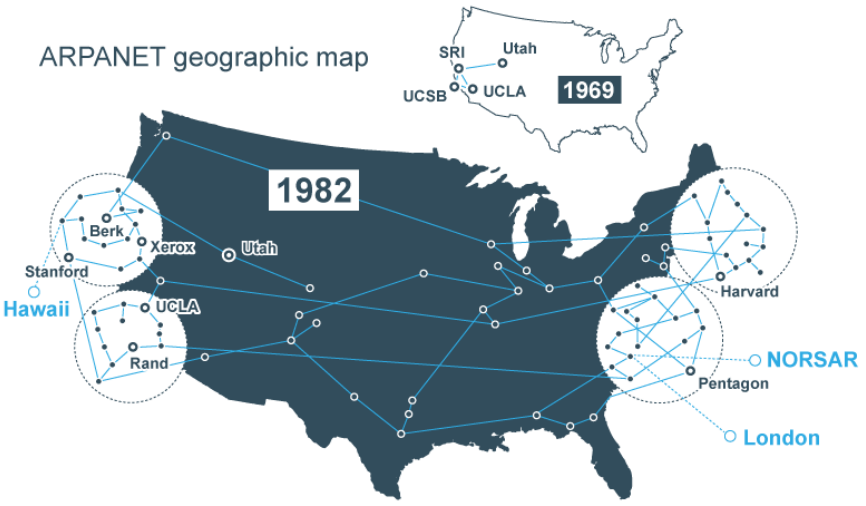
1.3. Dijital Medyanın Tarihsel Gelişimi

Dijital medya, son yüzyılda hızla gelişen ve değişen teknolojinin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Dijital medyanın tarihsel gelişimi, 1950'li yıllardan günümüze kadar uzanmaktadır. İlk dijital medya araçları bilgisayarlar ve internetin ortaya çıkması ile birlikte gelişmeye başlamıştır. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte 1990'lı yıllarda sosyal medya araçları ve mobil cihazlar ortaya çıkmıştır. 1950'lerde ortaya çıkan bu teknolojik araç, günümüzde bireylerin hayat döngülerinde yaşamsal bir unsur haline gelmiştir.

Kitlesel iletişim araçları ile bilgi işleme teknolojileri birbirlerini tamamlayan ve birlikte ortaya çıkan teknolojilerdir. Bu teknolojilerin gelişmesi modern kitle toplumunun oluşmasını mümkün kılmıştır (Başlar, 2013: 823). Başlangıçta

bilgisayarlar sadece hesap makinesi olarak düşünülmüştür. Ancak Soğuk Savaş döneminde askeri amaçlar için kullanılan ilk elektronik ve dijital bilgisayarlar, teknolojinin gelişmesiyle Silikon Vadisi'nde yaygınlaşmasıyla artan kullanım alanına sahip olmuştur. Günümüzde bilgisayarlar, eğitimden sağlığa birçok farklı hizmet alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. (Briggs ve Burke, 2004:124).

Bilgi teknolojisi konusunda donanımsal gelişmelerle birlikte söz konusu aygıtların iletişim kurmasına imkân tanıyacak internet teknolojisi de ortaya çıkmış ve gelişmiştir. 1969 yılında ARPA tarafından başlatılan proje, araştırma merkezlerini ülke çapında bir bilgisayar ağı ile birleştirmek için tasarlanması sonucu günümüzdeki internetin temelini oluşturmuştur. 1995 yılında birçok ticari şirketin internet dünyasına girişiyle birlikte internet çağı başlamıştır (İnan, 2002: 124).



Şekil 1.1. ARPANET Topolojisi (https://hardtec.com.br/arpanet-as-origens-da-internet)

World Wide Web (WWW), internetin en yaygın kullanım biçimlerinden biri olarak 1990'ların başında dijital çağın yüzünü değiştiren bir yenilik olarak ortaya çıkmıştır. WWW, kullanıcıların internet tarayıcıları aracılığıyla dünya genelindeki bilgi ve kaynaklara erişimini kolaylaştıran bir platform olarak tasarlanmıştır. Bu ağ, adeta küresel bir multimedya kütüphanesi gibi düşünülebilir. Kullanıcılar ağ içerisinde internet tarayıcısı yardımıyla istedikleri bilgilere ve sayfalara kolayca erişebilmektedir. WWW'nin icadı, insanların bilgiye erişim biçimini temelden

değiştirmiştir ve internetin kullanımını genişleterek popüler hale getirmiştir. WWW, 1992 yılında İsviçre'de bulunan Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'nde (CERN) görevli bir yazılım mühendisi olan Tim Berners-Lee tarafından icat edilmiştir. Berners-Lee, WWW'nin temellerini oluşturarak internet üzerindeki bilgi paylaşımını ve erişimini kolaylaştıracak bir yapı oluşturmayı hedeflemiştir. Bu yapı, metin tabanlı bilgileri birbirine bağlayan hipermetin sistemi üzerine kurulmuştur. Kullanıcılar bir web sayfasındaki bağlantıları (linkleri) takip ederek farklı sayfalara ve kaynaklara hipermetin sistem üzerinden ulaşabilmektedir. Berners-Lee'nin bu buluşu internetin sadece bilim insanları ve teknik uzmanlar tarafından değil, genel halk tarafından da kullanılmasını sağlayarak internetin yaygınlaşmasına önemli bir katkıda bulunmuştur (Askeroğlu, 2019: 510).

WWW'nin icadı ve yaygınlaşması bilgiye erişimin demokratikleşmesi anlamına gelmiştir. Bu platform bilgiyi arayan herkesin cinsiyet, yaş, etnik köken, coğrafi konum veya sosyoekonomik statüden bağımsız olarak dünyanın dört bir yanındaki bilgi ve kaynaklara erişmesini sağlamıştır. WWW, bilgi paylaşımını ve iletişimi kolaylaştırarak eğitim, araştırma ve iş dünyasında önemli değişikliklere yol açmıştır. Öğrenciler, araştırmacılar ve profesyoneller WWW sayesinde bilgiye daha hızlı ve etkili bir şekilde ulaşabilmekte; çeşitli disiplinler ve alanlar arasında işbirliği yapabilmektedirler.

Bu dijitalleşme süreci gelişmiş bilgisayar, internet ve mobil teknolojileri ile desteklenen her yeni gelişmeyle kullanıcıların zaman ve mekândan bağımsız olarak etkileşim içinde olmalarını sağlamıştır. Bu durum, dünya çapında bir iletişim ve teknoloji çağının başlamasına neden olmuştur. Ancak bu çağın altyapısı, önceki teknolojilerin üzerine inşa edilmiştir. Kısacası her yeni yenilik önceki teknolojilerin temelleri üzerine kurulmuştur.

Dijital medyanın başlangıcı, 1960'lı yıllarda kullanılan bilgisayarlarla başlamıştır. 1980'li yıllarda internetin ortaya çıkışıyla birlikte dijital medya insanlar arasında daha da yaygınlaşmıştır. 1990'lı yıllarda internetin yaygınlaşması ve gelişmesiyle, e-posta, online forumlar ve web sayfaları gibi dijital medya araçları ortaya çıkmıştır (Turkle, 2012).

2000'li yıllara gelindiğinde, dijital medya, hızla gelişmeye devam etmiştir. Sosyal medya araçlarının ortaya çıkmasıyla, insanlar arasında iletişim ve bağlantı kurma şekli köklü bir değişime uğramıştır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Akıllı telefonlar ve tabletlerin yaygınlaşması, dijital medyanın her yerde ve her an erişilebilir hale gelmesine imkân sağlamıştır (Rainie ve Wellman, 2012: 112).

Dijital medyanın tarihsel gelişimi, insan hayatına olan etkilerini de beraberinde getirmiştir. Örneğin, dijital medya sayesinde insanlar arasındaki iletişim ve bağlantı kurma şekli büyük ölçüde değişmiştir. Dünya genelinde insanlar, daha hızlı ve kolay bir şekilde bilgi paylaşımı yapabilir hale gelmiştir. Ancak dijital medyanın yaygınlaşması, insanlar arasındaki iletişimin kalitesinin azalmasına da yol açmıştır. Sosyal medya araçlarının yaygın kullanımı sonucunda insanlar arasındaki yüz yüze iletişim azalmış, sanal ortamlardaki iletişim daha düzensiz ve daha az fiziksel etkileşimli hale gelmiştir (Turkle, 2012).

Dijital medya, insanlar arasındaki iletişimi ve bilgi paylaşımını hızlandırarak dünya çapında birleşmeye ve globalleşmeye katkıda bulunmuştur (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60). Dijital medya araçları sayesinde dünya genelinde insanlar arasındaki iletişim ve bilgi paylaşımı daha kolay ve hızlı hale gelmiştir. Dijital medya araçları, insanların daha fazla sosyalleşmesini ve daha fazla iletişim kurmasını sağlamıştır (Wellman vd., 2001: 123).

Dijital medya aynı zamanda sosyal ve kültürel değişikliklere de yol açmıştır. Örneğin, dijital medya sayesinde insanlar arasındaki farklılıklar ve fikir ayrılıkları daha belirgin hale gelmiştir. Ayrıca dijital medya sayesinde insanlar arasındaki güven ve empati düzeyleri azalmıştır (Turkle, 2012).

Dijital medya, ticaret ve reklam sektörlerine de önemli etkilerde bulunmuştur. Örneğin, dijital medya sayesinde firmalar daha ucuz ve etkileşimli bir şekilde reklam yapabilmekte ve müşteriye ulaşmak için daha fazla seçenek bulabilmektedirler. Dijital medya sayesinde e-ticaret ve online satışlar da hızla gelişmiştir (Rainie ve Wellman, 2012: 135).

Dijital medyanın yaygınlaşması ve etkisinin artmasıyla toplumlar arasındaki iletişim biçimleri ve kültürel dinamiklerde de önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Geleneksel medya biçimlerinin yanı sıra dijital medya platformları, insanların günlük yaşamlarında bilgi ve eğlence kaynakları olarak giderek daha önemli hale gelmiştir. Dijital medyanın bu yaygın kullanımı, hem fırsatlar sunmuş hem de toplumlar için çeşitli zorlukları da beraberinde getirmiştir. Bu zorluklar arasında bilgi güvenliği, gizlilik ve veri koruma gibi konular öne çıkmaktadır. Dijital medyanın yaygınlaşması kullanıcıların bilgiye erişim şekillerini de değiştirmiştir. Artık kullanıcılar bilgiye anlık olarak erişebilir ve dünyanın dört bir yanından gelen bilgilerle etkileşimde bulunabilir hale gelmişlerdir.

Dijital medya; eğitim, sağlık ve devlet işleri gibi çeşitli temel yaşam alanlarında da önemli etkilerde bulunmuştur. Eğitim alanında dijital medya araçları, öğrencilere ve eğitimcilere bilgiye daha kolay erişim imkânı sağlayarak öğrenme ve öğretme süreçlerini dönüştürmüştür. Sağlık alanında dijital medya, hastaların sağlık bilgilerine erişimini kolaylaştırmış ve sağlık hizmetlerinin sunumunda yenilikler getirmiştir. Devlet işleri açısından dijital medya ise devletlerin vatandaşlarla iletişim kurma ve kamu hizmetlerini sunma biçimlerinde dönüşümlere yol açmıştır.

Sonuç olarak, dijital medyanın günümüzde insan hayatına ve dünya ekonomisine büyük etkileri olmaktadır. Bu bağlamda etkiler dönemsel olarak gelişim ve değişim göstermiştir. Dijital medyanın gelişimi ve etkileri bakımından internet dönemi olarak nitelendirilebilecek Web 1.0 dönemi etkileşim ve kullanıcıların aynı zamanda üretici olduğu Web 2.0 olarak dönüşmüş ardından blockchain teknolojileri temelinde oluşturulan Web 3.0 yinelemesine uğramıştır. 2023 itibarıyla dünya çapında konuşulan metaverse olgusu ile dijital medyanın yeni bir yinelemeye uğraması beklenmektedir.

1.3.1. Web 1.0 Dönemi

World Wide Web (WWW) veya genel olarak bilinen adıyla Web, internetin en yaygın kullanım biçimlerinden biri olarak küresel multimedya kütüphanesi işlevi görmektedir. Kullanıcılar, internet tarayıcıları aracılığıyla istedikleri bilgilere ve web sayfalarına kolaylıkla erişebilmektedirler. WWW, 1992 yılında İsviçre'deki bir fizik

laboratuvarında çalışan bir yazılım mühendisi tarafından icat edilmiş ve kısa sürede küresel olarak yaygınlaşmıştır (Askeroğlu, 2019: 510).

İnternetin ilk evresi olan Web 1.0, 1990'lı yıllar arasında ortaya çıkmıştır. Bu dönem internetin yalnızca bilgi paylaşmak amacıyla kullanıldığı bir dönem olarak tanımlanmaktadır. Web 1.0 döneminin en belirgin özelliği internetin sadece metin ve resim içeren statik web sayfalarından oluşmasıydı. Bu dönemde internetin yaygınlaşmasıyla birlikte ticari amaçlı web sitelerinin ortaya çıkmasına ve e-ticaret sitelerinin kurulmasına imkân vermiştir (Kalakota ve Robinson, 1999: 75).

Web 1.0 döneminin en önemli özelliklerinden biri kullanıcıların yalnızca web sayfalarını okuyabilmeleri ve içeriği değiştirememeleri ya da ekleyememeleriydi. Web 1.0'ın bir diğer özelliği ise tüm web sayfalarının HTML kodları ile yazılmasıdır. Bu durum, Web 1.0 sitelerinin genellikle benzer bir görünüme sahip olmasına neden olmuştur (Berners-Lee, 2000: 59).

Web 1.0'ın ortaya çıkışı, internetin daha sonraki yıllarda daha interaktif, etkileşimli ve kullanıcı odaklı hale gelmesini sağlayan Web 2.0'ın ortaya çıkmasını tetiklemiştir (O'Reilly, 2007: 17). Web 2.0 döneminde internet, sosyal ağ platformları, bloglar ve wiki siteleri gibi yeni araçlarla zenginleşerek kullanıcıların içerik üretmesine ve etkileşimde bulunmasına olanak sağlamıştır. Bu durum, interneti sadece bilgi paylaşımı yapmak için kullanılan statik bir platformdan, dinamik ve katılımcı bir ortama dönüştürmüştür.

Web 1.0'ın internet tarihine ve gelişimine olan katkıları bugün hâlâ hissedilmekte ve internet teknolojilerinin gelişimi, Web 1.0'ın ortaya çıkışından bu yana internet kullanımının hızla değiştiğini göstermektedir. İnternetin bugünkü hâli, Web 1.0'ın ortaya çıkışından bu yana gelişen ve gelişmeye devam eden teknolojilerin bir sonucudur.

Bu nedenle Web 1.0'ın internet tarihine ve gelişimine olan katkıları önemlidir ve konunun araştırılması internetin bugünkü hâlini anlamada ve gelecekteki gelişmelerin tahmin edilmesinde faydalı olacaktır. Web 1.0 dönemi internetin gelişiminin ilk evresidir ve bugünkü hâlini ve dünya genelinde kullanılan teknolojik

araçların gelişmesinin temelini oluşturur. Web 1.0'ın ortaya çıkışı, internetin hızla gelişen ve kullanıcı odaklı hâline dönüşmesine neden olmuştur. Bugün internet bilgiye erişimi kolaylaştıran, ticaret ve diğer alanlarda hayatı kolaylaştıran önemli bir araç halini almıştır.

Web 1.0 Dönemi	Özellikler
Temel İletişim Araçları	İnternetin ilk aşamaları, televizyonun geleneksel kullanımı, basit işlevli yazıcılar, erken dönem elektronik posta hizmetleri ve temel çevrimiçi arama yetenekleri.
Kullanıcı Rolü	Kullanıcıların daha çok gözlemci ve dinleyici olarak kaldığı, etkileşimin az olduğu ve içeriğin büyük oranda pasif tüketildiği bir ortam.
Etkileşim Düzeyi	Kullanıcıların dijital içerik ve hizmetlerle sınırlı ve genellikle tek yönlü etkileşime girdiği, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin az veya yok olduğu bir yapı.

Tablo 1.1 : Web 1.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi (Müller, 2010)

Web 1.0 internetin gelişiminde önemli bir dönüm noktasıdır ve bugünkü internetin temellerini atmıştır. Bu dönem, internetin sadece bilgi paylaşmak için kullanıldığı statik ve sınırlı bir platform olduğu bir dönemi temsil ederken; bugün internet çok daha dinamik, etkileşimli ve kullanıcı odaklı bir platform haline gelmiştir. Web 1.0'ın ortaya çıkışı internetin dünya genelinde yaygınlaşmasına ve insanların bilgiye hızlı ve kolay erişmesine olanak tanımıştır. İnternet, günümüzde dünya genelinde bilgi, eğitim, ticaret ve diğer alanlarda hayatı kolaylaştıran bir araç olarak kullanılmaktadır. Web 1.0'ın internet tarihindeki rolü, teknolojinin gelecekteki gelişim yönünü anlamada ve tahmin etmede önemli bir kaynak olarak kabul edilmektedir.

1990'lı yıllarda başlayan Web 1.0 dönemi, internetin sadece bilgi paylaşmak amacıyla kullanıldığı ve metin ile resimler içeren statik web sayfalarından oluştuğu bir evreydi. Bu dönemde web sayfaları kullanıcılar tarafından değiştirilemeyen, sabit içeriklere sahipti ve genellikle HTML kodları ile oluşturulmuştu. Web 1.0 internetin yaygınlaşmasının başlangıcıydı ve ticari amaçlı web sitelerinin, e-ticaret platformlarının ve online bilgi kaynaklarının temellerinin atıldığı bir dönem olarak görülmektedir.

Bu dönemin en önemli özelliklerinden biri, kullanıcıların web sayfalarını yalnızca okuyabilmeleri ve içeriği değiştirememeleri veya ekleyememeleriydi. Web 1.0 dönemindeki web siteleri, kullanıcı etkileşiminden yoksundu ve genellikle tek yönlü bilgi akışına dayanıyordu. Söz konusu durum, internetin daha çok bilgi kaynağı olarak kullanıldığı ve kullanıcıların aktif katılımcılar yerine pasif tüketiciler olduğu bir dönemi temsil etmektedir.

Web 1.0'ın ortaya çıkışı internetin daha sonraki evrelerine, özellikle Web 2.0'a geçiş için temel bir zemin oluşturmuştur. Web 2.0, internetin daha interaktif, etkileşimli ve kullanıcı odaklı hale geldiği bir dönemi ifade etmektedir. Yeni evrede internet, kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmasına, paylaşmasına ve çeşitli sosyal medya platformları, bloglar, wiki siteleri aracılığıyla etkileşimde bulunmasına olanak tanımıştır. Web 2.0 dönemiyle internet, dinamik bir iletişim aracına dönüşerek kullanıcılar içerik üreticisi olarak internetin şekillenmesinde aktif bir rol oynamaya başlamışlardır.

Bugün internet, Web 1.0'ın statik yapısından oldukça farklı bir yapıya sahiptir. İnternet, kullanıcıların interaktif olarak etkileşimde bulunabildiği, çok sayıda içerik türünü barındıran ve sürekli gelişen bir platform haline gelmiştir. Mobil cihazlar, sosyal medya, video paylaşım siteleri ve çeşitli interaktif araçlar, günlük hayatta internetin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir.

Web 1.0 döneminin en önemli etkisi, internetin dünya genelinde yaygınlaşmasına ve insanların bilgiye hızlı ve kolay erişmesine imkân sağlamasıdır. İnternet bugün, dünya çapında bilgiye erişimi kolaylaştıran, eğitim, ticaret, eğlence ve diğer birçok alanda hayatı kolaylaştıran önemli bir araç halini almıştır.

Sonuç olarak Web 1.0 dönemi, internetin gelişiminin ilk evresi olarak büyük önem taşımaktadır. Bu dönem, internetin bugünkü hâli ve dünya genelinde kullanılan teknolojik araçların gelişmesinin temelini atmıştır. Web 1.0'ın ortaya çıkışı, internetin hızla gelişen ve kullanıcı odaklı hâline dönüşmesine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Günümüzde internet dünya genelinde bilgiye erişimi hızlandıran, ticaret ve diğer alanlarda hayatı kolaylaştıran önemli bir araç halini almıştır.

1.3.2. Web 2.0 Dönemi

Milenyumun başlangıcıyla birlikte gelişen teknolojik olanaklar ve sosyal medyanın aktif kullanımı internet kullanıcılarını büyük ölçüde etkilemeye başlamıştır. İşbirlikçi ortamların oluşumu ve içerik üretimine katılımın artması, internetin popülaritesini önemli ölçüde artırmıştır. Dinamik ve çift yönlü bağlantıların sağlanması platformların daha da gelişmesine katkıda bulunmuştur. Günümüzde internet teknolojileri hızla gelişmekte ve hayatın birçok alanında kullanılmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması ve web sitelerinin sayısının artması, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamak için yeni ve yenilikçi teknolojilerin geliştirilmesini tetiklemiştir. Bu bağlamda, Web 2.0 teknolojileri son yıllarda büyük popülerlik kazanmıştır. Web 2.0 teknolojileri interneti daha interaktif, kişisel ve kullanıcı odaklı bir platforma dönüştürmektedir.

Web 2.0 kavramı ilk olarak, 2004'te Dale Dougherty tarafından kullanılmış ve Tim O'Reilly tarafından yaygın hale getirilmiştir. O'Reilly (2007) tarafından *What Is Web 2.0* başlıklı makalede tanımlanan bu kavram, internet teknolojilerindeki devrimsel dönüşümü ifade etmektedir. O'Reilly Media'nın konferansında, Web 2.0'ın tanıtılması, internet dünyasında yeni bir akımın doğuşunu işaret etmiştir. Web 2.0, kullanıcıların web siteleri ve uygulamaları oluşturabildiği, içerik üretebildiği ve düzenleyebildiği bir platform olarak tanımlanmaktadır. Kaplan ve Haenlein (2010) tarafından belirtildiği gibi bu dönem, kullanıcıların içerik oluşturma, paylaşma ve düzenleme gibi etkinliklerde bulunabildiği bir web olarak da tanımlanmaktadır. Sosyal medya, bilgi erişiminin ve düzenlemenin ön planda olduğu sitelerin oluşmasına zemin hazırlayarak internet kullanımını artırmıştır. Facebook, Twitter (X), YouTube, Instagram gibi siteler Web 2.0 teknolojisinin bir ürünü olarak teknolojinin dinamik ve etkileşimli özelliklerini sergilemektedir. Kullanıcılar görsel, video ve bilgi içeriklerini kolayca paylaşırken, günlük yaşamlarından ve düşüncelerinden bilgilerle etkileşimi artırmıştır.

Web 2.0 teknolojileri, web tabanlı uygulamaların gelişimi, web sitelerinin daha interaktif hale gelmesi ve sosyal medya platformlarının yükselişi ile karakterize edilir. HTML ve CSS gibi teknolojilerin gelişimiyle birlikte web siteleri ve uygulamaları

daha fonksiyonel ve görsel olarak zenginleşmiştir (Anderson, 2007). Bu dönemde internet kullanıcılarına daha fazla özgürlük, kontrol ve yaratıcılık sağlanmıştır. Kullanıcılar web sitelerinde ve uygulamalarda daha etkileşimli olarak içerik oluşturabilmekte ve paylaşabilmektedirler.

Web 2.0'ın gelişimi, internetin bugünkü dinamik ve kullanıcı odaklı yapısının temellerini atmıştır. Bu dönem internetin dünya genelinde yaygınlaşmasına ve insanların bilgiye daha kolay ve etkileşimli bir şekilde erişmesine olanak sağlamıştır. İnternet bugün dünya çapında bilgi, eğitim, ticaret ve diğer alanlarda hayatı kolaylaştıran bir araç olarak kullanılmaktadır.

Web 2.0 Dönemi	Özellikler
Yaygın Web Uygulamaları	Kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler (UGC), blog platformları, dış mekân için etkileşimli uygulamalar (I-OOH), anlık mesajlaşma servisleri, ses yayınları (podcast), çeşitli sosyal medya ağları, kullanıcı katılımına dayalı bilgi paylaşımı için wiki sistemleri, geniş çapta yayılan viral kampanyalar, sosyal medya üzerinden yapılan ticaret ve çeşitli web widget'ları.
Kullanıcı Etkileşimi	Aktif katılım ve içerik üretimine yönelik eğilim (Move Forward), kullanıcıların içerik oluşturma ve paylaşımında daha etkin rol alması.
Katılım Seviyesi	Kullanıcıların dijital ortamda daha aktif ve katılımcı olduğu bir dönem, interaktif uygulamalar ve sosyal ağlar aracılığıyla artan katılım.

Tablo 1.2 : Web 2.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi (Müller, 2010)

Web 2.0 teknolojileri, modern dünyada birçok sektörde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu teknolojiler e-ticaret, eğitim, sağlık, medya, turizm, işletme ve kamu yönetimi gibi alanlarda hizmetlerin geliştirilmesine veya yenilikçi ürünlerin sunulmasına katkıda bulunmaktadır. Chaffey (2012) tarafından belirtildiği üzere Web 2.0 teknolojilerinin kullanımı, sektörlerde verimliliği artırma, iş süreçlerini optimize etme ve müşteri memnuniyetini yükseltme potansiyeline sahiptir.

Web 2.0 teknolojilerinin sunduğu avantajlar arasında kullanıcılara daha fazla katılım, işbirliği, paylaşım ve iletişim fırsatları vermesi yer alır. Kullanıcılar, web siteleri ve uygulamalar üzerinde etkileşimli olarak çalışabilir, birlikte içerik oluşturabilir ve paylaşabilirler. Bu durum kullanıcıların birbirleriyle olan

etkileşimlerini artırarak, diyaloglarını daha zengin ve çeşitli hale getirir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Web 2.0 teknolojilerinin evrimi, çağdaş dijital dünyada kritik bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Bu teknolojiler kullanıcıların birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını, içerik oluşturmalarını ve paylaşmalarını kolaylaştıran sosyal medya platformlarının gelişimine öncülük etmiştir. Facebook, Twitter (X), Instagram ve YouTube gibi platformlar, Web 2.0'ın katılım ve etkileşim odaklı dinamiklerini en üst düzeyde sergilemektedir. Bu platformlar yalnızca bireysel kullanıcıların değil aynı zamanda işletmelerin ve kurumların da iletişim ve pazarlama stratejilerinde merkezi bir rol oynamaktadır.

Web 2.0 teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte, çeşitli güvenlik riskleri ve zorluklar da ortaya çıkmıştır. Özellikle kullanıcı verilerinin gizliliği, çevrimiçi dolandırıcılık ve siber güvenlik ihlalleri söz konusu teknolojilerin kullanımında önemli endişe kaynakları olarak belirmektedir. Bu bağlamda kurumların ve bireylerin bu tür güvenlik ve gizlilik sorunlarına karşı tedbirli olmaları ve uygun güvenlik protokollerini uygulamaları gerekmektedir.

Web 2.0'ın eğitim ve öğrenme süreçlerindeki etkisi de göz ardı edilemez. Çevrimiçi eğitim platformları, interaktif öğrenme araçları ve çevrimiçi kurslar gibi uygulamalar öğrenimi daha erişilebilir ve özelleştirilebilir hale getirerek öğrencilere kendi öğrenme hızlarına uygun şekilde ilerleme imkânı sunmaktadır. Bu durum öğrenme süreçlerinde öğrencilerin daha aktif rol almasını ve bireysel öğrenme ihtiyaçlarına göre öğrenimlerini şekillendirmelerini teşvik etmektedir.

Web 2.0 teknolojileri modern toplumda bilgi paylaşımını, iş birliğini ve katılımı teşvik eden temel araçlar haline gelmiştir. Bu teknolojiler farklı sektörlerde yenilikçi hizmetlerin ve uygulamaların geliştirilmesine olanak tanımakta ancak bu süreçte güvenlik ve gizlilikle ilgili meydan okumaları da beraberinde getirmektedir. İnternetin ve dijital teknolojilerin geleceği sürekli gelişen ve değişen Web 2.0 ortamı etrafında şekillenmekte ve bu ortamın etkileşimli doğası, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli değişiklikleri beraberinde getirmektedir.

1.3.3. Web 3.0 Dönemi

Web 3.0, internetin evriminin en son aşamasını temsil etmektedir. Bu yeni evre internetin daha akıllı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir yapıya kavuşması ile karakterize edilmektedir. Web 3.0 web uygulamalarının, veri yönetiminin ve kullanıcı deneyimlerinin geliştirilmesine dair yenilikçi bir perspektif sunmaktadır.

John Markoff, 2006 yılında Web 3.0 terimini tanımlamış ve bu terim internetin daha akıllı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir yapıya kavuşmasını ifade etmektedir (Markoff, 2006). Berners-Lee, Hall ve Hendler (2006) Web 3.0'ın önemi için web uygulamalarının, veri yönetiminin ve kullanıcı deneyimlerinin gelişiminde merkezi bir role sahip olduğunu vurgulamaktadır.

İnternetin ilk aşamaları olan Web 1.0, statik web sayfaları ve temel web uygulamaları ile karakterize edilirken, Web 2.0, içerik noktasında bireylerin üretici konumuna gelmesi, paylaşım yapabilmesi ve etkileşimde bulunabilmesi imkânlarını sunarak kullanıcıların daha dinamik ve sosyal bir web deneyimi yaşamasına olanak sağlamıştır (O'Reilly, 2007). Web 3.0 ise internetin daha akıllı hale gelmesini sağlayan teknolojilerin gelişimiyle belirmiştir. Bu yeni dönem özellikle yapay zekâ, makine öğrenimi ve semantik web teknolojilerinin bütünleşmesiyle daha ileri bir düzeye ulaşmaktadır.

Web 3.0, internetin sadece bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşim platformu olmaktan öte, kullanıcı ihtiyaç ve tercihlerine göre kişiselleştirilmiş deneyimler sunan daha zeki ve bağlantılı bir ortama evrilmesini sağlamaktadır. Bu yeni evre, internet kullanımını ve kullanıcıların internetle etkileşim biçimlerini kökten değiştirmekte, internetin geleceğinin şekillenmesinde kilit bir rol oynamaktadır.

Web 3.0 Dönemi	Özellikler
Teknolojik İlerlemeler	Semantik web teknolojileri, gerçekçi sinematik oyunlar, holografik eğlence ve oyun platformları, üç boyutlu (3D) sohbet ortamları, daha zeki arama motorları, çok oyunculu online rol yapma oyunları, sanal gerçeklikte (VR) alışveriş deneyimleri, etkileşimli ve akıllı reklamcılık, oyun konsolları, oyunlaştırma stratejileri ve sanal ortamda gerçekçi mimik ve jest yaratımı.
Kullanıcı Deneyimi	Derinlemesine İçine Dalma (Jump In) - Kullanıcıların teknolojiyle daha yoğun ve etkileşimli bir biçimde bütünleştiği bir süreç.
Etkileşim Şekli	Değişken Katılım - Kullanıcıların bazen tamamen sanal deneyimlere daldığı, bazen ise daha az aktif bir etkileşim sergilediği bir durum.

Tablo 1.3 : Web 3.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi (Müller, 2010)

WEB 3.0 teknolojileri veri yönetimi, semantik web ve yapay zekâ gibi alanlarda önemli gelişmeleri içermektedir. Lanier (2010) belirttiği üzere veri yönetimi, internet üzerindeki verilerin daha kolay erişilebilir ve kullanılabilir hale getirilmesine odaklanmaktadır. Semantik web, Berners-Lee, Hendler ve Lassila (2001) tarafından açıklandığı gibi web içeriğinin anlamını daha iyi anlamak ve yorumlamak amacıyla ontolojik yapıların kullanılmasını sağlayan bir teknolojidir. Yapay zekâ ise Russell ve Norvig (2010) tarafından vurgulandığı gibi web uygulamalarını daha akıllı hale getirerek kullanıcılara daha kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmaktadır.

WEB 3.0, interneti daha akıllı ve kişiselleştirilmiş bir hale getirerek web uygulamaları ve kullanıcı deneyimlerinin geliştirilmesine imkân tanımaktadır. Duan, Gu ve Whinston (2012) tarafından işaret edildiği üzere bu durum, işletmeler için önemli fırsatlar sunmakta ve müşteri hizmetleri, pazarlama stratejileri ve iş süreçlerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Bununla birlikte WEB 3.0'ın kullanımıyla ilişkili bazı sorunlar da mevcuttur. Özellikle veri güvenliği ve gizlilik konularında endişeler bulunmaktadır. Kshetri (2010) tarafından belirtildiği gibi WEB 3.0 teknolojileri, kişisel verilerin toplanması ve kullanılması konusunda daha fazla fırsat sunarken bu verilerin kötüye kullanılma risklerini de artırmaktadır.

Sonuç olarak WEB 3.0, internetin daha akıllı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir hale gelmesini sağlayan önemli bir teknoloji aşamasıdır. Bu teknolojiler işletmeler için yeni fırsatlar sunarken, veri güvenliği ve gizlilik konusunda da yeni zorlukları beraberinde getirmektedir. İnternetin geleceğinde WEB 3.0'ın ne kadar etkili olacağı henüz tam olarak belirsiz olsa da bu teknoloji aşamasının internet kullanımı ve uygulamaları için yenilikçi bir vizyon sunduğu açıktır.

1.3.4. Web 4.0 Dönemi

Web 4.0, internet teknolojilerinin gelecekteki evrimlerinden biri olarak kabul edilmekte ve genellikle akıllı web olarak adlandırılmaktadır. Bu yeni evre internetin daha akıllı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir yapıya kavuşmasıyla karakterize edilmektedir. Web 4.0 ilk olarak Tim Berners-Lee tarafından 2001 yılında tanımlanmış ve Web'in gerçek potansiyelinin henüz açığa çıkmadığı şeklinde ifade edilmiştir (Berners-Lee, 2001). Daha sonraki çalışmalarda bu kavram Akıllı Web, Nesnelerin İnterneti (IoT), Yapay Zekâ (AI), Bulut Bilişim (Cloud Computing) ve Veri Madenciliği (Data Mining) gibi teknolojilerle ilişkilendirilmiştir (Chatti vd., 2010).

Web 4.0 önceki web sürümlerine kıyasla daha akıllı, daha bütünsel ve daha kişiselleştirilmiş bir kullanıcı deneyimi sunmaktadır. Bu web sürümü, insanlarla birlikte diğer cihazlar ve sistemlerle de etkileşim halindedir. Akıllı Web olarak adlandırılmasının nedeni Web'in sadece insanlar tarafından kullanılmaması, aynı zamanda cihazlar tarafından da etkin bir şekilde kullanılmasıdır. Bu özellik Nesnelerin İnterneti (IoT) ile yakından ilişkilidir (Atzori vd., 2010). Web 4.0 ayrıca kullanıcılara daha kişiselleştirilmiş bir deneyim sunarak, web sayfalarını kendi ihtiyaçlarına göre özelleştirmelerine olanak tanımaktadır (Fan ve Bifet, 2013).

Bu yeni aşama işletmelere ve bireylere veri analizi, müşteri hizmetleri ve pazarlama stratejilerinde yeni fırsatlar sunmaktadır. Ancak Web 4.0'ın getirdiği teknolojik yenilikler diğer geçmiş evrelerde olduğu gibi veri güvenliği ve gizlilik konularında yeni zorlukları da beraberinde getirmektedir. Kullanıcı verilerinin korunması ve gizliliğin sağlanması bu yeni internet aşamasının önemli odak noktalarından biridir.

Web 4.0 Dönemi	Özellikler
Yenilikçi Teknolojiler	Nesnelerin interneti (IoT) olarak da bilinen Outernet, gelişmiş zenginleştirilmiş gerçeklik uygulamaları, birden fazla ortamda varlık gösterme (çoklu bulunma), yer tabanlı hizmetler, yapay zekâ tabanlı asistanlar, bulut bilişim teknolojileri, gelişmiş ses tanıma ve analizi, giyilebilir cihazlar, dokunsal geri bildirim sağlayan arayüzler ve nesneleri tanıma yeteneğine sahip sistemler.
Kullanıcı Durumu	Daima Bağlı (Always On) - Kullanıcıların ve cihazların sürekli olarak etkileşim halinde olduğu, teknolojinin hayatın her alanına entegre olduğu bir durum.
Etkileşim Kalitesi	Sürekli ve Kesintisiz Katılım - Kullanıcıların teknolojiyle devamlı etkileşim içinde olduğu, bu etkileşimin kesintisiz ve devamlı bir nitelik taşıdığı bir yapı.

Tablo 1.4 : Web 4.0 Dönemi ve İnsan İlişkisi (Müller, 2010)

Web 4.0, internet teknolojilerinin geleceğinde önemli bir rol oynamakta ve birçok avantaj sunmaktadır. Bu teknoloji sayesinde internet deneyimleri daha kişiselleştirilebilir ve etkili hale gelmektedir. Kullanıcılar web sayfalarını kendi ihtiyaçlarına göre özelleştirerek aradıkları bilgilere daha hızlı ve kolay bir şekilde erişebilmektedirler. Veri madenciliği ve yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı ile internet kullanıcılarına daha doğru ve anlamlı içerikler sunulabilmektedir (Zhang vd., 2015). Nesnelerin İnterneti (IoT) teknolojisi sayesinde, cihazlar arasında daha akıllı ve etkili bir iletişim sağlanabilmektedir. Bu teknoloji, cihazların birbirleriyle etkileşim halinde olmalarını ve birlikte daha verimli bir şekilde çalışmalarını mümkün kılmaktadır (Atzori vd., 2010).

Bununla birlikte Web 4.0'ın dezavantajları da bulunmaktadır. Yapay zekâ ve veri madenciliği teknolojilerinin kullanımı ile internet kullanıcılarının kişisel verilerinin daha fazla toplanması, kullanıcı gizliliği konusunda endişelere neden olabilmektedir (Fan ve Bifet, 2013). Ayrıca cihazlar arasındaki artan etkileşim internet güvenliği risklerinin artmasına da yol açabilmektedir (Jin ve Cho, 2017).

Web 4.0 birçok endüstride ve sektörde kullanılabilecek potansiyele sahiptir. Akıllı şehirler, akıllı evler, akıllı sağlık hizmetleri ve akıllı ulaşım sistemleri gibi

alanlarda etkin bir şekilde kullanılabilir (Chatti vd., 2010). Bu teknolojinin uygulanması, insanların yaşam kalitesini artırabilir ve birçok alanda daha etkili hizmetler sunulmasını sağlayabilir.

Bu bağlamda Web teknolojisinin geçmişten bu yana geçirdiği temel değişim ve gelişimleri içeren tabloya aşağıda yer verilmiştir.

Özellikler	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0	Web 4.0
Tanım	Statik sayfaların hâkim olduğu, okuma-yazma özelliklerinin sınırlı olduğu ilk internet evresi.	Kullanıcıların içerik oluşturmasına, paylaşmasına ve sosyal etkileşime imkân tanıyan, dinamik web siteleri.	Semantik web ve yapay zekâ teknolojileriyle zenginleştirilmiş, daha akıllı ve anlam odaklı internet.	Hiper bağlantılı, sürekli öğrenen ve etkileşimli yapay zekâ ile bütünleşmiş bir internet evresi.
Anahtar Teknolojiler	HTML, HTTP	AJAX, RSS, Web Servisleri	Semantik Web, Mikroformatlar, NLP	Yapay Zekâ, IoT, Bulut Bilişim
Etkileşim	Düşük	Yüksek	Kişiselleştirilmiş	Otomatik ve Sürekli Öğrenen
Kullanıcı Katılımı	Sınırlı	Topluluk odaklı, katılımcı	Kişiselleştirme ve Öneri Sistemleri	Tamamen entegre ve proaktif kullanıcı deneyimi
Veri Paylaşımı	Sınırlı	Kolay ve çok yönlü	Anlamsal olarak bağlantılı	Zengin ve sürekli bağlantılı

Tablo 1.5 : Web Teknolojisi Dönemleri ve Değişimleri Karşılaştırması (https://nttdata-solutions.com/tr/blog/web-bir-sifirdan-web-dort-sifira-internetin-evrimi/)

İnternetin evrimi Web 1.0'dan başlayarak Web 4.0'a kadar dört aşamada incelendiğinde her evrede belirgin bir ilerleme ve yeniliklerin öne çıktığı görülmektedir. Web 1.0 ile başlayan dijital yolculuk kullanıcıların pasif bilgi alıcıları olduğu ve içeriğin statik bir biçimde sunulduğu bir yapıdayken, Web 2.0 ile kullanıcıların aktif içerik üreticilerine dönüşmesi ve sosyal web'in doğuşuyla karakterize edilmiştir. Web 3.0'da ise anlamsal web ve akıllı uygulamalarla internet

daha zeki bir yapı kazanmış ve kullanıcı deneyimleri kişiselleştirilmiş, yetkili kullanıcılar tarafından erişilebilen açık bilgiye dönüşmüştür.

Web 4.0 ise bu evrimin en son ve en ileri aşaması olarak internet teknolojilerindeki devrim niteliğindeki dönüşümleri temsil etmektedir. Bu yeni aşama, sanal gerçeklik ve yapay zekâ gibi ileri teknolojilerle donatılmış simbiyotik veya akıllı Web'in yükselişini işaret etmektedir. Web 4.0 öğrenme ve kendini organize etme yetenekleri ile öne çıkmakta bu sayede web'in kendisine özgü, kişiselleştirilmiş verilere sahip kullanıcılar oluşturması beklenmektedir. Web 3.0'daki yetkili kullanıcı odaklı yapıdan farklı olarak Web 4.0'da her bir kullanıcının kendi veri setlerine sahip olması ve bu verileri kullanarak kişiselleştirilmiş deneyimler yaratması hedeflenmektedir.

Web 4.0'ın en dikkat çekici özelliklerinden biri olan insan-makine etkileşimi, simbiyotik web ile yeni bir boyut kazanmakta ve teknolojinin sınıflandırılmasında yeni bir kategoriye işaret etmektedir. Makine öğrenmesi ve sanal gerçeklik uygulamaları, kullanıcı deneyimini zenginleştirmekte ve kullanıcıların internet üzerindeki etkileşimlerini daha derin bir düzeyde kişiselleştirmektedir. Böylece interneti sadece bilgi paylaşımı ve sosyal etkileşim platformundan öteye taşıyarak her kullanıcının kendi ihtiyaçlarına göre şekillendirebileceği dinamik bir ortam oluşturmaktadır.

Sonuç olarak Web 4.0 teknolojileri ile sanal gerçeklik ve yapay zekâ gibi ileri teknolojik gelişmeler internetin geleceğinde merkezi bir rol oynayacak ve internet kullanımını kullanıcı odaklı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir deneyim yönünde dönüştürecek gibi görünmektedir. Bu dönüşüm internetin sadece bilgiye erişim aracı olmaktan çıkıp, her bireyin günlük hayatına derinlemesine entegre olacak bir platforma dönüşmesine olanak sağlamaktadır.

1.3.5. Metaverse Dönemi

Metaverse, meta (ötesi) ve verse (evren) kelimelerinin birleşiminden türemiş, fiziksel dünyanın ötesinde, sanal ve paralel bir ortamı tanımlayan bir terimdir. Bu kavram ilk defa 1992 senesinde Neal Stephenson tarafından yayınlanan *Snow Crash* isimli bilim kurgu romanında kullanılmıştır. Stephenson, bu eserinde internetin sanal

gerçeklik tabanlı bir geleceğe doğru evrileceğini öngörmüştür. Metaverse kavramı, internet ve dijital teknolojilerin evrimindeki bir sonraki aşamayı temsil etmektedir (Tlili vd., 2022: 2). Romanın yayınlanmasının ardından yıllar içinde Metaverse, teknoloji ve dijital medya alanlarında en çok tartışılan ve konuşulan konulardan biri haline gelmiştir.

Metaverse'in kökenleri esasen 1930'lara kadar uzanmaktadır. Bu dönemde, Stanley G. Weinbaum dokunma ile koku duyularını kapsayan ve gözlük kullanımı gerektiren bir oyun geliştirmiştir. 1960'lı yıllarda askeri amaçlarda kullanılmak üzere sanal gerçeklik ile uyumlu başlıklar icat edilmiştir. İnternetin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, sanal gerçekliğin gelişimini gölgede bırakmıştır (Kırık, 2021: 8). Günümüzde internet hızının artması, teknolojinin maliyetsel açıdan erişilebilir olması ve koronavirüs pandemisinin etkisiyle dijital teknoloji daha çok gündemde yer almış ve birçok firma bu alana yatırım yapmaya başlamıştır.

Metaverse'in popülaritesi, Facebook'un 2021'de şirket ismini Meta olarak değiştirmesiyle daha da artmıştır. Bu adım, Metaverse kavramının sadece bir bilim kurgu fantezisi olmaktan çıkıp, gerçek dünyada somut bir öneme sahip olduğunu göstermiştir. Bu alana Facebook'un yanı sıra başta Microsoft olmak üzere Epic Games ve Roblox gibi dünya çapında faaliyet gösteren büyük teknoloji şirketleri de yatırım yapmaktadır. Bu şirketler Metaverse projelerine büyük miktarda kaynak ayırarak, bu yeni dijital evrenin inşasına katkıda bulunmaktadır. Bunun yanı sıra eknoloji odaklı olmayan farklı sektörlerde faaliyet gösteren birçok büyük şirket de, Metaverse alanındaki fırsatları değerlendirmek adına AR-GE çalışmalarına yatırım yapmaktadır.

Metaverse Dönemi	**Özellikler**
Teknolojik İnovasyonlar	İleri robotik zeka sistemleri, beyin ve bilgisayar arasında etkileşimi sağlayan arayüzler, beyin dalga akışlarının kontrolü, göz içi bağlantılı lensler, geliştirilmiş görsel deneyimler, beyin temelli web bağlantısı (NöroWeb), mikro ölçekte robotlar, insan vücudu ile entegre biyolojik implantlar, mekanik protezler, ses olmadan gerçekleştirilen iletişim, ve insan yeteneklerinin genişletilmesi (İnsan 2.0).

Metaverse Dönemi	Özellikler
Kullanıcı Etkileşimi	Sürekli Etkin Durum (Plug In) - Kullanıcıların teknoloji ile sürekli ve doğrudan bir etkileşim içinde olduğu, bu etkileşimin devamlı olduğu bir süreç.
Katılım Seviyesi	Yüksek katılım - Kullanıcıların teknolojiye derinlemesine dâhil olduğu, etkileşimin aktif ve yoğun olduğu bir yapı.

Tablo 1.6 : Metaverse Dönemi ve İnsan İlişkisi (Müller, 2010)

Metaverse, sadece sanal gerçekliği değil aynı zamanda artırılmış ve karma gerçeklik teknolojilerini de içermektedir. Sanal gerçeklik, kullanıcıların dijital olarak oluşturulmuş tamamen alternatif bir ortamda bulundukları hissini uyandıran bir teknolojidir. Kullanıcılar bu ortamlarda fiziksel dünyada var olan etkileşim ve deneyimlerin benzerlerini yaşayabilmektedirler. Bu özellik, Metaverse'in sunduğu deneyimleri gerçekçi ve etkileyici kılmaktadır (Mystakidis, 2022: 487).

Metaverse'ün tanımı ve gelişim yönü üzerinde fikir birliği olmamakla birlikte bu kavramın teknolojinin nasıl evrileceğiyle ilgili bazı tahminlerde bulunulmasını sağlamaktadır. Metaverse terimi artırılmış gerçeklik başta olmak üzere genişletilmiş gerçeklik, nesnelerin interneti ve blockchain gibi günümüzde popüler olan farklı dijital teknolojileri bir araya getiren bir ekosistem olarak görülmektedir. Bu teknolojiler Metaverse'in inşasında ve işlevselliğinde kritik bir rol oynamaktadır (Kurtuluş, 2022). Bu bağlamda günümüz toplumlarında yaygın kullanıma sahip akıllı telefonlar, bilgisayarlar, yüksek hıza sahip internet bağlantıları, üç boyutlu gözlükler gibi insanların uzuv olarak kullanabileceği giyilebilir teknolojiler Metaverse deneyiminin vazgeçilmez unsurlarıdır. Özellikle giyilebilir teknoloji olarak nitelendirilen unsurların erişilebilir anlamda düşük maliyetler ile kullanıcılara sunulması, Metaverse teriminin gelişimine ivme kazandırmaktadır.

Metaverse'ün teknolojik olarak gelişim süreci, internetin gelişim süreçleri ile paralellik göstermektedir.. 1990'lı yılların başında web sayfaları etkileşim açısından sınırlıydı ve Web 1.0 olarak adlandırılan bu yıllarda statik web siteleri yaygındı. Söz konusu siteler sabit ve kullanıcı etkileşimine yer verilmeyen bir yapıya sahipti. İnternetin bu ilk döneminde, web sayfalarında bulunan düz metinlerin kişisel

bilgisayarlarda kullanıcılar tarafından okunan bir unsur olması bireyler arasında yaygın bir deneyimdi (Choudhury, 2014: 8096).

2004 yılında Web 2.0 terimi kullanılmaya başlandı ve bu dönem internetin evriminde önemli bir dönüm noktası oldu. Web 2.0, dinamik web sitelerinin ortaya çıkışı ve kullanıcıların içerik üretme, yorum yapma ve paylaşma etkinliklerine katılımı ile karakterize edildi. İnternet hızı ADSL teknolojisinin yaygınlaşmasıyla arttı ve mobil cihazlar sayesinde kullanıcılar sürekli çevrimiçi olabildi. Bu dönemde sosyal medya platformları Web 2.0'ın en önemli ürünleri haline geldi (O'Reilly, 2022).

2010'ların ikinci yarısında yaygınlaşan Web 3.0, kullanıcıların sadece içerik tüketmekle kalmayıp verilerine sahip çıkabildiği ve etkileşime girebildiği bir internet dönemini işaret etmektedir. Web 3.0'da, veriler merkezi sunucularda değil ağın tüm düğümlerinde saklanmaktadır. Blockchain teknolojisi bu dönemde önem kazanmış ve verilerin manipülasyona uğramadan saklanabilmesine imkân tanımıştır (Hendler, 2010). Kripto paralar ve NFT'ler, bu dönemde popüler hale gelmiş ve Blockchain teknolojisinin kullanımı sayesinde herhangi bir otoritenin onayına ihtiyaç duymadan transfer edilebilir hale gelmiştir (Dijital Dönüşüm Ofisi, 2022).

Metaverse'in gelişimi bu internet evrelerinin doğal bir sonucu olarak görülebilir. Fiziksel ve sanal dünyalar arasında geçiş yapılabilen çok boyutlu bir dijital evren olarak tanımlanan Metaverse, giderek gelişen ve karmaşıklaşan bir teknolojik ekosistemin parçasıdır. Metaverse, kullanıcıların etkileşimini, işbirliğini ve katılımını artırarak hayatın her alanında yenilikçi uygulamalar ve hizmetler sunma potansiyeline sahiptir. Ancak bu potansiyelin gerçekleşmesi için internet güvenliği ve kullanıcı gizliliği gibi konulara dikkat edilmesi gerekmektedir.

1.4. Dijital Medyanın Temel Özellikleri

Dijital medya çağımızın en önemli teknolojik gelişmelerinden biri olarak kabul edilmekte ve medya, iletişim, pazarlama, eğitim ve eğlence gibi birçok alanda etkili olmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımıyla üretilen ve dağıtılan dijital

medya içerikleri, toplumun çeşitli kesimlerine erişim sağlamakta ve kullanıcıların günlük yaşam pratiklerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Dijital medyanın temel özelliklerini erişilebilirlik, interaktiflik, özelleştirme ve ölçeklenebilirlik oluşturmaktadır. Bu özellikler dijital medyanın kullanıcılar tarafından nasıl algılandığını ve etkileşimde bulunulduğunu belirlemektedir. Örneğin, erişilebilirlik sayesinde internet gibi geniş bir ağ üzerinden herkes tarafından ulaşılabilen dijital medya içerikleri, bilgiye erişim ve paylaşım işlemlerini kolaylaştırmaktadır (Livingstone ve Helsper, 2007: 101). İnteraktiflik, kullanıcıların dijital medya içerikleriyle etkileşimde bulunmasını ve bu içeriklere katkıda bulunmasını sağlamakta (Kumar, 2018: 33), özelleştirme ise kullanıcıların kendi ihtiyaçlarına uygun olarak medya içeriklerini özelleştirmelerine olanak tanımaktadır.

Medya ve iletişim alanında dijital medya; haberler, bilgiler ve diğer içeriklerin dağıtımında önemli bir role sahiptir. Dijital medya bilgiyi hızlı ve etkin bir şekilde yayarak toplumun geniş kesimlerine ulaşmasını sağlamaktadır (Pavlik ve McIntosh, 2015: 92). Bu durum geleneksel medya anlayışını değiştirerek medyanın toplum üzerindeki etkisini artırmıştır.

Pazarlama ve reklamcılık alanında da dijital medyanın etkisi büyüktür. Dijital platformlar üzerinden yapılan pazarlama faaliyetleri geleneksel pazarlama yöntemlerine göre daha geniş kitlelere ulaşabilmekte ve hedef kitleye özelleştirilmiş reklam kampanyaları sunabilmektedir (Chaffey ve Ellis-Chadwick, 2019: 102). Bu durum markaların müşteri tabanlarını genişletmelerine ve daha etkili pazarlama stratejileri geliştirmelerine olanak tanımaktadır.

Eğitim alanında dijital medyanın kullanımı giderek artmaktadır. Uzaktan eğitim, dijital ders materyalleri ve interaktif videolar gibi dijital medya araçları eğitimde yeni ve etkili yöntemler sunmaktadır (Laurillard, 2002: 47). Bu teknolojiler öğrencilere zaman ve mekân sınırlamaları olmaksızın öğrenme fırsatları sunmakta ve öğrenme sürecini daha esnek ve etkileşimli hale getirmektedir.

Eğlence sektöründe dijital medya; video oyunları, dijital müzik ve film gibi alanlarda etkili olmakta ve kullanıcılara yeni ve çeşitli eğlence seçenekleri

sunmaktadır (Davenport ve Beck, 2001: 84). Bu içerikler dijital medyanın interaktif ve özelleştirilebilir özelliklerini kullanarak kullanıcılara farklı ve zengin deneyimler sunmaktadır.

Dijital medya teknolojilerindeki gelişmeler yeni trendlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Örneğin yapay zekâ ve makine öğrenimi dijital medya içeriklerinin üretimi ve dağıtımında kullanılmaktadır. Bu durum içeriklerin daha akıllı ve özelleştirilmiş hale gelmesine yardımcı olmaktadır (Kshetri, 2018: 57). Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri kullanıcılara daha gerçekçi ve etkileşimli deneyimler sunmaktadır (Bujak vd., 2013: 78). Bu teknolojiler özellikle eğitim ve eğlence sektörlerinde giderek daha fazla kullanılmaktadır.

Dijital medya, toplumun bilgiye erişim ve iletişim şekillerini değiştirmekte, yeni olanakların yanı sıra bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu teknolojik gelişmeler medya ve iletişim alanlarında yeni trendlerin ve stratejilerin ortaya çıkmasının neticesi olarak toplumun bu teknolojilere adaptasyonunu gerektirmektedir. Dijital medyanın yaygın kullanımı kullanıcıların bilgiye erişim ve iletişim ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir rol oynamakta ve toplumun genel bilgi ve iletişim alışkanlıklarını şekillendirmektedir.

Bu teknolojik gelişmelerle birlikte dijital medya alanındaki araştırmalar ve geliştirmeler de önem kazanmaktadır. Dijital medya alanında yapılan araştırmalar bu teknolojilerin kullanımı, etkileri ve potansiyel riskleri hakkında daha fazla bilgi sağlamakta ve bu alandaki yenilikleri desteklemektedir. Bu sayede dijital medya teknolojilerinin etkin ve güvenli bir şekilde kullanılmasına ve bu teknolojilerin toplumun farklı kesimlerine fayda sağlamasına yardımcı olunmaktadır.

Sonuç olarak dijital medya, modern dünyada önemli bir rol oynamakta ve toplumun bilgiye erişim ve iletişim şekillerini önemli ölçüde etkilemektedir. Dijital medyanın sunduğu fırsatlar ve zorluklar bu alanın gelecekteki gelişimini şekillendirmekte ve toplumun bu teknolojilere adaptasyonunu gerektirmektedir.

1.4.1. Bilgisayarlaşma

Bilgisayar teknolojisinin ortaya çıkışı ve gelişimi, çağdaş toplumun ve teknolojinin evriminde kritik bir rol oynamaktadır. Bu teknolojik devrim özellikle İkinci Dünya Savaşı döneminde ivme kazanmış ve günümüzde yeni medyanın vazgeçilmez bir olgusu haline gelmiştir. Bilgisayar ile internetin entegrasyonu modern çağın teknolojik devrimlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

İlk dijital bilgisayar, ABD ordusu için J.P. Eckert ve J.W. Mauchly tarafından tasarlanan ENIAC isimli cihazdır. 167 metrekare büyüklüğünde alanı kaplayan ve 30 ton ağırlığında olan bu devasa makine, bugün mikro bilgisayarlar tarafından yapılan görevleri üstlenmiştir. ENIAC'ın icadı bilgisayar teknolojisinde bir dönüm noktası olarak kabul edilir ve bu teknolojinin gelecekteki gelişimine ışık tutmuştur (Kumar, 2010:21).

20. yüzyıl teknolojik açıdan görsel ve işitsel bilgi depolama ve sunumunda büyük gelişmelerin yaşandığı bir dönem olmuştur. Fotoğraf, sinema, televizyon, telgraf, telefon ve radyo gibi yenilikler bilginin depolanması ve iletilmesinde yeni ufuklar açmıştır. Ancak bu teknolojiler içinde bilgisayar teknolojisi bilginin işlenmesi ve dönüştürülmesi açısından eşsiz bir yer edinmiştir. Artık insan beyninin gerçekleştirdiği bazı işlevler bilgisayarlar tarafından otomatik olarak yapılabilmektedir. Bu durum bilgi işlemde bir devrim niteliğindedir ve bilgisayar teknolojisinin potansiyelini gözler önüne sermektedir (Simon, 1977:1186).

1990'lı yılların başında internet teknolojisinin yükselişi ile telekomünikasyon ve bilişim teknolojilerindeki ilerlemelerin birleşmesi neticesinde bilgisayarlaşmanın yaygınlaşması sağlanmıştır. Artık bilgisayar kullanıcıları mobil cihazlarını her yerde taşıyarak geniş ve uzmanlaşmış ağlara erişebilir hale gelmişlerdir. Bilgisayar ve internet aracılığıyla dünya çapında bir bağlantı ağı oluşmuştur. Bu durum bilgisayarlaşmanın toplumsal etkileri üzerine yapılan değerlendirmelerin artmasına sebep olmuştur. 1990'ların başından itibaren bilgisayarlaşmanın toplum üzerindeki etkileri akademik ve popüler literatürde geniş yer bulmuştur.

Bilgisayarlaşma üzerine yapılan akademik çalışmalar bu alanın çeşitli yönlerini ve etkilerini analiz etmiştir. Yeni teknolojilerin ortaya çıkışı ile birlikte bu teknolojilerin sunduğu fırsatlar ve potansiyel tehditler üzerine farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Bazı uzmanlar bilgisayarlaşmanın insan hayatını kolaylaştırdığını ve iş birliği olanaklarını artırdığını vurgularken, diğerleri ise insanların özgürlüklerinin kısıtlandığını ve karmaşık teknolojilere bağımlı hale geldiklerini savunmaktadırlar. Bu görüşler bilgisayarlaşmanın insanların iş dünyası ve devlet kurumlarına olan bağımlılığını artırabileceği ve bireysel özgürlüklerin kısıtlanabileceği endişelerini gündeme getirmektedir (Kling, 1994: 147-148).

Bu çerçevede bilgisayarlaşmanın toplumsal, ekonomik ve kültürel etkileri modern dünyanın anlaşılmasında kritik bir öneme sahiptir. Teknolojik ilerleme sadece bilgi işlem ve iletişimdeki kapasiteleri artırmakla kalmamış aynı zamanda toplumsal yapılarda ve insanların günlük yaşam pratiklerinde de önemli değişiklikler oluşturmuştur. Bilgisayarlaşmanın getirdiği bu dönüşüm gelecekte teknoloji ve toplum arasındaki ilişkilerin nasıl şekilleneceğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Bu nedenle bilgisayarlaşmanın toplumsal yönlerini anlamak ve değerlendirmek teknolojinin insan yaşamına olan etkilerini kapsamlı bir şekilde incelemeyi gerektirir.

1.4.2. İnteraktivite/Etkileşimlilik

Dijital medya çağdaş teknolojinin bir mahsulü olarak hızla gelişen bir medya biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu medya biçimi hipermodenite, gelecekçilik, bireysel haklar ve seçim özgürlükleri, kitlesel katılım, demokrasi ve siyasal özerklik gibi modern çağın temel kavramlarını kapsamaktadır.

Interaktif medya, kullanıcıların medya içeriğini sadece tüketmekle kalmayıp aynı zamanda oluşturucu ve etkileyici bir role sahip olmalarını sağlayan bir medya biçimidir (Geray, 2003: 18). Günümüzde iletişim ve bilişim sektörlerinin bir parçası olarak ele alınan interaktif medya, Shannon ve Weaver gibi 1950'lerin bilgi teorisyenlerinin iki yönlü iletişimi tanımlayan yaklaşımlarından modern telekomünikasyon anlayışlarına kadar uzanmaktadır (Holmes, 2007:2).

İletişim alanında çalışan uzmanlar dijital medyanın interaktif doğasının geleneksel medya biçimlerinin tek yönlü yapısına meydan okuduğunu vurgulamaktadırlar. İnternet, kullanıcıların etkileşim ve geri bildirimde bulunabildikleri dolayısıyla medya içeriğinin oluşturulmasında daha etkin bir rol oynayabildikleri bir platform sunmaktadır (Gülnar ve Balcı, 2011: 75). Geleneksel medya biçimlerinde alıcılar yayın kanalları üzerinden sürekli ve etkili bir geri bildirim sürecine dâhil olamamaktaydı. Buna karşın internet, kullanıcılara aynı kanalları kullanarak sürekli ve anlık geri dönüş sağlayabilme imkânı sunmaktadır. Bu durum, interneti kullanıcıların aynı anda çok sayıda kişi ve kurumla etkileşimde bulunabildikleri kişilerarası kitle medyası olarak konumlandırır.

Manuel Castells (2001) interaktif toplum kavramını iletişim biçimlerinin dijitalleşmesi ve ağ tabanlı entegrasyonu olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre yüz yüze iletişim gibi geleneksel iletişim biçimleri dijital ve ağ tabanlı iletişimin gölgesinde kalmakta ve elektronik iletişim toplum tarafından temel iletişim biçimi olarak benimsenmektedir.

Roger Silverstone (1999) yeni medyanın interaktif ideolojisinin bireyin kontrol gücünü ve tüketim yelpazesini genişlettiğini iddia etmektedir. Silverstone'a göre interaktif medya, tek yönlü yayıncılığı ve pasif izleyici anlayışını yıkarak yeni çağın ruhunu yansıtmaktadır. Yeni çağ kültürü bireye verilen erişim ve kontrol gücüyle ütopik bir anlayışı temsil etmektedir.

Rol alma ve geri bildirim interaktif medyanın temel özelliklerindendir. İnteraktif medya gönderici ve alıcının rollerinin değişken olabilmesi ilkesine dayanmaktadır. Bu ilke, iletişim sürecine katılanların rollerinin değişken ve tartışılabilir yapıya sahip olmasını da beraberinde getirmektedir. (Downes ve McMillan, 2000: 158-159). Bu özellik medya tüketicilerine pasif izleyici konumundan aktif içerik üreticisi rolüne geçme olanağı tanımaktadır. Örneğin bir akıllı telefon sahibi çektiği görüntüyü paylaşarak ve bu içeriği haberleştirerek haberci rolünü üstlenebilmektedir. Söz konusu bu durum medya içeriği oluşturma ve etkileme yeteneklerini artırarak medya üretim sürecinde daha geniş bir katılım sağlamaktadır.

Dijital medya, teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan interaktif ve dinamik bir medya biçimi olarak günümüz toplumunda önemli bir yer tutmaktadır. Interaktif medya, bireylere medya içeriğini sadece tüketmekle kalmayıp aynı zamanda oluşturucu ve etkileyici bir rol sunarak medya deneyimini zenginleştirmektedir. Bu yeni medya anlayışı iletişim ve medya alanlarında devrim niteliğinde değişimlere yol açmış ve bireylerin medya ile etkileşim biçimlerini temelden değiştirmiştir.

1.4.3. Kitlesizleştirme

20. yüzyılın başlangıcında gerçekleştirilen kitle iletişim araştırmaları bu alanın bireyin denetimi dışında olduğunu ve sadece belli kanallarla sınırlı olduğunu ortaya koymuştur. Bu araştırmalar iletişimin merkeziyetçi ve tek yönlü olduğunu iddia etmiştir. Günümüzde ise bu varsayımların artık geçerli olmadığı görülmektedir. Zira yeni medya teknolojileri bu paradigmayı değiştirmiştir. Çağımızın medya yapısı kitle iletişimini daha kişisel ve etkileşimli bir boyuta taşımıştır. Mobil cihazlar ve video oyunları gibi taşınabilir teknolojiler bu dönüşümün öncülerinden olup e-posta ve internet gibi çevrimiçi iletişim araçları da bu değişimin en önemli unsurlarıdır (Gülsoy, 1999: 37).

Öte yandan kitlesizleştirici teknolojilerin hepsi yenilikçi olmayabilir. Radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçları belirli bir kitleye hitap eden yayınlar yaparak ve hedef kitleye içerikte etkileşim imkânı tanıyarak benzer bir işlev görmüştür. FM radyo yayınları, ses bantları, kablolu televizyon, uydu yayınları ve video kasetler bu tür öncü teknolojiler arasında sayılabilir (Park, 2004: 24).

Medyanın kitlesiz bir yapıda olması durumu medya parçalanması olarak da nitelendirilmektedir. Bu durum, iletişim araçlarının geniş kitlelere değil daha özel ve dar izleyici gruplarına yönelmesi anlamına gelmektedir. Kablolu televizyon, tematik dergi ve gazetelerin artışı bu eğilimin somut göstergelerindendir (Geray, 2003: 18).

Yeni medyanın getirdiği kitlesizleştirme bireyin iletişim araçları üzerindeki denetiminin artması anlamına gemektedir. Kullanıcıların çeşitli seçenekler arasından tercih yapabilme özgürlüğü kitle iletişim sistemlerinde kontrol mekanizmalarının değiştiğini göstermektedir. Bu bağlamda yeni medya sistemleri mesajın üretiminden

tüketimine kadar süreçte kullanıcı etkisini artırarak kontrolü mesaj üreticisinden alıcıya doğru kaydırmıştır. Kişiselleştirilmiş içerik ve belirli kullanıcılara özel mesajlar gönderme yeteneği bahsi geçen değişimin bir parçasıdır.

Alvin Toffler'ın kitlesizleştirme kavramı bireyselliğin ve kültürel çeşitliliğin artışını vurgulamaktadır. Toffler, radyo istasyonlarının çeşitlenmesi ve kablolu televizyonların yaygınlaşması örneklerini kullanarak teknolojik gelişmelerin medya içeriğinin artık birkaç büyük ağ veya stüdyo tarafından belirlenmesi yerine bireysel tercihlere göre şekillendirildiğini belirtmektedir (Siegel, 2008: 68).

Günümüzde yeni medya kullanıcıları, medya seçeneklerini kendi tercihleri doğrultusunda biçimlendirme dönemine girmiştir. Örneğin basılı bir gazeteyi tercih eden okuyucular gazetenin her sayfası için ödeme yaparken çevrimiçi gazete kullanıcıları yalnızca ilgilendikleri bölümlere erişebilmektedir. Bu durum daha küçük ve özelleştirilmiş grupların kendi kültürel ve bilgi alışverişlerini yapmalarına olanak tanıyarak geleneksel medyanın aksine zihinlerimizi de kitlesizleştirmektedir. Geleneksel medyanın sunduğu standartlaşmış bilgi ve kültür yerine daha çeşitli ve bireysel içerikler ön plana çıkmıştır (De Gruyter, 1997: 758).

1.4.4. Yakınsama

Yakınsama yeni medya teknolojilerinin anlaşılması ve değerlendirilmesinde medya ve teknoloji alanlarında kritik bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Bu kavram edebiyat ve iletişim çalışmaları gibi çeşitli disiplinlerde farklı bağlamlarda kullanılmakta ve genellikle ıraksamanın zıddı olarak ele alınmaktadır. Her iki kavram bazı durumlarda aynı fenomeni açıklamak için kullanılsa da yakınsamanın tanımı genellikle farklı alanlarda benzer temaları işaret etmektedir. Bu çok yönlülük yakınsamanın disiplinlerarası etkisini göstermektedir (Jenkins, 2008: 3).

Yakınsama zaman içinde bir süreçten daha fazlası olmuş ve etkileyici bir fenomen olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Medya sektöründeki organizasyon yapılarından yüksek teknolojik gelişmelere kadar geniş bir alanda kullanılan bu kavram; metin, istatistiksel veri, hareketli veya sabit görseller, müzik ve konuşma gibi iletişim formlarının dijital bir dilde işlenebilir, depolanabilir ve aktarılabilir hale

gelmesi olarak tanımlanmıştır (Golding ve Murdock, 2000: 79). Bu tanım iletişim disiplinleri arasındaki geleneksel sınırların aşındığını ve yeni bir entegrasyon sürecinin başladığını göstermektedir.

Yakınsama kavramının daha da belirginleşmesi internet tabanlı hizmetlerin genişlemesi sonucu ortaya çıkan dijital televizyon yayıncılığı, sosyal medya platformları ve iletişim ağlarının yaygınlaşması ile gerçekleşmiştir (Appelgren, 2004: 237-238). Bu teknolojik ilerlemeler geleneksel medya ve telekomünikasyon teknolojileri arasındaki sınırların giderek daha belirsiz hale gelmesine neden olmuştur. Bu değişim bireylerin ve izleyicilerin kitle iletişimi ile olan ilişkilerinde önemli dönüşümlere yol açmaktadır.

Jenkins'e göre medya yakınsaması, içeriklerin multimedya platformlarında yer alması, farklı medya kuruluşlarının iş birlikleri ve izleyicilerin platformlar arası serbestçe dolaşımını ifade etmektedir (Jenkins, 2008: 3). Bu durum, medya içeriklerini tüketen bireylere değişik medya ortamlarında yer alan içerikleri diledikleri gibi seçme özgürlüğü sunarak medya içeriğinin üretimi, dağıtımı ve tüketimi üzerinde derin etkiler oluşturmaktadır.

Meikle ve Young'ın analizine göre ise medya yakınsaması dört boyutta incelenmektedir:

- **Teknolojik:** Dijital medya platformları ve iletişim teknolojilerinin birleşimi,
- **Endüstriyel:** Medya kuruluşlarının birleşmesi ve dijital odaklı şirketlerin artışı,
- **Sosyal:** Sosyal medya platformlarının yükselişiyle içeriklerin kullanıcılar tarafından kontrol edilmeye başlanması,
- **Metinsel:** Platformlararası medya olarak nitelendirilen medya karışımı ve çoklu platformlarda içerik dağılımı (Meikle ve Young, 2011: 17-20).

Pool medya yakınsamasını telgraf, gazete, telefon, radyo ve televizyon gibi toplumsal iletişim araçlarının arasındaki ayrımların giderek daha az belirgin hale

geldiği bir süreç olarak tanımlamaktadır (Pool, 1983: 23). Bu süreç medya ve iletişim alanlarında devrimsel nitelikte bir dönüşümü temsil ederken, tüketicilerin medya içeriğine nasıl eriştiği ve etkileşimde bulunduğu üzerinde önemli değişiklikler meydana getirmektedir. Dewdney ve Ride ise yakınsamanın temel öğelerini pratiğin alanlarının kesişmesi, anlamın kavramsal sınırlarının erimesi ve yeni melez uygulamaların ortaya çıkması şeklinde tanımlamaktadır (Dewdney ve Ride, 2006: 39). Bu üç belirleyici, yeni medya dünyasında yakınsamanın nasıl tezahür ettiğini ve medyanın gelecekteki gelişimini nasıl şekillendireceğini göstermektedir.

1.4.5. Hipermetinsellik

Hipermetinle ilgili tartışmalar genellikle, metinin elektronik bir ortamda doğrusal bir yapıya sahip olmaksızın sunulduğu konusunda geniş bir konsensüse varmaktadır. Hipermetinsel düzenlemelerin temel karakteristikleri; hiyerarşik olmayan yapısı, doğrusallıktan uzak yapısı, okuyucunun etkin katılımı ve çoğulculuğu içermektedir. Hipermetin, bilgi organizasyonunun ötesine geçerek bilginin daha verimli ve hızlı aktarılmasını kolaylaştıran bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Bu nitelikler, toplumların demokratikleşmesi, bireysel zekâ düzeyinin artırılması ve kolektif uyum içgüdüsünün güçlenmesi gibi süreçlerde kritik bir altyapısal işlev üstlenmektedir. Zihinsel bir ağ olarak, metinler her daim diğer metinlerle ilişkili bir yapıda bulunmaktadır (Petric, 2004: 471).

Roland Barthes'ın perspektifine göre metinler, hiçbir fiziksel sınırlama tarafından kısıtlanamaz ve her zaman çok yönlüdür. Bir metinde birden fazla giriş noktası olabilir; başlangıcı ya da sonu kesin olarak tanımlanamaz. Hiçbir metin diğer metinlere baskın gelmez. Hipermetin; merkeziyetçilik, sınırlılık, hiyerarşi ve doğrusallık gibi kavramları temel alan geleneksel modernist yaklaşımı altüst ederek, onun yerine ağsal yapı, doğrusal olmayan ve bağlantılı yapıyı öne sürmektedir (Barthes, 1974: 77). Hipermetin belgeleri genelde segmentler halinde düzenlenmektedir. Bu segmentler, kullanıcıların diğer belgelere, görsellere veya metin bölümlerine erişimini kolaylaştıran hiperlinkler içermektedir. Bu hiperlinkler, kullanıcıların etkileşime geçtiğinde onları ilgili içeriğe yönlendiren işaretlerdir (Işık, 2007: 21).

Yeni medya bağlamında hipermetini değerlendirirken metinsellik kavramının önemine vurgu yapmak esastır. Metinsellik, mevcut bir özelliğin veya halin ötesinde henüz gerçekleşmemiş fakat potansiyel olarak gerçekleşebilecek bir durumu temsil etmektedir. Bu durum, dijital dönüşüm ile birlikte ortaya çıkan ve basılı medyanın tanımlanmasını zorlaştıran değişikliklerle sıkı sıkıya bağlantılıdır. Hipermetin, elektronik ortamlarda yazma ve okuma faaliyetlerini, bu eylemlerin açığa çıkardığı imkânları belirlemek amacıyla kullanılan bir terimdir. Ancak bu tür doğrusal olmayan ve yinelemeye dayalı okumalar yalnızca bilgisayar kullanımı için değil basılı eserler açısından da geçerlidir (Farkas, 2004: 332-336).

Hipermetinler öncü tecrübeler olarak tanımlanabilir ve daha geniş bir perspektiften bakıldığında internetin tümü bir hipermetin olarak kabul edilebilir. Mevcut internet ortamındaki karşılıklı bağlantı yöntemleri, hipermetin uygulamalarına bir örnek olarak gösterilebilir. Hipermetin kavramı, dijital medyada birbirine bağlanmış farklı metinleri kavramak için kullanılır ve yeni medyanın kullanılması esasen hipermetinsel bir yaklaşım olarak düşünülebilir (Elmfeldt, 2002: 2-3).

Hipermetinler, okuyucularına araştırmalarını veya deneyimlerini özelleştirme özgürlüğü vererek onların kurumsal ya da hiyerarşik yapılarla sınırlandırılmalarını önlemektedir. Hipermetin, birbiriyle hiperlinkler aracılığıyla bağlantılı ekransal içerik ve web sayfalarını tanımlayan bir terimdir. Bu hiperlinkler kullanıcılara bilgi arama, müzik dinleme ya da ürün satın alma gibi çeşitli faaliyetler için seçenekler sunmaktadır.

1.5. Sosyal Ağlar

Sosyal ağ kavramı günümüzde internet teknolojileri ile ilişkili olarak bilinmesinin aksine kökeni insanlık tarihinin erken dönemlerine dayanmaktadır. İnsanlar tarih boyunca hayatta kalmak ve sosyal bir varlık olarak gelişmek için birbirleriyle ilişkiler kurarak topluluklar oluşturmuşlardır. Bu toplulukların temelinde yatan sosyal etkileşim modern çağdan önce de var olan bir olgudur. Tarihsel arka plan bugünkü sosyal ağların anlaşılması için önemlidir (Coyle ve Vaughn, 2008: 13).

Manuel Castells'in belirttiği gibi enformasyon teknolojilerindeki devrim ve yeniden oluşum süreci bu toplulukların yapısını ve işleyişini kökten değiştirmiştir. Bu dönüşüm günümüzde ağ toplumu olarak adlandırılan yeni bir toplum biçimini meydana getirmiştir (Castells, 2006: 3). Ağ toplumu, sınırsız genişleme potansiyeline sahip ağlar üzerine kurulmuştur. Ağlar belirli iletişim kurallarını (değerler veya performans hedefleri gibi) paylaşan bireyler arasında dinamik ve esnek bir şekilde genişleyip bütünleşebilen yapılardır (Castells, 2008: 623).

Modern dünyada sosyal ağlar bireylerin özel hayatlarına dair şahsi bilgileri paylaştığı, ilişki ağlarını genişlettiği ve rutin devam eden günlük yaşantılarının bir parçası haline geldiği çevrimiçi toplumsal alanlar olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal ağlar kişisel bilgi alışverişi, sosyal etkileşim ve topluluk duygusu oluşturma potansiyeline sahiptir. Ancak bu ağların gerçekten topluluk duygusu taşıyıp taşımadığı ve toplumsal bağları güçlendirip güçlendirmediği ya da zayıflattığı konusunda devam eden tartışmalar bulunmaktadır (boyd ve Ellison, 2007: 210).

İnternetin yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan bir başka önemli tartışma, teknolojinin toplum içindeki bağları nasıl etkilediği üzerinedir. Timisi'nin belirttiği üzere, sanal alanların temel özelliği, kullanıcı ile bilgisayar arasındaki bağlantıdan ziyade, kullanıcı ile hayali bir toplum arasındaki ilişkidir (2003: 156-158). Geleneksel topluluk anlayışları, canlı etkileşim ve karşılıklı iletişime dayanmaktadır. Buna karşın, çevrimiçi topluluklar ise ortak ilgi alanlarına sahip ve birbiriyle sürekli olarak etkileşimde bulunan bireyler tarafından oluşturulur. Bu topluluklar, sosyal etkileşim ve üyeler arasındaki etkileşime bağlı olarak şekillenir (Karyda ve Kokolakis, 2008: 254).

Çevrimiçi ve geleneksel topluluklar arasındaki bu farklılıklar çevrimiçi ortamda topluluk ve toplum kavramlarının farklı şekillerde tecrübe edilmesine yol açmaktadır. Çevrimiçi ortamda topluluk kavramı tanıdık veya bilinen kişilerle etkileşimi ifade ederken, toplum kavramı tanımadık veya bilinmeyen kişilerle etkileşimi temsil etmektedir. Bu ayrım bireylerin çevrimiçi ortamda mahremiyet yönelimlerini şekillendirirken aynı zamanda sosyal ağların toplumsal etkileşimdeki rolünü ve etkilerini anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Sosyal ağların topluluk olma durumu ve mahremiyetle ilişkisi daha derinlemesine incelendiğinde kullanılan teknolojinin potansiyel tehlikelerine dair farkındalığın önemi ortaya çıkmaktadır. Postman, bireyler tarafından teknolojinin yol açtığı tehlikeler anlaşılamazsa bu teknolojilerin tehlikesiz olarak algılanabileceğini belirtmektedir (Postman, 1994: 174). Bauman ise her kullanımın potansiyel bir kötüye kullanım veya suiistimal etme ihtimali taşıdığını vurgulamaktadır (Bauman, 2001: 12). Bu çerçevede sosyal medya platformları, bireyleri sürekli olarak kendi kişisel bilgilerini ve fotoğraflarını paylaşmaya teşvik ederken, aynı zamanda gözetim ve merak etme eğilimlerine de katkı sağlamaktadır. Çakır, sosyal ağlarda takipçi sayısının çokluğunun olumlu bir algı oluştururken azlığının ise değersizlikle ilişkilendirildiğini belirtmektedir. Bu durum bireylerin sosyal ağlarda kendilerini göstermek, ifşa etmek ve itiraf etmek suretiyle aktif olmalarına neden olmaktadır (Çakır, 2015: 374-375).

Sosyal ağlarda mahremiyet konusunda bireylerin kendileri hakkında bilgi paylaşmaları, başkalarıyla ilgili içerik yayınlamaları ve izlenme odaklı sorunlar bulunmaktadır. Nissenbaum, bu sorunların kullanıcıların tüm bilgilerinin veri tabanında kalıcı olarak kaydedilmesi gibi riskler içerdiğine dikkat çekmektedir. Çevrimiçi mahremiyet koruması ve kişisel kimlik yönetimi gibi yöntemler bu riskleri azaltmayı amaçlamaktadır. Electronic Frontier Foundation (EFF) gibi organizasyonlar, çevrimiçi mahremiyetin korunması konusunda önemli çalışmalardır (Wills ve Ashenden, 2015: 145). Buna karşı çevrimiçi ortamda mahremiyet sınırlarının belirlenmesinin zor olması, bu tür stratejilerin verimliliğini azaltmaktadır.

Dünya geneli faaliyet gösteren birçok sosyal ağ bulunmasına rağmen bazıları zaman içinde dayanıklılıklarını kaybederken; Facebook, Twitter(X), YouTube ve Instagram gibi platformlar her geçen gün daha da yaygınlaşıp popülerleşmektedir. Bu platformların popüler olmasının başlıca nedenleri; geniş kullanıcı tabanları, yaygın erişilebilirlikleri ve sundukları çeşitli uygulama imkânları olarak sıralanmaktadır. Ayrıca platformların sunduğu görsel ve metinsel içerik zenginliği onları diğer sosyal ağlara kıyasla daha çekici kılmaktadır. Bu çalışmanın araştırma kısmının ilk bölümünde sosyal medya platformlarının daha detaylı incelenmesi planlanmaktadır. Detaylı inceleme, bu platformların toplumsal etkileşim üzerindeki rolünü, kullanıcı

davranışlarını ve mahremiyet konularındaki dinamiklerini daha iyi anlaşılmasına olanak tanıyacaktır.

Sosyal paylaşım ağları kullanıcıların sadece bilgi ve görsel paylaşımı yapmalarına imkân tanımakla kalmayarak geniş bir kullanıcı tabanı ile etkileşimi de teşvik etmektedir. Bu platformlar bireylerin sosyal çevrelerini genişletmelerine, farklı topluluklarla bağlantı kurmalarına ve hatta küresel düzeyde ağlar oluşturmalarına yardımcı olumaktadır. Ancak bu geniş etkileşim alanları mahremiyet ve güvenlik konularında da çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir. Özellikle kullanıcıların kişisel verilerinin nasıl kullanıldığı, bu verilerin korunması ve gizliliğin sağlanması gibi konular günümüzde sıkça tartışılan ve önemli hale gelen konulardır.

Platformların popülerliği aynı zamanda kullanıcıların kendi kendini ifşa etme biçimlerini de değiştirmiştir. Kullanıcılar artık sadece arkadaşlarıyla bilgi paylaşmakla kalmayarak geniş bir izleyici kitlesi önünde kendilerini ifade edebilen bir duruma gelmiştir. Bu durum sosyal ağların kişisel ifade ve kimlik oluşturma üzerindeki etkilerini artırmaktadır. Kullanıcılar bu platformlarda kendilerini sunarken hem kendilerini ifade etme özgürlüğüne sahip olmakta hem de çeşitli sosyal normlar ve beklentiler tarafından şekillendirilmektedir.

Sosyal ağ platformları, kullanıcıların etkileşim kurma biçimlerini ve sosyal ilişkilerini yeniden tanımlamaktadır. Bu platformlar kullanıcıların birbirleriyle olan ilişkilerini, topluluk oluşturma süreçlerini ve hatta toplumsal etkileşim kurallarını değiştirmektedir. Kullanıcılar, platformlar aracılığıyla yeni insanlarla tanışabilir, eski dostlukları yeniden canlandırabilir ve çeşitli topluluklara katılabilirler. Bu süreç sosyal ağların toplumsal yapı üzerindeki etkilerini ve bu yapıların dinamiklerini daha da karmaşık hale getirmektedir.

Sonuç olarak sosyal ağ platformları, modern toplumların sosyal yapılarını ve etkileşim biçimlerini derinden etkilemektedir. Bu platformların sunduğu fırsatlar ve beraberinde getirdiği zorluklar, toplumsal etkileşimin geleceği ve teknolojinin insan hayatındaki rolü hakkında önemli soruları da gündeme getirmektedir. Bu bağlamda bu platformların detaylı analizi hem sosyal bilimler alanında hem de teknoloji ve toplum ilişkilerini inceleyen disiplinlerde önemli bir araştırma konusudur.

1.6. Dijitalleşme Sürecinde Dönüşen Sosyal Medya

Sosyal medyanın temelleri, 1990'lı yıllarda internetin yaygınlaşmasıyla atılmıştır. O dönemlerde insanlar sadece mesaj panolarında (message boards) veya internet forumlarında tartışmalar yürütmekteydi. Bu olaylar aslında 2000'li yıllarda ortaya çıkan MySpace, LinkedIn, Facebook ve Twitter gibi günümüzde de halen kullanılan sosyal medya platformlarının öncülleri olarak kabul edilmektedir.

Sosyal medya, internet ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan bir kavramdır. Sosyal medya kullanıcıların dijital platformlar üzerinden etkileşim kurmalarına, içerikleri paylaşmalarına ve çevrimiçi topluluklar oluşturmalarına olanak tanımaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017).

Web 2.0 bireylerin aktif katılımının, etkileşimin ve kullanıcıların içerik üzerindeki kontrol yeteneklerinin artmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca bireyler Web 2.0 ile kendilerini ifade etme yollarının basitleştirilmesi, toplumsal etkileşimlerin hızlanması ve kişiselleştirilmiş ayarların kullanımı gibi yenilikleri de beraberinde getiren bir kültürel formasyona sahip olmuştur. Web 2.0 dönemi Wikipedia, çeşitli sosyal ağlar, bloglar ve dosya paylaşım hizmetleri gibi platformların doğuşunu işaret etmektedir (Shcherbina, 2017: 86-87). Sosyal medyanın teknik alt yapısı da Web 2.0 teknolojilerine dayanmakta ve bu platformların benzer özellikler taşımasını sağlamaktadır.

Sosyal medyanın temel özellikleri kullanıcı odaklılık, paylaşım ve etkileşimdir. Kullanıcı odaklılık, sosyal medya platformlarının en önemli özelliklerinden biridir. Sosyal medya, kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmasına ve paylaşmasına izin vermektedir (boyd ve Ellison, 2007).

Paylaşım, sosyal medyanın diğer önemli bir özelliğidir. Kullanıcılar sosyal medya platformlarında içeriklerini paylaşabilirler. Bu içerikler fotoğraf, video, müzik veya yazı olabilir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Paylaşılan içerikler diğer kullanıcıların beğenmesi, yorum yapması ve paylaşması için açık hale getirilir.

Etkileşim, sosyal medyanın önemli olan bir diğer özelliğidir. Sosyal medya, kullanıcıların birbirleriyle etkileşim kurmasına olanak tanımaktadır. Kullanıcılar diğer

kullanıcıların içeriklerini beğenebilir, yorum yapabilir veya paylaşabilirler. Ayrıca sosyal medya platformları kullanıcıların gruplar veya topluluklar oluşturmasına da imkân tanımaktadır (boyd ve Ellison, 2007).

Sosyal medya son 20 yılda hızla büyürken ve birçok insan için temel bir iletişim aracı haline gelmiştir (Xevelonakis, 2012: 99). Ancak bu süreçte sosyal medya temel olarak internet, arama motorları, sosyal ağlar ve büyük veri yükselişi, bireylerin bilgilerinin toplanması, analizi ve tanımlanması ile bağlantılı bir halde varlığını göstermiştir. Bu bağlantı bireyler hızlı ve kolay bir şekilde bilgiye erişebilirken kişisel bilgilerini de feda eder bir konuma gelmiştir. Dolayısıyla sosyal medyanın birincil iletişim aracı olarak ortaya çıkmasını tamamen olumlu bir evrim olarak görmek eksik bir yaklaşım olacaktır.

Teknolojinin küreselleşmeyi tetiklemesi sonucunda insanlar hızlı ve anında sonuç alma arzusuna kapılmış bir duruma gelmiştir. Bireyler, e-posta gibi iletişim araçlarıyla dünyanın herhangi bir noktasına saniyeler içinde ulaşabilmekte, sanal mağazalardan ürünleri kolayca satın alabilmekte ve diğer insanlarla uzun süreli bağlılık gerektirmeden ilişki kurabilmektedir. Bu nedenle sosyal medyanın dâhiliyle hayatımıza giren dijital alışkanlıklar, artık günlük hayatımızın hem haz aldığımız hem de ihtiyaçlarımızı karşılayan temel unsurları arasında yer almaktadır (Elliott ve Lemert, 2011: 89).

Ancak bu hızlı sonuç alma isteği, bireylerin kendi özel hayatları hakkındaki bilgileri paylaşırken daha dikkatli olmalarını gerektirmektedir. Çünkü internet ve sosyal medya gibi platformlar bireylerin özel hayatları hakkında bilgi toplama, analiz etme ve yayma konusunda büyük bir güç haline gelmiştir (Lyon, 1994: 195). Bu nedenle insanlar bu platformlarda paylaştıkları bilgilerin ne kadarını kontrol edebildiklerini ve bu bilgilerin kimler tarafından kullanılabileceğini daha iyi anlamalıdır.

Bununla birlikte Web 2.0 ve sosyal medya teknolojileri, insanlara daha önce mümkün olmayan yeni iletişim ve iş olanakları da sağlamıştır (Boyd ve Ellison, 2007: 210). İşletmeler ve girişimciler sosyal medya platformlarını müşterilerle etkileşim kurmak, marka bilinirliğini artırmak ve yeni ürünler veya hizmetler tanıtmak için

kullanmaktadır (Kim ve An, 2017: 198). Ayrıca sosyal medya toplumsal olaylara, haberlere ve tartışmalara katılımı artırarak, politik katılımı ve sivil toplum faaliyetlerini destekleyebilmektedir (Delli Carpini ve Keeter, 1996: 3).

İnternet, Meyrowitz'in de belirttiği gibi geleneksel kamusal ve özel alan sınırlarını değiştirebilme ve yeniden düzenleyebilme potansiyeline sahip bir teknolojidir (1986: 6). Bu anlamda, sosyal medya özel ve kamusal alanların iç içe geçtiği bir mecradır. Sosyal medya, yüz yüze ilişkilere kıyasla farklı bir mahremiyet alanı oluşturmaktadır. Bu alan daha önceden mevcut olmayan bir sosyal düzen ortaya çıkarmıştır (Timisi, 2003: 170). Sosyal medyanın yaygın kullanımı mahremiyet konusunu tartışmalı hale getirmiştir. Bireylerin kendi bilgileri hakkında kontrole sahip olma hakkı bu tartışmalı konulardan biridir (Nissenbaum, 2010: 58-59). Birey, kendisi hakkındaki bilgi akışını kontrol edemediğinde mahremiyetini koruma konusunda zorluklarla karşılaşabilmektedir.

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması geleneksel mahremiyet anlayışında belirgin bir dönüşüme yol açmıştır. Daniel Solove, bu dönüşümün Franz Kafka'nın eserlerindeki gibi karmaşık, tehditkâr ve belirsizlik içeren durumlarla karşılaştırılabileceğini vurgulamaktadır (Kaplan, 2010). Kafkaesk terimleri anlam karmaşası, belirsizlik ve tehdit unsurları ile ilişkilendirilmekte ve sosyal medyadaki mahremiyet sorunlarına dikkat çekmektedir. Kullanıcılar internete bağlı cihazları kullanırken, IP adresleri, detaylı konum bilgileri, çerezler ve sosyal medya üzerinden paylaşılan diğer bilgilerin toplanması, mahremiyetle ilgili endişeleri artırmaktadır (Karaarslan vd., 2014). Bu durum genel mahremiyet tehditlerini de büyütmektedir. Bu tehditler arasında hassas verilerin yanlış kullanımı, kayıt cihazlarının artan kullanımı, anonimliğin azalması, toplumsallaşma ve küresel köy olgusu yer almaktadır (O'Brolchain vd., 2016: 26). Bu sebeple kullanıcıların mahremiyetini korumak ve tehditleri engellemek amacıyla geliştirilen yazılım araçlarının sayısı artmaktadır (Hoven vd., 2014).

Sosyal medyanın geleceği sürekli olarak değişen bir konudur. Teknolojik gelişmelerin hızlanması ve insanların dijital platformlarda daha fazla zaman geçirmesi nedeniyle sosyal medyanın kullanımı artmaktadır. Ancak sosyal medyanın özellikleri,

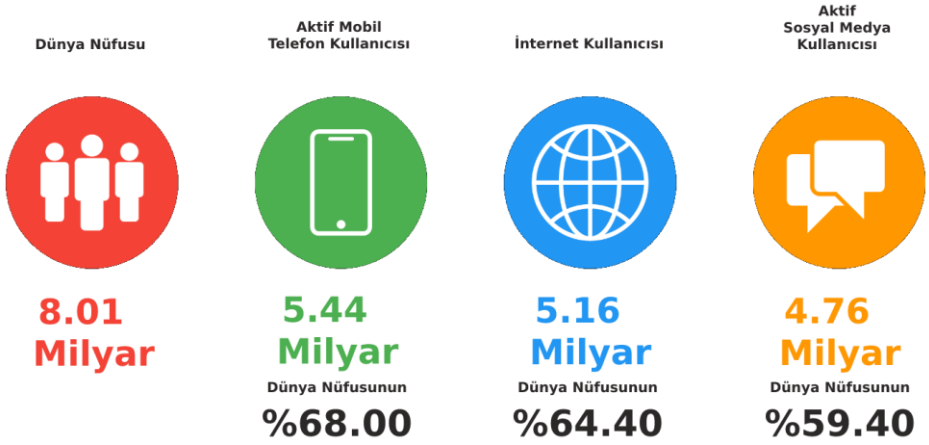
kullanıcıların gizlilik ve güvenlik konularında endişelerini de beraberinde getirmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Bu nedenle sosyal medya platformları, kullanıcıların güvenliği ve gizliliği konusunda daha fazla çalışma yürütmeye başlamıştır.

Sosyal medya platformları, iletişim ve bilgi paylaşımı için önemli araçlar olmasına rağmen bazı olumsuz etkileri de olabilmektedir. Özellikle sosyal medyanın aşırı kullanımı, sosyal izolasyon ve depresyon gibi psikolojik sorunlara neden olmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017). Bu nedenle sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkilerinin daha ayrıntılı olarak incelenmesi ve bu etkilerin yönetilmesi için stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir.

1.7. Sosyal Paylaşım Ağları

Sosyal ağlar, internet teknolojisine bağlı olarak şekillenen sanal bir toplumsal paylaşım ağıdır (Genç, 2010: 482). Sosyal ağlarda kullanıcı ve üretici olarak yer alan bireyler, eş zamanlı ve ortak bir kaynak üzerinden günün her saatinde etkileşimde bulunarak iletişim kurabilmektedir (Güçdemir, 2015: 41). Geçmişte sadece kullanıcı konumunda olan bireyler Web 2.0 ile birlikte aktif bir hal alarak internet dünyasında hem içerikleri takip eden hem de üreten konumuna gelmişlerdir. (O'Reilly, 2010: 2225-226). Bireyler Web 2.0 teknolojisi ürünü olan sosyal paylaşım ağları aracılığıyla diledikleri multimedyaları internet ortamına yükleyebilmekte, içerik anlatabilmekte ve içerikleri diledikleri farklı kişilerle paylaşabilmektedir (Alikılıç ve Onat, 2007: 902).

Dijital dünya ve kullanıcı profilleri Web 2.0 teknolojisiyle birlikte değişimler göstererek dönüşüme uğramıştır. Web 2.0 teknolojisi, sosyal paylaşım ağlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşmasına altyapı hazırlamıştır. Sosyal paylaşım ağlarının gelişimi ve gündelik hayattaki sık kullanımı internet kullanımının yaygınlaşmasıyla doğru orantılıdır. Bu noktada internetin global anlamda kullanımı ve dijital medyaya yansımalarına dair veriler aşağıdaki şekilde yer almaktadır.



Şekil 1.2 : Dünya Geneli Dijital Durum
(https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023)

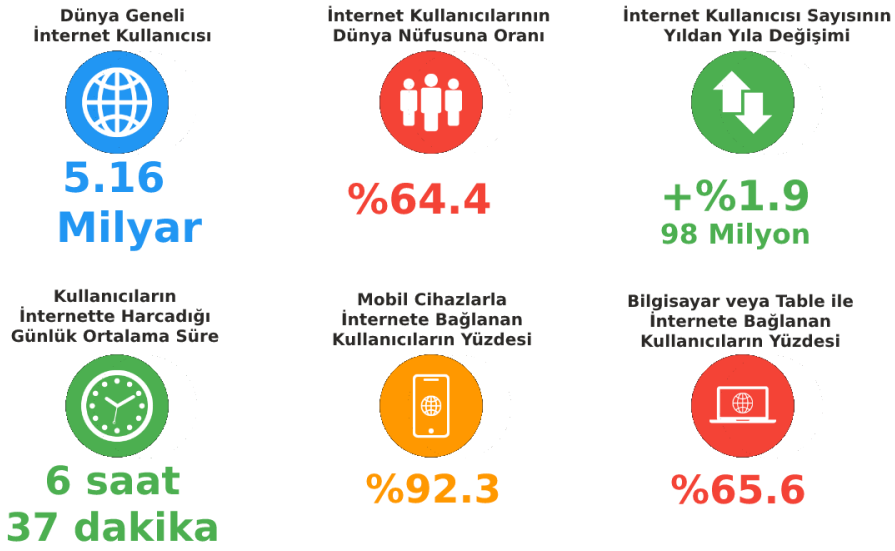
Şekil 1.2. günümüz dünyasında dijitalleşmenin ve iletişim teknolojilerinin kapsamını ve etki alanını sayısal verilerle açıklamaktadır. Şekilde ilk olarak, dünya nüfusunun 8.01 milyar olduğu belirtilerek gezegenimizin şu anki insan popülasyonunu göstermektedir. Şekilde aktif mobil telefon kullanıcılarının sayısı 5.44 milyar olarak ifade edilmiştir ki bu sayısal veri dünya nüfusunun %68'ine denk gelmektedir. Bu istatistik, mobil iletişim cihazlarının küresel nüfus arasında ne derece yaygın olduğunu ve bireylerin günlük yaşamlarında teknolojinin vazgeçilmez bir parçası haline geldiğini göstermektedir.

Dünya geneli internet kullanıcılarının sayısı 5.16 milyara ulaşmıştır. Şekilde belirtilen sayılara göre dünya nüfusunun yaklaşık %64.4'ünün internete erişimi bulunmaktadır. İnternet erişiminin bu denli geniş bir kısmı kapsaması global düzeyde bilgiye erişimin ve dijital kaynakların kullanımının arttığını göstermektedir. Ayrıca internetin eğitimden sağlık hizmetlerine, ekonomik gelişmeden sosyal etkileşime kadar pek çok alanda merkezi bir role sahip olduğunu işaret etmektedir.

Aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısının 4.76 milyar olduğu ve bu rakamın dünya nüfusunun %59.4'ünü temsil ettiği şekilde belirtilmiştir. Bu oran sosyal medya platformlarının bireyler, topluluklar ve kurumlar arasındaki iletişim ve etkileşim için ne derece önemli olduğunu göstermektedir. Sosyal medyanın yaygınlığı gündelik hayatın içerisindeki sosyal yapıları ve bireylerin etkileşim biçimlerini

dönüştürmektedir. Ayrıca pazarlama, politika yapımı ve sosyal hareketler gibi alanlarda sosyal medyanın etkisinin büyük olduğunu da vurgulamaktadır.

Bu sayısal değerler, bilgi ve iletişim teknolojilerinin dünya çapında toplumsal ve bireysel davranışlar üzerindeki etkilerini ve internetin sosyal, ekonomik ve politik boyutlardaki rolünü anlamak için önemli bir temel oluşturmaktadır. Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasının ve sosyal medya kullanımının artmasının bilgiye erişim, kültürel değişim, toplumsal katılım ve ekonomik gelişim üzerindeki etkileri gelecekteki politika kararları, iş stratejileri ve eğitim programları için kritik öneme sahiptir. Bu veriler dijital çağda küresel nüfusun bilgi toplumunun dinamikleriyle nasıl etkileşimde bulunduğunu ve toplumsal yapıların nasıl dönüştüğünü göstermektedir.



Şekil 1.3 : Dünyada İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı (https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023)

Şekil 1.3. çağımızın enformasyon ve iletişim teknolojilerinin kullanımının global ölçekteki yaygınlığını ve penetrasyonunu gözler önüne sermektedir. İnternetin küresel nüfus içerisindeki derin nüfuzunu ve dijital altyapının yaygınlaşmasının insanlık tarihinin dijital evrimindeki mevcut durumu hakkında anlamlı içgörüler sunulmaktadır.

İlk olarak dünya genelinde 5.16 milyar kişinin internet kullanıcısı olduğu ve bu rakamın dünya nüfusunun yaklaşık %64.4'ünü kapsadığı belirtilmektedir. Bu bilgi

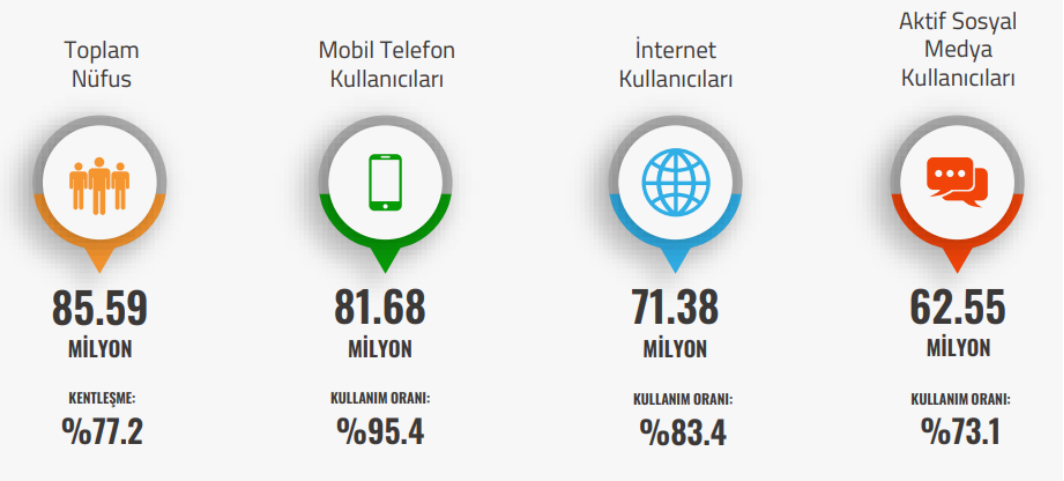
erişimi ve dijital iletişim araçlarının artık global nüfusun büyük bir bölümü tarafından kabul gördüğünü ve insanların günlük yaşamlarında dijital teknolojilere büyük ölçüde bağımlı hale geldiğini göstermektedir. İnternet kullanıcı sayısının önceki yıla göre %1.9 oranında artış göstererek 98 milyon yeni kullanıcı eklenmesi, sürekli genişleyen bir dijital ağın ve internet erişiminin giderek artan bir küresel trend olduğunu işaret etmektedir.

Kullanıcıların internet üzerinde geçirdikleri günlük ortalama sürenin 6 saat 37 dakika olması dijital medyanın bireylerin yaşam tarzlarında oynadığı merkezi rolü vurgulamaktadır. Bu süre dilimi çalışma, eğitim, eğlence ve sosyal etkileşim gibi temel faaliyetlerin dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Mobil cihazlar üzerinden internete bağlanan kullanıcı yüzdesinin %92.3 olması, mobil teknolojilerin kullanımının neredeyse evrenselleştiğini ve mobil cihazların internet erişimi için ana araç haline geldiğini göstermektedir. Bu durum internetin her an her yerde erişilebilir olmasını sağlayan kablosuz ağ teknolojilerinin gelişimine işaret etmektedir. Böylece dijitalleşmenin günlük yaşamın dokusuna ne denli entegre olduğunu ortaya koyulmaktadır.

Bilgisayar veya tablet ile internete bağlanan kullanıcı oranının %65.6 olması mobil devrimin yanı sıra, geleneksel masaüstü ve taşınabilir bilgisayarların hala önemli bir internet erişim noktası olduğunu ve ev veya iş yerlerindeki sabit internet kullanımının da önemli olduğunu göstermektedir.

Bu veriler dijitalleşme sürecinin multidisipliner doğasını ve çeşitli sektörlerdeki uygulamalarını, özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin entegrasyonunun getirdiği yenilikçi uygulamaların ve disiplinlerarası işbirliğinin gelişimini anlamak için zengin bir kaynak sağlamaktadır. Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasının ekonomik, sosyal ve kültürel yapılar üzerinde yarattığı dönüşümü anlamak, politika yapıcılar, iş liderleri ve akademisyenler için dijital çağın dinamiklerini şekillendirmek ve bu değişimlere uyum sağlamak adına stratejik öneme sahiptir.



Şekil 1.4: Türkiye'de İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı (https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023)

Şekil 1.4.'te sunulan veriler, Türkiye'deki dijital teknolojilerin kullanımına dair istatistiksel bir özeti temsil etmektedir. Nüfusun kentleşme oranı ile mobil telefon, internet ve aktif sosyal medya kullanım oranlarının karşılaştırmalı analizi yapılmaktadır.

İlk olarak şekilde belirtilen toplam nüfusun 85.59 milyon olduğu ve nüfusun %77.2'sinin kentleşme alanlarında yaşadığı ifade edilmektedir. Bu sayısal verilerin yer aldığı demografik yapı, Türkiye nüfusunun önemli bir kısmının kent merkezlerinde konumlandığını ve dolayısıyla dijital altyapıya erişiminin daha yüksek olabileceğini göstermektedir.

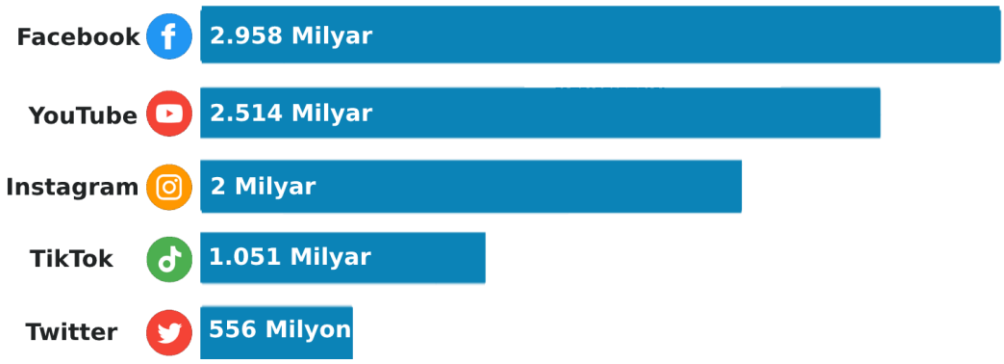
Mobil telefon kullanıcılarının sayısı, toplam nüfusa oranla 81.68 milyon ile oldukça yüksek bir penetrasyon oranı (%95.4) sergilemektedir. Bu oran, mobil teknolojilerin yaygınlığını ve Türkiye'de hemen hemen her bireyin mobil iletişim teknolojilerine erişiminin olduğunu göstermektedir.

İnternet kullanıcılarına yönelik verilerde ise toplam nüfusun %83.4'üne denk gelen 71.38 milyon kişinin internet kullanıcısı olduğu belirtilmiştir. Bu oran, Türkiye'deki bireylerin büyük çoğunluğunun internete erişim sağladığını ve dijital içeriklerle etkileşimde bulunduğunu göstermektedir.

Son dönem istatistiklerine göre, aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısının 62.55 milyona ulaştığı ve bu oranın genel nüfusun yaklaşık %73.1'ini temsil ettiği belirtilmektedir. Bu istatistik, Türkiye nüfusunun üçte ikisinden fazlasının sosyal medya platformlarını aktif olarak kullandığını ve sosyal medyanın toplumsal iletişim ve bilgi paylaşımında önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Bu veriler dijitalleşme sürecinin hızı ve kapsamı hakkında hayati bilgiler sunarken bireyler, toplumlar ve kurumlar için dijital dönüşümün getirdiği zorluklar ve fırsatlar hakkında değerli bir çerçeve oluşturmaktadır. Dijitalleşmenin etkilerinin sektörel, kültürel ve toplumsal boyutlarda nasıl şekillendiğini anlamak, günümüzün ve geleceğin bilgi toplumunun konturlarını çizmede kritik bir rol oynamaktadır.

We Are Social'ın (2023) yayınladığı Digital 2023 raporuna göre küresel bazda en çok kullanılan sosyal medya uygulamaları, mesajlaşma temelli uygulamalar çıkarıldığında sırasıyla; Facebook, YouTube, Instagram, TikTok ve Twitter(X)'dır. Bu bağlamda çalışmada incelenecek sosyal medya platformları, Digital 2023 raporunda en çok kullanılan sosyal medya platformları olarak yer alan ve anlık mesajlaşma uygulamaları haricindeki beş sosyal medya platformuyla sınırlandırılmıştır.



Şekil 1.5 : Dünyada En Çok Kullanılan Sosyal Paylaşım Ağları (https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023)

Şekil 1.5. küresel ölçekte en çok kullanılan sosyal paylaşım platformlarının kullanıcı sayılarını grafiksel olarak sunmaktadır. Facebook, 2.958 milyar kullanıcı ile en üst sırada yer alırken, YouTube 2.514 milyar kullanıcı ile ikinci sırada yer almaktadır. Instagram'ın 2 milyar kullanıcıya sahip olduğu görülürken, TikTok'un hızlı

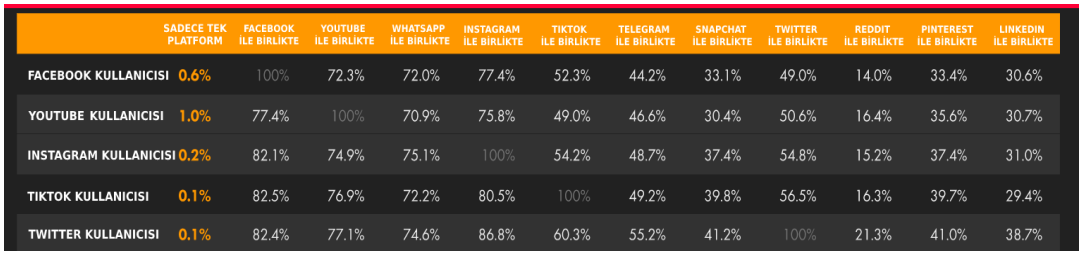
yükselişini 1.051 milyar kullanıcı ile sürdürdüğü ve Twitter ya da yeni adıyla X'in ise 556 milyon kullanıcı ile listelenmiş olduğu dikkat çekmektedir.

Bu veriler sosyal medya platformlarının küresel iletişim peyzajında oynadıkları merkezi rolü ve medya tüketim alışkanlıklarındaki dönüşümü göstermektedir. Facebook'un lider konumu, platformun sosyal ağ oluşturma, haber yayma ve etkileşimde bulunma konusunda ne kadar köklü bir yer tuttuğunu gösterirken, YouTube'un güçlü ikinciliği video içerik tüketimindeki artışı ve platformun eğlence, eğitim ve bilgilendirme için ne kadar önemli bir kaynak haline geldiğini vurgulamaktadır.

Instagram ve TikTok'un kullanıcı sayıları görsel içerik ve kısa video formatlarının popülerliğinin hızla arttığını ve yeni nesil internet kullanıcıları arasında ne kadar etkili olduklarını göstermektedir. Instagram'ın estetik ve görsel paylaşım üzerine kurulu platformu özellikle genç demografiler arasında yüksek etkileşim oranlarına sahiptir. TikTok ise kısa, eğlenceli ve yaratıcı video içeriklerle özellikle Z kuşağını çekmekte ve dijital içerik tüketiminde yeni bir dönemin kapılarını aralamaktadır.

Twitter'ın daha düşük kullanıcı sayısıyla bile global kamuoyunu şekillendirme ve hızlı bilgi akışı sağlama konusunda önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Twitter özellikle politika, haberler ve canlı olayların tartışıldığı bir platform olarak kalmaya devam etmektedir.

Bu platformlar küresel iletişim ağları içindeki farklı nişleri temsil ederken, her birinin kendi kullanıcı tabanının benzersiz demografik ve psikografik özelliklerine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Akademik çevrelerde bu platformların kullanıcı etkileşimleri, algoritmaların işleyişi ve içerik dağıtımı stratejileri, medya çalışmaları, iletişim teorileri ve sosyal bilimler alanında yoğun bir şekilde incelenmektedir. Ayrıca bu platformlar üzerinde yapılan paylaşımların sosyal, kültürel ve siyasal etkileri çağımızın en çarpıcı toplumsal fenomenleri arasında yer almakta ve bilgi toplumu ile dijital kültürün anlaşılmasında kritik bir yere sahiptir.



	SADECE TEK PLATFORM	FACEBOOK İLE BİRLİKTE	YOUTUBE İLE BİRLİKTE	WHATSAPP İLE BİRLİKTE	INSTAGRAM İLE BİRLİKTE	TIKTOK İLE BİRLİKTE	TELEGRAM İLE BİRLİKTE	SNAPCHAT İLE BİRLİKTE	TWITTER İLE BİRLİKTE	REDDIT İLE BİRLİKTE	PINTEREST İLE BİRLİKTE	LINKEDIN İLE BİRLİKTE
FACEBOOK KULLANICISI	0.6%	100%	72.3%	72.0%	77.4%	52.3%	44.2%	33.1%	49.0%	14.0%	33.4%	30.6%
YOUTUBE KULLANICISI	1.0%	77.4%	100%	70.9%	75.8%	49.0%	46.6%	30.4%	50.6%	16.4%	35.6%	30.7%
INSTAGRAM KULLANICISI	0.2%	82.1%	74.9%	75.1%	100%	54.2%	48.7%	37.4%	54.8%	15.2%	37.4%	31.0%
TIKTOK KULLANICISI	0.1%	82.5%	76.9%	72.2%	80.5%	100%	49.2%	39.8%	56.5%	16.3%	39.7%	29.4%
TWITTER KULLANICISI	0.1%	82.4%	77.1%	74.6%	86.8%	60.3%	55.2%	41.2%	100%	21.3%	41.0%	38.7%

Şekil 1.6 : Sosyal Medya Platformları Arası Kullanıcı İlişkisi (https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023)

Şekil 1.6. sosyal medya platformları arasındaki kullanıcıların birden fazla platformda aktif olması oranlarını ve bu platformların kullanıcı tabanlarının birbirleriyle ne derecede örtüştüğünü gösteren ayrıntılı bir veri seti sunmaktadır. Sosyal medya ekosistemindeki bu entegrasyon seviyeleri, kullanıcıların dijital varlıklarını ve platformlar arası etkileşimlerini anlamak için kritik önem taşımaktadır.

Facebook kullanıcılarının yalnızca %0.6'sı platformu tekil olarak kullanırken, kullanıcıların %100'ü diğer platformlarla beraber Facebook'u kullanıyor. Bu durum, Facebook'un kullanıcıların dijital yaşamında nasıl bir ana merkez olarak işlev gördüğünü ortaya koyarak platformun sosyal medya ekosistemindeki entegre ve merkezi rolünü vurgulamaktadır. Dolayısıyla söz konusu durum, kullanıcıların sadece kişisel bağlantıları ve içerik paylaşımını değil aynı zamanda diğer dijital hizmetleri ve platformları da Facebook üzerinden yönetme eğiliminde olduklarını göstermektedir.

YouTube kullanıcıları daha dağıtılmış bir kullanım modeli sergilemektedir. YouTube kullanıcıları %1.0'ı platformu bağımsız olarak kullanırken, ciddi bir yüzde Facebook ve Instagram gibi diğer sosyal medya hizmetleriyle beraber YouTube'u kullanmaktadır. Bu durum YouTube'un sadece video içerik tüketimi için değil aynı zamanda sosyal etkileşim ve içerik paylaşımı için de kullanıldığını göstermektedir.

Instagram kullanıcılarının sadece %0.2'sinin platforma özgü olduğu bilgisi, kullanıcıların dijital etkileşimlerde çoklu platformları tercih ettiğini ve Instagram'ın görsel tabanlı iletişim ve marka etkileşimi için sıkça diğer platformlarla entegre edildiğini ortaya koymaktadır.

TikTok kullanıcılarının sadece %0.1'inin platforma özgü olduğu ancak çoğunluğunun diğer sosyal medya araçlarıyla entegre bir kullanım sergilediği görülmektedir. Bu durum TikTok'un yaratıcılığı ve eğlenceyi teşvik eden içerik formatlarının diğer sosyal medya platformlarıyla nasıl bir sinerji oluşturduğunu göstermektedir. Özellikle genç kullanıcılar arasında TikTok dijital ifade ve etkileşim için önemli bir mecra olarak ortaya çıkmaktadır.

Twitter (X) kullanıcılarının %0.1'i platformu bağımsız olarak kullanırken, büyük bir yüzdesi diğer sosyal medya servisleriyle entegre bir kullanım modeli göstermektedir. Bu durum Twitter'ın hızlı bilgi akışı ve güncel olaylar hakkında tartışma için tercih edilen bir platform olmasının yanı sıra kullanıcıların diğer mecralarla birleşik bir sosyal medya deneyimini nasıl sürdürdüğünü yansıtmaktadır.

Bu veriler ışığında kullanıcıların sosyal medya platformları arasında karmaşık ve dinamik bir etkileşim ağı oluşturduğunu ortaya çıkmaktadır. Bu tür çapraz platform kullanımı kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıkları, etkileşim modelleri ve platformlar arası etkinlikleri hakkında bilgi sağlamaktadır.

1.7.1. Facebook

Facebook, sosyal medya alanında yeni bir çağı başlatan ve dijital iletişim dünyasında öncü bir rol oynayan bir platformdur. Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencileri için bir ağ olarak kurulan Facebook, kısa sürede küresel çapta bir fenomene dönüşmüştür. Platform, başlangıçta sınırlı bir kullanıcı kitlesiyle faaliyet gösterirken zamanla hızla genişleyerek her yaştan ve farklı coğrafi bölgelerden milyonlarca kullanıcıya ulaşmıştır.

Facebook'un temel özellikleri, kullanıcıların kişisel profiller oluşturması, arkadaşlarını eklemesi, fotoğraf ve video paylaşması, farklı gruplara ve sayfalara katılması ve canlı yayın yapabilmesidir. Ayrıca platform, kullanıcıların durum güncellemeleri yapmasına, etkinlikler oluşturmasına ve diğer kullanıcıların içeriklerine yorum yapmasına olanak tanımaktadır. Facebook Messenger ise ana uygulamaya bağlı olan ve kullanıcıların birbirleriyle özel olarak iletişim kurmasını sağlayan ek uygulama konumunda bir mesajlaşma hizmetidir.

Facebook'un kuruluşundan bu yana geçirdiği evrim dijital medya ve sosyal ağ analizleri açısından önemli bir araştırma konusudur. Platform bireylerin sosyal etkileşim biçimlerini, kimlik oluşturma süreçlerini ve topluluklarla bağlantı kurma yollarını değiştirmiştir. Facebook ayrıca politik kampanyalar, ticari reklamcılık ve sosyal hareketler gibi alanlarda önemli bir araç olarak kullanılmaktadır.

Akademik literatürde Facebook'un kullanıcı davranışları, veri gizliliği, algoritmik filtreleme ve kişiselleştirme gibi konulardaki etkileri üzerine geniş çaplı çalışmalar yapılmıştır. Facebook'un veri toplama ve işleme yöntemleri, dijital mahremiyet ve kullanıcı güvenliği konusunda önemli tartışmaları beraberinde getirmiştir. Bu tartışmalar platformun gizlilik politikaları ve kullanıcı verilerinin kullanımı konusunda sürekli bir evrim içinde olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak Facebook, dijital medya ve iletişim, sosyal bilimler, pazarlama ve kültürel çalışmalar gibi çeşitli disiplinlerde önemli bir araştırma konusu olarak kabul edilmektedir. Bu platform modern sosyal medya ekosisteminin karmaşık yapısını ve bu yapının bireysel, toplumsal ve kültürel boyutlarını anlamak için zengin bir araştırma alanı sunmaktadır.

1.7.2. YouTube

Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından 2005 yılında kurulan YouTube, kullanıcıların video içerikleri yüklemelerine, paylaşmalarına ve yorum yapmalarına olanak tanıyan bir yapıya sahiptir. Kısa sürede popüler hale gelen platform, 2006 yılında Google tarafından satın alınmıştır. Bu satın alma platformun daha da genişlemesine ve teknolojik altyapısının güçlenmesine yol açmıştır.

YouTube'un temel özellikleri arasında kullanıcıların kendi kanallarını oluşturarak çeşitli türlerde videolar yükleyebilmeleri, diğer kullanıcıların videolarını izleyebilmeleri, yorum yapabilmeleri ve beğenebilmeleri yer almaktadır. Platform eğitimden eğlenceye, günlük vloglardan profesyonel yapım içeriklerine kadar geniş bir içerik yelpazesi sunmaktadır. YouTube ayrıca içerik üreticilerine videolarından gelir elde etme imkânı sağlayan bir ortaklık programına sahiptir. Bu program, içerik

üreticilerinin reklam gelirlerinden pay almalarını ve böylece platform üzerindeki etkinliklerinden ekonomik kazanç sağlamalarını mümkün kılmaktadır.

Akademik çalışmalarda YouTube; dijital kültür, medya üretimi ve tüketimi, çevrimiçi toplulukların oluşumu ve etkileşimi gibi konularda önemli bir araştırma konusu olarak ele alınmaktadır. Platform kullanıcıların içerik üretme biçimlerini, medya tüketim alışkanlıklarını ve çevrimiçi toplulukların nasıl oluştuğunu anlamak için zengin bir veri kaynağı sunmaktadır. YouTube'un özellikle gençler arasında popüler olması, gençlik kültürü ve medya etkileşimleri üzerine yapılan araştırmalarda onu merkezi bir konu haline getirmiştir.

YouTube'un Google tarafından satın alınması, platformun teknolojik ve işlevsel kapasitesini genişletmiş ve onu küresel bir medya devi haline getirmiştir. Bu satın alma platformun reklam modelleri, veri analizi ve kişiselleştirilmiş içerik sunumu gibi alanlarda önemli gelişmelere yol açmıştır.

1.7.3. Instagram

Instagram sosyal medya alanında önemli bir yer tutan görsel odaklı bir platform olarak dikkat çekmektedir. 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan Instagram, kısa sürede geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşarak popüler bir sosyal ağ haline gelmiştir. Başlangıçta yalnızca iOS işletim sistemine yönelik bir uygulama olarak piyasaya sürülen Instagram daha sonra Android ve diğer platformlar için de kullanıma sunulmuştur.

Instagram'ın temel özelliği kullanıcıların fotoğraf ve videolarını paylaşmalarını ve bu içerikler üzerinde çeşitli filtreler ve düzenleme araçları kullanmalarını sağlamaktır. Platform, kişisel anlatımlar ve görsel hikâye anlatımı için ideal bir ortam sunmaktadır. Kullanıcılar paylaşımlarını kişisel profillerinde sergileyebilir, hikâyeler bölümünde kısa süreli içerikler yayınlayabilir ve IGTV özelliği ile daha uzun videolar paylaşabilirler. Ayrıca Instagram Direct özelliği kullanıcıların birbirleriyle özel mesajlar yoluyla iletişim kurmalarını sağlamaktadır.

Instagram, 2012 yılında Facebook (şimdiki adıyla Meta Platforms) tarafından satın alındıktan sonra platformun işleyişi ve özellikleri önemli oranda genişletilmiştir.

Satın alım sonrasında Instagram reklam ve pazarlama araçlarıyla donatılarak işletmeler ve markalar için de değerli bir platform haline gelmiştir. Bu dönüşüm Instagram'ın sadece bireysel kullanıcılar için değil aynı zamanda ticari faaliyetler için de önemli bir mecra olduğunu göstermektedir.

Akademik çevrelerde Instagram'ın sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Özellikle gençler arasındaki popülaritesi, görsel ifade biçimleri ve sosyal etkileşim modelleri üzerindeki etkisi platformun medya ve iletişim çalışmalarındaki önemini artırmaktadır. Instagram bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini, sosyal ilişkilerini ve kültürel eğilimlerini nasıl şekillendirdiğine dair zengin bir araştırma alanı sunmaktadır.

Sonuç olarak Instagram, dijital medya ve iletişim çalışmaları, sosyal psikoloji ve pazarlama stratejileri gibi çeşitli alanlarda önemli bir araştırma konusu olmaktadır. Görsel odaklı yapısı ve geniş kullanıcı tabanı ile bu platform, modern sosyal medya ekosisteminin karmaşık yapısını ve bu yapının bireysel, toplumsal ve ekonomik boyutlarını anlamak için değerli bir vaka çalışması olarak ele alınmaktadır.

1.7.4. TikTok

TikTok, ByteDance Ltd. tarafından ilk olarak 2016 yılında Douyin adıyla Çin iç pazarında piyasaya sürülmüştür. Daha sonra 2017 yılında TikTok adı altında uluslararası pazarda faaliyete geçmiştir. Kısa süre içinde özellikle genç kullanıcılar arasında popüler bir sosyal medya platformu haline gelen TikTok, kullanıcılarının 15 saniyeden 3 dakikaya kadar süren videolar oluşturup paylaşmalarını sağlayarak görsel ve işitsel içeriklerle zenginleştirilmiş bir kullanıcı deneyimi sunmaktadır.

TikTok kullanıcılarına geniş müzik ve ses efekti kütüphanesi, çeşitli video düzenleme araçları ve yüz filtreleri sunmaktadır. Bu özellikler, yaratıcı içerik üretimini ve ifade özgürlüğünü teşvik ederken aynı zamanda platformun algoritması üzerinden kişiselleştirilmiş içerik sunumuyla kullanıcı deneyimini şekillendirmektedir. Bu durum kullanıcı verilerinin kullanımı ve işlenmesi ile ilgili yeni soruları gündeme getirmektedir. Bu bağlamda TikTok'un veri gizliliği politikaları ve kullanıcı verilerinin

yönetimi dijital etik ve çevrimiçi mahremiyet konularında ciddi bir araştırma alanı oluşturmaktadır.

TikTok'un kültürel adaptasyonu ve küresel medya üzerindeki etkisi, farklı kültürel bağlamlarda platformun nasıl benimsendiği ve kullanıldığı üzerine yapılan çalışmalarla incelenmektedir. Bu platform gençlerin sosyal etkileşimleri, kimlik oluşturma süreçleri ve kültürel ifade biçimlerini nasıl etkilediğini inceleyen araştırmalar için zengin bir kaynak olarak görülmekte; bu süreçlerin geniş toplumsal ve kültürel çerçevede nasıl anlaşılması gerektiğine dair önemli soruları gündeme getirmektedir.

1.7.5. Twitter/X

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından kurulan ve sosyal medya dünyasında hızla popülerlik kazanan bir platform olarak ön plana çıkmıştır. Kullanıcılarına 140 karakter sınırlı mesajlar paylaşma imkânı sunarak başlayan platform daha sonra bu sınırlamayı 280 karaktere yükseltmiştir. Twitter'ın temel özelliği, hızlı bilgi akışı ve interaktif iletişim olanağı sağlamasıdır. Bu durum da Twitter'ı dünya çapında haberlerin, fikirlerin ve trendlerin yayılmasında etkili bir araç haline getirmiştir.

Twitter'ın temel özellikleri arasında hashtag kullanımı, retweet yapma, doğrudan mesajlaşma ve multimedya içeriklerini paylaşma gibi işlevler yer almaktadır. Hashtagler belirli konuları takip etmeyi ve tartışmalara katılmayı kolaylaştırırken, retweet özelliği kullanıcıların başkalarının tweetlerini kendi takipçileriyle paylaşmasına imkân tanımaktadır. Doğrudan mesaj özelliği ise kullanıcıların birbirleriyle özel olarak iletişim kurmasını sağlamaktadır. Ayrıca Twitter'da kullanıcılar fotoğraf, video ve GIF gibi çeşitli multimedya içeriklerini de paylaşabilmektedir.

Twitter sadece bir sosyal ağ olmanın ötesinde kamuoyu oluşturma ve toplumsal olaylara anında tepki verme yeteneğiyle dikkat çekmiştir. Platformun kullanıcıları, dünya çapında gerçekleşen olaylara hızla tepki gösterebilmekte ve bu olayları platform üzerinde tartışabilmektedir. Bu özellikleriyle Twitter, medya ve iletişim

çalışmalarında önemli bir araştırma konusu olmuş ve dijital iletişim modellerindeki evrimi yansıtan bir fenomen olarak değerlendirilmiştir.

2022 yılında iş insanı Elon Musk tarafından satın alınan Twitter önemli bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu satın alma sonrasında platform, X olarak yeniden markalaşmıştır. Elon Musk'ın yönetimi altında X, ifade özgürlüğü, platform politikaları ve kullanıcı deneyimi konularında çeşitli değişikliklere sahne olmuştur. Bu değişiklikler platformun dijital mahremiyet ve çevrimiçi güvenlik politikalarını yeniden gündeme getirmiş ve hem kullanıcılar hem de medya gözlemcileri tarafından dikkatle takip edilmiştir.

Sonuç olarak Elon Musk'ın satın almasıyla yaşanan bu dönüşüm, X'in gelecekteki yönünü ve sosyal medya ekosistemindeki rolünü belirleyen önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu değişiklikler platformun işleyişini, politikalarını ve kullanıcılarının deneyimlerini şekillendiren kritik faktörler olarak kabul edilmekte ve akademik çevrelerde yeni tartışmalara yol açmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM
DİJİTAL MEDYA VE MAHREMİYET

Çalışmanın ikinci bölümünde, dijital medya ve mahremiyet kavramları detaylı bir şekilde incelenmektedir. Bu bölüm, dijital medyanın mahremiyet üzerindeki etkilerini, sosyal medya platformlarının mahremiyet algısını nasıl dönüştürdüğünü ve dijital ortamlarda mahremiyetin korunmasıyla ilgili mevcut sorunları ve stratejileri ele alarak, sosyal medya kullanımının bireylerin özel hayatları üzerindeki etkilerine odaklanacaktır.

2.1. Mahremiyet Kavramı

Mahremiyet, bireylerin kendilerini ve yaşamlarını dış dünyadan koruma isteği olarak tanımlanmaktadır (Westin, 1967: 7). Bu kavram, tarih boyunca farklı kültürlerde ve toplumlarda önemli bir rol oynamıştır. Mahremiyetin önemi bireylerin özgürlük, özerklik ve kişisel gelişim alanlarında kendilerini ifade etmelerine olanak tanıyan bir değer olarak kabul edilmektedir (Schoeman, 1984: 1).

Mahremiyet kavramının tarihsel gelişimi farklı kültürlerde ve dönemlerde değişiklik göstermiştir. Antik Yunan ve Roma dönemlerinde mahremiyet, bireylerin özel yaşamlarını ve evlerini koruma hakkı olarak kabul edilmiştir (Prosser, 1960: 389). Orta Çağ Avrupası'nda ise mahremiyet, soyluların ve kilisenin güçlerini sınırlayan bir kavram olarak işlev görmüştür (Warren ve Brandeis, 1890: 205). Kültürel farklılıklar da mahremiyet anlayışını etkilemiştir. Örneğin Doğu kültürlerinde mahremiyet, aile ve topluluk bağlamında daha fazla önem taşırken Batı kültürlerinde ise bireysel mahremiyet daha ön plandadır.

Mahremiyet, bireylerin kişisel bilgilerinin korunması ve gizliliğinin sağlanmasına odaklanmaktadır. Mahremiyet kavramı hem bireylerin hem de toplumun çıkarları açısından önemlidir.

Mahremiyet kavramı farklı disiplinlerde ele alınmaktadır. Örneğin hukuk, psikoloji, sosyoloji, felsefe ve iletişim gibi disiplinlerde mahremiyet kavramı farklı

açılardan incelenmektedir. Bu disiplinlerin her biri mahremiyet kavramının farklı yönlerini ele almaktadır.

Hukuk disiplininde mahremiyet kavramı bireylerin kişisel bilgilerinin korunması ile ilgilidir. Bu kavram özellikle son yıllarda teknolojinin gelişmesiyle birlikte daha da önem kazanmıştır. Örneğin, internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin kişisel bilgilerinin korunması daha da zor hale gelmiştir. Bu konuda Avrupa Birliği'nin Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) gibi düzenlemeler bireylerin kişisel bilgilerinin korunması için önemli adımlar atmıştır (Kuner, 2018: 23).

Psikoloji disiplininde mahremiyet kavramı bireylerin özel hayatlarının korunması ile ilgilidir. Bu kavram bireylerin özel hayatlarına saygı gösterilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Özellikle psikoterapi gibi alanlarda bireylerin özel hayatlarına saygı gösterilmesi terapi sürecinin başarısı açısından önemlidir (Gabbard, 2018: 45).

Sosyoloji disiplininde mahremiyet kavramı bireylerin toplumsal ilişkilerindeki özel alanlarının korunması ile ilgilidir. Bu kavram bireylerin özel hayatlarına saygı gösterilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Özellikle toplumsal ilişkilerde bireylerin özel alanlarına saygı gösterilmesi toplumsal ilişkilerin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi açısından önemlidir (Giddens, 2019: 67).

Felsefe disiplininde mahremiyet kavramı bireylerin özgürlükleri ile ilgilidir. Bu kavram, bireylerin özgürlüklerinin korunması gerektiğini vurgulamaktadır. Özellikle bireylerin düşünce özgürlüğü, ifade özgürlüğü ve inanç özgürlüğü gibi özgürlüklerinin korunması mahremiyet kavramının önemli bir parçasıdır (Mill, 2018: 89).

İletişim disiplininde mahremiyet kavramı bireylerin iletişim özürlükleri ile ilgilidir. Bu kavram, bireylerin iletişim özgürlüklerinin korunması gerektiğini vurgulamaktadır. Özellikle bireylerin özel iletişimlerinin koruması mahremiyet kavramının önemli bir parçasıdır (McQuail, 2019: 123).

Mahremiyetin teknoloji, hukuk, sosyal ve etik alanlardaki etkilerini ise şu şekilde sıralayabiliriz:

- **Teknoloji:** Mahremiyet, günümüzde teknoloji alanında önemli bir konu haline gelmiştir. Teknolojik gelişmeler bireylerin mahremiyetini koruma ve sürdürme konusunda yeni zorluklar ortaya çıkarmıştır (Solove, 2006: 477). Özellikle dijital teknolojiler ve sosyal medya platformları bireylerin mahremiyeti üzerinde yeni zorluklar ve fırsatlar sunmaktadır (Cohen, 2012: 1905).
- **Hukuk:** Hukuk alanında mahremiyetin korunması için çeşitli düzenlemeler ve yasalar geliştirilmiştir (Gavison, 1980: 428). Farklı ülkelerde mahremiyetin korunması için farklı düzenlemeler ve yasalar bulunmaktadır. Örneğin Avrupa Birliği'nde, Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) gibi düzenlemeler bireylerin mahremiyetini korumayı amaçlamaktadır.
- **Etik ve Sosyal:** Etik ve sosyal alanlarda ise mahremiyetin korunması bireylerin özgürlük ve özerklik haklarının temel bir parçası olarak kabul edilmektedir (Nissenbaum, 2010: 2). Mahremiyet, insan hakları ve demokratik değerlerle de yakından ilişkilidir.

Mahremiyetin gelecekteki önemi teknolojik gelişmeler ve küreselleşme süreçleriyle yakından ilgilidir. Küresel düzeyde mahremiyetin korunması ve geliştirilmesi bireylerin özgürlük, özerklik ve kişisel gelişim haklarını güvence altına almak için önemli bir görev olarak görülmektedir (Richards, 2013: 1939). Ayrıca uluslararası iş birliği ve veri paylaşımı mahremiyetin korunması konusunda yeni zorluklar ve fırsatlar sunmaktadır.

Mahremiyet kavramı tarih boyunca farklı kültürlerde ve toplumlarda önemli bir rol oynamıştır. Günümüzde mahremiyetin korunması ve sürdürülmesi için bireylerin özgürlük, özerklik ve kişisel gelişim haklarının güvence altına alınması önemli bir görev olarak kabul edilmektedir. Hukuk, psikoloji, sosyoloji, felsefe ve iletişim gibi disiplinlerin her biri mahremiyet kavramının farklı yönlerini ele almaktadır. Bu kavram bireylerin kişisel bilgilerinin korunması, özel hayatlarının korunması, toplumsal ilişkilerindeki özel alanlarının korunması, özgürlüklerinin

korunması ve iletişim özgürlüklerinin korunması ile ilgilidir. Bu nedenle mahremiyet hem bireylerin hem de toplumun çıkarları açısından önem arz etmektedir. Mahremiyetin farklı alanlardaki etkileri, küresel düzeydeki önemi ve gelecekteki etkileri üzerine yapılan araştırmalar bu kavramın anlaşılması ve uygulanması açısından büyük önem taşımaktadır.

2.2. Mahremiyetin Gelişimi ve Dönüşümü

Mahremiyetin tarihçesi bu kavramın gelişimi ve dönüşümü hakkında önemli bir bakış sunmaktadır. Mahremiyetin modern anlamda ele alınmaya başlandığı dönemlerde Westin (1967) tarafından yazılan *Privacy and Freedom* adlı eser önemli bir rol oynamıştır (s. 25). Westin, mahremiyeti bireylerin kişiliklerini ifade etmek ve geliştirmek için gereken bir ortam olarak tanımlamaktadır. Ancak mahremiyetin tarihi antik dönemlere kadar uzanmaktadır. Foucault (1977), *Discipline and Punish* adlı eserinde mahremiyetin modern disiplin mekanizmalarıyla birlikte ortaya çıktığını iddia etmektedir (s. 173). Mahremiyetin evrimi toplumun sosyal, kültürel ve teknolojik değişimlerine paralel olarak gerçekleşmiştir.

Mahremiyetin gelişimi ve dönüşümü insan hakları, sosyal bilimler, hukuk ve teknoloji gibi birçok alanda önemli bir araştırma konusudur (Solove, 2008: 3). Mahremiyet, kişisel bilgilerin korunması ve gizliliğiyle ilişkilidir (Nissenbaum, 2010: 3). Mahremiyetin tanımı zaman içinde evrilmiştir. Örneğin 18. yüzyılda mahremiyet, kişisel mektupların gizliliğiyle ilgiliyken (Warren ve Brandeis, 1890: 193) günümüzde mahremiyet; kişisel verilerin korunması, internet kullanımı ve dijital aygıtların gizliliği gibi daha geniş bir alanı kapsamaktadır (Solove, 2008: 3).

Mahremiyetin gelişimi, insan hakları ve hukuk alanında detaylı olarak incelenmektedir. İnsan hakları açısından mahremiyet kişisel özgürlüklerin korunmasıyla ilgilidir (Nissenbaum, 2010: 3). Bireylerin özel yaşamlarının ve kişisel bilgilerinin izinsiz olarak açığa çıkmaması mahremiyetin temel bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Hukuk açısından mahremiyet kişisel verilerin korunması ve gizliliğiyle ilgilidir (Solove, 2008: 3). Birçok ülke mahremiyetin korunması için yasal

düzenlemeler yapmış ve kişisel verilerin toplanması, işlenmesi ve paylaşımıyla ilgili kurallar belirlemiştir.

Teknolojinin hızlı gelişimi mahremiyetin dönüşümünde önemli bir rol oynamıştır. İnternet ve dijital iletişim teknolojileri mahremiyetin kavramsal ve pratik boyutlarını değiştirmiştir. Acquisti ve Gross (2005), *Information Revelation and Privacy in Online Social Networks* adlı çalışmalarında sosyal medya platformlarının bireylerin mahremiyetini nasıl etkilediğini incelemişlerdir (s. 71). Sosyal medya, kullanıcıların kişisel bilgilerini gönüllü veya gönülsüz bir şekilde paylaşmalarını sağlamış ve mahremiyetin sınırlarını zorlamıştır. Bunun yanı sıra yapay zekâ, büyük veri analitiği ve gözetim teknolojileri gibi ilerlemeler mahremiyetin daha da karmaşık hale gelmesine neden olmuştur (Lyon, 2018: 102). Mahremiyetin dijital ortamda korunması ve yönetilmesi yeni zorluklar ve etik tartışmalar ortaya çıkarmıştır.

Mahremiyetin dönüşümü teknolojinin ilerlemesiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Özellikle, internet kullanımının yaygınlaşması ve dijital aygıtların kullanımı mahremiyetin korunması ve gizliliği konusunda yeni zorluklar meydana getirmiştir. Kişisel verilerin dijital ortamda depolanması, iletilmesi ve işlenmesi mahremiyetin korunması için yeni güvenlik tehditleri ortaya çıkarmıştır. Bu dönüşüm sosyal bilimler ve teknoloji alanında ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir. Sosyal bilimler açısından mahremiyetin dönüşümü toplumsal değişimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Nissenbaum, 2010, s. 3). Toplumun dijitalleşmesi ve teknolojinin günlük yaşama entegrasyonu bireylerin mahremiyet algısını ve deneyimini etkilemiştir. İnternetin ve diğer iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bireylerin kişisel bilgilerini paylaşma ve erişilebilir kılma eğilimini artırmıştır. Sosyal medya platformları; çevrimiçi alışveriş siteleri ve diğer dijital hizmetler, kullanıcıların kişisel verilerini toplamak, analiz etmek ve pazarlama amacıyla yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu durum, bireylerin mahremiyetinin sınırlarını ve kişisel verilerinin nasıl korunacağını yeniden değerlendirmeyi gerektirmiştir.

Teknoloji açısından mahremiyetin korunması veri güvenliği ve gizlilik önlemlerini içermektedir. İnternet hizmet sağlayıcıları, sosyal medya platformları ve diğer teknoloji şirketleri kullanıcıların verilerini korumak ve güvenliğini sağlamak için

çeşitli önlemler almaktadır. Veri şifreleme, güçlü kimlik doğrulama yöntemleri, veri erişim ve paylaşım kontrolleri gibi teknolojik çözümler mahremiyetin korunması için önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca kullanıcıların bilinçlendirilmesi ve eğitimi de mahremiyetin korunması için önemlidir. Bireylerin dijital ortamda ne tür bilgileri paylaşacaklarını, gizlilik ayarlarını nasıl kullanacaklarını ve verilerini nasıl koruyacaklarını bilmeleri gerekmektedir.

Mahremiyetin korunması konusunda teknoloji şirketleri ve hükümetler arasında iş birliği önemlidir. Teknoloji şirketleri kullanıcıların mahremiyet haklarını korumak için daha şeffaf politikalar ve güvenlik önlemleri geliştirmelidir. Aynı zamanda hükümetler de mahremiyetin korunması için etkili yasal düzenlemeler ve denetim mekanizmaları oluşturmalıdır. Bu çabalar hem bireylerin mahremiyetinin korunmasını sağlamak hem de teknolojinin potansiyel istismarlarına karşı önlem almak için önemlidir.

Mahremiyetin gelişimi ve dönüşümü yasal ve etik tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Solove (2008), *Understanding Privacy* adlı çalışmasında, mahremiyetin yasal bir koruma gerektirdiğini savunurken bu korumanın sınırlarını da sorgulamaktadır (s. 112). Mahremiyetle ilgili yasal düzenlemeler teknolojinin ilerlemesi ve toplumun değerleriyle sürekli bir uyum içinde olmalıdır. Aynı zamanda etik meseleler de mahremiyetin gelişimiyle bağlantılıdır. Örneğin büyük veri analitiği ve yapay zekâ kullanımı, kişisel verilerin toplanması, işlenmesi ve kullanılmasıyla ilgili etik sorunları gündeme getirmiştir (Mittelstadt vd., 2016: 1).

Mahremiyet kavramı, zaman içinde değişen bir yapıya sahiptir. Mahremiyetin tarihçesi antik dönemlerden modern çağa kadar uzanan bir süreci kapsamaktadır. Teknolojinin gelişimi mahremiyetin dönüşümünde belirleyici bir faktör olmuştur. İnternet ve dijital iletişim teknolojileri mahremiyetin yeni meydan okumalarla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Yasal ve etik meseleler ise mahremiyetin korunması ve yönetimi için önemli bir zemin oluşturmaktadır. Mahremiyetin gelişimi ve dönüşümü toplumun sosyal, kültürel ve teknolojik değişimlerine paralel olarak sürekli olarak şekillenmeye devam etmektedir.

2.3. Mahremiyetin Boyutları

Mahremiyet kavramı literatürde farklı yaklaşımlara ve tanımlara sahip olması nedeniyle üzerindeki anlaşmazlıklarla dikkat çekmektedir. Bu durum mahremiyet kavramının karmaşıklığını anlamak ve üzerinde düşünmek için büyük bir fırsat sunmaktadır. Aynı şekilde mahremiyetin toplumdan topluma, zaman içinde ve bireyden bireye değişebilen bir konsept olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda mahremiyetin net bir şekilde sınırlarını çizmek zor görünse de farklı perspektiflerden yapılan boyutlamalar bu kavramın daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmaktadır.

Literatürde yaygın olarak kabul edilen görüşlere göre mekânsal mahremiyet, kişisel mahremiyet ve bilgi mahremiyeti olmak üzere mahremiyetin üç temel boyutu bulunmaktadır. Mekânsal mahremiyet, bireyin fiziksel çevresini koruma ihtiyacını içermektedir. Bu boyut, bireyin fiziksel alanını ve özel yaşamını diğerlerinden koruma arzusunu ifade etmektedir. Kişisel mahremiyet, bireyin kişisel alanına haksız müdahalelere karşı korunma hakkını içermektedir. Bu boyut, bireyin özel yaşamının gizliliğini ve dokunulmazlığını koruma gerekliliğini vurgulamaktadır. Bilgi mahremiyeti ise bireyin kişisel verilerinin toplanması, işlenmesi, saklanması ve dağıtılması konusundaki kontrolünü içermektedir (Fischer-Hubner, 2000).

Mahremiyetin boyutlarını daha ayrıntılı bir şekilde analiz ederken mekânsal, ilişkisel, karar ve bilgilendirme boyutlarının ayırt edilebileceği görülmektedir. Mekânsal boyut bireyin fiziksel alanının gizliliğini içerirken, ilişkisel boyut samimi ilişkilerin ve sosyal etkileşimlerin gizliliğini kapsamaktadır. Karar boyutu bireyin özel hayatına dair kararlarını alma hakkını ifade ederken, bilgilendirme boyutu ise bireyin kişisel bilgilerini nasıl ve ne zaman paylaşacağı konusundaki yetkisini içermektedir (Steijn ve Vedder, 2015: 624).

Burgoon'un 1982'deki çalışmasında önerdiği başka bir perspektif; fiziksel, sosyal, psikolojik ve bilgilendirici boyutlarda erişimi yönetme ve sınırlama fikrini içermektedir (1982: 210-232). Fiziksel boyut, bir bireyin fiziksel ulaşılabilirliğini ve kişisel alanını temsil etmektedir. Bu boyut, bireyin biyolojik ve fizyolojik bütünlüğünün korunmasına yönelik bir yaklaşımdır. Sosyal boyut ise bir bireyin sosyal etkileşimler üzerindeki kontrolünü ifade etmektedir. Bu kapsamda, etkileşimin

niteliği, sıklığı, süresi ve içeriği gibi faktörler dikkate alınmaktadır. Psikolojik boyut, bireyin zihinsel ve duygusal sınırlarını koruma hakkını içermektedir. Bu boyut, bireyin düşüncelerini ve duygularını hangi koşullarda paylaşacağını kontrol etme yeteneğini yansıtmaktadır. Bilgilendirici boyut ise bireyin kişisel bilgilerini nasıl ve ne ölçüde paylaşacağına dair kontrol hakkını içermektedir. Bu boyut, bireyin özgürlüğünü ve kişisel gizliliğini yönetme ihtiyacını ifade etmektedir (Sarikakis ve Lisa Winter, 2017: 2).

Sonuç olarak mahremiyet kavramı çeşitli boyutları içinde barındıran karmaşık bir yapıya sahiptir. Farklı boyutlar bireyin fiziksel, duygusal, ilişkisel ve bilgi alanlarındaki gizlilik haklarını ifade etmektedir. Literatürde yapılan bu boyutlandırmalar mahremiyetin farklı yönlerini anlamamızı ve analiz etmemizi sağlamaktadır. Mahremiyetin bu çeşitliliği, bireylerin ve toplumun gelişen teknoloji ve sosyal yapıya adapte olma çabaları ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle mahremiyet kavramının sürekli olarak ele alınması ve tartışılması önemlidir.

Mahremiyet bireylerin özel alanlarını koruma ihtiyacını yansıtan ve günümüzde giderek karmaşıklaşan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin kimlikleri, kişisel bilgileri, duygusal deneyimleri ve toplumsal etkileşimleri gibi çok sayıda boyutu içinde barındıran bu kavram sadece bireylerin değil toplumun da ilgi odağı haline gelmiştir. Mahremiyet bireylerin iç dünyalarını sınırlama, bilgi kontrolü sağlama ve kendilerini ifade etme arzusunu bir araya getiren karmaşık bir yapıya sahiptir.

Joinson ve Paine'in (2006) ortaya koyduğu gibi mahremiyetin temel boyutlarından biri bilgilendirici boyuttur. Bu boyut bireylerin kişisel yaşam biçimleri, finansal durumları, sağlık kayıtları ve eğitim geçmişleri gibi özel bilgilerini içermektedir. Bu tür kişisel bilgiler, bireylerin gizliliklerini ve kimliklerini koruma ihtiyacını yansıtmaktadır. Özellikle dijitalleşme çağında bireylerin dijital izleri ve verileri, bilgilendirici mahremiyeti karmaşık bir şekilde etkilemektedir (Acquisti ve Gross, 2005).

Ulaşılabilirlik boyutu bireylerin bilgiye erişim hakkını içerirken diğer yandan bu erişimin nasıl sınırlanacağına dair bir denge arayışını da beraberinde getirmektedir.

Dijital dünyanın hızla gelişimi bireylerin verilerine erişimini ve bu verilerin kötüye kullanılma riskini artırmıştır (Hannak vd., 2013: 871-878). Bu bağlamda ulaşılabilirlik boyutu dijital mahremiyetin ele alınmasında temel bir rol oynamaktadır.

Dışavurumcu boyut ise bireylerin kimliklerini ifade etme ve duygusal deneyimlerini paylaşma ihtiyacını yansıtmaktadır. Çevrimiçi platformlar bireylerin düşüncelerini, duygularını ve kimliklerini dijital olarak ifade etmeleri için bir araç haline gelmiştir (Marwick ve Lewis, 2017: 115-134). Ancak bu dijital ifade özgürlüğü aynı zamanda bireylerin mahremiyetlerini tehlikeye atabilmektedir.

Laufer ve arkadaşlarının (1973: 355-367) önerdiği boyutlar ise mahremiyetin daha geniş bir perspektiften incelenmesine imkân sağlamaktadır. Öz-benlik boyutu bireylerin toplumsal ve fiziksel çevreyle kurduğu ilişkiyi yansıtarak, benliğin korunması ve geliştirilmesini içermektedir. Etkileşim boyutu bireylerin toplumsal rollerini ve etkileşimlerini analiz ederken, yaşam döngüsü boyutu mahremiyetin yaşamın farklı evrelerinde nasıl şekillendiğinin anlaşılmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda mahremiyet kavramı, hem bireysel deneyimler hem de toplumsal yapılarla etkileşim içinde şekillenmektedir.

Tüm bu boyutlar bireylerin mahremiyet anlayışını ve koruma stratejilerini daha derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır. Teknolojik gelişmeler, toplumsal değişimler ve kültürel dinamikler mahremiyetin bu çok yönlü ve dinamik yapısının anlaşılmasını gerektirir. Bireylerin mahremiyet bilinci arttıkça bu boyutların etkileşimi ve dengelemesi daha da önem kazanacaktır.

Mahremiyetin boyutlarına ilişkin yapılan sınıflandırmalar incelendiğinde benzerliklerin öne çıktığı görülmektedir (Tanılır, 2002: 1). Fiziksel alanın sınırlarını koruma amacını taşıyan boyut mekânsal, mekân, fiziksel, ulaşılabilirlik ve öz-benlik kavramlarıyla ifade edilmektedir. Bu boyutun amacı fiziksel alanın sınırlarını korumaktır.

Bilginin korunmasını ele alan bir diğer boyut ise bilgilendirici ve biyografik-tarihi mahremiyet olarak sınıflandırılmıştır. Toplumsal sözleşmeler çerçevesinde bireyin haksız müdahalelere karşı korunması ihlallerin önlendiği ve bireyin ifade

özgürlüğünün sağlandığı boyut; kişisel, ilişkisel, sosyal, etkileşim ve dışavurumcu boyutlarıyla açıklanmaktadır (Tanılır, 2002: 1). Bu çerçevede söz konusu boyut; toplumların etik, ruhsal, sosyal, ekonomik ve yasal normları içerisinde bir öge olarak tanımlanmakta ve bu normlarla entegre bir şekilde ele alınmaktadır. Mahremiyet ihlali bu normlara aykırı bir davranış olarak görülmektedir. Ayrıca bu boyut farklı toplumsal etkileşim biçimlerinin korunmasını da içermektedir.

Son olarak fenomenolojik ve psikolojik boyut, bilişsel ve duygusal değerleri içermesi sebebiyle diğer boyutlardan ayrılmaktadır. Psikolojik mahremiyet kişisel tercihler ve diğerlerinin rızasına dayalı olarak korunmaktadır. Bilişsel ve duygusal süreçler bu boyutun temelini oluşturmaktadır (Westin, 1967)

Mahremiyet konusundaki boyutlandırmalara dikkat edildiğinde benzerliklerin farklılıklardan daha baskın olduğu görülmektedir (Tanılır, 2002: 1). Farklılık yaratan boyutların ele alındığı bir değerlendirme sonucunda yaşam döngüsü, kontrol, ekolojik-kültürel, görev yönelimi ve ritüel boyutları ortaya çıkmaktadır. Yaşam döngüsü boyutu, mahremiyet algısının zamanla değişebileceği ve bu değişimin dikkate alınması gerektiği fikrine odaklanmaktadır. Kontrol boyutu, fiziksel mekânın sınırlarını koruma amacını taşır ve bu koruma yalnızca fiziksel alana yönelik değildir. Benzer şekilde ekolojik-kültürel boyut, insan davranışlarını bu mekanlarda anlamaya çalışmaktadır. Görev yönelimi ve ritüel boyutları da benzer özelliklere sahiptir. Ancak biri daha çok anlayış ve kabul üzerine kurulurken diğeri özel alanın mahremiyetini savunmayı amaçlamaktadır (Göçmen, 2018: 35).

Genel bir bakışla mahremiyet boyutlarını sınıflandırmak temelde benzer sorunlar üzerine odaklansa da son kategorizasyon dışında ana hatlarıyla benzerlikler içermektedir. Modern iletişim teknolojilerinin gelişimi bağlamında, bilgilendirici mahremiyetin boyutu artık daha fazla akademik ilgi ve önem arz etmektedir. Bu bağlamda mahremiyet sınırlarına yapılan müdahalelere ve ihlallere odaklanma gerekliliği daha belirgin hale gelmiştir.

Regan'ın (2002) çalışmasında ifade ettiği gibi bireylerin bilgi mahremiyeti genellikle kendileri hakkındaki bilgileri kontrol etme hakları çerçevesinde değerlendirilmekte ve bu mesele ciddi bir biçimde ele alınmaktadır. Günümüzde

bilgiye yönelik istismarların hızla artması bu duruma karşı koymayı her geçen gün zorlaştırmaktadır (Köse, 2011: 10).

Bu artan ilgi, ahlaki meselelerin yanı sıra kültürel, politik, ticari ve ideolojik yönleri de kapsayan boyutları barındırmaktadır. Uluslararası düzeyde bir gözetim mekanizmasının bulunmaması mahremiyet risklerini artıran bir etken olarak öne çıkmaktadır. Bireysel veriler artık dünya çapında izlenebilen bir hal almıştır (Tanılır, 2002: 40). Bu nedenle farklı bakış açılarından gelen boyutlandırmalar mahremiyetin korunmasında önemli bir yer tutmaktadır. Hem boyutları sınıflandırma yeteneği hem de sınırları görselleştirme potansiyeli mahremiyetin korunmasında hayati bir önem taşımaktadır.

2.4. Mahremiyet Sınıflandırılması

Bireylerin diğer insanlarla iletişim kurarken karşılaştığı mahremiyet kavramı oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu kavram kişisel sınırların korunmasına yönelik bir ihtiyacın yansıması olarak pek çok alanda geçerlidir. Kişinin evine izni olmadan girilmemesi fiziksel mahremiyetin en temel örnek olaylarından biri olarak kabul görmektedir. Bu sınıra saygı göstermek kişinin özel yaşam alanına verilmiş bir değeri ifade etmektedir. Mahremiyet kavramı yalnızca fiziksel alanla sınırlı değildir; aynı zamanda kişisel bilgilerin izinsiz olarak üçüncü kişilere veya kurumlara aktarılması da büyük bir mahremiyet ihlalini temsil etmektedir. Bu durum, bilgi mahremiyetinin önemli bir boyutunu oluşturmasının yanı sıra kişisel bilgilerin gizliliğinin korunması büyük bir önem taşımaktadır.

Literatürde mahremiyet kavramı farklı sınıflandırmalar altında incelenmiştir. Bu sınıflandırmalardan biri yaşam alanlarına dayalıdır. Kamusal hayat, mesleki hayat, aile hayatı ve özel hayat bu sınıflandırmanın temelini oluşturur. Her bir alan, bireylerin mahremiyetini korumak için farklı normlar ve kurallar içermektedir. Özel hayat kavramı, bu alanların en içinde yer alır ve bireyin en kişisel mahremiyet alanını temsil eder. Bu alanda kişisel eşyaların gizliliği, kişinin üstünün aranmaması, konutuna izinsiz girilmemesi ve özel haberleşmenin gizliliğinin korunması gibi unsurlar

bulunmaktadır. Söz konusu durum bireyin özel yaşamına saygı gösterilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Kahraman, 2016; Özbudun, 1977).

Mahremiyet kavramı iletişimde temel bir rol oynamaktadır ve literatürde bu kavramın türüne göre yapılan tasnif sıkça ele alınmaktadır. Bireylerin kişisel sınırlarını koruma ihtiyacıyla doğrudan ilişkilendirilen bu kavram, pek çok alanda geçerlidir ve bireylerin özel yaşamlarının gizliliğini koruma hakkını içermektedir.

Belsey ve Chadwick (1992) mahremiyet hakkını; bedensel, düşünsel, bilgisel ve bölgesel mahremiyet olmak üzere dört ana perspektifle ele almıştır. Bedensel mahremiyet, kişinin fiziksel alanının ve bedeninin izinsiz bir şekilde dokunulmazlığına işaret etmektedir. Dolayısıyla bu durum kişinin bedeni üzerindeki kontrol hakkının bir ifadesidir. Düşünsel mahremiyet, bireyin duygusal ve düşünsel içeriğini sadece istediği kişilerle paylaşma hakkını içermektedir. Bu boyut, kişinin duygusal dünyasının korunmasını ve gizliliğinin saygı görmesini hedeflemektedir. Ayrıca söz konusu boyut teknolojik ve psikolojik müdahalelerden korunmayı da kapsamaktadır. Bilgi mahremiyeti, kişisel bilgilerin izinsiz bir şekilde paylaşılmamasına yönelik bir hak olarak ortaya çıkar. Kişisel verilerin kontrol altında tutulması ve izinsiz kullanıma karşı korunması bu boyutun temelini oluşturur. Bölgesel mahremiyet ise kişinin fiziksel mekânlarına, evine, ofisine, odaya veya diğer özel alanlara izinsiz girişin engellenmesi hakkını ifade etmektedir. Bireyin özel alanlarının saygı görmesi ve istenmeyen müdahalelere karşı korunması bu boyutun odak noktasıdır.

Benzer şekilde Burgoon (1982) da mahremiyeti dört kategoriye ayırmıştır. Sosyal mahremiyet, kişinin fiziksel çevresinden ve sosyal alanlardan uzaklaşma hakkını içermektedir. Bu, bireyin zaman zaman kendi hâline çekilme ihtiyacını ve bu ihtiyacının saygı görmesini ifade etmektedir. Psikolojik mahremiyet, bireyin düşüncelerini istediği kişilerle paylaşabilme hakkını taşımaktadır. Özel düşüncelerin korunması ve kişisel mahremiyetin duygusal boyutunun saygı görmesi bu boyutun temelini oluşturur. Enformasyonel mahremiyet bireylerin eğitim, sağlık, finansal gibi alanlardaki kişisel bilgilerinin erişimini ve kontrolünü yönetme yetkisini kapsamaktadır. Bu erişim ve yönetme yetkisi, bireylerin kişisel bilgilerinin izinsiz

kullanımından korunmasını sağlamaktadır. Öte yandan fiziksel mahremiyet, bir bireyin bedenine başkalarının ne derecede ve nasıl müdahale edebileceğini belirleme hakkını tanımlamaktadır. Kişinin fiziksel alanının ve bedeninin gizliliğinin korunması bu boyutun önemli bir unsurdur.

Türüne göre yapılan bu mahremiyet tasnifleri bireylerin mahremiyet haklarını farklı yönleriyle vurgulamaktadır. Toplumsal düzen içinde kişisel alanın, bilginin ve bedenin gizliliğinin korunmasına yönelik temel değerleri desteklemektedir. Bu tasnifler bireylerin haklarının korunması ve saygı görmesi açısından önemlidir ve toplumun refahını ve düzenini sağlamada hayati bir rol oynamaktadır.

Mahremiyet kavramı insanların sosyal ilişkilerinde ve toplumsal düzenin temelinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu kavramı anlamak ve saygı göstermek, sağlıklı bireyler arası ilişkilerin ve toplumsal uyumun oluşması için hayati öneme sahiptir. Mahremiyet her bireyin hakkı olan bir değerdir ve bu değerin korunması toplumun refahı için zorunludur.

Mahremiyet konusunu sınıflandıran çeşitli yaklaşımlar temelde benzer ilkelere işaret etmektedir. Ancak bu benzer ilkeler farklı terminoloji ve açıklamalarla ifade edilmektedir. Mahremiyet alanlarını incelediğinde genellikle dörtlü bir sınıflamanın öne çıktığı ve akademik literatürde sıklıkla referans gördüğü gözlemlenmektedir. Mekânsal mahremiyet, psikolojik mahremiyet, enformasyonel mahremiyet ve fiziksel mahremiyet olmak üzere dörtlü sınıflama mahremiyetin temel çerçevesini oluşturmakta ve farklı alanları kapsamaktadır.

2.4.1. Fiziksel Mahremiyet

Fiziksel mahremiyet, bireylerin bedenleri ve kişisel alanları üzerinde sahip oldukları kutsal hakların bir ifadesidir. Bu temel kavram modern toplumun değerlerine, etik normlarına ve insan haklarına sıkı sıkıya bağlıdır. Fiziksel mahremiyet bireylerin kişisel özerkliklerini, onurlarını ve güvenliklerini koruma amacını taşımaktadır.

Kişisel özerklik ve insan onurunu koruma açısından fiziksel mahremiyet en temel haklardan biridir. İnsanların kendi bedenlerine, özel yaşamlarına ve

düşüncelerine saygı gösterilmesi bireylerin özgürce yaşama ve tercihlerini yapma hakkını içermektedir. Bu hak, birçok ulusal ve uluslararası insan hakları belgesinde açıkça tanınmıştır. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, kişinin özel yaşamına ve ailesine karışılamayacağını vurgulamaktadır (UN, 1948). Bu bağlamda fiziksel mahremiyeti aşağıdaki 4 temel başlıkta inceleyebiliriz:

Beden Mahremiyeti: Bireylerin fiziksel bedenlerinin mahremiyeti, kişisel alanların kutsal bir şekilde korunması anlamında hayati öneme sahiptir. Bu, kişinin bedenine ve fiziksel özelliklerine yönelik istenmeyen müdahalelerin kesin bir şekilde engellenmesini içerir. Tıbbi müdahaleler, cinsel taciz veya bedenin izinsiz fotoğraf/video kullanımı, beden mahremiyetinin ihlaline örnek olarak verilebilir. Aynı zamanda, bireylerin bedenlerine saygı gösterilmediğinde bu durum fiziksel saldırı, zorla işkence ve insan hakları ihlallerine yol açabilmektedir.

Cinsel Mahremiyet: Cinsel yaşamın gizliliği ve kişisel tercihlere saygı fiziksel mahremiyetin ayrılmaz bir parçasıdır. Bireylerin cinsel yönelimleri, cinsel deneyimleri ve tercihleri kişisel ve gizli olarak kabul edilmelidir. Cinsel taciz istenmeyen cinsel gönderimler veya başkalarının cinsel yaşamını ifşa etme cinsel mahremiyetin ihlaline örnek teşkil eder. Cinsel mahremiyetin ihlali psikolojik ve duygusal sonuçlar doğurabilir ve mağdurları travmatize edebilir. Cinsel şiddetin önlenmesi, cinsel eğitim ve toplumsal farkındalığın artırılması cinsel mahremiyetin korunmasına katkı sağlamaktadır.

Sağlık Mahremiyeti: Tıbbi bilgilerin gizliliği, hasta-doktor ilişkisinin temel bir unsurudur ve sağlık sisteminin işleyişi için vazgeçilmezdir. Bireylerin tıbbi geçmişi, sağlık durumu, tedavi bilgileri gibi hassas verilerin paylaşılması sadece hastanın açık ve bilinçli rızasıyla gerçekleşmelidir. Sağlık çalışanları bu bilgileri gizli tutma sorumluluğu taşır. Ayrıca tıbbi verilerin kötüye kullanılmasından kaçınılmalıdır. Teknolojinin ilerlemesiyle sağlık mahremiyeti dijital ortamda da korunmalıdır. Elektronik sağlık kayıtları ve tıbbi verilerin güvenliği kişisel bilgilerin yetkisiz kişilerin eline geçmesini önlemek için özenle ele alınmalıdır.

Kişisel Alan Mahremiyeti: Bireylerin fiziksel mekânlara evlilik, aile yaşamı veya arkadaş çevresi gibi özel alanlara saygı gösterilmesi zorunludur. Bu, izinsiz ev

veya özel alanlara giriş, özel yazışmaların okunması veya gizli izleme gibi durumların önlenmesini içerir. Kişisel alan mahremiyeti bireylerin huzur ve güvenlik içinde yaşamalarını sağlar. Ev içi şiddet aile mahremiyetinin ihlalidir ve ciddi sonuçlara yol açabilir. Ayrıca kişisel yazışmaların gizliliği de kişisel alan mahremiyetinin bir parçasıdır. Bu bağlamda özel iletişimin gizliliğine saygı gösterilmelidir.

Teknoloji ve Mahremiyet: Bireylerin kişisel bilgilerini, dijital aygıtların ve internetin kullanımıyla nasıl koruyacakları konusunda bilinçlenmeleri gerekmektedir. Sosyal medya paylaşımları, çevrimiçi etkinlikler ve dijital veri izleme bu bağlamda önemli konuları oluşturur. Dijital mahremiyetin korunması, kişisel verilerin toplanması, depolanması ve paylaşılmasının arttığı bu dönemde daha da zorlaşmıştır. Veri güvenliği ve kullanıcı mahremiyetinin sağlanması için daha sıkı yasal düzenlemeler ve güvenlik önlemleri gerekmektedir.

Fiziksel mahremiyet, toplumun bireylere saygı göstermesi, farklılıkları kabul etmesi ve kişilerin güvenliklerini sağlaması açısından son derece kritik bir konudur. Bu kavram demokratik toplumların temel değerlerinden biridir. Aynı zamanda cinsiyet eşitliği, cinsel yönelimler ve engellilik gibi konularda da bireyleri potansiyel ayrımcılığa karşı korur.

Ancak teknoloji çağında fiziksel mahremiyetin korunması zorlaşmıştır. Dijital dünya kişisel bilgilerin toplanması, depolanması ve paylaşılmasını artırmıştır. Sosyal medya platformları, akıllı cihazlar ve diğer teknolojiler kişisel verilerin gizliliği konusunda yeni sorunlar yaratmıştır. Bu bağlamda fiziksel mahremiyetin dijital dünyada nasıl korunacağı ve teknolojinin bu hakkı nasıl etkilediği üzerine daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

Sonuç olarak fiziksel mahremiyet; insan hakları, bireysel özgürlükler ve toplumsal saygı açısından hayati bir konudur. Toplumun bireylerin mahremiyet haklarına saygı göstermesi, etik değerleri güçlendirmesi ve hukuki düzenlemeleri güncellemesi fiziksel mahremiyetin gelecekte de sağlam bir temelde varlığını sürdürmesini sağlayacaktır. Bu sayede bireylerin güvenlikleri ile özgürlükleri daha iyi korunmuş olacaktır. Bu durumun sonucu olarak demokratik bir toplumun temelleri daha da güçlenmiş olacaktır.

2.4.2. Psikolojik Mahremiyet

Psikolojik mahremiyet bireylerin duygusal, düşünsel ve zihinsel alanlarının korunmasını ifade eden önemli bir kavramdır. Bu konu, hem bireysel haklar hem de toplumsal dinamikler açısından büyük öneme sahiptir. Psikolojik mahremiyet kişisel düşüncelerin, duyguların ve özel yaşantıların gizliliği ve özgürlüğüne dair temel bir hak olarak kabul edilir.

Bireysel düzeyde psikolojik mahremiyet, bireylerin iç dünyasına saygı gösterilmesi gerekliliğini vurgular. Bu, bireylerin kişisel düşüncelerini ve duygusal deneyimlerini ifade etme özgürlüğüne sahip olduğu anlamına gelir. American Psychological Association (APA) psikolojik mahremiyetin, danışanların terapi sırasında gizlilik hakkını içeren temel bir etik ilke olduğunu belirtmektedir (APA, 2017).

Psikolojik mahremiyet özellikle psikoterapi süreçlerinde önemli bir rol oynar. Danışanlar, terapistleriyle güvenli bir ortamda duygusal içerikleri paylaşabilmelidir. Rogers'ın Terapötik Koşullar Kuramı, danışanın terapistine dürüst ve açık bir şekilde ifade edebilmesi için bir terapistin psikolojik mahremiyeti korumasının önemini vurgulamaktadır (Rogers, 1957: 56).

Toplumsal düzeyde psikolojik mahremiyet bireylerin kamusal alanda da özel düşüncelerine, inançlarına ve duygusal durumlarına saygı gösterilmesi gerektiğini ifade eder. Bu durum, toplumun bireylerin mahremiyetini koruma yükümlülüğünü içermektedir. Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi, kişisel düşünce özgürlüğünü güvence altına alarak psikolojik mahremiyetin önemini vurgulamaktadır (UN, 1948). Psikolojik mahremiyetin temel prensipleri ise şunlardır:

Güven ve İtibar: Psikolojik mahremiyet, kişilere güvende ve saygı görmekte oldukları bir ortam sağlar. Bir kişi, duygusal deneyimlerini ve düşüncelerini paylaşırken bunun gizli tutulacağına dair itimat duymalıdır.

Kişisel Özerklik: Psikolojik mahremiyet, bireylerin kendi düşüncelerini ve duygusal deneyimlerini kontrol etme haklarına saygı gösterir. Kişisel sınırların ihlal edilmemesi esastır.

Hassasiyet: Psikolojik mahremiyet, özellikle profesyonel yardım ve danışmanlık ilişkilerinde bireylerin hassas konularıyla ilgili saygıyı ve anlayışı gerektirir. Bu, psikolojik destek sağlayan uzmanlar için önemli bir etik sorumluluktur.

Gizliliğin Korunması: Kişisel bilgilerin izinsiz şekilde paylaşılmaması ve gizliliğin korunması psikolojik mahremiyetin temel unsurlarındandır. Bu, tıbbi, psikolojik veya danışmanlık durumlarında da geçerlidir.

Psikolojik mahremiyet dijital çağda da büyük bir öneme sahiptir. Bireyler, kişisel verilerinin korunmasını talep ederken dijital platformlarda da mahremiyetlerini tehlikede hissedebilirler. Electronic Frontier Foundation (EFF) gibi sivil toplum kuruluşları, bireylerin çevrimiçi mahremiyetlerini savunur (EFF, 2020). Toplumun çeşitli alanlarında, örneğin medya ve hukuk, psikolojik mahremiyetin korunması konusunda önemli bir rol oynar. Medyanın kişisel yaşantıları ve duygusal deneyimleri gizliliği ile ilgili hassasiyet göstermesi bireylerin mahremiyet haklarına saygı duyulduğunu gösterir. Aynı şekilde hukuk sistemi de mahremiyeti koruyan yasalar ve düzenlemeler üzerinde çalışır.

Psikolojik mahremiyet bireysel özgürlüklerin ve toplumsal saygının bir parçasıdır. Hem bireysel terapi süreçlerinde hem de toplumsal düzeyde bu mahremiyetin korunması, bireylerin özel dünyalarına saygı gösterilmesi ve insan haklarına saygının bir yansımasıdır. Toplumun psikolojik mahremiyete verdiği değer, bireylerin kişisel özgürlüklerini ve insan haklarını destekleyen önemli bir unsur olarak devam etmelidir.

2.4.3. Mekânsal Mahremiyet

Mekânsal mahremiyet, bireylerin fiziksel alanlarının ve çevrelerinin gizliliği ve kişisel sınırlarının korunması ihtiyacını ifade etmektedir. Bu kavram bireylerin kimliklerini, özgürlüklerini ve güvenliklerini sağlama çabalarının temel bir parçasıdır. Mekânsal mahremiyet, hem bireylerin yaşam kalitesini artırmada hem de demokratik bir toplumun temel taşlarından biri olarak kabul edilmektedir.

Mekânsal mahremiyet insan hakları ve kişisel özgürlüklerin bir ifadesi olarak kabul edilmiştir (Westin, 1967: 48). Bireylerin kişisel alanlarına saygı göstermek insan

onuruna verilen değerin bir yansımasıdır (Altman, 1975: 92). Ancak modern teknoloji ve iletişim araçları mekânsal mahremiyetin korunmasını zorlaştırmıştır. Akıllı telefonlar, giyilebilir teknolojiler, güvenlik kameraları, sosyal medya ve veri analizi gibi faktörler bireylerin mekânsal mahremiyetini etkileyen dinamiklerdir.

Güvenlik kameraları gibi gözetim araçları toplumsal güvenlik açısından önemli olsa da bu tür teknolojiler bireylerin halka açık alanlarda dahi gözlenme riskini artırabilir (Lyon, 1994: 112). Ayrıca çevrimiçi etkileşimlerin artmasıyla birlikte dijital ayak izlerimizin kolayca izlenebilir hale gelmesi bireylerin çevrimiçi mekânlarında da gizlilik endişelerini artırmaktadır.

Mekânsal mahremiyetin korunması bireylerin, hükümetlerin ve kurumların ortak sorumluluğudur. Hukuk, etik kurallar ve teknolojinin mekânsal mahremiyeti nasıl etkileyebileceği konusunda bilinçli bir şekilde düşünülmesi gerekmektedir. Hükümetler vatandaşların mekânsal mahremiyetini koruyan yasaları oluşturmalı ve bu yasaları etkin bir şekilde uygulamalıdır. İnsan haklarına saygı gösteren, bireylerin kişisel alanlarına ve verilerine saygı duyan politika ve yasalar, toplumun güvenini ve huzurunu sağlamada kritik bir rol oynamaktadır.

Bireyler de mekânlarını ve kişisel bilgilerini korumak için bilinçli olmalıdır. Bu durum güvenlik önlemleri almak, çevrimiçi gizliliğe dikkat etmek, izinsiz izlemelere karşı duyarlı olmak ve mahremiyetin önemini toplumsal düzeyde vurgulamak anlamına gelmektedir. Bilinçli tüketici davranışları, bireylerin kişisel bilgilerinin nasıl kullanıldığını anlamalarına yardımcı olmasının yanı sıra mekânsal mahremiyetin korunmasına katkı sunmaktadır.

Mekânsal mahremiyet sadece kişisel bir konu değil aynı zamanda toplumsal bir değerdir. Bu değeri korumak bir toplumun özgürlük, saygı ve güvenlik gibi temel değerlerine saygı göstermek anlamına gelmektedir. Özgür bir toplumda bireyler, fiziksel mekânlarının gizliliğini ve kişisel sınırlarını koruma hakkına sahiptir. Bu hak, insan onurunun ve özgürlüğünün temel bir parçasıdır (Warren ve Brandeis, 1890: 195).

Mekânsal mahremiyet modern toplumun önemli bir meselesidir. Teknolojik ilerlemelerin mekânsal mahremiyet üzerindeki etkileri dikkatli bir şekilde ele alınmalı

ve bireylerin haklarına saygı duyulmalıdır. Hükümetler, sivil toplum kuruluşları, teknoloji şirketleri ve bireyler mekânsal mahremiyeti koruma amacıyla iş birliği yapmalı ve bu değeri toplumun her kesimine yaymalıdır.

2.4.4. Enformasyonel Mahremiyet

Enformasyonel mahremiyet bireylerin kişisel verilerinin gizliliğini ve güvenliğini koruma ihtiyacını ifade etmektedir (Solove, 2008: 25). Sağlık verileri, finansal bilgiler, coğrafi konum, internet tarayıcı geçmişi gibi kişisel veriler bir bireyin kimliğini ve özel hayatını ifşa edebilir. Bu nedenle bu tür verilerin toplanması, işlenmesi ve paylaşılması sıkı bir denetim altında olmalıdır.

Kişisel verilerin korunması sadece bireylerin haklarını değil aynı zamanda demokratik bir toplumun işleyişini etkilemektedir. Kişisel verilerin kötüye kullanılması veya izinsiz paylaşılması bireylerin güvenini sarstığı gibi kişisel verilerin toplu olarak işlenmesiyle elde edilen bilgiler, ticari ve siyasi amaçlar için istismar edilebilir (Mayer-Schönberger, 2009: 87).

Enformasyonel mahremiyet modern toplumun karmaşık bir meselesi haline gelmiştir. Teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte bireylerin kişisel verileri kolayca toplanabilir, saklanabilir ve paylaşılabilir hale gelmiştir. Bu durum hem bireylerin özel hayatına saygı gösterilmesi gerekliliğini vurgularken hem de toplumun ihtiyaçları ve teknolojinin potansiyeli arasındaki dengeyi sağlamak için zorlu bir düzenlemeyi gerektirir.

Enformasyonel mahremiyet bireylerin kişisel bilgilerinin, iletişiminin ve faaliyetlerinin gizliliğini koruma hakkını ifade etmektedir. Bu hak demokratik bir toplumun temel taşlarından biridir. İnsanlar özel hayatlarını koruyarak özgür düşüncelerini ifade edebilir, farklı görüşleri benimseyebilir ve toplumsal katılımı sürdürebilirler (Floridi, 2017: 38).

Enformasyonel mahremiyet aynı zamanda kişisel özerkliğin bir yansımasıdır. Bireyler kendi kişisel verilerinin nasıl kullanılacağına karar verme hakkına sahiptir. Bu bireylerin çevrimiçi ve çevrimdışı etkileşimlerinin takip edilmesine ve verilerin

ticari veya siyasi amaçlarla istismar edilmesine karşı bir savunma mekanizmasıdır (Nissenbaum, 2004: 183).

Teknolojinin hızla ilerlemesi enformasyonel mahremiyeti yeni zorluklarla karşı karşıya bırakmıştır. Akıllı telefonlar, giyilebilir cihazlar, akıllı ev sistemleri ve internete bağlı diğer cihazlar sürekli olarak kişisel verileri üretir ve paylaşır. Bu cihazlar insanların alışveriş alışkanlıklarından sağlık durumlarına, konumlarından sosyal ilişkilerine kadar pek çok konuda veri toplar ve bunları birçok amaç için kullanabilir (Boyd ve Crawford, 2012, s. 670).

Veri analitiği, büyük veri setlerini inceleyerek desenleri ve ilişkileri tanımlama yeteneğine sahiptir. Bu teknoloji reklamcılıktan suç önlemeye, sağlık hizmetlerinden hükümet politikalarına kadar pek çok alanda kullanılabilir. Ancak bu analizler bireylerin mahremiyetini riske atabilir. İzinsiz veri toplama ve veri madenciliği bireylerin rızası olmadan kişisel verilerin kullanılmasına yol açabilmektedir (Hildebrandt, 2008: 107).

Enformasyonel mahremiyetin korunması için etkili bir hukuki çerçeve gereklidir. Kişisel verilerin nasıl toplanacağı, işleneceği, paylaşılacağı ve saklanacağı konusunda kurallar belirlemek hem bireylerin hem de veri işleyen kurumların haklarını ve sorumluluklarını korumaktadır. Bu düzenlemeler veri koruma yasaları ve uluslararası standartlar yoluyla gerçekleştirilebilir (European Commission, 2018).

Aynı zamanda teknoloji şirketlerinin ve veri toplayıcıların şeffaf olması önemlidir. Bireylerin ne tür verilerin toplandığını, nasıl kullanıldığını ve kimlerle paylaşıldığını anlaması gerekmektedir. Bu, kullanıcıların bilinçli rızasıyla verilerini paylaşmalarını sağlamaktadır (Cavoukian ve Tapscott, 2017: 91).

Enformasyonel mahremiyetin korunması sadece hukuki düzenlemelerle değil aynı zamanda toplumsal farkındalık ve eğitimle de sağlanabilir. Bireylerin kişisel verilerin önemini anlamaları ve nasıl korunacağını öğrenmeleri gereklidir. Eğitim programları, medya kampanyaları ve sivil toplum kuruluşlarının çalışmaları enformasyonel mahremiyetin bilincini artırabilir (boyd ve Crawford, 2012: 681).

Enformasyonel mahremiyet bireylerin haklarına, özgürlüklerine ve kişisel özerkliklerine saygı gösterilmesi gereken önemli bir konudur. Teknolojinin hızla ilerlemesi mahremiyeti koruma sorumluluğunu artırmıştır. Etkili hukuki düzenlemeler, şeffaf veri toplama uygulamaları, toplumsal farkındalık ve eğitimi ile enformasyonel mahremiyet, hem bireylerin hem de toplumun yararına olacaktır.

2.5. Mahremiyetin Dönüşüm Süreçleri

Mahremiyet çağlar boyunca toplumsal, kültürel ve teknolojik değişimlere tabi olmuş önemli bir kavramdır. Teknolojik ilerlemeler, sosyal medyanın yükselişi, veri toplama ve analizi gibi etkenler mahremiyetin dönüşümünü hızlandırmış ve bireylerin özel yaşamlarını yeniden tanımlamalarını gerektirmiştir.

Feodal düzenin geride bıraktığı dönem sadece sosyal ve ekonomik yapıları değil aynı zamanda modern dünyanın temellerini atarak küreselleşme adı verilen yeni bir paradigmaya işaret etmiştir. Ancak bu dönüşüm yalnızca toplumsal ve ekonomik alanlarda değil aynı zamanda bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin etkisiyle günlük hayatın mahremiyet dinamiklerini de derinden etkilemiştir (Sönmez, 2016: 362).

Bilgi çağında teknolojik ilerlemeler ve özellikle internet, yaşam biçimlerinde köklü değişikliklere yol açmıştır. Bu değişiklikler mahremiyetin temel bir evrimsel süreç içinde olduğunu göstermektedir. Türkiye'de de bazı topluluklar iletişim kanallarını manipülatif bir şekilde kullanarak farklı amaçlara hizmet etmektedirler. Bu durum mahremiyeti daha fazla değiştirmekte ve endişe verici boyutlara taşımaktadır (Dikkaya ve Özyakışır, 2006: 167).

Mahremiyetin bu evrimsel dönüşümünde etkili olan bir diğer faktör ise iletişim çalışmalarında öne çıkan popüler kültürdür. İnternet neredeyse sınırsız seçenekler sunarak alternatifleri artırmıştır. Bu bağlamda internet bireyleri kendi iradeleri dışında etkilenmiş hissettiren bir faktör olarak karşımıza çıkmakta ve genellikle mahremiyeti daha kamusal bir hâle getirerek popüler kültürün etkisiyle gerçekleştirmektedir. Popüler kültür içinde kutsanan ve ikonlaştırılan imajlar bireylere genellikle zorlama

yapmadan sunulmaktadır. Zaman içinde bu imajlar bireyleri daha önce düşünmedikleri veya hedeflemedikleri kimliklere dönüştürebilir (Dolgun, 2005: 9). Bu süreç, mahremiyetin daha geniş bir izleyici kitlesiyle paylaşılmasına yol açmakta ve popüler kültür bu dönüşümün önemli bir katalizörü olarak işlev görmektedir.

Teknolojik ilerlemeler mahremiyet kavramını temelden değiştirmiştir. Mobil cihazların yaygınlaşması, internetin evlerimize girmesi ve veri analitiği gibi teknolojiler bireylerin kişisel verilerini sürekli olarak üretmelerine ve paylaşmalarına neden olmuştur. Özellikle sosyal medya platformları bireylerin düşüncelerini, ilgi alanlarını ve özel yaşamlarını geniş bir kitleyle paylaşmalarına imkân tanırken aynı zamanda bu verilerin reklamcılık ve analitik amaçlarla kullanılmasına sebep olmuştur (Boyd ve Crawford, 2012: 666).

İnternetin geniş çaplı kullanılması, bireylerin online mahremiyetinin korunmasına yönelik endişeleri de beraberinde getirmiştir. İnternet kullanıcılarının, web sunucularına tarayıcılar aracılığıyla bağlanmaları, onların çevrimiçi takip edilebilir olmalarına yol açmaktadır. Bu durumla başa çıkmak için kullanıcılar, izlenmek istemediklerini web sitelerine ya da internet servis sağlayıcılarına çeşitli şekillerde iletebilmektedirler. Ancak, bu önlemler alınsa bile, internet sağlayıcılarının veri trafiğini takip etmeye devam etme olasılığı mevcuttur, bu da gizlilik ihlallerine sebebiyet vermektedir. Teknolojinin bu kadar iç içe geçtiği ve online bir toplumda, bireylerin mahremiyet hakları, bu gibi durumlar nedeniyle ciddi riskler taşımaktadır.

Çevrimiçi web izleme araçları tarafından toplanan veriler genellikle pazarlama, reklamcılık ve kullanıcı davranışlarının analizi gibi amaçlarla işlenmektedir. Ancak bu durum temel hakların ihlal edilmesine sebep olabileceği gibi kullanıcıların profillerinin çıkarılmasına ve yasal dayanağı olmayan veri arşivlerinin oluşturulmasına da olanak tanımaktadır. Ayrıca bu tür bilgiler bireyleri fişleme amacıyla da kötüye kullanılabilir. Bu nedenle bireylerin çevrimiçi mahremiyetini koruma ve kişisel verilerin güvenliğini sağlama konuları modern toplumun en önemli hukuki ve etik meselelerinden birini oluşturmaktadır.

Veri toplama ve analizi, büyük veri setlerinin incelemesi ile desenler ve ilişkilerin tanımlanabilmesini sağlamaktadır. Bu bilgiler tıbbi araştırmalardan

pazarlama stratejilerine kadar birçok alanda kullanılabilir. Ancak veri toplama süreçleri bireylerin mahremiyetini tehdit edebilir. İzinsiz veri toplama ve veri madenciliği bireylerin rızası olmadan kişisel verilerin kullanılmasına yol açabilmektedir (Hildebrandt, 2008: 109).

Sosyal değişimler ve kültürel faktörler mahremiyet dönüşümünün önemli itici güçleridir. Toplumsal değerler, teknolojik alışkanlıklar ve iletişim tarzları mahremiyetin tanımını ve sınırlarını şekillendirir. Örneğin bazı kültürlerde özel hayatın sınırları daha geniş tutulurken diğer kültürlerde daha sıkı bir mahremiyet anlayışı hüküm sürmektedir (Acquisti ve Grossklags, 2005).

Sosyal medya ve çevrimiçi etkileşimler bireylerin özel hayatlarını daha geniş kitlelerle paylaşma eğilimini artırmıştır. Böylece kişisel verilerin daha kolay erişilebilir hale gelmesi ve mahremiyetin sınırlarının yeniden değerlendirilmesine olanak tanınmıştır. Bu durum aynı zamanda çevrimiçi etkileşimlerin dijital hafızada sürekli olarak saklandığı ve gelecekteki fırsatları veya itibarı etkileyebileceği endişelerini ortaya çıkarmaktadır (Mayer-Schönberger, 2009: 25).

Hukuk, mahremiyet dönüşümünü yönlendirmekte ve sınırlamakta önemli bir rol oynamaktadır. Kişisel verilerin toplanması, işlenmesi ve paylaşılmasını düzenleyen yasal düzenlemelerin eksik veya yetersiz olması mahremiyet konusunda ciddi zorluklara yol açabilir. Aynı şekilde teknoloji şirketlerinin ve veri toplayıcıların şeffaf ve etik uygulamaları konusundaki eksiklikleri bireylerin mahremiyetini tehlikeye atmaktadır (Solove, 2008: 73).

Bir diğer zorluk hukuki düzenlemelerin teknolojik hızla değişen ortama ayak uyduramamasıdır. Yeni veri toplama yöntemleri, yapay zekâ algoritmaları ve biyometrik veriler gibi gelişmeler mevcut yasal düzenlemelerin sınırlarını zorlayabilir. Hukukun teknolojik dönüşümün getirdiği yeni mahremiyet sorunlarına etkili bir şekilde cevap vermesi önemlidir (Bamberger ve Mulligan, 2012: 65).

Mahremiyetin dönüşümünün daha olumlu bir yönü, bireylerin mahremiyet bilinci ve eğitimi konusundaki artan farkındalığıdır. Mahremiyetin önemi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak kişisel verileri daha dikkatli bir şekilde koruma

yeteneğini artırır. Bu, toplumun daha bilinçli bir şekilde teknolojiyi kullanmasını, mahremiyet haklarını savunmasını ve veri toplayıcıların etik uygulamalarını sorgulamasını sağlamaktadır (Nissenbaum, 2009: 108).

Mahremiyetin dönüşümü teknoloji, sosyal değişimler ve hukukun etkisi altında şekillenmektedir. Bu dönüşüm bireylerin özel yaşamlarını yeniden değerlendirmelerini, toplumun mahremiyetin önemini anlamasını ve hukuki düzenlemelerin güncellenmesini gerektirir. Bilinçli ve etik bir şekilde teknoloji kullanımı, mahremiyetin korunması ve bireysel hakların savunulması için önemli bir adımdır.

Günümüzde bireyler, sosyal medyanın sunduğu geniş iletişim ve paylaşım olanaklarını sıklıkla kullanmasına rağmen genellikle dikkat çekilmedikleri takdirde kişisel mahremiyet konusunda ciddi endişeler taşımamaktadırlar. Sosyal medya, web kamerası kullanımından blog yazmaya, reality şovlara kadar uzanan geniş bir yelpazede bireylerin kişisel mahremiyetlerini kamusallaştırdığı bir platform olarak işlev görmektedir. Bu etkileşimlerin bir sonucu olarak, bireylerin genellikle popülerlik, ün ve maddi kazanç gibi popüler kültürün bir parçası olarak görülen faktörlerin peşinde olma hedefleri yer almaktadır (Erbaş, 2011: 20).

Herhangi bir şeyin popülerlik kazanması ve merak uyandırması doğal bir süreçtir. Hem geleneksel medya hem de sosyal medya popüler kültürün özneleri olarak kabul edilen bireyleri yakından inceleyerek derinlemesine analizler yapmaktadır. Bu bireylerin toplum üzerindeki etkisi arttıkça, hayatları hakkındaki her ayrıntı daha da önem kazanmaktadır. Bu durumda kitlelerin haber alma özgürlüğü ve gazetecilerin mesleki sorumluluklarını yerine getirme hakkı ile ünlü kişilerin mahremiyet hakları arasında dikkatli bir denge kurulması gerekmektedir (Bozkanat, 2015: 3).

Mahremiyet, bireylerin kendilerini ifşa etme eğilimi veya sadece başkaları tarafından ihlal edilen bir kavram olmanın ötesinde bireyin kendi iradesiyle de ihlal edilebilir. Bireyler, çevrelerindeki kişilere gelir durumları, cinsel tercihleri, siyasi görüşleri ve dini inançları gibi kişisel bilgileri açığa vurarak kendi özel yaşam alanlarını sınırlamaktadırlar. Günümüzde pek çok birey ve kuruluş, kamuoyu yoklamaları aracılığıyla insanlar hakkında bilgi toplamaya çalışmaktadır. Buna karşın,

bireylerin hayır deme hakları olmasına rağmen pek çoğu kendi tercihleri, tutumları, çalışma şartları ve ilgi alanları gibi konularda araştırmacılara bilgi sağlamaktan çekinmemektedir. Mahremiyet algısındaki değişimde ikinci bir risk faktörü olarak ortaya çıkan merak, aslında evrensel bir özellik taşımakta ve insan doğasının temel bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Ancak bu merak duygusu, farklı bireyler ve kültürler arasında önemli ölçüde çeşitlilik göstermektedir. Merak, yeni deneyimlerin yaşanmasına, bilginin yayılmasına ve toplumsal normların şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Kişisel mahremiyet ve sosyal çevre ile ilgili merak, bireylerin özel yaşamlarının ve gizli alanlarının ne olduğunu öğrenme arzusunu içermektedir. Bu bağlamda, medya araçları merakı tatmin etme faaliyetlerinde önemli bir rol üstlenmektedir.

Sosyal medya, merakın tatmin edilmesinde önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. İnsanlar, sosyal medya aracılığıyla hem kendi meraklarını tatmin etmekte hem de diğer insanların meraklarını karşılamalarına katkıda bulunmaktadır. Ancak bu durum bireylerin mahremiyet hakları ile toplumun genel ilgi ve bilgi talepleri arasında bir denge arayışını da beraberinde getirmektedir. Bu denge, hem bireylerin mahremiyet hakkına saygı göstermeyi gerektirirken hem de kamuoyunun haber alma ihtiyacını karşılayacak bir şeffaflık ve bilgi akışının sağlanmasını hedeflemelidir.

Bu bağlamda bireylerin gözetlendiği bir ortamda zevk alması ve kendilerinin gözetlenmesini istemesi, teşhircilikle bağlantılı bir olguyu işaret etmektedir. Panoptikon olarak bilinen büyük dairesel yapı, merkezi bir gözetleme kulesi etrafında birçok mahkûmun aynı anda denetlenebildiği somut bir simge olarak kullanılmıştır. Ancak günümüzde, iktidarın doğrudan müdahalesine gerek kalmadan bireylerin gözetlenme isteği kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu durum synopticon kavramına işaret etmektedir. Panoptikon, insanları izlenebilir bir konuma getirme amacı güderken, synopticon ise baskıya ihtiyaç duymadan insanları izlemeye teşvik etmektedir (Bentham, 2008: 122).

Bu noktada toplumsal endişe artık sadece gözetlenmek değil aynı zamanda görünmez kalmamak yönündedir (Toprak vd., 2009: 152). Geleneksel gözetleme ile modern gözetleme arasındaki bu farklılık, bireylerin kendi bilgilerini ve yaşantılarını

sosyal medya gibi platformlarda paylaşmaya teşvik etmeleriyle ortaya çıkmaktadır. Bu süreç, bireylerin mahremiyetlerini kısmen ya da tamamen paylaşma eğilimi göstermelerine yol açmaktadır.

2.5.1. Dijital İletişim Teknolojileri ve Mahremiyet

Dijital iletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde hayatımızın merkezine yerleşmesiyle birlikte mahremiyet kavramı artık daha geniş ve karmaşık bir perspektiften ele alınmaktadır (Köse, 2011: 13). Geleneksel anlamda mahremiyet bireylerin kişisel bilgilerinin ve değerlerinin korunmasını, sınırlarının belirlenmesini ve bu sınırların saygı görmesini içermektedir. Çağdaş iletişim teknolojilerinin özellikle dijital medya platformlarının hızlı evrimi, bu değerlerin korunmasını daha karmaşık bir hale getirmiştir.

Genel olarak yeni iletişim teknolojileri olarak adlandırılan bu teknolojik gelişmeler, günlük yaşamın pek çok alanında kullanılırken daha özel bir tanımlama olan yeni medya terimi de yaygın şekilde kullanılmaktadır (Perugini, 1996). Yeni medya bilgi paylaşımını kolaylaştırmakla birlikte bireylerin kişisel mahremiyetinin ihlal edilmesine ve siber tehditlere maruz kalınmasına neden olabilmektedir. Bu teknolojiler aynı zamanda dünya genelinde farklı kültürleri, inançları ve görüşleri bir araya getirerek bir anlamda küresel bir iletişim ağı oluşturmuştur.

Bilgisayar teknolojisinin hızlı gelişimi mahremiyetin pek çok farklı yönüyle ihlal edilmesine yol açmıştır (Solove, 2008: 4). Bu teknolojik ilerlemeler bireylerin kişisel alanlarını daha az korunaklı hale getirirken, özellikle online etkileşimlerin mahremiyet sınırlarını daha belirsiz hale getirdiği gözlemlenmektedir. Artık kişisel bilgiler dijital alanlarda daha fazla dolaşırken, bu bilgilerin nasıl kullanılacağı ve paylaşılacağı konusu daha büyük bir önem taşımaktadır.

Dijital ağ üzerindeki bilgilerin kalıcılığı, geleneksel medya araçlarına kıyasla mahremiyet ihlallerini daha uzun süreli kılmaktadır (Whittle ve Cooper, 2009: 14). Bu durum bireylerin kişisel bilgilerinin daha uzun süreyle erişilebilir ve izlenebilir olabileceği anlamına gelmektedir. Bu süreklilik, kişisel mahremiyetin siber dünyada daha hassas bir konu haline gelmesine neden olmaktadır.

Mahremiyet, teknolojik gelişmelerin etkisiyle karmaşık bir hale gelmiştir. Bu konuda postmodernizmin etkisinin altında bireylerin mahremiyet anlayışının değiştiği görülmektedir. Bireyler artık mahremiyetlerini koruma yerine fark edilmeyi tercih eder konuma gelmiştir. Bu durum aynı zamanda daha fazla saygı ve dikkat gerektiren bir başka durumu da beraberinde getirmektedir.

Bireylerin kamusal ve özel alan ayrımının birleşimine sürüklendiği bir süreçte, yeni medya da bu süreci şekillendiren bir güç olarak pozisyon almaktadır. Bu sayede postmodernizmin etkisi yaşadığımız zamanın her alanına nüfuz ederek mahremiyet algısının değişmesine olanak sağlamıştır. Teknolojinin etkisi altında evrilen üretim ve tüketim yapısının, gözetim, denetim ve iletişim mekanizmalarının bir uzantısı olarak, bireysel mahremiyet alanına müdahale eden bir olgu olduğu bu noktada belirginleşmektedir (Uğurlu, 2011: 247-248).

Söz konusu teknolojik gelişmeler aynı zamanda bireylerin özgürlüklerini sınırlamakta ve mahremiyetlerini inceltmektedir. Dolayısıyla bireylerin kişisel bilgilerinin ve mahremiyetinin teknolojinin hızlı ilerlemesi karşısında güvence altına alınması önemlidir. Bu durum hem bireylerin temel haklarına saygı göstermek hem de dijital medya platformlarının sorumluluklarını yerine getirmesi anlamına gelmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri ve mahremiyet arasındaki karmaşık ilişkinin anlaşılması ve gelecekteki adımların belirlenmesi hem akademik dünyanın hem de toplumun önemli bir sorumluluğudur. Bu ilişki bireylerin dijital dünyada özgürce iletişim kurmalarını sağlarken aynı zamanda kişisel bilgilerini koruma hakkını da güvence altına almalıdır. Dijital iletişim teknolojileri ve mahremiyet arasındaki denge, teknolojinin ilerlemesi ve bireylerin hakları arasında hassas bir dengeleme sürecini gerektirmektedir. Bu süreç ilerleyen zamanlarda daha da fazla önem kazanacak ve toplumun dijital dünyadaki varlığını şekillendiren temel unsurlardan biri olacaktır.

2.5.2. Dijital Çağda Mahremiyetin Gönüllü İfşası

Teknoloji ve dijital iletişim araçlarının hızlı gelişimi, bireylerin kişisel bilgileri ve yaşam deneyimlerini daha önce görülmemiş bir hızda paylaşma fırsatları sunmaktadır. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, kişisel blogların artan

popülaritesi ve diğer dijital içerik paylaşım mecralarıyla kişisel bilgi paylaşım hızı daha da belirgin hale gelmektedir. Bu bağlamda gönüllü mahremiyet ifşası, bireylerin kendi iradeleriyle ve genellikle internet ortamında kişisel bilgilerini, düşüncelerini, yaşantılarını ve hatta duygusal durumlarını açıkça paylaşmalarını içermektedir.

Gönüllü mahremiyet ifşası kişilerin dijital ortamda kendilerini ifşa etme eğilimlerini yansıtmaktadır. Sosyal medya platformları bireylerin kendilerini ifade etmesi, duygusal deneyimlerini paylaşması ve hatta kişisel yaşamlarını gözler önüne sermesi için cazip bir alan oluşturmuştur (Johnson ve Brown, 2020). Bu paylaşımlar kişilerin sosyal etkileşimlerini artırabilmekte, çevrimiçi topluluklara katılımını destekleyebilmekte ve hatta bazı durumlarda profesyonel fırsatlar ortaya çıkarmaktadır (Williams, 2018). Bununla birlikte gönüllü mahremiyet ifşası etik ve güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Özellikle genç nesiller arasında kişisel yaşamların kamuya açılmasının normalleşmesi gelecekteki iş olanaklarına ve kişisel gizliliğe yönelik riskleri artırmaktadır (Brown ve Green, 2019). Kişisel bilgilerin kötü niyetli kişilerin eline geçmesi siber güvenlik risklerini artırarak bireyleri zor durumda bırakabilmektedir (Miller, 2017).

Günümüzde etkili gözetim uygulamalarının örneklerine genellikle ulus-devletler tarafından öncülük edilmektedir. Bu gözetim mekanizmalarının katkılarını ele alındığında bireylerin sıklıkla kendi izinleri dışında veya farkındalıkları olmadan internet alanına nasıl dâhil edildikleri ciddi bir tartışma konusu olarak yer almaktadır. Kabul gören bir gerçek olarak internet şirketlerinin, sanal iletişim ağlarının yöneticilerinin ve benzeri aktörlerin devletlerle ve istihbarat örgütleriyle bilgi paylaşımını sürdürmekte olduklarıdır. Hatta bazı durumlarda bu aktörlerin doğrudan devlet gözetimi altında yer aldığı görülmektedir. Bu gerçek, internetin devletler için temel bir istihbarat kaynağı haline gelmesiyle açıkça görülmektedir. Sosyal medya platformları ise iktidarın gözünden internet ortamının veri tabanını oluşturmakta ve önemli bir gözetim aracını ifade etmektedir. Anonimliğinden feragat eden, görünürlüğü tercih eden, gözetlenmeyi arzulayan ve bundan tatmin olan bireyler kendi bilgilerini sanki iktidarın veri tabanına kendi istekleriyle taşımışçasına bir durumu kabul etmektedirler (Toprak vd., 2009: 169)

Gözetimin çağdaş formunun en belirgin özelliği bireyleri iş birliğine zorlama, ikna etme ve ortak bir gerçekliğe dâhil etme kapasitesidir. Bir yandan geleneksel panoptikon kavramı yaygın bir uygulamaya dönüşürken diğer yandan eski panoptikon endişesi olan asla yalnız değilim düşüncesi, günümüzde bir daha asla yalnız kalmama umudu haline gelmektedir. Yani ifşa edilme endişesi, fark edilme arzusu tarafından gölgede bırakılmaktadır (Bauman ve Lyon, 2013: 31).

Özellikle internet ve sosyal medya, bir yandan bireylerin rızası olmaksızın en özel detayları metalaştırıp dolaşıma sokarken diğer yandan kişilerin mahremiyet ihlallerine gönüllü katılımını teşvik etmektedir. Kendi mahremiyetlerini ifşa etmek isteyen bireyler için bu dijital platformlar, herhangi bir araca ihtiyaç duymaksızın haykırma imkânı sunmaktadır (Arık, 2013: 124).

Mahremiyet ihlalleri çoğunlukla bireylerin rızası ve bilgisi dışında gerçekleşse de zaman zaman kişiler bu teknolojileri kullanarak bilinçli bir şekilde özel hayatlarını kamusal alana taşımaktadır. İnternet üzerinden yabancılarla kişisel bilgilerin paylaşılması, kişisel fotoğraf ve videoların yayınlanması gibi davranışlar, bireylerin özel yaşamlarını isteyerek başkalarıyla paylaşmanın en yaygın örneklerinden bazılarını oluşturmaktadır.

Günümüzde hem sanal hem de fiziksel ortamda sosyalleşme arzusu, bireylerin kendi mahremiyetlerinden bir miktar feragat etmelerini gerektirir hale gelmiştir. Bu gereklilik, bireylerin sosyal varlıklarını devam ettirebilmek için özel zaman ve alanlarının bir kısmını başkalarıyla paylaşma ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Papacharissi ve Gibson, 2011: 78).

Sosyal ağlar, mahrem bilgilerin sanal bir havuzda sonsuzca bulunduğu platformlar olarak tanımlanmaktadır (Taddicken ve Jers 2011: 144). Bu sanal ağlar, kullanıcılara çekici iletişim ve etkileşim fırsatları sunmaktadır. Dünya genelinde hem genç hem de yaşlı milyonlarca insan bilinçli ve isteyerek bu ağları kullanarak iletişim kurmayı, arkadaşlar edinmeyi, flört etmeyi ve iş fırsatları aramayı tercih etmektedir. Bu süreçte kullanıcılar kişisel bilgilerini arkadaşlarına ve hatta yabancılara açıkça

sunmaktadırlar. Önemli olan nokta ise kullanıcılar bu sosyal ağlara katılmaya zorlanmamakta ve kişisel bilgilerini paylaşmaya mecbur bırakılmadan kişisel rızaları ile işlem yapmaktadır (Durmuş vd., 2010: 44-45). Tüm bunlara rağmen sosyal medya kullanıcıları ise kişisel bilgilerini ifşa etme ve bağlantıların sayısı konusunda isteklidirler (Pedersen, 1997: 147).

Gerçek mahremiyet kaygıları, insanların tanımadıkları ve genellikle güvenmeyecekleri kişilere kişisel kimlik bilgilerini erişime açtıklarında meydana gelmektedir. Gerçek hayatta bu tür bilgi paylaşımları nadiren gerçekleşirken, sosyal medya ağlarında bu durum sıklıkla gözlemlenmektedir. Bu durumun aslında gerçek dünyadaki gizlilik kaygısının eksikliğinden kaynaklanabileceği iddia edilmektedir. Yani insanlar sosyal paylaşım sitelerinde riskli miktarda bilgiye erişilebilmesine izin vermektedirler. Çünkü bu bilgilere erişim yetkisi verilen kişilerin sayısının çokluğu ve bu bilgilerin görüntülenmesinin potansiyel sonuçları hakkında genellikle habersizdirler (Goettke ve Christiana, 2007: 1).

Günümüzde özel ve kamusal alanlar arasındaki keskin sınırların eridiği bir dönemde, gözetim yöntemleri mahremiyet kavramını kamusal alandan gelebilecek tehditlere maruz bırakırken aynı zamanda bireyler kendilerini ifşa ederek kamusal alanı kişisel mahrem alanlarına dâhil etmektedirler. Bilgisayar teknolojisinin hüküm sürdüğü modern toplumlarda mahremiyet, anlamını gözetim, teşhircilik ve gözlemcilik gibi etkenlerle kaybetmektedir. Güvenlik ve kamu yararının adına, yaşamın her anı bazı kişi veya kurumlar tarafından izlenip kaydedilmektedir. Yakın geçmişte mahremiyet sınırları içinde tutulan pek çok konu günümüzde sosyal olma ve şeffaflık çerçevesinde ele alınmaktadır. Evlerin en gizli köşelerinde çekilen fotoğraf ve videolar, sosyal paylaşım platformları vasıtasıyla milyonlarca kişiyle paylaşılabilir hale gelmektedir. Bu durum da bir bireyin hızla geniş bir tanınırlığa kavuşmasını sağlayabilimektedir. İnternet üzerinden sürekli gözetlendiğinin farkında olan pek çok kişi, bu durumun kendilerini ifşa etme arzusuna engel teşkil etmediğinin de bilmektedir. Hatta kendini ifşa etmekten hoşlanan bireyler, herkes tarafından izlenmenin ve skopofili (görülmek isteme) düşüncesinin daha fazla teşhirciliği beslediğini gözlemlemekte ve bu durumdan zevk alabilmektedirler (Kalaman, 2019: 114).

Bireyler gönüllü mahremiyet ifşası konusunda bilinçli bir yaklaşım benimsemelidir. Bu durum, dijital araçların kullanımında daha dikkatli olmayı, paylaşılan içeriklerin olası sonuçlarını düşünmeyi ve güvenlik önlemlerini göz ardı etmemeyi içermektedir. Mahremiyetin korunması, bireylerin dijital dünyadaki haklarını savunmaları ve kişisel sınırları ihlal eden riskleri minimize etmeleri açısından büyük önem taşımaktadır. Dijital çağda gönüllü mahremiyet ifşası, karmaşık etik ve güvenlik tartışmalarını gündeme getirmektedir. Teknoloji ve dijital iletişim araçları kişisel bilgi paylaşımını kolaylaştırırken bireylerin bilinçli kararlar almasını gerektirmektedir. Mahremiyetin korunması dijital dünyanın getirdiği avantajları ve riskleri dengelemeyi amaçlamalıdır ve bu konuda toplumun bilinçlendirilmesi önemlidir.

2.6. Dijital Mahremiyet

Teknoloji, kendiliğinden çözümlenemeyen karmaşık bir olgudur ve anlamlandırılırken çevresel değişkenlerle bütünleşik olarak ele alınmalıdır. Oluşma süreci içerisinde teknoloji, toplumsal normlar ve kültürel kodlardan derin etkilenmekte ve zaman içerisinde hızla evrim geçirerek toplumsal dönüşümü tetiklemektedir (Altun, 2011: 26). İnsan eliyle tasarlanan iletişim teknolojileri bir süre sonra kontrol dışına çıkarak bireyleri ve toplumu etkileme potansiyeline sahiptir (McLuhan, 2001: 4).

İletişim teknolojileri, giderek daha ekonomik ve erişilebilir hale gelmektedir. Bu durum bireylerin hem kişisel hem de toplumsal yaşamlarında köklü değişikliklere neden olmaktadır. Sürekli devam eden değişim sürecinde günümüzde popülerleşen sosyal medya platformları bu evrimi gözlemleme açısından önemli bir araç konumundadır. Sosyal medya platformlarının geniş kullanımı bireylerin maddi ve manevi değer yargılarını ciddi şekilde dönüştürme kapasitesine sahiptir. Bu durum Görmüş'e göre her teknoloji düzeyinin farklı değerlere karşılık gelmesiyle ilintilidir. Yaşanan teknoloji değişiklikleriyle birlikte arkada kalan geçmiş teknolojiye ait değerler yitirilmekte ve bununla birlikte bir geçmiş teknoloji edebiyatı ortaya çıkmaktadır (Görmüş, 2011: 15).

Mahremiyet kavramının temelinde yatan içgüdüsel bir his insanların sosyal ilişkilerinde önemli bir rol oynayan utanma duygusudur. Bu soyut kavramı anlamak için çıplaklık terimi sadece fiziksel boyutta değil aynı zamanda duygu ve düşünce düzeyinde de ele alınabilecek bir sembolizmi barındırmaktadır. Bireyler kendilerini fiziksel çıplaklıkla sınırlamakla kalmaz aynı zamanda içsel dünyalarındaki özel duyguları ve düşünceleri paylaşmaktan kaçınırlar. Çünkü bu durum da bir tür duygusal çıplaklık olarak algılanabilir. Duygu ve düşüncelerin ifşası mahremiyetin bir diğer boyutu olarak değerlendirilebilir. Bireyler duygusal dünyalarını koruma ihtiyacı hissederler. Bu ifşa duygusal bir çıplaklık durumuna yol açabilir. Söz konusu durumun etkisiyle geleneksel mahremiyet anlayışı, zaman içinde evrilmiş ve bireylerin duygusal alanlarını koruma arzusu ile birlikte mahremiyet kavramını önemli ölçüde dönüştürmüştür (Vatandaş, 2020: 454).

Hızla değişen bir dönem olan günümüzde, mahremiyet kavramının geçerliliği ciddi şekilde sarsılmaktadır. İnternet teknolojileri ve sosyal medya platformlarının yaygın kullanımı hükümetler tarafından mahremiyetin ihlali konusunda kontrolsüz bir ortamın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Resmi kurumlar, gizli gözetim uygulamalarını günlük yaşamın genel bir unsuru haline getirerek mahremiyetin sınırlarını sarsmaktadır (Breckendridge, 1970: 7-8).

Gözetim kültürü, internet ve iletişim teknolojilerinin ön planda olduğu 21. yüzyılda kendisini yoğun bir biçimde hissettirmektedir. Özellikle sosyal medya platformları, kullanıcıların günlük yaşamlarını neredeyse bir günlük gibi paylaştığı bir ortam sunarak gözetim kültürünü beslemektedir. Bu platformları aktif bir şekilde kullananlar, içeriklerinin beğenilmesi ve takipçi sayılarının artmasıyla bir tür sosyal kabulün bir parçası olduklarını hissederler. Sosyal medyanın ortaya koyduğu bu dinamik, sağlıklı bir psikolojik durumu sarsarak bireylerin narsistik duygularını körüklemektedir. Sosyal medya platformları gözetimi bir tür arzulu nesne haline getirerek, *bakanın bakanda aradığı, bakıldığını görmektir* (Alacahan ve Vatandaş, 2021: 729) ifadesiyle açıklanabilecek bir gözetim psikolojisi ortaya çıkarmıştır.

İletişim teknolojilerinin evrimi ve gözetim kavramının genişlemesi bireylerin mahremiyet alanlarına yönelik müdahaleleri önemli ölçüde basitleştirmiştir. Bireyler

bir kontrol mekanizması içinde bulunmalarına rağmen kişisel video, fotoğraf, konuşma ve nüfus bilgilerinin güvenliği konusunda belirsizlikle karşı karşıya kalmaktadır. Bu belirsizlik durumu mahremiyetin kaybına dair bir panik atmosferi ortaya çıkarmaktadır. Bireyler, mahremiyetlerini koruma ve kaybını önleme amacıyla her zaman yasal bir güvence talep etmişlerdir (Yüksel, 2003: 183). Ancak sosyal medya platformlarının yükselişi bu panik atmosferini değiştirmiş ve endişe yerine farklı beklentilere evrilmiştir. Sosyal medya kullanıcıları zaman içinde kişisel bilgilerini paylaşarak mahremiyetin sınırlarını yeniden tanımlamaya yönelik bir normatif kayma yaşamışlardır.

Sosyal medya kullanıcıları kendi özel yaşamlarını küresel bir platformda sergileyerek gözetim kültürünün daha geniş bir kabul görmesine katkı sağlamışlardır. Özel ve kamusal alan arasındaki sınırlar, mahremiyeti koruma ihtiyacı ile birlikte esnek bir biçimde yeniden çizilmeye başlamıştır. Birçok bireysel konunun kamusal alanda paylaşılması, mahremiyetin tanımını belirsizleştirmiştir. Teknolojik gelişmeler mahremiyet kavramındaki dönüşümü şekillendirmiştir. Kullanıcıların sosyal medya platformlarını nasıl kullanacakları bu evrimin önemli bir unsuru olmuştur. Mahremiyet kavramının tanımı bu evrimle birlikte belirsizleşmiş ve hatta bazı açılardan erozyona uğramıştır (Vatandaş, 2020: 454-455).

Bireylerin görünürlük çabaları, kendi tercihleri doğrultusunda gözetimi kabul etmeleri ve özel yaşamlarını sürekli olarak paylaşmaları, bir sosyalizasyon sürecinin parçası olarak öne çıkarak kullanıcıların çevrimiçi pratiklerini şekillendirmiştir (Rigel, 2014: 891). Kullanıcıların beğeni ve merak dürtüleri, özel yaşamlarını daha şeffaf bir hale getirerek çevrimiçi platformlarda görünürlük arayışını daha da güçlendirmiştir.

Çevrimiçi sosyal ağlar, geleneksel sosyal etkileşim paradigmasını derinden etkileyerek bireylerin sosyal kapasitelerini genişletmiş ve iletişim biçimlerini dönüştürmüştür. Bu platformlar, kullanıcıların profiller aracılığıyla doğrudan yüzlerce kişiyle etkileşime girmesine olanak tanırken aynı zamanda binlerce kişiyle ağ bağlantıları kurma ve hızlı bir şekilde iletişim kurma avantajını sunmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, tanımadıkları bireylerle sanal bağlantılar kurma eğiliminde olup bu durum gerçek dünya arkadaşlıklarıyla karıştırılabilmektedir. Birçok kullanıcı

kişisel bilgilerini geniş bir kitleyle paylaşmaktan kaçınmamakta ve bu konuda genellikle düşündürücü bir dikkatsizlik sergilemektedir.

Gross ve Acquisti'nin (2005) Facebook üzerinde yaptığı araştırma, bireylerin çevrimiçi sosyal ağlarda geniş kapsamlı kişisel bilgileri paylaşmaya eğilimli olduğunu ve sınırlayıcı gizlilik tercihlerini nadiren uyguladığını ortaya koymuştur. Kullanıcılar genellikle varsayılan gizlilik ayarlarını değiştirmemekte ve çevrimiçi bilgilerini geniş bir izleyici kitlesiyle paylaşmaktan kaçınmamaktadırlar. Bu durum, kullanıcıların çevrimiçi ortamda kendilerini siber risklere maruz bırakmalarına ve siber saldırıları kolaylaştırmalarına yol açmaktadır.

Mahremiyet kavramı sosyal medya platformlarında sıklıkla kamusal fayda argümanıyla ihlal edilmektedir. Kameraların yaygınlaşması, cep telefonu görüşmelerinin dinlenmesi, online etkileşimler ve kurumlar tarafından kişisel verilerin depolanması gibi durumlar bireyin sürekli bir gözetim altında hissetmesine neden olmaktadır (Vatandaş, 2020: 438-439). İletişim teknolojilerinin evrimi ve kamusal fayda adına gözetim kültürünün meşrulaşması mahremiyet kavramının sınırlarını her geçen gün daha fazla esnetmektedir. İnternet kullanıcıları genellikle kendi rızalarıyla korunması gereken kişisel bilgilerini özgür iradeleriyle çevrimiçi ortamda paylaşmaktadır. Bu durum, mahremiyet kavramının zayıflamasına ve özel yaşam hassasiyetinin azalmasına neden olmaktadır. Sosyal medya platformları süreci hızlandırarak mahremiyet kavramının içini boşaltmıştır. Sosyal medya alenilik ile teşhirin dijital ve gerçek yaşamda saygınlık kazandığı yeni bir yaşam paradigmasının ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur.

2.7. Sosyal Paylaşım Ağlarında Mahremiyet

Mahremiyet bireylerin varoluşsal bir gerekliliği olarak kabul edilmekte olup toplumun temel yapı taşlarından biridir. Topluluk oluşturma sürecinde ve değer üretme amacında gizliliğin varlığı kritik öneme sahiptir. İnsanlar sosyal varlıklar olarak benzer düşünce sistemlerine sahip bireylerle bir araya gelerek topluluklarını kurarlar. İnsan anlam ve değer yaratma yeteneği sayesinde diğer varlıklardan ayrışır ve bu

özelliklerinden vazgeçmek için herhangi bir neden bulunmamaktadır (Göka, 2016: 697). Mahremiyet, sosyokültürel bir çerçeveden de değerlendirilebilecek bir kavramdır. Toplumsal düzen; genel değer anlayışları, bireysel yaşantıya dair ilgi ve beklentiler gibi unsurlar, gizliliğin hem kamusal hem de özel mekânlarda nasıl sağlanması gerektiğinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Aslan, 2011: 97).

Sosyal medya dijital çağın getirdiği önemli iletişim araçlarından biri olarak özellikle dijital yerliler ve dijital göçmenlerin aktif olarak kullanımıyla gizlilik konusunu merkeze yerleştirmiştir. Bu platformlar üzerinden yapılan bilinçsiz paylaşımlar gizlilik meselesini günümüzde daha karmaşık ve derinlemesine bir tartışma konusu haline getirmiştir (Kuyucu, 2015: 38). Bu bağlamda sosyal medyanın gizliliği nasıl etkilediği ve dönüştürdüğü konusunda kapsamlı bir anlayış geliştirmek toplumsal dinamiklerin anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

İnternetin evrimi hayatımızı temelden etkilemiş ve mahremiyet kavramını yeniden şekillendirmiştir. İnternet ve sosyal medya, geleneksel mahremiyet anlayışını sarsacak biçimde bireylerin özel hayatlarına yönelik müdahale potansiyeli taşımaktadır. Fotoğraf, yorum ve video gibi kişisel içeriklerin sosyal medya üzerinden kolayca paylaşılabilir olması mahremiyetin ciddi bir şekilde sorgulanmasına sebep olmuştur.

İnternet ve sosyal medyanın diğer iletişim araçlarına göre daha fazla mahremiyet müdahalesine yol açtığı bir gerçektir. İnternet ve sosyal medya, bireylere diğer insanların özel yaşamlarına daha etkin bir şekilde müdahale etme imkânı tanımıştır. Sosyal medya kullanıcıları sadece alıcı değil aynı zamanda içerik üreticisi olarak da rol oynamaktadırlar. Bu durum mahremiyet ihlallerinin artmasına neden olmuştur. Sosyal medya geleneksel medya ürünlerinden farklı bir yapıya sahiptir. Geleneksel medya sabit yatırımlar gerektirirken sosyal medya platformları oluşturmak ve kullanmak için büyük bir maliyet gerektirmemektedir. Sosyal medya daha fazla bağlılık ve katılım imkânı sunarak gizlilik üzerindeki etkisini artırmaktadır (Arık, 2013: 119-120). Bu nedenle gizlilikle ilgili tehditler ve ihlaller, sosyal medyada daha sık gözlemlenmektedir. Sosyal medyanın düşük maliyetle katılım sağlama avantajı gizlilik üzerindeki etkisini belirgin bir şekilde artırmaktadır.

Dijital çağın hızla ilerlemesiyle birlikte bireyler artık günlük yaşantılarının ayrıntılarını ve düşüncelerini anlık olarak internet üzerinde paylaşma eğilimine girmiştir. Hızlı bilgi akışının sosyal medyayı bir tüketim aracı gibi kullanma eğilimi platformun hem bir fırsat hem de zaman zaman potansiyel bir tehdit olabileceği gerçeğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya üzerinden yapılan bilgi paylaşımları, özel yaşamın derinliklerine dair pek çok detayı paylaşan bireyler için yeni mahremiyet sorunlarını beraberinde getirmektedir (Zengin vd., 2015: 113-117).

Dijital çağa geçişle birlikte sosyal medyanın geleneksel medyanın sınırlarını genişletmesi, bireylerin kimlik ve mahremiyetle ilgili sorunlarının artmasına yol açmıştır (Aydın, 2013: 132). Çağdaş insan, karmaşık bir dünyanın içinde yaşarken sosyal medya bu dünyada bir sığınak sağlamakta ve modern birey için adeta yeni bir yuva oluşturmaktadır. Bu durum aynı zamanda özel alanını kamusal alana taşıyan ve bu süreçte evini kaybetmiş gibi hisseden modern birey için bir metafor olarak da ele alınabilir. Evsizlik durumu, özel alanın kamusal alana entegrasyonu ile ilişkilendirilmektedir. Mahremiyetini sosyal medyada kamusal bir platformda paylaşan kullanıcılar, bu bağlamda evsiz olarak adlandırılabilirler (Özgül, 2015: 91). Günümüzde internet teknolojileri sosyal medyanın evrimiyle birlikte mahremiyeti sarsmıştır (Jarvis, 2012: 130). İnsanlar; Twitter (X), Instagram, Facebook, TikToK sosyal medya platformlarında kendi bilgilerini paylaşma eğilimindedir. Kullanıcılar bu bilgilerin kamusal nitelik taşıdığının bilincinde olarak özel yaşamlarını sanal ağlarda sergilemektedirler (Peltekoğlu ve Peltekoğlu, 2015: 7).

Hayatın giderek medyatik bir süreç haline gelmesiyle birlikte dijital medyanın hayatımızın merkezine yerleşmesi kaçınılmazdır. İnsanlar artık dijital bir dünyada varlık göstermektedir. Bu durum, özel ve kamusal alan kavramlarının sınırlarını giderek daha belirsiz hale getirerek bu kavramların anlamını zayıflatmaktadır. Dijital dünya, özel ile kamusal arasındaki bu sınırları ortadan kaldırmış ve bu iki alanı organik bir bütün haline getirmiştir. Dijital medya içinde bir tür sanal çekici dil gözlemlenmektedir. Bu tür, dilin ayrıntılarındaki çekiciliği ifade etmektedir. Ayrıntıların cazibesine kapılmak, düşünme yeteneğini ortadan kaldırmaya eğilimli olan insanları ortaya çıkarması hasebiyle oldukça tehlikeli bir süreci beraberinde

getirmektedir. Dijital medya ile yaşanan bu süreç insanın düşünme yeteneğini yok etme eğilimindedir (Kaplan, 2016: 669).

Sosyal medya günümüzde bireylerin dijital yaşamlarını şekillendiren etkileyici bir araç haline gelmiştir. Dijital mecralar, George Orwell'in distopik romanı 1984'te betimlediği televizyon işlevi olan tele-ekranlara benzer bir gözetim aracına dönüşmüştür. Sosyal medya kullanıcıları, platformlara verdikleri bilgilerle sadece içerik üretici değil aynı zamanda içeriğin bir parçası haline gelmişlerdir. Örneğin Facebook üzerinden bir kullanıcı adıyla girilen bir uygulama, Uber gibi başka bir uygulama için telefon numarasını talep edebilmektedir. Bağımsız gibi görünen uygulamalar arasındaki bağlantılar kullanıcının ismi, telefon numarası, doğum tarihi gibi verileri bir araya getirmektedir (Peltekoğlu ve Peltekoğlu, 2015: 8).

Sosyal medyada kişisel bilgilerin elde edilmesinde bir diğer önemli faktör ise oyunlaştırmadır. Oyunlaştırma, kullanıcıların oyunları indirme ve oynama talepleriyle bilgilerini paylaşmalarını sağlamakta ve bu bilgiler daha sonra şirketlere pazarlanabilmektedir. Oyunlar için verilen bu izinler mahremiyetin daha fazla kısıtlanmasına neden olabilir. Aynı şekilde yer bildirimi hizmeti sunan uygulamalar, kullanıcıların nereye gittikleri ve hangi tercihleri yaptıkları gibi bilgileri pazarlayarak mahremiyetin sınırlarını zorlamaktadır. Bu durumda dikkat çeken temel sorun, insan duygularının herhangi bir amaca hizmet etse de bir metaya dönüşmesidir. Sosyal medyadaki paylaşımlar, sistemin içinde bir değer bulmakta ve bu paylaşımların sıklığı arttıkça piyasa değeri yükselmektedir (Arık, 2013: 121-122).

Sosyal ağ platformlarına katılım, demografik faktörler doğrultusunda yaygınlaşmakta ve sürekli bir yükseliş sergilemektedir. Kullanıcıların sosyal ağlarda gerçek isimlerini kullanmaları teşvik edilerek hobiler ve ilgi alanları çerçevesinde uygulamalar tarafından ayrıntılı bilgilere erişim sağlanmaktadır. Üyeler, diğer kullanıcıların profillerini inceleyerek detaylı bilgilere ulaşabilmektedirler. Ancak bu durum mahremiyetin ciddi bir risk altında olduğu anlamına gelmektedir. Çünkü içeriğin kullanıcılar tarafından gönüllü olarak oluşturulması sistemin zayıf bir noktasını oluşturmaktadır (Tiryaki, 2015: 146-147). Görünüşte kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklere benzeyen sosyal medya siteleri aslında ticari amaç güden

kuruluşlardır. Bu platformlar kullanıcıları potansiyel müşteriler olarak görmekte ve onlardan elde ettikleri bilgileri farklı kuruluşlara satma potansiyeli taşımaktadır. Dolayısıyla sosyal medya ağlarının mahremiyetle ilişkisi sık sık sorgulanan ve tartışılan bir konu haline gelmiştir (Arık, 2013: 120).

İnternetin evrimi toplumsal şiddetin algılanma ve işlenme biçiminde derinlemesine bir değişimi tetiklemiştir. Bu evrim, bireyleri karşılaştıkları şiddeti paylaşma eğilimine sevk ederken aynı zamanda bu paylaşımların sosyal medya platformlarında özellikle de özel içeriklerin topluluklarla paylaşılmasının getirdiği belirsiz bir kamusal alana taşınmasına neden olmuştur (Çakır, 2015: 352).

Teknoloji ve iletişim araçlarının küresel ölçekteki gelişimi sosyal medyanın bireylerin hayatlarının merkezine yerleşmesine öncülük etmiştir. Facebook, Twitter (X), Instagram gibi platformlar günlük rutinlerin ayrılmaz birer parçası haline gelmiştir. Ancak bu teknolojik ilerleme sadece yeni bir bağımlılık türü oluşturmakla kalmamış aynı zamanda bireylerin mahremiyetinin ihlal edilmesine de kapı aralamıştır (Serçemeli, 2016: 1). Bu bağlamda mahremiyetin giderek azalmasına rağmen bireylerin bilinçli bir şekilde kişisel bilgilerini paylaştığı ve sosyal medyayı etkin bir biçimde kullandığı gözlemlenmiştir (Peltekoğlu ve Peltekoğlu, 2015: 9).

Mahremiyeti gençlerin bakış açısından değerlendiren Danah Boyd, gençlerin genellikle hafife alındığını ve geleneksel düşünce kalıplarını sorgulamak adına çaba sarf ettiğini ifade etmektedir. Boyd'a göre, Amerikalı gençler ağ bağlantılı topluluklar içinde sosyalleşirken onların dijital yerliler olduğu, sosyal medyanın bağımlılık yaratan bir araç ve internetin risk içeren bir alan olduğu gibi yaygın kabul gören düşünceleri sorgulamak önemlidir. Boyd, gençlerin internetle doğmadıklarını ancak bu teknolojiyle yaşamayı öğrenmeleri gerektiğini vurgulayarak mahremiyet konusundaki bilinçlerinin deneyimlerle şekillendiğini ifade etmektedir (Jarvis, 2012: 130-131).

Gençlerin sosyal medya platformlarında sürekli olarak kendilerini gerçekleştiremedikleri ve doğallıklarını koruyamadıkları gözlemlenmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının birbirlerini sürekli gözetlemeleri ve kendi paylaşımlarının da izlendiğinin farkında olmalarından kaynaklanmaktadır. Gençlerin

sosyal ağları yoğun bir şekilde kullanmalarının temel nedeni bu platformların gençlere özgürlük ortamı sunmasıdır. Sanal dünyada kendilerini özgür hisseden gençler ahlaki sınırlamalardan uzaklaşabilmektedirler (Okur, 2016: 317-318).

Akıllı telefonların yükselen popülerliği, toplumsal hayatın ve iletişim dinamiklerinin evriminde belirgin bir rol oynamıştır. Artan akıllı telefon kullanımı, bireylerin gündelik etkileşimlerini çevrim içi platformlara taşıyarak toplumsal ağlarını sanal bir düzleme genişletmiştir. Bu dönüşüm mahremiyet, mekân ve zaman algıları açısından çeşitli sonuçları beraberinde getirmiştir. Sosyal medyanın bireyin mahrem alanını kamusallaştırma sürecindeki etkilerini anlamak, dijital iletişimdeki bu önemli değişimin kavranmasına yardımcı olabilir.

Özellikle sosyal medya platformlarına yüklenen fotoğrafların ticari amaçlarla kullanılabilme olasılığı kişisel mahremiyetin korunması açısından önemli bir konudur. Sosyal medya hesaplarına üyelik sürecinde kabul edilen son kullanıcı lisans sözleşmeleri, bireyin kişisel fotoğraf ve bilgilerinin kullanımına dair kontrolün devredilmesine yönelik bir mekanizma sunmaktadır. Bu durum, bireyin mahremiyetinin kontrolünün ve gizliliğin sınırlanmasını beraberinde getirmektedir (Özdemir, 2014: 5).

Bireyin özel hayatını ve mahremiyetini sınırlayan en kritik etkenlerden biri teknolojinin sunduğu imkânlardır. Güçlü iletişim araçlarının ve bunların yaygın kullanımının mahremiyet ihlallerini kolaylaştırdığı görülmektedir. Teknolojinin getirdiği yeni imkânlar, özgürlük ve demokrasiye olumlu katkılar sağlasa da zamanla bu değerler için potansiyel tehditler oluşturabilmektedir (Dedeoğlu, 2014: 5894).

Sosyal medya kullanıcıları arasında sosyal bir çevre oluşturmak ve bu sayede tatmin duygusu yaşamak amacıyla kendi mahremiyetlerinden vazgeçenler bulunmaktadır. Öte yandan, bireysel mahremiyet konusunda endişe duyan ve bu nedenle sosyal medyayı sınırlı şekilde kullanan bireyler de mevcuttur. Ancak sınırlı paylaşım tercih eden kişiler için bu sınırları korumak her zaman kolay olmayabilir. Çünkü internet ortamında paylaşılan bilgilerin kolayca erişilebilir olması, sosyal medyanın genişlemesinin durdurulamaz olması ve günümüzün gözetim metaforu olan

Big Brotherların erişim yetenekleri gibi faktörler sınırlı paylaşımı zorlaştırmaktadır (Peltekoğlu ve Peltekoğlu, 2015: 10).

Bireylerin izlenmesi veya söylediklerinin dinlenmesi bazı insanlarda mutluluk oluştururken sınırlı paylaşımların aşılmasına da yol açabilmektedir. Ancak anlatılanların özgünlüğü kaybolduğunda sergilenen davranışların şiddeti artabilmektedir. Bu durum, mahremiyetle ilgili toplumsal normların değişimine sebep olmaktadır. Slavoj Zizek'in analizlerine göre, sosyal medyada bireysel davranışların manipülasyonu siyasi ve ticari otoriteler için etkili bir etki alanı oluşturmaktadır (Uyanık, 2013: 4-5).

Sosyal medya üzerine yapılan akademik çalışmalar genellikle mahremiyeti iki temel bakış açısı altında incelemektedir. Birinci bakış açısı; kimlik bilgileri, ebeveyn bilgileri, iş yeri, e-posta adresi gibi kişisel bilgilerin paylaşılmasını kapsamaktadır. İkinci bakış açısı ise bireyin kişisel yaşamındaki inanç ve ahlaki normlara potansiyel olarak aykırı durumları kapsayan bir etik ve dini boyutu ele almaktadır. Sosyal paylaşım ağlarının giderek yaygınlaşması bireylerin kamusal alandaki varlıklarını güçlendirmiş ve çevrimiçi etkileşimleri artırmıştır. Bu durum bireyler arasındaki iletişimi, etkinlik duyurularını ve davetiyeleri yönetmek adına sosyal medyanın önemli bir platforma dönüşmesine neden olmuştur. Ancak sosyal medya kullanmayan bireylerin zamanla bu etkileşimlerden dışlanma riski bulunmaktadır (Çetin, 2015: 781). Bu bağlamda bireyler sosyal medyada var olabilmek, takipçi kazanmak ve dikkat çekmek adına kişisel mahremiyetlerini paylaşma eğiliminde bulunmaktadır. Sosyal ağlarda yapılan paylaşımlar, bireyin çevrimiçi kimliğini oluşturma ve sosyal medya üzerindeki varlığını güçlendirme çabasını yansıtmaktadır.

Mahremiyetin bu şekilde normalleştirilmesi, bireyin sosyal medya platformlarında varlık gösterme ve çevrimiçi kimliğini oluşturma isteğinden kaynaklanmaktadır. Birey, özel hayatını paylaşarak kendini tanıtmak, takipçi kazanmak ve gıpta ile bakılan bir yaşam tarzı oluşturmak amacında olabilir.

Bireyin kişisel yaşamına ait duyguları, aile içi ilişkileri, inançları ve mesleki sırları daha önce olmadığı kadar açık bir şekilde paylaşılmakta ve gizlilik kavramı zayıflamaktadır. Günümüz bireyi, mahremiyetini sergileme iradesini kaybetmiş

durumda ve bu durum toplumsal bir öğrenme sürecinin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle tüketim kültürünün merkezinde bedenin süslenmesi ve değer kazanması, bireyin mahremiyetini geniş bir kamusal alanla paylaşmasına neden olmuştur. Bedensel mahremiyetin bu şekilde ihlali kapitalist toplumun her alanında gözlemlenen bir olgudur. Mahremiyet, ticari ve teknolojik unsurlara dönüştürülerek meta haline gelmiştir (Köse, 2011: 11-12).

Sanal paylaşım ağları, bireylerin mahremiyetini metalaştırarak rızaları olmadan verilerini dolaşıma sokmaktadır. Mahremiyetini ifşa etmeyi tercih edenler için sosyal medya, mahremiyetin ticarileşmesinde önemli bir araç olarak işlev görmektedir (Arık, 2013: 124-130). Bu süreçte bireyler özel yaşamlarını ifşa ederek toplumsal normlarda masumiyetlerini kaybetmekte ve mahremiyetlerini giderek daha fazla yitirmektedirler. Anonimleşen bireysel stillerin kamusal alanda aileyle ilgili konuların daha yoğun bir şekilde ele alınmasına yol açtığı görülmektedir (Aslan, 2011: 96).

Sosyal medya sitelerindeki gizlilik koruma seviyelerinin giderek azalması kullanıcıların kişisel bilgilerini daha etkili bir şekilde korumak için adımlar atmalarını gerektirmektedir. Sosyal medya kullanıcıları kişisel bilgilerini korumak adına dikkatli davransalar da gizlilik yönetimi ve açıklama konularında sıkça sorunlar yaşanmaktadır (Child vd., 2012: 1860). Sosyal medya ağlarının birçok avantaj sunmasına karşın, gizlilik ve veri güvenliği konularında da endişeleri beraberinde getirdiği görülmektedir. Kullanıcılar sosyal medya hesaplarına giriş yaptıklarında, konumlarını tanımlanabilir hale getirerek gizliliklerini tehlikeye atmaktadırlar (Pagani ve Malacarne, 2017: 134).

Sosyal medya hesapları giriş bilgileri gerektirdiği için gizlilik beklentilerini arttırmıştır. Profil gizliliği ve içerik paylaşımı sosyal medya kullanıcılarının mahremiyetiyle ilgili önemli bilgiler sunmaktadır. Profilin mahremiyeti ve içeriği kullanıcı tarafından özenle korunmaktadır ve daha sonra isteğe bağlı olarak bu gizlilik diğer kullanıcılara açılabilmektedir (Riego, 2012: 19). Gizlilik ayarları yapılmamış profiller ise herkes tarafından görülebildiği için bu durum gizlilikle ilgili endişe duyan

sosyal medya kullanıcılarını daha da hassas hale getirmektedir (Ghazinour ve Ponchak, 2017: 269).

Sosyal medya kullanıcıları mahremiyetleriyle ilgili endişelerini dile getirirken yine de kişisel bilgilerini açıklamaktan çekinmemektedirler (Jordaan ve Heerden, 2017: 91). Gizlilik ihlalleri, bilgi sahibinin rızası olsun ya da olmasın başkaları tarafından kullanılan bilgilerin isteğe bağlı olup olmamasına bağlıdır (Senthil vd., 2017: 115). Bu bağlamda doğru bilgi stratejileri bireylerin kendi verileri üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmalarına yardımcı olabilir.

Sonuç olarak sosyal ağ sitelerindeki mahremiyet ihlalleri, bireylerin kendilerini çeşitli tehlikelere açtığı bir ortam oluşturmaktadır. Kişisel bilgilerin güvenilir olmayan şekillerde kullanılması sonucunda mahremiyet sıklıkla ihlal edilmektedir. Gizlilik ihlallerine karşı bireylerin kendilerini koruma ihtiyacı, içeriğe müdahale etme yetkisi kazandırmaktadır (Senthil ve diğerleri, 2017: 115). Mahremiyet kavramındaki dönüşümle paralel olarak, bireylerin sosyal medya platformlarında sergiledikleri davranışlarda da çeşitlilik gözlemlenmektedir. Sosyal paylaşım platformlarında gündeme gelen her türlü konu, artık özel alanın dışına çıkarak genel olarak paylaşıma uygun hale gelmiştir (Okur, 2016: 316).

2.8. Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası

Dijital gözetim teknolojilerindeki ilerlemeler ve sosyal medyanın yaygın kullanımı, günümüzde sosyal bilimlerde öne çıkan bir konu olan mahremiyet olgusunu derinlemesine incelemeyi gerekli kılmaktadır. Gözetleyen ve gözetlenen arasındaki bu etkileşim, bireylerin ve kurumların gerçekleştirdiği gözetim faaliyetleri sonucunda çeşitli mahremiyet sorunlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Toplumsal düzeyde ortak bir yaşam normu ve değerinin bulunmaması, bireylerin birbirlerinin mahrem alanlarını doğal bir şekilde gözlemleme eğilimine ve bunu bir hak olarak algılamalarına yol açmaktadır. Bireyler kimliklerini ve yaşam tarzlarını belirleme süreçlerinde genellikle yakın çevrelerindeki diğer insanları referans almaktadırlar. Söz

konusu bu durum, elde edilen mahrem bilgilerin devlet, kurumlar, şirketler ve belli kişiler tarafından kişinin zararına kullanılabilmektedir (Kete, 2011: 66).

İnternet tabanlı uygulamalar iletişim mahremiyeti konusunda çeşitli zorlukları beraberinde getirmektedir. Dijital iz takibi olarak adlandırılan bu süreç, bu zorlukların temelini oluşturmakta ve çeşitli veri tabanı uygulamaları aracılığıyla hayata geçirilmektedir (Atabek, 2006: 3). Yeni teknolojik gelişmelerle birlikte internetin ve sosyal medyanın kullanımı yeni gizlilik ihlâllerine kapı aralamıştır. Kullanıcıların çevrimiçi hizmetlerden yararlandıktan sonra bıraktıkları izler kişisel bilgileri işleyen şirketler tarafından depolanmaktadır. Bu bilgiler belirli bir süzgeçten geçirilerek kullanılmak üzere saklanmaktadır. Büyük veri olarak adlandırılan bu birikim, farklı dijital veri kümelerini birleştiren ve ardından gizli bilgileri ve şaşırtıcı ilişkileri ortaya çıkarmak için istatistikleri ve diğer veri madenciliği tekniklerini kullanan yeni bir değeri temsil etmektedir (Rubinstein, 2012: 12). Bu şekilde veri havuzundaki kişisel bilgiler işlenebilir örtük bilgileri ortaya çıkarmak, sınıflandırmak ve bireylerin davranış kalıplarını analiz etmek için kullanılmaktadır. Kullanıcıların sosyal medyada farklı nedenlerle paylaştıkları özel yaşamlarıyla ilgili bilgiler, büyük veri havuzunda yeni analizlere imkân tanımaktadır.

Zwitter'ın (2014: 3) büyük veri konseptini açıklarken ortaya koyduğu dört ana başlık, bu kavramın özünü somut bir şekilde belirtmektedir:

Veri Üretim Hızı: Zaman içinde veri üretim hızında belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Örneğin, 2003'e kadar toplam 5 milyar gigabayt olan veri miktarı, 2011'de her iki günde bir 5 milyar gigabayt, 2013'te her on dakikada 5 milyar gigabayt ve 2015'te ise her on saniyede 5 milyar gigabayt seviyesine yükselmiştir.

Büyük Veri Organiktir: Büyük veri, dijital varlığı temsil eden verilerin bir araya getirilmesiyle oluştuğundan karmaşık bir yapıya sahip olmasına rağmen istatistiksel verilere göre daha fazla bilgi sağlama potansiyeline sahiptir.

Büyük Veri Potansiyel Olarak Küreseldir: Büyük veri yalnızca gerçekliği yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda büyük veri kümeleri aracılığıyla (Google, Bing, vb. gibi) küresel bir erişim olanağı sunar.

Korelasyonlara Karşı Nedensellik: Büyük veri analizleri nedenselliğin ötesinde korelasyonları vurgulamaya yöneliktir.

Sosyal medya şirketleri için kullanıcılarının oluşturduğu özelleştirilmiş arşivler artı değer ve mübadele açısından kritik unsurları temsil etmektedir. Bu şirketlerin sürekli olarak değer kazanmasının temeli, kullanıcıların sosyal medya platformlarına özgür iradeleriyle eklediği kişisel verilere dayanmaktadır. Bu durum, benliğin dijital arşivlerinin sürekli olarak yeniden üretildiği bir döngüyü ifade etmektedir. Kullanıcıların sosyal medyada profil güncellemeleri, içerik paylaşımları ve diğer kullanıcılarla etkileşimleri; veri akışının düzenlendiği zaman ve mekân sınırlarının belirsizleştiği bir ortamda gerçekleşmektedir (Coté ve Pybus, 2014: 260).

Sosyal medya platformları, kayıt aşamasında kullanıcılardan bazı kişisel bilgiler talep etmektedir. Hobi, eğitim bilgisi, doğum günü gibi mahremiyetle ilgili durumlar kullanıcının inisiyatifine bırakılmıştır gibi görünmektedir. Weber'e göre (2015: 234-242), bu süreç tam anlamıyla kullanıcının kontrolünde değildir. Kullanıcı profilleri, kullanıcının kontrol edemediği ve arama motorları tarafından bulunabilecek bağlantıları içermektedir. Bu durum da genel bir profilin oluşturulmasına neden olmaktadır. Sosyal medyaya yüklenen verilerin arama motorları tarafından listelenebilir olması her bir bilginin kişinin mahrem alanından çıkarak gözetim kapitalistlerinin veri havuzunda somutlaşmasına neden olmaktadır.

Bireyler, sosyal medya aracılığıyla özgün kimliklerini oluşturma ve sunma imkânına sahiptirler. Ancak bu tanıtımların gerçekliği yüz yüze iletişimde olduğu kadar kolay doğrulanamamaktadır. Daha geniş bir kitle tarafından fark edilme ve daha fazla takipçi çekme hedefiyle bireyler sıklıkla çeşitli hikâyeler ve fotoğraflar gibi içerikleri paylaşma eğilimindedir. Paylaşımlar, kişisel bilgilerin üçüncü kişiler tarafından veri olarak saklanma potansiyelini beraberinde getirmektedir. Bireyler, sosyal medya kullanımıyla artık mahremiyetlerinin ifşa edilmesinden ziyade paylaştıkları içeriklerin yeterince değer görmemesinden rahatsızlık duymaktadır. Beğeni sayıları ve takipçi sayıları gibi nicel veriler bireylerin varoluş biçimlerini yansıtan önemli göstergelerdir.

Sosyal medyada kendi belirledikleri kimliklerle yer alan bireylerin mahremiyet paylaşımlarının temel amaçları; beğenilme, takdir görme ve statü sahibi olma arzuları şeklinde sıralanabilir. Daha geniş bir kitle tarafından takip edilme ve beğenilme isteği, gözetleme ve teşhir duygularını ön plana çıkararak mahremiyetin ifşa sınırlarını genişletmektedir. Narsisizm ve kısa süreli de olsa ünlü olma arzusu günümüz toplum yapısında birçok birey tarafından olumlu bir şekilde karşılanmaktadır. 2006 yılında Amerika'da yapılan bir araştırmaya göre, 18-25 yaş aralığındaki bireylerin yüzde 51'i, ünlü olmanın kendi nesilleri için önemli bir amaç olduğunu ifade ederken bu oran manevi anlamda kendini geliştirmeyi önemli bir amaç olarak belirtenlerin sayısının yaklaşık olarak beş katıdır (Arık, 2013: 126). Sosyal medyada, mahremiyet ifşasının en çok değer gördüğü alan bedenle ilgilidir. Bireylerin sosyal medyada bedenlerini sergilemesi bir yandan daha fazla görünmelerini sağlarken diğer yandan mahremiyet sınırlarının daralmasına neden olmaktadır.

Sosyal medya kullanıcılarının gerçekleştirdiği tüm faaliyetler kendilerinden habersiz bir biçimde çeşitli algoritmalar aracılığıyla izlenip analiz edilmektedir. Böylece özel hayatın gizliliği, kişisel bilgilerin güvenliği ve çeşitli mahremiyet ihlallerine neden olarak gözetim meselesini ortaya çıkarmaktadır (Uluk, 2021: 48).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TOPLUMSAL İLETİŞİM ORTAMI OLARAK KARNAVAL

Çalışmanın üçüncü bölümünde, toplumsal iletişim ortamı olarak karnaval kavramı detaylıca ele alınmaktadır. Bu bölümde karnavalesk kuramın temel özellikleri ve toplumsal iletişimdeki rolü, çeşitli boyutlarıyla incelenerek, karnavalın iletişim dinamikleri içinde nasıl bir yer tuttuğu ve bu özelliklerin günümüz dijital medya ve toplum ilişkilerine yansımaları tartışılmıştır.

3.1. Karnaval, Şölen, Panayır, Kutlama

Kültürel evrim sürecinde insan topluluklarının sosyal etkileşim biçimleri ve kolektif kimliklerinin ifade edilme yolları tarih boyunca çeşitli dönüşümlerden geçmiştir. Bu dönüşümlerin göze çarpan en önemli yansımalarından biri toplumsal kutlama ritüellerinde kendini göstermiştir. Karnaval, şölen, panayır ve kutlama gibi terimler, toplumların tarihsel süreç içinde farklı dönemlerde ve farklı bağlamlarda gerçekleştirdikleri özel etkinlikleri tanımlamak için kullanılan genel kavramlardır. Bu etkinlikler insanlığın tarih boyunca hayatın anlamını kutlamak, toplumsal bağları pekiştirmek ve coşkuyu kolektif bir şekilde paylaşmak amacıyla düzenlediği ritüeller arasında yer almıştır. Her biri belirli bir kültürel çerçevede gelişmiş olmakla birlikte evrensel bir coşku ve kutlama duygusunu sayansıtmaktadır.

Mikhail Bakhtin'in karnaval üzerine yaptığı çalışmalar, bu kutlama biçiminin toplumsal normların geçici olarak gevşetildiği ve katılımcıların geleneksel toplumsal rollerden sıyrılarak yerine geçici ve sıradışı kimlikler benimsediği bir etkinlik olarak kabul edildiğini göstermektedir (Bakhtin, 1965: 23). Karnaval, geleneksel hiyerarşik sınırların bulanıklaştığı, toplumun her kesiminin eşit bir şekilde katıldığı bir dönem olarak tanımlanmıştır. Bakhtin, karnavalın tersyüz etkisi yaratarak normallik ve absürtlük arasındaki dengeyi sarsan bir etkinlik olduğunu öne sürmektedir.

Karnaval küresel çapta farklı formlarda kutlanmış toplulukların kültürel kimliklerini ve yaratıcılıklarını ifade etmelerine olanak tanımıştır. Örneğin, mistik maskeleri ve tarihi kostümleriyle tanınan Venedik Karnavalı, Antik Roma'daki

Saturnalia Festivalinden kökenlerini almış ve günümüzde Brezilya'daki Rio Karnavalı gibi etkinliklerle uluslararası bir üne kavuşmuştur (Martinez ve Garcia, 2015: 92). Karnavallar, insanların toplumsal normları geçici olarak askıya almasına ve yaratıcı ifadelerini sergilemesine imkân tanımaktadır.

Şölenler, toplumun bolluk, bereket ve refahını kutladığı etkinlikler olarak bilinmektedir. Bu tür kutlamalar yiyecek, içecek ve eğlencenin ön planda olduğu toplumsal ritüellerdir (Douglas, 1972: 91). Şölenler sadece maddi zenginliği değil aynı zamanda toplumsal dayanışmayı ve paylaşmayı da simgelemektedir. Ortaçağ Avrupası'ndaki şölenler, aristokrasinin ihtişamını sergilemenin yanı sıra toplumun farklı kesimlerini bir araya getirerek sosyal etkileşimi de teşvik etmiştir (Clark, 2013: 115).

Panayırlar ise geleneksel olarak ticaretin, kültürel alışverişin ve toplumsal etkileşimin gerçekleştiği etkinlikler olarak tanımlanmıştır (Appadurai, 1986: 137). Farklı bölgelerden gelen insanlar, mallarını sergileyerek ve kültürel özelliklerini paylaşarak toplumsal bağları güçlendirmekte ve farklı kültürler arasında bir köprü işlevi görmektedirler. Bu türden etkinlikler, kültürel çeşitliliğin ve mirasın korunmasına da katkı sağlamaktadır.

Kutlamalar, belirli bir olayı veya durumu özel bir şekilde anmak için toplumun bir araya geldiği etkinliklerdir (Huizinga, 1950: 45). Bu türden etkinlikler sembolik anlamlar ve ritüellerle zenginleştirilmiş olup toplumsal belleği ve kimliği sürdürme işlevini taşımaktadır. Kutlamalar, insanların özel anları ve önemli olayları anmak için düzenledikleri etkinlikler olup doğum günleri, mezuniyetler, evlilikler ve dini festivaller gibi çeşitli nedenlerle gerçekleştirilir. Bu etkinlikler, toplulukları bir araya getirerek sevinci ve mutluluğu paylaşmalarının yanı sıra bireylerin günlük yaşamdaki rutinlerinden uzaklaşarak özel anlara odaklanmalarına da imkân tanımıştır.

Karnaval, şölen, panayır ve kutlama gibi etkinlikler insanların toplumsal ilişkilerini, kimliklerini ve kültürel miraslarını ifade etmek ve kutlamak için kullandığı araçlardır. Bu türden etkinlikler, toplumların kültürel canlılığını yansıtmanın yanı sıra toplumsal dayanışmayı artırma ve gelenekleri kuşaklar arası aktarma amacını taşımaktadır (Kapferer, 1991: 82). Bu etkinlikler, tarih boyunca insanların farklı

toplumsal ve kültürel ihtiyaçlarını yansıtarak evrimleşmiş ve her toplulukta farklı bir anlam taşımıştır. Her bir etkinlik insanların hayatında özel bir yer tutar ve paylaşılan anıları, gelenekleri ve değerleri yansıtmaktadır.

Bu etkinliklerin toplumsal ve kültürel önemi sosyal bilimlerdeki çeşitli disiplinlerde incelenmiştir. Antropoloji, sosyoloji, kültürel çalışmalar ve tarih gibi alanlarda bu tür etkinlikler toplumsal dinamikleri, grup kimliklerini ve kültürel değişimleri anlamak için önemli araştırma konuları oluşturmuştur. Akademik çalışmalar, bu etkinliklerin toplumlar üzerindeki etkilerini, etkinliklerin nasıl değiştiğini ve zaman içinde nasıl evrildiğini incelemiştir.

Özellikle antropoloji ve kültürel çalışmalar alanında bu tür etkinliklerin toplumsal yapılar, güç ilişkileri ve kültürel kimlikler üzerindeki etkileri dikkatle incelenmiştir. Bu çalışmalar karnaval, şölen, panayır ve kutlama gibi etkinliklerin, toplumun iç yapısını, değerlerini ve inançlarını nasıl yansıttığını ve sosyal değişimdeki rolünü ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak karnaval, şölen, panayır ve kutlama gibi etkinlikler toplumların kültürel ve sosyal yaşamında önemli bir yere sahiptir. Bu etkinlikler toplumların tarih boyunca değişen ihtiyaçlarını, kültürel özelliklerini ve toplumsal yapılarını yansıtarak bireylerin ve toplulukların kolektif deneyimlerini zenginleştirmektedir.

3.2. Mikhail Bakhtin ve Karnavalı

Mikhail Mikhailovich Bakhtin, 17 Kasım 1895 tarihinde Rusya'nın Oryol şehrinde doğmuş, dil, edebiyat, kültür ve toplumsal yapılar üzerine derinlemesine çalışmalar yapmış bir düşünür ve yazardır. Bakhtin'in yaşamı ve düşünsel evrimi, onun eserlerine ve fikir dünyasına önemli bir derinlik kazandırmıştır. Eğitimini Petersburg Üniversitesi'nde tamamlayan Bakhtin, bu süreçte edebiyat, felsefe ve dilbilim alanlarında geniş bir eğitim almış ve bu disiplinlerin kesişme noktalarında kendi düşünsel temellerini oluşturmuştur. Søren Kierkegaard, Friedrich Nietzsche ve Franz Kafka gibi düşünürlerin eserleri, onun düşünce yapısını şekillendirmede etkili olmuştur (Morson ve Emerson, 1990: 45).

Bakhtin'in düşünsel gelişimi, Rusya'nın tarihsel ve toplumsal dönemlerindeki değişimlerle yoğun bir şekilde etkileşim içinde olmuştur. Devrim, savaş ve toplumsal çatışmaların yaşandığı bu dönemler, Bakhtin'in çokseslilik anlayışını şekillendiren önemli dinamikler olmuştur. Toplumsal sınıflar arasındaki çatışmalar ve kültürel çeşitliliğe duyulan farkındalık, onun eserlerinde çoksesli bir yaklaşımın temelini atmıştır.

Mikhail Bakhtin'in en tanınmış eseri, Rabelais ve Dünyası'dır. Bu kitap, Rönesans dönemi yazarı François Rabelais'nin eserlerini kapsamlı bir şekilde inceleyerek, grotesk ve mizahi unsurların toplumsal yapıları nasıl sorguladığını ve değiştirdiğini ortaya koymaktadır. Bakhtin, bu eserinde grotesk unsurların farklı toplumsal tabakalar arasındaki etkileşimi ve geçici olarak rollerin değişimini yansıttığını savunmaktadır (Bakhtin, 1965: 72).

Bakhtin'in çalışmalarında dil ve iletişimin çokseslilığı merkezi bir konumda yer almaktadır. Ona göre dil, yalnızca bir iletişim aracı değil aynı zamanda toplumsal ilişkilerin ve fikir çatışmalarının bir yansımasıdır. *The Dialogic Imagination* adlı eserinde Bakhtin dilin içsel çokseslilığini ve toplumsal anlamın karmaşıklığını derinlemesine ele almıştır (Bakhtin, 1981: 108).

Bakhtin'in düşünceleri özellikle postmodern teori ve eleştirel teoride büyük etki oluşturmuştur. Dil, edebiyat ve kültürün birbirine geçtiği bir dünyada farklı ifade ve seslerin birleşimi anlamın zenginleşmesine katkıda bulunmaktadır. Bakhtin, 7 Mart 1975'te Moskova'da vefat etmiş olmasına rağmen onun düşünsel mirası günümüzde hâlâ canlıdır ve edebiyat, dilbilim, kültür ve toplum çalışmalarında yoğun bir şekilde incelenmektedir.

20. yüzyılın önde gelen düşünürlerinden biri olarak tanınan Bakhtin, karnaval ve güldürü kavramları ile öne çıkmıştır. Bu kavramlar, toplumsal düzenin karşısında duran ve anlamın çeşitliliğini vurgulayan bir düşünsel çerçeveyi temsil etmektedir. Karnaval, Bakhtin'in analizinde, toplumsal normların ve düzenin geçici olarak askıya alındığı, çoksesli ve çeşitli ifadelerin bir araya geldiği bir platform olarak işlev görmektedir. Bu kavram, özellikle *Rabelais ve Dünyası* adlı eserinde ele alınmış ve

Rabelais'in eserlerindeki karnaval unsurlarının toplumsal sınırların belirsizleştiği, normların değiştiği bir anı betimlediği vurgulanmıştır (Bakhtin, 1965: 10).

Bakhtin karnaval kavramını incelerken, bu dönemin toplumsal yapılar ve anlayışlar üzerindeki etkisine dikkat çekmiştir. Karnaval; farklı sınıf, cinsiyet, yaş grupları ve kültürel arka planlardan gelen bireylerin geçici olarak eşitlendiği, resmi rollerin ve sınırlayıcı yapıların terk edildiği bir platform olarak işlev görmüştür. Bu dönemde halk kültürü ve folklorik öğeler ön plana çıkmaktadır (Bakhtin, 1984: 10).

Bakhtin karnavalı sadece bir etkinlik olarak değil aynı zamanda dilin ve ifade biçiminin çoksesli bir perspektifini ifade eden bir alan olarak ele almıştır. Dilin çokseslilliği, farklı sosyal sınıflar, düşünceler ve değerler arasında iletişim ve etkileşim yoluyla gelişmektedir. Karnaval, bu çokseslilliği somutlaştıran bir sahne işlev görerek, çeşitlilik ile çokseslilliğin ifadesi olarak kabul edilmektedir (Bakhtin, 1981: 342).

Karnaval kavramının edebiyat ve kültür alanlarındaki etkisi de önemlidir. Edebiyat eserleri, karnaval ruhunu yansıtarak resmi düzenleri sorgular ve toplumsal normları eleştirir bir yapıya sahiptir. Modernist ve postmodernist metinlerde, farklı anlatıcı seslerin ve dil oyunlarının birleşimi sıkça görülmektedir. Bu eserler, Bakhtin'in çoksesli perspektifini yansıtan bir ifade biçimi sunmaktadır (Bakhtin, 1981: 346).

Kültürel olarak Bakhtin'in karnaval kavramı festivaller, ritüeller ve topluluk etkinlikleri gibi alanlarda görülebilir. Toplumun farklı kesimlerinin geçici olarak rollerini terk ettiği, eğlence ve yaratıcılığın ön plana çıktığı bu etkinlikler karnavalın temel özelliklerini yansıtmaktadır. Karnaval, toplumun çeşitliliğini ve katmanlılığını kutlayan bir platform olarak işlev görmektedir (Bakhtin, 1984: 20).

Bakhtin'in karnaval kavramı sadece edebiyat ve kültür alanlarında değil aynı zamanda toplumsal bağlamda da önemlidir. Karnaval, toplumsal düzenin ve normların geçici olarak sorgulandığı, farklı toplumsal grupların etkileşimde bulunduğu bir dönemi temsil etmektedir. Bu dönemde resmiyetin yerini spontane ifade biçimleri ve yaratıcılık almaktadır. Karnaval, toplumsal düzenin dinamikliğini ve çeşitliliğini vurgulamaktadır. Karnaval günümüzde edebiyat, kültür ve toplumsal anlam bağlamında toplumsal normların geçici olarak sorgulandığı çoksesli bir perspektifi

ifade etmektedir. Karnaval resmiyetin ve normların terk edildiği, çoklu seslerin bir araya geldiği bir platform olarak kabul edilmekle birlikte günümüzde halâ incelenmekte ve tartışılmaktadır.

3.3. Karnavalesk Kuramı

Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramı, kültürel ve toplumsal analizlerde kullanılan zengin ve çok boyutlu bir teorik çerçevedir. Bu kuram, geleneksel toplumsal düzenlerin karşısına normların geçici olarak tersine çevrildiği, mizah ve alayın egemen olduğu bir karnavalesk düzen koyarak sosyal değişimin ve normların sorgulanmasının yanı sıra mizahın dönüştürücü gücünü de vurgulamaktadır. Karnavalesk düzen, resmiyetin zıddı olarak günlük hayatın monotonluğundan koparak toplumsal sınırları ve tabuları aşan bir alan oluşturmaktadır. Bakhtin, karnavalesk düzenin toplumun alt dünyasını temsil ettiğini ve bu düzenin geleneksel hiyerarşilerin ve normların geçici olarak bozulduğu bir tersine çevirme dönemini yansıttığını iddia etmektedir (Bakhtin, 1984: 10).

Bakhtin'in karnavalesk kuramı, ilk olarak 1965'te yayımlanan *Rabelais ve Dünyası* adlı eserinde detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Bu eserde, grotesk anlatımın toplumsal normları ve tabuları nasıl sorguladığı ve değerleri yeniden yapılandırdığı incelenmektedir. Bakhtin, grotesk anlatımın beden, cinsellik, yemek ve diğer tabuları aşan temalar üzerinden toplumsal değerlerin yıkımını ve yeniden inşasını yansıttığını savunmaktadır (Bakhtin, 1984: 19).

Karnavalesk kuramın günümüzdeki uygulamaları popüler kültür ve medya aracılığıyla giderek daha belirginleşmektedir. Televizyon programları, internet memleri ve sosyal medya platformları karnavalesk düzenin modern yansımalarını taşıyarak geleneksel normları sorgulayan ve güç yapılarını mizah yoluyla eleştiren içerikler üretmektedir. Bu içerikler Bakhtin'in teorisinin günümüz toplumlarındaki geçerliliğini ve etkisini pekiştirmektedir.

Ortaçağ dönemi karnavalları ve özelliklerini içeren karnavalesk kuram; grotesk anlatım, karnaval gülüşü, diyaloji, pazar yeri, pazar yeri dili ve tepetaklak dünya olmak

üzere altı temel boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar, gündelik yaşamın sınırlarını zorlayan ve toplumsal düzenin geçici olarak değiştirilmesine olanak tanıyan bir dönüşüm sürecini tanımlamaktadır. Grotesk anlatım, toplumsal sınırların ötesine geçerek sınırları zorlamaktadır. Karnaval gülüşü, güç yapılarını alaya alan bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Diyaloji, çokseslilik ve farklı bakış açılarının özgür ifadesini teşvik etmektedir. Pazar yeri ve pazar yeri dili, toplumsal değişimin ve ticaretin kesiştiği bir buluşma noktası olarak öne çıkmaktadır. Tepetaklak dünya ise normları ve beklentileri altüst eden bir deneyim sunmaktadır.

Bakhtin'in karnavalesk kuramı toplumsal değişim, mizahın gücü ve normların dönüşümü gibi temaları ele alan zengin bir teorik yaklaşımdır. Karnaval eski düzeni geçici olarak yıkarak, bireylerin alternatif rolleri ve kimlikleri deneyimlemesine olanak tanımaktadır. Ancak söz konusu bu dönüşüm geçicidir ve karnaval sona erdiğinde normatif sosyal düzen yeniden tesis edilmektedir. Geçici dönüşüm süreci toplumların normatif sınırlarını sorgulayan ve toplumsal değişim için zengin bir kaynak sunmaktadır. Karnavalesk kuram, sosyal bilimlerin çeşitli disiplinlerinde kullanılmaya devam ederken güncel popüler kültür ve medya analizlerinde de vazgeçilmez bir araç olarak kabul edilmektedir. Bu kuram, baskıcı ve sıkıcı gündelik düzenin geçici olarak sarsılmasını ve toplumsal dinamiklerin yeniden değerlendirilmesini sağlayan bir araç olarak işlev görmektedir. Karnavalesk kuram, toplumların ve kültürlerin dinamiklerini anlamada ve değişen toplumsal yapıları yorumlamada yardımcı olan, güncel kalmaya devam eden bir teorik çerçeve sağlamaktadır.

3.3.1. Tepetaklak Dünya

Mikhail Bakhtin'in karnaval üzerine yaptığı çalışmalar, toplumların kültürel ve sosyal yapılarını anlama biçini zenginleştirmiştir. Bakhtin karnavalın, katılımcıların kolektif bir etkileşim içinde sınırları aştığı ve kendilerini geleneksel toplumsal rollerin ötesine taşıdığı bir etkinlik olduğunu vurgulamaktadır. Karnaval, bireylerin aktif katılımıyla birlikte ortaya çıkan dinamik bir deneyim sunmaktadır. Söz konusu deneyim bir gösterinin izlenmesinden çok katılımcıların interaktif bir şekilde anlam çıkarmasını içermektedir. Bu süreçte karnaval bir yaşam tarzı olarak tecrübe edilir ve

geleneksel yaşamın sınırları zorlanarak dünyanın alışılmadık yüzü sergilenir (Bakhtin, 2004: 184).

Karnavalın en belirgin özelliklerinden biri tersine çevrilmiş dünya imgesidir. Bu imgeler, tahttan indirme ritüeli gibi pratiklerle somutlaşmaktadır. Ritüeller, ancak karnaval zamanında anlam kazanmaktadır. Karnaval otoritenin zayıfladığı ancak tamamen yıkılmadığı bir dönemi temsil etmektedir. Bu paradoksal durumda, otorite figürleriyle alay etme ve onların yerine geçici figürler koyma ritüelleri gerçekleşmektedir. Kralın soytarıya dönüşmesi, yaşlanma ve değişen düzenin sembolleri olarak görülebilir. Karnaval sona erdiğinde normlar ve düzen geri dönmektedir (Arpacı, 2011: 109).

Karnaval sürecinde yasalar ve kısıtlamalar geçici olarak askıya alınır ve toplumsal hiyerarşi reddedilir. Kilisenin resmi söylemi ve dini ritüeller alaycı bir şekilde parodileştirilerek maddi, bedensel gerçekliklere dönüşür (Hutcheon, 1983: 84). Bu dönüşüm biçimsel ve içeriksel olarak bir mizah ve alay unsuru olarak yaşanmaktadır.

Bakhtin'in analizindeki bu ütopik dünya, karnavalın sona ermesiyle birlikte normale döner ve bireyler gündelik yaşamlarına geri dönerler. Bu geçici dönüşüm, baskıcı ve sıkıcı gündelik düzenin yeniden inşasına yol açmaktadır. Dönüşümün yaşandığı süre boyunca bireyler alternatif düzenin tadını çıkarır ve toplumsal değişim için potansiyel olanakları keşfederler (Kıpçak, 2016: 130).

Sonuç olarak karnaval, toplumsal kuralların ve sınırların askıya alındığı, bireylerin sınırları aşarak alternatif roller ve kimlikler deneyimlediği, kısıtlamaların olmadığı bir zaman dilimidir. Ancak bu deneyim, yalnızca geçici bir özgürlük sunar ve normatif sosyal düzenin yeniden tesis edilmesine kadar sürer. Bu kısır döngü, karnavalın hem toplumsal dinamiklerde yenilikçi bir potansiyel taşıdığını hem de mevcut düzenin dayanıklılığını gösterir. Karnavalın bu çift yönlü doğası, sosyal yapıların esnekliğini ve direncini ortaya koymasının yanı sıra toplumsal değişim için yaratıcı potansiyelleri de açığa çıkarmaktadır.

3.3.2. Grotesk

Grotesk kavramının kökenleri, 16. yüzyıl Roma'sında Nero'nun altın evinin (*Domus Aurea*) kalıntılarının keşfiyle bağlantılıdır. Bu kalıntılardaki duvar resimleri insan, hayvan ve bitki figürlerinin fantastik ve hayal gücü sınırlarını zorlayan bileşimlerini içermektedir. Rönesans dönemi tarihçileri tarafından keşfedilen bu resimler, zamanın ahlaki ve estetik normlarına meydan okuyan, rahatsız edici ve sıradışı kompozisyonları ile dikkat çekmiştir. Bu figürler, grotesk olarak adlandırılan sanatsal bir tarzın doğuşuna öncülük etmiştir (Ünlüaycıl, 2003: 69). Grotesk, zaman içerisinde edebiyat, görsel sanatlar ve performans sanatları gibi çok farklı disiplinlerde kullanılmış ve evrim geçirerek çeşitlenmiştir.

Mikhail Bakhtin'in grotesk kavramına yaklaşımı özellikle karnaval ve karnavalesk kuramını tartışırken önem kazanmaktadır. Bakhtin, karnaval atmosferinde bireylerin özgürleştiği ve bu özgürlüğün bedenler üzerinde grotesk bir dönüşüme yol açtığına işaret etmektedir. Karnaval sırasında bireyler kendi bedenleri üzerinde sınırsız bir yaratıcılıkla oynayabilir. Böylece sosyal statüleri ve kimlikleri alay konusu yaparak eğlenceye dönüştürebilirler (Gürses, 2016: 373). Bakhtin'in analizi, karnavalın sadece bir eğlence biçimi olmadığını aynı zamanda sosyal yapının yeniden inşası için bir araç olduğunu öne sürmektedir.

Grotesk, insan anatomisinin karnavalesk bir biçimde yeniden düzenlenmesini de ifade etmektedir. Söz konusu yeniden düzenleme insan organlarının, uzuvlarının serbestçe yer değiştirdiği, çoğaldığı, kesildiği ve hayal gücüyle yeni formlar oluşturduğu anlamına gelmektedir. Bakhtin, grotesk biçimlenmelerin karnavalın kolektif ruhunu ve toplumsal hiyerarşilerin geçici olarak askıya alındığı bir dünyayı yansıttığını belirtmektedir (Nas, 2013: 10).

Bedenin simgesel parçalanışı ve yeniden kuruluşu, karnavalın yaşamı nasıl ters yüz edebildiğini ve ölüm ile yaşam arasındaki sınırları nasıl bulanıklaştırabildiğini göstermektedir. Karnavalesk beden, bireysellikten ziyade kolektif bir yaşamın ve toplumsal bedenin temsilcisi olarak işlev görmektedir (Mallı, 2013: 54). Karnavalın karanlık yönleri, grotesk figürlerin ve temaların kullanımıyla vurgulanmıştır. Bu

temalar karnaval sırasında halkın korkularıyla oynamasını ve onları yeniden yorumlamasını sağlamaktadır (Bakhtin, 2001: 111).

Grotesk, yüce olanın aşağılanmasında ve dünyevileştirilmesinde somut bir rol oynamaktadır. Grotesk, sosyal düzenin ve otoritenin sorgulandığı alaycı bir eleştirinin yapıldığı bir araç olarak işlev görmektedir (Özkurt, 2018: 193). Modern toplumda grotesk, bastırılmış toplumsal gerçeklikleri ve otoriter düzenle dalga geçen bir eleştiri biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Hiyerarşilerin ve mevcut sistemlerin olmadığı, yaşam koşullarının eşitlendiği bir zeminde ortaya çıkan grotesk sahneler, toplumsal eşitliğin ve özgürlüğün potansiyelini gözler önüne sermektedir (Sarı, 2020: 234).

Grotesk, toplumsal eleştirinin ve kolektif hayal gücünün bir ifadesi olarak karnavalesk bir dünya düzeninde yaşamın ve ölümün, yüceliğin ve gündelik yaşamın, otoritenin ve başkaldırının sürekli etkileşim halinde olduğu bir sahneye dönüşür. Karnaval, bu geçici ama güçlü dönüşüm aracılığıyla günlük yaşamın sınırlarını aşar ve toplumun en derin arzularının ve korkularının ifadesine olanak tanımaktadır.

3.3.3. Karnaval Gülüşü

Mikhail Bakhtin'in karnaval teorisinin merkezinde toplumsal normlar ve hiyerarşileri sorgulayan bir güldürü anlayışı bulunmaktadır. Bu güldürü, karnavalın özgün ve ayırt edici özelliği olarak kabul edilmektedir (Mallı, 2013: 43). Gülme, karnaval sırasında sosyal normların ve yasakların geçici olarak askıya alındığı bir özgürlük alanı oluşturmaktadır. Bakhtin'e göre bu gülme biçimi, evrensel bir ifade bularak karnavalın temel unsurlarından biri haline gelmektedir (Mallı, 2013: 65).

Karnavalın gülme pratiği günlük yaşamın bastırılmış ifade biçimlerine alan açmaktadır. Kişilerin gülme maskeleri, bireyin gerçek duygularını ve dürtülerini saklama amacı taşıyan bir kaçış aracı olarak hizmet etmektedir (Uygun ve Akbulut, 2018: 78). Maskenin arkasına saklanan birey, karnavalın sağladığı psikolojik rahatlama ile özgürce ifade edilebilen ve gülme eylemiyle pekiştirilen bir anonimlik kazanmaktadır. Böylece karnaval, iki yüzlülüğünü açığa çıkararak gündelik yaşamda yapılmayan davranışları meşru kılmaktadır.

Gülme anlayışı, sosyal ve etnik farklılıkları geçici olarak ortadan kaldırarak insanlar arasındaki eşitsizlikleri bir kenara bırakmaktadır. Bakhtin'in iddiasına göre gülme, otoriter düzene ve normlara karşı bir direniş biçimi olarak bastırılmış gerçeklikleri açığa çıkarmaktadır (Cesur, 2019: 283). Karnaval gülüşü, etnik kökenler ve kültürler arasındaki ayrımı silerek bireyleri birleştiren evrensel bir dil oluşturmaktadır.

Deliler Bayramı ve Eşek Bayramı gibi geleneksel halk bayramlarının mizahi ritüelleri, zamanla yasal bir meşruiyet kazanarak karnavalın yalnızca belirli bir mekânla sınırlı kalmadığını ve günlük yaşamın diğer alanlarına da yayıldığını göstermektedir (Arpacı, 2011: 89). Mizahi ritüeller, iktidar yapılarını ve toplumsal kurumları alaya alarak halkın otoriteye karşı güç kazandığına işaret etmektedir.

Bakhtin'in vurguladığı üzere karnaval, eleştirel bir platform olarak işlev görmektedir. Karnaval süresince gülme, bir eğlence aracından daha çok dönüştürücü ve eleştirel bir eyleme dönüşmektedir (Kıpçak, 2016: 120-121). Karnaval katılımcıları, gündelik yaşamın ciddiyetini geride bırakarak eleştirel düşünmeye teşvik edilir ve toplumsal yapıyı ve kendilerini yöneten kurumları sorgularlar.

Sonuç olarak Bakhtin'in karnaval anlayışı, gülme üzerinden toplumsal düzeni sarsan ve bireylerin özgürleşmesine olanak tanıyan bir yaşam biçimi olarak ortaya çıkmaktadır. Gülme, bireyleri kısıtlayan toplumsal sınırların ötesine geçmeye, yaşamın yıkıcı ve şifalandırıcı gücünü deneyimlemeye teşvik etmektedir. Böylece gülme eylemi toplumsal yenilenme ve dönüşümün temel taşı haline gelmektedir.

3.3.4. Diyalojizm

Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramında diyalojizm, günlük yaşamın dilinin ve iletişim tarzının dönüşümünü inceleyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bakhtin, dilin ve iletişimin karnaval döneminde nasıl bir dönüşüme uğradığını, bu dönemdeki diyalojik yapının niteliklerini ve dilin çokseslilığini vurgulayan bir çerçeve sunmaktadır. Bu çerçeve, Sokratik diyaloğun da temelini oluşturan özgür ve yaratıcı iletişim alanının anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Kıpçak, 2016: 125).

Diyalojizm, Bakhtin'in düşüncesinde farklı seslerin ve perspektiflerin serbestçe ifade edilmesine ve bu farklılıklar arasında bir tartışma ortamının oluşturulmasına dayanan bir iletişim biçimidir. Bu çokseslilik, monologa karşıt olarak farklı seslerin ve düşüncelerin birbirleriyle etkileşime girmesi ve bu etkileşimin zengin bir diyalog ortamı oluşturmasıdır. Diyalog ortamı sonucu ortaya çıkan etkileşim, bireysel seslerin aynılığı yerine seslerin ve düşüncelerin bir araya gelerek dinamik bir uyum oluşturduğu bir süreci yansıtmaktadır (Kıpçak, 2016: 126).

Bakhtin'in diyalojik perspektifi, karnaval dönemi öncesi ve sonrasında insanlar arasındaki iletişim biçimlerinin karnavalın özgür ruhunu yansıtan çok dilli ve çok sesli bir yapıya dönüşmesini incelemektedir. Karnaval sırasında baskın kültürel ve dilbilimsel yapılar geçici olarak dağılır ve yerlerini çok daha serbest ve deneysel ifade formlarına bırakır. Bu süreçte bireyler karnavalesk bir özgürlük ile kendilerini ifade ederler. Bireylerin ifade tarzları genellikle tasarlanmış ya da önceden belirlenmiş olmaktan ziyade anın ruhundan doğar ve topluluk tarafından kolektif olarak üretilmektedir.

Karnaval dönemindeki bu iletişim biçimi, sınırları zorlayan ve geleneksel otorite yapılarına meydan okuyan bir nitelik taşımaktadır. Bu dönemde sosyal hiyerarşilerin ve normların geçici olarak askıya alınması, bireylerin kendi içlerinde ve birbirleriyle gerçekleştirdikleri iletişimde daha demokratik ve eşitlikçi bir yapı oluşturmasına olanak tanımaktadır. Bu yapı, Bakhtin'in *The Dialogic Imagination* (1981) adlı eserinde detaylandırdığı gibi farklı dil ve kültürlerin bir arada var olabildiği, birbirleriyle çatıştıkları ve uyum içinde işledikleri bir diyalojik alanı ifade etmektedir (Bakhtin, 1981).

Karnaval dönemindeki diyalojik iletişim aynı zamanda bireylerin sosyal rollerini ve kimliklerini yeniden inşa etmelerine, günlük yaşamın kısıtlamalarından kurtulmalarına ve sosyal düzenin statükosunu sorgulamalarına yardımcı olan bir platform olarak yer almaktadır. Bu dönemde alay ve hiciv, otoriter düzenlere karşı güçlü bir eleştirel dil oluşturur. Eleştirel dil, bireylerin toplumsal ve politik gerçeklikleri eleştirel bir gözle değerlendirmelerine ve onları yeniden hayal etmelerine imkân tanımaktadır.

Sonuç olarak Bakhtin'in diyalojizm anlayışı, karnaval dönemindeki iletişim biçimlerinin çeşitliliğini ve zenginliğini ortaya koymaktadır. Bakhtin bu dönemin, bireylerin toplumsal sınırları aşarak daha özgür ve yaratıcı bir şekilde ifade edilmesine olanak tanıyan bir dönem olduğunu belirtmektedir. Diyalojik süreç, toplumun daha geniş bir anlamda kültürel ve sosyal dinamiklerini anlamamıza ve sosyal değişim süreçlerini değerlendirmemize yardımcı olmaktadır.

3.3.5. Pazar Meydanı

Erken modern Avrupa'da karnavallar, toplumsal hayatın hem kültürel hem de ekonomik yönlerini canlandıran önemli etkinlikler olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönemde karnavallar, sadece toplumsal eğlence ve kutlamaların merkezi olmakla kalmamış aynı zamanda ticaretin de canlanmasına zemin hazırlayan pazar meydanlarına ev sahipliği yapmıştır. Pazar meydanları, tüccar ve satıcılar için mallarını sergileyebilecekleri ve çığırtkanlar için mal ve hizmetlerini ilan edebilecekleri canlı bir alan haline gelmiştir. Bu mekânlar, geniş ürün yelpazesinin sunulduğu ve karnaval atmosferindeki bayram havasına benzer bir ticari faaliyetin yaşandığı alanlar olarak yer almıştır (Kıpçak, 2016: 130-132).

Pazar meydanları, karnavallar sırasında ticaretin merkezi olmakla kalmayarak kapitalizmin ilk dönemlerinin gelişimine katkı sağlayan bir platform oluşturmuştur. Bu alanlar bireysel etkileşimin yanı sıra mal ve hizmet alışverişinin de gerçekleştiği dinamik mekânlar olarak dikkat çekmektedir. Pazar meydanlarının bu dinamizmi, çığırtkanların yüksek sesle yapmış olduğu duyurularla pekiştirilir. Böylece karnaval zamanındaki kalabalıklar, bu ortamı bir reklam ve pazarlama platformuna dönüştürürler. Pazar meydanları, sadece ekonomik etkinliklerin değil aynı zamanda reklam stratejilerinin ve karnavalesk mizahın da uygulandığı bir alana dönüşmektedir.

Pazar meydanlarındaki bu etkinliklerin yasal bir çerçeveye oturtulması ise o dönemde kilise ve devlet gibi otoriter yapıların bu popüler kültürel pratiklere uyum sağlaması veya onlara direnmesi şeklinde değişkenlik göstermiştir. Gülme ve kutlamalar gibi etkinliklerin belirli bayram günlerine izin verilmesi; yılın diğer günlerinde ise bu tür etkinliklere sınırlamalar getirilmesi karnavalın özgür ruhunu yansıtan bir çelişki olarak karşımıza çıkmaktadır (Bakhtin, 2001: 110).

Karnavalın kalbindeki pazar meydanları aynı zamanda iletişim, performans ve yaratıcılığın canlandığı alanlar olmuştur. Dans ve diğer gösteri sanatları, toplumsal kimliğin ve aidiyetin pekiştirilmesinde kritik bir rol üstlenerek karnavalesk yaşam tarzını ve ritüelleri vurgulamıştır. Bu etkinlikler, toplulukları birleştiren ve bireyler arasında sosyal bağları güçlendiren ritüeller olarak işlev görmüşlerdir (Taranç ve Berber, 2018: 114).

Pazar meydanları karnaval ruhunu yansıtan ve bu ruhu günlük ticari etkinliklere taşıyan birer çarşı olarak önemini korumuştur. Bu etkinlikler, toplumsal sınırları ve yasal kısıtlamaları aşan bir özgürlük ve canlılık hissi oluşturmuştur. Karnavalın eğlenceli ve serbest doğası ile kapitalist ekonominin erken dönemlerindeki ticari dinamikleri birleştirilmiştir. Karnaval mekânları bu şekilde hem kültürel hem de ekonomik anlamda toplumsal hayatın zenginleşmesine katkı sağlayan çok yönlü işlev gören alanlar olarak tarihe geçmiştir.

3.3.6. Pazar Meydanı Dili

Toplumlar, iletişim pratiklerinde yenilikçi yöntemler ararken karnaval atmosferi içerisinde özgün dil formları oluşturmaktadır. Karnavallar, insanların doğal ve spontane bir şekilde kısaltmalar, takma adlar ve alaycı ifadeler ürettiği bir dili doğurur. Karnavalın kendine has bu iletişim biçimi, evrensel bir fenomen olarak kabul edilen argo terimlerin ortaya çıkışını ve yayılmasını hızlandırmaktadır. Bu süreçte her birey bu yeni dil yapısına adapte olmak zorunda kalır. Ortaya çıkan özgür ifade ise dogmatik sınırların ötesinde bir iletişim kanalı oluşturur (Uygun ve Akbulut, 2018: 78).

Pazar meydanlarında toplanan halk, günlük yaşamlarını zorlaştıran ve onları cezalandıran iktidar yapılarına karşı yüksek sesle protesto ve hakaretler savurur. Bu meydanlar, özellikle dini figürlerin ve kutsal simgelerin alay konusu yapıldığı bir hakaret arenası haline gelmiştir. Bu tür hakaretler yalnızca dini otoriteyi değil toplumun ahlaki sınırlarını da zorlamaktadır. Hakaret ve mizah; doğanın, ölümün ve doğumun sınırlarını test eden ve gelecekteki umutları simgeleyen ritüellerle harmanlanır (Arpacı, 2011: 101-104).

Karnaval dili, dünyanın dört bir yanından gelen farklı görüşlerin ve kültürlerin bir araya geldiği bir iletişim modeli olarak öne çıkmaktadır. Bu dil, dayanışma ve özgürleşme duygusunu ifade eder ve katılımcılar arasındaki samimi iletişimi destekler (Grübel, 2015: 223). Küfürler, argo terimler ve taşlamalarla zenginleştirilmiş samimi karnaval iletişim dili, hiyerarşiye ve baskılara karşı direnç gösteren bir yapıya sahiptir.

Karnaval, zamanla küresel eğlence anlayışının bir simgesi haline gelmiştir ve bu özellikleri nedeniyle karnavalesk nitelik kazanmıştır. Karnavalesk pazar dili, geçici özgürlük alanları yaratır ve sonu gelmez bir haz sunar. Sonucu olarak ise pazar dili, popüler kültürün gelişimine katkıda bulunur. Yeni medya araçları, bu popüler kültürün yayılmasında hızlı ve etkili bir rol oynamaktadır. Geleneksel medyanın yerini alan bu yeni araçlar, karnavalesk iletişimin dijital bir boyuta taşınmasını sağlamaktadır (Uygun ve Akbulut, 2018: 79). Böylece fiziksel karnavallar, dijital ortamlarda yeniden şekillenen ve yaşanan dijital karnavallara evrilmektedir.

Sonuç olarak karnavalın sağladığı bu özgün iletişim formu sınırları zorlayan bir toplumsal diyalog oluşturur. Karnaval, bireylerin kendilerini daha özgür bir biçimde ifade etmelerine olanak tanımaktadır. Ortaya çıkan iletişim biçimi toplumun alt katmanlarından gelen seslerin yukarıya doğru yayılmasını sağlayan bir megafon işlevi görür. Böylece karnaval dili, tarihsel ve kültürel bir dönüşümün taşıyıcısı olur.

3.4. Dijital Medyanın Karnavallaşması

İnternetin insan hayatına entegrasyonu, geleneksel kitle iletişim araçları olan gazete, radyo, dergi, sinema ve televizyon gibi medya ortamlarında önemli yeniliklerin ve değişimlerin meydana gelmesine sebep olmuştur. İnternetin sunduğu yeni iletişim ortamları, yeni medya kavramının doğuşunu tetiklemiştir. Ortaya çıkan yeni medya anlayışı, kullanıcıların zamandan ve mekândan bağımsız olarak etkileşime girebildikleri, içerik üretebildikleri ve paylaşabildikleri dijital bir iletişim ortamı olarak tanımlanmaktadır. Bu ortam, geleneksel medya araçlarına kıyasla kullanıcılara daha fazla özgürlük ve aktif katılım imkânı sunmaktadır.

Yeni medya araçları ve ortamları, sosyal paylaşım ağlarından çevrimiçi devasa katılımlı oyunlara, internet sitelerinden haber sitelerine, bloglardan wikilere, web tabanlı televizyon ve radyolara, dijital gazete ve dergilere, video paylaşım sitelerine kadar uzanan geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. 21. yüzyılda yeni medyanın etkisiyle ortaya çıkan yeni iletişim ortamları özellikle izleyici ve medya arasındaki ilişkide önemli değişikliklere yol açmıştır. Anadolu (2020: 5077-5078) ve Bat ve Kayacan (2016: 21) tarafından yapılan araştırmalar, yeni medyanın, izleyicilerin kendi istedikleri içeriklere erişimini kolaylaştırdığını ifade etmektedir. Araştırmalar, kullanıcıların bu sanal gerçeklikte daha fazla zaman geçirdiklerini ve gerçek yaşam ihtiyaçlarını sanal ortamda karşılamaya yönelik eğilimleri nedeniyle, sanal gerçeklik içinde adeta yeni bir dünya inşa ederek yaşadıklarını ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda yeni medya, geleneksel medyaya kıyasla insanların daha katılımcı, özgür, üretken ve iletişim sürecinde aktif bireyler olmasını sağlamaktadır. Yeni medya, fiziksel varlığın yanı sıra sanal bir karakter veya varlık oluşturabilme, topluluklar kurma, bir amaç uğruna hareket etme, eğlenceli içerikler sunma ve kendine özgü bir dil geliştirme imkânları tanımaktadır. Kıpçak (2016: 141) tarafından yapılan analizde, yeni medyanın sahip olduğu bu özelliklerin Mikhail Bakhtin'in karnavaldan esinlenerek oluşturduğu karnavalesk kuram ile önemli ölçüde benzerlik taşıdığı belirtilmektedir. Karnavallar, tarih boyunca toplumsal düzeni geçici olarak tersine çeviren, genellikle bastırılmış ve gizlenen unsurların ifade edilmesine olanak tanıyan etkinlikler olarak tanınmaktadır. Geleneksel olarak sınırlandırılmış mekânlarda ve zamanlarda gerçekleşen karnavallar, gündelik hayatta kurulamayan iletişim, diyalog ve samimiyeti sağlama fırsatı sunmaktadır. Karnaval, katılımcıları özgürleştirmekte, dönüştürmekte ve yenilemektedir.

Yeni medya, karnavalın özelliklerini dijital ortama taşıyarak fiziksel dünyanın ötesinde siber uzayda var olan bir karnavalesk yapı sunmaktadır. Tekrin (2014: 8-9) tarafından tanımlanan dijital karnaval, sadece belirli günlerle veya fiziksel mekânlarla sınırlı olmayan, sürekli ve geniş bir etkileşim alanı sağlamaktadır. Dijital karnaval, karnavalın geleneksel unsurlarını siber uzaya taşıyarak günlük yaşamla iç içe geçen ve kullanıcılara sürekli bir etkileşim ve ifade özgürlüğü sunan bir yapıya dönüşmektedir. Böylece Bakhtin'in karnavalesk kavramı, dijital ortamda yeni bir hayat bularak günlük

yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Dijital karnaval, yeni medyanın çeşitli ortamlarında karnavalesk kuramın ilkeleri doğrultusunda farklı biçimlerde gerçekleşirek kullanıcılara geniş bir ifade özgürlüğü ve etkileşim alanı sunmaktadır.

Sonuç olarak yeni medya ve dijital karnaval, geleneksel medya anlayışını dönüştürerek, kullanıcılara daha geniş bir ifade özgürlüğü ve etkileşim alanı sunmaktadır. Bu yeni medya ortamları modern toplumların kültürel ve sosyal dinamiklerini anlamada ve iletişim süreçlerinde yeni bir boyut açmada önemli bir rol oynamaktadır.

İnternetin günlük hayatta temel unsurlardan bir olgu haline gelmesiyle beraber geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra medya ortamlarında da önemli yenilikler ve değişimler meydana gelmiştir. Tekrin (2014: 4) tarafından belirtildiği üzere dijital karnaval alanı, resmi ve hiyerarşik olmayan yapısı ve günlük hayatın düzenlemelerinden farklı olması bakımından karnavalın ikinci dünyasına benzetilmektedir. Özellikle yeni medya ortamlarının esnek ve anonim yapısı, bu duruma imkân tanımaktadır. Günümüzde yeni medya aracılığıyla tıpkı karnavallarda olduğu gibi krallar yerilirken, soytarılar kral ilan edilmektedir. Cesur (2019: 285) bu durumun yılın belli bir dönemine değil her gününe ve hatta her saatine yayılmış olmasını vurgulamaktadır. Bu yapı, karnavalesk kuramın tepetaklak dünya unsuruyla birebir örtüşmektedir.

Yeni medya ortamlarından olan sosyal paylaşım ağları başta olmak üzere medya ortamlarında insanlar, kendi ülkelerinin veya başka ülkelerin yönetim erklerini eleştiren, alay eden, onların yok olmasını veya görevlerinden ayrılmalarını isteyen içerikler üretebilmekte ve bu içerikleri bireysel veya topluluk bazında paylaşabilmektedirler. Instagram'da bir başbakanı aşağılayan karikatürler, Twitter'da bir ülkenin liderini küçük düşüren tweetler veya video paylaşım sitelerine yüklenen aşağılayıcı videolar var olan düzeni ters yüz etme arzusunu göstermektedir. Bu durum, karnavalesk kuramın tepetaklak dünya boyutuyla örtüşmektedir. Bu tür eylemler, fiziksel karnavallardaki temsili gösterilerde kralın devrilmesi gibi dijital ortamda da vuku bulmaktadır. Fakat bu durum sayısız dijital ortamda devasa sayıda insan tarafından ve zaman sınırlaması olmaksızın gerçekleştirilen bir harekettir.

Dijital karnavalın yeni medyada gerçekleşmesi, fiziki karnaval gibi belirli bir fiziksel alana (pazar yeri, stadyum, konser salonu, meydan vb.) ihtiyaç duymamaktadır. Tarihsel olarak bu tür olaylar için her zaman belirli bir yer ve zaman aralığı olmuştur. Dijital karnavalda bu zaman sınırları ve belirli konumlar hükmünü yitirmektedir (Tekrin, 2014: 12-13). Dijital karnaval, sürekli olarak gerçekleşmekte ve katılım kararı kişiye aittir. Karnavalın belirli bir zaman aralığına veya mekâna bağlı olmaması, günlük yaşamın bir parçası haline getirmektedir. Yeni medya olarak nitelendirilen dijital medyada gerçekleşen dijital karnavala her zaman ve her yerde katılmak mümkündür. Bu bağlamda dijital karnavalın ikinci dünyası resmi yaşamı da alt üst ederek ortaçağ karnavalının ikinci dünyasında olduğu gibi resmi olmayan bir forma dönüşmektedir.

Bilgisayar oyunları, sanal gerçeklik ortamları, Facebook, Instagram, Twitter(X), YouTube, TikTok gibi sosyal paylaşım ağları ve e-gruplar artık dijital pazar yeri olarak işlev görmektedir. Yeni medyanın bu özelliği karnavalesk kuramın pazar yeri unsuruyla örtüşmektedir. Karnavalesk kuramdaki pazar yeri dili yeni medya ile örtüşen en uyumlu boyuttur. Fiziksel karnavallarda gündelik hayattan ve dilden sıyrılarak küfürlü, hakaret içerikli, aşağılayıcı ve argo konuşmalar yapan insanlar; dijital medya platformlarında da benzer bir özgürlük ve sınırsızlıkla bu eylemleri gerçekleştirebilmektedir. Özellikle forumlar, bloglar ve Twitter(X) gibi yazı odaklı platformlarda, kullanıcılar normal hayatlarında sergilemedikleri bir şekle bürünerek özgür ve argo odaklı bir dil geliştirmişlerdir. Bu ortamlarda insanlar gerçek karnavallarda olduğu gibi özgür ve fütursuzca ifadelerini kullanmaktadırlar. Bu bağlamda yeni medyadaki dijital dil, karnavalesk kuramın pazar yeri dili ile benzer özellikler göstermektedir.

Yeni medya, modern insanın ihtiyaç duyduğu karnavalesk ruh haline erişim ve günlük hayatın monotonluğundan demokratik bir kaçış yolu sunma açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda Uçak'ın (2017: 95) belirttiği gibi, yeni medya ortamlarında tabuların ve hiyerarşinin yok oluşu, görgü kurallarının gevşemesi ve sınırlamaların ortadan kalkması göze çarpmaktadır. Özellikle karnavalın bedensel dokunuşunun yarattığı aidiyet hissi, yeni medyada beden tahribi, abartılı giysiler, karşı cinsin kılığına girme, aşırı makyaj ve kullanılan takılar gibi unsurlarla kendini

göstermektedir. Bu durum, fiziki karnavalın özelliklerinin dijital dünyaya taşındığının bir göstergesidir.

Yeni medya ortamları özellikle podcastler, IP TV yayınları, video ve fotoğraf paylaşım siteleri, sosyal paylaşım ağları, interaktif televizyon ve fotoğraf uygulamalarında insanların yarattıkları yeni bedenlerle kendi varlıklarına ve otorite ile geleneksel yaşam tarzına karşı bir başkaldırı ve yenilenme eylemi gerçekleştirmelerine olanak tanımaktadır. Bu grotesk unsurlar normal, sıradan ve gerçek hayatın bedenlerini parçalayarak; arzu edilen, gayri ciddi ve sıradışı görünümlere kavuşturur. Bu anlamda grotesk yapı, hem fiziki karnavalda hem de yeni medyada kendine yer bulmaktadır.

Sanal dünyada insanlar ikinci bir dünya oluşturmakta, sanal topluluklar kurmakta ve sanal karnavallarda bir araya gelmektedirler. Gerçek yaşamdan kaçışın ve hayal edilen dünyaya erişimin bir ifadesi olan bu ikinci dünyada insanlar istedikleri kimliğe ve forma bürünebilirler. Online oyunlar, bu sürecin en önemli örneklerinden birini teşkil etmektedir. Online oyun ortamlarında insanlar eğlenmek, topluluk oluşturmak, savaşmak ve başarıya ulaşmak gibi amaçlarla kendi görünümlerini diledikleri forma dönüştürebilirler.

Yeni medyanın gerçekliğini ve geçiciliğini sorgulamadan kabul etme eğilimi mizahi bir dil ve yaklaşımla yaratılan komik olaylardan beslenir. Uçak (2017: 94) tarafından vurgulandığı üzere dijital kitlenin komik olmayı tercih etmesi, yeni medyanın en sansasyonel, kabul gören ve tercih edilen niteliklerinden biridir. Karnavalesk kuramın karnaval gülüşü kavramı, yeni medya ortamlarında gerçekleşen eğlence ve gülme ile örtüşmektedir. Tıpkı fiziksel karnavallarda olduğu gibi dijital karnavalda gerçekleşen gülme, egemen kültüre ve yöneten kesime karşı bir tavır ve başkaldırı anlamına gelmektedir.

Karnavalesk kuramın diyalojik unsuru da yeni medya ortamına tam olarak uyum sağlamaktadır. Sanal topluluklar, forumlar, e-gruplar, anlık mesajlaşma ortamları, sosyal paylaşım ağları, e-gazete ve e-dergiler, internet radyoları ve bilgisayar oyunları gibi yeni medya ortamlarında kullanılan dil ortak ve çoksesli bir

yapıya işaret etmektedir. Kullanılan bu dil, sanal ortamın ruhuna uygun olarak özgür ve çoksesli bir biçimde konuşulmaktadır.

Yeni medyada gerçekleşen tüm bu karnavalesk unsurlar birçok dijital platformda farklı biçimlerde hayat bulmaktadır. Özellikle sosyal paylaşım ağları sahip olduğu özelliklerle dijital bir karnaval olarak varlık göstermektedir. Sosyal paylaşım ağları, kullanıcıların karnavalesk unsurları farklı şekillerde yaşamasına ve ifade etmesine olanak tanıyan bir platform olarak işlev görmektedir. Bu şekilde sosyal medya özelinde dijital medya, modern insanın karnavalesk ruh halini karşılayan ve günlük hayatın monotonluğundan bir kaçış yolu olarak hizmet etmektedir.

3.5. Karnavalesk Bir Alan Olarak Sosyal Medya

Karnaval ve karnavalesk gelenekler, postmodern kültürel teorinin anahtar kavramlarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu kavramlar, toplumsal normlara ve hiyerarşilere meydan okuyan geçici bir düzen bozucu olarak işlev gören tarihsel pratiklerdir. Bakhtin'in *Rabelais and His World* adlı eserinde (1965) derinlemesine incelenen karnavalesk kavramı, günlük yaşamın resmiyetini ve otoritesini alaya alan bir kutlama biçimi olarak tanımlanır. Bu bağlamda karnaval; bastırılmış unsurları ifade etme, geleneksel hiyerarşiyi tersine çevirme ve alaycı mizah anlayışı ile toplumsal eleştiriyi birleştirme özelliği göstermektedir. Karnavalesk böylece bir toplumsal dönüşüm aracı olarak işlev görmektedir.

20. yüzyılın sonlarına doğru internetin yaygınlaşmasıyla birlikte karnavalesk anlayışı dijital ortamda yeni bir boyut kazanmıştır. Bu dönemde Boyd ve Ellison tarafından detaylıca incelenen sosyal medya platformları, bireylerin kamusal veya yarı-kamusal profiller oluşturabildiği, diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunabildiği ve yabancılarla tanışma fırsatı bulduğu ortamlar olarak tanımlanır (2007: 211). Bu platformlar karnavalın sunduğu özgürlük ve dönüşüm anlayışını dijital dünyada yeniden canlandırır. Böylece sosyal medya, çağdaş bir karnavalesk mekân haline gelmiştir.

Sosyal medya farklı kültürel, dilsel ve inançsal arka planlardan gelen insanları bir araya getirerek karnavalesk bir diyalojik alan oluşturmaktadır. Dijital karnavallar kullanıcılarına kısıtlamaların olmadığı, resmi kültürün normlarından bağımsız bir iletişim ortamı sağlayarak bireysel ifade özgürlüğüne geniş imkânlar sunmaktadır. Facebook, Instagram, TikTok gibi platformlar milyonlarca insanı bir araya getirerek günlük rutinlerin parçası haline gelmiş ve yeni bir kültürel olgu oluşturmuştur. Bu sosyal medya platformları, teknolojik kolaylıklar ve geniş ilgi alanları sayesinde kullanıcıların ilgi alanlarını, politik görüşlerini ve aktivitelerini paylaşmalarına imkân tanımaktadır.

Dijital ortam, ortaçağ karnavallarının sunduğu ikinci hayat imkânını çağdaş bir bağlamda sunmaktadır. Sosyal paylaşım ağları, kullanıcılarına zamansal ve mekânsal sınırlamalar olmaksızın etkileşimde bulunma fırsatı vermektedir. Bu platformlar sayesinde resmi kültürün baskılarından bağımsız, özgür ve katılımcı bir iletişim ortamı oluşmaktadır. Sosyal medyanın bu karnavalesk nitelikleri insanların farklı kimliklerle ifade bulmalarına, dönüşümler yaşamalarına ve çeşitli kültürel ve sosyal deneyimler kazanmalarına olanak tanımaktadır.

Sonuç olarak karnavalesk gelenek ve sosyal medya platformları arasındaki benzerlikler, modern toplumların iletişim ve etkileşim biçimlerini anlamada kritik bir rol oynamaktadır. Karnaval ve sosyal medya toplumsal sınırları aşan, özgürlükçü ve dönüştürücü etkileşim alanları olarak hem tarihsel hem de çağdaş anlamda önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda karnavalesk anlayış, günümüz dijital dünyasında hala geçerli ve etkili bir metafor olarak kalmaya devam etmektedir. Bu özgürlükçü ve dönüştürücü etkileşim sosyal medyanın temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilebilir. Karnavalın toplumsal eleştiri ve mizah anlayışı dijital medyanın da temel unsurlarından biri haline gelmiştir. Bu açıdan karnavalesk ve dijital medya arasındaki paralellikler, modern toplumların sosyal ve kültürel dinamiklerini anlamak için önemli bir araçtır. Karnavalesk geleneklerin dijital medya ortamında nasıl yeniden canlandığı, bu ortamın bireylerin ifade özgürlüğü hakkını ve toplumsal etkileşimini nasıl etkilediği gelecek çalışmalar için zengin bir araştırma alanı sunmaktadır.

Sosyal ağların 21. yüzyılın bir buluşu olarak algılanması, bu alanın erken dönem gelişmelerini göz ardı etmek anlamına gelmektedir. Aslında sosyal ağların kökenleri dijital iletişimin ilk günlerine, özellikle de 1980'lerde ortaya çıkan Elektronik Bülten Panolarına (Electronic Bulletin Boards - EBB) dayanmaktadır. Bu sistemler coğrafi olarak sınırlı olmalarına rağmen kullanıcıların bilgi alışverişi yapmaları ve tartışmalara katılmaları için ilk adımları temsil etmektedir. Bu tür erken çevrimiçi topluluklar daha sonra CompuServe gibi hizmetlerle evrimleşmiştir. CompuServe platformu 1970'lerde iş dünyası için kurulmuş bir bilgisayar tabanlı iletişim sistemiydi ve zaman içinde geniş bir kullanıcı kitlesine hitap etmeye başladı.

İnternet sağlayıcıları tarafından 1990'larda geliştirilen platformlar, kullanıcıların interaktif olarak etkileşimde bulunabilecekleri yeni sitelerin doğuşunu işaret etmiştir. Sixdegrees.com, 1997'de kullanıma sunulan ve kullanıcılara profil oluşturma, arkadaş listeleme ve mesaj gönderme imkânı sağlayan ilk dikkat çekici sosyal ağ olarak kabul edilmektedir. Sixdegrees.com'un kapanışı (2000), sosyal medya tarihinin başlangıcı olarak görülmektedir. Bu kapanışın ardından LiveJournal (1999), Friendster (2002), MySpace (2003), Facebook (2004) ve Twitter (2006) gibi platformlar ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler dijital medya tarihinde sosyal ağların evriminin ve genişlemesinin bir parçası olarak yer almaktadır (Lusted, 2011).

İnternetin ortaya çıkışıyla birlikte siber uzay giderek daha anarşist, oyunbaz ve karnavalesk bir karakter kazanmaya başlamıştır. Siber uzay, bedensel varlığın yokluğunda radikal bir varoluş biçimi olarak belirsiz bir alan haline gelmiştir. Bu yeni ve kültürel olarak henüz keşfedilmemiş alan, karnaval zamanlarında giyilen sıra dışı kıyafetlerin ardına gizlenme geleneği ile benzerlik göstermektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların kimliklerini gizlemelerine ve dönüştürmelerine olanak tanıyarak karnavalesk özellikler sergilemektedir. Nicknameler veya rumuzlar çevrimiçi ortamda maske işlevi görmektedir.

Brenda Danet'in çalışmaları, dijital ortamlarda nicknamelerin ve görsel imajların yeni kimliklerin oluşturulmasında nasıl kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Danet, 2001: 32). Kullanıcılar, bu yeni kimlikleri özenle seçtikleri nickname ve görsel imajlar aracılığıyla inşa etmektedir. Bu süreç kullanıcıların dijital

ortamda kendilerini ifade etme biçimlerini yansıtmaktadır. Bir sanatçının sahne adı seçmesi gibi, kullanıcılar da bu dijital alışveriş ortamında kendilerini sahneye koymakta ve bir çeşit performans sergilemektedir. Seargeant ve Tagg bu sürecin gerçek kimliklerin arka plana itilmesine ve yeni hayali kimliklerin öne çıkmasına olanak tanıdığını belirtirler (2014: 45).

Hegemonya, Marksist teorinin temel düşüncelerinden biridir ve yeni medyanın yapılanması bu kavramın bir yansıması olarak görülmektedir. Yeni medya teknolojileri, toplumsal güç dinamiklerini hem içeriden hem de dışarıdan etkileyerek kabul ve red davranışlarını düzenlemektedir. Bu bağlamda yeni medya, muhalif hareketler için bir alan sunarken toplumsal kontrol mekanizmalarını da yeniden şekillendirmektedir (Furry, 2009:143).

Sonuç olarak sosyal medyanın tarihi ve kültürel evrimi modern toplumların iletişim biçimlerini anlamak için önemli bir analiz alanıdır. Sosyal ağlar, bireylerin özgürce ifade etme, yeni kimlikler inşa etme ve küresel topluluklarla etkileşim kurma imkânları sunmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın erken dönem gelişmeleri ve platformların toplumsal etkileşimlere olan katkısı çağdaş toplumları anlamak için zengin bir araştırma konusu oluşturmaktadır.

Dil, kamusal alanın inşası ve toplumsal etkileşimin anahtarı olarak kabul edilmektedir. Jürgen Habermas'ın *The Structural Transformation of the Public Sphere* adlı eserinde kamusal alan, bireylerin toplumsal ve politik konular hakkında tartışmalar yürüttükleri, bilgi alışverişinde bulundukları bir platform olarak tanımlanmaktadır. Habermas, kamusal alanın bireylerin bilgi ve fikirlerini serbestçe paylaşabildikleri bir mekân olarak işlev gördüğünü vurgulamaktadır (Habermas, 1991). Bu alanda dilin kullanımı ve etkileşimi farklı seslerin ve bakış açılarının bir araya gelerek dialogik bir etkileşimde bulunmasını sağlamaktadır.

Teknolojik gelişmeler ve yeni iletişim biçimleri, kamusal alanın yapısını ve işleyişini büyük ölçüde dönüştürmüştür. İnternet ve sosyal medya platformları, geleneksel kamusal alanın sınırlarını aşarak dilin kullanımını ve etkileşim biçimlerini değiştirmiştir. Bu yeni medya ortamları, Habermas'ın tanımladığı geleneksel kamusal

alanların modern versiyonlarını temsil ederek dilin kullanımında yeni dialogik süreçler ve etkileşim biçimleri sunar.

Mikhail Bakhtin'in *The Dialogic Imagination* (1981) adlı eserinde dilin çeşitliliği ve çok sesliliği (heteroglossia) üzerinde durulmuştur. Bakhtin, farklı seslerin ve perspektiflerin bir arada var olduğu ve birbirleriyle etkileşimde bulunduğu bir kamusal alanın toplumun kültürel ve sosyal dokusunu nasıl zenginleştirdiğini vurgulamaktadır (Bakhtin, 1981: 263). Bu perspektif kamusal alanın yapısını ve işleyişini anlamada kritik bir öneme sahiptir.

Dijital çağda sosyal medya platformları ve bloglar gibi araçlar, Bakhtin'in karnavalesk kavramı ile analiz edilebilir. Bakhtin, karnavalı hiyerarşik olmayan, normatif sınırlamalardan uzak ve herkesin katılımına açık bir alan olarak tanımlamaktadır. Bu da sosyal medya platformlarının sunduğu etkileşim biçimlerine benzemektedir (Bakhtin, 1981: 7). Bloglar ve forumlar gibi dijital platformlar, kullanıcıların farklı seslerle ve bakış açılarıyla etkileşimde bulunmalarına olanak tanır ve böylece kamusal alanın yeni bir yorumunu sunar.

Sonuç olarak dilin kamusal alanın inşasındaki rolü ve sosyal medyanın bu alanın dönüşümündeki etkisi, modern toplumların iletişim ve kültürel etkileşim biçimlerini anlamak için önemlidir. Bu bağlamda sosyal medyanın kamusal alana katkısı ve Bakhtin'in karnavalesk teorisi dilbilim ve kültürel çalışmalar alanında zengin bir tartışma konusu sunmaktadır. Dijital kamusal alanın yapısını ve işleyişini anlamak dil ve iletişim çalışmalarının önemli bir parçası haline gelmiştir.

Çokdillilik, dijital çağın kamusal alanının ve iletişimin evriminde önemli bir rol oynamaktadır. Dijital platformlarda dilin kullanımı, geleneksel yazım ve imla kurallarının ötesine geçerek yaratıcı ve orijinal ifade biçimlerine yer açmaktadır. Bu yeni dil kullanımı, Mikhail Bakhtin'in *Rabelais and His World* (1965) eserinde tanımlanan karnavalesk ruh ile paralellik göstermektedir. Bakhtin, karnavalesk ruhun toplumsal normlara meydan okuyan ve geleneksel dil yapılarını altüst eden bir özgürlük alanı sunduğunu vurgulamaktadır. Sosyal medya platformlarındaki dil kullanımı Bakhtin'in bu teorisinin modern bir yansıması olarak görülebilir.

Çevrimiçi ortamlarda dilsel soytarılığın ve eğlencenin bir parçası olan dijital yazım tarzları, kullanıcıların kendilerini ifade etme biçimlerini yansıtmaktadır. Seargeant ve Tagg'ın *The Language of Social Media* adlı çalışmalarında belirtildiği gibi sosyal medya platformlarındaki yazım biçimleri, dilin duygusal fonksiyonunu ve kullanıcıların sosyal etkileşimlerindeki rolünü ön plana çıkarmaktadır (Seargeant ve Tagg, 2014: 35-36).

Kent ve Taylor ise Dialogic Communication Theory adlı çalışmalarında kurumlar ile hedef kitleleri arasındaki ilişkiler ile düşüncelerin müzakere edilerek değiş tokuşu yoluyla nasıl geliştiğini detaylandırmaktadır. Bu teori, sosyal medya platformlarının ve web sitelerinin kullanıcılarla etkileşim kurma yöntemlerine ışık tutmaktadır. Bu platformlar, kurumların ve markaların hedef kitleleriyle doğrudan iletişim kurmalarını sağlar. Bu sayede daha dinamik ve iki yönlü bir iletişim süreci oluşturur (Kent ve Taylor, 1998).

Sonuç olarak çokdillilik ve dijital kamusal alanın inşası, günümüzün iletişim pratiklerini ve sosyal etkileşimlerini anlamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya platformlarının dil kullanımı ve etkileşim biçimleri, dilbilim ve iletişim çalışmalarında zengin bir tartışma konusu oluşturmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARININ KARNAVALESK ÖZELLİKLERİ VE KULLANICILARIN MAHREMİYET ALGISI ÜZERİNE BİR KARMA ARAŞTIRMA

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın konusu, amacı, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın evreni ve örneklemi, veri toplama araçları ve verilerin istatistiksel analizi açıklanmış olup son olarak araştırma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Soruları

Çalışma, sosyal medya kullanıcılarının paylaşımlarındaki mahremiyet tutumları ve karnavalesk davranışlarına odaklanmaktadır. Günümüzde sosyal medya, bireylerin kendilerini ifade etme ve etkileşimde bulunma biçimlerini temelden değiştirmiştir. Bu değişim, mahremiyet algıları ve sosyal medyada sergilenen karnavalesk tutumlar üzerinden incelenmektedir. Araştırmanın temel amacı sosyal medyanın dijital bir karnaval ortamına nasıl dönüştüğünü ortaya koyarak kullanıcılarının bu platformlarda nasıl bir mahremiyet politikası izlediklerini ve sanal ortamda sergiledikleri karnavalesk davranışları tespit etmektir.

Araştırmada, ilk olarak sosyal medya platformlarındaki karnavalesk unsurları içeren kullanıcı paylaşımlarını inceleyerek başlamaktadır. Ardından nicel aşamada katılımcıların özel hayatlarıyla ilgili sosyal medyada ne tür paylaşımlar yaptıkları ve bu paylaşımların düzeyi incelenerek mahremiyet algılarının anlaşılması için değerlendirmeler yapılmıştır. Bu aşamada aynı zamanda kritik bir ölçüt olarak sosyal paylaşım ağlarının bireylerin yaşamlarındaki yeri ve bu platformlarda geçirilen süre gibi demografik bilgiler analiz edilmiştir. Katılımcıların sosyal medyada ne kadar zaman harcadıkları ve bu sürenin onların günlük yaşamlarındaki etkileri, mahremiyet ve karnavalesk hareketler açısından önem taşımaktadır. Bununla birlikte katılımcıların

özel hayatlarıyla ilgili sosyal medyada ne tür paylaşımlar yaptıkları ve bu paylaşımların düzeyi, mahremiyet algılarının anlaşılması için kritik bir ölçüt olarak ele alınmaktadır.

Çalışma katılımcıların sosyal medyada mahremiyet farkındalığını ve bu platformlardaki davranışlarını derinlemesine incelemektedir. Sosyal medya, kullanıcılarına geniş bir ifade özgürlüğü sunarken bu özgürlüğün mahremiyet sınırları içinde nasıl şekillendiği kendi içerisinde belirlemektedir. Bu bağlamda, katılımcıların sosyal medyada mahremiyetlerini nasıl yönettikleri ve hangi tür bilgileri paylaştıkları araştırmanın temel soruları arasındadır.

Çalışma, sosyal medya kullanıcılarının sanal ortamda sergiledikleri karnavalesk tutumları incelemektedir. Karnavalesk davranışlar, sosyal medya kullanıcılarının geleneksel normlardan sapma ve oyunbaz bir yaklaşım sergileme eğilimlerini ifade etmektedir. Bu davranışlar, kullanıcıların sosyal medyada ne kadar rahat ve sınırları ne kadar zorladıklarını göstermektedir. Sosyal medyada yapılan karnaval özelliklerindeki paylaşımlar, kullanıcıların sosyal medya ortamında nasıl bir özgürlük ve rahatlama hissettiğini ve bu platformların kullanıcıları üzerindeki psikolojik ve sosyal etkilerini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak bu araştırma, sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algılarının ne düzeyde olduğuna ve dijital medyada karnavalesk davranışlar sergileyip sergilemediklerine dair sorulara yanıt sunmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın bulguları, dijital medyanın değişen ve yöndeşen yeni yapısını, sosyal medya platformlarının kullanıcılar üzerindeki etkilerini ve bu platformlarda sergilenen davranış biçimlerinin sosyal ve kültürel yönlerini aydınlatmaya yardımcı olacaktır.

4.2. Karma Yöntemin Amacı ve Planlaması

Karma yöntem araştırmaları, sosyal bilimlerde giderek artan bir popülariteye sahiptir. Karma yöntem araştırmacının yapacağı çalışmada ihtiyaç duyduğu veriye ulaşmada, analiz yapmada ve ortaya bir bulgu koymada nitel ve nicel yaklaşım veya yöntemleri birlikte kullanarak çıkarımlarda bulunduğu bir araştırma türüdür

(Tashakkori ve Creswell, 2007:4). Bu metodolojinin amacı, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birleşimini kullanarak araştırma sorularına daha kapsamlı ve derinlemesine cevaplar sunmaktır. Karma yöntem, araştırmacılara her iki yaklaşımın güçlü yanlarını birleştirme fırsatı vererek, daha zengin ve çeşitli veri setleri elde etmelerini sağlamaktadır. Karma yöntemin temel amacı, araştırma konularına hem geniş kapsamlı (nicel) hem de derinlemesine (nitel) bir bakış açısı sunmaktır. Bu yaklaşım araştırmacılara, sadece nicel veya nitel yöntemlerle elde edilemeyecek bir anlayış ve yorumlama derinliği sağlamaktadır (Johnson vd., 2007:123). Örneğin bir anket çalışması geniş çaplı veriler sunarken, derinlemesine mülakatlar bireysel deneyimler ve algılar hakkında daha detaylı bilgiler ortaya koymaktadır.

Karma yöntem araştırmalarının planlanması, öncelikle araştırma sorularının ve hedeflerinin net bir şekilde tanımlanmasını gerektirmektedir. Araştırmacılar, hangi verilerin toplanacağını, bu verilerin nasıl analiz edileceğini ve nicel ile nitel bulguların nasıl entegre edileceğini önceden planlamalıdır. Ayrıca bu iki yöntemin araştırma sürecindeki zamanlaması ve sıralaması da önemlidir. Bazı durumlarda önce nicel veriler toplanır ve analiz edilir; ardından elde edilen bulgular, nitel veri toplama sürecini yönlendirebilir (Creswell ve Clark, 2020:4-5).

Karma yöntemde veri toplama, genellikle anketler, gözlemler ve mülakatlar gibi çeşitli teknikleri içermektedir. Nicel veriler istatistiksel analizlerle değerlendirilirken, nitel veriler tematik analiz, içerik analizi veya kodlama gibi yöntemlerle incelenmektedir. Bu iki veri setinin analizi, araştırmacılara farklı perspektifler sunarak konunun daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Karma yöntem araştırmalarının kritik bir aşaması, nicel ve nitel bulguların entegrasyonudur. Bu entegrasyon, araştırmanın farklı yönlerini birleştirerek daha zengin ve çok boyutlu sonuçlar sunmaktadır. Araştırmacılar, her iki türden elde edilen bulguları karşılaştırabilir, tamamlayabilir veya birbirleriyle ilişkilendirebilir. Bu süreç, araştırma sorularına daha bütünsel ve kapsamlı cevaplar sunmaya olanak tanımaktadır (Creswell ve Clark, 2020: 216). Bu bağlamda çalışmada nitel ve nicel verilerin bir arada kullanıldığı karma yöntem tercih edilmiştir.

Karma araştırma yönteminde birçok desen bulunmaktadır. Bu çalışma, karma araştırma keşfedici desene göre gerçekleştirilmiştir. Keşfedici desen içindeki araştırma metodolojisinde araştırmacılar, başlangıç aşamasında nitel verileri toplama ve bu veriler üzerinde analiz gerçekleştirme yolunu tercih ederler. Bu ilk aşama sonrasında elde edilen nitel bulgular, araştırmanın ilerleyen evresi olan nicel veri toplama metodunun şekillendirilmesinde önemli bir role sahiptir. Bu nedenle nicel aşamanın temelini nitel aşama teşkil etmektedir. Araştırmada örnekleme bu iki evrenin birleşiminden oluşur ve her bir evre birbirleriyle bağlantılıdır. Keşfedici desenin temel veri toplama kararları, her bir evre için örneklem tanımının yapılması, ilk evrede elde edilen sonuçların nasıl kullanılacağı ve nicel aşamada kullanılacak ölçüm araçlarının geliştirilmesi ile ilgilidir (Creswell ve Clark, 2020: 202).

Nicel evre için örneklemde kimlerin bulunacağı ve katılımcı sayısının ne olacağına ilişkin kararlar alınır. Keşfedici desenin nicel aşamasında yer alacak bireyler, genellikle ilk nitel aşamada veri toplanan bireylerden farklıdır. Nicel aşamanın amacı, elde edilen sonuçları genel popülasyona uygulamak olduğundan bu aşamadaki katılımcılar, ilk nitel aşamadaki bireylerden farklılık gösterir. Ayrıca ikinci aşama geniş çaplı bir örneklem büyüklüğünü gerektirir. Böylelikle araştırmacılar istatistiksel testler gerçekleştirebilir ve konuyla ilgili genel varsayımlarda bulunabilirler (Creswell ve Clark, 2020: 203).

Çalışma çerçevesinde yapılan araştırma, keşfedici desene göre içerik analizi ve anket olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk olarak sosyal medya platformlarının karnavalesk yapısını ve yeni dijital karnaval ortamına dönüştüğünü ortaya koymak için nitel yöntem olan içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizinin ardından çalışmanın devam eden bölümünde nicel yöntem olan anket araştırması süreci gerçekleştirilmiştir.

4.3. Dijital Karnaval Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine İnceleme

Bu araştırma, Digital 2023 listesinde yer alan ve günümüz dijital iletişim ortamının öncü sosyal medya platformları olarak kabul edilen Twitter (X), Facebook, Instagram, YouTube ve TikTok'u mercek altına alarak, bu platformların sosyal paylaşım ağı özelliklerini ve toplumsal etkileşimlerdeki rollerini analiz etmeyi hedeflemektedir. Bu platformlar, sosyal medya ekosistemindeki baskın rolü, geniş kullanıcı tabanı ve etkileşim dinamikleri nedeniyle özel bir öneme sahiptir.

Araştırmada ele alınan bu beş platform, kullanıcıları olan bireylere geniş kitlelere içerik sunma, etkileşimde bulunma ve topluluk oluşturma kapasiteleri açısından sosyal paylaşım ağının temel özelliklerini taşımaktadırlar. Facebook, Instagram ve Twitter (X) kullanıcıların hem bireysel hem de topluluk bazında etkileşime girebildikleri, gönderiler paylaşabildikleri ve bilgi alışverişinde bulunabildikleri platformlar olarak öne çıkmaktadır. YouTube, içerik oluşturucuların ve izleyicilerin etkileşime girebildiği, eğitimden eğlenceye kadar geniş bir yelpazede video içerik sunan bir platformdur. TikTok ise kısa video formatıyla özellikle genç kullanıcılar arasında popülerlik kazanmış hızla büyüyen bir sosyal medya uygulamasıdır.

Bu çalışmada, Digital 2023 listesinde yer almayan ve sosyal paylaşım ağı özelliğini tam anlamıyla taşımayan diğer platformlar ele alınmamıştır. Örneğin WhatsApp ve LinkedIn gibi platformlar, bu çalışmanın odak noktası olan sosyal etkileşim ve içerik paylaşımı açısından farklı işlevlere sahiptir. WhatsApp, daha çok birebir iletişim ve küçük grup etkileşimlerine odaklanan bir anlık mesajlaşma servisi iken LinkedIn, profesyonel ağ oluşturma ve kariyer odaklı içeriklerle ilgilenmektedir. Bu sebeple söz konusu diğer platformlar, araştırmanın amacı ve kapsamı dışında kalmaktadır.

Bu araştırma, sosyal medya platformlarının toplumsal etkileşim ve dijital kültür üzerindeki etkilerini derinlemesine incelemeyi amaçlamakta olup bu amaç doğrultusunda Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ve TikTok gibi geniş kitlelere hitap eden ve sosyal paylaşım ağının temel özelliklerini taşıyan platformları ele

almaktadır. Bu platformların, dijital iletişim alanındaki etkilerini anlamak ve kullanıcıların bu platformlar üzerindeki etkileşim biçimlerini değerlendirmek çağımızın dijital iletişim dinamiklerini anlamak için kritik önem taşımaktadır.

Araştırmanın ilk bölümünde sosyal medya platformları üzerinden seçilen karnavalesk içerik örnekleri detaylı bir şekilde incelenecek, bu içeriklerin sosyal medya kullanıcıları üzerindeki etkileri ve bu tür paylaşımların toplumsal anlam ve önemi tartışılacaktır. Böylece sosyal medyanın sadece bilgi paylaşımı ve iletişim aracı olmanın ötesinde kültürel ve toplumsal ifadenin zengin ve çeşitli bir alanı olarak nasıl işlev gördüğüne dair derinlemesine bir anlayış elde edilecektir.

4.3.1. Karnavalesk Nitelikleriyle Facebook

4.3.1.1. Tepetaklak Dünya



Resim 4.1 : Tepetaklak Dünya olarak Facebook örneği

Resimdeki karşılaştırma, İngiltere Kralı Charles'ın gençlik halini ve kral olarak tahtta oturmuş halini yan yana getirerek zamanın geçişi ile yaşamın döngüsü üzerine mizahi bir yorum yapmaktadır. Toki ilk taksit ile Toki son taksit ifadeleri arasındaki karşıtlık, bireyin yaşamı boyunca geçirdiği dönüşümü ve sosyal statüdeki yükselişi abartılı bir biçimde ifade etmektedir.

Tepetaklak dünya, toplumsal hiyerarşilerin ve statülerin alaşağı edilmesini ve günlük yaşamın paradokslarını vurgulayan bir karnavalesk kuram öğesidir. Resimdeki mizahi yorum, zaman içinde yaşanan sosyal dönüşümü özellikle de yüksek bir sosyal statü kazanmanın uzun ve çetrefilli bir yolculuğunu temsil etmektedir. Kraliyetin şatafatı ve görkemi, sıradan bir bireyin hayatındaki finansal yükümlülüklerle kıyaslanarak güç ve prestijin zaman içinde nasıl kazanılabileceği üzerine bir mizah unsuru olarak sunulmaktadır.

Resimdeki içerik, insan yaşamındaki değişimleri özellikle de toplum içindeki statü değişikliklerini kraliyet gibi güçlü sosyal simgeler üzerinden ele almakta ve bu simgeleri halkın günlük deneyimleriyle ilişkilendirerek karnavalesk bir eleştiri sunmaktadır. Resim, toplumsal statü ve kişisel kimliklerin zamanla nasıl evrildiğini ve bu evrimin toplumsal beklentilerle nasıl çeliştiğini yansıtan bir örnektir. Bu tür mizahi içerikler, kraliyetin ve sosyal statünün toplum tarafından nasıl algılandığına ve değerlendirildiğine dair toplumsal tutumları sorgulama fırsatı sunmaktadır.



Resim 4.2 : Tepetaklak Dünya olarak Facebook örneği

Resimde, siyasetçilerin halkın sıradan kılığına büründürüldüğü bir mizahi sahne tasvir edilmektedir. Karnavalesk kuramın tepetaklak dünya boyutu, günlük hayatın ve toplumsal hiyerarşilerin tersine döndürülmesini ifade etmektedir. Bu olay siyasi figürlerin alçaltıldığı ve sıradan insanların durumlarına yerleştirildiği bir durumu tasvir etmektedir.

Bu bağlamda resimdeki fotoğraflar ve metin, siyasetçilerin alışılmışın dışında halkın içinde ve onlara özgü bir durum içinde gösterilerek politik figürler ve otorite kavramlarıyla alay ederek onları sıradanlaştırmaktadır. Bu tür bir tasvir, Bakhtin'in karnavalesk kuramında otoritenin alaşağı edilmesi ve toplumsal hiyerarşilerin geçici olarak askıya alınması olarak değerlendirilebilir. Resimdeki siyasetçilerin sıradan halk kılığında tasvir edilmesi, siyasi figürlerin de günlük hayatın sıradanlıklarına tabi

olduğunu ve siyasi figürlerin genellikle sahip oldukları ciddiyet ile resmiyete karşı konulduğunu göstermektedir.

Resimdeki gönderi, siyasi figürlerin halk arasında nasıl görülebileceğini ve siyasetin toplum üzerindeki etkisinin alay konusu yapılmasını sağlayarak otoritenin ve siyasi figürlerin insanlaştırılmasını sergileyen bir örnektir. Bu örnek, siyasi otoritenin ve gücün karnavalesk bir mizah anlayışıyla sorgulanabileceğini yansıtırken; karnavalesk kuramın siyasetin insan yüzünü gösterme ve toplumla olan ilişkisini yeniden değerlendirme yolu olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Bu tür gönderiler toplumsal medyanın siyasi figürleri ve olayları sorgulama ve eleştirel bir mizah aracı olarak kullanma kabiliyetine işaret etmektedir.



Resim 4.3 : Tepetaklak Dünya olarak Facebook örneği

Resimde iki kişinin bir hindistan cevizi içeceğini paylaştığı bir an betimlenmiştir. Bununla birlikte görseldeki mizahi yorum, bu paylaşım anını devlet ve birey arasındaki ilişkiyi temsil eden bir metafor olarak kullanmaktadır. Gönderideki ben etiketli kişi devletin sunduğu kaynaklara veya hizmetlere erişmeye çalışan sıradan bir bireyi simgelerken, devlet etiketi ise bu kaynakları elinde tutan otoriteyi temsil etmektedir. Resimdeki mizahi ifade, bireyin devletin sunduklarından yeterince faydalanamadığını ima etmekte ve bu durumu bir tür toplumsal eleştiri olarak ortaya koymaktadır.

Bu tür görsel ve metin karşılaştırmaları Bakhtin'in karnavalesk kuramının tepetaklak dünya kavramına uygun bir şekilde otorite figürlerinin genellikle ciddiye alınan imajını ve davranışlarını alay konusu yapmakta; normatif sosyal düzenleri ve otorite yapılarını sorgulama eğilimindedir. Tepetaklak dünyada, otoritenin ve sosyal normların geçici olarak askıya alındığı mevcut hiyerarşilerin ve güç ilişkilerinin tersine çevrildiği mizahi bir evren tasvir edilmektedir.

Gönderi, devletin sunduğu hizmetlerin yeterliliği veya adil dağıtımıyla ilgili genel memnuniyetsizliği sembolize etmektedir. Yapılan paylaşımda bireyin devletin sunduğu kaynaklardan yeterince yararlanamadığına dair mizahi bir eleştiri sunarken karakter olarak temsil edilen devletin bu kaynakları verme sürecindeki cömertliğini veya cimriliğini dile getirmektedir. İçerik, vatandaşların devlete olan beklentilerini ve devletin rolünü sorgulamak için kullanılan bir araç olarak işlev görmektedir.

Bu resim, sosyal medya kullanıcılarının güncel toplumsal konular ve devlet vatandaş ilişkileri üzerine yaptıkları mizahi yorumları, eleştirileri ve fikir alışverişlerini nasıl ifade ettikleri ile bu konuları geniş bir kitleyle nasıl tartıştıklarını göstermektedir. Aynı zamanda bu tür mizahi göndermeler, sosyal medyanın bireylerin günlük yaşam tecrübelerini ve siyasi konuları tartışma platformu olarak nasıl kullanıldığının bir örneği olarak değerlendirilebilir. Bu paylaşımlar, kamusal alanda politik ve sosyal meselelere dair diyalogların oluşturulması ve sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

4.3.1.2. Grotesk



Resim 4.4 : Grotesk yapısıyla Facebook örneği

Görselde, insan başı ile yılan vücudu birleştirilmiş bir figürün üzerine "YILAN YAP KENDİNİ!!!" ifadesi ile birlikte bir sosyal medya içeriğinin tanıtımı yapılmaktadır. Bu tür görsel ve metin kombinasyonu, Mihail Bakhtin'in karnavalesk kuramının alt boyutu olan grotesk gerçekçilikle ilişkilendirilmektedir.

Grotesk gerçekçilik normalin sınırlarını aşan, geleneksel estetik normlara meydan okuyan ve genellikle abartılı, çarpık veya abes figürlerle karakterize edilen bir sanat tarzıdır. Bu tarz, geleneksel güzellik ve düzen anlayışlarına karşıt bir estetik oluşturarak sosyal normları ve tabuları sorgulamaktadır. Bakhtin, grotesk gerçekçiliği karnavalın otoriteyi kutsallığı ve ciddiyeti alaşağı eden dünyevi ve bedensel unsurların kutlandığı bir gülme biçimi olarak tanımlamaktadır.

Görseldeki figür, insan ve yılanın birleştirilmesiyle oluşan grotesk bir imge oluşturmaktadır. Söz konusu durum, izleyicilerde hem rahatsızlık hem de gülme tepkisi uyandırmaktadır. Bu grotesk figür, izleyicilerin beklentilerini bozan ve alışılagelmiş insan imgelerinin dışına çıkan bir görüntüdür. Görsel, geleneksel insan formunun sınırlarını zorlayarak izleyiciyi şaşırtma ve eğlendirme amacı taşımaktadır.

Paylaşımdaki görselin kullanımı, sosyal medya içerik üreticilerinin dikkat çekmek ve izleyicilerin ilgisini kazanmak için grotesk unsurları nasıl kullandıklarını gösteren bir örnektir. Bu yaklaşım, Bakhtin'in grotesk gerçekçiliğinin sosyal medya gibi çağdaş platformlarda özellikle genç izleyicilerin dikkatini çekebilmek için yaygın bir biçimde kullanıldığı anlayışını desteklemektedir. Grotesk figürler, alışılmışın dışında bir etkileşim tarzı sunmaktadır. Böylece hem mizah hem de eleştirel bir diyalog için alan açılmaktadır. Bu tür içerikler izleyicilerin normatif düşünce ve estetik değerlerini sorgulamalarını sağlayarak grotesk gerçekçiliğin karnavalesk gülme ve dünya ile olan ilişkimizi yeniden değerlendirme gücünü yansıtmaktadır.



Resim 4.5 : Grotesk yapısıyla Facebook örneği

Görselde bir çocuk ve vücut yapısı büyük ölçüde abartılmış tüylü bir yetişkin figürünün birlikte oldukları eski bir fotoğraf görünmektedir. Metin, bu fotoğrafın kullanıcının dedesi ile kendisi olduğunu iddia etmekte ve bir şaka olarak (a)slan dedem benim ifadesini kullanmaktadır.

Mihail Bakhtin’in grotesk gerçekçilik kavramı, toplumsal normları ve estetik standartları sorgulayan abartılı ve norm dışı imgeleri içermektedir. Grotesk gerçekçilik, günlük yaşamın sınırlarını zorlayarak izleyiciye şaşkınlık ve kahkaha sunan bir sanat biçimidir. Fotoğraftaki abartılı figür, Bakhtin’in grotesk gerçekçiliğinin temel unsurlarından birini oluşturan bedensel abartıyı ve dönüşümü yansıtmaktadır.

Bu fotoğraf, grotesk gerçekçiliğin insan bedeninin sınırlarını nasıl zorladığını ve izleyicilerin algılarını nasıl sarsabileceğini gösteren bir örnektir. Burada büyüklük ve tüylerin abartısı, izleyicinin beklediği insan formundan saparak geleneksel aile fotoğrafı algısını alt üst etmektedir. Bu tür bir görüntü, groteskin temel işlevi olan izleyicilerin alışılagelmiş dünya görüşlerini sorgulamalarını teşvik etmektedir.

Bu görsel, sosyal medya kullanıcılarının mizah yoluyla toplumsal ve estetik normlarla oynamalarının modern bir örneği olarak incelenmektedir. Grotesk gerçekçilik, Bakhtin'in karnavalesk kuramı içinde dünyanın kaçınılmaz çelişkilerine ve insan varoluşunun garip yönlerine gülmeyi sağlayan bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Bu fotoğraf, kullanıcıların bu mekanizmayı nasıl kullanarak toplumsal medya üzerinden mizahi bir etkileşim oluşturduğunu sergilemektedir. Fotoğrafta kullanılan dil ve imgelem aynı zamanda toplumsal medyanın bireysel ve kolektif hafızayı mizahi bir şekilde yeniden oluşturma ve paylaşma kabiliyetine işaret etmektedir.



Resim 4. 6 : Grotesk yapısıyla Facebook örneği

Görselde bir horozun üzerine insan gözlüğü ve çanta monte edilerek olağandışı bir şekilde modaya uydurulmuş bir imge oluşturulmuştur. Metin ise bu komik görsel ile uyumlu olarak tavuğun çağdaş trendlerle kendi stilini oluşturduğunu belirten mizahi bir ifade içermektedir.

Mihail Bakhtin'in grotesk gerçekçilik kavramı bu tür imgelerin sosyal ve kültürel normlara meydan okuyan ve geleneksel estetik değerleri altüst eden bir sanat biçimi olduğunu öne sürmektedir. Grotesk gerçekçilik genellikle abartılı ve norm dışı temsilleri içererek izleyicinin beklediği algıları sarsarak bir nevi şok etkisi oluşturmaktadır.

Bu görsel, grotesk gerçekçiliğin temel unsurlarından biri olan bedensel abartıyı ve dönüşümü sergilemektedir. Bir hayvanın insan aksesuarları ile donatılması ve antropomorfize edilmesi izleyiciyi hem şaşırtmakta hem de güldürmektedir. Bu hayvanın ve insanın sınırlarını aşarak, bir yandan gülünç bir uyumsuzluk yaratırken öte yandan izleyicide rahatsızlık ve eğlence arasında bir karışıklık uyandırmaktadır.

Görsel, sosyal medyanın mizah anlayışı ve popüler kültürdeki grotesk kullanımının bir örneği olarak incelenmektedir. Bu tür görseller, Bakhtin'in grotesk gerçekçiliği aracılığıyla toplumun moda ve tüketim alışkanlıklarını görünüş ve kimlik üzerine olan takıntılarını mizahi bir dille eleştirmektedir. Görsel, toplumsal medya kullanıcılarının bu eleştiriyi abartı ve komik imgeler yoluyla nasıl ifade ettiklerini göstermektedir.

Sonuç olarak görseldeki içerik, toplumun estetik ve tüketim normlarının grotesk gerçekçilik aracılığıyla nasıl alay konusu yapılabileceğini ve sosyal medya kullanıcılarının bu tür içeriklerle nasıl eğlenceli bir diyalojik etkileşim kurduklarını örneklendirir. Bu etkileşim, izleyicilerin günlük yaşamın ve popüler kültürün çelişkileri üzerine düşünmelerini teşvik etmektedir. Nihayetinde bu tür mizahi paylaşımlar toplumsal normları ve değerleri sorgulama yolunda etkili bir araç olarak yer almaktadır.

4.3.1.3. Karnaval Gülüşü



Resim 4.7 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Facebook örneği

Bu görsel, zamanın akışına ve yaşamın devamlılığına karnavalesk bir selam niteliği taşımaktadır. Sanatçılar Metin Akpınar ve Selçuk Yöntem'in 41 yıl arayla aynı

pozları tekrarlayarak çekilmiş fotoğrafları, Mihail Bakhtin tarafından tanımlanan karnaval gülüşüne zekice bir atıf yapmaktadır. Bu gülüş, karnaval sırasında ortaya çıkan dünyevi ve toplumsal hiyerarşileri geçici olarak tersyüz eden; otoriteye ve yaşın getirdiği beklentilere meydan okuyan bir gülme biçimidir.

Görseldeki bu tekrarlanan an, insanların ortak deneyimlerini ve geçmiş ile şimdiki zaman arasındaki bağlantıyı vurgulayan bir karnaval gülüşü olarak yorumlanmaktadır. Paylaşımda sanatçıların gençlik halleri ile olgunluk halleri arasındaki diyalektik, karnavalesk bir mizah anlayışıyla sunulmuştur. Bu anlar zamanın geçişine ve toplumsal beklentilere karşı bir mizahi direniş sergilerken aynı zamanda bu iki değerli sanatçının bireysel hikâyelerinin kolektif bir deneyime dönüşmesine olanak tanımaktadır.

Bu paylaşım, sosyal medya aracılığıyla geniş bir toplumsal hafızanın parçası haline gelmiş ve farklı kuşaklar arasında bir köprü işlevi görmüştür. Bakhtin'in karnavalesk kuramındaki gibi karnaval gülüşü sadece sosyal yapıları geçici olarak tersine çevirmekle kalmayarak izleyicilere güldürürken düşündüren eleştirel bir bakış açısı sunmaktadır.

Sonuç olarak bu gönderideki fotoğraf, yaşamın kaçınılmaz akışına ve insanların yaşlanmasına mizahi bir yaklaşımın yanı sıra sanatçıların ve izleyicilerin paylaştığı ortak insanlık hafızasını ve tarihin sürekliliğini kutlayan karnavalesk gülüşün modern bir örneği olarak değerlendirilmektedir. Bu sanatçıların eserleri ve kamuoyundaki imgeleri toplumsal normlar ve otorite sorgulama üzerinden mizahi bir perspektifle ele alınarak Bakhtin'in kuramındaki sosyal eleştirinin ve toplumsal normlarla alay etme gücünün örneklendirilmesi sağlanmıştır.



Resim 4.8 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Facebook örneği

Görselde, bir televizyon dizisinin ekibi ve oyuncularının bir arada oldukları bir kutlama anını gösteren bir fotoğraf ve bu fotoğrafın altında izleyicilere teşekkür eden bir metin yer almaktadır. Fotoğrafta bir düğün sahnesinin kutlandığı ve dizinin sona ermesi sebebiyle vedalaşma duygusunun paylaşıldığı anlaşılmaktadır.

Bakhtin'in karnavalesk kuramına göre karnaval gülüşü otorite ve ciddiyetin aksine dünya üzerindeki geçiciliği ve insan yaşamındaki komik yanları kutlayan bir gülme biçimidir. Bu gülme aynı zamanda ortak insanlık durumunu yaşamın kırılganlığını ve toplumsal hiyerarşileri alaşağı eden bir özgürleştirici güce sahiptir.

Görseldeki sahne, akademik bir perspektiften karnaval gülüşünün özelliklerini taşımaktadır. Dizinin uzun süreli bir macerasının sonuna gelinmiş olması hem bir veda hem de kutlama anlamına gelmektedir. Ekip ve oyuncuların, dizinin oluşturduğu topluluk içindeki rollerinin ötesine geçerek sıradan insanlar olarak gerçek dünyadaki

mutluluklarını ve hüzünlerini paylaşmaları karnavalın ruhunu yansıtmaktadır. İzleyicilere yönelik teşekkür ifadesi, onların da bu kolektif deneyimin bir parçası olduğunu ve dizinin oluşturduğu kurgusal dünya ile gerçek dünya arasındaki sınırları aştığını vurgulamaktadır.

Sonuç olarak görseldeki fotoğraf ve ilişkili metin, karnaval gülüşü bağlamında televizyon dizisinin oluşturduğu sanal topluluğun ve izleyicilerin gerçek hayattaki insanlarla olan bağının bir kutlamasını sunmaktadır. Bu durum, Bakhtin'in karnavalesk kuramının sanat eserlerinin ve onların oluşturduğu toplulukların toplumsal normları nasıl aşabileceğini ve insan deneyiminin evrensel boyutlarını nasıl kutlayabileceğini ortaya koyan bir örneğidir.



Resim 4.9 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Facebook örneği

Görselde bir seslendirme sanatçısının stüdyo ortamında eğlenceli bir ifadeyle poz verdiği bir fotoğraf yer almaktadır ve bu fotoğrafın altında sanatçının adı ile birlikte yıllar arasında bir tarih aralığı ve Güle Güle ifadesi bulunmaktadır. Görsel, sanatçının vefatını anma bağlamında paylaşılmıştır.

Mihail Bakhtin'in karnavalesk kuramı çerçevesinde karnaval gülüşü, genellikle mevcut sosyal ve kültürel yapıları sorgulayan, kutsal olanla alay eden ve insan deneyiminin evrensel yönlerini kutlayan bir gülme biçimi olarak anlaşılmaktadır. Karnaval gülüşü yaşamın geçiciliği üzerine bir meditasyon niteliği taşırken aynı zamanda ölüm, yaşlanma ve insanlık durumu gibi evrensel temaları hafifleten bir özgürleştirici güç olarak işlev görmektedir.

Görseldeki fotoğraf, bu sanatçının hayatını ve eserlerini kutlayan onun sanatı aracılığıyla bıraktığı izi anımsatan ve kederin yanı sıra sevinç ve neşeyi de barındıran bir anı olarak yorumlanmaktadır. Sanatçının stüdyoda canlı ve neşeli bir ifadeyle tasvir edilmesi onun yaşamını ve sanatını, ölümün kaçınılmaz gerçekliği karşısında bir kutlama olarak sunmaktadır. Bu durum, Bakhtin'in karnaval gülüşü konsepti ile uyumlu bir durumdur. Çünkü burada hüzün ve veda duygularına rağmen sevinç ve mizahın gücü vurgulanmaktadır. Bu tür bir görsel, sanatçının mirasının ve etkisinin onun vefatından sonra bile sürdüğünü gösteren bir kanıt olarak değerlendirilmektedir.

Karnaval gülüşü bu bağlamda toplumun kayıpları nasıl işlediği ve hatıraları nasıl koruduğu üzerine bir yansımadır. Sanatçının hayattayken ortaya çıkardığı eserler ve bıraktığı iz, karnaval gülüşü aracılığıyla kutlanmakta ve anılmaktadır. Bu durum da onun yaşamının ve sanatının ölümün ötesine geçen bir değer taşıdığını göstermektedir. Bu perspektiften görseldeki fotoğraf ve ilişkili metin; sanatçının ve onun eserlerinin yaşamın karnavalesk kutlamasına katkıda bulunan bir öğe olarak değerlendirilmektedir.

4.3.1.4. Diyalojizm



Resim 4.10 : Diyalojizm yapısıyla Facebook örneği

Görseldeki içerik, sosyal medya platformlarındaki kullanıcıların yaptığı mizahi yorumları içermektedir. Bu tür gönderiler, Bakhtin'in diyalojik kuramı çerçevesinde ele alınabilir. Diyaloji farklı seslerin, ifadelerin ve bakış açılarının bir arada bulunduğu ve birbiriyle etkileşime girdiği çok seslilik durumunu ifade etmektedir.

Görselde dilin fonetik özelliklerinin ve telaffuz farklılıklarının mizahi bir şekilde abartıldığı iki gönderi yer almaktadır. Bakhtin'in diyaloji kuramında bu tür mizahi ve parodik dil kullanımları, bir kültürün dilini başka bir kültürün perspektifinden ve sesinden yansıtarak dilin çok sesli yapısını ve anlamın sürekli olarak yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu tür gönderiler, Bakhtin'in heteroglossia[1] kavramıyla uyumlu olarak dilin ve anlamın nasıl sosyal-kültürel bağlamlar içinde çok katmanlı ve dinamik olduğunu sergilemektedir.

[1] Heteroglossia kavramı, birden fazla dil çeşidinin tek bir dil çerçevesi içinde bir arada yer almasını açıklamaktadır. Bu terim, Rus edebiyat teorisyeni Mikhail Bakhtin tarafından 1934 yılında İngilizce olarak yayımlanan *Slovo v romane* başlıklı makalesinde ilk kez kullanılmıştır.

Sosyal medyadaki bu diyalojik etkileşimler kullanıcıların birbirlerinin dilleri ve kültürleri üzerinden oyun kurmalarına ve mizahi bir üslupla etkileşime girmelerine olanak tanımaktadır. Gönderilerdeki dil oyunları ve mizahın kullanımı Bakhtin'in kavramsal çerçevesi içinde sosyal ve kültürel farklılıkların bir kutlaması olarak değerlendirilebilir. Bu kutlama sosyal medya kullanıcılarının birbirlerine karşı hoşgörü ve anlayış içinde olabilecekleri bir alan oluşturmaktadır.

Görseldeki gönderiler, sosyal medya kullanıcılarının kültürel farklılıkları ile dil farklılıklarını mizahi bir şekilde kutladıkları ve bu süreçte Bakhtin'in diyaloji kuramının önemli bir özelliği olan çok sesliliği ortaya koydukları bir diyalog olarak değerlendirilebilir. Bu gönderiler, sosyal medya platformlarının farklı kültürel ve dilsel arka planlardan gelen kullanıcıların etkileşimde bulunabilecekleri ve diyaloji oluşturabilecekleri bir alan olarak işlev gördüğünü göstermektedir. Bu diyalojik etkileşim, kullanıcıların kendi kültürel kodlarını ve dilsel farklılıklarını mizah aracılığıyla keşfederek ifade etmelerine olanak tanımaktadır.



Resim 4.11 : Diyalojizm yapısıyla Facebook örneği

Görselde bir sosyal medya kullanıcısının geçmişi özlemle anması ve şimdiki zamanın bir gün gelecekte özlem duyulacak geçmiş olacağına dair kişisel bir düşüncesi paylaşılmaktadır. Bu tür ifadeler, Bakhtin'in diyalojik kuramı çerçevesinde bireyin kendi kendisiyle ve zamanla kurduğu iç diyaloj olarak incelenebilir.

Diyaloji, farklı seslerin ve bilinçlerin bir arada bulunduğu ve birbirleriyle etkileşime girdiği bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram yalnızca dışsal iletişimi değil aynı zamanda bireyin içsel dünyasındaki çok sesliliği de kapsamaktadır. Görseldeki metin, geçmişe duyulan özlemin şimdiki zamana dair tatminsizlik ve geleceğe dair bir beklenti içindeki kullanıcının içsel seslerinin bir yansıması olarak görülmektedir.

Bakhtin'in kuramında diyalojik ilişkiler, bireyin kendi tarihselliğiyle yaptığı diyalogları da içermektedir. Kullanıcının geçmişi sürekli olarak özlemle anması ve şimdiki anı gelecekteki bir özlem konusu olarak görmesi, kişinin zamanla olan sürekli etkileşimini ve hayatın akışına dair içsel bir diyalogu temsil etmektedir. Bu ifade, kişinin geçmiş ve gelecek arasındaki sürekli bir geçişkenlik içinde yaşadığını ve şu anki anın kıymetinin ancak geçip gittiğinde anlaşılabileceğini öne sürmektedir.

Bu gönderi sosyal medya platformlarının bireysel deneyimleri, düşünceleri ve duyguları ifade etmek ve paylaşmak için kullanılan diyalojik alanlar olduğunu göstermektedir. Kullanıcıların kendi içsel dünyaları ve zamanla olan ilişkileri üzerine düşünmeleri, Bakhtin'in çok seslilik ve iç diyaloj kavramlarıyla uyumlu bir süreçtir. Bu süreç, bireyin geçmişi ve geleceği arasında anlam arayışı içinde olduğunu ve sosyal medyanın bu tür içsel diyalogların kamuoyuyla paylaşılmasına imkân tanıdığını ortaya koymaktadır.



Resim 4.12 : Diyalojizm yapısıyla Facebook örneği

Görseldeki sosyal medya gönderisi, bir neslin çocukluk anılarına dayanan kolektif bir hatırayı paylaşmaktadır. Bu anı, oyun kartlarının yanlışlıkla Kur-an olarak algılandığı ve saygıdan dolayı yerden kaldırıldığı bir durumu tasvir etmektedir. Bu paylaşım, Bakhtin'in diyalojik kuramına göre kültürel anlamın ve kolektif hafızanın nasıl sosyal medya aracılığıyla yeniden canlandırıldığını ve tartışıldığını örneklendirir.

Diyaloji, farklı seslerin bakış açılarının ve anlam katmanlarının bir arada bulunarak etkileşime girdiği bir süreci ifade etmektedir. Görseldeki gönderi, geçmişte yaşanan bir anıyı ve bu anıya dair farklı kişilerin yorumlarını içermesi açısından diyalojik bir nitelik taşımaktadır. Kullanıcıların bu anıyı paylaşmaları ve yorum

yapmaları, kolektif bir geçmişe ve bu geçmişin bugünkü anlamına dair çok sesli bir diyalog oluşturmaktadır.

Bu gönderide geçmişin hatıraları, şimdiki zamanın algıları ile birleşerek kültürel nesnelerin ve pratiklerin nasıl farklı anlamlar yüklenerek yeniden yorumlandığını göstermektedir. Bir neslin deneyimleri şimdiki nesille paylaşılırken bu deneyimlerin bugün nasıl anlamlandırıldığına dair bir diyalog meydana gelmektedir. Bu süreç, Bakhtin'in diyalojik kuramının altını çizen sürekli anlam üretimi ve yeniden yorumlamayı öne çıkarmaktadır.

Görseldeki gönderi, sosyal medyanın kültürel anıların ve kolektif hafızanın canlı tutulduğu ve paylaşıldığı bir alan olarak işlev gördüğünü vurgulamaktadır. Bu paylaşım geçmişin ve şimdiki zamanın kesişim noktasında kolektif anlamın nasıl oluştuğuna ve sosyal medyanın bu anlamın inşasındaki rolüne dair bir örnek teşkil etmektedir. Bu tür gönderiler, farklı kuşakların deneyimlerini bir araya getirerek kültürel nesnelerin ve pratiklerin zaman içinde nasıl dönüştüğünü sergilemektedir.

4.3.1.5. Pazar Meydanı



Resim 4.13 : Pazar Meydanı olarak Facebook örneği

Görselde sunulan içerik, bir sosyal medya çekiliş kampanyasını detaylandırmaktadır. Bu durum dijital çağın pazar meydanı olarak değerlendirilebilecek sosyal medya platformlarında sıklıkla karşılaşılan bir pazarlama stratejisidir. Geleneksel pazar meydanları topluluğun bir araya geldiği ticaretin ve sosyal etkileşimin gerçekleştiği mekânlar olarak bilinmektedir. Bu mekânlar, Bakhtin'in karnavalesk kuramında sosyal hiyerarşilerin geçici olarak askıya alındığı ve herkesin eşit bir sesle katılabildiği; toplumun kurallarının ve sınırlarının yeniden müzakere edildiği yerler olarak ele alınmaktadır.

Sosyal medya platformları, modern pazar meydanının bir dijital yansıması olarak bu geleneksel rolleri üstlenmişlerdir. Görseldeki çekiliş, kullanıcıların sayfa ile etkileşime girme şeklini yönlendirerek söz konusu etkileşimi artırmayı ve potansiyel olarak tüketici tabanını genişletmeyi amaçlamaktadır. Bu etkinlik, kullanıcıları belli bir eyleme (sayfayı takip etmek, gönderileri beğenmek, arkadaşlarını etiketlemek)

teşvik ederek markanın sosyal medya varlığını ve görünürlüğünü artırmaktadır. Bu strateji, pazar meydanında esnafların ürünlerini tanıttıkları ve müşterileri çekmek için çeşitli yöntemler kullandıkları geleneksel pazarlama taktiklerine benzemektedir.

Çekilişin yapısı modern pazar meydanının dinamiklerini yansıtmaktadır. Bu çekilişlerde ödüller, kullanıcıların ilgisini çekmek ve onları marka etrafında toplamak için kullanılmaktadır. Çekilişler pazar meydanında yapılan promosyonların ve ödüllendirme sistemlerinin dijital bir versiyonu olarak düşünülebilir. Bu ödüller, kullanıcıları markanın etrafında toplamak ve onlara marka sadakatini pekiştirecek olumlu deneyimler sunmak için kullanılmaktadır.

Görseldeki çekiliş, pazar meydanının sosyal etkileşimler ticari faaliyetler ve topluluk oluşturma gibi temel işlevlerini dijital bir platforma taşıyan bir örnek olarak incelenebilir. Bu tür dijital pazar meydanı uygulamaları tüketicilerin dikkatini çekmek, marka bilinirliğini artırmak ve topluluk üyeleri arasında etkileşimi güçlendirmek için sosyal medya mecrasını stratejik olarak kullanılmaktadır.



Resim 4.14 : Pazar Meydanı olarak Facebook örneği

Görseldeki paylaşım, VALORANT adlı bir video oyununun sosyal medya üzerinden duyurulan gece pazarı etkinliği ile ilgili bir paylaşımı içermektedir. Bakhtin'in karnavalesk kuramı ve pazar meydanı metaforu çerçevesinde bu tür etkinlikler, dijital ortamda gerçekleşen modern pazar meydanlarının etkinliklerine benzetilebilir.

Pazar meydanı, geleneksel olarak ticaretin yapıldığı, haberlerin paylaşıldığı ve topluluk üyelerinin bir araya geldiği merkezi bir mekân olarak işlev görmektedir. Karnavalesk kuramda ise pazar meydanı, herkesin eşit bir şekilde katılım sağlayabildiği ve hiyerarşik sınırların geçici olarak kaldırıldığı bir alan olarak nitelendirilmektedir. Bu durum, toplumun normatif yapılarına meydan okuyan bir etkileşim alanı oluşturmaktadır.

Görseldeki gece pazarı etkinliği, oyuncuları belirli bir zaman dilimi içinde oyun içi öğelere indirimli erişim sağlama fırsatı sunarak dijital oyun dünyasında bir pazar meydanı etkinliği oluşturmaktadır. Bu etkinlik, karnavalesk anlamda oyunculara sınırlı bir süre için olağanüstü bir fırsat sunarak oyun içi ekonominin normatif kurallarını geçici olarak değiştirir ve bu da Bakhtin'in kuramıyla uyumlu bir durumdur. Etkinlik, oyun içi sosyal etkileşimi ve topluluğun katılımını teşvik ederek oyuncuların oyun içi dünyada bir araya gelmesini ve ticaret yapmasını sağlamaktadır.

Görseldeki paylaşım, video oyunları ve dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilen pazarlama stratejilerinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bu tür etkinlikler, kullanıcıların etkileşimini ve katılımını artırarak dijital dünyada topluluk oluşturma çabalarını desteklemektedir. Gece pazarı gibi etkinlikler, dijital pazar meydanında sosyal ve ekonomik etkileşimleri teşvik eden modern pazarlama taktikleridir ve bu süreçte oyuncular arasındaki topluluk duygusunu güçlendirerek marka sadakatini artırmaktadır.



Resim 4.15 : Pazar Meydanı olarak Facebook örneği

Görselde sunulan içerik, dijital ortamda gerçekleştirilen bir çekiliş promosyonunu göstermektedir. Bu bağlamda görseldeki sosyal medya gönderisi, dijital pazar meydanının bir tezahürü olarak değerlendirilebilir. Dijital pazar meydanı, sosyal medya kullanıcılarını bir araya getirerek onları marka etkileşimine katılmaya davet eden promosyonlar ile halkın katılımını ve sesini öne çıkaran bir platform sunmaktadır. Bu tür promosyonlar Bakhtin'in karnavalesk kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde otoriteye meydan okuma ve sosyal sınırları aşma potansiyelini taşımaktadır. Çekilişe katılım koşulları kullanıcıların bir aksiyon almasını gerektirirken, bu aksiyonlar aslında pazar meydanında herkesin eşit olduğu ve herkesin sesinin duyulabileceği bir etkileşim alanını simgelemektedir.

Çekilişin ödül yapısının bir kişiye büyük, diğerlerine daha küçük miktarlarda para ödülü verilmesi şeklinde olması karnavalesk kuramın geçici eşitlik ve toplumsal hiyerarşilerin tersine dönme temasını yansıtmaktadır. Bu durum pazar meydanında

yapılan alışverişlerde ya da festivallerde görülen geçici ve eğlenceli eşitlik anlarını anımsatmaktadır. Sosyal medya üzerindeki bu tür çekilişler kullanıcıların aktif katılımını teşvik etmekte ve onları bir topluluğun parçası olmaya davet etmektedir. Söz konusu bu durum, Bakhtin'in karnavalesk kuramındaki toplumsal katılımcılık ve kolektif neşe anlayışı ile örtüşmektedir.

Görseldeki metin, çekilişin tanıtımı için kullanılan dili hem çağdaş dijital pazar meydanının bir örneği olarak sunmakta hem de Bakhtin'in karnavalesk kuramının sosyal medya ve dijital pazarlama stratejilerindeki uygulamalarını göstermektedir. Burada toplumsal yapılar ve güç ilişkileri, kullanıcı etkileşimi ve pazarlama teknikleri arasındaki etkileşimde yeniden ele alınarak güncel bir perspektifle incelenmektedir.

4.3.1.6. Pazar Meydanı Dili



Resim 4.16 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Facebook örneği

Görseldeki metin, belirli bir kültürel bağlam ve sosyal pratik çerçevesinde incelendiğinde karnavalesk kuramın pazar meydanı diliyle olan ilişkisini ve bu dilin tüketici kültürü eleştirisindeki rolünü daha ayrıntılı bir biçimde ortaya koymaktadır.

Metin, karnavalesk kuramın temelini oluşturan otorite karşıtı, sınıf ayrımını yıkan ve karnaval zamanlarında halkın oynadığı rolleri tersine çeviren özellikleri barındıran bir reklam stratejisi olarak okunabilir. Pazar meydanı dilinin doğrudan ve çoğu zaman mizahi olan ifadesi alaycı bir tonla tüketim nesnelerinin sosyal statü üzerindeki etkisiyle dalga geçmektedir.

Metinde, Adını Feriha Koydum dizisindeki başrol karakterin kullandığı ve aslında düşük olan maddi durumunu yüksek olarak göstermesini sağlayan bir makyaj malzemesinin belirli bir sosyal sınıfın veya statünün göstergesi olarak kullanılmasına dikkat çekilmektedir. Bu ürünün pazarda herkesin erişebileceği bir konuma indirgenmesi, sosyal sınıflar arasındaki sınırları ironik bir biçimde yok saymaktadır. Burada karnavalesk kuramın altını çizen dünya tersyüz ediliyor teması gözlemlenmektedir. Sosyal statünün simgesi haline gelmiş bir nesne, herkes için erişilebilir ve sıradan bir ticaret malına dönüştürülerek sosyal hiyerarşiyle alay etmektedir.

Bakhtin'in karnavalesk kuramı, bu tür bir metnin yalnızca tüketim eleştirisi yapmakla kalmayıp aynı zamanda günlük yaşamdaki sosyal yapıları ve hiyerarşik ilişkileri geçici olarak askıya alabileceğini öne sürmektedir. Pazar meydanı dili, geçiciliği halk kültürünün özgürlükçü ve eşitlikçi boyutlarını vurgulayarak toplumsal değer yargılarına meydan okuyarak kullanmaktadır.

Sonuç olarak görsel, karnavalesk kuramın pazar meydanı dili üzerinden toplumun tüketim alışkanlıklarını ve mal sahipliğiyle ilişkili sosyal statüyü sorgulayan bir eleştiri olarak okunabilir. Metin, pazar meydanı dili aracılığıyla tüketim toplumunun değerlerine karşı karnavalesk bir başkaldırı niteliğinde olup bu ürünün pazarda satılmasını bir nevi karnaval eğlencesine dönüştüren bir reklam stratejisi olarak değerlendirilebilir.



Resim 4.17 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Facebook örneği

Bakhtin'in karnavalesk kuramı, dilin toplumsal hiyerarşilere ve güç yapılarına karşıt bir biçimde kullanılmasını ve bu kullanımın özellikle alay ve mizah yoluyla otoriter yapıları ve sosyal normları sorgulama gücünü incelemektedir. Bu bakış açısıyla sosyal medya gönderisindeki metin, kullanıcının toplumsal algılar ve kişisel gerçeklik arasındaki gerilimi mizahi bir dille ifade ettiği bir örnektir. Gönderideki ifade, kullanıcının toplum tarafından yanlış anlaşıldığını veya yanlış değerlendirildiğini ancak aslında gerçekte olan bitenin farkında olduğunu belirtmektedir. Bu durum, Bakhtin'in pazar meydanı diliyle uyumlu bir durumdur. Zira burada birey toplumun ona biçtiği rolün dışındaki gerçek kimliğini ve farkındalığını açığa çıkarmaktadır. Kullanıcının bu ifadesi, pazar meydanı dilinin özgürleştirici ve eşitlikçi potansiyelini sergilerken aynı zamanda sosyal medyanın karnavalesk bir mecraya dönüşebileceğini de öne sürmektedir. Bu mecra içerisinde otoriter ve normatif beklentilerle bireyin özgün deneyimleri ve algıları arasında bir diyalog kurulmaktadır.

Bakhtin'in kuramı, karnavalın geçici dünyasının günlük hayatın sert gerçeklerine ve sınıflandırmalarına meydan okuduğu bir zaman ve mekân oluşturduğunu savunmaktadır. Sosyal medya paylaşımında yer alan metinde de bu geçici dünyanın dijital bir uzantısı olarak işlev görmektedir. Burada birey, toplumsal

etiketlerin ötesinde kendi özgün sesini bulur ve genellikle katı sosyal yapılar tarafından bastırılan kişisel farkındalığını ifade edebilir.

Gönderi, toplumun bireyleri nasıl algıladığına ve bu algıların bireylerin kendi kendini tanımlama süreçlerine nasıl müdahale edebileceğine dair bir eleştiri sunmaktadır. Bakhtin'in pazar meydanı dili, bireyin toplum içindeki etiketlenmiş kimliğinden bağımsız olarak kendi kimliğini inşa etme sürecinde özgürleştirici bir rol oynamaktadır. Bu durum, sosyal medyanın bireylerin kendilerini gerçeküstü veya abartılı bir biçimde sunmalarını sağlayan bir platform olabileceğini göstermektedir. Nihayetinde gönderi, karnavalesk kuramın vurguladığı 'dünya tersine döndürülüyor' temasıyla paralellik taşımaktadır.



Resim 4.18 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Facebook örneği

Görselde yer alan sosyal medya gönderisi, çocukluk anıları ve o dönemdeki dil kullanımının değişimi üzerine bir nostalji ve sorgulama içermektedir. Gönderideki metin, geçmişte çocukların oyun alanlarında kullandıkları argo ve hakaret içerikli ifadelerin günümüz çocukları tarafından kullanılıp kullanılmadığına dair bir karşılaştırma yaparak zaman içindeki dil ve iletişim pratiklerindeki değişimi ele almaktadır.

Bu gönderi, Bakhtin'in karnavalesk kuramının pazar meydanı dili perspektiften incelendiğinde geçmişten günümüze dilin nasıl bir evrim geçirdiği ve toplumsal

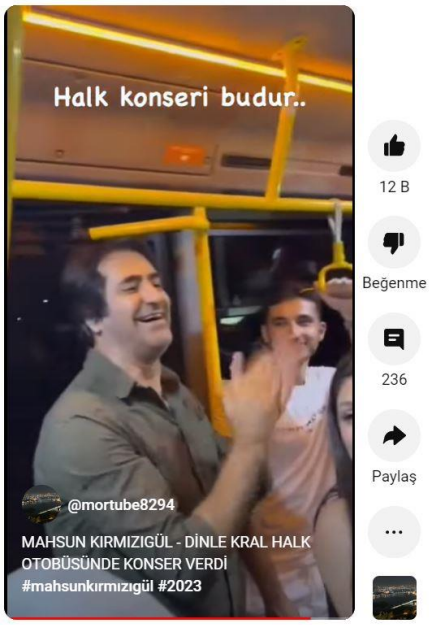
normlar çerçevesinde kabul edilebilirliğinin nasıl değiştiği hakkında önemli bir yorum yapmaktadır. Bakhtin'in karnavalesk kuramında pazar meydanı dili, toplumsal hiyerarşilere ve resmiyetlere karşı bir başkaldırı aracı olarak konumlandırılır ve bu dil genellikle tabuları yıkan, otoriteyi sorgulayan ve halk kültürünün bir ifadesi olarak görülür.

Gönderide geçmişte çocukların kullandığı dilin sert ve kaba olması, toplumsal sınırları aşma ve bireylerin otoriteye başkaldırıları olarak yorumlanabilir. Bu durum, karnavalesk kuramın vurguladığı toplum içerisindeki güç yapısına ve normlara meydan okuma eğilimini yansıtmaktadır. Günümüzde çocukların bu tür bir dil kullanıp kullanmadıklarının sorgulanması, değişen toplumsal değerlere ve iletişim biçimlerine dikkat çekmektedir. Bu durum da karnavalesk kuramın altını çizen, toplumsal ve kültürel değişimlere açık ve esnek bir dil pratiği olgusunu öne çıkarmaktadır.

Metinin mevcut toplumsal yapılar içerisinde bireylerin nasıl konumlandırıldığı ve bireysel kimliklerin nasıl ifade edildiği üzerine bir değerlendirme yaptığı söylenebilir. Gönderi; zaman içindeki değişen dil kullanımı, toplumun kabul edilebilirlik sınırlarının nasıl değiştiğine ve bu sınırların sosyal ve kültürel olaylarla nasıl şekillendiğine ışık tutmaktadır.

4.3.2. Dijital Şölen Alanı Olarak YouTube

4.3.2.1. Tepetaklak Dünya



Resim 4.19 : Tepetaklak Dünya olarak YouTube örneği

Görseldeki otobüs içinde şarkı söyleyen ünlü şarkıcı Mahsun Kırmızıgül ve bu sahne karnavalesk kuramın 'tepetaklak dünya' kavramı çerçevesinde ele alınabilir. Karnavalesk kuram, günlük yaşamın sıradan düzenini ve hiyerarşik yapılarını alaşağı eden olağandışı ve şenlikli olayları vurgulamaktadır. Toplu taşıma gibi kamusal ve sıradan bir alanda gerçekleşen bir konser, olağanın tersine çevrilmesini ve mekânın dönüşümünü simgelemektedir.

Tepetaklak dünya, günlük hayatın monotonluğunu bir kenara bırakıp neşe ve şenliğin ön plana çıktığı anları kutlamaktadır. Bir otobüste yolculuk ederken beklenmedik bir anda ünlü bir şarkıcı tarafından müzik ve şarkı ile bir konser atmosferi oluşturmak, bu kavramın somut bir örneğidir. Yolcuların performansa eşlik etmesi ve olumlu tepkiler vermesi, kolektif bir eğlence anının doğuşunu ve toplumsal sınırların geçici olarak kalktığını göstermektedir.

Bu bağlamda görseldeki sahne, karnavalesk kuramın neşe ve topluluk ruhunu yansıtan bir an olarak yorumlanabilir. Gündelik bir otobüs yolculuğunun bir anda

kutlama ve birlikteliğin yaşandığı bir sahneye dönüşmesi ve ünlü bir kişiliğin sıradan yolcu olarak görünmesi, karnavalesk kuramın 'tepetaklak dünya'sının bir yansımasıdır. Bu tür etkileşimler, insanların bir arada neşe ve mutluluk bulabileceği kolektif deneyimlere dikkat çekmektedir.

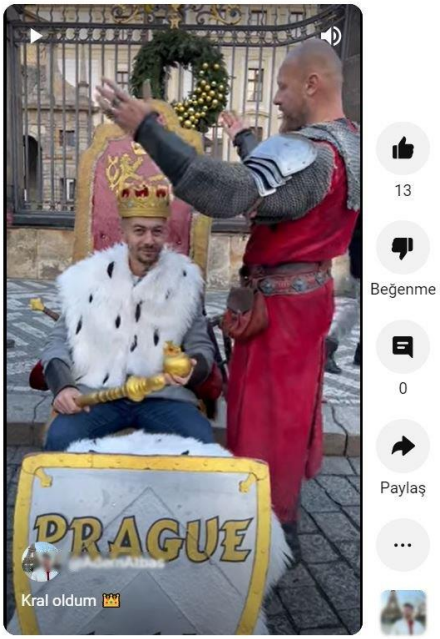


Resim 4.20 : Tepetaklak Dünya olarak YouTube örneği

Görselde bir karakterin yatakta uzanmış ve rahat bir ifadeyle temsil edildiği, altında ise diyet yaparken ben yazan bir mem içeriği bulunmaktadır. Karnavalesk kuramın tepetaklak dünya boyutu, geleneksel beklentileri ve normları tersine çevirme eğilimini vurgulamaktadır. Bu bağlamda diyet yapmanın genelde disiplin ve özdenetim gerektirdiği düşünülürken, bu görsel tam tersi bir durumu olarak diyet sırasında gevşek bir disiplin anını komik bir şekilde sunmaktadır.

Karnavalesk kuramda bu tür bir temsil düzenin alt üst edilmesini, otoriter kurallara ve sınırlamalara meydan okumayı ve bunların yerine neşe, gülmec ve mizahı koymayı ifade etmektedir. Diyet yaparken ben metniyle diyet yapmanın zorluklarına ve sıkı kurallarına karşı bir direniş anı olarak sunulan bu görsel, izleyicilerde bir özdeşleşme yaratır ve günlük hayatın küçük isyancı anlarını kutlamaktadır.

Bu tür mizahi görseller, sosyal medyada sıkça karşılaşılan bir fenomen haline gelmiştir. Bu fenomen, insanların kendi deneyimleriyle özdeşleşebilecekleri, onları güldürebilecek ve onlara herkesin zaman zaman kuralları esnetebileceğini hatırlatabilecek içerikler oluşturmaktadır. Bu da karnavalesk kuramın herkes için neşe yönünü yansıtarak günlük yaşamın sıradanlığını mizahi bir dokunuşla aydınlatmaktadır.



Resim 4. 21 : Tepetaklak Dünya olarak YouTube örneği

Görselde tahtta oturan ve taç giymiş bir kişi ve onun etrafında kostüm giymiş bir başkasının olduğu bir sahne görülmektedir. Bu sahne, karnavalesk kuramın 'tepetaklak dünya' kavramı çerçevesinde günlük yaşamın sıradan rollerinin ve hiyerarşilerin geçici olarak değiştirilmesini simgelemektedir.

Tepetaklak dünya genellikle otoritenin tersine çevrildiği, alışılmadık olayların meydana geldiği ve sınırların aşılmasının kutlandığı bir durumu ifade etmektedir. Burada bir kişi gündelik hayatında sahip olmadığı bir güç ve statü simgesi olan kraliyet tacını giymiş ve tahtta oturmuştur. Bu sahne sosyal normları ve statüleri alaycı bir şekilde eleştiren ve mevcut sosyal düzeni geçici olarak tersine çeviren karnavalesk bir anı temsil etmektedir.

Kral olmak genellikle güç, saygı ve ayrıcalık ile ilişkilendirilmektedir. Ancak bu sahnede kral olma durumu herkesin deneyimleyebileceği eğlenceli ve teatral bir performansa dönüşmüştür. Bu tür interaktif performanslar katılımcılara güç dinamikleriyle oynamak, gündelik rollerden kaçmak ve egemen sosyal yapıları mizahi bir şekilde sorgulamak için bir alan sunmaktadır.

Karnavalesk kuramın bu yönü toplumda genellikle ciddiye alınan konum ve rollerle oynama fırsatı vererek bu rollerin aslında ne kadar rölatif ve oyunbaz olabileceğini göstermektedir. Tarihsel olarak karnavallar, toplumun en altındakilerin en üstteki pozisyonlara geçici olarak yükseldiği, her türlü alaycı taklidin ve statü tersine çevirmenin mümkün olduğu zamanlar olarak bilinmektedir. Bu sahne, modern bir karnaval ruhunun ve herkes için geçici bir kaçışın ve neşenin sunulduğu anları yansıtan bir örnektir.

4.3.2.2. Grotesk



Resim 4. 22 : Grotesk yapısıyla YouTube örneği

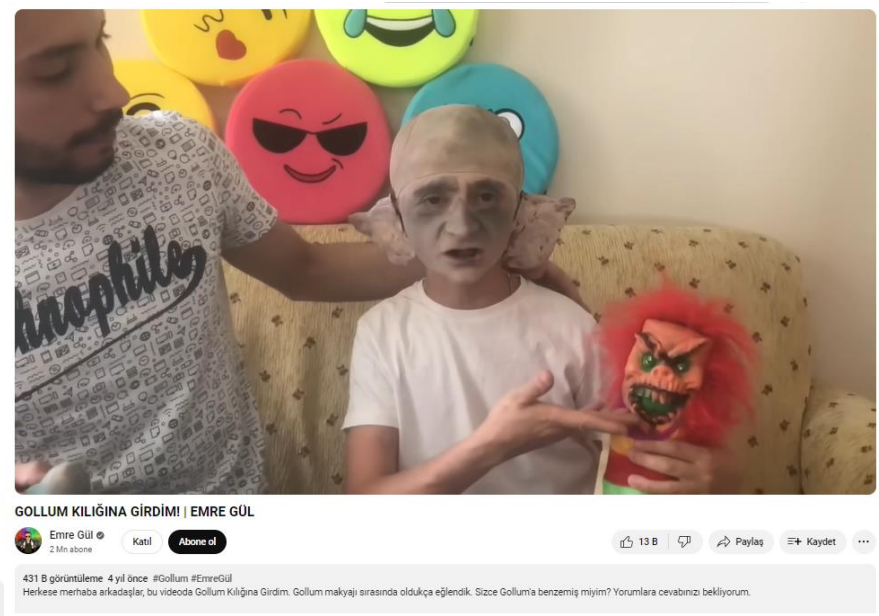
Görselde bir tavuk kostümü, sosyal medya fenomeni Orkun Işıtmak'ın yanında duran ve bu duruma şaşkınlıkla bakan bir çalışanın olduğu bir sahne bulunmaktadır. Bu türden bir sahne, karnavalesk kuramın grotesk boyutuna örnek teşkil etmektedir.

Grotesk normalin dışında, abartılı ve sıra dışı tasvirlerle karakterize edilen bir sanat ve edebiyat tarzıdır. Bu tarz, genellikle gülünç ve şaşırtıcı unsurları içerir ve izleyiciyi hem rahatsız edebilir hem de eğlendirebilir.

Grotesk tarzının karnavalesk bir yansıması olarak bu sahne, günlük bir restoran ortamında beklenmedik bir tezat oluşturmaktadır. Tavuk kostümü giymiş sosyal medya fenomeni, genellikle tüketilen tavuk ürünlerini sunan bir işletmede tavuk gibi giyinmiştir. Bu durum, izleyiciye hem absürtlüğü hem de ironiyi hissettirmektedir. Grotesk bir figür olarak kostümlü kişi, hem komik hem de düşündürücü bir şekilde tüketim alışkanlıkları ve gıda endüstrisinin temsiliyle oynamaktadır.

Aynı zamanda bu sahne, tüketim toplumunun bazı eleştirilerini eğlenceli ve alaycı bir biçimde ortaya koymaktadır. Tavuk kostümü genellikle ticari ve tüketim odaklı bir toplumda nasıl bir meta haline geldiğimizi ve doğal dünyanın nasıl bir endüstriye dönüştüğünü grotesk bir abartı ile sergilemektedir. Bu durum, groteskin sınırları zorlayan ve izleyicinin konfor alanını genişleten bir özelliğidir.

Kısacası bu görsel, grotesk sanatın bir ifadesi olarak günlük hayatın sıradanlığını sarsan ve normları sorgulayan bir anı temsil etmektedir. Bu durum, izleyicinin güldüğü ama aynı zamanda üzerinde düşünmeye teşvik edildiği bir sahnedir. Karnavalesk kuramın grotesk boyutu, toplumda genellikle göz ardı edilen veya kabul edilen normlara meydan okuyan ve bu normları abartılı bir biçimde sergileyen unsurları içermektedir.



Resim 4.23 : Grotesk yapısıyla YouTube örneği

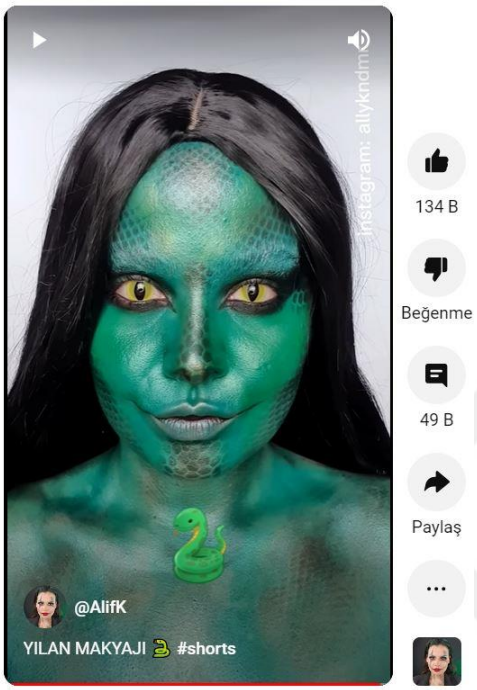
Görselde yüzüne beyaz makyaj yapılmış ve bir karakterin kostümünü giymiş sosyal medya fenomeni Emre Gül ile yanında duran bir başkasını görülmektedir. Bu sahne, grotesk unsurların tipik bir örneğini sergilemektedir. Grotesk; normalin dışında, abartılı ve sıra dışı bir şekilde tasvir edilmiş figürlerle izleyicilerin dikkatini çekmeyi ve onlara şaşırtıcı bir deneyim sunmayı amaçlamaktadır.

Kostümlü figür, bir karakterin abartılı bir versiyonunu oluşturmak için makyaj ve kostüm kullanımıyla insan figürünün sınırlarını zorlayarak normatif estetik anlayışları sorgulamaktadır. Bu tür bir temsil, izleyiciyi hem rahatsız edebilir hem de eğlendirebilir. Çünkü grotesk tarz hem çekici hem de itici olabilmektedir.

Karnavalesk kuramın grotesk boyutu, toplumun güzellik ve biçim anlayışlarını alt üst eden bir karşıtlık oluşturmaktadır. Bu sahne, gündelik yaşamın sıradanlığına bir mola vererek izleyicilere alışılagelmişin dışında bir an sunmaktadır. Grotesk, bu şekilde izleyicinin alışılmışın dışında düşünmesini sağlayarak günlük yaşamın sınırlarını aşan bir hayal gücünün kapılarını aralamaktadır.

Kısacası görsel, groteskin tipik özelliklerini yansıtarak izleyiciye alışılmışın ötesine geçme fırsatı sunmakta ve günlük hayatın sıradanlığını komik ve abartılı bir biçimde sorgulamaktadır. Bu durum, karnavalesk kuramın grotesk boyutunun mizah,

abartı ve sıra dışılığı kullanarak toplumsal normları nasıl sorgulayabileceğinin bir örneğidir.



Resim 4.24 : Grotesk yapısıyla YouTube örneği

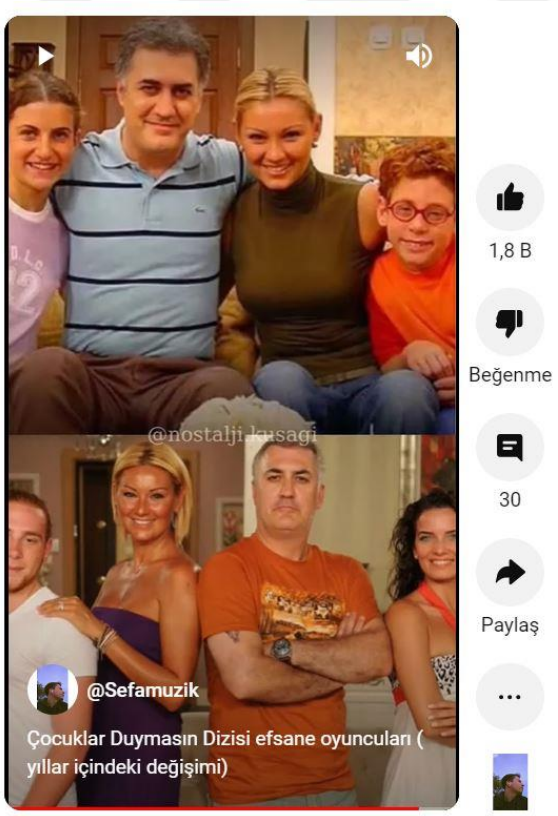
Görselde yüzü ve vücudu yılan derisi deseni ile detaylandırılmış makyajla kaplı bir insan görülmektedir. Gözlerinin etrafındaki sarı tonlar ve siyah irisle, bu makyaj insan formunu bir yılana dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Bu tür bir tasvir, karnavalesk kuramın grotesk alt boyutunun mükemmel bir örneğidir. Grotesk, geleneksel estetik normlarına meydan okuyan ve izleyicileri hem rahatsız eden hem de büyüleyen bir sanat formudur.

Bu görüntüdeki grotesk makyaj, insan figürünün dönüştürülmesiyle alışılagelmiş insan formunun sınırlarını zorlayarak izleyicilerin dikkatini çekmektedir. Grotesk burada insan ve hayvan arasındaki sınırları flulaştırarak insanlık durumunun çeşitliliğini ve plastikliğini vurgulamaktadır. Yılan deseni ile gözler, yılanın tehlikeli ve esrarengiz doğasını yansıtırken aynı zamanda izleyiciye insan formunun nasıl radikal bir şekilde yeniden yorumlanabileceğini göstermektedir.

Grotesk tasvirler sıklıkla toplumsal ve kültürel normlarla alay etme amacı taşımaktadır. Bu görseldeki yılan makyajı, insanların yılanlarla ilişkilendirdiği sinsi veya tehlikeli özellikleri insana uygulayarak toplumun korkuları ve tabularıyla oynamaktadır. Bu çarpıcı görsel, alışılagelmişin dışında bir şeyler sunarak insanları gündelik hayattan uzaklaştırmaya, düşünmeye ve hissetmeye davet etmektedir.

Sonuç olarak grotesk sanat, normatif estetik değerlerin reddedilmesi ve dönüştürülmesi yoluyla izleyicilere alışılmadık ve beklenmedik deneyimler sunmaktadır. Bu tür bir makyaj sanatı, groteskin temel özelliklerinden biri olan abartılı tezatlık ile bizi hem rahatsız edebilir hem de büyüleyebilir. Karnavalesk kuramın grotesk alt boyutu bu şekilde günlük hayatın sıradanlığına meydan okuyan ve izleyiciyi şaşkınlığa sürükleyen bir bakış açısı sunmaktadır.

4.3.2.3. Karnaval Gülüşü

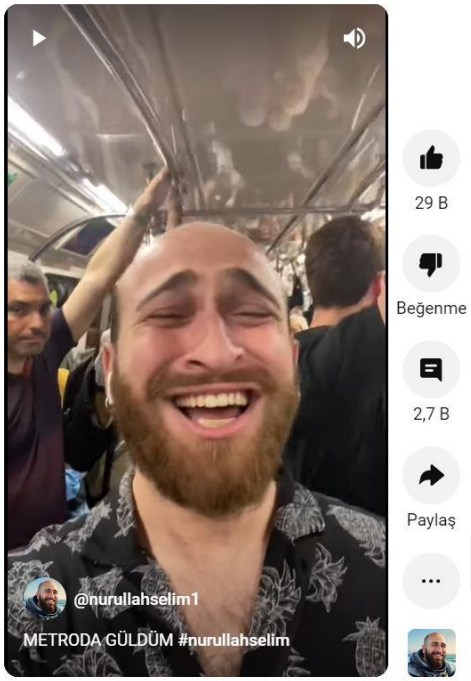


Resim 4.25 : Karnaval Gülüşü yapısıyla YouTube örneği

Görselde Çocuklar Duymasın dizisi oyuncularının zaman içindeki değişimi gösteren iki ayrı fotoğrafın üst üste yerleştirilmiş bir kollajı görülmektedir. Üstteki fotoğraf dizideki aile üyelerinin daha genç versiyonlarını içerirken, alttaki fotoğraf onların zaman içindeki evrimini yansıtmaktadır. Bu görsel, karnavalesk kuramın karnaval gülüşü kavramına uygun bir şekilde zamanın geçişini ve kişisel değişimi mizahi bir biçimde kutlayan bir gönderidir.

Karnaval gülüşü sınırları aşan, geleneksel otoriteyi ve normları alaya alan bir ifade biçimidir. Bu görselde zamanın kaçınılmaz geçişinin ve yaşlanmanın gerçekliği karşısında mizahın kullanımı, yaşlanma sürecinin kaçınılmazlığı ve insan hayatındaki değişimin doğal bir parçası olduğu gerçeğiyle yüzleştirirken aynı zamanda bu sürece karşı neşeli bir tutum sergilenmesini önermektedir. Karnavalesk kuramın alt boyutlarından olan karnaval gülüşü burada hayatın zorlukları ve değişimleri karşısında mizahın rahatlatıcı ve bağışlayıcı gücünü vurgulamaktadır.

Fotoğraf, aynı zamanda popüler bir televizyon dizisinin oyuncularını içermektedir. Böylece gönderi, popüler kültür ve nostalji ile iç içe geçmiş toplumsal hafızada özel yere sahip bir anıyı da canlandırmaktadır. İnsanların yıllar içinde fiziksel olarak nasıl değişebileceğini göstermekle kalmaz aynı zamanda bu değişimi olumlayarak onu kabul etme ve hatta onunla gururlanma fikrini de sunmaktadır. Bu tür bir görsel, geçmişin güzelliklerini ve geleceğin olasılıklarını neşe ve kabullenme ile karşılamamız için bizi cesaretlendirir.



Resim 4.26 : Karnaval Gülüşü yapısıyla YouTube örneği

Görselde toplu taşıma aracı içinde neşeyle gülen bir kişi görülmektedir. Karnavalesk kuramın karnaval gülüşü boyutu toplumsal normlara ve günlük hayatın ciddiyetine meydan okuyan, coşku ve alaycılığı birleştiren bir anlatı biçimidir. Bu anlamda görseldeki figür, karnaval gülüşünün somut bir temsilidir. Çünkü gönderi, genel olarak suskun ve bireysel deneyimlere indirgenen metropol yaşamındaki toplu taşıma ortamında genel beklentilerin aksine kişisel bir sevinç anını kolektif bir tecrübeyle paylaşmaktadır.

Karnaval gülüşü, baskın ideolojilere ve hiyerarşilere karşı bir direniş biçimi olarak da görülmektedir. Bu durumda, metronun monoton atmosferini ortasında çıkan bu kahkaha, çevresindekilere de bulaşarak genellikle bireysel izolasyon ve ciddiyetin hâkim olduğu bir alanda kolektif bir neşe anı oluşturmaktadır. Günlük hayatın tekdüzeliklerini kırarak hayatın oyunbaz ve kutlayıcı yanlarını vurgulamaktadır. Bu spontane kahkaha, belki de günlük rutinin ağırlığını hafifletmekte ve anın tadını çıkarmanın önemini hatırlatmaktadır. Bu tür bir kahkaha, hayatın zorluklarına karşı bir başkaldırı olarak insanları sıradanlığın ötesine geçmeye ve yaşamın tadını çıkarmanın küçük anlarında bulmaya davet etmektedir.



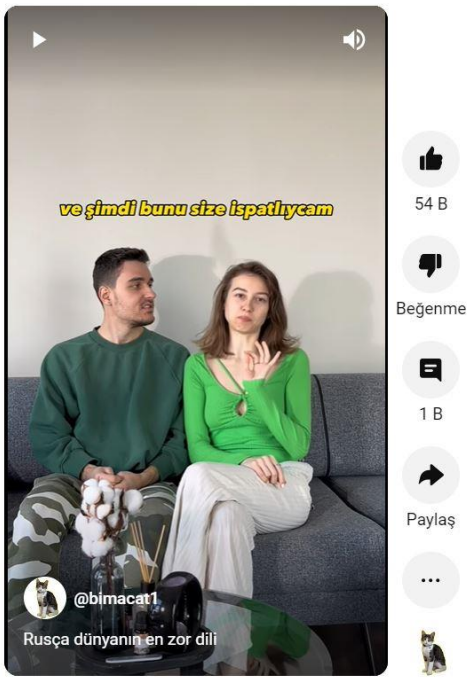
Resim 4.27 : Karnaval Gülüşü yapısıyla YouTube örneği

Görselde genç bir kişinin neşeyle gülümseyerek kamera karşısında durduğu ve ilkokuldaki kapak sözler ifadesiyle nostaljiyi çağrıştıran bir anı paylaştığı görülmektedir. Karnavalesk kuramın karnaval gülüşü boyutu, genellikle otoriter ciddiyeti ve toplumsal normları alaşağı eden kısıtlamalara meydan okuyan ve bireyin özgürleşmesini öne çıkaran bir kavramdır. Bu görüntüdeki karnaval gülüşü, çocukluğun saflığını ve oyunbazlığını hatırlatarak büyümüş olmanın getirdiği sosyal maskeleri bir an için kenara bırakılmasını sağlamaktadır.

Bu içten gülümseme, genç bir bireyin geçmişi şenlikli bir hatırlayışla selamlaması ve belki de ilkokul yıllarındaki masumiyeti saf neşeyi ve esprili takışmaları anımsatması olarak yorumlanabilir. Sosyal medyada bu tür paylaşımlar, bir yandan kişisel bir katarsis işlevi görürken bir yandan da geniş bir izleyici kitlesini kişisel bir anı ve kolektif bir geçmiş etrafında birleştirmektedir. Bu nostaljik öğeler, toplumsal hafızada yer edinen ve zamanla efsaneleşen kültürel unsurlar olarak karnavalesk bir etkileşimi teşvik etmektedir.

Böylece karnaval gülüşü, her yaştan izleyicinin ortak bir geçmişe ve paylaşılan kültürel motiflere gülümseyerek yanıt vermesini sağlayan bir birleştirici rol oynamaktadır. Bu paylaşım, genç neslin eski nesillerin deneyimlerine ve kültürel kodlarına olan ilgisini gözler önüne sererek toplumsal kuşaklar arasında bir köprü işlevi görmektedir.

4.3.2.4. Diyalojizm



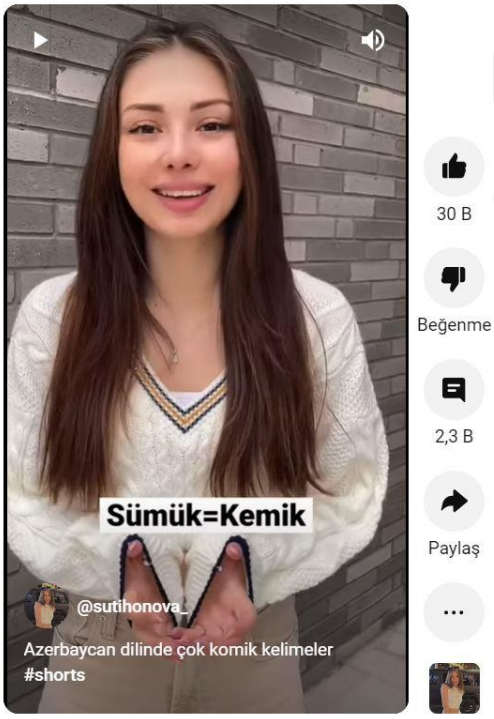
Resim 4.28 : Diyalojizm yapısıyla YouTube örneği

Görselde bir kadın ve erkeğin bir kanepe üzerinde otururken görüldüğü ve kadının el jestiyle düşünceli bir ifade sergilediği, erkeğin ise kadına bakarken bir şeyler söylemeye hazırlandığı anlaşılmaktadır. Ekranın altında Rusça dünyanın en zor dili ifadesi yazmakta ve şimdi bunu size ispatlayacağım ifadesi ile bu iddiayı desteklemeye yönelik bir eyleme atıfta bulunmaktadır.

Diyaloji karnavalesk kuramda farklı seslerin, perspektiflerin ve sosyal katmanların çatışması ve uyumu yoluyla gerçeğin çok boyutluluğunu vurgulayan bir kavramdır. Bu görsel, dil öğrenme sürecindeki zorluklar ve kişisel deneyimler

üzerinden genel bir iddianın kişisel bir dokunuşla ve mizahi bir yaklaşımla aktarılmasına örnek teşkil etmektedir.

Görseldeki sahne, Rusça'nın zorluğu gibi yaygın bir görüşü kişisel bir deneyimle somutlaştırarak dil öğreniminin evrensel zorluklarını ve bu süreçteki komik yanları sergilemeyi amaçlamaktadır. Diyaloji bağlamında bu sahne, dil öğrenme deneyiminin bireysel ve toplumsal düzeydeki çeşitliliğini ve karmaşıklığını yansıtan bir diyaloğun parçası olarak ele alınmaktadır. Gönderi, dil öğrenme deneyimlerinin bireyler arasındaki ilişkileri ve sosyal etkileşimleri nasıl şekillendirebileceğine dair zengin bir yorum sunmaktadır. Bu tür görsel anlatılar, toplumsal bir fenomen olan dil öğrenimini bireysel ve eğlenceli bir çerçevede sunarak izleyicilerin kendi deneyimleriyle bağ kurmasını ve farklı bakış açılarına açık olmasını sağlamaktadır.



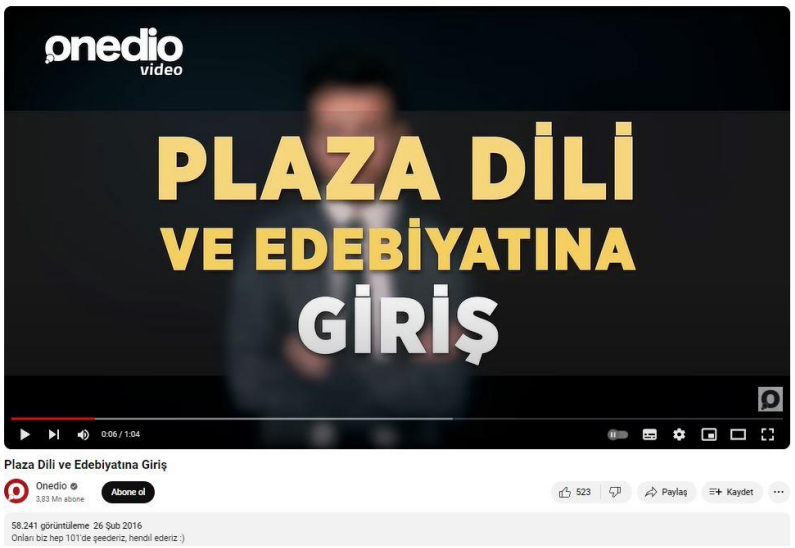
Resim 4.29 : Diyalojizm yapısıyla YouTube örneği

Gönderi genç bir kadının kamera karşısında eğlenceli bir ifadeyle Azerbaycan dilinden bir kelime örneğini paylaştığı anı yakalamaktadır. Videoda yer alan sümük=kemik yazısı, kelimenin harfî çevirisinin yanı sıra dilin komik yönlerine de

işaret etmektedir. Bu tür içerikler, diller arası oyunbaz bir diyaloğun ve karşılıklı anlayışın önemini vurgulamaktadır.

Diyaloji, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir alt boyutu olarak metinlerdeki veya iletişimdeki çokseslilliği, çelişkili seslerin ve perspektiflerin varlığını temsil etmektedir. Görseldeki figür, izleyiciyle doğrudan bir diyaloğa girerek dilin esnekliğini ve kelimelerin farklı kültürel anlamlarını ortaya koymaktadır. Bu tür bir iletişim, hem eğitici hem de eğlendirici bir nitelik taşıyarak dil öğreniminde motivasyonu artırmakta ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşmaktadır.

Bu bağlamda diyaloji açısından görseldeki kadının sunduğu içerik, farklı dillerin karşılaştırmalı analizi ve diller arası mizahi unsurların keşfi üzerinden dilbilimsel ve kültürel diyalogları teşvik eden bir örnek olarak yer almaktadır. Görsel, dil öğreniminin sadece kurallar ve yapılarla sınırlı olmadığını aynı zamanda kültürlerarası anlayış ve mizah duygusunu da içerdiğini göstermektedir. Bu yaklaşım, izleyicinin dili keşfetme sürecinde daha derin bir katılım ve etkileşim sağlayarak öğrenmenin sınırlarını genişletmektedir.



Resim 4.30 : Diyalojizm yapısıyla YouTube örneği

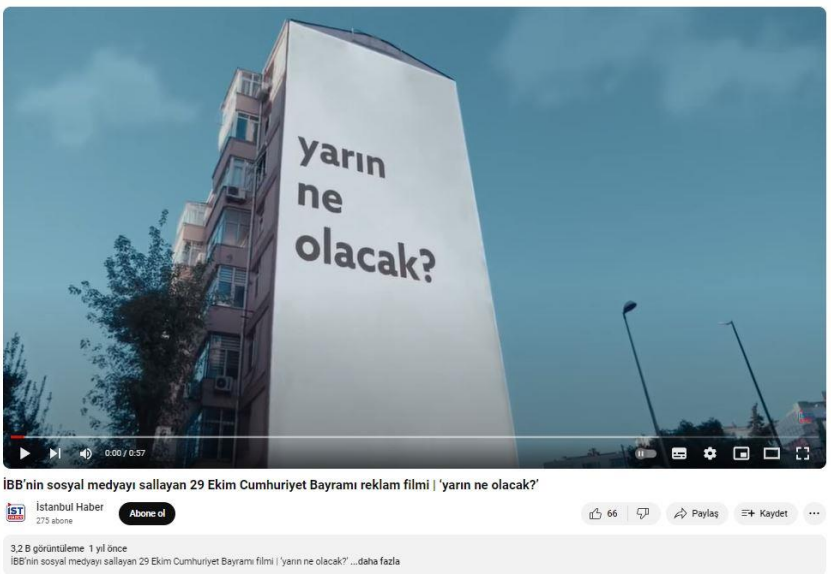
Gönderi, plaza dili ve edebiyatına giriş başlıklı bir videonun ekran görüntüsünü göstermektedir. Bu tür içerikler, iş dünyasının jargonunu ve dilini eleştirel bir bakış açısıyla incelerken özel dilin komik ve absürd yönlerini de ortaya koymaktadır.

Bakhtin'in diyalojik kuramı bağlamında plaza dili, toplumsal iletişimdeki hiyerarşi ve güç ilişkilerini yansıtan bir dildir ve bu videonun içeriği plaza dilinin özgün terminolojisini ve bu terminolojinin günlük hayattaki etkilerini inceleyerek izleyicilerle etkileşime geçmektedir.

Bakhtin, karnavalesk ve diyalojik kuramlarında farklı seslerin, tonların ve düşüncelerin bir araya geldiği; hiyerarşik sınırların aşıldığı bir iletişim alanı yaratılmasının önemini vurgulamaktadır. Bu bağlamda video, plaza dili gibi spesifik bir dil kullanımının sosyal ve kültürel etkilerini gözler önüne sererken izleyicilere bu dile dair bir öz-eleştiri fırsatı sunmaktadır. Plaza diliyle dalga geçmek, çalışma hayatının stresli ve ciddi atmosferine bir mizah unsuru ekleyerek bireylerin iş yaşamına dair deneyimlerini paylaşmalarına olanak tanımaktadır.

Dolayısıyla video, sosyal dilbilim ve iletişim kuramları açısından plaza dili gibi özel bir dilin toplumsal konumlandırmasını ve günlük yaşamda nasıl bir diyalojik etkileşim yarattığını inceleme imkânı sağlamaktadır. Bu durum izleyicilerin günlük yaşamda ve profesyonel ortamlarda kullandıkları dilin, toplum içindeki yerini ve sosyal ilişkiler üzerindeki etkisini daha iyi anlamalarına yardımcı olabilir.

4.3.2.5. Pazar Meydanı



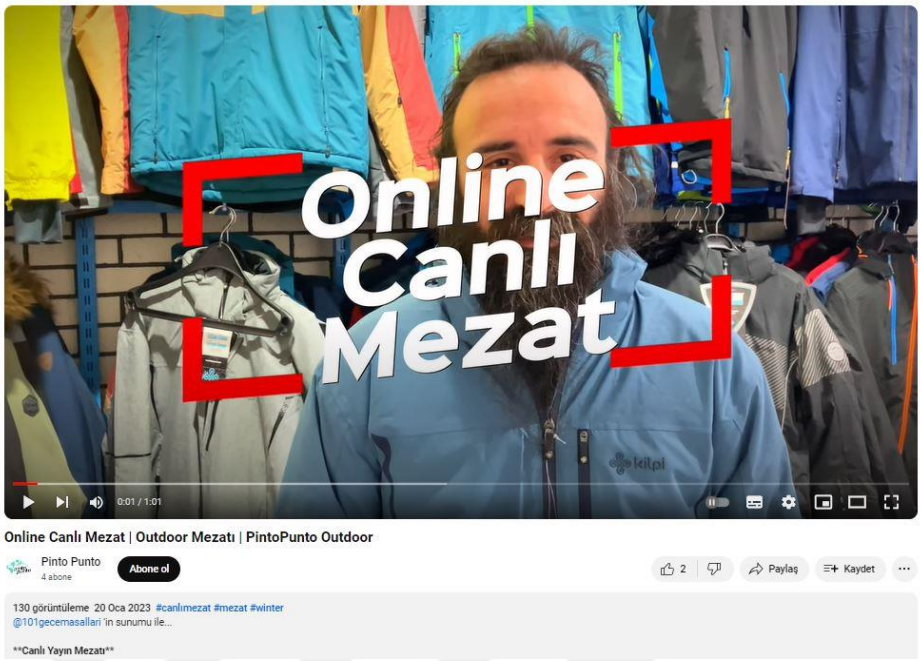
Resim 4.31 : Pazar Meydanı olarak YouTube örneği

Görselde yarın ne olacak? sorusunun büyük harflerle yazılı olduğu bir afişin bir binanın cephesine asıldığı görülmektedir. Bu soru genellikle belirsizlik, beklenti ve merak duygularını uyandırmak için kullanılır ve geleceğe dair genel bir sorgulamayı ifade etmektedir.

Bakhtin'in karnavalesk kuramı çerçevesinde yarın fikri, değişim ve yenilenmenin sembolü olarak ele alınmaktadır. Pazar yeri farklı seslerin ve düşüncelerin bir araya geldiği, toplumsal normların ve hiyerarşik yapıların geçici olarak askıya alındığı bir alan olarak tanımlanmaktadır. Bu afişin pazar yerine yerleştirilmiş olması, toplumsal ve kişisel gelecek beklentileri ve tahminleri serbestçe ifade etme özgürlüğünü simgelemektedir.

Afişin bir reklam kampanyası veya önemli bir tarihi anma günü için kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, afişin yer aldığı reklamın toplumsal bellek ve geleceğe dair ortak bir diyalog oluşturma amacı taşımaktadır. Afiş, izleyicilere geçmişteki önemli olayları hatırlatırken aynı zamanda gelecek için ortak bir umut ve beklenti oluşturmayı hedeflemektedir.

Bu gönderi, toplumsal diyalog ve kolektif hafızada önemli bir yer tutan tarihi olayları hatırlatma biçimi bakımından karnavalesk kuramın alt boyutlarından biri olan pazar yerinin dinamik ve çok sesli yapısına uygun düşmektedir.



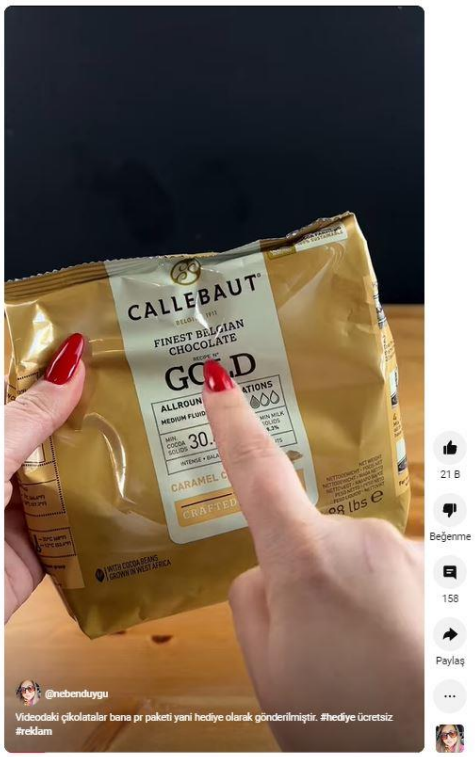
Resim 4.32 : Pazar Meydanı olarak YouTube örneği

Gönderide, bir online canlı mezat etkinliğinin reklamını gösteren bir ekran görüntüsü bulunmaktadır. Ekranda online canlı mezat ifadesi ve etkinliği düzenleyen firmanın adı görülmektedir. Arka planda çeşitli renk ve modellerde outdoor giyim ürünleri yer almaktadır.

Bakhtin'in karnavalesk kuramına göre pazar yeri farklı düşüncelerin, fikirlerin ve seslerin bir araya gelerek yeni ve yenilikçi bir toplumsal alışverişin yaşandığı bir alan olarak görülmektedir. Bu çerçevede online canlı mezat, pazar yerinin çağdaş bir yorumu olarak düşünülebilir. Geleneksel pazar yerinin fiziksel mekân sınırlarını aşan bu etkinlik, teknoloji aracılığıyla dünya çapında bir kitleyi aynı anda bir araya getirme potansiyeline sahiptir.

Bu etkinlik aynı zamanda modern tüketim toplumunun ve küreselleşmenin etkilerini yansıtmaktadır. Online mezat platformları, geleneksel ticaretin yüz yüze yapıldığı pazar yerinin sosyal etkileşim özelliklerini sanal bir ortama taşıyarak alıcı ve satıcılar arasındaki mesafeyi ortadan kaldırır ve zaman sınırlarını aşmaktadır. Bu süreç, hem kültürel hem de ekonomik bir değişim ve etkileşimin sembolüdür.

Sonuç olarak görseldeki online canlı mezat etkinliği, pazar yerinin geleneksel fonksiyonlarını teknolojik bir bağlamda yeniden oluştururken aynı zamanda günümüzün dinamik ve bağlantılı dünyasının bir yansıması olarak kabul edilmektedir. Bu gönderi, karnavalesk kuramın alt boyutlarından biri olan pazar yerinin hem fiziksel hem de sanal mekânlarda nasıl sürekli bir evrim içinde olduğunun bir örneğidir.



Resim 4.33 : Pazar Meydanı olarak YouTube örneği

Gönderide, Callebaut markasına ait Belçika çikolatasının ambalajı görülmektedir. Bu ambalaj, Finest Belgian Chocolate Gold etiketi ile altın renginde bir paketin içerisinde sunulmuştur. Görsel, ürünün tanıtımı için kullanılmış bir sosyal medya paylaşımı olarak yer almaktadır. Söz konusu gönderinin tanıtım olduğunu belirten videonun alt kısmında yer alan metinden anlaşılmaktadır. Videoda bir el, ürünün ön yüzünü işaret ederek marka ve ürün özelliklerine dikkat çekmektedir.

Karnavalesk kuramın pazar yeri ile ilişkilendirilmesi açısından bu görsel, pazar yerinin çağdaş bir mecazı olarak ele alınmaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramına göre pazar yeri, çeşitliliğin ve değiş tokuşun merkezi olarak kabul

edilmektedir. Görseldeki ürün, küresel ekonominin bir unsuru olarak farklı coğrafyaların lezzetlerini ve ürünlerini evrensel bir pazarda sunmaktadır.

Çikolata paketi, gıda endüstrisinin kültürlerarası etkileşimini ve değişimini temsil etmektedir. Belçika çikolatasının dünya çapında bir üne sahip olması lezzet, kalite ve zanaatkarlık gibi değerlerin pazar mekânında nasıl bir anlam kazandığını ve tüketicilerin kültürel tercihlerini nasıl şekillendirdiğini göstermektedir. Sosyal medya üzerinden yapılan bu tanıtım, pazar yerinin dijital bir evrime uğrayarak tüketicilere ulaşma yöntemlerinin nasıl çeşitlendiğini ve genişlediğini ortaya koymaktadır.

Özetle görseldeki çikolata paketi, pazar yerinin geleneksel fonksiyonlarının modern ve dijital dünyada nasıl yeniden yorumlandığının bir örneğidir. Aynı zamanda küresel pazarda çeşitli kültürel ürünlerin nasıl bir araya geldiğini ve tüketici tercihlerini nasıl etkilediğini gösteren bir vaka olarak da değerlendirilebilir.

4.3.2.6. Pazar Meydanı Dili



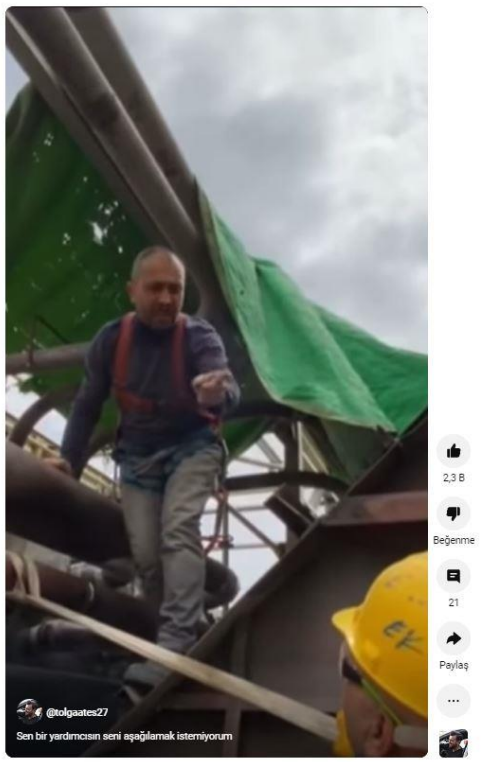
Resim 4.34 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla YouTube örneği

Gönderide bir video oyun oynayan ve muhtemelen rakip takımın oyuncularının hakaretlerine maruz kalan bir kadın oyuncuyu göstermektedir. Oyuncu, üzgün ve düşünceli bir ifadeyle ekranı izlerken ona atılan laflar ekranda belirmekte; Cerez mi sanki?, Gidin barbi giydirin, Fazla kolaysınız ifadeleri ekranda yer almaktadır. Görseldeki metin, oyuncunun erken aşamada oyunda ezilmesine ve rakip takımın alaycı yorumlarına işaret etmektedir. Karnavalesk kuramın pazar meydanı dili kavramı, burada online oyun toplulukları arasında sıklıkla karşılaşılan alaycı ve kışkırtıcı iletişimi ele almaktadır.

Karnavalesk kuramın bir alt boyutu olan pazar meydanı dili, genellikle halkın ortak ve kamusal alanlarda kullandığı, genellikle doğaçlama ve yaratıcı bir dil olarak tanımlanmaktadır. Bu dil, sadece satış ve ticaretle sınırlı olmayıp toplumun geniş bir kesimi tarafından paylaşılan bir iletişim biçimi olarak kabul edilmektedir. Bakhtin'in karnavalesk kuramına göre pazar yeri dili, sosyal hiyerarşileri ve resmiyeti askıya alarak insanlar arasındaki eşitlikçi ve özgürleştirici bir iletişim formunu mümkün kılmaktadır.

Bu bağlamda görseldeki durumu ele alındığında pazar meydanı dili, oyun içi iletişimin bir yansıması olarak görülmektedir. Oyunun rekabetçi doğası, çoğu zaman oyuncular arasında sert ve alaycı bir iletişim tarzını ortaya çıkarmaktadır. Oyuncular arasındaki iletişim genellikle alay, mizah ve kendi içinde bir dizi kod ve sembolle doludur. Bu durum, pazar meydanının geleneksel işlevlerini andırmaktadır; çünkü burada da bireyler fikir alışverişinde bulunur ve sosyal normlar doğrultusunda bir etkileşim kurarlar. Görseldeki kadın oyuncu, bu etkileşimin merkezinde yer alırken karşılaştığı zorluğa ve alaycı yorumlara tepkisi ile oyun topluluğunun bir parçası olarak konumlandırmaktadır.

Oyuncunun ifadesi, bu durumun ona olan etkisini gözler önüne seriyor ve online oyun alanlarının da kendi içinde birer dijital pazar yeri olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Bu dijital pazar yerlerinde sosyal etkileşimler genellikle yüz yüze etkileşimlerden daha anonim olduğu için dilin daha saldırgan ve sınır tanımaz bir hal alabildiğine dair bir gösterge olarak kabul edilmektedir.



Resim 4.35 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla YouTube örneği

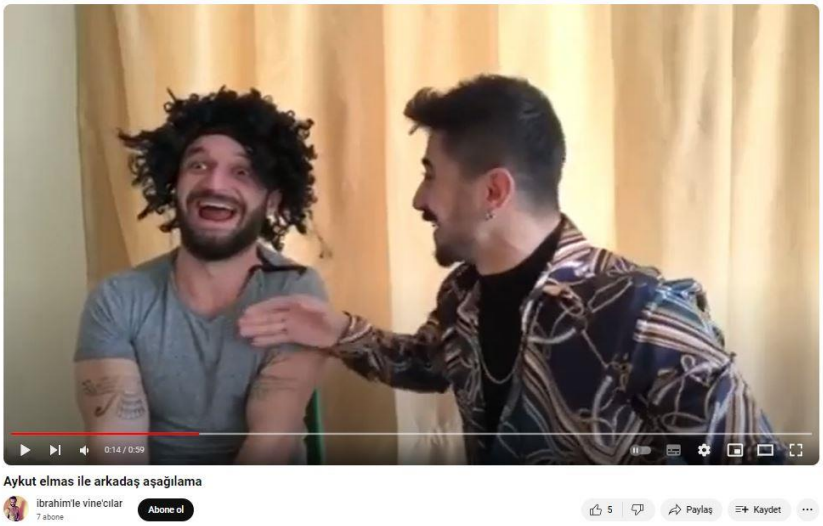
Gönderide yüksek bir yapıda çalışan bir inşaat işçisinin iş güvenliği kaskı takan bir başka işçiye bir şeyler söylediği bir anı göstermektedir. Bu sahne, karnavalesk kuramın pazar meydanı dili kavramı çerçevesinde işçilerin çalışma ortamında gündelik iletişim ve etkileşimlerini yansıtmaktadır.

Pazar meydanı dili genellikle doğrudan, açık ve sansürsüz bir iletişimi ifade etmektedir. İşçiler arasındaki iletişim kaba ve alaycı bir mizahı, karşılıklı alay ve esprileri içerebilir. Bu tür bir dil, toplumsal hiyerarşilerin ve resmiyetin azaldığı, insanların daha özgür ve samimi bir şekilde iletişim kurduğu pazar meydanlarının geleneksel atmosferini yansıtmaktadır.

Gönderide çalışma koşulları ve işçi etkileşimlerinin sosyokültürel dinamiklerine ışık tutmaktadır. İnşaat alanları, sıkı iş birliği ve güvene dayalı bir çalışma ilişkisi gerektirmektedir. Görseldeki işçinin ifadesi ve beden dili, bu ilişkilerin bir parçası olan doğrudan ve samimi iletişimi yansıtmaktadır. Bu durum, bireylerin

sosyal sınıf ve mesleki rollerinin ötesinde karşılıklı saygı ve dayanışma temelinde birbirleriyle etkileşimde bulunduğu bir çalışma kültürünü göstermektedir.

Sonuç olarak görseldeki sahne, inşaat sektörünün zorlukları ve işçilerin bu zorluklar karşısında sergilediği dayanışma ve mizah anlayışını yansıtan karnavalesk bir anı olarak değerlendirilebilir. Bu tür bir iletişim, pazar meydanı dilinin modern çalışma ortamlarında nasıl bir şekil aldığını göstermekte ve iş yerindeki informal etkileşimlerin altını çizmektedir.



Resim 4.36 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla YouTube örneği

Gönderide sosyal medya fenomeni Aykut Elmas ve Halil İbrahim Göker tarafından iki kişi arasında şaka yollu bir aşağılama ve dalga geçme anı tasvir edilmektedir. Karnavalesk kuramın pazar meydanı dili perspektifinden bakıldığında bu tür bir iletişim, toplumsal hiyerarşileri ve günlük yaşamın ciddiyetini alaya alan bir mizah anlayışını yansıtmaktadır.

Bu tür bir etkileşim, insanların sosyal sınırlarını aşarak eşitlikçi ve özgür bir iletişim kurduğu karnavalesk bir ortamın özelliğidir. Pazar meydanı dili ciddiyetin ve formalliklerin askıya alındığı, bireylerin birbirleriyle daha özgür ve alaycı bir şekilde iletişim kurduğu bir dil biçimidir.

Gönderideki sahne, iki arkadaş arasındaki samimi ve alaycı etkileşimi sergileyerek gündelik hayatın sınırlarını aşan ve katılımcıları gülümseten bir anın

özünü yakalamaktadır. Sosyal etkileşimler, toplumun bireyler arasındaki ilişkilerde sergilediği esneklik ve mizah anlayışının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu tür sahneler, insanların birbirleriyle kurduğu ilişkilerdeki hiyerarşik yapıyı yıkmak ve eşitlikçi bir etkileşim alanı yaratmak için mizahı nasıl kullandığını göstermektedir.

Sonuç olarak bu gönderi, karnavalesk kuramın pazar meydanı dili kavramını modern bağlamlarda nasıl bir biçim alabileceğinin bir örneği olarak incelenebilir. Bu tür etkileşimler, toplumsal gerilimleri hafifletme ve insanları bir araya getirme potansiyeline sahiptir.

4.3.3. Görsel Karnaval Alanı Instagram

4.3.3.1. Tepetaklak Dünya



Resim 4.37 : Tepetaklak Dünya olarak Instagram örneği

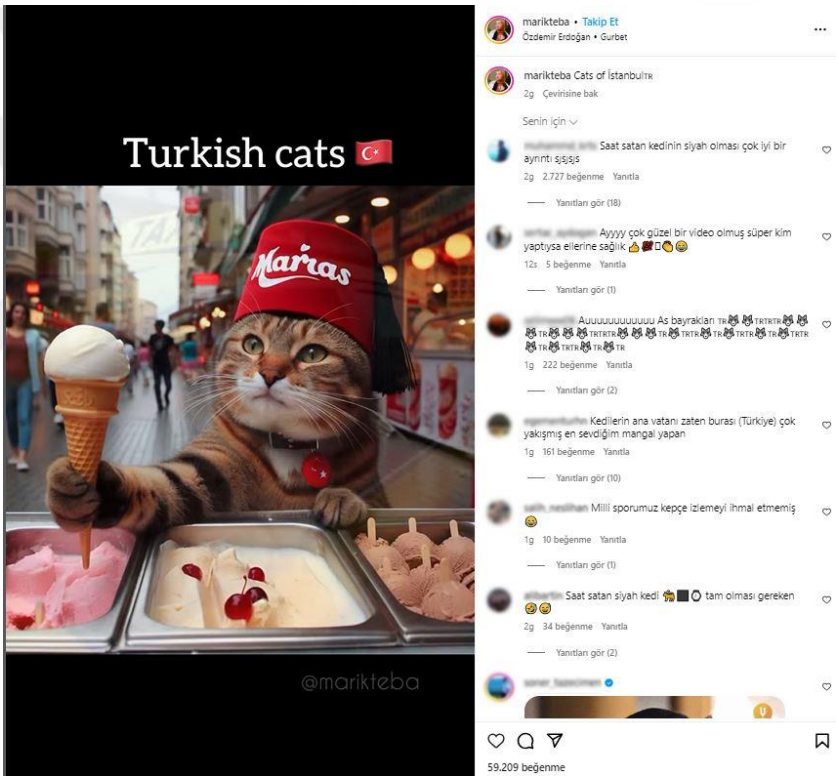
Görselde sunulan sahne, karnavalesk kuramın alt boyutlarından biri olan tepetaklak dünya kavramıyla yorumlanabilir. Tepetaklak dünya, düzenin alışılmadık veya tersine çevrilmiş haliyle ifade edilmektedir. Bu bağlamda, bir köpeğin memleketinin müziğine tepki vermesi hem kültürel köklerin derinliğini hem de hayvanların insan benzeri duygusal tepkilerini sergileyen bir anı öne çıkarmaktadır.

Paris'te bir antikacı dükkânında türkü sesini duyunca ayağa kalkan ve duygulanan melez kangal köpeği, hayvanların da insanlar gibi duygusal ve kültürel bağlara sahip olabileceğini ima eden bir görüntü sunmaktadır. Bu durum, genellikle insanlara atfedilen kültürel ve duygusal bağların hayvanlar arasında da bulunabileceğini vurgulayarak insan merkezli dünya görüşünü teptaklak etmektedir.

Köpeğin müziğe tepkisi, karnavalesk bir anın sürpriz ve merak unsurlarını içermektedir. Bu durum bir hayvanın coğrafi sınırların ötesinde, kültürel bir hatıraya veya mirasa nasıl tepki verebileceğinin sıradışı bir gösterimidir. İnsanların bu tür bir

sahneye duygusal ve mizahi yorumlar eklemesi karnavalesk kuramın diyalojik boyutunu daha da güçlendirmektedir. Bu etkileşim insanların ve hayvanların duygusal dünyalarının kesiştiği ve paylaşıldığı toplumsal bir alan oluşturmaktadır.

Sonuç olarak görsel, hayvanların da kültürel duyarlılığa sahip olabileceğini ve insanlar gibi duygusal bağları yansıtabileceğini gösteren karnavalesk kuramın tepetaklak dünya kavramıyla uyumlu bir anı sergilemektedir. Bu durum, karnavalesk kuramın hayvanlar ve insanlar arasındaki ilişkileri nasıl yeni ve farklı perspektiflerden ele alabileceğinin bir örneğidir.



Resim 4.38 : Tepetaklak Dünya olarak Instagram örneği

Görselde bir kedinin insan gibi davranış sergilediği, dondurma tuttuğu ve dondurmacı şapkası taktığı bir anı tasvir eden düzenlenmiş bir fotoğraf görülmektedir. Bu durum, karnavalesk kuramın tepetaklak dünya kavramı ile ilişkilendirilebilir. Tepetaklak dünya gerçeklik algısını tersine çeviren, alışılagelmiş rollerin ve hiyerarşilerin alaycı bir şekilde ele alındığı bir durumu ifade etmektedir.

Fotoğraftaki kedi, insan rollerini üstlenerek insan ve hayvan arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır. Bu durum karnavalesk bir anın özünü yansıtarak olağan düzeni geçici olarak askıya almakta ve izleyicilere alışılmadık bir tablo sunmaktadır. Karnavalesk kuramın bu yönü günlük yaşamın katılıklarını yumuşatır ve izleyicileri güldürerek dünyanın ciddiyetini bir kenara bırakmaya teşvik etmektedir.

Fotoğrafın dijital olarak düzenlenmiş olması, karnavalesk kuramın modern teknolojiyle nasıl harmanlanabileceğini göstermektedir. Sosyal medyada bu tür görsellerin yayılması, kullanıcıların gündelik hayatın sıradanlığından kurtulupvhayal gücünün sınırlarını zorlayan eğlenceli anlar yaratmasına olanak tanımaktadır. Bu durum karnavalesk kuramın teknolojinin yardımıyla çağdaş bir bağlamda nasıl canlı kaldığını ve insanların günlük yaşamın streslerinden uzaklaşmasına yardımcı olabileceğini örneklendirmektedir.



Resim 4.39 : Tepetaklak Dünya olarak Instagram örneği

Görselde bir maymun, insan elbisesi giymiş ve insan gibi alışveriş yapıyor gibi durmaktadır. Karnavalesk kuramın tepetaklak dünya kavramını kullanarak bu sahneyi yorumlamak gerekirse, burada hayvan ve insan rollerinin mizahi bir şekilde değiştirildiği görülmektedir. Tepetaklak dünya, gündelik yaşamın normatif sınırlarını geçici olarak askıya almakta ve alışılmış rollerin tersine çevrilmesiyle ortaya çıkmaktadır.

Gönderideki maymun, insan giysileri giymiş ve pazar yerinde bir insan gibi davranarak insan toplumunun kurallarını ve beklenen davranışlarını alaycı bir şekilde sorgulamaktadır. Bu tür bir görsel tasvir, karnavalesk gülüşü teşvik ederek izleyicilerin günlük yaşamın katılıklarına karşı bir mola vermesine olanak tanımaktadır. Bu mizansen, karnavalesk kuramın neşe ve oyun duygusunu vurgulayan bir yansıması olarak görülmektedir.

Karnavalesk kuram, bu tür sıradışı görüntülerin toplumun katı sınırlarını aşan ve yeni bakış açıları sunan potansiyeline dikkat çekmektedir. Maymunun insan kılığına bürünmesi, izleyicilere gülümseme fırsatı sunarken aynı zamanda insanlık durumunun bazı yönlerini sorgulamaya davet etmektedir. Bu durum toplumsal ve kültürel normları oyunbaz ve mizahi bir yaklaşımla yansıtan bir anın güzel bir örneğidir.

4.3.3.2. Grotesk

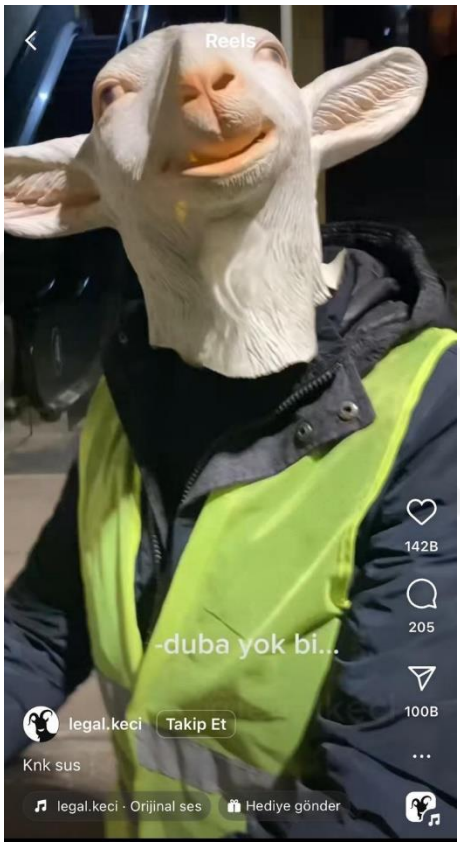


Resim 4.40 : Grotesk yapısıyla Instagram örneği

Bu görseldeki aslan figürü, grotesk realizmin öğelerini kullanarak futbolun ve özellikle Galatasaray Spor Kulübü'nün simgesel anlatısını canlandırmaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk teorisinde grotesk, genellikle olağan dışı veya normları alt üst eden imgelerle ilgilidir. Aslan, Galatasaray'ın takım sembolü olarak güç ve cesareti temsil etmektedir. Burada bir insan gibi giyinmiş ve insan davranışlarını sergileyen aslan, Galatasaray'ın futbol dünyasındaki prestijli ve saygın yerini, karnavalesk bir yaklaşımla yeniden yorumlamaktadır.

Aslanın düşünceli ifadesi ve kahve fincanının yanında gazete okurken betimlenmesi bir kafe ortamında medeniyet ve düşünceyi temsil ederken bu asil hayvanın spor dünyasındaki rekabetçi doğasını da insanileştirmektedir. Bu durum, grotesk realizmin sınırları zorlayarak takımın spor sahnesindeki rolünü ve futbolun düşünce üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Aynı zamanda bu tür bir betimleme, sosyal rollerin ve statülerin ne kadar keyfi ve değişken olduğuna dair bir yorum getirmektedir.

Görselin altında yer alan Aslan, Parken'de son 16 hesabında ifadesi ise Galatasaray'ın Avrupa futbol arenasındaki stratejik ve hesaplı varlığını sembolize etmektedir. Böylece gönderi, karnavalesk estetiğin günlük spor yorumculuğuna nasıl sıra dışı bir katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Bu durum Galatasaray'ın futbol oyununu taraftarların ve medyanın bakış açısını ve futbolun kendine özgü kültürünü hem grotesk hem de karnavalesk bir biçimde ifade etmektedir.



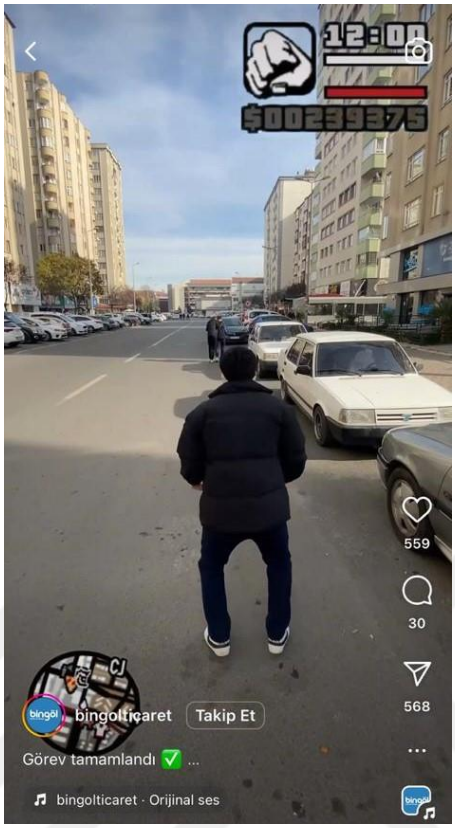
Resim 4.41 : Grotesk yapısıyla Instagram örneği

Görseldeki imge, modern sosyal medya kültürünün grotesk öğeleri kullanarak popüler içeriklere nasıl atıfta bulunabileceğinin bir örneğini sergilemektedir. Grotesk, genellikle abartılı ve normları alt üst eden biçimler aracılığıyla geleneksel estetik anlayışları sorgulamakta ve karnavalesk kuramda bireyin toplumsal rollerini ve günlük yaşantısını alaycı bir şekilde ele almaktadır.

Görselde bir insanın bedeninde bir keçi başının kullanılması, insan ve hayvan arasındaki sınırın kasıtlı olarak bulanıklaştırılmasını temsil etmekte ve bu da izleyiciyi

hem şaşırtmakta hem de eğlendirmektedir. Keçi figürü, insan elbiseleri giyerek ve insansı bir duruş sergileyerek insan ve hayvan imgelerinin karışımından oluşan bir kompozisyon oluşturmuştur. Bu tür bir tasvir groteskin temel özelliklerinden biri olan antropomorfizmi, yani hayvanların insanlaştırılmasını kullanmaktadır. İnsan kıyafetleri içindeki keçi başı, gündelik hayatın beklenen normlarına tezat bir durum oluştururken grotesk geleneğin olağanın dışındaki unsurları öne çıkarma eğilimini göstermektedir. Keçinin yüz ifadesi ve rahat duruşu, insan davranışlarını taklit ederken sosyal rol ve kimlik algılarıyla oynamaktadır. Sürrealist tasvir, sosyal medya kullanıcıları arasında viral olmuş bir jandarma çevirmesine yapılan atıfla zenginleşmiştir.

Bu şekilde sosyal medyada paylaşılan görsel, bir otorite figürünün standart bir uygulamasını grotesk bir mizah unsuru olarak ele almakta ve bunu popüler kültür referanslarıyla bütünleştirmektedir. Karnavalesk ve grotesk unsurların bir araya gelmesi, toplumun otorite algısını ve günlük etkileşimleri alaycı bir dille sorgulamakta ve bu sorgulamayı geniş bir izleyici kitlesine eğlenceli bir biçimde sunmaktadır. Bu durum, grotesk kuramın modern dijital iletişim ortamlarında nasıl canlı ve etkili bir şekilde kullanılabileceğini göstermekte ve otorite ile günlük yaşam arasındaki etkileşimi mizahi bir dil aracılığıyla yeniden yorumlamaktadır.



Resim 4.42 : Grotesk yapısıyla Instagram örneği

Görselde sunulan sahne, video oyun estetiği ile gerçek dünyanın günlük sahnelerini birleştirerek Mikhail Bakhtin'in grotesk kavramını modern bir bağlamda tezahür ettirmektedir. Grotesk, gündelik yaşamın normatif yapılarına karşı bir mukavemet olarak sıradışı ve abartılı öğeleri öne çıkaran bir estetik anlayışı ifade etmektedir. Bu sahne, video oyunu Grand Theft Auto (GTA) serisinden alınmış grafik ve puan sistemi öğelerini bir şehir manzarasıyla bütünleştirerek gerçek ile sanal arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır.

Görseldeki karakterin arkasından bakış açısı, tipik bir GTA oyununun üçüncü şahıs perspektifini yansıtarak izleyicileri oyunun bir parçası gibi hissettirmektedir. Bu durum, Bakhtin'in groteskindeki sınır ihlallerinin bir örneği olarak oyuncunun gözünden gerçek dünyayı bir oyun sahnesi olarak görülmesine olanak tanımaktadır. Gerçekliğin bu şekilde oyunlaştırılması, yaşamın rutinlerini bir oyunun keyif ve heyecanına dönüştürürken aynı zamanda günlük yaşamın bazen tekdüze ve tahmin edilebilir doğasına bir eleştiri getirmektedir.

GTA oyun serisine yapılan bu entegrasyon, grotesk estetiğin günlük hayata nasıl uygulanabileceğini göstermektedir. Yapılan uyarlama günlük manzaraları, oyun içi başarılar ve hedeflerle ilişkilendirerek izleyiciye alışılmışın dışında bir deneyim sunmaktadır. Bu tür bir görsel karışım, karnavalesk kuramın toplumsal gerçekliklerin dönüştürülmesi ve yeni bağlamlarda yeniden değerlendirilmesi yoluyla günlük yaşamın sıradan anlarını nasıl dönüştürebileceğini ve zenginleştirebileceğini vurgulamaktadır.

4.3.3.3. Karnaval Gülüşü



Resim 4.43 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Instagram örneği

Görseldeki sahne, karnavalesk kuramın karnaval gülüşü boyutunu yansıtan bir tablo sergilemektedir. Karnaval gülüşü sıradanlığın ötesine geçen, toplumsal hiyerarşileri ve normları geçici olarak askıya alan bir kahkahanın ifadesidir. İki figürün neşeli duruşları ve büyük bir yemek parçasının önünde poz vermeleri şölen ve bolluğun abartılı temsilleri olarak karnavalesk geleneklerle uyum içindedir. Karnaval

zamanlarında yeme ve içme eylemleri, ziyafetlerin ve şölenlerin aşırılığıyla bilinmektedir. Gönderide de benzer bir bolluk ve coşku atmosferi oluşturulmuştur.

Görselde figürlerin gururla sergiledikleri et döner, mutfak kültüründeki aşırılığı ve bolluğu sembolize ederken yemeğin kendisi de bir tür performansa dönüşmüştür. Bu performans, karnavalesk gülüşün bir parçası olarak seyircilerin alışılmadık bir gösteriye tanıklık etmelerini sağlamakta ve muhtemelen onları da gülümsetmektedir.

Metindeki BİR KÜREK MUTLULUK ifadesi ise bu abartılı sahnenin mizahını daha da pekiştirmektedir. Aşırılık ve coşku, karnavalın ruhunu yansıtan unsurlardır ve bu bağlamda kürek kelimesi yemeğin büyüklüğünü ve onunla ilişkili mutluluğu abartılı bir şekilde ifade etmektedir. Bu durum, günlük yaşantıda genellikle aşırı bulunan şeyleri bile karnavalesk bir neşeyle kutlama eğilimini vurgulamaktadır.

Böylece görsel, karnavalesk gülüşün sadece bir kahkaha değil aynı zamanda toplumsal sınırları aşan bir kutlama biçimi olduğunu hatırlatmaktadır. Bu kutlama, herkesin katı kuralların ve normların ötesine geçebileceği ve yaşamın bolluğunu ve zenginliğini abartılı bir neşeyle deneyimleyebileceği bir anı oluşturmaktadır.



Resim 4.44 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Instagram örneği

Görseldeki sahne, karnavalesk kuramın karnaval gülüşü boyutu çerçevesinde abartı ve mizahın birleştiği bir anı yansıtmaktadır. Karnaval gülüşü, toplumsal hiyerarşileri ve normları geçici olarak askıya alan bir kahkahanın ifadesi olarak düşünülebilir. Burada sosyal medya fenomeni CZN Burak, abartılı bir yemek hazırlığı performansı sergileyerek bu kahkahayı çağrıştırmaktadır.

CZN Burak'ın mutfakta sunduğu performans, sıradan bir yemek pişirme deneyimini karnavalesk bir şova dönüştürmektedir. Yemeklerin büyüklüğü ve sürekli gülümseyerek yaptığı sunum tarzı, geleneksel yemek pişirme pratiklerine abartılı bir alternatif sunarken yemeklerle eğlenceli bir şekilde etkileşim kuran CZN Burak'ın coşkusu izleyicilerin günlük yaşamın sıradanlığından uzaklaşmalarına olanak tanımaktadır. Dünyaca ünlü futbolcu Dani Alves'in de diğer şef olarak fotoğrafta yer alması bu interaktif ve neşeli atmosferi pekiştirmektedir.

Gönderinin altındaki metin, bu etkileşimin bir parçası olarak izleyicileri iki şef arasında bir tercih yapmaya davet etmektedir. Bu durum, karnavalesk gülüşün sosyal medya üzerinde nasıl bir katılımcı deneyime dönüşebileceğini göstermektedir. Sosyal medya kullanıcılarının bu yaratıcı ve mizahi sunuma verdikleri tepkiler, karnavalesk kuramın diyaloji boyutunu güçlendirmektedir. Çünkü farklı sesler ve yorumlar, sosyal medya aracılığıyla bu karnavalesk anın bir parçası haline gelmektedir.

Sonuç olarak bu görsel, mutfak sanatlarının sınırlarını zorlayarak ve izleyicileri aktif bir şekilde katılıma teşvik ederek karnavalesk gülüşün sosyal medyada nasıl canlı bir şekilde yeniden üretilebileceğini sergilimektedir. CZN Burak'ın performansı, yemek pişirmeyi bir nevi toplumsal ve kültürel sınırları aşan bir festival haline getirmekte ve izleyicilere neşeyle dolu bir anı paylaşma fırsatı sunmaktadır.



Resim 4.45 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Instagram örneği

Görseldeki sahne, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının karnaval gülüşü kavramı ile analiz edilebilir. Karnaval gülüşü, toplumsal normlara ve otoritelere meydan okuyan, alaycı ve kurtarıcı bir güç olarak görülmektedir. Fotoğraftaki kişinin coşkulu gülümsemesi, karnavalın özgürleştirici ve eşitleyici ruhunu yansıtmaktadır. Bu tür bir gülüş, sosyal sınırları aşar ve katılımcıları günlük yaşamın sıkıntılarından ve kısıtlamalarından geçici olarak uzaklaştırmaktadır.

Gönderideki metin, kişinin kızına esprili bir soru sorması ve bu sırada gülümsemesi o anın neşesini ve doğal anın güzelliğini vurgulamaktadır. Karnavalesk

gülüş, bu tür doğal ve samimi anları kutlamakta ve sosyal medya gibi platformlarda paylaşıldığında geniş bir izleyici kitlesiyle bu coşkuyu paylaşma fırsatı sunmaktadır.

Sosyal medya etiketleri ve yorumları (#hunharca #gülen #adam) görselin nasıl geniş bir sosyal medya etkileşimine yol açtığını göstermekte ve karnavalesk gülüşün kolektif bir deneyime nasıl dönüşebileceğinin altını çizmektedir. Bu etkileşim, katılımcıların gülüşün ve mizahın ortak bir dilini oluşturmasına yardımcı olmakta ve böylece bir topluluk duygusu oluşturmaktadır.

Sonuç olarak bu görsel, karnavalesk kuramın karnaval gülüşü boyutunu modern bir bağlamda sergileyerek mizahın ve neşenin günlük yaşamın bir parçası olabileceğini ve insanları bir araya getirebileceğini öne sürmektedir. Bu bağlamda karnavalesk gülüş, sadece bir anın eğlencesini ifade etmekle kalmaz aynı zamanda toplumsal etkileşimi ve kolektif neşeyi de pekiştirir.

4.3.3.4. Diyalojizm



Resim 4.46 : Diyalojizm yapısıyla Instagram örneği

Görselde bir sınıf ortamında, bir öğrencinin sınav sırasında komik bir ifadeyle şaşkınlık yaşadığını gösteren bir sahne yer almaktadır. Sınavda ulti açıyor... ifadesi, genellikle bir oyunda kazanma şansını arttıran kritik bir hamle yapılmasını ifade eden bir terimi kullanarak sınav ortamında öğrencinin beklenmedik bir durumla karşılaştığını veya sınavda bir şaşkınlık yaşadığını ima etmektedir. Bu sahne, karnavalesk kuramın diyaloji boyutuna uygun bir şekilde sınav gibi ciddi bir durumda bile mizahın ve hafiflemenin mümkün olduğunu göstermektedir.

Karnavalesk kuramın diyaloji boyutu, genellikle çeşitli seslerin ve bakış açılarının çarpıştığı, anlamın çok katmanlı olduğu ve beklenmedik ifade biçimlerinin ortaya çıktığı durumları kapsamaktadır. Bu görselde öğrencinin ifadesi ve durumu, genellikle stresli ve baskı altında olduğu düşünülen sınav ortamında bir nevi rahatlama ve mizah anı sunmaktadır. Böylece sınavın getirdiği gerginliği ve monotonluğu kırarak, eğlenceli ve neşeli bir an oluşturmaktadır. Bu tür diyalojik anlar, katı sınav ortamlarında bile insan ruhunun oyunbazlığını ve mizah duygusunu hatırlatmaktadır. Karnavalesk kuram bu bağlamda, toplumsal kurumların ve durumların katılığını yumuşatmanın ve insan deneyiminin çeşitliliğini kutlamanın bir yolu olarak işlev görmektedir.



Resim 4.47 : Diyalojizm yapısıyla Instagram örneği

Görseldeki sahne, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının diyaloji boyutu çerçevesinde günlük yaşamın tekdüze rutinlerine mizahi bir eleştiri getirmektedir.

Diyaloji, farklı seslerin ve bakış açılarının çarpışmasıyla ortaya çıkan anlamın çok katmanlı doğasını ifade etmektedir. Bu gönderide bir sosyal medya kullanıcısının montuyla uyum sağladığını düşündüğü bir şapka ile otobüse binmesi ve şoförün ona Ecevit benzetmesi yapması, günlük bir olayın neşeli bir diyaloğa dönüştüğü anı yakalamıştır.

Sosyal medya gönderisindeki metin, genellikle resmi ve ciddi bir ortam olarak algılanan toplu taşıma aracı içindeki bir anın, şoför ve yolcu arasında beklenmedik bir esprili diyalogla kesintiye uğratıldığını göstermektedir. Bu esprili değişim, karnavalesk gülüşün bir örneğini teşkil etmektedir. Gönderide günlük yaşamın monotonluğuna ve katılığına bir mola verilmiş ve kişiler arası sınırlar geçici olarak aşılmıştır.

Bakhtin'in diyaloji kavramı, bu türden etkileşimlerin günlük yaşamda sıkça göz ardı edilen neşe ve mizah anlarını nasıl ortaya çıkarabileceğini vurgulamaktadır. Görseldeki şapka ve Ecevit benzetmesi, geçmişin politik ve kültürel imgeleri ile şimdiki zamanın günlük pratikleri arasında bağ kurarak tarihsel ve kültürel referansların güncel durumlar içinde nasıl yeni anlamlar kazanabileceğini göstermektedir. Bu türden kültürel diyalojik anlar, sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşıldığında geniş bir izleyici kitlesine ulaşarak kolektif bir karnavalesk gülüşe dönüşebilmektedir.



Resim 4.48 : Diyalojizm yapısıyla Instagram örneği

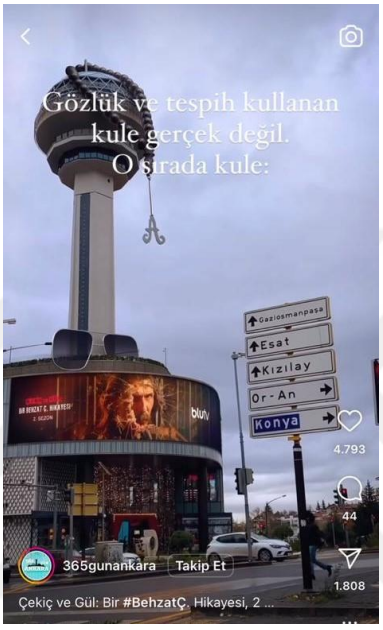
Görseldeki metin, dil çevirisi ve anlam kaymaları üzerine bir diyalog başlatarak Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının diyaloji boyutunu çağrıştırmaktadır. Diyaloji, farklı seslerin ve perspektiflerin bir araya gelerek çok katmanlı bir anlam yaratmasını ifade etmektedir. Görselde alıntılanan gönderide, bir çeviri örneği olarak benzemez kimse sana yani ifadesinin İngilizce karşılığı nothing compares to you olarak verilerek karnavalesk kuramın merkezinde yer alan anlamın dönüşümü yansıtılmıştır.

Çeviriler, orijinal metnin ruhunu ve nüanslarını farklı bir dile aktarırken anlamın genişlemesine veya daralmasına neden olmaktadır. Bu süreçte orijinal ifadenin tonu, duygusu ve kültürel bağlamı dikkate alınarak bir diyaloji oluşturmaktadır. Görseldeki kullanıcının diğer çeviriler için bir davet yapması, bu anlam değişimlerinin farklı yorumlarını teşvik ederken aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla kültürel diyalojik bir alan açmaktadır.

Karnavalesk kuramın diyaloji boyutu, dilin ve iletişimin esnek doğasını vurgulayarak gönderinin altında yer alan yorumlar, farklı kişilerin dil ve çeviri hakkındaki görüşlerinin bir araya gelmesiyle bir karnavalesk diyalojik alanın nasıl oluştuğunu göstermektedir. Bu alan, katılımcıların dilin sınırlarını esnetmelerine,

kelime oyunları yapmalarına ve anlamın birden fazla yorumunu keşfetmelerine olanak tanımaktadır. Bu tür etkileşimler, karnavalesk kuramın sosyal medya gibi modern platformlarda nasıl canlı ve dinamik bir şekilde uygulanabileceğini göstermektedir.

4.3.3.5. Pazar Meydanı



Resim 4.49 : Pazar Meydanı olarak Instagram örneği

Görselde bir gözlük ve tespih ile donatılmış ve sanki bir insan gibi aksesuar kullanıyormuş gibi gösterilen bir kule yer almaktadır. Bu durum, karnavalesk kuramın pazar meydanı boyutu ile açıklanabilir. Pazar meydanı halkın toplandığı, sosyal normların ve günlük hayatın sıkı kurallarının geçici olarak askıya alındığı ve eğlencenin ön plana çıktığı bir alanı ifade etmektedir.

Ankara'da çekilen bir dizinin tanıtımı için yapay zekâ teknolojisi kullanılarak yapılan paylaşımda, kule gibi cansız bir nesnenin insanlaştırılmasıyla alışılagelmiş beklentilerin tersine döndüğü bir karnavalesk sahneyi betimlemektedir. Gözlük ve tespih gibi insan aksesuarlarının kullanılması, nesnelerin canlandırılması ve onlara insan özellikleri atfetme geleneğiyle bağlantılıdır. Bu tür bir temsil, alışılmışın dışında bir mizah anlayışını ve toplumsal normlara mizahi bir meydan okumayı yansıtmaktadır.

Sosyal medya içeriğindeki "*Gözlük ve tespih kullanan kule gerçek değil. O sırada kule:*" ifadesi ise izleyicilere beklenmedik bir şekilde sunulan bu mizahi kurguyu daha da pekiştirmektedir. Bu durum, karnavalesk bir atmosferin günlük kent manzaralarına dâhil edilebileceğini ve bu sayede sıradan bir anın eğlenceli ve unutulmaz bir hale dönüştürülebileceğini göstermektedir. Görsel, modern yaşamın monotonluğunu kırma ve şehir hayatına mizah katma potansiyeline sahip olduğu için karnavalesk kuramın pazar meydanı boyutunu temsil etmektedir. Bu tür paylaşımlar, sosyal medyanın etkileşimli yapısını kullanarak geniş bir kitleyle paylaşılan kolektif bir mizah anı oluşturmaktadır.



Resim 4.50 : Pazar Meydanı olarak Instagram örneği

Görseldeki sahne, bir döner kebabın çekici ve iştah açıcı görüntüsünü sergilemekte; bu da karnavalesk kuramın pazar meydanı kavramıyla ilişkilendirilmektedir. Pazar meydanı farklı mal ve hizmetlerin sunulduğu, renkli ve canlı bir halka açık alan olarak tanımlanmaktadır. Burada geleneksel sınırların ötesine geçilir ve çeşitli sosyal etkileşimler yaşanır.

Bu görsel, Türk mutfağının en ikonik yemeklerinden biri olan döneri kendine özgü bir şekilde sunarak pazar meydanının bu dinamik ve çok kültürlü yapısını

yansıtmaktadır. Döner, aynı zamanda Türkiye'nin kültürel kimliğini ve sokak yemeği kültürünü temsil etmektedir. Bu yönüyle de gönderi, pazar meydanının bir buluşma noktası olarak sosyal ve kültürel etkileşimlerin yaşandığı bir yer olduğunu simgelemektedir.

Metinde bizim Türk dönerine benziyor ifadesiyle, görseldeki dönerin geleneksel Türk döneriyle karşılaştırılması ve belki de bir miktar milli gurur ve mizahın yansıtılması amaçlanmıştır. Aynı zamanda bu tür bir ifade, gıda ürünlerinin kültürel kökenlerine ve bunların küresel çeşitliliğine bir gönderme yapmaktadır. Karnavalesk kuram açısından bu tür bir görsel ve metin, geleneksel yemeklerin modern ve globalize dünyada nasıl yeni anlamlar kazandığını ve farklı kültürler arası etkileşimde bulunduğunu göstermektedir.

Pazar meydanı kavramı bu bağlamda, sadece fiziksel bir alanı değil aynı zamanda kültürel ve sosyal etkileşimin yaşandığı ve geleneksel yemeklerin yeni bağlamlarda nasıl yeniden yorumlandığını ve sergilendiğini ifade eden geniş bir metafor olarak kullanılmaktadır. Bu görsel, küresel bir perspektiften yerel lezzetleri ve gelenekleri nasıl kutladığımızı ve paylaştığımızı gösteren bir örnek olarak ele alınabilir.



Resim 4.51 : Pazar Meydanı olarak Instagram örneği

Görselde bir mağazanın rafında yer alan ve bir perde buharlaştırıcısını (garment steamer) tanıtan bir etiketin üzerine BİM logosu eklenmiştir. Bu etiket, ürünün BİM mağazalarında satışa sunulduğunu ve ilk kez olduğunu belirten bir metinle birlikte sunulmuştur.

Karnavalesk kuramın pazar meydanı boyutu, genellikle farklı seslerin ve çeşitli sosyal sınıfların bir araya geldiği hareketli ve etkileşimli bir alanı temsil etmektedir. Bu kavram, ürünlerin ve markaların alışılmadık ve dikkat çekici bir şekilde sergilendiği, tüketicilerin ilgisini çekmek için kullanılan çeşitli pazarlama stratejileriyle ilişkilendirilebilir.

Görseldeki metin Gelene bakın 😳 markanın bu ürünü ilk defa geldi 🎀 ifadesiyle, tüketicilere yönelik bir çağrıyı ve belki de biraz şaşkınlık veya heyecan uyandıran bir durumu ifade etmektedir. Bu tür pazarlama dili, ürünlerin piyasaya

sürülmesinin kendine özgü bir kutlama havasını yansıtır ve tüketicilerin dikkatini çekmeyi amaçlamaktadır.

Ürünün ilk defa BİM gibi bir perakende zincirinde satışa sunulması, tüketiciye değer ve erişilebilirlik hissi vererek alışveriş deneyimini bir tür toplumsal olaya dönüştürmeyi hedeflemektedir. Bu durum, pazar meydanının canlı ve dinamik atmosferini çağrıştırmakta ve müşterilerin alışveriş sürecini bir tür toplumsal ve kültürel etkinlik olarak görmelerini sağlamaktadır.

4.3.3.6. Pazar Meydanı Dili



Resim 4.52 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Instagram örneği

Görselde sunulan metin, çağdaş sosyal medya ortamında pazar meydanı dilinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramında tanımlanan pazar meydanı dili, otoriter söylemlere ve resmiyete karşı halkın argo, samimi ve alaycı sesidir. Görseldeki geri zekâlıyım demenin alternatif yolları ifadesi, bireysel aksaklıkları veya hataları itiraf etme biçiminde bu tür bir dili yansıtmaktadır.

Görseldeki ifade İban'ı fotoğraf olarak atmak, günlük dijital iletişim pratiklerinde karşılaşılan bir duruma ironik bir yaklaşım sergilemektedir. Bu ifade, banka bilgilerinin yazısal olarak değil de görsel bir formatla paylaşılmasının yol açtığı ekstra zahmeti vurgulamaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk teorisinin pazar meydanı dili kavramı; halkın, otoriteye ve sosyal kurallara meydan okuyan, alaycı ve

samimi bir iletişim biçimi olarak tanımlanmaktadır. Bu durum, karnavalesk dilin günlük yaşamın pratik zorluklarına ve modern teknolojinin getirdiği absürtlüklere dikkat çekme işlevini gördüğü bir örnektir.

Bakhtin'in pazar meydanı dili genellikle sınırları aşan, otoriteyi alaya alan ve karşıt sesleri cesaretlendirmektedir. Görseldeki metin ise modern teknolojinin kullanımına yönelik bir eleştiri sunarak bir nevi bu geleneği sürdürmektedir. İban numarasının fotoğraf olarak paylaşılması gibi pratik olmayan bir eylemi kişisel zekâ seviyesiyle ilişkilendiren bu ifade, ironik bir şekilde belki de teknolojik becerisizlik veya dikkatsizliği gündeme getirmektedir. Bu tür bir eleştiri toplumsal ve teknolojik normları tersine çevirme eğilimindeki karnavalesk dilin özelliklerini taşımaktadır.

Bu ifade, dijital iletişimdeki kullanıcı deneyimini ve insan etkileşiminin paradokslarını sorgulama işlevini de görmektedir. Toplumsal beklentilerin ve teknolojik etkileşimlerin pratikliğiyle alay eden bir yaklaşım, Bakhtin'in kavramsallaştırdığı pazar meydanı dilinin çağdaş bir uygulaması olarak yer almaktadır. Görsel, böylelikle teknolojinin insan davranışları üzerindeki etkisi ve toplumsal iletişimdeki ironiler üzerine bir yorum sağlamaktadır. Bu durum da karnavalesk kuramın güncel ve dinamik bir uygulanışını temsil etmektedir.



Resim 4.53 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Instagram örneği

Bu görselde bir maymunun alaycı ve insanımsı bir ifadeyle dil çıkarması ve bunun altında yer alan metin, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk teorisindeki pazar meydanı dili kavramı ile uyum içindedir. Pazar meydanı dili, toplumsal düzenin resmi ve ciddi diline karşın halkın gündelik ve yer yer alaycı konuşma tarzını ifade etmektedir. Bu dil, otoriteye ve üst sınıflara bir tür meydan okuma olarak genellikle mizah ve ironi yoluyla eleştirel bir tutum sergilemektedir.

Söz konusu görseldeki Heee sensin o gerizekalı ifadesi, pazar meydanı dilinin özelliklerini taşıyarak doğrudan neşeli ve provokatif bir yaklaşımla okuyucuya veya muhataba meydan okumaktadır. Bu tür bir dil, Bakhtin'in karnavalesk anlayışında sosyal hiyerarşileri ve otoriter beklentileri alaycı bir biçimde alt üst etmek için kullanılmaktadır. Karnavalesk dilin bu kullanımı, toplumun kuralcı ve normatif yapısına karşı bir mukavemet biçimi olarak işlev görmektedir.

Maymunun insanımsı davranışı ve alaycı ifadesi, karnavalesk teorisinin altında yatan dünya düzeninin tersine çevrilmesi ilkesine işaret etmektedir. Hayvanın insanlaştırılması, sosyal ve kültürel sınırları aşan bir mizah anlayışını yansıtmaktadır. İzleyiciye günlük yaşamın ciddiyetinden saparak oyunun ve neşenin önemini hatırlatmaktadır. Bu tür görseller, modern toplumun ve dijital kültürün karnavalesk geleneğin eleştirel ve mizahi yönlerini nasıl devam ettirdiğine dair açık göstergelerdir.



Resim 4.54 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Instagram örneği

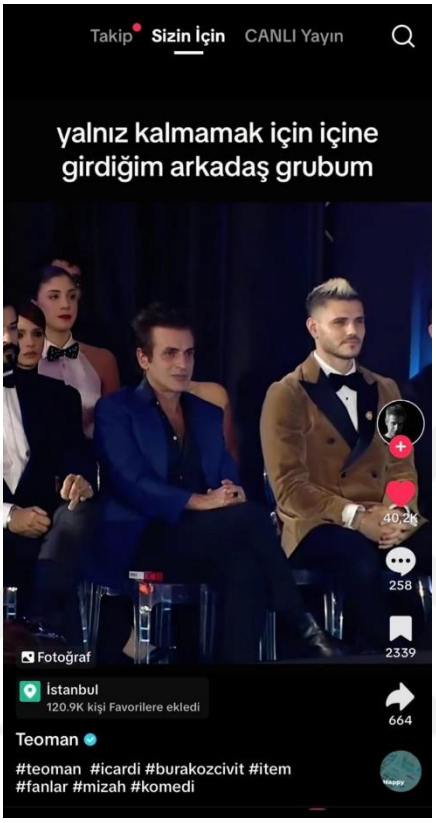
Resimde yer alan metin ve görsel, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk teorisinin pazar meydanı dili kavramı ile ele alındığında tüketici deneyimlerinin ve beklentilerin sosyal medya aracılığıyla nasıl mizahi bir dille ifade edilebileceğini göstermektedir. Görselde kutuyla satılması gereken dondurmanın bakkal amca tarafından tekli satılmasının hikâyesi, modern tüketim alışkanlıklarına ve perakende satış normlarına karnavalesk bir meydan okuma olarak yorumlanabilir.

Pazar meydanı dili Bakhtin'e göre, otoriteye ve kurallara meydan okuyan mizah ve ironi dolu bir halk dilidir. Bu görseldeki anekdot, bu geleneği sürdürmesinin yanı sıra tüketici haklarının ve etiket bilgilerinin çoğu zaman göz ardı edildiği bir perakende satış pratiğine dikkat çekmektedir. Kutu üzerindeki Tek Başına Satılamaz ifadesi, toplumsal ve ticari beklentilerin ironik bir şekilde alt üst edildiği bir durumu ifade etmektedir.

Görseldeki sosyal medya kullanıcılarının yorumları, bu durumun komik ve yaygın bir deneyim olduğunu göstermektedir. Pazar meydanı dilinin çağdaş bir forumu olan sosyal medyada, kullanıcıların bu tür günlük absürtlükleri paylaşarak toplumsal normlarla ve ticari pratiklerle nasıl dalga geçebileceklerini göstermektedir. Tüketicinin deneyimi ve perakendeciyle etkileşimi üzerine yapılan bu mizahi yorumlar, pazar meydanı dilinin gücünü ve toplumsal diyalogdaki yerini vurgulamaktadır. Karnavalesk bir bakış açısından bu görsel ve metin, tüketim toplumunun aksaklıklarını ve ticaretin bazen absürt yönlerini ortaya çıkarırken aynı zamanda toplumun bu durumlara tepkisini de mizah yoluyla ifade etmektedir.

4.3.4. Yeni Karnaval TikTok

4.3.4.1. Tepetaklak Dünya



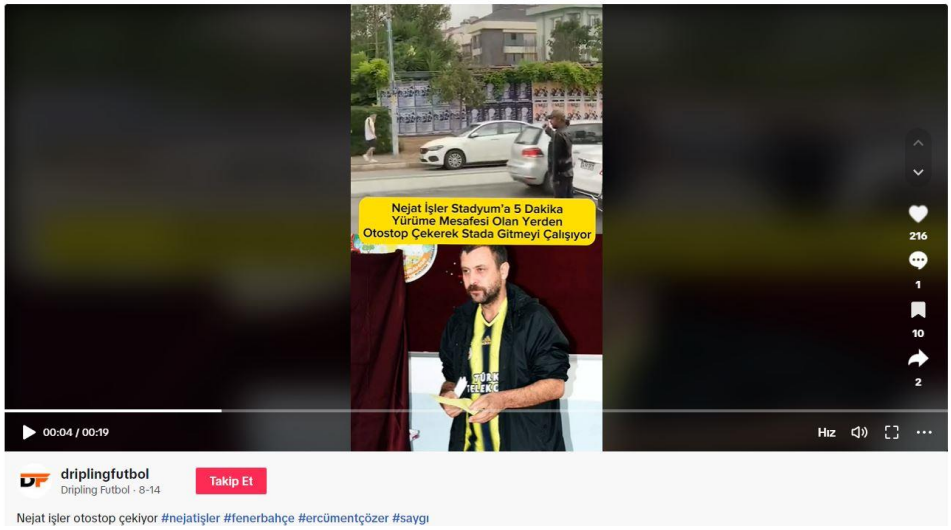
Resim 4.55 : Tepetaklak Dünya olarak TikTok örneği

Görselde, farklı alanlarda tanınmış üç figür olan şarkıcı Teoman, futbolcu Icardi ve oyuncu Burak Özçivit bir ödül töreni programında yan yana otururken görülmektedir. Görselin altındaki metin, Teoman'ın kendi sosyal medya hesabından yaptığı bir paylaşımı yansıtmaktadır. Mizahi bir dille, yalnız kalmamak için içine girdiğim arkadaş grubum ifadesi kullanılmıştır. Bu durum, ünlü şarkıcının çeşitlilik içeren bir sosyal ortamda yer almasının sürprizini ve rahatlığını ifade etmektedir.

Bakhtin'in karnavalesk kuramı çerçevesinde bu tür sosyal medya paylaşımları, ünlülerin günlük hayatta sıradan insanlar gibi davranabileceklerini ve herhangi bir sosyal grup içerisinde kendilerini rahat hissedebileceklerini göstermektedir. Tepetaklak dünya kavramı, genellikle otoritenin ve hiyerarşinin tersine çevrildiği durumları ifade etmektedir. Bu bağlamda Teoman'ın paylaşımı, ünlülerin de herkes

gibi sıradan sosyal durumlara dâhil olabileceği ve bu durumların içinde dikkat çekici olmayabileceği fikrini mizahi bir şekilde sergilemektedir.

Teoman'ın bu paylaşımı, sosyal medyanın ünlüler ve hayranları arasındaki geleneksel sınırları nasıl aşındırdığını ve onlara daha kişisel ve samimi bir iletişim kanalı sunduğunu göstermektedir. Ünlü figürlerin kendi sosyal medya hesapları üzerinden yaptıkları paylaşımlar, onların kamuoyundaki imajlarını yönetmelerine olanak tanırken aynı zamanda kendi kişiliklerinin ve günlük yaşantılarının daha gerçekçi yönlerini hayranlarıyla paylaşmalarını sağlamaktadır. Bu paylaşım, Teoman'ın ünlü olmanın getirdiği beklentilerin ötesinde, sıradan sosyal etkileşimleri de değerlendirdiğini ve kendi mizah anlayışını kullanarak hayranlarıyla bu etkileşimleri paylaştığını göstermektedir.



Resim 4.56 : Tepetaklak Dünya olarak TikTok örneği

Görselde yer alan sosyal medya gönderisi, tanınmış bir oyuncu olan Nejat İşler'in, sıradan bir birey gibi otostop çekme eylemini mizahi bir dille anlatmaktadır. Bu gönderi, Bakhtin'in karnavalesk kuramının tepetaklak dünya kavramıyla ilişkilendirilebilir; burada ünlülerin gündelik yaşamın sıradan olaylarına katılması, onları olağandışı bir bağlamda sunar ve toplumsal normları ve beklentileri mizahi bir biçimde sorgular.

Tepetaklak dünya, günlük yaşamın ve toplumsal hiyerarşilerin tersine çevrildiği bir durumu ifade eder ve bu durumda güçlü veya ünlü kişilerin, sıradan insanların yapacağı eylemleri gerçekleştirmesi, onların erişilebilir ve yerine konulabilir olduklarını gösterir. Bu tür bir içerik, ünlü statüsünün ve toplumsal imajların, genel beklentilerin ötesinde, herkes gibi günlük zorluklar ve durumlarla karşı karşıya kalabileceğini vurgular.

Bu görsel aynı zamanda ünlülerin de toplumun geri kalanı gibi sıradan deneyimlere tabi olduğunu ve bu deneyimlerin karnavalesk bir çerçevede mizahi bir şekilde sergilenebileceğini gösterir. Akademik bir perspektiften, bu gönderi, ünlülerin kamuoyu önündeki geleneksel imajlarını alaşağı ederek, onları daha erişilebilir ve gerçekçi bir ışıkta sunan sosyal medya dinamiklerini yansıtır. Bu, sosyal medyanın, ünlülerin günlük hayatlarını ve insanlıklarını sergilemede ne kadar etkili bir araç olabileceğini gösterir ve aynı zamanda toplumun bu tür gönderilere nasıl tepki verdiğini ve onları nasıl değerlendirdiğini de ortaya koyar.



Resim 4.57 : Tepetaklak Dünya olarak TikTok örneği

Görselde, insan kıyafetleri giymiş ve insan gibi davranışlar sergileyen maymunların bir videosu bulunmaktadır. Bu tür içerikler, Bakhtin'in karnavalesk kuramının tepetaklak dünya kavramı ile ilişkilendirilebilir. Tepetaklak dünya, sosyal hiyerarşilerin ve güç dinamiklerinin geçici olarak tersine döndüğü, alışılmışın dışında

olayların ve davranışların sergilendiği bir durumu ifade eder. İnsan kılığında maymunların tasviri, bu alışılmadık ve tersine çevrilmiş durumları yansıtarak, izleyicilere alışılagelmiş rollerin dışına çıkmayı ve günlük yaşamın absürdlüğünü sorgulamayı teşvik eder.

Bu tür görsel ve metin karşılaştırmaları, izleyicilere geleneksel anlamda insan olarak kabul edilen aktiviteleri maymunlar tarafından yapıldığında sunarak, insan davranışlarının ve sosyal faaliyetlerin ne kadarıyla gerçekten özdeşleştiklerini ve ne kadarının öğrenilmiş kültürel pratikler olduğunu sorgulatır. Akademik açıdan, video, hayvanların insanlaştırılmasının sıkça başvurulduğu bir mizah ve eleştiri yöntemi olarak kullanılmasının yanı sıra, insanların sosyal ve kültürel pratiklerine ironik bir bakış açısı sunar.

Bu görsel içerik, toplumsal medyanın, popüler kültürdeki normları ve beklenen davranış kalıplarını sorgulama yolu olarak ne kadar güçlü bir araç olabileceğini de örnekler. Maymunların insan gibi giyinmeleri ve davranmaları, toplumsal ve kültürel yapımızın sorgulanması ve mevcut sosyal düzenin alaşağı edilmesi için zengin bir metafor sunar. Bu, izleyicilere güldürürken aynı zamanda sosyal normlar ve davranışlar üzerine düşünmeleri için bir fırsat yaratır.

4.3.4.2. Grotesk



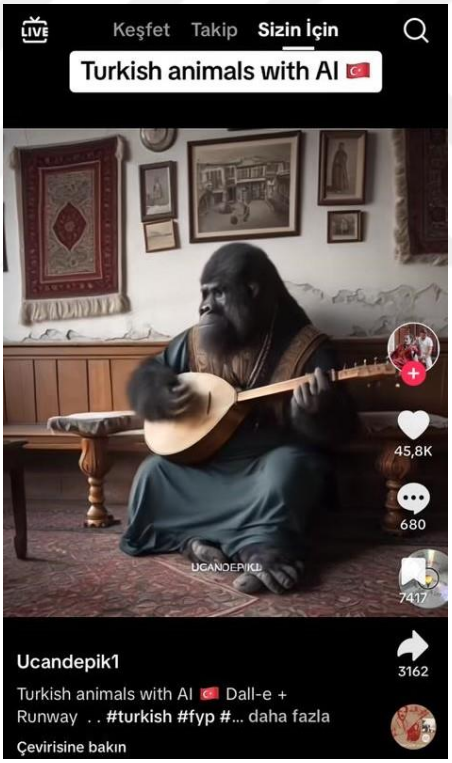
Resim 4.58 : Grotesk yapısıyla TikTok örneği

Görselde sosyal medya fenomenleri olan Kafalar grubunun üyelerinin tarihi karakterlere bürünmüş halde canlandırma yaptıkları bir video yer almaktadır. Video, modern bir sosyal medya platformu üzerinde geleneksel veya tarihi figürlerin taklit edildiği bir performansı sergilemektedir. Görsel, Bakhtin'in grotesk gerçekçilik kavramı ile ilişkilendirilebilir. Zira burada tarihi karakterlerin çağdaş bir çevrede ve bağlamda mizahi bir şekilde canlandırılması söz konusudur.

Grotesk gerçekçilik abartılı ve norm dışı tasvirlerle günlük yaşamın sınırlarını zorlayarak izleyiciye şaşkınlık ve kahkaha sunan bir sanat biçimidir. Bu video, tarihi karakterlerin aşırı dramatize edilmiş tasvirlerini ve modern sosyal medya kullanımını birleştirerek alışılagelmiş tarihsel anlatılara ve karakterlere yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Karakterlerin mizahi bir şekilde canlandırılması, izleyicilerin tarihsel figürler ve olaylar hakkındaki varsayımlarını sorgulamalarını ve bu figürlerin günlük

yaşamın bir parçası olarak nasıl yeniden tasavvur edilebileceğini düşünmelerini teşvik etmektedir.

Bu içerik toplumsal medyanın tarihi ve kültürel figürleri modern zamanlara uyarlamak ve gündelik yaşamın bir parçası haline getirmek için nasıl bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir. Aynı zamanda bu tür mizahi içeriklerin popüler kültürdeki tarihi figürlerin ve olayların algılanış biçimlerini nasıl değiştirebileceğini ve toplumun bu figürler ve olaylar hakkında nasıl daha esnek ve dinamik bir diyalog kurabileceğini sergilemektedir. Bu video, sosyal medya kullanıcıları arasında tarihsel anlatılar ve karakterler hakkında mizahi ve eleştirel bir tartışma başlatma potansiyeline sahiptir.



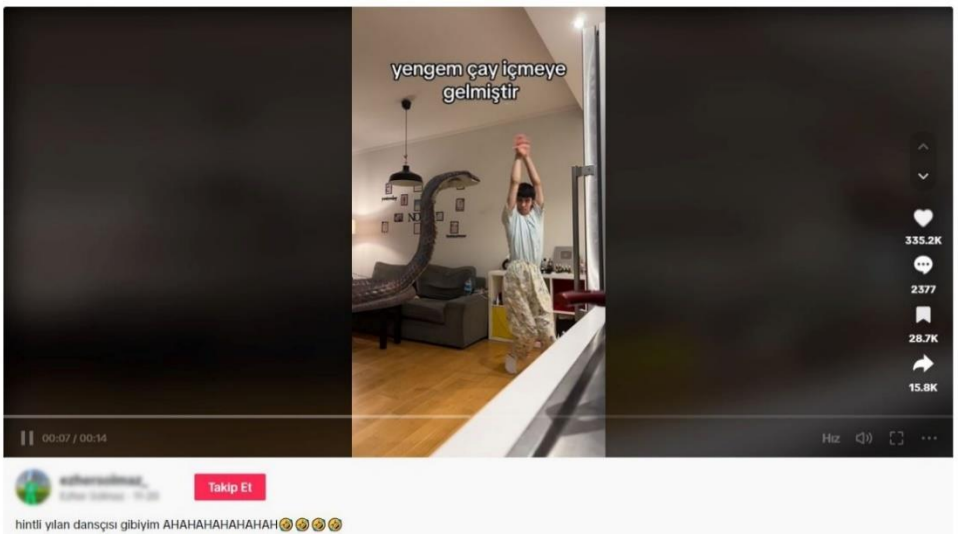
Resim 4.59 : Grotesk yapısıyla TikTok örneği

Görselde yer alan içerik, bir gorilin geleneksel Türk kıyafetleri giymiş ve bağlama çalan bir insan gibi tasvir edildiği bir videoyu içermektedir. Bu tür görseller, Bakhtin'in grotesk gerçekçilik kavramı ile örtüşen, günlük yaşamın sınırlarını aşan ve sıradan olmayan sahneleri yansıtmaktadır.

Grotesk gerçekçilik abartılı ve fantastik ögelerle gerçekliği sorgulayan bir sanat biçimidir. Bu video, bir hayvanın insan faaliyetlerini gerçekleştirdiği ve insan sosyal yaşamının bir parçasıymış gibi gösterildiği bir sahneyle izleyiciye sıra dışı bir deneyim sunmaktadır. Gorilin insan gibi oturmuş ve bir müzik aleti çalarken tasvir edilmesi, izleyicinin alışılagelmiş tür ve türlerarası sınırları sorgulamasını teşvik etmektedir.

Görsel, hayvanların ve insanların rollerinin değiş tokuş edilebileceği bir dünya düzenini hayal etmektedir. Bu durum, izleyiciye toplumun belirli roller ve davranışlar konusundaki önceden var olan beklentileri ile bu beklentilerin nasıl alay konusu yapılabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda bu tür içeriklerin teknolojinin yardımıyla nasıl yaratıcı ve yenilikçi hikâyeler anlatılabileceğini ve toplumsal algıları nasıl değiştirebileceği sergilenmektedir.

Görsel, sosyal medyada paylaşılan mizahi içeriklerin kültürel ve türsel sınırları nasıl geçebileceğini ve geniş bir kitleye nasıl ulaşabileceğini göstermektedir. Bu durum, izleyicilerin kültürel normlar ve sosyal beklentiler üzerine düşünmelerini ve mizah aracılığıyla bu norm ve beklentileri sorgulamalarını sağlayan bir araç olarak işlev görmektedir.



Resim 4.60 : Grotesk yapısıyla TikTok örneği

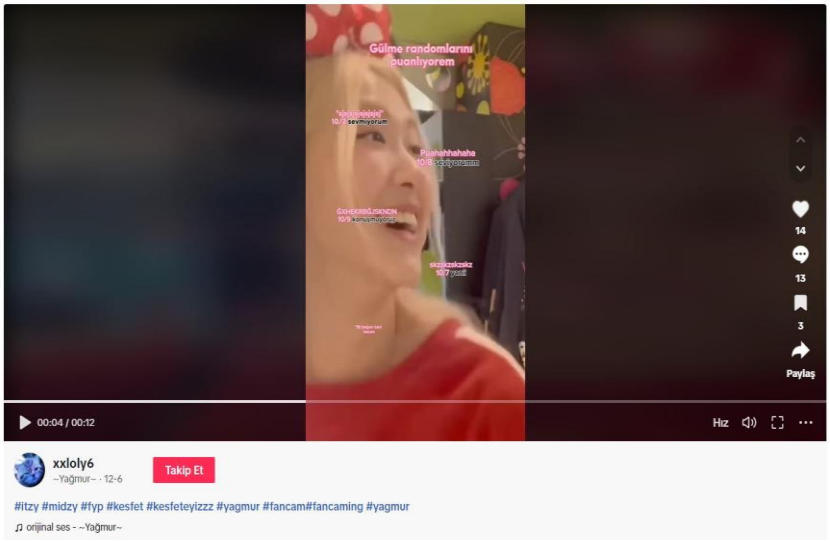
Görselde görülen içerik, bir kişinin eğlenceli ve absürt bir şekilde yılan dansçısı gibi dans ettiği bir videoyu içermektedir. Metin, bu kişinin yengem çay içmeye

gelmiştir diye belirtmekte ve videoyu izleyenlerin Hintli yılan dansçısı gibiyim yorumuyla eşlik etmektedir. Bu sahne, aile üyelerinden olan yengenin yılana benzetilmesi ile norm dışı, abartılı ve gülünç ögelere yer vermesi nedeniyle grotesk unsurları barındırmaktadır.

Bakhtin'in grotesk kavramı, toplumun sınırlarını zorlayan ve normları sorgulayan bir eleştiri ve mizah biçimidir. Bu video, geleneksel bir aile ziyareti anının, beklenmedik ve eğlenceli bir performansa dönüşmesiyle günlük yaşamın monotonluğunu kırarak izleyicilere sıra dışı bir deneyim sunmaktadır.

Bu tür videolar, toplumsal beklentiler ve bireysel ifade arasındaki gerilimi vurgulamaktadır. Video, bireylerin sosyal beklentilerin ötesinde özgürce ifade bulabildikleri ve toplumsal rol kalıplarını mizahi bir şekilde alaşağı edebildikleri bir alan sunmaktadır. Sosyal medya platformları üzerinden paylaşılan bu tür içerikler, bireylerin günlük hayatın durağanlığına ve sıkıcılığına karşı koydukları yaratıcı ve mizahi tepkiler olarak değerlendirilebilir. Nihayetinde bu durum, izleyicilere geleneksel sosyal durumları yeniden değerlendirme ve içindeki mizahı keşfetme imkânı tanımaktadır.

4.3.4.3. Karnaval Gülüşü



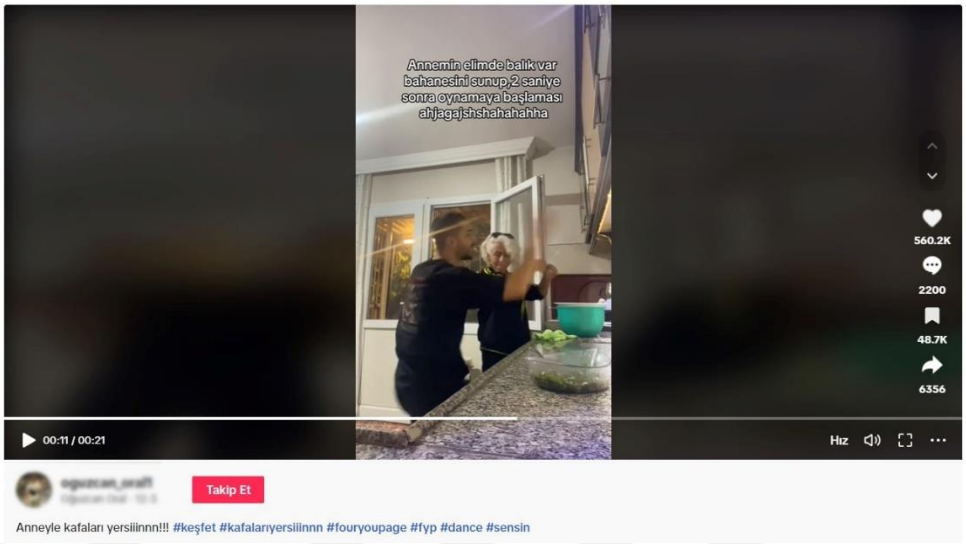
Resim 4.61 : Karnaval Gülüşü yapısıyla TikTok örneği

Görseldeki içerik, bir sosyal medya kullanıcısının eğlenceli bir videoyu izleyip kendi reaksiyonunu kaydettiği bir anı göstermektedir. Kullanıcının yüz ifadesi ve videodaki metin balonları, izlediği içeriğe verdiği tepkileri ve bu tepkilerin puanlamalarını mizahi bir şekilde ifade etmektedir.

Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir unsuru olan karnaval gülüşü, toplumun güç yapılarını ve sosyal normları alaşağı eden; serbestçe ve sınırsızca gülebilme durumunu anlatmaktadır. Karnaval gülüşü, geleneksel ciddiyetin ve otoritenin geçici olarak askıya alındığı, insanların sosyal sınırlarını aşarak özgürce ifade edebildikleri bir atmosferi yansıtmaktadır.

Görseldeki içerik, bireylerin sosyal medya platformları üzerinde kendi eğlenceli anlarını yaratma ve paylaşma şekillerini göstermektedir. Bu platformlar, kişisel ifade özgürlüğü ve özgün içerik üretimi için geniş olanaklar sunmaktadır. Görseldeki kullanıcı, gündelik yaşamın monotonluğunu kıran ve izleyicilere neşe getiren bir içeriğin tadını çıkarırken kendini ifade etme ve sosyal medya üzerinden etkileşim kurma biçimini de sergilemektedir.

Kullanıcının reaksiyon videosu, izleyicilere günlük hayattaki küçük zevkleri ve mizahı bulma imkânı verirken aynı zamanda toplumsal beklentileri ve kişisel ifadeyi sorgulamalarını sağlayan bir araç olarak da işlev görmektedir. Bu tür içerikler, kültürel normlar ve bireysel ifade arasındaki etkileşimleri gözler önüne sermekte ve toplumsal medya üzerindeki mizahi diyalogların nasıl gelişebileceğini göstermektedir.



Resim 4.62 : Karnaval Gülüşü yapısıyla TikTok örneği

Görseldeki sosyal medya içeriği, aile içi bir mizah anını yakalayan ve kuşaklar arası etkileşimi gösteren bir videoyu içermektedir. Videoda, mutfakta yemek hazırlama sırasında birdenbire dans etmeye başlayan bir anne ve çocuğunun eğlenceli anları gösterilmektedir. Metin, anneye bir şaka yaparak dans etmeye başlamasını konu alırken, bu durumun spontan neşesini ve aile içi şakalaşmanın verdiği samimi neşeyi vurgulamaktadır.

Bakhtin'in karnavalesk kuramı kapsamında karnaval gülüşü, toplumsal hiyerarşilerin ve ciddiyetin bir kenara bırakıldığı, özgürlük ve alayın öne çıktığı anları ifade etmektedir. Karnaval gülüşü günlük rutinlerin ve sosyal beklentilerin geçici olarak askıya alındığı, insanların özgürce ifade edebildikleri ve sosyal sınırları aştıkları bir durumu yansıtmaktadır. Videodaki anne ve çocuğunun dansı, bu tür bir karnaval gülüşünün somut bir örneği olarak değerlendirilebilir.

Bu video, günlük yaşamın basit anlarında bile neşe ve mizah bulunabileceğini göstermektedir. Gönderi, sosyal medya platformlarının insanların günlük yaşamda karşılaştıkları olağan dışı ve neşeli anları paylaşmaları için nasıl etkili bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Video aynı zamanda, geleneksel aile rollerinin mizahi bir şekilde nasıl sorgulanabileceğini ve aile içi ilişkilerin neşeli ve oyunbaz yanlarının nasıl vurgulanabileceğini de göstermektedir. Bu tür içerikler, kültürel normlar ve aile

içi dinamikler üzerine düşünmeyi teşvik ederken izleyicilere günlük yaşamın monotonluğundan kaçış sağlayan bir mizah ve eğlence kaynağı sunmaktadır.



Resim 4.63 : Karnaval Gülüşü yapısıyla TikTok örneği

Görsel, ironik bir biçimde tasarlanmış ders içeriğinde Sebepsiz Gülme başlıklı uydurulmuş bir ders programını ve bu ders için verilen tam puanı içeren bir ekran görüntüsünü sergilemektedir. Bu içerik, Bakhtin'in karnavalesk kuramının karnaval gülüşü boyutu ile ilişkilendirilebilir. Zira burada akademik ciddiyetin aksine bir durum mizahi bir üslupla sunulmaktadır.

Karnaval gülüşü otoriteyi ve kurumları, olağan dışı ve alaycı bir bakış açısıyla sorgulayan bir mizah türüdür. Bu görsel, eğitim kurumlarının ciddiyetini hafifleten ve onların ağırlığını alay konusu yapan bir öğe olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel olarak disiplin ve sıkı çalışmayı teşvik eden eğitim ortamlarında sebepsiz gülme gibi bir dersin varlığı, kuralcı akademik atmosferi tersine çevirerek öğrencilerin ve eğitmenlerin beklentilerini eğlenceli bir şekilde bozmaktadır.

Bu tür içerikler, eğitim kurumlarındaki baskı ve stresi azaltma potansiyeline sahiptir ve öğrencilerin sınav ve ders stresiyle başa çıkma yöntemleri arasında mizahın rolünü vurgulamaktadır. Öğrencilerin eğitim sürecine mizahi bir soluk getirmesi, onların akademik baskıyla başa çıkma stratejileri arasında önemli bir yere sahiptir. Bu tür mizahi içerikler, öğrenci toplulukları arasında yaygın bir dayanışma ve rahatlama yöntemi olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda sosyal medya, öğrencilerin ve

eğitmenlerin eğitim süreçlerini daha katlanılır ve keyifli hale getirmek için kullanabilecekleri bir platform olarak ortaya çıkmaktadır.

4.3.4.4. Diyalojizm



Resim 4.64 : Diyalojizm yapısıyla TikTok örneği

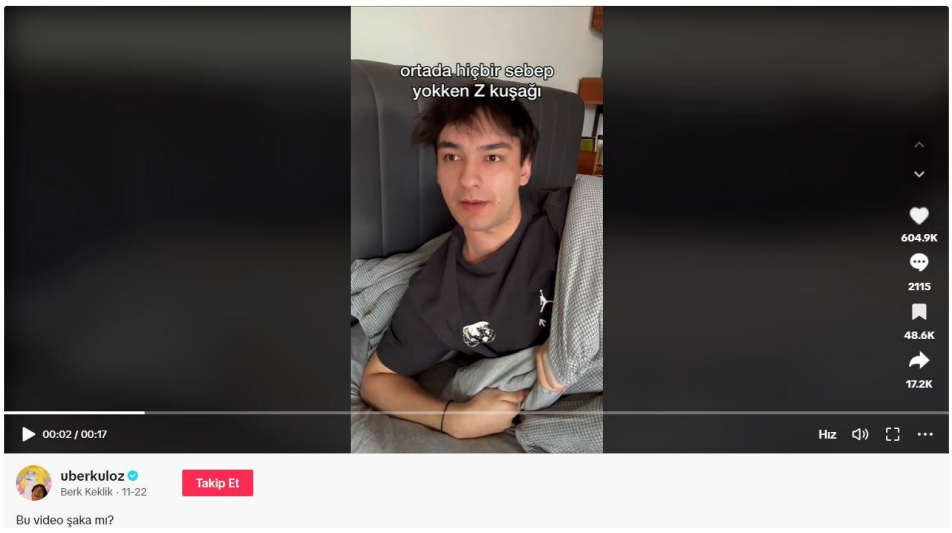
Görsel, dijital diyaloji kavramının çağdaş bir örneğini sergilemektedir. Diyaloji, Mikhail Bakhtin'in dil ve edebiyat teorisinde merkezi bir yer tutan, anlamların ve seslerin çoğulculuğuna ve diyalog içindeki dinamiklerine atıfta bulunmaktadır. Bu kurama göre her türlü metin ve görsel içerik, bir diyalogun parçasıdır ve bu diyalog, yazar ve okur veya görseli yaratan ve ona tepki veren kişiler arasında gerçekleşmektedir.

Bu görselde sanal bir figür, izleyicilere yönelik bir seçim yapma çağrısında bulunarak onlarla doğrudan bir diyalog kurmaktadır. Yılbaşı lezzetini seç! ifadesiyle, izleyicilerin katılımını ve etkileşimini teşvik eden bir iletişim şekli kullanılmıştır.

Burada görülen metin ve görsellerin karşılıklı etkileşimi, Bakhtin'in anlamın sürekli olarak diyalog içinde oluştuğu tezini yansıtmaktadır.

Görselde ayrıca emojiler, metin balonları ve dijital etkileşim simgeleri gibi çoklu iletişim biçimlerinin bir arada kullanılması, diyalojik teorinin modern bir uygulaması olarak kabul edilebilir. Bu durum, anlamın sadece kelimelerle değil aynı zamanda görseller, sesler ve kullanıcı etkileşimleri gibi çok boyutlu simgelerle de yaratıldığını göstermektedir.

Dolayısıyla bu dijital içerik, Bakhtin'in diyalojik teorisini destekler nitelikte bir etkileşim örneğidir. Görseldeki figürün izleyicileri eyleme davet etmesi, anlamın ancak diyalog yoluyla ortaya çıktığını ve her etkileşimin bu süregiden anlam yaratma sürecinin bir parçası olduğunu vurgulamaktadır. Bu vurgu, diyalogun kültür ve anlamın sürekli olarak yeniden üretildiği ve dönüştürüldüğü bir süreç olduğu fikrini pekiştirmektedir.

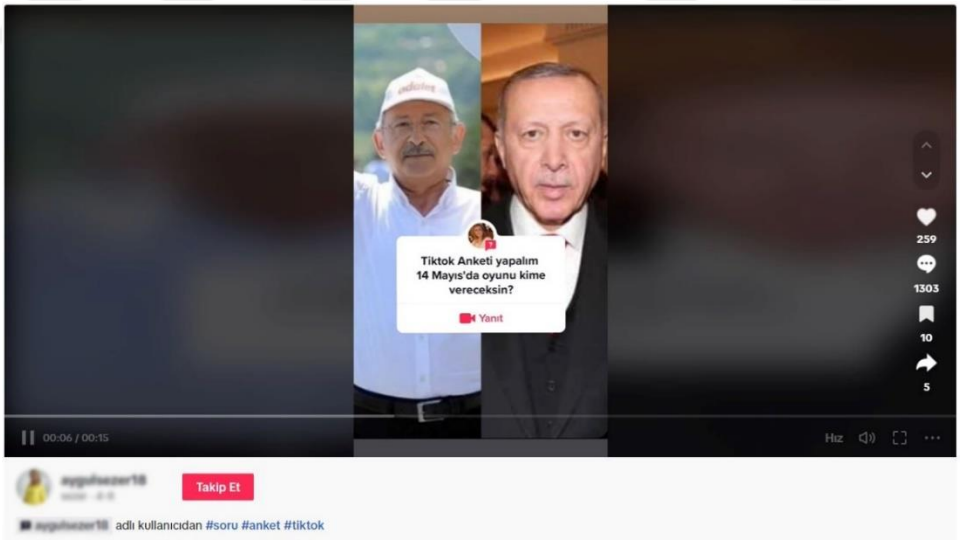


Resim 4.65 : Diyalojizm yapısıyla TikTok örneği

Görselde, sosyal medya fenomeni Berk Keklik'in uberkuloz kullanıcı adıyla Z kuşağını temsil eden bireylerin sıklıkla kullandığı dilsel kalıplar ve davranış biçimleri üzerine mizahi bir yorum yaptığı bir video yer almaktadır. Video, Z kuşağının bazen anlaşılmaz bulunan davranışlarını ve toplumsal beklentilerin dışında hareket etme eğilimlerini abartılı bir şekilde göstermektedir.

Mikhail Bakhtin'in diyaloji kavramı, metinler arası ve kültürler arası diyalogları, seslerin çeşitliliğini ve anlamın çok katmanlı yapısını vurgulamaktadır. Berk Keklik'in bu görsel içeriği, Z kuşağıyla ilgili popüler algıları ve stereotipleri mizahi bir dille ele almakta ve bu süreçte geniş bir izleyici kitlesi ile etkileşime girmektedir. Video, sosyal medya kullanıcıları arasında kültürel ve kuşaklararası anlayışı teşvik eden bir diyalojik alan oluşturmaktadır.

Bu video, kuşaklararası iletişimdeki dilsel ve davranışsal farklılıkları gözler önüne sererek genç kuşakların kendilerini ifade etme yöntemlerini ve toplumun bu ifadelere verdiği tepkileri irdelemek için faydalı bir kaynak olarak değerlendirilebilir. Berk Keklik'in içeriği gençlerin kimliklerini, toplum içindeki yerlerini ve kendilerine atfedilen rolleri nasıl yeniden şekillendirdiklerini göstermektedir. Gönderi aynı zamanda, genç kuşakların davranışlarını ve dilsel özelliklerini mizahi bir yaklaşımla sunarak sosyal medyanın kuşaklararası anlayışı ve empatiyi artırma potansiyeline işaret etmektedir.



Resim 4.66 : Diyalojizm yapısıyla TikTok örneği

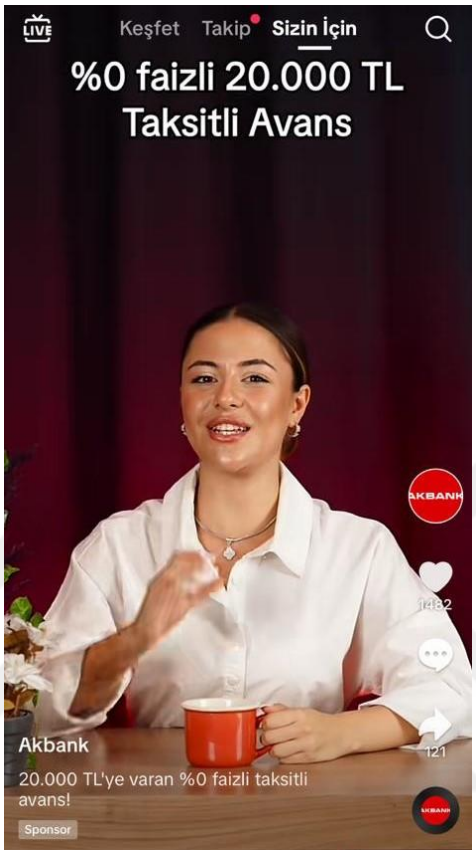
Görsel, sosyal medya platformu TikTok üzerinden yapılan bir anketin ekran görüntüsünü içermektedir. Anket, kullanıcıların geçmiş bir Cumhurbaşkanlığı seçiminde tercihlerini sormakta ve siyasi tercihlerin ifadesi olarak dijital bir diyalog ortamı oluşturmaktadır. Bu tür anketler, siyasi diyaloğun bir parçası olarak sosyal medyada giderek daha fazla yer bulmaktadır. Gönderi Bakhtin'in diyalojik kuramı

çerçevesinde incelendiğinde bu tür etkileşimlerin, farklı seslerin ve toplumsal grupların bir araya geldiği çok sesli bir diyalog alanı oluşturduğu görülmektedir.

Diyalojik kuram, bir konu hakkında farklı görüş ve seslerin karşılıklı etkileşimini vurgulamaktadır. TikTok anketi gibi dijital araçlar, farklı siyasi görüşlerin ifade edilmesine ve bu görüşlerin birbiriyle etkileşime girmesine olanak tanımaktadır. Bu etkileşim kullanıcıların kendi siyasi düşüncelerini paylaşmalarına, fikir alışverişinde bulunmalarına ve toplumda yer alan çeşitli siyasi perspektifleri keşfetmelerine imkân vermektedir. Ayrıca bu anketler, toplumsal tartışmalarda katılımı ve angajmanı teşvik etmesi hasebiyle demokratik süreçlere dijital katılımın bir örneği olarak değerlendirilebilir.

Bu tür görsel içerikler siyasi iletişimdeki değişimleri, kamuoyu oluşum süreçlerini ve sosyal medyanın siyasi katılım üzerindeki etkilerini incelemek için önemli veri noktaları sunmaktadır. Yine bu tür gönderiler, dijital medya aracılığıyla gençlerin ve diğer sosyal grupların siyasi süreçlere nasıl dâhil olduklarını ve bu süreçlerde nasıl aktif rol alabildiklerini göstermektedir. Bu bağlamda söz konusu anket, dijital çağda siyasi diyaloğun ve katılımın dinamiklerine ışık tutmaktadır.

4.3.4.5. Pazar Meydanı



Resim 4.67 : Pazar Meydanı olarak TikTok örneği

Karnavalesk kuramın pazar meydanı boyutu, genellikle toplumsal sınırların, hiyerarşilerin ve otoritenin geçici olarak ortadan kalktığı; herkesin eşit olduğu ve fikirlerin özgürce ifade edilebildiği bir alan olarak tanımlanmaktadır. Bu boyut, özellikle Mikhail Bakhtin tarafından geliştirilmiş olup toplumun alt sınıflarının seslerini yükselttiği ve resmiyetin sorgulandığı bir durumu ifade etmektedir.

Bu bağlamda yukarıdaki gönderi, bir bankanın finansal ürünü olan taksitli avans teklifini tanıtan bir reklamı içermektedir. Pazar meydanının karnavalesk özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, bu gönderi, finans dünyasının katı ve resmi dilini halka daha yakın ve anlaşılır bir şekilde sunmaya çalışan bir strateji olarak yorumlanabilir. Reklamın finansal hizmetleri daha ulaşılabilir ve halkın günlük yaşamına entegre edilmiş bir biçimde tanıtması, pazar meydanının ruhunu yansıtan bir yöntemdir.

Reklamda kullanılan dil olarak otoriter ve ciddi bankacılık jargonundan ziyade halkın kolayca anlayabileceği, dostane ve samimi bir üslup tercihi yapılmıştır. Bu yaklaşım, karnavalesk teorinin pazar meydanı boyutunun ticari ve finansal kurumların halkla ilişkilerinde nasıl uygulanabileceğinin bir örneği olarak değerlendirilebilir. Reklamın bu tarzı, finansal ürünlerin toplumsal sınırlar içindeki erişilebilirliğini artırarak bankacılık hizmetlerinin herkes için anlaşılır ve yakın olmasını hedeflemektedir.



Resim 4.68 : Pazar Meydanı olarak TikTok örneği

Karnavalesk kuramın pazar meydanı boyutu, genellikle toplumun farklı katmanlarından insanların bir araya gelerek etkileşimde bulundukları, sınırların ve hiyerarşilerin geçici olarak kalktığı canlı ve dinamik bir sosyal alanı ifade etmektedir. Mikhail Bakhtin'in kavramsallaştırdığı bu teori, halkın sesinin duyulduğu ve sosyal normların tersine çevrilebildiği bir alan olarak düşünülmektedir.

Gönderide yer alan durum, bir aile üyesinin Beşiktaş'ta açtığı butik kafenin müşteri eksikliğinden dolayı yaşadığı hayal kırıklığını paylaşan bir sosyal medya kullanıcısını konu almaktadır. Pazar meydanı boyutuna göre bu durum sadece ticari bir mesele olarak değil aynı zamanda topluluk destekli bir girişimi ve mahalle kültürünün bir parçasını oluşturan sosyal bir etkileşim olarak ele alınmaktadır.

Bu gönderi, modern pazar meydanlarının dijital versiyonları olarak nitelendirilen sosyal medya platformlarında nasıl tezahür ettiğini göstermektedir. Bir yandan kullanıcı ticari bir faaliyetin tanıtımını yaparken diğer yandan topluluk içindeki dayanışmayı ve sosyal desteği teşvik etmektedir. Bu durum, pazar meydanının geleneksel rolünü toplumsal ilişkileri ve ekonomik etkileşimleri canlandıran bir mekân olarak yansıtmaktadır.

Yakın zamanda açılan kafe, pazar meydanının dinamizmini ve ekonomik çeşitliliğini yansıtan modern bir örnek olarak ele alınmıştır. Bu paylaşım, topluluğun desteğiyle küçük işletmelerin nasıl teşvik edilebileceğini ve sosyal medyanın bu süreçteki rolünü vurgulamaktadır. Gönderi aynı zamanda ticaretin ve toplumsal dayanışmanın birleştiği bir alana dönüşen sosyal medyanın, pazar meydanının ruhunu nasıl canlı tuttuğunu göstermektedir.



Resim 4.69 : Pazar Meydanı olarak TikTok örneği

Görsel, dijital çağın karnavalesk bir alan olarak yorumlanabilecek interaktif bir mecrayı tasvir etmektedir. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramını çağdaş bir kontekste yeniden yorumlanacak olursa bu sanal meydan, hiyerarşilerin askıya alındığı ve çok sesliliğin hâkim olduğu bir alan olarak yer almaktadır. Yayıncı konumundaki kişi yani merkezi figür, farklı kimliklerin sergilendiği geleneksel rollerin tersine çevrildiği bir etkileşim sahası oluşturmaktadır.

Bu dijital pazar meydanı, izleyicileri ve yayıncıyı bir araya getiren interaktif bir platform işlevi görmekte; avatarlar ve gerçek kişiler arasındaki sınırı bulanıklaştırmakta ve yeni kimliklerin oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Yayıncının üzerinde beliren Kimliğiniz Vampir ibaresi katılımcıların belirli bir kimliği benimsemeye teşvik edildiği bir oyunun varlığını ima ederken, HADİİİ ifadesi ise bu kolektif etkinliğe katılım için bir çağrıda bulunmaktadır. Görselde ayrıca; canlı yayın, sosyal medya etkileşim simgeleri, beğeni sayıları ve kullanıcı yorumları gibi sanal

dünyanın kendine has dili ve göstergeleri de görülmektedir. Bu unsurlar, dijital karnavalesk alanın ne denli zengin ve çok katmanlı olduğunu vurgularken sanal ve gerçek dünyalar arasındaki etkileşimin sürekli ve karmaşık doğasını da ortaya koymaktadır.

Sosyal medya platformları ve canlı yayınlar, Bakhtin'in pazar meydanı metaforuna modern bir yorum katmakta ve sanal kimliklerin serbestçe ifade edildiği, gerçeküstü bir etkileşim alanı sunmaktadır. Bu bağlamda görsel, karnavalesk kuramın alt boyutlarına uygun bir şekilde sanal meydanın dinamiklerini ve toplumsal etkileşimin yeni biçimlerini akademik bir mercekle incelemek için zengin bir malzeme sunmaktadır.

4.3.4.6. Pazar Meydanı Dili



Resim 4.70 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla TikTok örneği

Gönderideki içerik sosyal medyada Borsacı Dede olarak bilinen bir fenomen, finans ve borsa konuları hakkında argo bir dil kullanarak tavsiyelerde bulunmaktadır. Bu tür iletişim, Bakhtin'in karnavalesk kuramının pazar meydanı kavramıyla ilişkilendirilebilir. Zira burada resmiyetten uzak, gündelik dil ve mizah ön plana çıkmaktadır. Pazar meydanı dili, sosyal hiyerarşilerin ve otoritenin dilinin karşısında duran, halkın kullandığı bir dildir ve genellikle otoriteye meydan okuyan, alaycı ve sorgulayıcı bir nitelik taşımaktadır.

Bu bağlamda Borsacı Dede karakterinin kullanımı, finansal bilgilerin ve borsa analizlerinin, genellikle elit ve uzmanlar tarafından paylaşıldığı bir alanda, halkın anlayabileceği bir dilde sunulmasını temsil etmektedir. Karnavalesk kuramın bu yönü, borsacı dedenin finans dünyasının karmaşıklığını basitleştirmeye ve geniş kitlelere ulaştırmaya çalışan bir halk kahramanı olarak görülmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca bu tarz bir iletişim, finansal bilgilerin daha geniş ve çeşitli bir kitle tarafından

anlaşılabilir hale gelmesine katkıda bulunmakta ve bu da toplumsal eşitsizlikleri azaltmada önemli bir rol oynamaktadır.

Sosyal medya, bu tür karakterlerin ortaya çıkmasına ve hızla popüler olmasına olanak tanıyarak karnavalesk kuramın modern dijital çağdaki tezahürlerinden biri olarak düşünülebilir. Borsacı Dede gibi karakterler, resmi finansal danışmanlığın ve akademik dilin sınırlarını zorlayarak mizah ve argo aracılığıyla karmaşık konuları basitleştirir ve geniş kitlelere ulaştırmaktadır. Bu süreç, karnavalesk kuramın vurguladığı gibi halkın güçlendirilmesi ve bilginin demokratikleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

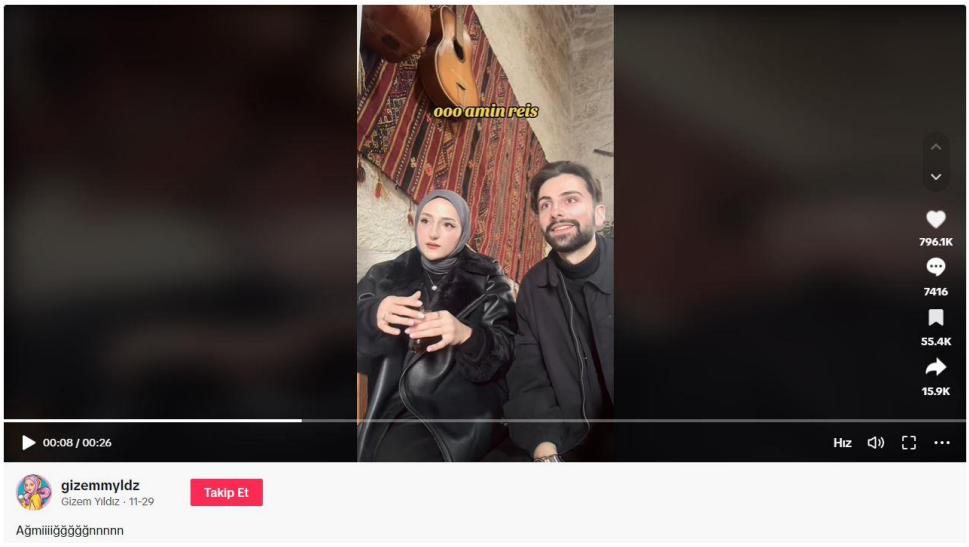


Resim 4.71 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla TikTok örneği

Karnavalesk kuram, Mikhail Bakhtin'in diyalogik hayal gücünün bir uzantısı olarak pazar meydanı dili ve bu dili kullanan figürlerin otoriteyle münasebetini vurgulamaktadır. Fatih Terim gibi spor dünyasında otoriter bir figürün, sosyal medya üzerinden yapılan bir gönderi aracılığıyla halka mal edilmiş bir karaktere dönüşmesi bu kuramın canlı bir örneğidir. Gönderide, Terim'in kararları ve futbol kültüründeki

yerinin halk arasında neşeli ve yer yer argo bir üslupla ele alınması, pazar meydanı dili kapsamında bir eleştiri ve mizah yoluyla otoriter figüre bir yakınlık kurma girişimini temsil etmektedir.

Böyle bir sosyal medya gönderisinde teknik direktörün ve onun kararlarının halk arasındaki yorumları genellikle alaycı ve argo ifadelerle dile getirilmektedir. Bu durum, pazar meydanı dilinin bir özelliği olan toplumun üst katmanlarındaki kişilere yönelik eleştiriyi mizahi bir dille yansıtmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşılan bu tür gönderiler, Bakhtin'in karnavalesk kuramında bahsedilen teatral ve mizahi eleştiri anlayışını yansıtarak otoriter figürlere karşı duran bir nevi dijital pazar meydanı işlevi görmektedir. Bu dijital alanda bireyler, günlük hayatın ciddiyetinden uzaklaşarak toplumsal olayları ve figürleri alaycı bir dille ele alır ve böylece karnavalesk bir neşe ve özgürlük ruhunu canlı tutarlar.



Resim 4.72 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla TikTok örneği

Karnavalesk kuram, özellikle Mikhail Bakhtin'in eserlerinde otoriteyi ve normları alt üst eden bir dil ve iletişim biçimi olarak tanımlanmaktadır. Bu kavramsal çerçevede, Gizem Yıldız'ın videolarındaki abartılı amin seslenişi ve taklitleri karnavalesk ruhun bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Pazar meydanı dilinin günlük yaşamın monotonluğunu ve resmiyetini kırma özelliği, Yıldız'ın videolarında

mizah ve alaycılıkla birleşerek otoriter yapıları ve günlük hayatın ciddiyetini sorgulayan bir ortam oluşturmaktadır.

Bakhtin'in pazar meydanı boyutu, toplulukların bir araya gelip otoriteye meydan okuyarak sosyal hiyerarşiyi geçici olarak tersine çevirdiği bir mekânı ifade etmektedir. Yıldız'ın amin reis olarak adlandırılması ve bu lakabı mizahi bir dille sahiplenmesi, karnavalesk bir direnişin ve toplumsal rollerin tersyüz edilmesinin çağdaş bir örneğidir. Sosyal medyanın bu tür etkileşimleri sağlaması, pazar meydanının günümüzdeki karşılığı olarak görülmektedir. Yıldız, videolarında halk kültürünün tezahürlerini sergileyerek otoriter ve ciddi yapıları alaya alırken izleyiciyle arasındaki mesafeyi kaldırmakta ve onları eğlencenin içine çekmektedir. Bu durum, hem toplumsal eşitliği hem de çeşitliliği kutlayan bir pazar meydanı dilinin dijital çağdaki yansımasıdır.

4.3.5. Dijital Karnaval Ortamı Olarak Twitter (X)

4.3.5.1. Tepetaklak Dünya



Resim 4.73 : Tepetaklak Dünya olarak Twitter (X) örneği

Görseldeki temsil, bir kedinin insan giysileri içinde ve insan benzeri bir jest yaparak poz vermesi ve bunun yanında yer alan metinin zor bir gece sonrasında olumlu bir tutum sergileyen bir bireyi tasvir etmesi ile dikkat çekmektedir. Tepetaklak dünya kavramı çerçevesinde bu tür görsel ve metinler, günlük yaşamın sıkıntılarına karşı mizahi bir direniş olarak yorumlanabilir.

Görselde antropomorfize edilmiş kedi figürü, karnavalesk kuramın tepetaklak dünyasına ait bir örneği temsil etmektedir. Gönderi, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk teorisinin merkezinde yer alan otoriter yapıların ve ciddiyetin sorgulandığı, yeniden inşa edildiği ve parodize edildiği bir alan sunulmaktadır. Karnavalesk kuram, var olan hiyerarşilerin ve sosyal düzenin geçici bir süre için alaşağı edildiği ve yerine daha özgür, değişken ve oyunlu bir düzenin geçtiği bir durumu tarif etmektedir. Görseldeki kedi, insanın duygusal zaaflarını ve buna rağmen koruduğu iyimserliği temsil ederken aynı zamanda sosyal medyanın bu tür imgeler aracılığıyla günlük yaşamın ağırlıklarına mizahi bir ara verdiğini de göstermektedir. Kedinin insanlık durumunu taklit etmesi ve sosyal medya kullanıcısının kişisel travmalarını ve dirençlerini dile

getiren metin, günlük hayatın zorluklarına karşı bir neşe ve ümit sunma işlevi görmektedir. Bu görsel içerik katılımcılara, yaşadıkları zorluklarla alay edebilme ve bunları hafifletebilme imkânı tanıyarak karnavalesk anlayışın modern dijital ortamda nasıl bir tezahür bulduğunu göstermektedir.

Görselin tasvir ettiği kişisel acı ve kederin ardından sergilenen olumlu tutum, bireyin kendini toparlaması ve kendine güveninin yeniden inşası süreçlerine işaret etmektedir. Ayrıca kedinin insanlaştırılması ve sosyal medya metninin kişisel bir anlatıyı evrensel bir deneyime dönüştürmesi, medya aracılığıyla kültürel anlamın nasıl üretildiği ve paylaşıldığı üzerine derinlemesine bir sosyal ve kültürel analiz sunmaktadır.

Metin, kişisel bir sıkıntıyı evrensel bir deneyime dönüştürürken aynı zamanda zorlukların üstesinden gelme kapasitesine ve insanın dirençli doğasına bir övgüdür. Gece gözüm çıkana kadar ağladıktan sonra sabah ayna karşısında ben cümlesi, bireysel acıyı ve toparlanmayı temsil ederken biz süperiz aynen ifadesi ise bu acının üstesinden gelinmesindeki kolektif dayanışma ve moral desteğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak bu görsel ve metin, karnavalesk kuramın anahtar prensiplerinden olan dünyayı tersine çevirme ve otoriteyi alaşağı etme yoluyla, modern dijital medya aracılığıyla ifade özgürlüğü ve yeniden direnişin nasıl mümkün kılındığını ortaya koymaktadır. Mizahın bireysel ve kolektif direnç stratejileri içindeki yerini ve toplumsal normlarla mücadeledeki rolünü vurgulamaktadır.



Resim 4.74 : Tepetaklak Dünya olarak Twitter (X) örneği

Görseldeki kompozisyon, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk teorisinin tepetaklak dünya kavramıyla örtüşen bir mizansen sergilemektedir. Karnavalesk, toplumun katı hiyerarşilerine ve kuralcı yaşamına karşı bir nevi geçici devrim niteliğinde, alışılmadık ve absürd olanın kutlandığı bir alan oluşturmaktadır. Bu çerçevede tavuğun yerleşik çiftlik hayvanı imgelerinden saparak tüketim kültürünün bir parçası haline gelen bir içecek markasıyla özdeşleşmesi, sınırları aşan bir kimlik oyunu olarak yorumlanabilir.

Görseldeki NEYSE ifadesi, belki de modern yaşamın kaotik ve baskıcı düzenine bir tepki olarak umursamazlık ve rahatlık anlarını simgelemektedir. Bu kelime, sosyal beklentilerin ve normların reddedilmesi, bireysel özgürlüğün ve arzuların ön planda olduğu bir dünya düzeni önermektedir. Tavuğun fiziksel duruşu ve metinin içeriği, otoriter yapıları ve ciddiyeti alaya alarak Bakhtin'in karnavalesk teorisindeki gibi bir dünyayı baş aşağı eden bir sıradışılık ve özgünlük anını yakalamaktadır.

Böyle bir görselde Bakhtin'in teorisine uygun olarak alışılmışın dışında bir etkileşim ve iletişim biçimi görülmektedir. Tavuk ve onun ironik ifadesi, gündelik hayatın monotonluğundan sıyrılıp bir nevi toplumsal ve kültürel eleştiri sunan bir figür

olarak ortaya çıkmaktadır. Tavuğun insanlaştırılmış duruşu, kendini bir içecek markası ile tanımlaması günlük hayatın sıradanlığını ve tüketim odaklı dünyayı alaya alırken aynı zamanda bu dünyanın içinde var olmanın paradoksal doğasını da vurgulamaktadır. Bu görseldeki mizah, sadece güldürmek için değil aynı zamanda düşündürmek ve var olan düzenin absürtlüğüne dikkat çekmek için de bir araç olarak kullanılmaktadır.



Resim 4.75 : Tepetaklak Dünya olarak Twitter (X) örneği

Görselde yer alan metin ve görselin bir arada kullanımı, karnavalesk kuramın tepetaklak dünya boyutuna uygun bir yorumlama zemini sunmaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramında tepetaklak dünya kavramı, mevcut hiyerarşilerin ve normların geçici olarak tersine çevrildiği, alaycı ve mizahi bir düzlemi ifade etmektedir. Bu durumda günlük yaşamın ciddiyeti yerini gülünçlüğe ve alaya bırakmaktadır.

Sosyal medyada paylaşılan ve İsmet İnönü gibi tarihi bir figürü konu alan bu görsel, metni ile birlikte alışılagelmiş tarihsel anlatıları mizahi bir dille tersyüz etmektedir. Görseldeki tarihi şahsiyetin kendi önemini alaya alan ve kişisel bir özeleştiriyi içeren ifadesi, bu tersyüz etme işlevini yerine getirmektedir. Ben de olmasaydım olmazdınız... ifadesi, bireyin kendi tarihsel etkisini ve önemini abartılı bir biçimde ön plana çıkararak Bakhtin'in karnavalesk ruhunu yansıtmaktadır.

Görselin altında yer alan Ama bundan söz eden yook. Tabi ben kimim ki! yorumu ise hem kendini küçümseyen hem de tarihsel anlatıların subjektifliğine gönderme yapan bir ironiyi barındırmaktadır. Bu ifade, genel kabul gören tarihsel büyüklük anlayışını sorgulayarak ve kişisel önemin göreceli olduğunu ima ederek tepetaklak dünyanın bir yansıması olarak okunabilir.

Böylece görsel ve metin bir arada, tarihsel anlatıların göreceli doğasını ve bireyin kendi tarihsel rolüne dair algısının kişisel ve toplumsal inşasını sorgulayan bir diyalojik alan oluşturmaktadır. Bu durum, sosyal medyanın da tarihsel anlatıların ve kişiliklerin yeniden yorumlanmasına ve halk kültürü içinde farklı şekillerde yeniden üretilmesine olanak tanıyan bir ortam olduğunu göstermektedir. Karnavalesk kuramın tepetaklak dünyası, bu tür medya içeriklerinde günlük yaşamın ciddiyetini geçici olarak askıya alarak tarihsel büyüklükleri ve otoriteleri gülünç bir şekilde ele almaktadır. Böylece süregelen normlara alternatif bir bakış açısı sunmaktadır.

4.3.5.2. Grotesk



Resim 4.76 : Grotesk yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimde, lahana kostümü giymiş bir bebek gösterilmektedir. Bu görsel, sosyal medyada bir kullanıcı tarafından mizahi bir bağlamda paylaşılmıştır. Kullanıcının yaptığı yorum, muhtemelen bebekle ilgili bir anekdotu veya kişisel bir tercihi esprili

bir dille ifade etmektedir. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir alt boyutu olan grotesk; genellikle abartılı, garip ve sıradışı imgeleri içermekte ve bu imgeler genellikle mizah veya eleştirel bir amaçla kullanılmaktadır.

Grotesk, normalin sınırlarını zorlayarak günlük yaşamın kabul edilen estetiklerine meydan okuyan bir tarz olarak düşünülebilir. Bebeğin lahana kostümü, groteskin tipik bir örneğidir. Burada alışılmadık ve abartılı bir görüntü, gündelik bir nesnenin sıra dışı bir bağlamda kullanılmasıyla oluşturulmuştur. Bu tür bir görselleştirme izleyiciyi şaşırtmayı, güldürmeyi ve alışılmış düşünce tarzlarını sorgulamaya itebilmektedir.

Bebek kostümünün seçimi hem masumiyeti hem de doğanın bir parçası olan bir sebzeyle olan benzerliği üzerinden oynayan bir mizah anlayışı sergilemektedir. Bu durum, groteskin bir başka yönünden sıra dışı olanın içinde yer alan tanıdık unsurlarla oynayarak, izleyiciye hem rahatlık hem de rahatsızlık hissi vermektedir.

Sosyal medya yorumu, bu görsel groteski daha da genişletmekte ve mizahi bir şekilde bebekle ilgili kişisel bir tercihin ya da durumun abartılı bir temsilini sunmaktadır. Bu tür bir kullanım, günlük yaşamın sıradanlığını alt üst eden ve izleyicileri gülümsetirken düşündüren bir iletişim biçimi olarak Bakhtin'in grotesk anlayışını desteklemektedir. Bu bağlamda grotesk, sadece komik bir etki yaratmakla kalmaz, aynı zamanda kültürel ve sosyal normları sorgulayan bir eleştiri de içermektedir.



Resim 4.77 : Grotesk yapısıyla Twitter (X) örneği

Gönderide, Twitter(X) sosyal medya platformunda paylaşılan bir video klibin ekran görüntüsünü yer almaktadır. Video klibin metin kısmında, bir annenin kılçık yok teminatına karşılık olarak balıktan çıkan en az miktarda kılçığı ifade eden mizahi bir dil kullanılmıştır. Mikhail Bakhtin'in grotesk kavramı, bu tür mizahi ve abartılı ifadelerle olan ilişkisi açısından incelendiğinde, kültürel anlam üretme ve sosyal normları sorgulama pratikleri açısından zengin bir inceleme alanı sunmaktadır.

Grotesk, genellikle normalin sınırlarını aşan ve alışılmadık ya da sıradışı durumları abartılı bir şekilde sunan bir estetiktir. Bu görsel ve metin içeriği, günlük bir deneyim olarak nitelendirilebilecek balık yemenin beklenmedik bir komplikasyonunu büyüterek ve bunu bir nevi hiperbolize ederek grotesk bir mizah oluşturmaktadır. Kılçıkların varlığı, yemeğin tadını bozan küçük ancak can sıkıcı bir detay olarak ele alınmaktadır ve bu da izleyiciye hem tanıdık hem de tuhaf bir şekilde sunulmaktadır.

Bakhtin'in grotesk kavramı aşırı ve çarpık imgelerin, toplumsal beklentileri ve estetik normları alaya alarak nasıl bir eleştirel işlev görebileceğini ortaya koymaktadır. Paylaşılan içerik, gündelik hayatın basit bir parçası olan bir nesneyi - burada bir balık - ve onunla ilişkili bir olguyu - kılçık - alışılmadık bir perspektiften ele alarak

izleyicilere sunmaktadır. Bu durum da toplumsal beklentilerin ve deneyimlerin alışılmış yorumlarını sorgulamaya davet etmektedir.

Söz konusu ekran görüntüsü, sosyal medyanın grotesk mizahın ve anlamın sürekli yeniden üretildiği ve yeniden yorumlandığı bir alan olduğunu göstermektedir. Kullanıcılar tarafından yapılan yorumlar ve alıntılar, bu içeriğin çeşitli yorumlarını ve etkileşimlerini daha da genişleterek çok sesliliğin ve sürekli değişen anlamın modern bir örneğini oluşturmaktadır. Bu tür bir içerik, sıradanlığın alaycı bir sunumu ve izleyicilerin beklentileriyle oynama, günlük yaşamın gülünç yönlerine ışık tutar ve bu süreçte kültürel normları sorgulamasıyla Bakhtin'in grotesk anlayışını desteklemektedir.



Resim 4.78 : Grotesk yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimde, popüler bir yemek yarışması programının jüri üyelerini karikatürize eden bir sosyal medya gönderisinin ekran görüntüsü görülmektedir. Programın jüri üyeleri, yemeğin hazırlanma sürecinin son anlarını ifade eden ve yemek hazırlama üzerine baskı oluşturan bir yarışma sahnesinde abartılı bir şekilde resmedilmiştir. Bu görsel tasvir, grotesk kavramının eleştirel bir elemanı olarak yarışma formatındaki yemek programlarının yüksek baskılı ve dramatize edilmiş doğasını alaya almaktadır.

Yemek yarışması formatları genellikle dramatik müzikler, zaman baskısı ve yüksek beklentilerle dolu anları vurgulamaktadır. Bu görselde, jüri üyelerinin abartılı biçimde tasvir edilmesi gerçekçi olmaktan ziyade, yarışmanın ürettiği gerilim ve aciliyet duygusunu komik bir şekilde eleştirmektedir. Jüri üyelerinin minyatürize edilmiş halleri ve yarışmacının devasa bir figür olarak gösterilmesi, güç dinamiklerini ve yarışma anındaki gerilimi grotesk bir mizahla sorgulamaktadır.

Karikatürize edilmiş jüri üyelerinin dramatik ve abartılı ifadeleri, yemek yarışmasının yapay gerilimini ve yarışmacıların karşılaştığı aşırı baskıyı göstermektedir. Aynı zamanda bu gönderi, televizyon yarışmalarının genellikle abartılı ve yapay olarak tasvir edilen aciliyetini ve önemini alaycı bir şekilde ele almaktadır. Grotesk estetiğin bu kullanımı, yemek yarışmalarının ve popüler medyanın sunduğu dramatizasyonun ve yapaylığın altını çizerken izleyicilerin bu duruma tepkisini mizahi bir şekilde keşfetmektedir.

Böylece sosyal medya gönderisi, Bakhtin'in grotesk kavramını kullanarak televizyonun abartılı sunumunu ve popüler kültürdeki yemek yarışmalarının oluşturduğu hiper gerçekliği sorgulamaktadır. Gönderi, izleyiciye yarışmanın stresli ve yapay anlarını güldürerek ve abartarak sunarken popüler medyanın ve televizyonun gerçeklik sunumları üzerine düşünme fırsatı vermektedir.

4.3.5.3. Karnaval Gülüşü



Resim 4.79 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Twitter (X) örneği

Bakhtin'in karnavalesk kuramı, karnaval gülüşü kavramı ile dünya üzerindeki hiçbir şeyin kaçınılmaz ve değişmez olmadığını, her şeyin dönüşebileceğini ve alay konusu yapılabilir olduğunu vurgulamaktadır. Karnaval gülüşü, sıradanlığın dışına çıkmak, otoriteyi ve resmiyeti alaşağı etmek için kullanılan bir mizah biçimidir.

Resimdeki gönderide, bir kişinin ismini taşıyan bir yer tabelası önünde çekilmiş bir selfie görülmektedir. Kişi, kendimden geçtim... ifadesiyle bu durumu mizahi bir dille ele almaktadır. Bu ifade, kelime oyunu yaparak ve kendini mizahi bir duruma yerleştirerek kendi adını taşıyan bir yerden geçmenin beklenmedik bir durumu üzerinden şaka yapmaktadır. Burada bireyin varlığını ve kimliğini dönüştürebilir ve esnek hale getirebilir bir mizah anlayışı sergilenmektedir.

Bakhtin'in karnaval gülüşüne göre bu tür bir mizah, kişisel kimliğin ve bireysel önemin alaycı bir şekilde sorgulanmasını sağlamaktadır. Selfie çeken kişi, kişisel kimliğin ve öznenin sınırlarını aşarak kendi adını taşıyan bir yere geçme eylemini, bu sınırları aşan bir mizahla ele almaktadır. Bu tür bir mizah, kişisel kimlik ve yerleşik isimlendirme pratiklerinin sabit ve değişmez olmadığını, aksine esprili ve oyunbaz bir şekilde yeniden yorumlanabileceğini ortaya koymaktadır.

Karnaval gülüşü aynı zamanda, toplumsal hiyerarşileri ve kategorileri geçici olarak tersine çeviren bir güç olarak işlev görmektedir. Kişinin kendi adını taşıyan bir yere geçmesi, kendi kimliğini geçici olarak bir kenara bırakmasını ve bireysel özgürlüğün ve neşenin kutlanmasını ifade etmektedir. Bu durum, sosyal hiyerarşiler ve kişisel kimlikler üzerine kurulu toplumsal düzenin karnaval zamanında nasıl bir kenara bırakılabileceğinin bir örneğidir.

Sonuç olarak bu gönderi, Bakhtin'in karnaval gülüşü kavramıyla uyumlu bir şekilde bireysel kimliği ve kişisel önemi mizahi bir yaklaşımla sorgulamakta ve bunları karnavalesk bir neşeyle kutlamaktadır. Bu durum, sosyal medyanın karnaval gülüşünün ve bireylerin kendileri hakkında mizah yapma ve kendilerini farklı bir ışıkta sunma özgürlüğünü nasıl desteklediğini göstermektedir.



Resim 4.80 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimde Galatasaray Futbol Takımı oyuncusu Icardi'nin fotoğrafı düzenlenmiş ve karikatürize edilmiş görüntüsü ile birlikte mizahi bir metin bulunmaktadır. Gönderi, futbolun heyecanını ve penaltı atışlarının oluşturduğu gerilimi alaya alarak bu durumun kaçış hissini mizahi bir şekilde dile getirmektedir.

Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramı çerçevesinde karnaval gülüşü, baskın kültürel ve sosyal yapıları geçici olarak devre dışı bırakan ve sınırları aşan bir mizah türü olarak ortaya çıkmaktadır.

Bakhtin, karnaval gülüşünü toplumsal hiyerarşileri alt üst eden ve her türlü korku, saygı ya da ciddiyeti sorgulayan bir kuvvet olarak tanımlamaktadır. Resimdeki gönderi, futbol gibi ciddiye alınan ve genellikle büyük bir coşku ile takip edilen bir sosyal olaya mizahi bir yaklaşım getirmektedir. Karikatürize edilmiş futbolcunun abartılı ifadesi, futbolun rekabetçi doğasını ve penaltı durumlarının oluşturduğu gerginliği bir karnaval atmosferinde eğlenceye dönüştürmektedir.

Karikatürize edilmiş imge, bireysel beden imgeleri ve sportif performans beklentileri üzerine mizahi bir oyun oynamaktadır. Karnaval gülüşü, bu tür bir görselin gücünü futbolcu bedenlerinin idealize edilmiş tasvirlerine ve profesyonel sporun kusursuz performans taleplerine mizahi bir başkaldırı olarak kullanmaktadır. Bu görsel, futbol kültüründe yüceltilen beden ve performans algılarını tersine çevirerek karnavalesk bir dünyada herkesin sportif bir kahraman olabileceğini önermektedir.

Bu gönderi, karnaval gülüşünün ruhunu yakalamakta ve futbolun sosyal ve kültürel anlamını alaycı bir mizahla sorgulamaktadır. Karnaval gülüşü bu durumda, herhangi bir otorite veya ciddi konuyu geçici olarak devre dışı bırakabilir. Bu durum, gönderide futbolun ciddiyetini ve rekabetçi doğasını kucaklayarak bunu bir neşe ve kurtuluş anına dönüştürmektedir. Karnavalesk bir dünyada bu tür bir mizah, toplumsal normları ve beklentileri geçici olarak askıya alır ve seyirciye sosyal olaylara farklı bir perspektiften bakma imkânı sunmaktadır.



Resim 4.81 : Karnaval Gülüşü yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimde gösterilen içerik, toplu taşıma kullanımı ile ilgili kişisel bir anekdotu mizahi bir dille aktaran bir sosyal medya gönderisidir. Metin, yolculuk sırasında yaşanan ve genellikle gündelik hayatın sıradan bir parçası olarak görülen bir duruma karnavalesk bir mizah unsuru eklemektedir. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir yansıması olarak karnaval gülüşü, günlük yaşamın ciddiyetini alaya almak ve olaylara alışılmadık bir perspektiften yaklaşmak için kullanılmaktadır.

Gönderide bahsedilen durum, yetersiz bakiyeyle otobüse binme ve bu durumu sorgulayan bir sesle karşılaşmanın hafifçe abartılmış bir betimlemesiyle sunulmaktadır. Bu anlatım, toplu taşıma gibi bir halk mekânında yaşanan küçük bir anlaşmazlığı veya anlaşılmazlığı, geniş bir izleyici kitlesiyle paylaşılan bir kahkaha anına dönüştürmektedir. Bakhtin'e göre karnaval gülüşü, sosyal hiyerarşileri ve güç ilişkilerini geçici olarak askıya almakta ve böylece her türlü otoriter ciddiyetin üzerinde bir galibiyet sağlamaktadır.

Bu sosyal medya gönderisi, yolcuların ve otobüs şoförlerinin genellikle ciddiye alınan etkileşimlerini karnavalesk bir neşe ile yeniden çerçevelemekte ve bu durumun absürdlüğünü ve komik yönlerini vurgulamaktadır. Kullanılan dil, bu

anlatımı daha da güçlendiren bir abartı unsuru olarak işlev görmektedir. Çünkü okuyucunun dikkatini sıradan bir durumun gizli mizahına çekmekte ve bu durumun toplumsal normlar içindeki yerini yeniden değerlendirmektedir.

Gönderi, karnaval gülüşünün sosyal medya ortamında nasıl can bulduğuna ve günlük olaylara nasıl farklı bir bakış açısı getirebileceğine dair bir örnek teşkil etmektedir. Bu durum, günlük hayatın basit ama evrensel deneyimlerini mizahla ele alma kapasitesini vurgulamakta ve toplumsal kuralların esnekliğini ve mizahın bu kuralları geçici olarak askıya alma gücünü sergilemektedir.

4.3.5.4. Diyalojizm



Resim 4.82 : Diyalojizm yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimdeki içerik, Google Türkiye'nin sosyal medya üzerinde bir dizi ile ilgili yaptığı paylaşımı göstermektedir. Bu bağlamda, Bakhtin'in diyalojizm kavramını kullanarak, Google'ın bu etkileşime dâhil olmasıyla ilgili akademik bir yorum yapmak mümkündür.

Diyalojizm, metinler arası iletişim ve anlam üretimi süreçlerinde, çok sayıda bağımsız sesin karşılıklı etkileşimini vurgulamaktadır. Bakhtin, her bir sesin

birbirinden farklı ve özerk olduğunu, kendi bağlam ve değerleriyle var olduğunu ve metinlerin bu çok sesliliği içerdiğini belirtmektedir. Diyalojizm, bu seslerin birbirleriyle karşılıklı etkileşiminde yeni anlam katmanlarının ortaya çıktığını savunmaktadır.

Google'ın sosyal medyada bir diziyi tanıtan bir paylaşıma yönelik yaptığı karşı paylaşımı, diyalojizmin modern bir örneğidir. Google, bu etkileşimde hem teknolojik bir aracı hem de kültürel bir katılımcı olarak işlev görmektedir. Bir arama motoru olarak Google, kullanıcıların sorgularına cevap vererek ve popüler kültürel içerikleri öne çıkararak çokseslilige katkıda bulunmaktadır. Google'ın bu paylaşımı, kullanıcıların ilgi alanlarına ve aramalarına dayalı olarak belirli bir içeriği öne çıkarması, onun kendi sesini diğer sesler arasına eklediğini göstermektedir.

Bu etkileşimde Google'ın sesi, dizinin yazarları, oyuncuları, izleyicileri ve eleştirmenleri gibi diğer seslerle yan yana gelir ve birbirleriyle diyalojik bir ilişki kurmaktadır. İzleyicilerin yorumları ve Google'ın verileri aracılığıyla toplanan popülerlik metrikleri, dizinin kültürel etkisini ve anlamını şekillendirmede etkili bir rol oynamaktadır. Diyalojik süreç, bu farklı seslerin etkileşimi sayesinde sürekli olarak evrilen bir anlam ağını oluşturmaktadır.

Sonuç olarak Google'ın bu tür paylaşımları, kültürel anlatılara katkıda bulunan ve toplumsal diyaloğu zenginleştiren çokseslilığin bir parçasıdır. İnternetin diyalojik yapısı, bu çok sesliliğin daha geniş bir kitleye ulaşmasını ve daha hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Bu durum, modern iletişim ortamlarında Bakhtin'in diyalojizminin nasıl işlediğine dair bir örnek teşkil etmektedir.



Resim 4.83 : Diyalojizm yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimdeki içerik, sosyal medyada kullanıcıların farklı seslerini ve perspektiflerini yansıtan bir dizi yorumdan oluşan bir ekran görüntüsünü yansıtmaktadır. Mikhail Bakhtin'in diyalojizm kavramı, bu tür çokseslilığin ve sosyal etkileşimin bir örneği olarak görülebilir. Burada her bir ses özgün bir perspektif ve değerler sistemini temsil etmektedir.

Ağrı'da elektrik akımına kapılan bir çocuğun, toprağa gömülerek hayatta kaldığı bir durumu yansıtan birinci yorum, trajik bir olayın detaylarını somut bir şekilde açıklamaktadır. Bu yorum, olayın ciddiyetini ve olaya müdahalenin bilimsel temellerini aktarırken aynı zamanda olayın sıradışılığını da vurgulamaktadır.

İkinci yorum, trajik olayın açıklamasına karşın durumu mizahla ele alarak sıradan bir nesneyle karşılaştırma yapmaktadır. Bu durum, ciddi ve trajik olaylar bile alay konusu olarak genellikle toplumsal normlara ve beklentilere bir meydan okuma olarak işlev görmesiyle bağlantılı olarak Bakhtin'in karnavalesk kuramında sıklıkla rastlanan bir durumdur.

Üçüncü yorum ise bir önceki yoruma mizahi bir dille yanıt verirken aynı zamanda toprakla temasın elektrik akımından korunma yöntemi olarak bilimsel

geçerliliğine atıfta bulunmaktadır. Bu yorum, ilkindeki ciddiyeti korurken ikincisindeki mizahi unsura da yer vermektedir. Böylece birbiriyle zıt gibi görünen iki yaklaşım arasında bir köprü kurmaktadır.

Bu üçlü etkileşim; çokseslilik, her sesin eşit derecede geçerli ve bağımsız olması ve bu seslerin birbirleriyle etkileşime girerek anlamın sürekli olarak yeniden oluşturulmasını sağlaması hasebiyle Bakhtin'in diyalojizm kuramının temel özelliklerini yansıtmaktadır. Sosyal medya, modern diyalojizmin canlı bir örneği olarak işlev görmektedir. Bu ortamlarda herkesin görüşleri, bilgileri ve mizah anlayışı açık bir alanda serbestçe ifade edilebilir ve tartışılabilir.

Bu etkileşim, sosyal medya kullanıcılarının çok çeşitli ve bazen çelişkili düşüncelerini ve duygularını sergilemesine olanak tanımaktadır. Aynı zamanda sosyal medya, Bakhtin'in diyalojizmine uygun olarak bu seslerin bir araya gelerek kolektif bir anlam oluşturmasını sağlamaktadır. Bu kolektif anlam, bireysel görüşlerin ötesine geçerek sosyal medyanın dinamik ve çok boyutlu yapısını ortaya koymaktadır.



Resim 4.84 : Diyalojizm yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimde bir spor haberleri hesabından paylaşılmış bir sosyal medya gönderisinin ekran görüntüsü olduğu görülmektedir. Gönderi, ünlü bir futbolcu olan Thomas Müller'in zarar görmüş telefonuna ait olduğunu iddia etmekte ve futbolcunun telefonunun bazen aşırı ısındığına dair bir alıntı içermektedir. Gönderinin altındaki yorumda ise bir başka kullanıcı durumu gariban olarak nitelendirmektedir. Bakhtin'in diyalojizm teorisine göre bu tür sosyal medya etkileşimleri farklı seslerin ve perspektiflerin bir araya geldiği, anlamın çok katmanlı olarak üretildiği ve sürekli evrildiği bir diyalojik alan olarak değerlendirilebilir.

Gönderi, popüler kültürde ve medyada genellikle yalnızca parlak ve kusursuz görünen ünlü kişiliklerin günlük yaşamda karşılaştıkları pratik sorunları gözler önüne sermektedir. Bu durum, Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir yansıması olarak genellikle yüceltilen ünlü figürlerin de sıradan insanlar gibi günlük sorunlar yaşadıklarını göstermektedir. Bu sayede onları normalleştirmek için bir araç olarak işlev görmektedir.

Aynı zamanda bu tür gönderiler, ünlülerin hayatlarına dair halk arasındaki yaygın varsayımlara meydan okur ve onların da teknolojik sorunlarla uğraştıklarını, hatta bu tür sıradan sorunlara mizahi bir yaklaşım sergileyebileceklerini göstermektedir. Bu durum, Bakhtin'in diyalojizm anlayışına göre, medya tarafından üretilen ünlü imajının yanı sıra futbolcunun kendi kişisel deneyimlerinin ve halkın tepkilerinin bir araya gelmesiyle çok sesli bir diyalogun oluşmasına olanak tanımaktadır.

Kullanıcıların yaptığı yorumlar ve gönderinin alıntılanması, bu diyaloğun devam ettiğini ve sosyal medya aracılığıyla daha geniş bir kitleye yayıldığını göstermektedir. Her bir kullanıcının katkısı, gönderinin anlamını şekillendirmede ve çeşitlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu etkileşimler, Bakhtin'in diyalojik iletişim anlayışına uygun olarak çokseslilığin ve sürekli anlam üretiminin bir örneğini oluşturmaktadır. Bu durum, modern iletişim ortamlarında popüler kültür figürlerinin imajlarının ve onlara dair halk algısının sürekli olarak nasıl yeniden yapılandırıldığını göstermektedir.

4.3.5.5. Pazar Meydanı



Resim 4.85 : Pazar Meydanı olarak Twitter (X) örneği

Resimde, antep fıstığı ile süslenmiş, göze çarpan bir yeşil renkli tatlıyı andıran bir yemeğin fotoğrafını görülmektedir. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramına göre pazar meydanı, geleneksel hiyerarşik yapıları ve resmiyeti alaycı bir şekilde ele alarak tersine çeviren, halkın sesinin serbestçe ifade edildiği neşeli ve kaotik bir alandır.

Fotoğraftaki tatlının adının Piraye" olduğu ve inanılmaz iyi olduğu ifadesi, pazar meydanının diline uygun bir mizah anlayışı sergilemektedir. Yemeğin kendine has görünümü ve ismi, zengin ve abartılı bir lezzet vaadi ile pazar meydanının abartılı ve halkçı diline gönderme yapmaktadır. Bu dil, günlük hayattaki basit nesneleri ve olayları aşırı ve neşeli bir biçimde yüceltme eğilimindedir.

Pazar meydanı, Bakhtin'in kuramında sıradan insanların deneyimlerini, arzularını ve mizah anlayışını yansıtan bir yer olarak kabul edilmektedir. Bu fotoğrafta kullanıcı tarafından yapılan yorum, yemeğin görsel ve lezzet olarak zenginliğini vurgularken aynı zamanda pazar meydanı kültürünün bir parçası olarak halk arasında yemeğin popülerliğine ve lezzetine dair yaygın bir kanıyı da yansıtmaktadır.

Bu görsel ve metin, gündelik yaşamın bir parçası olan yemek yeme deneyimini kutlayarak ve ona abartılı bir önem atfetmek suretiyle pazar meydanının ruhunu ortaya koymaktadır. Bu sunum, toplumsal normlara ve beklentilere meydan okuyarak yemek yemenin basit bir eylemini bir kutlama ve beğeni anına dönüştürmektedir. Böyle bir yaklaşım, günlük yaşamın sıradan olaylarını mizahi ve abartılı bir dil ile öne çıkarması hasebiyle pazar meydanının karnavalesk özelliğini sergilemektedir.



Resim 4.86 : Pazar Meydanı olarak Twitter (X) örneği

Resim, bir sosyal medya gönderisiyle beraber klasik ve popüler bir markaya ait bir deodorant ürününün görselini içermektedir. Gönderideki metin, tüketici alışkanlıklarına ve marka sadakatine ironik bir yaklaşımla gönderme yaparak belli bir ürünü sürekli olarak tercih eden ve bu seçimlerinden dolayı memnuniyet duyan bireyleri mizahi bir dille ele almaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının alt boyutu olan pazar meydanı, bu tür bir mizaha zemin hazırlamaktadır. Zira pazar meydanı, otoriteye ve ciddiye alınan konvansiyonlara meydan okuyan, halkın sesini yükselten bir alan olarak işlev görmektedir.

Pazar meydanı farklı seslerin ve perspektiflerin serbestçe ifade edildiği, çeşitli sosyal ve kültürel kodların karıştığı bir yer olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda,

gönderi, tüketim alışkanlıkları ve marka bağlılığı gibi konuları halkçı bir mizahla ele almaktadır. Gönderide, bireylerin tüketim tercihlerinin alışkanlık haline gelmesi ve bu alışkanlıkların neredeyse ritüel bir nitelik kazanması, pazar meydanının mizah anlayışı ile vurgulanmaktadır.

Deodorant ürününün görseli, müşterilerin bu ürüne olan sadakatini ve onu tekrar tekrar satın alma eğilimini sembolize etmektedir. Pazar meydanında bu tür sadakatler ve alışkanlıklar, bireylerin kimliklerinin bir parçası olarak görülmektedir. Bu gönderi, tüketicilerin bu tür tercihleri nedeniyle teşekkür beklemelerini alaycı bir dille ifade etmektedir. Bakhtin'in pazar meydanı kavramı, bu tür bir gönderinin tüketim toplumunun alışkanlıklarını ve sadakatini eleştirel bir mizahla nasıl ortaya çıkardığını vurgulamaktadır.



Resim 4.87 : Pazar Meydanı olarak Twitter (X) örneği

Resimde, bir sosyal medya gönderisinin ekran görüntüsünü ve bu gönderide sunulan bir ürünün görselini görülmektedir. Ürün, geleneksel bir etkinlik için kullanılan kuru kına olarak tanımlanmakta ve fiyat bilgisi ile sunulmaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir alt boyutu olan pazar meydanı, bu tür ürünlerin teşhir edildiği ve ticaretin yapıldığı bir mekân olarak düşünülebilir.

Pazar meydanı; geleneksel değerlerin, ticaretin ve toplumsal etkileşimlerin bir araya geldiği, canlı ve renkli bir alandır. Bu bağlamda gönderideki kuru kına, sadece bir ticari ürün olmanın ötesinde bir kültürel ve sosyal pratikle ilişkili bir nesne olarak sunulmaktadır. Kına, düğün gibi önemli sosyal törenlerde kullanılan geleneksel bir malzeme olup toplumsal ve kişisel anlam katmanlarına sahiptir.

Sosyal medya gönderisi, bu geleneksel malzemenin ticaretini yaparken pazar meydanının dilini kullanmaktadır. Gönderideki metin, ürünün kalitesine ve kullanım amacına vurgu yaparak potansiyel alıcıların dikkatini çekmektedir. Pazar meydanında yapılan bu tür duyurular, hem ticari hem de toplumsal bir işleve sahip olabilmektedir. Zira bu ürünler, bireylerin ve toplumun devam eden geleneklerini sürdürme biçimleriyle doğrudan ilişkilidir.

Bu görsel ve metin, pazar meydanının modern bir versiyonunu temsil etmektedir. Sosyal medya, geleneksel pazar meydanının işlevlerini devralarak ürünlerin geleneklerin ve kültürel pratiklerin geniş bir kitleye sunulduğu bir platform haline gelmiştir. Kına gibi geleneksel ürünlerin çevrimiçi olarak pazarlanması, kültürel geleneklerin ve ticaretin nasıl bir araya geldiğini ve modern iletişim araçları aracılığıyla nasıl yeni bir şekil aldığını göstermektedir. Bu süreçte pazar meydanının karnavalesk özelliği, ürünlerin ve geleneklerin yeni ve geniş bir izleyici kitlesi tarafından keşfedilmesine ve yeniden değerlendirilmesine olanak tanımaktadır.

4.3.5.6. Pazar Meydanı Dili



Resim 4.88 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Twitter (X) örneği

Gönderide soğuk hava koşullarında giyilen kıyafetlerin yol açtığı komik bir durumun fotoğrafı yer almakta ve buna eşlik eden metin durumu esprili bir dille aktarmaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının alt boyutu olan pazar meydanı dili, genellikle toplumsal olayları ve durumları alaycı, şakacı ve halka özgü bir dil ile ifade etmeyi içermektedir.

Paylaşımda aşırı soğuk hava koşullarının bedensel etkilerini alaya almaktadır. Bu deneyimi herkesin deneyimleyebileceği ancak nadiren bu kadar açık bir şekilde dile getirilen bir durumu abartılı ve eğlendirici bir şekilde sergilenmektedir. Pazar meydanı dili, toplumun tabu olarak görebileceği konuları dahi gündeme getirme cesaretine sahiptir. Bu durum Bakhtin'in karnavalesk kuramının önemli bir özelliğidir.

Pazar meydanı dili resmiyetten uzak, doğrudan ve sıradan insanların dilidir. Bu dil, günlük yaşamın alışılmış durumlarını alaycı bir üslupla ele almakta ve genellikle bunları toplumun geniş kesimleriyle paylaşarak ortak bir gülme ve eğlenme deneyimi yaratmayı amaçlamaktadır. Gönderideki yorumlar da bu fotoğrafın çektiği ilgiyi ve

yarattığı eğlenceyi artıran, izleyicilerin kendi mizah anlayışlarını katma fırsatını sunmaktadır.

Sonuç olarak bu gönderi, Bakhtin'in pazar meydanı dilinin modern bir örneği olarak işlev görmektedir. Sosyal medya, pazar meydanının işlevlerini devralmış ve bu tür mizahi içeriklerin geniş bir kitleye ulaşmasını sağlayarak toplumsal kurallara ve günlük yaşamın ciddiyetine karnavalesk bir mizahla meydan okuma imkânı vermiştir. Bu süreç, günlük yaşamın sıradan olaylarını ve insanlık durumlarını ortak bir mizah duygusuyla kutlamaktadır.



Resim 4.89 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Twitter (X) örneği

Paylaşılan görselde, bir sosyal medya kullanıcısının tanınmış bir dizi oyuncusunun yeni projedeki görünümüne ilişkin bir yorumunu içeren bir metin bulunmaktadır. Bu tür yorumlar, Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir alt boyutu olan pazar meydanı dilinin güncel bir tezahürü olarak değerlendirilebilir. Pazar meydanı dili, toplumun çeşitli kesimlerinin bir araya gelip serbestçe iletişim kurduğu, resmiyetin ve otoritenin sorgulandığı, halkın sesinin ve popüler kültürün yankılandığı bir alandır.

Bakhtin'in pazar meydanı kavramı, popüler kültürdeki ünlülerin ve medya figürlerinin resmi ve ciddi portrelerinin yanı sıra onlara dair halkın algılarını ve

tepkilerini de kapsamaktadır. Bu durum, halkın bu figürler hakkında serbestçe şaka yapma, eleştiri getirme ve mizah yoluyla yorum yapma özgürlüğünü içermektedir. Görseldeki metin, oyuncunun görünümündeki değişikliğe dair bir yorumla bu diyalojik iletişim pratiğine katkıda bulunmakta ve popüler bir figür hakkında halk arasında paylaşılan bir mizah anlayışını sergilemektedir.

Gönderide yer alan felfenayım ifadesi, pazar meydanı dilinin tipik bir unsuru olarak gündelik konuşma dili içinde yaratıcı bir kelime oyunu ve neşeli bir ifade biçimi sunmaktadır. Bakhtin'in karnavalesk teorisinde pazar meydanı, toplumun farklı kesimlerinin bir araya geldiği, hiyerarşilerin geçici olarak askıya alındığı ve her türlü resmiyete meydan okuyan bir alandır. Bu tür bir dil kullanımı, halkın kendi arasında yaratıcı ve esprili bir iletişim tarzı geliştirdiğini yansıtmakta ve gündelik hayatta karşılaştıkları durumları eğlenceli bir şekilde aktarmalarını sağlamaktadır.

Felfenayım kelimesi, oyuncunun yeni projedeki görünümüne karşı duyulan şaşkınlığı ve hayranlığı abartılı bir şekilde ifade eden bir neşe ve mizah anı oluşturmak için kullanılmıştır. Pazar meydanı dili, bu tür abartılı ifadelerle popüler kültür figürlerine ve onların hayatlarındaki değişikliklere toplumsal bir reaksiyon gösterme eğilimindedir. Bu yaratıcı dil aynı zamanda, halkın bu figürlerle kurduğu kişisel ve duygusal bağı yansıtmakta ve bu bağın günlük dilde yer etmesine olanak tanımaktadır.

Böylece felfenayım gibi uydurulmuş ve neşeli bir kelime, popüler kültürün ve medya figürlerinin toplum üzerindeki etkisini ve bu etkinin halk arasında nasıl yankılandığını gösteren bir örnek oluşturmaktadır. Bakhtin'in pazar meydanı dili, bu tür yaratıcı ifadelerle toplumun ünlü figürler ve popüler medya olaylarına yönelik tutumlarını günlük konuşma diline dâhil edererek toplumsal hiyerarşileri ve otoriteleri mizahi bir dille sorgulamaktadır.



Resim 4.90 : Pazar Meydanı Dili yapısıyla Twitter (X) örneği

Resimdeki metin, sosyal medya üzerinden paylaşılmış ve kişisel bir durumu mizahi bir dille ele alan bir gönderiyi göstermektedir. Gönderi, mevsimsel değişiklikleri ve bunların bireysel yaşam üzerindeki etkisini pazar meydanı diliyle samimi ve doğrudan bir üslup ile yansıtmaktadır. Görselde aşırı soğukta kalın kıyafetler içinde görülen bir maymun tasviri ile mevsim normlarının ötesinde sürekli ve tutkulu bir sevgi ifadesini dile getirmektedir.

Mikhail Bakhtin'in karnavalesk kuramının bir alt boyutu olan pazar meydanı dili, genellikle toplumsal normları ve beklentileri tersine çevirerek alaycı bir üslupla günlük yaşamın gerçeklerini sergilemektedir. Kıpppssss gibi yaratıcı ve neşeli kelimeler, pazar meydanı dili içindeki şenlikli ve esprili havayı pekiştirmektedir. Bu tür bir dil, belirli bir durumu abartılı bir şekilde ifade ederken aynı zamanda ortak bir eğlence ve birleşme anı oluşturmaktadır.

Pazar meydanı dili, toplumun farklı kesimlerinin bir araya geldiği ve günlük yaşamın ciddiyetine karşı bir nevi kaçış sunduğu bir alan olarak değerlendirilebilir. Bu paylaşımdaki yorumda yer alan kıpppssss ifadesi, belirli bir duygusal veya fiziksel

tepkinin abartılı bir temsilini sunmaktadır. Bu durum da pazar meydanının doğası gereği abartı ve teatraliteyi içeren iletişim tarzını yansıtmaktadır.

Sonuç olarak bu gönderi, pazar meydanı dilinin modern bir yansıması olarak kişilerin soğuk hava koşullarına ve mevsimsel değişikliklere mizahi bir yaklaşımla nasıl tepki verdiğini göstermektedir. Kıpppssss gibi ifadeler, kullanıcıların bu durumları esprili bir dille nasıl ele aldığını ve bu süreçte toplumsal normlara ve beklentilere meydan okuduklarını ortaya koymaktadır. Bu durum, sosyal medyanın pazar meydanının ruhunu ve halkın sesini nasıl canlı tuttuğunu gösteren bir örnektir.

4.3.6. Sosyal Medya Karnavalı

Araştırmanın bu aşamasında Facebook, YouTube, Instagram, TikTok ve Twitter (X) olmak üzere ele alınan beş önemli sosyal medya platformunda yer alan ve karnavalesk nitelikler taşıyan içerikler incelenmiştir.

Karnavalesk kavramı, genellikle geleneksel hiyerarşileri ve toplumsal normları altüst eden, oyunbaz ve mizahi unsurları içeren bir kültürel pratik olarak tanımlanır. Bu tür içerikler, sosyal medya kullanıcıları tarafından geniş ölçüde benimsenmekte ve yaygın bir şekilde paylaşılmaktadır. Söz konusu beş platform, kullanıcılarına kendilerini ifade etme ve topluluklarla etkileşim kurma konusunda geniş imkânlar sunmaktadır. Bu bağlamda Facebook, Instagram, Twitter (X), YouTube ve TikTok'ta yer alan karnavalesk unsurlar, sadece eğlence ve mizah değil aynı zamanda toplumsal eleştiri ve yaratıcılığın bir aracı olarak da işlev görmektedir.

Bu platformlarda paylaşılan videolar, görseller ve metinler kullanıcıların günlük yaşam deneyimlerini, toplumsal olayları ve kültürel trendleri yansıtan zengin bir içerik havuzunu oluşturmaktadır. Söz konusu platformlarda paylaşılan içerikleri şu şekilde sınıflandırılabilir;

- Facebook'ta kullanıcılar genellikle karnavalesk unsurları içeren durum güncellemeleri, fotoğraflar ve videolar paylaşmaktadır.
- Instagram'da estetik ve yaratıcı fotoğraflar ve hikâyeler aracılığıyla benzer bir karnavalesk ifade biçimi gözlemlenmektedir.

- Twitter (X), güncel olaylar ve popüler kültür üzerine mizahi ve ironik yorumlar için ideal bir platformdur.
- YouTube, içerik oluşturucuların mizahi skeçler, parodiler ve komik videolar aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmalarını sağlamaktadır.
- TikTok ise kısa ve etkileyici video içerikleriyle kullanıcıların yaratıcılıklarını sergilemelerine ve genç kitleler arasında viral olmaya uygun mizahi içerikler üretmelerine olanak tanımaktadır.

4.4. Sosyal Paylaşım Ağlarında Kullanıcıların Mahremiyet Algısı ve Karnavalesk Davranışları Üzerine Anket Çalışması

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın ana konusu, hedefleri, varsayımları, araştırmanın kapsamı ve örnekleme yöntemi, veri toplama teknikleri ve istatistiksel analiz süreçleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

4.4.1. Araştırmanın Problemi

İletişim teknolojilerinin sürekli yenilenmesi ve sosyal medyanın varlığı, modern toplumun günlük yaşam pratiklerini köklü bir şekilde dönüştürmektedir. Bu teknolojik ve toplumsal dönüşüm, bireylerin yüz yüze etkileşimlerini sanal ortama taşımasının ötesinde, sosyal medya üzerindeki davranışları ve oluşturulan sanal kimliklerin incelenmesini gerektiren yeni bir sosyal dinamik ortaya çıkarmıştır. Bu dinamikler, özellikle dijital mahremiyetin yeniden tanımlanmasını ve sosyal normların dijital ortamda nasıl yeniden şekillendirildiğini anlamak için bir fırsat sunmaktadır.

Bireylerin sanal dünyada sergilediği davranışlar, özellikle toplumsal baskı veya ceza gibi gerçek dünya faktörlerinden daha az etkilenmektedir, bu durum dijital mahremiyet ve bu mahremiyetin sosyal normlarla ilişkisinin nasıl geliştiği ve değiştiğinin anlaşılmasını önemli kılmaktadır. Bu bağlamda ülkemizde mahremiyet alanında çalışmalar bulunmasının aksine dijital mahremiyet alanında yeterli akademik çalışma yapılmamıştır. Özellikle bu çalışmanın çerçevesini oluşturan sosyal medya kullanıcılarının dijital mahremiyet algısı ve davranışlarına yönelik bir araştırmaya ise rastlanmamıştır. Bakhtin'in karnavalındaki gibi insanların içlerindeki duygu ve davranışları dışarıya vurduğu bir ortama dönüşüp dönüşmediği bu bağlamda kuramsal

çerçevede araştırmaya ilham vermektedir. Bu çalışma, kişilerin sosyal paylaşım ağlarında mahremiyet algısı düzeyini ve dijital medyada karnavalesk davranışları ortaya koyacaktır.

4.4.2. Araştırmanın Önemi

Kesintisiz bir yenilenme süreci içindeki iletişim teknolojilerinin toplum üzerindeki etkileri, çağımızın en dikkat çekici fenomenlerinden biridir. Sosyal medya, sanal ortamlarda bireysel ve toplumsal etkileşimlerin bir merkezi haline gelmiş, gerçek yaşamdaki eylemleri dijital bir yansımaya dönüştürmüştür. Bu entegrasyon, gündelik hayatın organik bir bileşeni olarak kabul edilmekte ve sosyal medya platformlarının insan etkileşimi ve davranışlar üzerindeki rolünün incelenmesini zorunlu kılmaktadır.

Sanal ortamın gelişimi, bireylerin mahremiyet algısını ve sosyal medya profilleri aracılığıyla sergiledikleri sanal kişilikleri yeniden şekillendirmiştir. Dijital mahremiyetin incelenmesi, bireylerin sanal dünyada özel yaşamlarını ve kişisel sınırlarını nasıl ifade ettiklerini anlamak adına kritik öneme sahiptir.

Dijital ortamlar, toplumsal normlar ve baskıların fiziksel dünyadaki davranışları nasıl sınırladığının aksine, bireylerin daha özgürce ifade bulduğu bir alan sunabilir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarında sergilenen davranışların gerçek dünyadaki yansımalarının ne olduğunu incelemek, dijital çağın mahremiyet algısını anlamak için temel bir önem taşımaktadır.

4.4.3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya kullanıcılarının dijital mahremiyet algısını ve bu algının onların dijital etkileşimlerine nasıl yön verdiğini incelemektir. Araştırma, dijital ve fiziksel dünyalar arasındaki mahremiyet anlayışlarının örtüşme noktalarını ve ayrışma dinamiklerini keşfetmeyi hedeflemektedir.

Araştırma, sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algı düzeylerini ve karnavalesk davranışlarını yani sosyal medyada sergiledikleri daha özgür ve norm dışı etkileşim biçimlerini anlamayı amaçlamaktadır. Mikhail Bakhtin'in karnaval kavramından esinlenerek yapılan araştırma, dijital ortamların kullanıcıların iç

dünyalarını dışa vurdukları bir alan olarak işlev görüp görmediğini teorik bir çerçevede ele alacaktır.

Çalışma, Türkiye'de sosyal medya kullanıcılarının dijital mahremiyet algılarını ve sanal ortamda sergiledikleri davranışları analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın odaklandığı esas mesele, dijital mahremiyet algısının sosyal medya platformlarında nasıl tezahür ettiğini, bireylerin bu platformlarda nasıl bir öz kimlik inşa ettiklerini ve dijital medyada sergilenen karnavalesk davranışların mahiyetini keşfetmektir. Bu inceleme, hem teorik açıdan dijital mahremiyet üzerine literatüre katkıda bulunmayı hem de pratik olarak sosyal medya kullanımı ve mahremiyet politikalarının geliştirilmesine yönelik bilgiler sağlamayı hedeflemektedir. Bu araştırma, sosyal bilimler alanında dijital mahremiyetin anlaşılmasına yönelik mevcut boşluğu dolduracak ve bu yeni ve gelişmekte olan alanda bilgi birikimine önemli bir katkı sunacak şekilde tasarlanmıştır.

4.4.4. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde, nicel araştırma yöntemlerinin sağladığı objektiflik ve genelleştirilebilirlik çerçevesinde, katılımcıların dijital mahremiyet algıları ve sosyal medyada sergiledikleri karnavalesk davranışları incelemektedir. Araştırmada kullanılan anket tekniği, bu tür bilgi toplamada etkin bir yöntem olarak literatürde geniş yer bulmuştur ve bu çalışmanın metodolojik tasarımı önceden belirlenmiş hipotezlerin test edilmesine olanak tanıyan bir yapıyı izlemektedir (Creswell, 2014: 155).

Nicel araştırmaların temel amacı, ölçülebilir ve istatistiksel olarak analiz edilebilir veriler üzerinden nesnel sonuçlar elde etmektir (Gall vd., 1996: 89). Bu çalışmada uygulanan anket, katılımcıların tutum ve davranışlarını kapsamlı bir şekilde ölçmeyi amaçlayan ve daha önce yapılan çalışmaların sonuçlarını temel alan bir soru setinden oluşmaktadır.

Anketin pilot uygulamaları, araştırmanın güvenilirliğini ve ölçüm araçlarının doğruluğunu sağlamak için kritik öneme sahiptir. Bu ön testler, anket sorularının katılımcılar tarafından nasıl algılandığını ve anlaşıldığını değerlendirmekte ve olası

sorunları gidermek için gerekli ayarlamaların yapılmasını sağlamaktadır (Dörnyei, 2007: 5). Sonuç olarak bu araştırma, dijital mahremiyet ve sosyal medya kullanımı ile ilgili tutum ile davranışları nicel olarak değerlendirerek bu alandaki bilimsel bilgi birikimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda tasarlanmış olan anket, geniş bir evrene genellenebilir veriler sunmakta ve bu verilerin evrensel bağlamda değerlendirilmesine imkân tanımaktadır.

4.4.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Sosyal medya platformlarında kullanıcı hesabı bulunan bireylerin paylaşımlarında ve davranış hareketlerinde mahremiyet algılarının düzeyini belirlemek ve karnavalesk hareketler sergileyip sergilemediklerini tespit etmeyi amaçlayan araştırmanın evrenini sosyal medya platformlarını kullanan 18 yaş üstü kişiler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Facebook, YouTube, Instagram, TikTok ve Twitter(X) sosyal medya platformları olarak çalışmaya dâhil edilmiştir. Söz konusu bu platformlar We Are Social'ın (2023) yayınladığı Digital 2023 raporuna göre dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak yer almıştır. Bu bağlamda çalışmanın çerçevesine bahsi geçen sosyal medya platformlarının kullanıcısı olan kişiler dâhil edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda yapılan araştırmada anket katılımcılarına kolayda örnekleme ile erişilmiştir.

Kolayda örneklem yöntemi, araştırmacılara zaman ve maliyet açısından önemli kolaylıklar sağlayan bir yöntemdir. Özellikle telefon ve internet üzerinden yapılan anket çalışmalarında sıkça kullanılan bu yöntem, elde edilmesi kolay örneklem gruplarına dayanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011: 44). Bu yöntem, diğer örnekleme tekniklerine kıyasla daha hızlı ve maliyeti düşük bir seçenek olarak araştırmacıların karşısına çıkmaktadır (Böke, 2017: 124).

Türkiye'deki aktif internet kullanıcısı mevcut verilere göre nüfusun %83.4'ünü temsil eden yaklaşık 71.38 milyon kişi olarak kaydedilmiştir. Bu oran, ülkenin genel nüfus yapısı içerisinde internet erişiminin ne derecede yaygın olduğunu gözler önüne sermektedir. Türkiye'nin toplam nüfusunun %73.1'ini oluşturan, yaklaşık 62.55 milyon kişi ise aktif sosyal medya kullanıcısı olarak tanımlanmaktadır (We Are Social, 2023). Bu veriler, sosyal medya platformlarının Türkiye'de nasıl bir yaygınlık

kazandığını ve toplumun büyük bir kesiminin bu platformları aktif olarak nasıl kullandığını açıkça göstermektedir. Bu bağlamda, araştırmanın evreninin Türkiye'nin genelini kapsaması ve sosyal medya kullanıcısı 62.55 milyon kişilik bir büyüklüğe sahip olması nedeniyle tüm kullanıcılara ulaşmak pratik olarak mümkün olmamaktadır. Bu nedenle, araştırma internet üzerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılarak seçilen bir örneklem grubuna yönelik olarak gerçekleştirilmiştir.

Ural ve Kılıç (2011: 49) tarafından yapılan metodolojik inceleme; 100.000 ve üzeri bir evren büyüklüğüne sahip araştırmalar için örneklem büyüklüğünün 384 olarak ayarlanmasını önermektedir. Bu öneri, büyük popülasyonlarda araştırma yapılırken veri toplama sürecinin hem pratik hem de istatistiksel olarak geçerli olmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Örneklem büyüklüğünün bu şekilde belirlenmesi, geniş popülasyonlardan elde edilen verilerin güvenilirliğini ve temsiliyetini artırmak için önemlidir. Bu bağlamda İstanbul, Ankara, İzmir gibi nüfus yoğunluğunun fazla olduğu ve farklı kültürdeki bireylerin yaşadığı büyükşehirler başta olmak üzere çalışma kapsamında yapılan ankete Türkiye'deki tüm şehirlerden katılım sağlanmıştır. 18 yaşından büyük olan ve sosyal medya platformu kullanıcısı olan 2145 kişiye anket yöntemi uygulanmıştır.

4.4.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırma, 18 yaş ve üzeri sosyal medya platformu kullanıcılarını kapsayan bir evreni ele almaktadır. Araştırma evrenini Türkiye'de yaşayan sosyal medya platformlarını kullanan ve farklı sosyo-demografik özelliklere sahip bireylerle sınırlamaktadır. Bu çalışmanın örneklemi, belirtilen çalışma evreninden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen bireylerden oluşmaktadır. Araştırma, 1 Nisan 2023 ve 30 Haziran 2023 tarihleri arasında, 2145 katılımcı ile online olarak gerçekleştirilen ve kolayda örneklem yöntemine dayanan bir anket tekniği uygulanarak yürütülmüştür.

4.4.7. Araştırma Tasarımı ve Ölçüm Aracı

Çalışmanın bu bölümünde ulaşılan veriler, 50 sorudan oluşan anket formuna kullanıcılar tarafından verilen cevaplardan elde edilmiştir. Araştırma sürecinde, katılımcıların yanıtlarını kolaylıkla verebilmelerini sağlamak amacıyla, soru formu tasarımında öncül çalışmalardan istifade edilmiştir. Bu bağlamda soru formu; kullanıcıların dijital mahremiyet algısı boyutu, dijital karnaval davranışları boyutu, internet ve sosyal medya kullanımı ile demografik sorular olmak üzere dört bölümden oluşturulmuştur. Her bir bölüm, ilgili literatürden elde edilen bilgilerle desteklenmiş ve katılımcıların konuya dair derinlemesine düşüncelerini ve davranışlarını yansıtabilmeleri için özenle seçilmiştir.

Araştırmada, sosyal medya kullanıcılarının dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlarını ölçmek için Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği (DKOMA) (Böyük, 2023) ölçeği kullanılmıştır. Bu araştırma çerçevesinde, esasında 2 boyuta ve 36 maddeye sahip olan ölçeğin tüm maddeleri kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. Soruların cevaplandırılmasının 5'li likert tipine göre oluşturulduğu bu ölçekte; 1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum seçenekleri yer almaktadır.

Araştırma kapsamında kullanılan ölçek ve diğer destekleyici soruların içeriği aşağıdaki tabloda belirtilmektedir.

Soru Türleri	Soru Sayısı	Anket Formundaki Sıra Aralığı
Sosyal medya kullanıcılarının dijital mahremiyet algısı	13	1-13
Sosyal medya kullanıcılarının dijital karnaval davranışları	23	14-36
İnternet ve sosyal medya kullanımı	7	37-43
Demografik	7	43-50

Tablo 4.1 : Araştırma anketi soru dağılımı

Araştırmaya başlamadan önce Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'na bu tez çalışması için başvuru yapılmış ve araştırmanın

yapılabilirliğine yönelik etik kurul raporu alınmıştır. Bu belge, tezin ekler bölümünde (EK-2) yer almaktadır.

4.4.8. Güvenilirlik ve Geçerlilik

Çalışma öncesinde, anketin etkinliğini ve güvenilirliğini değerlendirmek için pilot çalışma yürütülmüştür. 50 kişi üzerinde yapılan pilot çalışma SPSS programı ile analiz edilerek anketin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Pilot çalışmada sosyal paylaşım ağlarında mahremiyet algısı ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,923, dijital mahremiyet algısı alt boyutunun değeri 0,910, dijital karnaval davranışlarını ölçümleyen alt boyutun değeri 0,878 olarak tespit edilmiştir.

Pilot çalışmanın ardından geniş çaplı bir uygulamada 2145 kişi üzerinde yapılan ana anket çalışmasında, sosyal paylaşım ağlarında mahremiyet algısı ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,928, alt boyutlardan dijital mahremiyet algısı değeri için 0,913, dijital karnaval davranışları alt boyutu değeri için 0,888 sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, pilot çalışmadan elde edilen verilerle büyük ölçüde örtüşmektedir.

Sosyal paylaşım ağlarında mahremiyet algısı ölçeğinin yüksek güvenilirlik değeri özellikle dikkate değer olup, alt boyutların değerleri de güvenilir olarak değerlendirilebilir. Bu bulgular, hem pilot çalışma hem de asıl anketin verilerinin birbiriyle uyumlu olduğunu göstermektedir, bu da kullanılan yöntemin güvenilirliğini pekiştirmektedir.

Böyük'ün (2023) çalışmasında; Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği'nin (DKOMA) Cronbach Alpha değeri 0,938, sosyal medya kullanıcılarının dijital mahremiyet algısını ortaya koymaya yönelik alt boyutun değeri 0,913, kullanıcıların dijital karnaval davranışlarını ölçümleyen alt boyutun değeri 0,914 dir.

4.4.9. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıda gösterilmiştir.

Hipotez 1 Cinsiyete göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 1.1 Cinsiyete göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 1.2 Cinsiyete göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.

Hipotez 2 Yaşa göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 2.1 Yaşa göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 2.2 Yaşa göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.

Hipotez 3 Mesleğe göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 3.1 Mesleğe göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 3.2 Mesleğe göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.

Hipotez 4 Eğitim durumuna göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 4.1 Eğitim durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 4.2 Eğitim durumuna göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.

Hipotez 5 Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 5.1 Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 5.2 Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.

Hipotez 6 Yerleşim yerine göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 6.1 Yerleşim yerine göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 6.2 Yerleşim yerine göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.

Hipotez 7 Günlük internette geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 7.1 Günlük internette geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 7.2 Günlük internette geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 8 Günlük sosyal medyada geçirilen süreye dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 8.1 Günlük sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 8.2 Günlük sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 9 Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 9.1 Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 9.2 Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 10 İnternet kullanım amacına göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 10.1 İnternet kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 10.2 İnternet kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 11 Sosyal medya kullanım amacına göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

Hipotez 11.1 Sosyal medya kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 11.2 Sosyal medya kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

Hipotez 12 Mobilden internete girme durumuna göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.

*Hipotez 12.1 Mobilden internete girme durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermek*tedir.

Hipotez 12.2 Mobilden internete girme durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.

4.4.10. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın kapsamında hedeflenen verileri elde etmek amacıyla anket metodolojisi uygulanmıştır. Kullanılan anket, iki ana kısımdan oluşmaktadır. Ankette kullanılan değerlendirme araçlarına dair ayrıntılı bilgiler aşağıda yer almaktadır.

4.4.11. Verilerin Analizi

İstatistiksel değerlendirmeler, SPSS 24.0 yazılımı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde, tanımlayıcı istatistiksel metodlar (Ortalama, Standart Sapma, Medyan, Frekans, Oran, Minimum, Maksimum) uygulanmıştır. Ek olarak, kantitatif verilerin normal dağılım uygunluğu, basıklık ve çarpıklık değerlerinin belirlenmiş kesme noktaları kullanılarak çarpıklık (Skewness) değerleri üzerinden test edilmiştir. Normal dağılım gösteren iki grup arasındaki karşılaştırmalar için Student t-testi, üç veya daha fazla grup arasındaki karşılaştırmalar için ise Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA) kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık seviyeleri $p<0,01$ ve $p<0,05$ olarak değerlendirilmiştir.

4.4.12. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

4.4.12.1. Araştırma Kapsamındaki Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

Ölçekler ile ilgili faktör analiz sonuçları, normallik dağılımları ve güvenirlilik sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

		n	%
Cinsiyet	***Erkek***	736	34,3
	Kadın	1409	65,7

Tablo 4.2 : Cinsiyete Göre Dağılım

Cinsiyet dağılımları, %34,3'ü (n=736) erkek, %65,7'si (n=1409) kadındır.

		N	%
Yaş	***18-30***	827	38,6
	31-42	808	37,7
	43 ve üzeri	510	23,8

Tablo 4.3 : Yaşa Göre Dağılım

Yaş dağılımları, %38,6'sı (n=827) 18-30 yaş, %37,7'si (n=808) 31-42 yaş, %23,8'i (n=510) 43 ve üzeridir.

		n	%
Meslek	***Çalışmıyor***	253	11,8
	Emekli	67	3,1
	Çalışıyor	1356	63,2
	Öğrenci	469	21,9

Tablo 4.4 : Mesleğe Göre Dağılımı

Meslek dağılımları, %11,8'i (n=253) çalışmıyor, %3,1'i (n=67) emekli, %63,2'si (n=1356) çalışıyor, %21,9'u (n=469) öğrencidir.

		n	%
Eğitim durumu	***Lise***	151	7,0
	Üniversite	1346	62,8
	Lisansüstü (Yüksek Lisans-Doktora)	648	30,2

Tablo 4.5 : Eğitim Durumuna Göre Dağılım

Eğitim durumu dağılımları, %7,0'sinin (n=151) lise, %62,8'inin (n=1346) üniversite, %30,2'sinin ise (n=648) lisansüstüdür.

		n	%
Aylık Bireysel Gelir Durumu	***4.000 TL ve altı***	562	26,2
	4.001 TL - 8.500 TL	146	6,8
	8.501 TL - 12.000 TL	282	13,1
	12.001 TL - 18.000 TL	420	19,6
	18.001 TL üzeri	735	34,3

Tablo 4.6 : Aylık Bireysel Gelir Durumuna Göre Dağılımı

Aylık bireysel gelir durumu dağılımları, %26,2'sinin (n=562) 4.000 TL ve altı, %6,8'inin (n=146) 4.001 TL- 8.500 TL, %13,1'inin (n=282) 8.501 TL- 12.000 TL, %19,6'sının (n=420) 12.001 TL- 18.000 TL, %34,3'ünün (n=735) 18.001 TL üzeridir.

		n	%
Hayatınızı büyük oranda hangi tür yerleşim yerinde geçirdiniz	***Kentsel yerleşim***	1982	92,4
	Kırsal yerleşim	163	7,6

Tablo 4.7 : Yerleşim Yerine Göre Dağılımı

Hayatlarını büyük oranda geçirdikleri yerleşim yerleri dağılımları, %92,4'ü (n=1982) kentsel yerleşim, %7,6'sı (n=163) kırsal yerleşim.

		n	%
Günlük İnternette Geçirilen Süre	***1 saatten az***	76	3,5
	1-3 saat	825	38,5
	4-6 saat	828	38,6
	7-9 saat	267	12,4
	10 saat ve üzeri	149	6,9

Tablo 4.8 : Günlük İnternette Geçirilen Süreye Göre Dağılımı

Günlük internette geçirilen süre dağılımları, %3,5'inin (n=76) 1 saatten az, %38,5'inin (n=825) 1-3 saat, %38,6'sının (n=828) 4-6 saat, %12,4'ünün (n=267) 7-9 saat, %6,9'unun (n=149) 10 saat ve üzeridir.

		n	%
Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre	***1 saatten az***	371	17,3
	1-3 saat	1158	54,0
	4-6 saat	484	22,6
	7-9 saat	89	4,1
	10 saatten fazla	43	2,0

Tablo 4.9 : Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dağılımı

Günlük sosyal medya geçirilen süre dağılımları, %17,3'ünün (n=371) 1 saatten az, %54,0'ünün (n=1158) 1-3 saat, %22,6'sının (n=484) 4-6 saat, %4,1'inin (n=89) 7-9 saat, %2,0'sinin (n=149) 10 saat ve üzeridir.

		n	%
Haftalık Sosyal Medyada Geçirilen Süre	***1 gün***	47	2,2
	2-3 gün	127	5,9
	4 gün	76	3,5
	5-6 gün	160	7,5
	Her gün	1735	80,9

Tablo 4.10 : Haftalık Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dağılımı

Haftalık sosyal medya geçirilen süre dağılımları, %2,2'sinin (n=47) 1 gün, %5,9'unun (n=127) 2-3 gün, %3,5'inin (n=76) 4 gün, %7,5'inin (n=160) 5-6 gün, %80,9'unun (n=1735) her gün geçirmektedir.

		n	%
İnternet Kullanım Amacı	***Araştırma yapmak ve bilgi edinmek***	925	43,1
	İnternette gezinmek	312	14,5
	Oyun oynamak	47	2,2
	Sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek	540	25,2
	Vakit geçirmek	321	15,0

Tablo 4.11 : İnternet Kullanım Amacına Göre Dağılımı

İnternet kullanım amaç dağılımları, %43,1'inin (n=925) araştırma yapmak ve bilgi edinmek, %14,5'inin (n=312) internette gezinmek, %2,2'sinin (n=47) oyun oynamak, %25,2'sinin (n=160) sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek, %15,0'inin (n=321) vakit geçirmektir.

		n	%
Sosyal Medya Kullanım Amacı	***Arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek***	183	8,5
	Arkadaşlarımla iletişim kurmak	88	4,1
	Fotoğraf, video ve yazı paylaşmak	56	2,6
	Gündemi takip etmek	1260	58,7
	Vakit geçirmek	558	26,0

Tablo 4.12 : Sosyal Medya Kullanım Amacına Göre Dağılımı

Sosyal kullanım amaç dağılımları, %8,5'inin (n=183) arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek, %4,1'inin (n=312) arkadaşlarımla iletişim kurmak, %2,6'sının (n=47) fotoğraf, video ve yazı paylaşmak, %58,7'sinin (n=160) gündemi takip etmek, %26,0'sının (n=321) vakit geçirmektir.

		n	%
İnternete genellikle mobil cihazlar üzerinden mi bağlanıyor musunuz?	***Evet***	1782	83,1
	Hayır	363	16,9

Tablo 4.13 : Mobilden İnternete Girme Durumuna Göre Dağılımı

Katılımcıların, %83,1'i (n=1782) internete mobilden giriyor iken, %16,9'u (n=363) internete mobilden girmemektedir.

4.4.12.2. Ölçekler ile İlgili Bulgular

Ölçekler ile ilgili faktör analiz sonuçları, normallik dağılımları ve güvenirlilik sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

4.4.12.2.1. Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği

	Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	**0,896**
Chi-Square	42522,414
Df	630
Sig.	**<0.000**

Tablo 4.14 : Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

Faktör analizi yönteminin bir veri setine ne ölçüde uygun olduğunun tespitinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett'in Küresellik testi yaygın olarak kullanılmaktadır. KMO değerinin 1'e yaklaşması, ilgili veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Živadinović, 2004). Yapılan analizde dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar ölçeğinde 0,912 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen veriler sonucunda veri gruba analiz yapılmasının uygun görülmüştür**.**

Boyutlar	**Faktör Yükleri**	**Öz Değer**	**Açıklanan Varyans (%)**
Dijital Mahremiyet Algısı			
		10,572	32,367
Tatil, iş ya da ziyaret için gittiğim yerlerde kaldığım odada/evde çektiğim fotoğraf eğer güzelse sosyal medyada paylaşırım.	0,653		
Tatil, iş ya da ziyaret için gittiğim yerlerde kaldığım odada/evde çektiğim video eğer güzelse sosyal medyada paylaşırım.	0,677		
Bazen evimde çektiğim fotoğrafı sosyal medyada paylaşırım.	0,631		

Bazen evimde çektiğim videoyu sosyal medyada paylaşırım.	0,656		
Bir kişi ya da bir konu hakkında çok kızdığımda ya da çok mutlu olduğumda sosyal medyada bu duygumu yorum olarak dile getiririm.	0,492		
Bir kişi ya da bir konu hakkında çok kızdığımda ya da çok mutlu olduğumda sosyal medyada bu duygumu paylaşım olarak dile getiririm.	0,519		
Ara sıra eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşıyorum.	0,545		
Sosyal medyada kişisel bilgilerimi (ad, okuduğum okul, meslek vb.) yazıyorum.	0,412		
Mezuniyet, iş hayatında terfi, hastalık, doğum günü gibi benim için önemli olan anlara ait fotoğrafları sosyal medyada paylaşıyorum.	0,646		
Mezuniyet, iş hayatında terfi, hastalık, doğum günü gibi benim için önemli olan anlara ait videoları sosyal medyada paylaşıyorum.	0,673		
Spor salonunda, kumsalda ya da havuzda çekildiğim fotoğrafları ara sıra sosyal medyada paylaşırım.	0,656		
Spor salonunda, kumsalda ya da havuzda olduğum videoları ara sıra sosyal medyada paylaşırım.	0,673		
Güzel/yakışıklı göründüğümü düşündüğüm fotoğrafları sosyal medyada paylaşmayı severim.	0,674		
Dijital Karnaval		3,263	9,065
Ünlülerin ya da tanınmış insanların komik duruma düştüğü eğlenceli olaylar hakkında sosyal medyada gönderi paylaşımı yaparım.	0,545		
Ünlülerin ya da tanınmış insanların komik duruma düştüğü eğlenceli olaylar hakkında sosyal medyada yapılan bir paylaşıma yorum yaparım.	0,562		
Ünlülerin ya da tanınmış insanların komik duruma düştüğü eğlenceli olaylar hakkında sosyal medyada yapılan paylaşıma emoji bırakırım.	0,550		
Sosyal medyayı komik paylaşımlara (söz, video, karikatür vb.) bakmak için kullanırım.	0,532		
Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak ve gülmek için kullanırım.	0,448		

Sosyal medya gerçek hayata göre daha fazla özgür olduğum bir alanıdır.	0,513
Sosyal medyada ünlü ya da tanınmış insanların sıradan kişilere dönüşebilmesi, aynı şekilde sıradan insanların da ünlü olabilmesi hoşuma gidiyor.	0,515
Sosyal medyadaki hayatımda, gerçek hayatın sıkıcılığından, baskısından, standart yaşam tarzından uzaklaşıyorum.	0,535
Sosyal medyada "tmm, ok, bb "gibi kısaltmalar kullanırım.	0,455
İnsanlarla sosyal medyada daha özgür etkileşime giriyor, daha özgür iletişim kuruyor ya da düşüncelerimi daha özgür ifade ediyorum.	0,527
Sosyal medyada farklı dilleri, lehçeleri konuşan insanlarla iletişim kurarım.	0,416
Sosyal medya üzerinden alışveriş yaparım.	0,360
Sosyal medyada firmalar, Influencerlar ya da diğer kişiler tarafından paylaşılan reklamların bazılarını izlerim.	0,386
Sosyal medyada firmalar, Influencerlar ya da diğer kişiler tarafından paylaşılan reklamların hepsini izlerim.	0,438
Sosyal medyada çok sayıda kişinin katıldığı canlı yayınlara, konserlere, online oyunlara ya da eğlenceli aktivitelere katılırım.	0,506
Komik olduğu için ya da eleştiri yapmak için, bir olayla ya da bir kişiyle alay etmek adına paylaşım yaparım.	0,506
Komik olduğu için ya da eleştiri yapmak için, bir olayla ya da bir kişiyle alay etmek adına başkasının yaptığı bir paylaşıma beğeni/gülme ifadesi koyarım.	0,479
Sosyal medyadaki paylaşımlarımda ya da yorumlarımda argo ifadeler kullanırım.	0,469
Sosyal medyada normal hayatımdakinden daha rahat ve daha özgür bir dil kullanıyorum.	0,557
Sosyal medyada yüz filtrelerini, başka canlıya veya eşyaya dönüşebilmemi sağlayan uygulamaları kullanırım.	0,556
Eğlenmek, hatıra biriktirmek, destek olmak, eleştiride bulunmak için başka birisine (kral, kraliçeye, asker, şiddete uğramış kadın vs.) dönüşmek için farklı	0,580

kıyafetler giydiğim fotoğrafımı sosyal medyada paylaşırım.	
Eğlenmek, hatıra biriktirmek, destek olmak, eleştiride bulunmak için başka birisine (kral, kraliçeye, asker, şiddete uğramış kadın vs.) dönüşmek için farklı kıyafetler giydiğim videomu sosyal medyada paylaşırım.	0,594
Sosyal medyada paylaştığım giyim tarzım normal hayattakinden daha özgür, daha renkli, daha farklı veya daha eğlencelidir.	0,560

Tablo 4. 15 : Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Açımlayıcı faktör analizinin sonuçlarına göre, ölçeğin maddeleri iki ana alt boyut içermektedir. Ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı %41,43 olarak hesaplanmıştır. Karagöz (2017) tarafından yapılan açıklamalara göre, analiz sonucunda elde edilen yüksek varyans oranları faktör yapısının güçlü olduğunu gösterir ve sosyal bilimler alanında bu oranın %40 ile %60 arasında olması genellikle yeterli kabul edilmektedir. Stevens (2002) ise bir maddenin bir yapının ya da faktörün yeterince ölçtüğünü belirlemek için faktör yükü değerinin 0.30 veya daha yüksek olması gerektiğini belirtmektedir. Araştırma sonuçları, bu değerlendirme kriterlerine uygun olup elde edilen tüm değerler literatürde belirtilen aralıklar dahilindedir.

	Ort±SS	***Min-Max (Medyan)***	***Çarpılık***	***Basıklık***	***Cronbach's Alpha***
Dijital Mahremiyet Algısı	2,62±0,91	1-5 (2,62)	0,051	-0,695	***0,913***
Dijital Karnaval	2,20±0,59	1-5 (2,17)	0,519	0,762	***0,888***
Toplam Ölçek	2,41±0,67	1-5 (2,41)	0,143	-0,114	***0,928***

Tablo 4.16 : Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Normallik Dağılımları ve Güvenirlilik Katsayıları

Normal bir dağılımın varlığını değerlendirmek için çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesi esastır. Kline (2011) tarafından belirtilen yönergelere göre,

bir dağılımın normal kabul edilebilmesi için çarpıklık değerinin mutlak değerinin 3'ü, basıklık değerinin ise 10'u aşmaması gerekmektedir. Öte yandan, ölçeklerin güvenilirliği açısından, Tavakol ve Dennick (2011) tarafından belirtilen Cronbach Alpha değerlerinin 0,70 ile 0,99 arasında olması istenmektedir. Bu çalışmada ele alınan basıklık ve çarpıklık değerleri ile Cronbach Alpha katsayıları, bu belirlenmiş kriter aralıklarına uygun olarak tespit edilmiştir.

4.4.12.2.2. Alt Boyutlar ile İlgili Bulgular

Alt boyutlar ile ilgili faktör analiz sonuçları, normallik dağılımları ve güvenirlilik sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

	Cinsiyet				
	Erkek		***Kadın***		
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***[a]p***
Dijital Mahremiyet Algısı	2,48±0,91	1-5 (2,46)	2,68±0,9	1-5 (2,77)	***0,001*****
Dijital Karnaval	2,24±0,61	1-4,52 (2,17)	2,18±0,58	1-5 (2,13)	***0,043****
Toplam Ölçek	2,36±0,68	1-4,46 (2,33)	2,43±0,66	1-5 (2,44)	***0,017****

[a]Independent Sample T Testi **p<0,05* ***p<0,01*

Tablo 4.17 : Cinsiyete Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Cinsiyete göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Kadınların daha yüksek bulunmuştur.

Cinsiyete göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,043; p<0,05). Erkeklerin daha yüksek bulunmuştur.

Cinsiyete göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,017; p<0,05). Kadınların daha yüksek bulunmuştur.

	Yaş						
	18-30 yaş		31-42 yaş		43 yaş ve üzeri		
	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean±Sd	Min-Max (Medyan)	[b]p
Dijital Mahremiyet Algısı	2,77±0,9	1-5 (2,85)	2,59±0,8	1-5 (2,62)	2,4±0,9	1-5 (2,31)	**0,001****
Dijital Karnaval	2,33±0,6	1-5 (2,3)	2,13±0,5	1-4,8 (2,1)	2,09±0,5	1-4,3 (2,1)	**0,001****
Toplam Ölçek	2,55±0,6	1-5 (2,57)	2,36±0,6	1-4,86 (2,36)	2,25±0,6	1-4,46 (2,2)	**0,001****

[b]One Way Anova Testi ***p<0,01*

Tablo 4. 18 : Yaşa Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Yaşa göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre 18-30 yaşın dijital mahremiyet algı puanlarının, 31-42 yaş (p=0,001) ve 43 yaş ve üzeri (p=0,001) olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur. Yaşı 31-42 olanların yaşın dijital mahremiyet algı puanlarının, 43 yaş ve üzeri olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p=0,001; p<0,01).

Yaşa göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre 18-30 yaşın dijital karnaval puanlarının, 31-42 yaş (p=0,001) ve 43 yaş ve üzeri (p=0,001) olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Yaşa göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre 18-30 yaşın toplam puanlarının, 31-42 yaş (p=0,001) ve 43 yaş ve üzeri (p=0,001) olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur. Yaşı 31-42 olanların yaşın toplam puanlarının, 43 yaş ve üzeri olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p=0,001; p<0,01).

	Eğitim Durumu						
	Lise		***Üniversite***		***Lisansüstü***		
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***[b]p***
Dijital Mahremiyet Algısı	2,56±0,9	1-4,77 (2,46)	2,64±0,9	1-5 (2,69)	2,57±0,9	1-5 (2,54)	***0,177***
Dijital Karnaval	2,3±0,61	1-4,04 (2,35)	2,22±0,5	1-5 (2,17)	2,13±0,5	1-4,87 (2,09)	***0,001*****
Toplam Ölçek	2,43±0,6	1-3,94 (2,37)	2,43±0,6	1-5 (2,44)	2,35±0,6	1-4,86 (2,34)	***0,024****

[b]One Way Anova Testi **p<0,05* ***p<0,01*

Tablo 4.19 : Eğitim Durumuna Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Eğitim durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Eğitim durumuna göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre Lisansüstünün dijital karnaval puanlarının, lise (p=0,002) ve üniversite (p=0,003) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Eğitim durumuna göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre Lisansüstünün toplam puanlarının, lise (p=0,032) ve üniversite (p=0,022) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

	Meslek								
	Çalışmıyor		Emekli		Çalışıyor		Öğrenci		[b]p
	Mean ±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean ±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean ±Sd	Min-Max (Medyan)	Mean ±Sd	Min-Max (Medyan)	
Dijital Mahremiyet Algısı	2,61± 0,89	1-5 (2,62)	2,51± 0,87	1-4 (2,38)	2,59± 0,92	1-5 (2,62)	2,7±0, 9	1-5 (2,77)	**0,107**
Dijital Karnaval	2,18± 0,59	1-4,48 (2,17)	2,09± 0,49	1,13-3,43 (2,09)	2,15± 0,57	1-4,87 (2,13)	2,36± 0,64	1-5 (2,3)	**0,001 ****
Toplam Ölçek	2,4±0, 67	1-4,74 (2,4)	2,3±0, 61	1,07-3,6 (2,24)	2,37± 0,66	1-4,86 (2,37)	2,53± 0,69	1-5 (2,54)	**0,001 ****

[b]*One Way Anova Testi* ***p<0,01*

Tablo 4.20: Mesleğe Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Mesleğe göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Mesleğe göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre öğrenci olanların dijital karnaval puanlarının, çalışmayan (p=0,002), emekli (p=0,001) ve çalışanlardan (p=0,001) yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Mesleğe göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre öğrenci olanların toplam puanlarının, çalışmayan (p=0,046), emekli (p=0,047) ve çalışanlardan (p=0,002) yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,05).

	Yerleşim Yerine				
	Kentsel yerleşim		*Kırsal yerleşim*		
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***[a]p***
Dijital Mahremiyet Algısı	2,62±0,92	1-5 (2,62)	2,62±0,83	1-4,46 (2,62)	***0,982***
Dijital Karnaval	2,20±0,59	1-5 (2,13)	2,24±0,59	1-3,96 (2,22)	***0,316***
Toplam Ölçek	2,41±0,67	1-5 (2,4)	2,43±0,63	1-4,17 (2,45)	***0,646***

[a]Independent Sample T Testi **p<0,05*

Tablo 4.21 : Yerleşim Yerine Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Yerleşim yerine göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Yerleşim yerine göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

Yerleşim yerine göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05).

	Mobilden İnternete Girme Durumu				
	Evet		*Hayır*		
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***[a]p***
Dijital Mahremiyet Algısı	2,67±0,9	1-5 (2,69)	2,36±0,93	1-5 (2,23)	***0,001*****
Dijital Karnaval	2,23±0,59	1-5 (2,17)	2,07±0,6	1-4,17 (2,09)	***0,001*****
Toplam Ölçek	2,45±0,66	1-5 (2,44)	2,21±0,68	1-4,46 (2,19)	***0,001*****

[a]Independent Sample T Testi **p<0,05*

Tablo 4.22 : Mobilden İnternete Girme Durumuna Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Mobilden internete girme durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). İnternete mobilden girenlerde daha yüksek bulunmuştur.

Mobilden internete girme durumuna göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). İnternete mobilden girenlerde daha yüksek bulunmuştur.

Mobilden internete girme durumuna göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). İnternete mobilden girenlerde daha yüksek bulunmuştur.

	Aylık Bireysel Gelir Durumu										
	4.000 TL ve altı		***4.001 TL - 8.500 TL***		***8.501 TL - 12.000 TL***		***12.001 TL - 18.000 TL***		***18.001 TL üzeri***		
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***[b]p***
Dijital Mahremiyet Algısı	2,64±0,89	1-5 (2,62)	2,68±0,92	1-4,92 (2,77)	2,71±0,91	1-5 (2,73)	2,62±0,8	1-5 (2,73)	2,54±0,94	1-5 (2,54)	***0,068***
Dijital Karnaval	2,30±0,62	1-5 (2,26)	2,25±0,59	1-3,96 (2,26)	2,19±0,56	1-4,17 (2,13)	2,18±0,5	1-5 (2,17)	2,13±0,58	1-4,87 (2,09)	***0,001*****
Toplam Ölçek	2,47±0,67	1-5 (2,46)	2,46±0,69	1-4,15 (2,46)	2,45±0,65	1-4,36 (2,45)	2,40±0,64	1-5 (2,39)	2,34±0,68	1-4,86 (2,34)	***0,004*****

[b]One Way Anova Testi ***p<0,01*

Tablo 4.23 : Aylık Bireysel Gelir Durumuna Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05). Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre aylık geliri 4.000 TL ve altı olanların dijital karnaval puanlarının, 12.001-18.00 TL (p=0,002) ve 18.001 TL ve üzeri (p=0,001) olanlardan yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Aylık bireysel gelir durumuna göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,004; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre aylık geliri 4.000 TL ve altı olanların dijital karnaval puanlarının, 18.001 TL ve üzeri olanlardan yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p=0,003; p<0,01).

	Günlük İnternette Geçirilen Süre										
	1 saatten az		***1-3 saat***		***4-6 saat***		***7-9 saat***		***10 saatten fazla***		***[b]p***
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	
Dijital Mahremiyet Algısı	2,03±0,83	1-4 (2)	2,49±0,85	1-5 (2,46)	2,71±0,91	1-5 (2,77)	2,86±0,9	1-4,92 (2,92)	2,68±1,02	1-5 (2,62)	***0,001*****
Dijital Karnaval	1,77±0,5	1-3,26 (1,7)	2,1±0,54	1-4,3 (2,09)	2,24±0,57	1-5 (2,22)	2,41±0,61	1-4,87 (2,39)	2,33±0,76	1-5 (2,3)	***0,001*****
Toplam Ölçek	1,9±0,58	1-2,98 (1,86)	2,3±0,62	1-4,39 (2,31)	2,47±0,65	1-5 (2,47)	2,64±0,66	1,09-4,86 (2,63)	2,51±0,82	1-5 (2,49)	***0,001*****

[b]One Way Anova Testi ***p<0,01*

Tablo 4.24 : Günlük İnternette Geçirilen Süreye Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Günlük internette geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre günlük internette 1 saatten az geçirenlerin dijital mahremiyet algı puanlarının, 1-3 saat (p=0,001), 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). İnternette 1-3 saat geçirenlerin dijital mahremiyet algı puanlarının, 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01)

Günlük internette geçirilen süreye göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre günlük internette 1 saatten az geçirenlerin dijital karnaval puanlarının, 1-3 saat (p=0,001), 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). İnternette 1-3 saat geçirenlerin dijital karnaval puanlarının, 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Günlük internette geçirilen süreye göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre günlük internette 1 saatten az geçirenlerin toplam puanlarının, 1-3 saat (p=0,001), 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). İnternette 1-3 saat geçirenlerin toplam puanlarının, 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

	Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süre										
	1 saatten az		***1-3 saat***		***4-6 saat***		***7-9 saat***		***10 saatten fazla***		***[b]p***
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	
Dijital Mahremiyet Algısı	2,17±0,87	1-4,85 (2)	2,59±0,86	1-5 (2,62)	2,87±0,88	1-5 (2,92)	3,2±0,96	1-4,92 (3,23)	3,13±0,97	1-5 (3,31)	***0,001*****
Dijital Karnaval	1,87±0,51	1-3,87 (1,83)	2,18±0,53	1-4,3 (2,13)	2,4±0,59	1-5 (2,35)	2,58±0,67	1-4,87 (2,61)	2,64±0,89	1-5 (2,48)	***0,001*****
Toplam Ölçek	2,02±0,6	1-4,36 (1,99)	2,38±0,61	1-4,46 (2,39)	2,64±0,63	1-5 (2,64)	2,89±0,75	1,08-4,86 (2,88)	2,89±0,89	1,07-5 (3)	***0,001*****

[b]One Way Anova Testi ***p<0,01*

Tablo 4.25 : Günlük Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Günlük sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre günlük sosyal medyada 1 saatten az geçirenlerin dijital mahremiyet algı puanlarının, 1-3 saat (p=0,001), 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Sosyal medyada 1-3 saat geçirenlerin dijital mahremiyet algı puanlarının, 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Günlük sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre günlük sosyal medyada 1 saatten az geçirenlerin dijital karnaval puanlarının, 1-3 saat (p=0,001), 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Sosyal medyada 1-3 saat geçirenlerin dijital karnaval puanlarının, 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Günlük sosyal medyada geçirilen süreye göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre günlük sosyal medyada 1 saatten az geçirenlerin toplam puanlarının, 1-3 saat (p=0,001), 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Sosyal medyada 1-3 saat geçirenlerin toplam puanlarının, 4-6 saat (p=0,001), 7-9 saat (p=0,001) ve 10 saat ve üzeri (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

	Haftalık Sosyal Medyada Geçirilen Süre										
	1 gün		***2-3 gün***		***4 gün***		***5-6 gün***		***Her gün***		***[b]p***
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	
Dijital Mahremiyet Algısı	1,84±0,83	1-3,77 (1,69)	2,14±0,82	1-4,38 (2)	2,28±0,81	1-4,46 (2,23)	2,4±0,83	1-4,69 (2,31)	2,71±0,9	1-5 (2,77)	***0,001*****
Dijital Karnaval	1,74±0,53	1-3,09 (1,74)	1,95±0,65	1-4,3 (2)	2,07±0,54	1-3,96 (2,09)	2,09±0,56	1,17-4,52 (2,04)	2,25±0,58	1-5 (2,22)	***0,001*****
Toplam Ölçek	1,79±0,61	1-3,43 (1,63)	2,05±0,67	1-4,28 (2,04)	2,18±0,61	1-3,98 (2,14)	2,24±0,6	1,09-4,38 (2,17)	2,48±0,66	1-5 (2,47)	***0,001*****

[b]One Way Anova Testi ***p<0,01*

Tablo 4.26 : Haftalık Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre haftalık sosyal medyada 1 gün vakit geçirenlerin dijital mahremiyet algı puanlarının, 2-3 gün (p=0,001), 4 gün (p=0,001), 5-6 gün (p=0,001) ve her gün (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Haftalık 2-3 gün vakit geçirenlerin dijital mahremiyet algı puanlarının, 5-6 gün (p=0,001) ve her gün (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre haftalık sosyal medyada 1 gün vakit geçirenlerin dijital karnaval puanlarının, 2-3 gün (p=0,001), 4 gün (p=0,001), 5-6 gün (p=0,001) ve her gün (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Haftalık 2-3 gün vakit geçirenlerin dijital karnaval puanlarının, her gün geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p=0,001; <0,01).

Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre haftalık sosyal medyada 1 gün vakit geçirenlerin toplam puanlarının, 2-3 gün (p=0,001), 4 gün (p=0,001), 5-6 gün (p=0,001) ve her gün (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Haftalık 2-3 gün vakit geçirenlerin toplam puanlarının, 5-6 gün (p=0,001) ve her gün (p=0,001) geçirenlerden düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

	İnternette Kullanım Amacı										
	Araştırma yapmak ve bilgi edinmek		***İnternette gezinmek***		***Oyun oynamak***		***Sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek***		***Vakit geçirmek***		
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***[b]p***
Dijital Mahremiyet Algısı	2,37±0,87	1-5 (2,31)	2,6±0,92	1-5 (2,62)	2,59±0,87	1-4,23 (2,46)	3,05±0,85	1-5 (3,08)	2,61±0,83	1-4,46 (2,69)	***0,001*** **
Dijital Karnaval	2,04±0,57	1-4,48 (2)	2,21±0,54	1-3,96 (2,22)	2,28±0,68	1,13-4,52 (2,13)	2,44±0,61	1-5 (2,39)	2,23±0,5	1-3,48 (2,22)	***0,001*** **
Toplam Ölçek	2,2±0,64	1-4,74 (2,18)	2,41±0,64	1-4,32 (2,42)	2,43±0,67	1,07-4,38 (2,27)	2,75±0,63	1-5 (2,77)	2,42±0,58	1-3,76 (2,45)	***0,001*** **

[b]One Way Anova Testi ***p<0,01*

Tablo 4. 27 : İnternette Kullanım Amacına Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

İnternette kullanım amacına göre dijital mahremiyet algısı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre internette kullanım amacı araştırma yapmak ve bilgi edinmek olanların dijital mahremiyet algısı puanlarının, internette gezinmek (p=0,001), oyun oynamak (p=0,001), sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek (p=0,001) ve vakit geçirmek (p=0,001) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). İnternette kullanım amacı sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek olanların dijital mahremiyet algısı puanlarının, internette gezinmek (p=0,001), oyun oynamak (p=0,001) ve vakit geçirmek (p=0,001) olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

İnternette kullanım amacına göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre internette kullanım amacı araştırma yapmak ve bilgi edinmek olanların dijital karnaval puanlarının, internette gezinmek (p=0,001), oyun oynamak (p=0,001), sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek (p=0,001) ve vakit geçirmek (p=0,001) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). İnternette kullanım amacı sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek olanların dijital karnaval puanlarının, internette gezinmek (p=0,001), oyun oynamak (p=0,001) ve vakit geçirmek (p=0,001) olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

İnternette kullanım amacına göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre internette kullanım amacı araştırma yapmak ve bilgi edinmek olanların toplam puanlarının, internette gezinmek (p=0,001), oyun oynamak (p=0,001), sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek (p=0,001) ve vakit geçirmek (p=0,001) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). İnternette kullanım amacı sosyal paylaşım ağlarına girerek sosyalleşmek olanların toplam puanlarının, internette gezinmek (p=0,001), oyun oynamak (p=0,001) ve vakit geçirmek (p=0,001) olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

	Sosyal Medya Kullanım Amacı										
	Arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek		***Arkadaşlarımla iletişim kurmak***		***Fotoğraf, video ve yazı paylaşmak***		***Gündemi Takip etmek***		***Vakit geçirmek***		***[b]p***
	Mean±Sd	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	***Mean±Sd***	***Min-Max (Medyan)***	
Dijital Mahremiyet Algısı	2,83±0,86	1-5 (2,92)	2,8±0,98	1-5 (2,73)	2,99±1,08	1-5 (3,19)	2,52±0,9	1-5 (2,54)	2,69±0,89	1-5 (2,77)	***0,001*****
Dijital Karnaval	2,25±0,58	1-4,09 (2,17)	2,43±0,69	1-4,52 (2,41)	2,32±0,79	1-5 (2,35)	2,14±0,56	1-4,48 (2,13)	2,27±0,6	1-5 (2,22)	***0,001*****
Toplam Ölçek	2,54±0,63	1,07-4,16 (2,52)	2,62±0,76	1-4,39 (2,62)	2,65±0,86	1-5 (2,79)	2,33±0,65	1-4,74 (2,33)	2,48±0,65	1-5 (2,51)	***0,001*****

[b]One Way Anova Testi ***p<0,01*

Tablo 4.28 : Sosyal Medya Kullanım Amacına Göre Dijital Mahremiyet Algısı ve Dijital Karnaval Davranışlar Ölçeği Alt Boyut Puanların Değerlendirilmesi

Sosyal medya kullanım amacına göre dijital mahremiyet algısı puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre sosyal medya kullanım amacı gündemi takip etmek olanların dijital mahremiyet algısı puanlarının, arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek (p=0,001), arkadaşlarımla iletişim kurmak (p=0,001) ve fotoğraf, video ve yazı paylaşmak (p=0,001) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Sosyal medya kullanım amacı vakit geçirmek olanların dijital mahremiyet algısı puanlarının, arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek (p=0,001) ve fotoğraf, video ve yazı paylaşmak (p=0,001) olanlarda yüksek olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

İnternette kullanım amacına göre dijital karnaval puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre sosyal medya kullanım amacı gündemi takip etmek olanların dijital karnaval puanlarının, arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek (p=0,001), arkadaşlarımla iletişim kurmak (p=0,001) ve fotoğraf, video ve yazı paylaşmak (p=0,001) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

İnternette kullanım amacına göre toplam puanları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir (p=0,001; p<0,01). Yapılan ikili karşılaştırmalara göre sosyal medya kullanım amacı gündemi takip etmek olanların toplam puanlarının, arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek (p=0,001), arkadaşlarımla iletişim kurmak (p=0,001) ve fotoğraf, video ve yazı paylaşmak (p=0,001) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01). Sosyal medya kullanım amacı vakit geçirmek olanların toplam puanlarının, arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek (p=0,001) ve fotoğraf, video ve yazı paylaşmak (p=0,001) olanlarda düşük olması anlamlı bulunmuştur (p<0,01).

4.4.13. Hipotez Özetleri

Hipotez	**Durum**
Hipotez 1 Cinsiyete göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 1.1 Cinsiyete göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 1.2 Cinsiyete göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 2 Yaşa göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 2.1 Yaşa göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 2.2 Yaşa göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 3 Mesleğe göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Reddedildi
Hipotez 3.1 Mesleğe göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 3.2 Mesleğe göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 4 Eğitim durumuna göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Reddedildi
Hipotez 4.1 Eğitim durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi

Hipotez 4.2 Eğitim durumuna göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 5 Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Reddedildi
Hipotez 5.1 Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 5.2 Aylık bireysel gelir durumuna göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 6 Yerleşim yerine göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Reddedildi
Hipotez 6.1 Yerleşim yerine göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Reddedildi
Hipotez 6.2 Yerleşim yerine göre dijital karnaval puanları fark göstermektedir.	Reddedildi
Hipotez 7 Günlük internette geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 7.1 Günlük internette geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 7.2 Günlük internette geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 8 Günlük sosyal medyada geçirilen süreye dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi

Hipotez 8.1 Günlük sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 8.2 Günlük sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 9 Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 9.1 Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 9.2 Haftalık sosyal medyada geçirilen süreye göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 10 İnternet kullanım amacına göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 10.1 İnternet kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 10.2 İnternet kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 11 Sosyal medya kullanım amacına göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 11.1 Sosyal medya kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 11.2 Sosyal medya kullanım amacına göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi

Hipotez 12 Mobilden internete girme durumuna göre dijital mahremiyet algısı ve dijital karnaval davranışlar toplam puanı fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 12.1 Mobilden internete girme durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi
Hipotez 12.2 Mobilden internete girme durumuna göre dijital mahremiyet algı puanları fark göstermektedir.	Kabul edildi

Tablo 4.29 . Araştırmanın Hipotez Özetleri

SONUÇ

Dijital medya sadece bilgi erişimi ve paylaşım yöntemlerini değil aynı zamanda toplumsal etkileşimleri ve bireylerin kendini ifade etme biçimlerini de dönüştürmüştür. Geleneksel medya ortamlarının yerini alan sosyal medya platformları bireylerin aktif katılımcılar olarak içerik üretmelerine ve geniş kitlelere ulaşmalarına olanak tanımıştır. Bu yeni medya ortamı, kullanıcıların kendilerini ifade etme şekillerini, toplumsal normlarla olan ilişkilerini ve kamusal alanda nasıl göründüklerini yeniden şekillendirmiştir.

Dijital dönüşüm toplumsal iletişimde bir paradigma değişikliği meydana getirmiştir. Kullanıcılar artık yalnızca bilgi alıcıları değil; bilgi oluşturucuları, yayıncıları ve yorumcuları olarak medya içeriğinin hem alıcısı hem de üreticisi rolünü üstlenmişlerdir. Bu etkileşim özellikle sosyal medya platformlarındaki içerik akışının çok yönlülüğü ve kullanıcı etkileşimlerinin dinamizmi ile daha da belirginleşmiştir.

Karnavalesk kuramın dijital medya bağlamında uygulanışı, sosyal medya platformları üzerinden kullanıcı etkileşimlerine yeni bir perspektif kazandırmaktadır. Bakhtin'in karnavalesk kavramı genellikle toplumsal hiyerarşilerin ve normların geçici olarak askıya alındığı, mizah ve kaosun hâkim olduğu bir atmosferi tarif etmektedir. Dijital medya kullanıcılarına bu karnavalesk atmosferi oluşturma ve yaşama fırsatı sunmakta, böylece bireylerin sosyal normlarla oynayarak sınırları zorlamalarına olanak tanımaktadır. İronik tweet'ler, viral videolar ve mem'ler dijital medyada karnavalesk bir ifade biçimi olarak karşımıza çıkmakta ve toplumsal eleştirinin yanı sıra kullanıcıların kendilerini ifade etme şekillerini de dönüştürmektedir.

Karnavalesk ifade biçimleri dijital medya kullanıcıları tarafından geniş ölçüde benimsenmiş ve sosyal medya deneyiminin bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya kullanıcılara kendilerini serbestçe ifade etme ve toplumsal bir etkileşim içinde olma özgürlüğü sunarak karnavalesk kuramın çağdaş bir uygulama alanı oluşturmuştur.

Mahremiyetin dijitalleşmesi kullanıcıların sosyal medya platformlarında neyi paylaşacaklarını ve neyi paylaşmayacaklarını belirleyen süreçtir. Çevrimiçi ortamda mahremiyet, bireylerin özel bilgilerini nasıl ve kimlerle paylaştıkları ve bu bilgilere

kimlerin erişebileceği konusunda aldıkları kararlarla yakından ilgilidir. Dijital medyada mahremiyet, bireysel kullanıcıların sosyal medyadaki davranışlarının yanı sıra bu platformların mahremiyet politikaları ve kullanım koşulları ile de doğrudan ilişkilidir.

Bu çalışmada, kullanıcıların mahremiyet algıları ve bu algıların sosyal medya kullanım davranışları üzerindeki etkisi karma bir metodoloji ile incelenmiştir. Nitel analizler, kullanıcıların mahremiyet tercihlerini ve dijital platformlardaki paylaşım pratiklerini derinlemesine anlamamıza olanak tanırken; nicel analizler bu tercihlerin geniş kullanıcı kitleleri arasındaki yaygınlığını ve davranış kalıplarını ortaya koymuştur.

Bu çalışmada uygulanan karma yöntem, dijital medya kullanımı, karnavalesk davranışlar ve mahremiyet algılarına ilişkin kapsamlı bir anlayış sağlamaktadır. Nitel veriler, kullanıcıların karnavalesk ifade biçimleri hakkında detaylı bir bakış açısı sunarken, nicel veriler ise kullanıcıların mahremiyet tercihlerini ve karnavalesk özelinde davranış kalıplarını ortaya koymaktadır. Araştırmada ilk olarak dijital medya platformlarında yapılan paylaşımların karnavalesk özellikler açısından nitel değerlendirmesi yapılmıştır. Ardından anket verileri kullanılarak nicel bir analiz gerçekleştirilmiş ve kullanıcı davranışları ile mahremiyet algıları arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Araştırmanın nitel aşamasında, sosyal medya platformlarındaki karnavalesk içeriklerin kullanıcı etkileşimleri ve mahremiyet algıları üzerindeki etkilerini incelenmiştir. Bu aşamada sosyal medya platformlarındaki karnavalesk içerikler Bakhtin'in karnavalesk kuramı ışığında incelenmiştir. Araştırma, içeriklerin kullanıcı üzerindeki etkilerini, toplumsal anlam ve önemini ele alarak sosyal medyanın kültürel ve toplumsal ifade aracı olarak işlevselliğini derinlemesine irdelemeyi hedeflemiştir. Bu süreçte sosyal medya platformlarındaki karnavalesk içeriklerin nitelikleri ve etkileşim özellikleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Bu çerçevede Facebook, YouTube, Instagram, TikTok ve Twitter (X) platformlarındaki karnavalesk içeriklerin analizi, bu platformların kullanıcılarına kendilerini ifade etme ve topluluklarla etkileşim kurma konusunda önemli imkânlar

sunduğunu ortaya koymuştur. Facebook, kullanıcıların kişisel ve topluluk bazında etkileşime girebildikleri, gönderiler paylaşabildikleri ve bilgi alışverişinde bulunabildikleri bir sosyal ağ olarak dikkat çekerken; Instagram, görsel ve estetik açıdan zengin bir karnavalesk ifade alanı sunmaktadır. Twitter (X), günümüzde yaşanan olaylar ve popüler kültür üzerine mizahi ve ironik yorumlar için ideal bir platform olarak öne çıkmıştır. YouTube, kullanıcılara içerik oluşturma ve paylaşma konusunda geniş bir yelpaze sunarken, TikTok kısa video formatıyla özellikle genç kullanıcıların dikkatini çekmiştir.

Bu platformlar üzerindeki karnavalesk içerikler, toplumsal normlara meydan okuyan, geleneksel hiyerarşileri tersine çeviren ve kullanıcıların günlük rutinlerinden kaçış sağlayan birer araç olarak işlev görmektedir. Özellikle genç kullanıcılar arasında bu tür içeriklerin viral olma potansiyeli yüksektir. Karnavalesk içerikler, sadece bir eğlence biçimi olmanın ötesinde kullanıcıların toplumsal eleştirilerini, siyasi görüşlerini ve kültürel yorumlarını ifade etmeleri için de bir platform haline gelmiştir.

Sosyal medya platformları, kullanıcıların etkileşim kurdukları, bilgi ve içerik paylaştıkları, topluluklar oluşturdukları ve toplumsal olaylara tepki gösterdikleri çok katmanlı ve dinamik ortamlardır. Bu çalışma, sosyal medya platformlarında kullanıcıların kendilerini ifade etmelerine nasıl olanak tanıdığını, sosyal etkileşimleri nasıl şekillendirdiğini ve karnavalesk içeriklerin toplumsal anlamda nasıl bir rol üstlendiğini detaylı bir şekilde incelemiştir. Araştırma bulguları, sosyal medyanın kültürel ve toplumsal ifade biçimlerinin zengin ve çeşitli bir yelpazesini sunan bir alan olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın ilk aşaması olan *Dijital Karnaval Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine İnceleme* isimli bölümde, sosyal paylaşım ağları üzerinden gerçekleştirilen karnavalesk etkileşimlerin toplumsal ve kültürel boyutlarını aydınlatmış, sosyal medya platformlarının günümüz dijital kültüründeki yerini ve önemini vurgulamıştır. Sosyal paylaşım ağlarının dijital karnaval ortamı olarak, bireylerin kendilerini özgürce ifade etmeleri, toplumsal olaylar ve kültürel akımlar hakkında görüşlerini paylaşmaları ve topluluklarla etkileşimde bulunmaları için geniş imkânlar sunmaktadır. Sosyal medya, bilgi ve iletişim aracı olmanın ötesinde,

bireylerin kendilerini ifade etmeleri, topluluklar oluşturmaları ve kültürel ve toplumsal meseleler hakkında tartışmalar yürütmeleri için dinamik bir alan sağlamaktadır.

Araştırmanın ilk bölümündeki bulgularına dayanarak, sosyal medya platformlarının kullanıcı deneyimini zenginleştirmek ve toplumsal etkileşimi desteklemek için şu önerilerde bulunulabilir:

- Sosyal medya platformlarının kullanıcılarına sunduğu içerik oluşturma araçlarının çeşitliliği ve erişilebilirliği artırılmalıdır. Bu durum, kullanıcıların yaratıcılıklarını daha özgürce ifade etmelerini ve karnavalesk içeriklerin daha geniş bir kitle tarafından paylaşılmasını teşvik edecektir.

- Eğitimciler ve toplum liderleri, sosyal medya platformlarının sunduğu etkileşim ve ifade özgürlüğü fırsatlarını gençlere tanıtmalı ve onların bu ortamlarda sorumlu bir şekilde hareket etmeleri için rehberlik etmelidirler.

- Sosyal medya platformları, kullanıcıların içerikleri hakkında daha fazla kontrol sahibi olmalarını sağlayacak politika ve araçlar geliştirmeli, özellikle özel bilgilerin ve hassas içeriklerin paylaşımı konusunda güvenlik önlemlerini artırmalıdır.

Sonuç olarak sosyal medya platformları, dijital karnaval ortamı olarak bireylerin kendilerini özgürce ifade etmeleri, toplumsal olaylar ve kültürel akımlar hakkında görüşlerini paylaşmaları ve topluluklarla etkileşimde bulunmaları için geniş imkânlar sunmaktadır. Bu çalışma, sosyal medyanın bu çeşitliliğini ve etkileşim özelliğini gözler önüne sermekte ve gelecekteki araştırmalara yol gösterici olma potansiyelini taşımaktadır.

Karnavalesk kuram çerçevesinde, sosyal medya kullanıcıları genellikle geleneksel sınırları aşan mizahi ve eleştirel içerikler üretirler. Bu tür içerikler bireylerin ifade özgürlüğünü genişletirken aynı zamanda mahremiyet algılarına meydan okur. Mahremiyet, dijital dünyada kişisel sınırların ve kişisel bilgilerin korunmasını ifade eder. Kullanıcılar, paylaşım yaparken mahremiyet düzeylerini sürekli olarak yeniden değerlendirmek zorundadır. Sosyal medya platformlarında kullanıcıların karnavalesk davranışlarına ve mahremiyet algı düzeylerine odaklanan

araştırmanın ikinci kısmı olan nicel araştırma süreci, dijital çağın temel dinamiklerini anlamak açısından kritik öneme sahiptir.

Araştırmanın ikinci aşamasını oluşturan *Sosyal Paylaşım Ağlarında Kullanıcıların Mahremiyet Algısı ve Karnavalesk Davranışları Üzerine Anket Çalışması* başlıklı bölümün nicel aşama bulguları, katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını, mahremiyet tutumlarını ve karnavalesk davranışlara yönelik tutumlarını ortaya koyarak sosyal medyanın kullanıcılar üzerindeki genel etkisini değerlendirmektedir. Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına ait veriler, demografik özellikler ve kullanım sıklıkları arasındaki ilişkileri analiz ederek, sosyal medya kullanımının ve mahremiyet algılarının yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi gibi faktörlere bağlı olarak nasıl değiştiğini göstermektedir.

İlk olarak demografik ve sosyal faktörlerin dijital mahremiyet ve karnaval davranışlar üzerindeki etkisinde şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- **Cinsiyet:** Araştırma, cinsiyetin dijital mahremiyet algısı ve karnaval davranışları üzerinde önemli bir etki yaptığını göstermektedir. Kadınların genellikle dijital ortamlarda daha yüksek mahremiyet bilinci gösterdikleri ve erkeklerin ise daha rahat bir tutum sergiledikleri belirlenmiştir.

- **Yaş:** Yaş ile ilgili bulgular, genç kullanıcıların sosyal medyada daha aktif ve açık olma eğiliminde olduğunu, yaşlı kullanıcıların ise daha muhafazakâr bir yaklaşım sergilediğini göstermektedir.

- **Eğitim ve Meslek:** Eğitim seviyesi ve mesleki durumun dijital mahremiyet algıları ve karnaval davranışları üzerinde belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler ve yüksek eğitim seviyesine sahip bireyler dijital platformları daha yoğun kullanmaktadır.

- **Aylık Gelir:** Aylık gelir seviyesi dijital platformlarda geçirilen süre ve mahremiyet algıları üzerinde önemli bir etki yapmaktadır. Daha yüksek gelir grupları genellikle daha fazla dijital içerik tüketmektedirler.

- **Yerleşim Yeri:** Kentsel ve kırsal alanlarda yaşayan bireyler arasında dijital mahremiyet algıları ve davranışları açısından farklılıklar gözlenmiştir. Kentsel alanlarda yaşayanlar dijital ortamlarda daha aktifken, kırsal alanlarda yaşayanlar daha muhafazakâr davranışlar sergileyebilirler.

- **İnternet Kullanımı:** İnternet kullanım süresi bireylerin dijital mahremiyet algıları üzerinde büyük bir etki yapmaktadır. Daha fazla internet kullanan bireyler genellikle daha yüksek dijital mahremiyet bilincine sahiptir.

- **Mobil Cihaz Kullanımı:** Mobil cihazlar aracılığıyla internete erişim, dijital mahremiyet algıları ve karnaval davranışları üzerinde önemli bir etki yapmaktadır. Mobil cihaz kullanıcıları genellikle daha fazla dijital içerik tüketmekte ve sosyal medyada daha aktif olmaktadırlar.

Günlük kullanım sürelerine göre katılımcıların büyük bir kısmı (%38,5 ile %38,6 arası) interneti günlük olarak 1 ila 6 saat arasında kullanmaktadır. Bu durum, internetin günlük yaşantımızda merkezi bir rol oynadığını ve birçok kullanıcının önemli bir zaman dilimini dijital ortamlarda harcadığını göstermektedir. Ayrıca, %12,4'lük bir kesimin günlük 7 ila 9 saatini internete ayırması internetin bazı bireyler için çok daha yoğun bir kullanım alanı olduğunu göstermektedir. En dikkat çekici oranlardan biri, %6,9'luk bir kesimin günlük kullanımının 10 saati aşmasıdır. Bu durum internetin bireyler üzerindeki derin etkisini ve potansiyel olarak dijital bağımlılık konularını gündeme getirmektedir.

Sosyal medya kullanım alışkanlıklarını incelendiğinde ise katılımcıların %54'ünün günlük 1 ila 3 saat arasında sosyal medyada zaman geçirdiğini ortaya koymaktadır. Bu oran, sosyal medyanın insanların günlük rutinlerine nasıl entegre olduğunu ve sosyal etkileşimlerin büyük bir kısmının dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Günlük 10 saatten fazla sosyal medya kullananların oranı (%2), genel internet kullanım süresine kıyasla daha düşüktür; bu durum da sosyal medyanın internet kullanımının sadece bir parçası olduğunu göstermektedir.

Katılımcılar arasında haftada her gün sosyal medya kullananların oranının %80,9 olduğu tespit edilmiştir. Bu oran, sosyal medyanın sadece bir eğlence aracı

olmanın ötesinde günlük iletişim ve bilgi edinme pratiklerinin ayrılmaz bir parçası haline geldiğini göstermektedir.

Katılımcıların internet kullanım amaçlarına gelindiğinde ise en yüksek oranın (%43,1) araştırma yapmak ve bilgi edinmek için internet kullanıldığını tespit edilmiştir. Bu tespit, internetin bilgi erişimindeki rolünün altını çizerken, sosyal medya platformlarını kullanarak sosyalleşme (%25,2) ve boş zaman geçirme (%15) amaçlarının da önemli olduğunu göstermektedir. Bu dağılım internetin çok yönlü kullanımını ve kullanıcıların dijital ortamlarda farklı ihtiyaç ve beklentilerini yansıtmaktadır.

Sosyal medya platformlarının kullanım amaçları üzerine odaklanıldığına kullanıcıların ağırlıklı amacı (%58,7) gündemi takip etmek olarak belirlenmiştir. Bu durum, sosyal medyanın günümüz dünyasında haberleşme ve bilgi edinme aracı olarak kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Bununla birlikte, %26'lık oranın da vakit geçirme amacıyla kullanım da sosyal medyanın eğlence ve boş zaman etkinliklerinde önemli bir yere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer kullanım amaçları arasında, arkadaşların paylaşımlarını takip etme (%8,5) ve arkadaşlarla iletişim kurma (%4,1) daha az öne çıkmaktadır. Fotoğraf, video ve yazı paylaşma (%2,6), sosyal medyanın etkileşim ve ifade aracı olarak kullanımını yansıtmasına karşın bu faaliyetlerin kullanıcılar arasında nispeten daha az popüler olduğunu göstermektedir.

Nicel araştırma sonuçları katılımcıların %83,1'inin internete genellikle mobil cihazlar üzerinden erişim sağladığını göstermektedir. Bu oran, teknolojinin taşınabilirliği ve erişilebilirliğinin modern yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiğini vurgulamaktadır. Mobil cihazların yaygın kullanımı, kullanıcıların her zaman ve her yerden internete erişebilme beklentisini gösterir ve bu erişim biçiminin dijital mahremiyet algıları üzerinde etkili olabileceğini düşündürmektedir.

Sosyal medya ve mobil internet kullanımının günümüzdeki bireylerin yaşam tarzları üzerinde derin bir etki yarattığını ve dijital mahremiyet algısı ile karnaval davranışları gibi psikososyal faktörler üzerinde belirgin bir rol oynadığını göstermektedir. Sosyal medyanın bilgi edinme ve eğlence amacıyla yoğun bir şekilde kullanılması, bu platformların toplum üzerindeki etkisinin çeşitliliğini ve kapsamını

gözler önüne sermektedir. Mobil internet erişimi, kullanıcıların dijital dünya ile etkileşimde bulunma biçimini şekillendirmekte ve etkileşimin kesintisiz bir biçimde süreklilik içinde olmasını sağlamaktadır.

Literatürde dijital mahremiyet algısı, bireylerin kişisel verilerinin korunması ve özel yaşamın sınırlarının dijital ortamda nasıl idare edildiği ile ilgili bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Öte yandan dijital karnaval davranışları, Bakhtin'in karnaval kavramından türetilmiş olup bireylerin kendilerini sosyal kısıtlamalardan arındırılmış bir biçimde ifade etmeleri olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları, cinsiyetin dijital mahremiyet algısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, feminist teorinin vurguladığı cinsiyet temelli mahremiyet konularının teknolojik ortamlarda da devam ettiğini işaret etmektedir.

Elde edilen bulgular, dijital mahremiyet konusunda kadınların erkeklere göre daha yüksek bir hassasiyet gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu sonuç, teknolojinin toplumsal cinsiyet normları üzerindeki etkisinin ve kadınların genellikle daha savunmasız oldukları mahremiyet ihlallerine karşı daha dikkatli olmalarının bir yansımasıdır. Bununla birlikte dijital karnaval davranışları açısından cinsiyetler arası anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bireylerin dijital ortamlarda kendilerini ifade etme biçimlerinin, cinsiyetten bağımsız olarak benzer olabileceğini ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu, postmodern teorilerin ifade özgürlüğü ve kimlik oluşumundaki esneklik üzerindeki vurgularıyla uyumlu görünmektedir.

Yaş faktörüne gelince, genç yetişkinlerin dijital mahremiyet konusunda daha yüksek bir bilince sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, dijital yerliler olarak kabul edilen genç neslin teknolojiyi daha bilinçli kullanmaları ve mahremiyet risklerine karşı daha hassas olmaları ile açıklanabilir. Ancak dijital karnaval davranışlarındaki yaş farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlı olmaması, farklı yaş gruplarının dijital ortamda kendilerini ifade etme özgürlüklerinin benzer düzeyde olduğunu düşündürmektedir.

Eğitim durumu ve meslek, bireylerin dijital ortamlarda nasıl davrandıkları ve kendilerini nasıl ifade ettikleri üzerinde önemli sosyoekonomik göstergeler olarak kabul edilmektedir. Bu iki değişkenin incelenmesi bireysel dijital pratikler ve sosyal

etkileşim biçimleri arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine anlamak adına kritik öneme sahiptir.

Çalışma kapsamında eğitim durumuna göre yapılan analiz, lisansüstü düzeyde eğitim almış bireylerin dijital mahremiyet konusunda lisans veya lise mezunlarına göre daha yüksek bir algıya sahip olduğunu göstermiştir. Bu bulgu yüksek eğitim düzeyinin, bireylerin dijital ortamda kişisel veri koruma ve gizlilik konularında daha bilinçli ve duyarlı olmaları ile ilişkili olabileceğini göstermektedir. Literatürde, eğitim düzeyinin teknoloji kullanım becerileri, güvenlik farkındalığı ve bilgi edinme kaynaklarına erişim gibi faktörlerle ilişkili olduğuna dair kanıtlar bulunmaktadır.

Diğer yandan dijital karnaval davranışları açısından eğitim durumunun, lisansüstü eğitim alan bireylerde lisans ve lise mezunlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturduğu gözlenmiştir. Bu gözlem, yüksek eğitimli bireylerin dijital ortamda daha özgür ve kısıtlamalardan arınmış ifade biçimlerini benimseyebileceğine işaret etmektedir. Bu sonuç, teorik olarak eğitim seviyesinin bireylerin teknolojiyi kullanma şekillerini ve dijital kültüre adaptasyonunu etkileyebileceğini ortaya koymaktadır.

Meslek faktörü üzerine yapılan incelemede ise mesleğin dijital mahremiyet algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç, farklı meslek gruplarının dijital mahremiyete yönelik algılarının homojen olabileceğini gösterirken, dijital karnaval davranışları açısından ise öğrencilerin ve çalışanların diğer meslek gruplarına kıyasla daha yüksek bir orana sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle öğrencilerin dijital ortamda kendilerini ifade etme konusunda daha cesur ve sınırları zorlayıcı davranışlar sergileyebileceği sonucuna varılmıştır. Bu sonuç da meslek gruplarının dijital ortamda kendilerini ifade etme biçimlerinin, mesleki rollerin ve kurumsal kültürün etkisi altında şekillenebileceğine dair bir gösterge olarak kabul edilebilir.

Araştırma bulguları, sosyoekonomik değişkenlerin dijital davranışlar üzerindeki etkisini inceleyen mevcut literatüre katkıda bulunmaktadır. Bu katkı, dijital mahremiyet ve ifade özgürlüğü ile ilgili politikaların eğitim ve meslek gibi bireysel

faktörleri göz önünde bulundurarak şekillendirilmesi gerektiğine dair pratik sonuçlar sunmaktadır.

Yerleşim yerinin bireylerin dijital ortamlardaki mahremiyet algıları ve davranış biçimleri üzerinde etkili bir faktör olup olmadığını anlamak, dijital bölünme ve erişim eşitsizlikleri bağlamında önemli bir araştırma konusudur.

Araştırma kapsamında yerleşim yerine göre yapılan analizde, kentsel ve kırsal bölgelerde yaşayan bireylerin dijital mahremiyet algılarında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuç, dijital mahremiyet konusundaki farkındalığın coğrafi sınırlar ötesinde yayıldığını göstermektedir. Ancak dijital karnaval davranışları açısından kentsel yerleşim yerlerinde yaşayan bireylerin, kırsal bölgelerde yaşayanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterdiği tespit edilmiştir. Bu farklılık, kentsel bölgelerdeki bireylerin daha liberal ve açık bir ifade alanına sahip olabileceğini ve dijital kültürel pratiklerde daha aktif olabileceğini göstermektedir. Bu bulgular, kentsel-kırsal dijital bölünme tartışmalarına katkı sağlamasının yanı sıra kentsel yerleşim yerlerinde daha çeşitli ve dinamik dijital etkileşimlerin olabileceğine işaret etmektedir.

Mobil internet kullanım durumu analizi, mobil internete erişimin dijital mahremiyet ve dijital karnaval davranışları üzerinde belirgin bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Mobil internet kullanımının yaygın olduğu durumlarda dijital mahremiyet algısının daha yüksek olduğu bulgusu, sürekli bağlantılı bireylerin gizlilik konularına daha duyarlı olabileceğini ve bu konuda daha bilinçli kararlar alabileceğini göstermektedir. Ayrıca mobil internet kullanıcılarının dijital karnaval davranışlarında da yüksek orana sahip olduğu görülmüştür. Mobil internetin kullanıcıların özgürce ifade etme ve sosyal normlara meydan okuma kapasitelerini artırabileceğini göstermektedir. Bu sonuçlar, dijital mahremiyet ve ifade özgürlüğüne ilişkin çalışmalarda mobil internet erişiminin merkezi bir konu olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Her iki analiz de dijital mahremiyet ve ifade özgürlüğünün sadece teknolojik altyapı ve erişimle değil aynı zamanda sosyal ve kültürel faktörlerle de şekillendiğini göstermektedir.

Ekonomik durum, bireylerin dijital ortamlarda nasıl hareket ettikleri ve özel bilgilerini nasıl yönettikleri üzerinde belirleyici bir faktör olarak geniş çapta kabul görmektedir. Bireylerin gelir seviyeleri dijital teknolojilere erişim, kullanım becerileri ve gizlilik konularındaki farkındalık gibi çeşitli faktörleri etkileyebilmektedir. Araştırmada yapılan analiz, dijital mahremiyet algısı açısından farklı gelir grupları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Bu durum, dijital mahremiyet konularının geniş gelir spektrumundaki bireyler için önemli olduğunu ve gelir düzeyinin bu algı üzerinde belirgin bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymaktadır. Dijital karnaval davranışları incelendiğinde ise gelir düzeyi yüksek olan grupların, düşük gelirli gruplara kıyasla anlamlı derecede daha yüksek davranış skorlarına sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu tespit, yüksek gelir seviyesine sahip bireylerin dijital ifade özgürlüğünü daha geniş bir yelpazede kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu sonuçlar, dijital ortamlarda ifade özgürlüğünün ekonomik kapasite ile ilişkili olduğuna dair var olan literatüre uygun düşmektedir.

Araştırma neticesinde gelir düzeyinin en yüksek olduğu gruplarda dijital karnaval davranışlarının da en yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, ekonomik özgürlüğün bireylerin dijital ortamda kendilerini sınırlamadan ifade etme biçimlerini genişletme yeteneğiyle ilişkili olabileceğini göstermektedir. Gelir düzeyi düşük olan gruplarda ise bu tür davranışların daha az yaygın olması ekonomik kısıtların dijital ifade üzerinde baskılayıcı bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

İnternet kullanım süresi dijital çağda bireylerin bilgi edinme, iletişim ve ifade özgürlüğü açısından merkezi bir öneme sahiptir. İnternet kullanım süresinin uzunluğunun, bireylerin dijital mahremiyet ve ifade özgürlüğü konularındaki algılarına nasıl etki ettiği araştırmada istatistiksel yöntemlerle incelenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular, internet kullanım süresi arttıkça bireylerin dijital mahremiyet algısının da arttığını göstermiştir. Bu sonuç, uzun süreli internet kullanıcılarının kişisel veri koruma ve gizlilik konularına daha yüksek bir farkındalık geliştirdiğini işaret etmektedir. Zaman içerisinde dijital ortamın mahremiyet risklerine maruz kalan kullanıcıların, karşılaştıkları güvenlik meseleleri hakkında daha bilinçli hale geldikleri ve buna uygun stratejiler geliştirdikleri yorumlanabilir. Bu gözlemler,

teknoloji kullanımının bireylerin gizlilik stratejileri üzerindeki etkisini anlama konusunda daha önceki çalışmalara paralellik göstermektedir.

İnternet kullanım süresinin dijital karnaval davranışları üzerindeki etkisine yönelik bulgular ise daha uzun süreler boyunca çevrimiçi olan bireylerin dijital ortamın sunduğu ifade özgürlüğü ve kimlik oynama olanaklarına daha rahat adapte olduklarını ve bu tür sosyal etkileşimleri daha fazla benimsediklerini ortaya koymaktadır. Dijital karnaval davranışları, bireylerin sosyal medya ve diğer dijital platformlarda sınırları zorlayarak kendilerini ifade etme biçimleri olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu tanım, katılımcı kültür kavramıyla uyumlu bir şekilde kullanıcıların dijital içerik üretimi ve etkileşimindeki aktif rolünü yansıtmaktadır.

Elde edilen sonuçlar internet kullanım süresinin, teknoloji ve toplum araştırmalarında incelenen temel bir değişken olarak önemini teyit etmektedir. Bireylerin dijital teknolojilerle etkileşim sürelerinin dijital mahremiyet ve ifade özgürlüğü algılarına doğrudan etkisi olduğunu belgeleyen bu bulgular, hem akademik çalışmalarda hem de teknoloji politikalarında dikkate alınmalıdır. Özellikle dijital gizlilik ve güvenlik önlemleri tasarlanırken kullanıcıların çevrimiçi davranış kalıpları ve süreleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durum, internet kullanıcıları için mahremiyet ve güvenlik önlemleri yanında sağlıklı dijital sınırların korunması ve yönetilmesine yönelik eğitim programlarının geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Sosyal medya, günümüzde bireysel ifade ve etkileşimin merkezi bir alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kullanım süresi söz konusu platformlarda bireylerin nasıl davrandıklarını ve ne tür bir dijital kimlik geliştirdiklerini anlamak için önemli bir metrik haline gelmektedir.

Araştırmada yapılan analiz, günlük sosyal medya kullanım süresinin artışının dijital mahremiyet algısını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde artırdığını ortaya koymuştur. Bu durum, daha uzun süre sosyal medyada zaman geçiren kullanıcıların gizlilik ayarları ve kişisel veri koruma stratejileri hakkında daha bilgili ve bilinçli olabileceğini göstermektedir. Boyd ve Ellison'un (2007) sosyal ağ sitelerinin kullanıcı

davranışları üzerine yaptıkları çalışmalar, sosyal medya kullanım süresinin artması ile gizlilik konusundaki farkındalığın arttığını destekleyen bulgularla uyumludur.

Dijital karnaval davranışları bağlamında ise daha fazla sosyal medya kullanım süresine sahip bireylerin platformlarda daha özgür ve kısıtlamalardan arınmış ifade biçimlerini benimsedikleri gözlemlenmiştir. Bu bulgular, sosyal medya platformlarının kullanıcıların kendilerini ifade etme ve toplumsal sınırları zorlama konusunda önemli fırsatlar sunduğunu göstermekte ve katılımcı kültür kavramıyla paralellik göstermektedir. Sosyal medyanın bireylerin ifade özgürlüğünü genişletmedeki rolü, boyutları ve sınırları konusunda önemli bir tartışma başlattığı görülmektedir.

Bununla birlikte sosyal medya kullanımının toplam puanları üzerindeki etkisine bakıldığında, daha uzun süreler boyunca sosyal medyada zaman geçiren bireylerin dijital mahremiyet ve karnaval davranışları açısından daha yüksek toplam puanlara sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, bireylerin dijital ortamda ne kadar aktif oldukları ile dijital kimlik ve mahremiyet yönetimi arasında karmaşık ve katmanlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın sonuçları, sosyal medya kullanım süresinin dijital mahremiyet ve ifade özgürlüğü algıları üzerindeki etkisinin bireylerin dijital ortamlara adaptasyon sürecinin kritik bir bileşeni olduğunu göstermektedir. Sosyal medya platformlarının tasarımı ve politikalarının kullanıcıların sosyal medyada geçirdikleri süreyi ve bu sürenin dijital davranışları üzerindeki etkilerini dikkate alarak şekillendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu sonuçlar, dijital çağda bireylerin mahremiyetini ve ifade özgürlüğünü korumak için sosyal medya okuryazarlığı ve bilinçlendirme programlarının önemini de ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya kullanımının zaman boyutunun dijital kimlik oluşumu ve mahremiyet yönetimi üzerindeki etkileri konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Sosyal medyanın günlük kullanımının yanı sıra haftalık kullanım sıklığının da kullanıcıların dijital ortamla etkileşim biçimleri üzerinde önemli bir etkisi olabileceği öngörülmektedir. Araştırmada yapılan analiz, haftalık olarak sosyal medyada daha fazla zaman geçiren bireylerin dijital mahremiyet algılarının anlamlı derecede yüksek

olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, sosyal medya kullanımı ile gizlilik ve veri koruma stratejileri arasında bir ilişki olduğunu işaret etmekte ve kullanıcıların zamanla, sosyal medya platformlarında sunulan gizlilik seçenekleri ve ayarları hakkında daha fazla bilgi sahibi olabileceklerini düşündürmektedir. Bu sonuç, Van Dijk'in (2005) dijital beceriler ve bilgi toplumundaki eşitsizlikler üzerine yaptığı teorik çalışmalarla uyum içinde olup bireylerin sosyal medya kullanım sıklığının, gizlilik konusundaki farkındalık ve yetkinliklerini nasıl etkileyebileceğine dair kanıtlar sunmaktadır.

Araştırma sonucunda haftalık sosyal medya kullanım sıklığının dijital karnaval davranışları üzerinde de benzer bir etki yarattığı gözlemlenmiştir. Sosyal medyada daha sık etkileşimde bulunan bireyler, dijital ortamda daha özgür ifade biçimlerini benimseyebilir ve sosyal normlarla daha rahat bir şekilde oynayabilirler. Bu durum, sosyal medyanın kullanıcıların kendilerini yeniden inşa etme ve farklı kimlikleri keşfetme konusunda ne kadar güçlü bir araç olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuç aynı zamanda Papacharissi'nin (2010) sosyal medyanın kişisel ve toplumsal ifade üzerindeki etkilerine dair yaptığı çalışmalarla paralellik taşımaktadır.

İnternet kullanım amacı, çevrimiçi etkileşimlerin niteliğini ve kullanıcıların dijital ortamdaki davranışlarını şekillendiren temel bir değişkendir. Bu değişken bireylerin interneti bilgi arama, eğlence, oyun oynama, sosyal paylaşımda bulunma veya vakit geçirme gibi farklı amaçlarla kullanmalarını içermektedir. İnternet kullanım amacı aynı zamanda dijital mahremiyet ile ifade özgürlüğü konusunda bireylerin tutum ve davranışlarını anlamak için kritik bir boyuta sahiptir. Bu çerçevede elde edilen bulgular, internet kullanım amacının araştırma yapmak ve bilgi edinmek ile dijital mahremiyet algıları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç, bilgi arama amaçlı internet kullanımının kullanıcıların dijital mahremiyet konularında daha bilinçli ve stratejik olabileceğini göstermektedir. Araştırma bulguları, Hargittai'nin (2002) internet kullanım becerileri ve bilgi erişimi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarına paralel bir bulgu olarak yer almaktadır. Söz konusu bulgular aynı zamanda bireylerin çevrimiçi bilgi arama süreçlerinde mahremiyet konusunda daha fazla kontrol ve bilgi sahibi olabileceğini ortaya koymaktadır.

Diğer yandan eğlence ve sosyal paylaşımda bulunma amacıyla internet kullanımının dijital karnaval davranışları ile anlamlı bir ilişkisi bulunmuştur. Sosyal paylaşımda bulunma ve eğlence amaçlı internet kullanımının, kullanıcıların dijital ortamda sınırları zorlayıcı ve daha özgür ifade biçimlerini benimseme olasılıklarını artırdığı gözlemlenmiştir. Bu sonuç, sosyal medya ve dijital platformların bireysel ifade ve kimliğin sınırlarını genişletme yönünde güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermekte; Jenkins'in (2006) katılımcı kültür ve medya okuryazarlığı kavramları ile de uyum sergilemektedir.

Sosyal medya kullanım amaçları, kullanıcıların çevrimiçi ortamlarda nasıl bir etkileşim içerisinde bulunduklarını ve bu etkileşimlerin mahremiyet algıları üzerinde ne gibi etkilere sahip olabileceğini anlamak için önemli bir göstergedir. Araştırmada yapılan analiz, sosyal medya kullanıcılarının farklı amaçlarla bu platformları kullanmalarının dijital mahremiyet algılarına etkisini göstermektedir. Araştırma, paylaşımları takip etmek amacıyla sosyal medya kullanımının dijital mahremiyet algıları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuç, kullanıcıların sosyal ağlarını gözlemleyerek öğrendikleri mahremiyet yönetimi stratejilerini kendi deneyimlerine uygulayabileceğini göstermektedir. Söz konusu durum, Nissenbaum'un (2010) bağlamda gizlilik teorisine uygun düşerken; bireylerin mahremiyet beklentilerinin sosyal kontekstlerine göre değiştiği öne sürülmektedir.

Araştırma sonucunda sosyal medya üzerinden arkadaşlarla iletişim kurmak ve fotoğraf, video ve yazı paylaşmak amacıyla kullanımın dijital karnaval davranışları ile anlamlı bir ilişkisi bulunmuştur. Sosyal medyanın bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini genişlettiği ve toplumsal normları sorgulama fırsatı sunduğu göz önünde bulundurulduğunda elde edilen bulgular, Boyd ve Ellison'un (2007) sosyal ağ sitelerinin kullanıcıların kendilerini ifade etme yollarını nasıl değiştirdiğini incelediği çalışmalarla paralellik göstermektedir.

Nicel araştırmada ölçümlenen verilere göre, toplam puanlar açısından sosyal medyayı günlük takip etme amacıyla kullananların dijital mahremiyet ve karnaval davranışları açısından daha yüksek puanlara sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuç, sosyal medyanın bireylerin dijital kimliklerini ve mahremiyet yönetimini etkileyen çok

yönlü bir araç olduğunu göstermektedir. Söz konusu sonuç, Castells'in (2001) ağ toplumu teorisinde vurgulanan dijital teknolojilerin sosyal yapıları ve bireysel davranışları nasıl dönüştürdüğüne dair görüşlerle de uyum içindedir.

Sosyal medyanın karnavalesk yapısı, kullanıcıların kendilerini yeniden ifade etme ve toplumsal normları geçici olarak askıya alma özgürlüğünü sunmaktadır. Karnavalesk davranışlar çerçevesinde sosyal medya platformları, bireylerin dijital mahremiyetleri ile kendi kimliklerini serbestçe ifade edebilmeleri arasında bir denge kurmalıdır. Bu bağlamda, çalışma sonuçlarına göre sosyal medyanın bu iki yönünü destekleyecek ve geliştirecek öneriler şunlardır:

- **Mahremiyet Eğitimi ve Bilinçlendirme:** Kullanıcıların mahremiyet ayarları ve bunların karnavalesk ifade özgürlüğü üzerindeki etkileri konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıları mahremiyet seçenekleri hakkında bilgilendirerek ve en iyi uygulamaları öğreterek bu dengeyi sağlamalıdır.

- **Esnek Mahremiyet Kontrolleri:** Kullanıcıların sosyal medyada farklı kimliklerini veya yönlerini nasıl ifade edebileceklerine dair daha fazla kontrol ve esneklik sunulmalıdır. Bu durum, çeşitli mahremiyet seçenekleri ve profil ayarları ile sağlanabilir. Böylece kullanıcılar hangi bilgilerini paylaşacaklarına ve kimliklerini nasıl sunacaklarına dair daha fazla seçeneğe sahip olurlar.

- **Kullanıcı Yönetimli İçerik Filtreleri:** Sosyal medya platformları, kullanıcıların maruz kaldıkları içeriği ve karnavalesk etkileşimleri yönetmelerine olanak tanıyacak araçlar geliştirmelidir. Bu durum, kullanıcıların algoritmaları kişisel mahremiyet ve ifade tercihlerine göre ayarlamalarına izin verebilir.

- **Anonimlik ve Pseudonimlik Seçenekleri:** Kullanıcıların kimliklerini tamamen açığa çıkarmadan ifade özgürlüğü yaşayabilmeleri için anonim veya pseudonim (takma ad) kullanımını destekleyen özellikler

sunulmalıdır. Bu durum, kullanıcıların mahremiyetlerini korurken serbest ifadeyi de teşvik eder.

- **Toplumsal Normların Yeniden Değerlendirilmesi:** Platformlar, toplumsal normları ve kullanıcı davranışlarını şekillendiren kuralları yeniden değerlendirmeli ve karnavalesk ifade özgürlüğünü destekleyecek bir ortamı teşvik etmelidir. Bu durum, farklı kültürel ve sosyal gruplarla işbirliği içinde yürütülmelidir.

- **Sosyal Medya Okuryazarlığı:** Eğitim kurumları ve sivil toplum örgütleri, sosyal medya okuryazarlığı programları aracılığıyla kullanıcıları dijital mahremiyet ve karnavalesk ifade üzerine eğitmeli ve kullanıcıların bu bilgileri günlük sosyal medya kullanımlarına nasıl uygulayacaklarını göstermelidir.

- **Araştırma ve Geliştirme:** Sosyal medya platformları, kullanıcı deneyimini sürekli olarak izlemeli ve karnavalesk ifade özgürlüğü ile mahremiyet ihtiyaçları arasındaki dengeyi koruyacak yenilikçi çözümleri araştırmalıdır.

Bu öneriler, sosyal medya platformlarının kullanıcılarının dijital mahremiyetlerini korurken kendilerini özgürce ifade edebilecekleri karnavalesk bir alan oluşturmalarına yardımcı olabilme amacı taşımaktadır. Sosyal medya, hem bireysel özgürlükleri hem de topluluk normlarını destekleyen bir dengeyi bulmak için sürekli evrilmelidir.

Bu geniş çaplı değerlendirmenin sonucunda dijital medya ve sosyal medya platformlarının mahremiyet ve ifade özgürlüğü gibi temel insani konularda, toplumsal ve kültürel normlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Karnavalesk içeriklerin yaygınlığı ve etkisi, bu platformların kullanıcıların günlük yaşamın sıradanlığından sıyrılıp, kendilerini daha yaratıcı ve oyunbaz bir şekilde ifade etmelerine olanak tanıdığını göstermektedir. Aynı zamanda bu platformlar, mahremiyetin dijitalleşmesi sürecinde kullanıcıların kişisel sınırlarını belirleme ve koruma konusunda yeni stratejiler geliştirmelerine olanak sağlamaktadır.

Son olarak bu araştırma; bireylerin sosyal ve kültürel yaşamlarında dijital medyanın oynadığı rolün yanı sıra sosyal medya platformlarının toplum üzerindeki etkilerini ve kullanıcılarının bu platformları nasıl kullandıklarını, özellikle mahremiyet ve karnavalesk ifade özgürlüğü bağlamında anlamamıza katkıda bulunmaktadır. Araştırmanın bulguları, sosyal medya platformlarının kullanıcı deneyimlerini nasıl şekillendirdiğine dair önemli içgörüler sağlamakta ve gelecekteki politika yapıcıları, eğitimciler ve toplum liderleri için yol gösterici olmaktadır. Bu çalışma, dijital medya literatürüne katkıda bulunmanın yanı sıra, sosyal medya kullanıcılarının yaşamları ve toplum üzerindeki geniş çaplı etkileri hakkında akademik anlamda yapılacak yeni çalışmalar için temel oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

ACQUISTI, A., GROSSKLAGS, J.: 2005 — Privacy and Rationality in Individual Decision Making. **IEEE Security & Privacy**, 3(1), 26-33.

ALACAHAN, O., VATANDAŞ, S.: 2021 — Kamusal-Özel Alan Ayrışmasının İnşa Süreci ve Sosyal Medya. **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 10 (1), 720-733.

ALİKILIÇ, O., ONAT, F.: 2007 — Web 2.0 teknolojileri ve sosyal paylaşım ağlarının etkileri. **Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi**, 5(4), 902-910.

ALTMAN, I.: 1975 — **The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, and Crowding**. Brooks/Cole Publishing Company.

ALTUN, F.: 2011 — Sosyal Paylaşım Sitesi Soruşturmaları, **UHİM**, Rapor No: 04, İstanbul.

ANADOLU, B.: 2020 — Beyazperdeden dijital medyaya: film izleme deneyiminin değişimi üzerine bir araştırma. **OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, 32, 5075-5110.

ANDERSON, P.: 2007 — What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. **JISC Technology and Standards Watch**, 1(1), 1-70.

APA.: 2017 "Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct", **American Psychological Association**, 2017 (Çevrimiçi) https://www.apa.org/ethics/code, 10 Haziran 2023.

APPADURAI, A.: 1986 **The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective**. Cambridge University Press.

APPELGREN, E.: 2004. **Convergence and Divergence in Media: Different Perspectives, Media Technology and Graphic Arts**. Brazil: NADA.

ARIK, E.: 2013 Sosyal Medyada Mahremiyet Görünümleri. (Ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık), **Sosyal Medya Araştırmaları 1** (s. 103-132). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

ARPACI, M.: 2011 Biyo-İktidar ve Karnavalesk Beden: Foucault Ve Bakhtin'in Beden Kavramsallaştırmalarının Karşılaştırılması. **(Yüksek Lisans Tezi)**, MSGSÜ/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ASKEROĞLU, E. D.: 2019 Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik Yurttaş Gazeteciliği: Kuşaklar Üzerine Bsssir Araştırma. **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, cilt 7, sayı 1, ss. 508-536.

ASLAN, C.: 2011 Türkiye'de Özel Alanın İfşası ve Mağduriyet Halleri: "Deniz Baykal" Örneği. Hüseyin Köse (Ed.), **Medya Mahrem** (ss. 84-129). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

ATABEK, Ü.: 2006 İnternette etik ekonomi politikası bağlaması. **Küresel İletişim Dergisi**, 2 (8), 1-9.

ATZORI, L., IERA, A., MORABITO, G.: 2010 The internet of things: A survey. **Computer Networks**, 54(15), 2787-2805.

AYDIN, B.: 2013 Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Anlayışının Dönüşümü. **İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi**, 5, 131-146.

BAKHTIN, M.: 2004 **Dostoyevski poetikasının sorunları.** İstanbul: Metis Yayınları.

BAKHTIN, M. M.: 1965 **Rabelais and His World**. Indiana University Press.

BAKHTIN, M. M.: 1981 **The Dialogic Imagination: Four Essays**. University of Texas Press.

BAKHTIN, M. M.: 1984 **Rabelais and His World**. Indiana University Press.

BAKHTIN, M. M.: 2001 **Karnavaldan Romana**. Cem Soydemir (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BAMBERGER, K. A., MULLIGAN, D. K.: 2012 Privacy on the Books and on the Ground. **Stanford Law Review**, 63(2), 247-293.

BARBIER, F., LAVENIR, C. B.: 2001 **Diderot'dan İnternete Medya Tarihi**. (Çev.) Kerem Eksen. İstanbul: Okyanus Yayınları.

BARTHES, R.: 1974 **S/Z**. Canada: Hill and Wang.

BAŞLAR, G.: 2013 "Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm", **XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri**, 23-25 Ocak 2013, ss.823-831.

BAT, M., KAYACAN, Ş.: 2016 İnternet bağımlısı erişkinlerde sosyal medya oyunları üzerine vaka incelemesi: Candy Crush oyunu. **Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi**, 12, s. 20-46.

BAUMAN, Z., LYON, D.: 2013 **Akışkan Gözetim**. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BAUMAN, Z.: 2001 **Bireyselleşmiş Toplum** (Çev. Yavuz Alogan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BELSEY, A., CHADWICK, R.: 1992 **Ethical ıssues in journalism and the media**. Oxfordshrire: Routledge.

BENTHAM, J.: 2008 **Panoptikon Gözün İktidarı**. İstanbul: Su Yayınları.

BERNERS-LEE, T.: 2000 **Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web**. Harper San Francisco.

BERNERS-LEE, T., HALL, W., HENDLER, J.: 2006 A framework for web science. **Foundations and Trends in Web Science**, 1(1), 1-130.

BERNERS-LEE, T., HENDLER, J., LASSILA, O.: 2001 The Semantic Web. **Scientific American**, 284(5), 34-43.

BOLLEN, K. A.: 1989 **Structural equations with latent variables**. New York: Wiley. p.278.

BOYD, D., ELLISON, N. B.: 2007 Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13, 1, 210-230.

BOYD, D., CRAWFORD, K.: 2012 Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. **Information, Communication & Society**, 15(5), 662-679.

BOZKANAT, E.: 2015 "Popüler Kültür Özneleri ve Mahremiyet", **Medya ve Mahremiyetin Sınırları Ulusal Sempozyumu**, Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, 6-8 Ekim, Erzurum.

BÖKE, K.: 2017 **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**. İstanbul: Alfa Yayınları.

BÖYÜK, M.: 2023 Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeğinin Geliştirilmesi. **Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 9(1), 129-144.

BRECKENDRIDQE, A. C.: 1970 **The Right IDPrilJacy**. Uncoln: University of Nebraska Press.

BRIGGS, A., BURKE, P.: 2004 **Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg'den İnternet'e**. Çev. İbrahim Şener, İstanbul: İzdüşüm Yayınevi.

BROWN, A. M., GREEN, C. R.: 2019 The Rise of Digital Privacy Voluntarism: A Cross-Cultural Study. **Journal of Internet Research**, 28(2).

BUJAK, K. R., RADU, I., CATRAMBONE, R., MACINTYRE, B., ZHENG, R., & GOLUBSKI, G.: 2013 A psychological perspective on augmented reality in the mathematics classroom. **Computers & Education**, 68, 536-544.

BURGOON, J. K.: 1982 Privacy and communication. (Ed. Burgoon M) **Communication Yearbook 6**. Beverly Hills, CA: SAGE, 206–249.

CASTELLS, M.: 2001 **The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society**. New York: Oxford University Press, Inc.

CASTELLS, M.: 2006 **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Kimliğin Gücü-2.Cilt**. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

CAVOUKIAN, A., TAPSCOTT, D.: 2017 "Who Knows: Safeguarding Your Privacy in a Networked World." **TED Conferences**.

CESUR, A. A.: 2019 Dijital karnavalın aktörleri olan trolleri incelemenin asıl amacı. **İLEF Dergisi**, 6 (2), 275-306.

CHAFFEY, D.: 2012 **Digital business and e-commerce management**. Pearson Education.

CHAFFEY, D., ELLİS-CHADWICK, F.: 2019 **Digital marketing: strategy, implementation & practice**. UK: Pearson.

CHATTI, M. A., JARKE, M., FROSCH-WILKE, D., & SPECHT, M.: 2010 The future of e-learning: A shift to knowledge networking and social software. **International Journal of Knowledge and Learning**, 6(4), 325-336.

CHILD, J. T., HARIDAKIS, P. M., PETRONIO S.: 2012 Blogging privacy rule orientations, privacy management, and content deletion practices: The variability of online privacy management activity at

different stages of social media use. **Computers in Human Behavior**, 28, 1859–1872.

CHOUDHURY, N.: 2014 World Wide Web and Its Journey From Web 1.0 to Web 4.0. **International Journal of Computer Science and Information Technologies**, 5(6), 8096-8100.

CLARK, R.: 2013 **Fairs: Panacea or Problem?**. Blackwell.

COHEN, J. E.: 2012 **Configuring the Networked Self: Law, Code, and the Play of Everyday Practice**. Yale University Press.

COTÉ, M., PYBUS, J.: 2014 Maddi olmayan emek 2.0'ı öğrenme: Facebook ve sosyal ağlar. (Çev. Öz, Damla). İçinde Michael E. Peters ve Ergin Bulut (Ed.), **Bilişsel Kapitalizm! Eğitim ve Dijital Emek**, (ss. 241-270). İstanbul: Notabene Yayınları.

COYLE, C. L., VAUGHN, H.: 2008 Social Networking: Communication Revolution or Evolution?. **Bell Labs Technical Journal**, 13, 2, 13–18.

CRESWELL, J. W., PLANO CLARK, V. L.: 2020 **Karma Yöntem Araştırmaları: Tasarımı ve Yürütülmesi**. (Y. Dede, S. B. Demir, Çev.) Ankara: Anı Yayıncılık.

CRESWELL, J. W.: 2014 **Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni**. (M. B. Demir, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.

ÇAKIR, M.: 2015 **İnternette Gösteri ve Gözetim Eleştirel Bir Okuma**. Ankara: Ütopya.

ÇETİN, E.: 2015 Sosyal Paylaşım Ağlarında Fotoğraf, Yer/Mekân Bildirim Paylaşımları ve Mahremiyet: Facebook Örneği. **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt 8, Sayı 41, 779-788.

DANET, B.: 2001 **CyberPl@y: Communicating Online**. UK: Berg, Oxford International Publishers.

DAVENPORT, T. H., BECK, J. C.: 2001 **The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business**. Harvard Business School Press.

DE GRUYTER, M.: 1997 **Semiotics of The Media: State of the Art, Projects and Perspectives**. Berlin: Walter de Gruyter& Co.

DELLI CARPINI, M. X., KEETER, S.: 1996 **What Americans Know About Politics and Why It Matters**. Yale University Press.

DEWDNEY, A., RİDE, P.: 2006 **The New Media Handbook**. New York: Taylor&Francis.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM OFİSİ: 2022 "NFT'nin Türkçe Karşılığı Belli Oldu", **Dijital Dönüşüm Ofisi**, 2022 (Çevrimiçi) https://cbddo.gov.tr/haberler/6354/nft-nin-turkcekarsiligi-belli-oldu, 09.04.2023.

DİKKAYA, M., ÖZYAKIŞIR, D.: 2006 Küreselleşme ve Bilgi Toplumu: Eğitimin Küreselleşmesi ve Neo-Liberal Politikaların Etkileri. **Uluslararası İlişkiler Dergisi**, 3 (9), 155-176.

DOLGUN, U.: 2005 **Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna**. Bursa: Ekin Kitabevi.

DOUGLAS, M.: 1972 **Deciphering a Meal**. London: Routledge.

DOWNES, E. J., MCMİLLAN, S. J.: 2000 Defining Interactivity. A Qualitative Identification of Key Dimensions. **New Media and Society**, June. Vol.2. No.2:.157-179.

DORNYEI, Z.: 2007 **Research Methods in Applied Linguistics: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methodologies**. Oxford University Press.

DUAN, W., GU, B., WHINSTON, A. B.: 2012 The dynamics of online word-of-mouth and product sales-an empirical investigation of the movie industry. **Journal of Retailing**, 88(1), 89-102.

EFF: 2020 Electronic Frontier Foundation, 2020 (Çevrimiçi) https://www.eff.org/, 03.05.2023.

ELLIOTT, A., LEMERT, C.: 2011 **Yeni Bireycilik Küreselleşmenin Duygusal Bedelleri** (Çev. Başak Kıcır). İstanbul: Sel.

ELMFELDT, J.: 2002 **3.0: Net/Work/Theory**. Mediacy Exploring Hypertextuality. Maastricht.

ERBAŞ, T.: 2011 Türkiye'de Tumblr blog ortamındaki popüler blogcuların kullanım pratikleri. **(Yüksek Lisans Tezi)**, Başkent Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

EUROPEAN COMMISSION.: 2018 "General Data Protection Regulation (GDPR)", **European Commission**. 2018 (Çevrimiçi) https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj, 02.08.2023.

FAN, W., BIFET, A.: 2013 Mining big data: Current status, and forecast to the future. **ACM SIGKDD Explorations Newsletter**, 14(2), 1-5.

FARKAS, D.: 2004 **Hypertext and Hypermedia**. Berkshire Encyclopedia of HumanComputer Interaction. USA: Berkshire Publishing.

FISCHER-HUBNER, S.: 2000 Privacy and Security at Risk in the Global Information Society. (Ed. D. Thomas & B. D. Loader). **Cybercrime: Law Enforcement, Security and Surveillance in the Information Age**. London: Routledge.

FLORIDI, L.: 2017 **The Logic of Information: A Theory of Philosophy as Conceptual Design**. Oxford University Press.

FOUCAULT, M.: 1977 **Discipline and punish: The birth of the prison**. Vintage.

FURRY, K.: 2009 **New Media: Culture and Image**. New York: Palgrave Macmillan.

GABBARD, G. O.: 2018 **Psychodynamic psychiatry in clinical practice.** American Psychiatric Pub.

GALL, M. D., BORG, W. R., GALL, J. P.: 1996 **Educational Research: An Introduction**. Longman Publishing.

GAVISON, R.: 1980 Privacy and the Limits of Law. **Yale Law Journal**, 89(3), 421-471.

GENÇ, Z.: 2010 Sosyal ağların internet teknolojisi ile ilişkisi. **Sosyal Medya Araştırmaları Dergisi**, 1(1), 482-490.

GERAY, H.: 2003 **İletişim ve Teknolojileri: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**. Ankara: Ütopya Yayınevi.

GHAZINOUR, K., PONCHAK, J.: 2017 Hidden Privacy Risks in Sharing Pictures on Social Media. **Procedia Computer Science**, 113, 267–272.

GIDDENS, A.: 2019 **Sociology**. Polity Press.

GOETTKE, R., CHRISTIANA, J.: 2007 Privacy and Online Social Networking Websites, **Harvard University**. 2007 (Çevrimiçi) http://www.eecs.harvard.edu/cs199r/fp/RichJoe.pdf, 17.06.2023.

GOLDING P., MURDOCK G., 2000 Communications and Political Economy. **Mass Media and Society**. London: SAGE.

GÖÇMEN, T. L.: 2018 Toplumsal Yaşamda Bireyin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması.

(Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

GÖKA, E.: 2016 Bu Dünyada En Yapılmayacak Şey, Kolaycılık ve Aforizma Üretmek. **TRT Akademi Dergisi**, 1(2), 682-701.

GÖRMÜŞ, A.: 2011 Sosyal Paylaşım Sitesi Soruşturmaları, **UHİM**, Rapor No: 04, İstanbul.

GROSS, R., ACQUISTI, A.: 2005 Information Revelation and Privacy in Online Social Networks. **Workshop on Privacy in the Electronic Society** (pp. 71–80). New York, NY, USA: ACM.

GRUBEL, R.: 2015 Bakhtin's theory of speech genres and the addressivity in cultural pragmatics of genres in literature: "genus" vs. "genre". **Umjetnost Riječi**, 59, 215-238.

GÜÇDEMİR, B.: 2015 Sosyal ağlarda etkileşim ve iletişim dinamikleri. **İnternet ve Toplum**, 2(2), 41-50.

GÜLNAR, B., BALCI, Ş.: 2011 **Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum**. İstanbul: Literatürk.

GÜLSOY, T.: 1999 **Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**. İstanbul: Adam Yayınları.

GÜRSES, İ.: 2016 Fotoğrafta grotesk beden temsili Diane Arbus. **Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi**, 10, 365-385.

HABERMAS, J.: 1991 **The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society**. Cambridge, MA: MIT Press.

HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E.: 2010 Multivariate data analysis. **Upper Saddle River**, NJ: Pearson Education.

HANNAK, A., SAPIEZYNSKİ, P., MOLAVI KAKHKI, A., KRISHNAMURTHY, B., LAZER, D., MISLOVE, A., WILSON, C.: 2013 "Measuring personalization of web search". **In Proceedings of the 22nd international conference on World Wide Web**, pp. 527-538.

HARGITTAI, E., SHAFER, S.: 2006 Differences in actual and perceived online skills: The role of gender. **Social Science Quarterly**, 87(2), 432-448.

HENDLER, J.: 2010 Web 3.0: The dawn of Semantic Search. **Computer**, 43(1), 77-80.

HESSE-BIBER, S.: 2010 Qualitative Approaches to Mixed Methods Practice. **Qualitative Inquiry**, 6(16), 455-468.

HILDEBRANDT, M.: 2008 The Explanatory Potential of Normative Ambiguity. **Ratio Juris**, 21(1), 102-135.

HOLMES, D.: 2007 The Fallacies and Fortunes of Interactivity at The Media Ecology Association. **Annual Conference**, Mexico City, Mexico, pp. 4 -10.

HOVEN, J., GHEZZI, P., FANKHAUSER, P.: 2014 Privacy-enhancing technologies: A survey. **IEEE Communications Surveys & Tutorials**, 16(3), 1660-1677.

HUIZINGA, J.: 1950 **Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture**. Beacon Press.

HUTCHEON, L.: 1983 The carnivalesque and contemporary narrative: popular culture and the erotic. **Revue de l'Universite d'Ottawa/ University of Ottawa Quarterly,** 53 (1), 83-94.

IŞIK, U.: 2007 Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı. **(Doktora Tezi)**, Selçuk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

İNAN, H.: 2002 Yeni Bir Pazarlama Aracı Olarak İnternet ve Firmalar Arası Pazarlamada İnternet Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Sınıflandırılması. **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, cilt 9, sayı 9, ss.123-135.

JARVİS, J.: 2011 **E-Sosyal Toplum**. (Çev. Çağlar Kök) İstanbul: MediaCat Kitapları.

JENKINS, H.: 2008 **Convergence Culture, Where Old and New Media Collide**. USA: New York University Press.

JIN, D., CHO, G.: 2017 IoT security: Threats and challenges. **In 2017 IEEE Conference on Communications and Network Security (CNS)**, pp. 1-9, IEEE.

JOHNSON, L. K., BROWN, A. M.: 2020 The Ethics of Voluntary Privacy Disclosure in the Digital Age. **Ethics in the Digital Society**, 7(4).

JOHNSON, R. B., ONWUEGBUZIE, A. J., TURNER, L. A.: 2007 Toward a Definition of Mixed Methods Research. **Journal of Mixed Methods Research**, *1*(2), 112-133.

JOINSON, A. N., PAINE, C. B.: 2006 "Self-disclosure, Privacy and the Internet". 2006 (Çevrimiçi) http://www.york.ac.uk/res/e-society/projects/15/PRISD_report2.pdf, 10.10.2023.

JORDAAN, Y., HEERDEN, G. V.: 2017 Online privacy-related predictors of Facebook usage intensity. **Computers in Human Behavior**, 70, 90-96.

KAHRAMAN, A. 2016 Mahremiyetin tanımı ve sınırı. **Din, Gelenek Ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu**, I. Cilt, Ed. Y. Ünal ve diğ., Samsun: ORİV.

KALAKOTA, R., ROBINSON, M.: 1999 **e-Business: Roadmap for Success**. Addison-Wesley, Harlow.

KALAMAN, S.: 2016 Sosyokültürel, Ekonomik ve Siyasi Boyutlarıyla Yeni Medyada Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Örneği. **(Doktora Tezi)**, Ege Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

KAPFERER, B.: 1991 **A Celebration of Demons: Exorcism and the Aesthetics of Healing in Sri Lanka**. Indiana University Press.

KAPLAN, A. M., HAENLEIN, M.: 2010 Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, 53(1), 59-68.

KAPLAN, C.: 2010 Kafkaesque? Big Brother? **Finding the Right Metaphor for Net Privacy**. New York Times.

KAPLAN, Y.: 2016 İnsan Dijital Medyanın Kölesidir. **TRT Akademi Dergisi**, 1(2), 659-680.

KARAARSLAN, B., EREN, İ., KOÇ, E.: 2014 The analysis of privacy problems and solutions in social media. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 152, 185-190.

KARYDA, M., KOKOLAKIS, S.: 2008 Privacy Perceptions among Members of Online Communities (Ed. Alessandro Acquisti et al.). **Digital Privacy-Theory, Technologies, and Practices**, pp. 253-265, New York- London: Auerbach.

KENT M., TAYLOR, M.: 1998 Building Dialogic Relationships Through The World Wide Web. **Public Relations Review**, 24(3): 324-334

KETE, N.: 2011 Yoksulluk, mahremiyet ve ölüm ilişkisini medya üzerinden okumak. Hüseyin Köse (Ed.), **Medya Mahrem**, ss. 61-83, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

KIPÇAK, N.: 2016 Yeni Karnaval Olarak Yeni Medya: Karnavalesk Nitelikleri ile Twitter. **(Doktora Tezi)**, Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KIRIK, A. M.: 2021 "Metaverse: Fırsat mı, Tehdit mi?", **Anadolu Ajansı**, 2021 (Çevrimiçi) https://www.aa.com.tr/tr/analiz/metaverse-firsat-mi-tehdit-mi/2443061, 09.04.2023.

KIM, J., AN, S.: 2017 Public Relations on Social Media: How Social Media Redefine the Way We Communicate. **Journal of Promotion Management**, 23(2), 193-207.

KIRBY, A.: 2009 **Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture**. London: Continuum International Publishing Group.

KLINE, R. B.: 2011 **Principles and Practice of Structural Equation Modelling**. 3rd.Edition, NY: Guilford Press.

KLING, R.: 1994 Reading All About Computerization: How Genre Conventions Shape Non-Fiction Social Analysis. **The Information Society**, 10(3):147-172

KÖSE, H.: 2011 "Önsöz". (Ed. Hüseyin Köse). **Medya Mahrem**, s. 9-19, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

KSHETRI, N.: 2010 Privacy and security issues in cloud computing: The role of institutions and institutional evolution. **Telecommunications Policy**, 34(10), 605-617.

KSHETRI, N.: 2018 Blockchain’s roles in meeting key supply chain management objectives. **International Journal of Information Management**, 39, 80-89.

KUMAR, K.: 2010 **Sanayi Sonrası Toplumdan Postmodern Topluma, Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları**. (Çev. Mehmet Küçük). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

KUMAR, V.: 2018 Transformative Marketing: The Next 20 Years. **Journal of Marketing**. 82,1-12.

KUNER, C.: 2018 **The General Data Protection Regulation: A Commentary**. Oxford University Press.

KURTULUŞ, Ö.: 2022 “Gerçek Metaverse Bu Değil!”, 2022 (Çevrimiçi) https://ozgurkurtulus.com.tr/gercek-metaverse-budegil/#_edn3, 09.04.2023.

KUSS, D. J., GRIFFITHS, M. D.: 2017 Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 14(3), 311.

KUYUCU, M.: 2015 Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye'de Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı. Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). **Sosyal Medya Araştırmaları 2**, ss.21-55, Konya: Çizgi Kitabevi.

LANIER, J.: 2010 **You are not a gadget: A manifesto**. Knopf.

LAUFER, R. S., PROSHANSKY, H. M. & WOLFE, M.: 1973 **International Architectural Research Conferencce. Lund**, Sweden: American Psychological Association.

LAURILLARD, D.: 2002 **Rethinking University Teaching: A Conversational Framework for the Effective Use of Learning Technologies**. Routledge.

LEINER, B. M., CERF, V. G., CLARK, D. D., KAHN, R. E., KLEINROCK, L., LYNCH, D. C., POSTEL, J., ROBERTS, L. G., WOLFF, S.: 1997 Brief history of the Internet. **ACM SIGCOMM Computer Communication Review**, 27(5), 5-9.

LIVINGSTONE, S., HELSPER, E. J.: 2007 Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. **New Media & Society**, 9(4), 671-696.

LUPTON, D., MICHAEL, M.: 2017 Dependency and the perils of protection: can we reimagine the productive welfare subject? **Social Policy and Society**, 16(2), 293-305.

LUSTED, A. M.: 2011 **Social Networking: Myspace, Facebook&Twitter**. USA: Publishing Company.

LYON, D.: 1994 **The Electronic Eye: The Rise of Surveillance Society**. University of Minnesota Press.

LYON, D.: 2018 Surveillance, privacy, and public/private control. **In Privacy, security and accountability: Ethics, law and policy**, 99-117, Routledge.

MALLI, C.: 2013 Ertem Eğilmez Sinemasının Üretiminde Bir Gösterge Olarak "Grotesk Halk Kültürü". **(Yüksek Lisans Tezi)**, Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

MARKOFF, J.: 2006 What's next? Web 3.0. **In International Conference on World Wide Web**, pp. 313-314, ACM.

MARTINEZ, A. B., GARCIA, E. F.: 2015 **The Magic of Carnival: An Anthropological Exploration**. Routledge.

MARWICK, A., LEWIS, R.: 2017 **Media manipulation and disinformation online**. Data Society Research Institute.

MAYER-SCHONBERGER, V.: 2009 **Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age**. Princeton University Press.

MCLUHAN, M.: 2001 **Global Köy**. İstanbul: Scala Yayıncılık.

MCQUAİL, D.: 2019 **McQuail's reader in mass communication theory**. Sage.

MEIKLE G., YOUNG S.: 2011 Media Convergence. **Networked Digital Media in Everyday Life**. London: Palgrave McMillan.

MEYROWITZ, J.: 1986 **No Sense of Place**. New York: Oxford University Press.

MILL, J. S.: 2018 **On liberty**. Oxford University Press.

MILLER, J. R.: 2017 Privacy and Self-Disclosure in the Age of Information. **Information Studies Quarterly**, 42(1).

MITTELSTADT, B. D., ALLO, P., TADDEO, M., WACHTER, S.: 2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. **Big Data & Society**, 3(2), 1-21.

MORSON, G. S., EMERSON, C.: 1990 **Mikhail Bakhtin: Creation of a Prosaics**. Stanford University Press.

MÖNGÜ, B.: 2013 Postmodernizm ve Postmodern Kimlik Arayışı, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 17 (2), 27- 36.

MULLER, N.: 2010 **Media Evolution**. Hamburg.

MYSTAKIDIS, S.: 2022 Metaverse. **Encyclopedia**, 2(1), 486-497.

NAS, C.E.: 2013 Grotesk Bir Anlam Yaratma: Bir Senaryo Yazımı Çalışması. **(Yüksek Lisans Tezi)**, Kadir Has Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

NISSENBAUM, H.: 2004 Privacy as contextual integrity. **Washington Law Review**, 79(1), 101-139.

NISSENBAUM, H.: 2010 **Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life**. Stanford University Press.

NORRIS, P., INGLEHART, R.: 2009 **Cosmopolitan communications: Cultural diversity in a globalized world**. Cambridge University Press.

O'REILLY, T.: 2007 What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. **Communications & Strategies**, (1), 17-37.

O'REILLY, T.: 2010 Web 2.0 teknolojileri ve sosyal medya. **Teknoloji ve Toplum**, 3(3), 2225-2260.

O'REILLY, T.: 2022 "What is web 2.0". 2022 (Çevrimiçi) https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html, 09.04.2023.

OKUR, H. D.: 2016 Sosyal ağların gençliğin değerlerine etkisi. A. Ç. Deniz & A. B. Hülür (Edt.), **Yeni medya ve toplum disiplinlerarası yaklaşımlar**, s. 289-324, Konya: Literatürk Academia.

ÖZBUDUN, E.: 1977 **Anayasa Hukuku Bakımından Özel Haberleşmenin Gizliliği**. Ankara: Ankara Hukuk Fakültesi Ellinci Yıl Armağanı.

ÖZDEMİR, Y.: 2014 "Yeni Medya Ortamlarında Akıllı Telefonlar Üzerine Düşünmek". **XIX. Türkiye'de İnternet Konferansı**, Ankara.

ÖZGÜL, G. E.: 2015 Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne. Özlem Oğuzhan (Ed.), **İletişimde Sosyal Medya Sosyal**

Medyada İletişim, ss. 83-111, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

ÖZKURT, D.: 2018 Uzunyayla Çerkeslerindeki Ceug kavramına oyun ve karnaval literatüründen bakmak. **Kafkasya Çalışmaları - Sosyal Bilimler Dergisi**, 3 (6), 181-204.

PAGANI M., MALACARNE, G.: 2017 Experiential Engagement and Active vs. Passive Behavior in Mobile Location-based Social Networks: The Moderating Role of Privacy. **Journal of Interactive Marketing**, 37, 133–148.

PAPACHARISSI, Z.: 2010 **A Private Sphere: Democracy in a Digital Age. Malden**, MA: Polity.

PAPACHARISSI, Z., GIBSON, P. L.: 2011 Fifteen Minutes of Privacy: Privacy, Sociality, and Publicity on Social Network Sites. S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). **Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web**, p. 75-89, New York: Springer.

PARK, I.: 2004 "Internet usage of Korean and American students: A uses and gratificationsapproach". 2004 (Çevrimiçi) http://aquila.usm.edu/theses_dissertations/2378, 02.04.2023.

PAVLIK, J. V., MCINTOSH, S.: 2015 **Converging Media: A New Introduction to Mass Communication**. Oxford University Press.

PEDERSEN, D. M.: 1997 Psychological Function of Privacy. **Journal of Environmental Psychology**, Vol: 17, p. 147-156.

PELTEKOĞLU, F., PELTEKOĞLU, Y. I.: 2015 Sosyal Ağların Açık Kitapları ve Evrilen Mahremiyet. Tolga Kara ve Ebru Özgen (Der.). **Ağdaki Şüphe,** ss. 3-13, İstanbul: Beta.

PERUGINI, V.: 1996 Anytime, Anywhere: The Social Impact of Emerging Communication Technology. **IEEE Transactions on Professional Communication**, Vol: 39, No: 1, p. 4–16.

PETRIC, G.: 2004 Hypertextuality of the Slovenian World Wide Web. **Metodoloskizvezki**, Vol.1, No.2, p.469-489.

POOL, I. S.: 1983 **Technologies of Freedom**. USA: Harvard University Press.

POSTMAN, N.: 1994 **Televizyon: Öldüren Eğlence**. İstanbul: Ayrıntı.

PRENSKY, M.: 2001 Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. **On the Horizon**, 9(5), 1-6.

PROSSER, W. L.: 1960 Privacy. **California Law Review**, 48(3), 383-423.

RAINIE, L., WELLMAN, B.: 2012 **Networked: The new social operating system**. MIT Press.

REGAN, P.: 2002 Privacy as a Common Good in the Digital World. Information, **Communication and Society**, 5, 3, 382–450.

RICHARDS, N. M.: 2013 The Dangers of Surveillance. **Harvard Law Review**, 126(7), 1934-1965.

RIEGO, A. D., ABRIL, P. S., LEVİN, A.: 2012 Your Password or Your Paycheck?: A Job Applicant's Murky Right to Social Media Privacy. **Journal of Internet Law**, 16 (3), 17-27.

RİGEL, N.: 2014 İkinci el yaşam: E-hayat. **Yeni Türkiye Özel Sayısı**, 10, 890-893.

ROGERS, C. R.: 1957 The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. **Journal of Consulting Psychology**, 21(2), 95-103.

RUBINSTEIN, I.: 2012 Big data: The end of privacy or a new beginning?. International Data Privacy Law (2013 Forthcoming), NYU School of Law, **Public Law Research Paper**, (12-56).

RUSSELL, S. J., NORVIG, P.: 2010 **Artificial intelligence: a modern approach**. Pearson Education.

SANTRAC, A. S.: 2009 "Beyond Postmodernism Are We aware of the New World-View?" **European Theology Teacher's Conference**, http://www.aleksandarsantrac.com /docs/Beyond%20Postmodernism.pdf.

SARI, M.: 2020 Bahtiyen karnavalesk bağlamında kült film kavramı. **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 33, 230-250.

SARIKAKIS, K., WINTER, L.: 2017 Social Media Users Legal Consciousness about Privacy. **Social Media + Society**, 1 –14.

SCHOEMAN, F. D.: 1984 **Philosophical Dimensions of Privacy: An Anthology**. Cambridge University Press.

SEARGEANT, P., TAGG, C.: 2014 **The Language of Social Media: Identity and Community on The Internet**. UK: Palgrave MacMillan.

SENTHIL, K. N., SARAVANAKUMAR, K., DEEPA, K.: 2017 On Privacy and Security in Social Media-A Comprehensive Study, **Procedia Computer Science**, C. 78, 114-119.

SERÇEMELİ, C.: 2016 Sosyal medyada mahremiyetin gizliliğini ihlalde yeni bir trend olan "stalk"a hukuki açıdan bir bakış. **Güncel Hukuk Dergisi**, sayı: 2-158.

SHCHERBINA, J.: 2017 Reading in the Age of Web 2.0. **Russian Social Science Review**, 58, 1, 86-108.

SHETH, A.: 2009 Web 3.0: Adding semantics to the web. **IEEE Internet Computing**, 13(5), 82-85.

SIEGEL, L.: 2004 **Aganist The Machine: Being Human In The Era Of The Electronic Mob**. New York: Spiegel&Grau, A division of Random House, Inc.

SILVERSTONE, R.: 1999 What's New About New Media?. **New Media and Society**, Vol.1. No.1:10-82 London: Sage Publications.

SIMON, H.A.: 1977 What Computers Mean for Man and Society. **Science**, 18,195(4283). s.1186-1191.

SOLOVE, D.: 2006 A Taxonomy of Privacy. **University of Pennsylvania Law Review**, 154(3), 477-560.

SOLOVE, D.: 2008 **Understanding Privacy**. Cambridge: Harvard University Press.

SÖNMEZ, B.: 2016 Gözetim Toplumunun Günümüz Tüketim Dinamikleri Bağlamında Yorumlanması. **Selçuk İletişim Dergisi**, 9 (2), 262-284.

STEIJN, W. M. P., VEDDER, A.: 2015 Privacy under Construction: A Developmental Perspective on Privacy Perception. Science. **Technology and Human Values**, 40, 4, 615-637.

TADDICKEN, M., JERS, C.: 2011 The Uses of Privacy Online: Trading a Loss of Privacy for Social Web Gratifications? S. Trepte and L. Reinecke (Ed.). **Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web**, p. 143-156, New York: Springer.

TANILIR, N.: 2002 **İnternet Suçları ve Bireysel Mahremiyet**. Ankara: Liberte.

TARANÇ R., BERBER, L.: 2018 Toplumsal grupların karnavalesk yaşamlarının belgesel filmler üzerinden yorumlaması ve kitsch olgusu. **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 67, 95-115.

TASHAKKORI, A., CRESWELL, J. W.: 2007 Editorial: The New Era of Mixed Methods. **Journal of Mixed Methods Research**, *1*(1), 3-7.

TAVAKOL, M., DENNICK, R.: 2011 — Making sense of Cronbach's alpha. **International Journal of Medical Education**, 2, 53–5

TEKRİN, D.: 2014 — Cyber-Carnival. **(Yüksek Lisans Tezi)**, Kadir Has Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

THOMPSON, J. B.: 2008 — **Medya ve Modernite**. (Çev). Serdar Öztürk. İstanbul: Kırmızı Yayınları.

TİMİSİ, N.: 2003 — **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**. Ankara: Dost.

TİRYAKİ, S.: 2015 — **Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı**. Konya: Literatürk Academia.

TLILI, A., HUANG, R., SHEHATA, B., LIU, D., ZHAO, J., METWALLY, A. H. S., WANG, H., DENDEN, M., BOZKURT, A., LEE, L. H., BEYOGLU, D., ALTINAY, F., SHARMA, R., ALTINAY, Z., LI, Z., LIU, J., AHMAD, F., HU, Y., SALHA, S., ABED, M., BURGOS, D.: 2022 — Is Metaverse in Education A Blessing or A Curse: A Combined Content and Bibliometric Analysis. **Smart Learning Environments**, 9(1), 1-31.

TOPRAK, A., YILDIRIM, A., AYGÜL, E., BİNARK, M., BÖREKÇİ, S., ÇOMU, T.: 2009 **Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "görülüyorum öyleyse varım!".** İstanbul: Kalkedon Yayınları.

TÖRENLİ, N.: 2005 **Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

TURKLE, S.: 2012 "The flight from conversation". **The New York Times**, 2012 (Çevrimiçi) https://www.nytimes.com/2012/04/22/opinion/sunday/the-flight-from-conversation.html, 07.03.2023.

UÇAK, O.: 2017 The surreal codes used in written and visual messages by new media and transformation of meaning in the concepts of play-real. **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication**, 7 (1), 87-98.

UĞURLU, Ö.: 2011 Postmodern Pazarlama Stratejisi olarak Dönüşen Mahremiyet "Fulya'nın İntikamı" Viral Kampanyası Örneği. H. Köse (Ed.). **Medya Mahrem**, s. 247-263, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

ULUK, M.: 2021 **Hakikat sonrası çağda yeni medya ve yalan haber**. Ankara: Dorlion Yayınevi.

UNITED NATIONS: 1948 "Universal Declaration of Human Rights". 1948 (Çevrimiçi) http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights, 12.04.2023.

URAL, A., KILIÇ, İ.: 2011 **Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi**. Detay Yayıncılık, Ankara.

USLUSOY, B. S.: 2016 **Dijimodern Medyada Reklam Tüketimi**. İzmit: Volga Yayıncılık.

UYANIK, F.: 2013 Sosyal Medya: Kurgusallık ve Mahremiyet. **Kocaeli Üniversitesi Yeni Medya Kongresi**, s. 1-17.

UYGUN, E., AKBULUT, D.: 2018 Karnavalesk kuramı ve Instagram ortamına yansımaları. **e-Journal of New Media**, 2 (2), 73-89.

ÜNLÜAYCIL, N.: 2003 Grotesk anlatım ve Türk oyun yazarlığında kullanımı. **Tiyatro Araştırmaları Dergisi**, 16 (16), 68-84.

VAN DIJK, J.: 2005 **The deepening divide: Inequality in the information society**. Sage Publications.

VATANDAŞ, S.: 2020 Mahremiyetin Dönüşümü ve İletişim Araçları. **HUMANITAS Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, 8 (16), 437-458.

WARREN, S. D., BRANDEIS, L. D.: 1890 The Right to Privacy. **Harvard Law Review**, 4(5), 193-220.

WEBER, R. H.: 2015 The digital future–A challenge for privacy?. **Computer Law & Security Review**, 31(2), 234-242.

WELLMAN, B., HAYTHORNTHWAITE, C.: 2002). **The internet in everyday life**. Blackwell Publishing.

WELLMAN, B., QUAN-HAASE, A., BOASE, J., CHEN, W., HAMPTON, K., MIYATA, K.: 2001 The social affordances of the Internet for networked individualism. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 7(1), article 3.

WEST, C., ZIMMERMAN, D. H.: 1987 Doing gender. **Gender & Society**, 1(2), 125-151.

WESTIN, A.: 1967 **Privacy and Freedom**. New York: Atheneum.

WHITTLE, S., COOPER, G.: 2009 **Privacy, Probity and Public Interest**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

WILLIAMS, D. A.: 2018 The Social Media Revolution: Opportunities and Risks for Personal Privacy. **Communication Review**, 31(4).

WILLS, D. B., ASHENDEN, D.: 2015 Playing with Privacy: Games for Education and Communication in the Politics of Online Privacy. **Political Studies**, 63, 142-160.

XEVELONAKIS, E.: 2012 The İmpact of Social Network-Based Segmentation on Customer Loyalty in the Telecommunication İndustry. **Database Marketing and Customer Strategy Management**, 19, 2, 98-106

YÜKSEL, M.: 2003 Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi'. **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 58 (01).

ZENGİN, M., ZENGİN, G., ALTUNBAŞ, H.: 2015. Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet "Facebook Mahremiyeti. **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi e-gifder**, 3 (2), 112-136.

ZHANG, Y., WANG, X., LI, P.: 2015 Understanding web 4.0. **Computer**, 48(10), 23-30.

ŽIVADINOVIĆ, K, N.: 2004 Utvrđivanje osnovnih karakteristika proizvoda primjenom faktorske analize. **Ekonomski pregled**, 55, 952–966.

ZWITTER, A.: 2014 Big Data Ethics. **Big Data & Society**. July, 1-6.

.

EKLER

EK-1

Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği (DKOMA)

BÖLÜM I. Dijital Mahremiyet Algısı ve Karnaval Davranışlar

AÇIKLAMA: Aşağıda dijital medya ve sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli ifadeler yer almaktadır. İfadeleri dikkatli bir şekilde okuyarak en yakın hissettiğiniz seçeneği işaretleyiniz. Lütfen aşağıdaki tabloyu kullanarak seçeneklerden size en yakın olanını seçiniz. Doğru ya da yanlış cevap yoktur.
① Kesinlikle Katılmıyorum ② Katılmıyorum ③ Kararsızım
④ Katılıyorum ⑤ Kesinlikle Katılıyorum

1	Tatil, iş ya da ziyaret için gittiğim yerlerde kaldığım odada/evde çektiğim fotoğraf eğer güzelse sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
2	Tatil, iş ya da ziyaret için gittiğim yerlerde kaldığım odada/evde çektiğim video eğer güzelse sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
3	Bazen evimde çektiğim fotoğrafı sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
4	Bazen evimde çektiğim videoyu sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
5	Bir kişi ya da bir konu hakkında çok kızdığımda ya da çok mutlu olduğumda sosyal medyada bu duygumu yorum olarak dile getiririm.	①	②	③	④	⑤
6	Bir kişi ya da bir konu hakkında çok kızdığımda ya da çok mutlu olduğumda sosyal medyada bu duygumu paylaşım olarak dile getiririm.	①	②	③	④	⑤
7	Ara sıra eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşıyorum.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyada kişisel bilgilerimi (ad, okuduğum okul, meslek vb.) yazıyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Mezuniyet, iş hayatında terfi, hastalık, doğum günü gibi benim için önemli olan anlara ait fotoğrafları sosyal medyada paylaşıyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Mezuniyet, iş hayatında terfi, hastalık, doğum günü gibi benim için önemli olan anlara ait videoları sosyal medyada paylaşıyorum.	①	②	③	④	⑤
11	Spor salonunda, kumsalda ya da havuzda çekildiğim fotoğrafları ara sıra sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
12	Spor salonunda, kumsalda ya da havuzda olduğum videoları ara sıra sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
13	Güzel/yakışıklı göründüğümü düşündüğüm fotoğrafları sosyal medyada paylaşmayı severim.	①	②	③	④	⑤
14	Ünlülerin ya da tanınmış insanların komik duruma düştüğü eğlenceli olaylar hakkında sosyal medyada gönderi paylaşımı yaparım.	①	②	③	④	⑤
15	Ünlülerin ya da tanınmış insanların komik duruma düştüğü eğlenceli olaylar hakkında sosyal medyada yapılan bir paylaşıma yorum yaparım.	①	②	③	④	⑤
16	Ünlülerin ya da tanınmış insanların komik duruma düştüğü eğlenceli olaylar hakkında sosyal medyada yapılan paylaşıma emoji bırakırım.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyayı komik paylaşımlara (söz, video, karikatür vb.) bakmak için kullanırım.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak ve gülmek için kullanırım.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gerçek hayata göre daha fazla özgür olduğum bir alanıdır.	①	②	③	④	⑤

20	Sosyal medyada ünlü ya da tanınmış insanların sıradan kişilere dönüşebilmesi, aynı şekilde sıradan insanların da ünlü olabilmesi hoşuma gidiyor.	①	②	③	④	⑤
21	Sosyal medyadaki hayatımda, gerçek hayatın sıkıcılığından, baskısından, standart yaşam tarzından uzaklaşıyorum.	①	②	③	④	⑤
22	Sosyal medyada "tmm, ok, bb " gibi kısaltmalar kullanırım.	①	②	③	④	⑤
23	İnsanlarla sosyal medyada daha özgür etkileşime giriyor, daha özgür iletişim kuruyor ya da düşüncelerimi daha özgür ifade ediyorum.	①	②	③	④	⑤
24	Sosyal medyada farklı dilleri, lehçeleri konuşan insanlarla iletişim kurarım.	①	②	③	④	⑤
25	Sosyal medya üzerinden alışveriş yaparım.	①	②	③	④	⑤
26	Sosyal medyada firmalar, Influencerlar ya da diğer kişiler tarafından paylaşılan reklamların bazılarını izlerim.	①	②	③	④	⑤
27	Sosyal medyada firmalar, Influencerlar ya da diğer kişiler tarafından paylaşılan reklamların hepsini izlerim.	①	②	③	④	⑤
28	Sosyal medyada çok sayıda kişinin katıldığı canlı yayınlara, konserlere, online oyunlara ya da eğlenceli aktivitelere katılırım.	①	②	③	④	⑤
29	Komik olduğu için ya da eleştiri yapmak için, bir olayla ya da bir kişiyle alay etmek adına paylaşım yaparım.	①	②	③	④	⑤
30	Komik olduğu için ya da eleştiri yapmak için, bir olayla ya da bir kişiyle alay etmek adına başkasının yaptığı bir paylaşıma beğeni/gülme ifadesi koyarım.	①	②	③	④	⑤
31	Sosyal medyadaki paylaşımlarımda ya da yorumlarımda argo ifadeler kullanırım.	①	②	③	④	⑤
32	Sosyal medyada normal hayatımdakinden daha rahat ve daha özgür bir dil kullanıyorum.	①	②	③	④	⑤
33	Sosyal medyada yüz filtrelerini, başka canlıya veya eşyaya dönüşebilmemi sağlayan uygulamaları kullanırım.	①	②	③	④	⑤
34	Eğlenmek, hatıra biriktirmek, destek olmak, eleştiride bulunmak için başka birisine (kral, kraliçeye, asker, şiddete uğramış kadın vs.) dönüşmek için farklı kıyafetler giydiğim fotoğrafımı sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
35	Eğlenmek, hatıra biriktirmek, destek olmak, eleştiride bulunmak için başka birisine (kral, kraliçeye, asker, şiddete uğramış kadın vs.) dönüşmek için farklı kıyafetler giydiğim videomu sosyal medyada paylaşırım.	①	②	③	④	⑤
36	Sosyal medyada paylaştığım giyim tarzım normal hayattakinden daha özgür, daha renkli, daha farklı veya daha eğlencelidir.	①	②	③	④	⑤

BÖLÜM II. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

37. İnterneti günde ortalama kaç saat kullanıyorsunuz?
1. 1 saatten az 2. 1-3 saat 3. 4-6 saat 4. 7-9 saat 5. 9 saatten fazla

38. İnternete cep telefonundan bağlanıyor musunuz?
1. Evet 2. Hayır

39. İnterneti **en çok** hangi amaç için kullanıyorsunuz? (Sadece bir şık işaretleyiniz)
1. Sosyal paylaşım ağlarına (Facebook, Instagram vb.) girmek
2. Araştırma yapmak ve bilgi edinmek
3. İnternette gezinmek
4. Oyun oynamak
5. Diğer (ise belirtiniz……..)

40. Hangi sosyal paylaşım ağını aktif olarak kullanıyorsunuz?
1. Instagram 2. Twitter (X) 3. YouTube 4. TikTok 5. Facebook

41. Sosyal paylaşım ağlarına (Instagram, Twitter, Youtube, Tiktok vb.) haftada kaç gün giriyorsunuz?

1. 1 gün 2. 2-3 gün 3. 4 gün 4. 5-6 gün 5. Her gün

42. Sosyal paylaşım ağlarını günde ortalama kaç saat kullanıyorsunuz?

1. 1 saatten az 2. 1-3 saat 3. 4-6 saat 4. 7-9 saat 5. 9 saatten fazla

43. Sosyal paylaşım ağlarını **en çok** hangi amaç için kullanıyorsunuz? (Sadece bir şık işaretleyiniz)

1. Fotoğraf, video ve yazı paylaşmak
2. Arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek
3. Gündemi takip etmek
4. Arkadaşlarımla iletişim kurmak
5. Vakit geçirmek

BÖLÜM III. Demografik Özellikler

44. Cinsiyetiniz

1. Kadın 2. Erkek

45. Yaş Aralığınız

1. 18-22
2. 23-26
3. 27-30
4. 31-34
5. 35-38
6. 39-42
7. 43-46
8. 47-50
9. 51 ve üzeri

46. Eğitim durumunuz (Mezuniyet durumunuz)

1. Okur yazar 2. İlkokul 3. Ortaokul 4. Lise 5. Üniversite

6. Lisansüstü (Yüksek Lisans-Doktora)

47. Hayatınızı büyük oranda hangi yerleşim yerinde geçirdiniz

1. Kırsal yerleşim 2. Kentsel yerleşim

48. Yaşadığınız şehri belirtiniz. (……)

49. Mesleğiniz nedir?

1. Ücretli, maaşlı olarak çalışıyorum.
2. Kendi hesabıma çalışıyorum, serbest meslek sahibiyim
3. Geçmişte çalışıyordum, şimdi emekliyim.
4. Geçmişte çalışıyordum, şimdi çalışmıyorum.
5. Ev kadınıyım.
6. İşverenim
7. Öğrenciyim
8. İş göremez (Engelli birey)

9. İşsizim

50. Aylık toplam bireysel gelir aralığınız nedir? (Kira, burs, maaş vb. dâhil)

1- 4.000 TL ve altı (Öğrenci v.b.) 2- 4.001 TL - 8.500 TL arası 3- 8.501 TL - 12.000 TL arası

4- 12.001 TL - 18.000 TL arası 5- 18.001 TL üzeri

EK-2

ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ (AYBÜ)
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
PROJE ONAY BELGESİ

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Rektörlük Merkezi akademisyenlerinden Mustafa BÖYÜK'ün Dijital Karnaval Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarında Mahremiyet Algısı adlı araştırması değerlendirilmiştir.*(Bu kısım başvuru sahibi tarafından doldurulmalıdır)*

Proje etik açısından uygun bulunmuştur. [X]

Proje etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir. [ ]

Proje etik açısından uygun bulunmamıştır. [ ]

AYBÜ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU KARARI (Etik Kurul tarafından doldurulacaktır)	
Araştırma kodu (Yıl – Araştırma sıra no)	2023 - 57
Başvuru formunun Etik Kurula ulaştığı tarih	10.03.2023
Etik Kurul Karar toplantı tarihi ve karar no	15.03.2023 / 03 - 57
Yer	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Esenboğa Külliyesi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.

KURUL BAŞKANI VE ÜYELER:

		İMZA
Prof. Dr. Hakkı ODABAŞ	Başkan	
Prof. Dr. Musa ÖZTÜRK	Üye	
Doç. Dr. Ömer ASLAN	Üye	
Doç. Dr. Özge GÖKBULUT ÖZDEMİR	Üye	
Doç. Dr. Ali POLAT	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi Nur Betül ATAKUL	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi Recep YORULMAZ	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi Semih CEYHAN	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi Keziban Büşra KAYNAK EKİCİ	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi Gülay YAZICI	Üye	
Öğr. Gör. Dr. İrem ŞENGÜL	Üye	

14

ÖZGEÇMİŞ

Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik bölümünden dereceyle mezun oldu. 2017 yılında Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda başladığı yüksek lisans eğitiminden 2020 yılında mezun oldu. Doktora çalışmalarını İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Anabilim Dalı'nda sosyal medya ve dijital mahremiyet konusunda tamamladı. 2015 yılındaki TRT Geleceğin İletişimcileri Yarışmasında Sosyal Medya Projesi Birinciliği, 2016 Altın Pusula Ödüllerinde Sosyal Sorumluluk Projesi Birinciliği ve 2018 yılındaki Aydın Doğan Genç İletişimciler Yarışmasında Sosyal Sorumluluk Projesi Ödülü başarılarından bazıları. 2018 yılında TRT Haber Dijital kurucu ekibinde sosyal medya ekip lideri olarak dijital stratejileri oluşturdu ve sistemsel çalışmaları 2021'e kadar yürüttü. 2019-2020 arası TRT Spor Dijital'in kuruluş çalışmalarına destek vererek sistemsel çalışmalar yürüttü. 2020-2021 arası TRT Haber Dijital ekibinin yönetim ekibinde yayın planlama editörü olarak çalıştı. 2021 yılında Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'ne Öğretim Görevlisi olarak atandı. "Dijital Kolonyalizm Habercilik ve Sosyal Medya" isimli kitabın yazarıdır. Böyük'ün dijital medya, dijital kolonyalizm, dijital diplomasi, mahremiyet habercilik ve siyasal ve kurumsal sosyal medya konuları ilgi alanları arasında yer almaktadır.