



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**DİSİPLİNLERARASI MEDYA VE KÜLTÜREL
ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI**

**KUŞAKLAR ARASI DİJİTAL MAHREMİYET ALGISININ
DÖNÜŞÜMÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KÜBRA CANBOLAT

Tez Danışmanı

Doç. Dr. SERHAT ÇOBAN

ÇANAKKALE – 2022



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

DİSİPLİNLERARASI MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM
DALI

KUŞAKLAR ARASI DİJİTAL MAHREMİYET ALGISININ DÖNÜŞÜMÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KÜBRA CANBOLAT

Tez Danışmanı
SERHAT ÇOBAN

ÇANAKKALE – 2022



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Kübra CANBOLAT tarafından Doç. Dr. Serhat ÇOBAN yönetiminde hazırlanan ve/2022 tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “**Kuşaklar Arası Dijital Mahremiyet Algının Dönüşümü**” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Doç. Dr. Serhat ÇOBAN
(Danışman)

Doç. Dr. İsim SOYİSMİ

Dr. Öğr. Üyesi İsim SOYİSMİ

.....

.....

.....

Tez No :

Tez Savunma Tarihi :/20..

.....
İSİM SOYİSMİ

Enstitü Müdürü

..../20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir ve aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

(İmza)

Kübra CANBOLAT

(Tarih) .././20..

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim boyunca tüm bilgi birikimini büyük bir sabır ve özveri ile birlikte benimle paylaşan değerli danışman hocam Doç. Dr. Serhat Çoban'a, zorlu ve uzun bu yolda maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen canım annem ve canım babama, tüm aile fertlerime, şefkat ve sabırla yanımda olan manevi ablam Esra'ya, usanmadan benim için gönüllü motivasyon koçluğu yapan canım dostum Cansu'ya, Hangüller ve Çubukçulara, bu süreçte desteğini hissettiren ve bana benden daha fazla inanan tüm arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Kübra CANBOLAT

ÇANAKKALE, Aralık 2022

ÖZET

KUŞAKLAR ARASI DİJİTAL MAHREMİYET ALGISININ DÖNÜŞÜMÜ

Kübra CANBOLAT

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Disiplinlerarası Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç. Dr. Serhat ÇOBAN

15/08/2022, 106

Modern insanın dijital dünya ile kurduğu bağ dijital dünyayı gerçek yaşamın bir yansıması haline getirmiştir. Mevcut kültürel yapıyı dönüştüren ilkel dijital insan mevcut kültürel olguları dijital dünyanın pratiklerine uygun bir formda dönüştürmeye başlamıştır. Mahremiyet kavramı da bu olgulardan birisidir. Süreç içerisinde tanıklık edilen bu çatışmanın dijital dünyada nasıl bir konuma getirildiği tartışılacaktır. Tarih boyunca varlığını sürdüren ‘mahremiyet’ kavramının dönüşümü çerçevesinde geleceğe dair öngörüler sunmayı hedeflemekte olan bu çalışmanın ana değişkeni kuşaklardır. Yapılacak olan araştırma dijital yaşamda kuşaklar arasındaki tutum, değer ve yargı kalıplarının yarattığı çatışmaları çözümlenebilmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada kişinin yaşam gizliliğini ifade eden birçok kavramın dijital ortamda varlığını sürdüremediği ve dönüşmeye başladığı varsayılmaktadır. Özellikle yeni kuşakların bu keskin dönüşümü daha fazla benimsedikleri savunulmaktadır. Çalışmanın varsayımını teyit etmek için sosyal medya kullanıcılarının online davranış pratiklerine yönelik veri toplamak için Uma Sekaran’ın metodolojisi doğrultusunda online anket çalışması yapılmıştır. Çalışmanın örneklemini Türkiye’de sosyal medya kullanıcısı olan X, Y, Z kuşakları oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Mahremiyet, Dijital Yaşam, Modern İnsan, Dönüşüm

ABSTRACT

A CRITICAL RESEARCH ON THE REPRESENTATION OF PERSONS WITH DISABILITIES IN THE MEDIA

Kübra CANBOLAT

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Interdisciplinary Master of Science Thesis in Media and Cultural Studies

Supervisor: Assoc.Prof. Serhat Çoban

15/08/2022, 106

The connection of modern people with the digital world has made the digital world a reflection of real life. Primitive digital people, who transformed the existing cultural structure, started to transform the existing cultural phenomena in a form suitable for the practices of the digital world. The concept of privacy is also one of these phenomena.) It will be discussed how this conflict, witnessed in the process, has been brought to a position in the digital world. The main variable of this study, which aims to provide predictions about the future within the framework of the transformation of the concept of "privacy", which has existed throughout history, is generations. The purpose of this research is to resolve the conflicts created by attitudes, values and judgment patterns between generations in digital life. In this study, it is assumed that many concepts expressing the privacy of one's life cannot survive in the digital environment and begin to transform. It is argued that especially the new generations adopt this sharp transformation more. In order to confirm the hypothesis of the study, an online survey study was conducted in line with the methodology of Uma Sekaran to collect data on the online behavior practices of social media users. The sample of the study consists of X, Y, Z generations who are social media users in Turkey.

Keywords: Culture, Privacy, Digital Life, Modern Human, Transformation

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR	xii

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. Kuşak.....	3
1.1.1. Baby Boomers.....	6
1.1.2. X Kuşağı.....	8
1.1.3. Y Kuşağı.....	10
1.1.4. Z Kuşağı.....	11
1.2. Dijital Kültür.....	13
1.2.1. İnternet 2.0.....	14
1.2.2. Dijital Çağın Nesilleri	16

İKİNCİ BÖLÜM

2.1. Mahremiyet Olgusu... ..	19
2.1.1. Mahremiyetin Kültürel Yönü.....	22

2.1.2. Dijital Mahremiyet.....	23
2.2. Kimlik.....	27
2.2.1. Dijital Kimlik	29
2.2.2. Anonimlik	33
2.2.3. Katılımlılık ve Bağlantılılık.....	34
2.2.4 Dijital Yurttaşlık ve Yerliler	37
2.3. Mahremiyetin İhlali ve Tehlikeler	40
2.3.1. Kimlik Hırsızlığı.....	43
2.3.3. Gözetim.....	45
2.3.2. Kişisel Bilginin Korunması.....	48

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Bulgular.....	52
3.1.1. Bulguların Analizi.....	65

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ

KAYNAKÇA	88
ÖZGEÇMİŞ.....	I

SİMGELER VE KISALTMALAR

TDK	Türk Dil Kurumu
BTK	Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu



TABLULAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Basıklık ve Çarpıklık Değerleri İle Güvenirlik Katsayısı	53
Tablo 2	Demografik Değişkenlere Göre Dağılım	53
Tablo 3	Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Algısına Göre Dağılım	55
Tablo 4	Ölçek Puanının Betimsel İstatistikleri	60
Tablo 5	Ölçek Puanlarının Cinsiyet Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	61
Tablo 6	Ölçek Puanlarının Yaş Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	63
Tablo 7	Ölçek Puanlarının Eğitim Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	63

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1	Cinsiyet Dağılımı	66
Şekil 2	Yaş Grafiği	66
Şekil 3	Eğitim Grafiği	67
Şekil 4	4. Soru	67
Şekil 5	5. Soru	68
Şekil 6	6. Soru	69
Şekil 7	7. Soru	70
Şekil 8	8. Soru	71
Şekil 9	9. Soru	72
Şekil 10	10. Soru	73
Şekil 11	11. Soru	74
Şekil 12	12. Soru	75
Şekil 13	13. Soru	76
Şekil 14	14. Soru	77
Şekil 15	15. Soru	78
Şekil 16	16. Soru	79
Şekil 17	17. Soru	80
Şekil 18	18. Soru	81
Şekil 19	19. Soru	82
Şekil 20	20. Soru	83

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Toplumunu toplum yapan kavramları birbirinden ayrı düşünmek imkansızdır. İnsanoğlu doğduğu an kendini aile denilen toplumsal bir yapı içerisinde bulmaktadır. Kendini ve bedenini tanıyan insan, aile ve çevresel faktörlerin de kendisine kattığı değerler ile birlikte kendinden yeni bir ‘ben’ oluşturmaktadır. Yapılan bu değerlendirmeden anlaşılacağı üzere kişiyi tamamen biyolojik yapısı ile tanımlamak yanlış olacaktır.

İnsanoğlu tarih boyunca yaşamın seyrini değiştirebilecek birçok olay veya olguya tanıklık etmiştir. Tanıklık edilen olay ve olguların bütünü kendi toplumunun ve kuşağının kimliğini oluşturmuştur. Her dönemin nesli gelişim ve yenilik arzusu içerisinde. İnsanoğlunun yaşam içerisinde deneyimlediği fiziksel ve zihinsel birikimlerin tümü kültür olgusunu oluşturmuştur. Kültürel kavramlar özellikle geleneksel toplumlarda adeta bir öğreti niteliğindedir.

Toplumun yaşam biçiminin, maddi-manevi değer ve tutumlarının karşılığı olan kültür olgusunun yarattığı kavramların güncelliğini yitirmesi pek mümkün değildir. Geçmiş kuşaklardan yeni kuşaklara bu kemikleşmiş geleneksellikten sıyrılmak bir hayli zordur. Fakat kendi çağının kültürünü tüketen her kuşak kendinden bir önceki veya bir sonraki neslin kültürünü özümsemekte pek başarılı olamamıştır. Yaşamı daha farklı bir bakış açısı ile değerlendiren her kuşak arasında çatışmalar oluşmaya başlamıştır.

İçerisinde bulunulan bilişim ve teknoloji çağında ise modern insanın günlük yaşam pratikleri ile dijital yaşam pratikleri birbiri içerisine entegre olmuş durumdadır. Gerçek yaşamda mevcut tüm değer ve tutumlar her ne kadar güncel tanımını koruyor olsa da zaman ilerledikçe tanımların içi boşaltılmakta ve dönüştürülmektedir. İçerisinde bulunulan bilişim ve teknoloji çağının şartlarına paralel olarak mevcut birçok olgu dönüşüm ve değişim içerisine girmiştir. Konu kapsamında özellikle sosyal medya platformları tüm kuşakları bir araya getirerek bu karma topluluktan sentez bir dijital kültür oluşturmuştur. Sosyal medya platformları kendi kültürü çerçevesinde yeni bir yaşam biçimi ve bu yaşam biçimine uygun online davranış pratikleri oluşturmuştur. Bahsi geçen değişim ve dönüşüm içerisindeki kavramlardan birisi de mahremiyet olgusudur.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte yeni dijital dünyanın oluşumu kuşaklar arasındaki bu çatışmayı giderek daha fazla derinleştirmektedir. Ortak bir zaman diliminde buluşamayan nesillerin çatışması olarak değerlendirilen bu toplumsal gerçeğin kazandığı yeni boyut ile

birlikte analiz edilmesi mevcut durumu farklı bir perspektiften değerlendirmek adına gereklidir.

İnsanoğlunun hikayesinin başladığı andan bu zamana kadar olan süreçte kuşakların gerçek yaşamda mahremiyet olgusuna ilişkin değer ve tutumları çatışmaktadır. Gerçek yaşamın farklı bir formdaki yansıması olan siber yaşam var olan bu gerçek çatışmayı kendi kültürü kapsamında farklı bir boyuta taşımıştır. Gerçek yaşamda var olan ‘‘kişisel gizlilik’’, ‘‘özel yaşam’’ gibi kişinin yaşamının gizliliğini ifade eden birçok kavramın dijital yaşamda varlığını sürdüremediği ve dönüşmeye başladığı varsayılmaktadır. Özellikle eski kuşaklara nazaran yeni kuşakların bu keskin dönüşümü daha fazla benimsedikleri savunulmaktadır.

Bu bağlamda tezin birinci bölümünde araştırmanın temelini oluşturan ‘‘kuşak’’ kavramının tanımı yapılmıştır. Mevcut kuşaklar tanımlanarak araştırmanın kavramsal çerçevesi çizilmiştir. İkinci bölümde mahremiyet ve kimlik kavramlarının dijital ortamda nasıl dönüştüğünün altı çizilerek kavramların klasik tanımlarının teknolojik gelişmeler çerçevesinde nasıl tekrar yapılandığının üzerinde durulmuştur. Yeniden tanımlanan kimlik ve mahremiyet kavramlarının dijital ortamda kişisel gizliliğe yönelik nasıl tehlikeler arz ettiği açıklanmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde kültür kavramında gözlemlenen dönüşümün daha anlaşılır bir hale gelebilmesi için kültür ve teknoloji arasındaki ilişki üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölümde bu çalışma için hazırlanan araştırma anketinin sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiş ve bulgular neticesinde bir sonuca ulaşılmıştır. Kuşakların mahremiyet olgusuna bakış farklılıklarını ve siber yaşamda nasıl bir forma kavuştuğunu tahlil eden olan bu araştırma kuşakların değer, tutum ve yargı kalıplarına dair bakış açılarını çözümlemektedir.

1.1. Kuşak

Toplumda normatif olarak var olan her şey o topluma mensup kuşaklar tarafından yaratılmıştır. İdeal bir toplum insanı olabilmek için var edilmiş bilgiler, politik ve felsefi görüşler, dini tutumlar ve deneyimler mevcuttur. Kişi doğar doğmaz tüm bu değer ve yargılar ona empoze edilmeye çalışılmaktadır. Geçtan bu durumu bir üst sistemler karmaşası olarak nitelendirmiş ve ‘‘geçmişin ipoteğiyle dünyaya geliyoruz’’, cümlesi ile ifade etmiştir (Geçtan, 2020: 25). Tarihsel düzlemde Comte bireyi ve toplumu birbirinden ayırmadan bireyin ancak mevcut toplumsal yapı içerisinde geliştiğini kati olarak savunmaktadır (Harris, 1921: 20). Dinamik bir kavram olan toplum süreklilik kazanmış bir dönüşüm içerisindedir. Bu sebeple toplumlar kendi öğretileri ile ters düşmekte ve kendine oluşturduğu referans

çevresini sarsmaktadır (Geçtan, 2020: 51). Daima bir dönüşüm ve değişim sürecinde olan tüm kavramlar gibi toplumun dönüşümü de olağan bir durumdur. Fakat geçmiş dönemlerde yaşanacak dönüşüm ve değişimin geçiş süreci mevcut şartlar bağlamında günümüzde ki kadar hızlı değildir.

Tarihsel olarak aynı dönemde veya aynı aralıklarda dünyaya gelen, döneminin ideolojik, sosyolojik, dini ve benzeri görüşler çerçevesinde büyümüş, sosyal bir topluluğa dahil olan kişiler "kuşak" kavramı adı altında toplanmaktadır. Fakat kuşak kavramını anlamlandırabilmek için öncelikle kuşakların temelini oluşturan "kohort" kavramının tanımı yapılmalıdır. Latince nizami bir asker sırası anlamına gelen kelimedenden türetilmiştir. Sosyal bilimciler "kohort" kavramını aynı yıl içerisinde doğan insan grubunu tanımlamak için kullanmaktadırlar. "Kohort" sınırlandırılmış bir zaman içerisinde doğan herhangi bir insan topluluğunu ifade etmektedir (Harris, 1921:21).

Olaylar yalnızca bir kohortu ayıracak şekilde meydana geldiğinde gerçek bir kuşaktan söz edilmelidir. (Schuman ve Scott, 1989: 359). Kohort ve kuşak kavramını birbirinden ayıran temel durum budur. Kuşaklar dönemsel farklılıkların sebebiyet verdiği farklı değer ve tutumlara sahiptir. Her dönem kendi kuşağını kendi toplumunu yaratmıştır. Bu farklılar kuşaklar arasında mühim ve derin ayrışmalar oluşturmaktadır.

Yazılı kaynaklar bağlamında kuşak kavramının tarihsel serüveni eski uygarlıklara kadar dayanmaktadır. Bu kadar eski ve köklü bir kavram olan kuşağın karşılığı anne-babanın kendi doğumu ve çocuklarının doğumu arasındaki ortalama zaman aralığıdır. Yapılan bu biyolojik tanım sonucunda görülmektedir ki her bin yıllık döneme ortalama 20-25 yıl aralıklarla farklı bir kuşak düşmektedir (McCrimdile, 2006: 8). Günümüzde yapılan bu biyolojik tanım değişen toplum yapısı ile birlikte geçerliliğini yitirmeye başlamıştır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte kişilerin yaşam biçimlerini, önceliklerini ve arzularını (çalışma pratikleri, kariyer arzusu gibi) büyük ölçüde değiştirmiştir. Bu sebeple McCrimdile'in biyolojik temele dayandırdığı ve kuşak kavramı için belirlediği "20-25" yıllık zaman dilimi esnemeye başlamıştır. Böylelikle kuşak kavramını sosyolojik olarak tanımlayan ifadeler de ortaya çıkmıştır.

Manheim ilk dönemlerde kuşak kavramını sosyolojik temelli bir grup olarak değerlendirmemiştir. Sonrasında var olan somut bilginin ya da fiziksel yakınlığın yitirilmesinin bu grubun varlığını olumsuz olarak etkilemeyeceğini savunmuştur (Manheim, 2009: 165). Kuşak kavramını bireyleri aynı ideolojiler etrafında buluşturan bir bağlam olarak değerlendirmiştir. Bu değerlendirmeye göre Manheim için kuşak kavramı bireyleri kontrol

altında tutan istediği zaman içerisinden çıkıp gidemeyeceği belirli öğretileri olan ve bağıllık psikolojisini yaşayan bir gruptur. Manheim biyolojik kavramları bir kenara bırakarak somut değil fakat sosyolojik anlamda ölçülebilecek soyut bir kavram yaratmıştır. Var olan kemikleşmiş geleneksel tanımları dönüştürmeye çabalamıştır.

En klasik ve genel tanımı ile yaşanan sosyal ve ekonomik olaylar çerçevesinde oluşmuş zaman aralıklarına kuşak denilmektedir. Toplumsal öğretiler ve içinde bulunulan dönemsel özellikler nedeniyle kuşaklar arasında düşünce yapısı, çalışma pratikleri, arzu ve istekler ve benzeri olgular bakımından farklılıklar mevcuttur (Keleş, 2011: 129).

Tarihsel açıdan birey-toplum arasındaki ilişkiyi tanımlayabilmek için insanların en güvenilir gördüğü kavram kuşak kavramıdır (Alwin ve McCammon, 2007: 219). Kuşak toplumsal hareketlerin çözümlemesini yapabilmek için kullanılabilir bir kılavuzdur (Manheim, 2009: 163). Alwin ve McCammon kuşak kavramını ortak bir atadan gelen, doğal soy çizgisindeki ayrı aşamalara atıfta bulunan bir akrabalık terimi olarak tanımlamışlardır (Alwin ve McCammon, 2007: 221). Ryder yapılan akrabalık tanımına katılarak kuşak kavramını genel zamansal bir referans olarak kabul etmektedir. Fakat kültürel bir devrim yaşayan toplumların akrabalık ve yaş faktörü bakımından “kuşağın” toplumsal önemini azalttığını savunmaktadır (Ryder, 1965: 853).

Aynı tarihsel çizgide eşzamanlı olarak meydana gelen olay ve olguları ortak bir kültürel bağlam ile değerlendirmek Manheim için kuşaksal topluluklaşmanın en önemli belirleyicilerindendir (Ulruke, 1).

Sullivan ve arkadaşları (2009: 286), kuşak kavramını;

“Bu alanlarda, belirli devrimci tarihsel olayların, onları birbirine bağlayan ve kritik gelişim yıllarını büyük ölçüde etkileyen, ortak doğum yıllarına sahip bireyler için kristalize edici deneyimler haline geldiği yaygın olarak kabul edilmektedir. Bu ortak olaylar, bir nesli şekillendirir ve bu grup “zamanda birlikte yolculuk ederken” üyelerin tutum ve davranışlarını etkiler. Ayrıca doğum yıllarını paylaşan bireyler, birbirleriyle grup içi üyeler olarak özdeşleşirken, grup dışındakiler onları ayrı bir nesil olarak tanır. Böylece, ilgili bir kuşağın bireyleri, yalnızca paylaşılan doğum yıllarıyla değil, aynı zamanda üyelerin gençlerinin özelliklerini kalıcı olarak etkileyen benzersiz sosyal ve tarihsel deneyimleriyle de diğer kuşakların üyelerinden ayırt edilebilir”

şeklinde değerlendirmiştir.

Dünden bugüne kuşaklar farklı tarihsel dönemlerde yaşamlarını sürdürseler de edinilen bilgi ve deneyimle gündelik yaşam pratiklerini bir şekilde birbirlerine aktarırlar.

Aktarımı sağlanabilen sosyal yaşam olguları sayesinde birbirlerine bağılırlar (Joshi ve Franz, 2011: 179). Bireyin yaşam süreci farklı tarihsel dönemlerde olsa bile kuşakları da birbirinden tamamen bağımsız tutmak pek mümkün olmamaktadır. Kültürel aktarım her dönemde devamlılık halindedir.

Kuşak kavramının sosyolojik ve psikolojik bir tarafının olmasının yanı sıra teknolojik bir kavram olduğunun da altı çizilmelidir (Twenge ve Campbell, 2008: 873). İçinde bulunulan dönemde iletişim teknolojileri oldukça etkilidir. Nasıl ki her dönem kendi kültürünü oluşturuyorsa iletişim teknolojileri de kendi kültürünü oluşturmuştur. Yeni dijital kültür beraberinde “dijital kuşak” kavramını da getirecektir.

Küreselleşme sanayi devrimi ile birlikte gelişen modernleşmenin bir sonucudur. Gelişen iletişim teknolojilerinin tüketimi de küresel bir boyut kazanmıştır. İletişim teknolojileri mevcut sınırlarını aşarak teknolojik tüketim kültürünü ortak bir paydada birleştirmiştir. Bugünün ve yarının kuşakları küreselleşmeye bağılı olarak aynı olay ve olgular çerçevesinde şekillenmektedir (McCrindle, 2011: 2). Ortaya internet teknolojilerini benzer şekillerde kullanan, içerisindeki içerikten aynı oranda etkilenen yeni küresel bir kuşak çıkmıştır.

Kültürü oluşturma-aktarma şekli ve gündelik hayatta kullanılan araçlar kuşak tanımlamalarında etkin rol oynamaktadır.

1946-1964 doğumlular (bebek patlaması kuşağı) radyo; 1965- 1979 doğumlular (X kuşağı), merdaneli çamaşır makinesi, bandlı teyp ve pikap, kişisel bilgisayar, e-mail, SMS; 1980- 1999 doğumlular (Y kuşağı) tablet, akıllı telefon, sosyal medya; 2000- 2012 (Z Kuşağı) doğumlular Google gözlük, 3D yazıcı, şoförsüz araba, giyilebilir teknolojiler; 2012- (Alfa kuşağı) robot, hologram, artırılmış gerçeklik ve nesnelerin interneti kuşakları olarak tanımlanmaktadır (Özdemir, 2019: 129).

Netice itibariyle teknoloji, kuşak kavramının etkin tanımlayıcısı yaşanan kültürel ritimdeki değişimin bir parçasıdır. Bugünün yüzyılında kuşaklar “geleneksel (sessiz) kuşak, bebek patlaması kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı, Z kuşağı” olarak sınıflandırılmaktadır.

1.1.1 Baby Boomers

Mevcut kuşak piramidinin en alt basamağında Baby Boomers olarak adlandırılan kuşak vardır. Boomerslar 1946-1964 yıllarında dünyaya gelen kişileri kapsamaktadır. Dünya savaşlarının yaşandığı bir yıkım sürecine tanıklık eden bu kuşak talihsiz bir zaman diliminin içerisine doğmuştur. Savaş ile birlikte yaşam içerisindeki konfor alanının alt üst edilmesi bu kuşağı iyi bir yeni dünya düzeni kurmak için çok çalışma psikolojisine itmiştir. Bu kuşak

sorumluluk, disiplin, ilke ve prensiplerin temsilcisi olmuştur. Yaşamları boyunca yerle bir edilen dünyayı tekrar yaşanılabilir bir hale getirmek için çabalamışlardır.

Sylvia Porter 1951' yılında yazdığı bir makalede, '*Dünya savaşı sonrasında yıllık doğum oranındaki kontrolsüz artışa "1950'de doğan 3.548.000 bebeği alın. Onları bir grup halinde toplayın, Amerika olan bereketli toprakların her yerine sektirin. Siz ne alırsınız? Boom. Tarihte bilinen en büyük patlama patlaması"* sözleriyle atıfta bulunmuştur (Meyers vd., 2011: 3). Baby boomers kuşağı ismini bu kontrolsüz ani doğum artışından almaktadır. Porter'ın 1950 yılında atıfta bulunduğu doğan bebekler Baby Boomers kuşağıdır.

Genceralli Boomers'ı hak, hukuk ve adalet kavramlarının sorgulandığı, feminizm gibi yeni ideolojik görüşlerin ortaya çıktığı 1960 kuşağı olarak tanımlanmasının yanı sıra 1960 kuşağının dönemsel hareketlerini kültürel bir hale getiren ve getirmeye devam eden bir kuşak olarak tanımlamıştır (Gencarelli, 2014: 9-10). Boomers'lar tarihte devrimci kuşak olarak da bilinmektedir.

Edmunds ve Turner boomerlerin "estetik, kültürel ve cinsel açıdan stratejik bir nesil" olduğunu öne sürmüşlerdir (Edmunds ve Turner, 2005: 31). Modern yaşam seyrinin tabularını yıkan Baby Boomers'lar, bireylerin toplumsal normlar çerçevesinde yapılandırılmış yaşamlarını tarihsel, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan bireylerin yaşamdan beklentilerini tekrar şekillendirmişlerdir. Baby boomers kuşağı kazanç ve üretim-tüketim döngüsü bakımından kendinden önceki kuşaktan daha kaliteli bir yaşam sürdüren ve bunun bilincinde olan bir kuşaktır (Roberts, 2012: 479). Boomerslar yaşam süreçlerinde üretim-tüketim ve kazanç bağlamında orantısız bir pay biriktirmiştir (Mckay, 2011: 635). Buna sebep olarak savaş psikolojisinin getirisi olan çok çalışma ve çok çabalama azmini göstermek mümkündür.

Tüketim kavramının dönüşmeye ve yükselişe geçtiği 1950-1960 yılları arasında bu dönemin kuşağı olan Boomerslar tüketim toplumunun sağladığı tüm faydalardan yararlanmaya çabalamışlardır. Engel teşkil eden bir sağlık probleminin olmaması halinde bol seyahat etmeye, arda kalan zamanlarda farklı aktiviteler yapmaya uğraşmışlardır (Ogg ve Bonvalet, 2011: 2). Yaşam amaçlarını zenginlik, sağlık ve daha uzun bir hayat üzerine kurmuşlardır. Bağımsız, anlayışlı fakat kaygısız olmaya odaklanarak kendi kişisel tatminlerini ve arzularını ön planda tutmuşlardır. Refah içerisinde yaşayabilmek için ücretsiz sağlık ilkelerini savunarak destek ve güvenlik arayışı içerisine girmişlerdir. Kendilerini

maddi olarak güvende hissettikleri zaman daha kolay ve esnek bir yaşam süreci deneyimleyebileceklerini savunmuşlardır. Maddi gücü zorlu yaşam koşulları için bir siper olarak görmüşlerdir. Manipülasyona, haksızlığa ve adaletsizliğe karşı durmuşlardır (Harkin, 2004: 13).

Baby Boomers kuşağının hep endişe içerisinde yaşamını koruma içgüdüsi ile hareket etmeye çalışma sebebinin dönemin zorlu koşulları olduğunu söylemek mümkündür. Kötü hayat şartlar Boomersların en temel korkusudur. Bu sebeple hayat serüvenlerini daha iyi yaşam koşullarıyla tamamlama gayreti içerisinde girmişlerdir. Gündelik yaşam pratiklerini de bu korku dürtüleri şekillendirmiştir.

1.1.2. X Kuşağı

X “ex olmak” eyleminden türemiştir. Nüfus artışının yavaşladığı “kayıp kuşak” olarak adlandırılan bu kuşağın 1965-1979 yıllarında doğan Baby Boomers kuşağının bebekleri olduğu düşünülmektedir (Kyles, 2005: 54). Petrol krizlerinin patlak verdiği, ekonomik sıkıntıların yükseldiği ve ideolojik çatışmaların yaşandığı bir dönem içerisinde şekillenen bu kuşağın en belirgin özelliği rekabetçi bir tutum içerisinde oluşudur. Birçoğu Baby Boomers kuşağı tarafından dünyaya getirilen bu kuşak Boomersların aksine daha realist, kanaatkar, akıllı ve çalışkan bir kuşaktır (Topçuoğlu, 2007: 9). Toplumda sorunlara karşı duyarlı, mücadele ruhu yüksek, idealist ve sadıktılar. Hızlı teknolojik gelişmelerin yaşandığı bir dönemde doğdukları için teknolojiyi mecburi olarak kullanmışlardır. Hatta bu kuşak marka bilincine varıp onu arzulayan ilk kuşaktır (Tekin ve Akgemci, 2016: 25). Teknolojik devrimin içine doğan X Kuşağı çalışma alanında yönetici pozisyonuna gelmiştir. İş alanındaki bu yükseliş köklü değişimler yaratmıştır (Yelkikalan ve Altın, 2010: 15). Bir geçiş kuşağı olan X kuşağı teknolojik araçların birçoğunu kendisi geliştirmiştir. Fakat bu deneyime rağmen teknolojinin kullanımı bağlamında kendini Y Kuşağı kadar geliştirememiştir. Baby Boomers ve Y Kuşağının popülasyonu, X Kuşağından fazladır. X Kuşağı bu sebeple hep diğer iki kuşak arasında kalmıştır (Toruntay, 2011: 74-75).

Mevcut yaşam kalıplarından bir hayli uzak olan X Kuşağı mensup olduğu toplum ile daima bir zıtlık içerisinde. Farklı sanat anlayışları, sert ideolojik ifadeleri, alışılmadık dışındaki kıyafet seçimleri, bahsedilen zıtlık duruma birer örnektir. Mülk sahibi olma isteği, buna bağlı kaygı durumu, mevki arzusu, maddiyat ve sosyalleşme X Kuşağını diğer kuşaklardan farklılaştıran temel faktörlerdendir (Coupland, 1989: 83). Toplumsal duyarlılığı

yüksek, otorite karşısında saygılı, iş bağlamın motivasyonu yüksek ve çalışma ahlakı gelişmiş bir kuşaktır (Mercan, 2016: 62).

21. yüzyılda hayatta kalabilmeyi sağlayacak gerekli en temel becerilerden birisi bireyin bilgi ve teknoloji alanında kendini geliştirebilmesidir. X Kuşağı bu temel beceriyi kazanabilmek için döneminin olanaklarından faydalanmıştır. Toplumun ve dünya düzenin giderek daha tehlikeli bir hal aldığı dönemde X Kuşağı önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü bu kuşak bilgiyi doğru işlemeyi ve doğru iletişim kurabilmeyi öğrenmiştir. X Kuşağı bu iki beceri sayesinde mevcut veya yaşanabilecek sorunlarla yüzleşip bu sorunlara uygun bir çözüm arama yetisine sahiptir. Bu kuşak içerisinde dahil olan herkes ekonomik bir güvence edinebilmek için kurumlara güvenmemektedir. X Kuşağı yapılacak olan her şeyin bireyin kendisi tarafından yapılmasının gerekliliğini savunmaktadır (Tulgan, 2001: 2).

X Kuşağı barış yanlısı, bilgi ve birikime değer veren, çözüm odaklı, teknoloji ve televizyon ile tanışmış, aykırı giyimli, aykırı görünümlü, aidiyet kavramına bağlı, sosyal becerileri gelişmiş, otoriter ve lider vasfa sahip bireylerden oluşmaktadır. Bu bireyler değişim ve dönüşüme açık, vizyonu geniş, teknolojik gelişmeleri takip eden ve öğrenmek için çabalayan, dijital oyunlar oynayan, video klipler seyreden, wolkman dinleyen aktif bilgisayar kullanıcısı kimselerdir (Özdemir, 2019: 134-135). X kuşağı radyo, pikap, teyp, çamaşır makinesi gibi dönemin teknolojik aletleri sayılan şeylerle tanışan ilk kuşaktır (Fettahloğlu ve Sünbül, 2015: 263). Bu kuşak farklı coğrafyalarda yaşayan fakat benzer nitelikleri taşıyan ilk küresel kuşaktır (Tuncer ve Tuncer, 2016: 215).

Kuligowski (2020), X Kuşağını;

“X Kuşağı üyeleri, iş-yaşam dengesine yüksek değer veriyor; Birçok X Kuşağı, çalışma programları belirlemiştir; zamanlarını dikkatli bir şekilde yönetirler, ancak programlarını ailelerine, tutkularına ve diğer ilgi alanlarına göre tasarlarlar. Bin yıllık haleflerine çok benzeyen X Kuşağı, “sıkı çalış, sıkı oyna” zihniyetine sahip esnek, resmi olmayan bir çalışma ortamında iyi çalışır. Çeşitliliğe, yaratıcı düşünceye değer verirler ve işte eğlenirler. X Kuşağı çok esnek, uyarlanabilir ve değişime açık olma eğilimindedir, bu da onları çalkantılı zamanlarda değerli çalışanlar haline getirir. Y kuşağı ve Z kuşağı gibi teknoloji yerlileri olmasalar da X kuşağı, masaüstü bilgisayarların, cep telefonlarının, sosyal medyanın ve internetin ortaya çıkışına tanıklık ederek analogdan dijital teknolojiye geçişin ön saflarında yer aldı. Son derece uyarlanabilirler ve yeni teknolojileri hızla öğreniyorlar. Belki de büyük ölçüde teknolojiden uzak çocukluklarından dolayı, X Kuşağı, işte güçlü kişiler arası ilişkiler kuran mükemmel takım oyuncularını ve işbirlikçilerdir. Ekip üyeleriyle güçlü bağlar kurarlar ve bir grubun parçası olarak zorlukların üstesinden hızla gelebilirler”

şeklinde özetlemektedir.

X Kuşağı, Baby Boomers kuşağının toplumda oluşturdukları tüm değişimleri tecrübe etmiştir. Fakat bu kuşak diğerinden farklı olarak kişiliğini gelişen iletişim teknolojileri çerçevesinde şekillendirmiştir. Müşterek tecrübelerinin tümü teknolojik bağlamda gerçekleşmiştir.

1.1.3. Y Kuşağı

Geleneksel ve modern kültürün sentezi olan postmodern kültürün ilk kuşağı Y Kuşağıdır. Y Kuşağı Milenyum Kuşağı olarak da bilinmektedir. Postmodern kimliğin çıkış noktası ‘‘her şey mübahdır’’ yaklaşımıdır. Postmodern kimlik bağlamında değerlendirildiği zaman Y Kuşağı için hem geleneksel hem de modern kültürü benimsemiştir demek mümkündür (Mercan, 2016: 68). Karşılığı neden olan ‘why’ kelimesinden gelen ‘‘Y’’ harfi, ‘‘Neden Kuşağı’’ olarak da bilinmektedir (Altuntuğ, 2012: 206).

Milenyum Kuşağı 1980-1996 yılları arasında doğan kişileri kapsamaktadır. Bukişiler şu an ki mevcut nüfusun %16sından fazlasını oluşturmaktadır. Bu kuşağa mensup kişiler eğitilmiş, çalışma hayatında var olan, idari deneyime sahip ve iş veren durumundadırlar. Y Kuşağı Z Kuşağına nazaran daha sağlıklı maddi koşullara sahiptir. Bu sebeple bu kuşağın bireyler dünya genelinde meydana gelen terör olaylarından ve ekonomikkrizlerden çok fazla etkilenmemişlerdir. Y Kuşağı teknolojik gelişmelerin takibi bağlamında,Z Kuşağından daha şanslıdır. Bu gelişim sürecini çok daha yakından takip etme şansına sahip olmuşlardır. Aldıkları eğitimi sahip oldukları teknolojik yetkinlik ile sentezleyerek bilgi birikimlerini en verimli şekilde kullanmayı başarmışlardır (Seymen, 2017: 469-470).

Bilgi çağı olarak adlandırılan dönemin şekillendirdiği Y Kuşağı sadakat duygusundan uzak, daha bireysel, anlık zevklerin peşinde olan, etik kavramına önem veren kişilerden oluşmaktadır. Bu şekilde hem kendi kimliğini korumakta hem de yeni dönemin mottosu kabul edilen bu değerlerle kendi kimliğini harmanlamaktadır (Altuntuğ, 2012: 204). Y Kuşağı mevcut otoriteyi zor kabullenebilen, özgürlüğüne önem veren, birey odaklı fakat iyimser kimselerdir. Bu kimseler teknoloji ile birlikte var olup büyümektedir. İlgi ve alakayı seven, kendisi için ideallerini iyi belirleyen, hayattan yüksek beklentileri olan, ileri görüşlülüğü yüksek, adaptasyon sürecini iyi kontrol edebilen, multitask, azimli ve hırslı, sorgulamayı ve tartışmayı seven, özgüven sahibi ve alanında yetkin kişilerdir. Unvanlar Y Kuşağı için önemlidir (Mercan, 2016: 62-63).

Pratik ve çözüm odaklı olan Y kuşağı yüksek çalışma motivasyonuna sahiptir. Buldukları ortam neresi olursa olsun mevcut işlerini yapabilmek için kendilerine uygun çalışma alanı oluşturmaya çalışırlar. Y Kuşağına dahil olan kişilerin çalışma hayatındaki hedefleri yaptıkları her işi en doğru ve güzel şekilde sonlandırabilmektir (Seymen, 2017:470). Y Kuşağının kadınları da aktif olarak iş gücüne katılım sağlamışlardır ve sağlamaya devam etmektedirler. İyi bir yaşam standardına sahip olabilmek adına temel hedef olarak para kazanmaya odaklanmış, daha çok çalışıp daha çok kazanabilmek için daha az çocuk sahibi olmuşlardır. Çalışma pratikleri ‘yaşamak için çalışmak’ mottosu çerçevesinde şekillenmiştir (Mengi, 2009: 14).

İletişim teknolojilerini büyük bir yetkinlikle kullanabilen Y Kuşağı geliştirilmiş tüm dijital uygulamalar ve uygulamalara hakimdirler (Seymen, 2017:471). Teknoloji yaşamlarında birçok şeyin ana değişkenidir. Fazla benmerkezci olan bu kişiler çalışmayı sevmezler fakat kazanmayı arzularlar. Mevcut otoriteye karşı uysal değil saldırgan bir tavır takınmaktadırlar. Kanaatkar değildirler. Hayattan beklentilerini elde etmek adına çabalamak istemezler. Kitlelere hitap eden şeyleri değil kişi için biricik olan şeyleri severler. Hayalperest değil radikal bir tutum içindedirler (Mengi, 2009: 14). Profesyonel çalışma hayatında hevesi ve yaratıcılığıyla var olan Y kuşağı bireyi iş ortamına kolay adaptasyon sağlayarak, kendini kanıtlamak için çabalamaktadır. Çoklu görev bilincine sahip birey birçok çalışmayı aynı anda yürütebilmektedir (Toruntay, 2011: 80-81).

Teknolojik gelişmeler dahilinde büyüyüp gelişen Y Kuşağı için yüzde 97’sinin bir cep telefonuna sahip olduğu en az yüzde 20’sinin sosyal paylaşım sitesi YouTube’u her gün ziyaret ettiği söylenilmektedir (Konakay vd., 2015: 2016). Y Kuşağı İnternet teknolojisine çabuk adapte olarak yeteneklerini kolaylıkla sergileyebilmektedir (Boztunç, 2014:33).

1.1.4. Z Kuşağı

2000 ve sonrasında doğan kişiler Z Kuşağı olarak adlandırılmaktadır. Teknoloji ile iç içe olmasından kaynaklı Instant Online, İnternet Kuşağı olarak da bilinen Z Kuşağı bireyciliğe ve bireysel yaşama odaklıdır. Bu nedenle ‘The New Silent Generation (Yeni Sessiz Kuşak)’ şeklinde de bilinmektedir (Strauss ve Howe, 1999: 335).

Dijital çağın ve iletişim teknolojilerinin içerisine doğan Z Kuşağı İnternet teknolojilerinin kullanımı konusunda, Y Kuşağı’ndan daha donanımlıdır. Geleneksel okuma-öğrenme ve iletişim metotlarını değil dijital olanı benimsemiştir. Sosyalleşmeye

uzak ve bireysel yaşamı tercih eden Z Kuşağı teknolojik araçlar olmayan bir hayatı düşünmemektir (Mercan, 2016: 65).

Teknolojiyi gündelik yaşamlarının her köşesine yerleştiren Z Kuşağı bir milyondan fazla uygulamanın olduğu ve her geçen gün sayıca daha çok arttığı bir dünya içerisinde büyümektedirler (McCrindle ve Wolfinger, 2011: 15-16). Teknolojik iletişim araçlarına gösterdikleri ilgi sebebiyle iGeneration olarak da bilinmektedirler (Waldron, 2012: 2).

Z Kuşağı ekonomik olarak en rahat, teknolojiye doymuş, küreselleşmiş eğitim seviyesi yüksek bir kuşaktır. Gelişim evrelerinin 21. Yüzyıla denk gelmesi bu kuşağın bireylerine olumlu olarak benzersiz bir bakış açısı kazandırmıştır. Z kuşağı küresel bir boyut kazanan ilk kuşaktır. Dinlenen müzikler, seyredilen filmler, sevilen yiyecekler, popüler markalar, eğlence anlayışı, popüler trendler, videolar ve memler bu kuşak ile birlikte hiç olmadığı kadar küresel bir boyut kazanmıştır (McCrindle ve Wolfinger, 2011: 16). Z Kuşağının küresel bir boyut kazanmasında aldıkları iyi eğitiminde önemli bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Aldıkları iyi eğitim Z Kuşağı bireylerinin kendilerini ifade edebilme adına destekleyerek, daha sosyal ve iletişime açık olmalarını sağlamıştır. İletişim teknolojilerini etkili kullanabiliyor olmaları ise internet sayesinde coğrafi sınırların kalkmasına yardımcı olmuştur (Toruntay, 2011: 83).

Z Kuşağı oluşumunda; kablosuz alem insanı, aktif, katılımcı, faydacı, deneyim ve pratik odaklı, çözüm odaklı, tartışmacı, dijital oyun tutkunu, inovatif, tüketen, bireyci, analitik, kabiliyetli, hızlı adaptasyon sağlayan, teknoloji tutkunu, zihinsel gelişmesi hızlı, daima çevrimiçi, faydacı, zeki, öğrenmeye açık, sürekli gelişen, kazanç ve tatmin odaklı, popüler olanı takip eden, özetlemeler ve kısaltmalar çağında yaşayan” gibi özellikleri barındırmaktadır (Özdemir, 2019: 136).

Z Kuşağı çocukları için uzaklık kavramının bir anlamı yoktur. Teknolojinin sağladığı imkanlar dahilinde kolay iletişim ve kolay ulaşım sayesinde uzaklar yakın olmuştur. Kişiler birbirine belirli bir fiziksel mesafede olsa bile iletişim teknolojileri sayesinde, sözel, görsel veya işitsel bir bağlantı kurmak mümkündür (Toruntay, 2011: 81-82). Teknoloji ile bu kadar iç içe olan bir kuşak için geleneksel tanımların dönüşmesi olağandır. Yapılan bu çalışmanın konusu kapsamında bakıldığında Z Kuşağının mevcut mahremiyet ve kişisel veri gizliliğini pek önemsemediklerini söylemek mümkündür. Uçkan bu durumu;

“Z Kuşığı bireyi genç, hem de çok genç. Çünkü artık çocuklar da “tüketici grubu”. Yani 10 ila 20 yaş arası bir segmentten söz ediyoruz. Medya yoğun bir çevrede yaşıyor. Ekran bağımlısı (cep telefonu ekranı, bilgisayar ekranı, hatta demode olsa da TV ekranı -ya da plazma veya LCD ve mümkünse HDTV uyumlu- klip izlemek veya konsol oyunu oynamak ve tabii internete de girmek için). Aynı anda birden fazla faaliyette bulunabiliyor (cepten SMS atarken, bilgisayar ekranında hem MSN’de yazışıp hem ödevini (tabii ki Google ve Wikipedia eşliğinde) yapabiliyor, bu arada winamp’ta indirdiği MP3’leri dinliyor, üstüne de gözü TV ekranındaki kliplere takılıyor). Tükettiği her şeyin hızlı bir şekilde tüketilebilmesi gerekiyor. Çünkü insan algısını dönüştüren enformasyon hızının içine doğmuş. Dolayısıyla her şey bölünüp parçalanıp küçük lokmalar halinde yutulabilmeli (ve dışarı atılabilmeli): tek şarkılar (hatta şarkının bir bölümü), mini videolar, kısa mesajlar, TV dizileri, internet şakaları, dilde kısaltmalar... Bu kuşak “atıştırıyor” ve maymun iştahlı (Uçkan, 2007).”

şeklinde ifade etmektedir.

Z Kuşığı mevcut her duruma karşı bireyselleşmeyi esas almıştır. Kendi arzu ve isteklerinin şekillendirdiği bir tüketime yönelerek kendisi için bir profil şekillendirmiştir. Diğer kuşaklara nazaran her bakımdan daha donanımlı olan bu bireyler istediği her şeye anında sahip olabilmeyi ve onu tüketebilmeyi istemektedirler. Sonrasında ise yeni tüketim deneyimlerine yönelmek istemektedirler.

1.2. Dijital Kültür

Kültür kavramı belirli bir insan topluluğunun değer yargıları, ideolojileri ve davranış biçimleri çevresinde şekillenen sosyolojik bir tanımdır (Bilgin, 2003: 213). Tarihsel bir çizgide, maddi ve manevi olarak yaşamı oluşturabilmek için yapılan davranış rutinlerinin tamamıdır. Kültürü kendine münhasır düşünmek imkansızdır. Sosyolojik olarak kuşaklar arası akışı sağlanan davranış kalıplarının tamamını kapsayan, sentez bir olgudur.

Castells teknolojiyi mevcut toplum olgusu ile birlikte özdeşleştirmiştir. Ona göre internet ağları toplumun mevcut değerlerini oluşturarak yaşanan kültürel süreçleri köklü bir değişime itmektedir (Castells, 2009: 500). Topluların ve bireylerin kendilerini ve içinde buldukları dünya düzenini anlamlandırmalarına yardımcı olan kültür kavramı dünyaya ilişkin yorumların bütünüdür (Cahoone 2001: 322).

Lefebvre için salt bilginin soyut ifadelerin ve yanılsamaların bir sentezi olarak var olan kültür, bir davranış pratiğidir. Toplumsal anlamda var olan kaynakları bölüştürerek üretim ağları oluşturmanın alternatif bir yoludur. (Lefebvre, 2016:43). Kültür kavramı

iletişim teknolojileri ile de iç içedir. Sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan kapitalizm olgusu yaşamın her alanını etkileyerek mevcut olguları dönüştürmektedir. Kültür kavramı da kapitalizmin dönüştürdüğü kavramlardan bir tanesidir. Sosyolojik bir terim olarak var olan kültür kapitalizm aracılığıyla ticari bir unsura dönüştürülerek alınıp satılmaya başlanmıştır (Karakoç, 2014:246). Bunun sonucunda mevcut egemen güçler iletim araçlarının kontrolünü elinde tutarak, kültür kavramına da bir yol çizmeye başlamıştır. İletişim teknolojileri kullanılarak topluma empoze edilmek istenen kültürel yapı kişilere bilinçli olarak bir amaç doğrultusunda servis edilmeye başlamıştır. İçinde bulunulan dijital dünya tüm kavramları dönüştürdüğü gibi kültür kavramını da kendi yapısına uyarlamıştır. Nasıl ki toplumları anlayabilmek için kültür kavramına ihtiyaç duyuluyorsa dijital çağı da çözümleyebilmek için dijital kültür kavramına değinilmelidir. İnternet kullanıcısının gündelik online pratikleri dijital dünyadaki tutumu dijital kültür kavramını oluşturmaktadır.

Genel tanımıyla dijital kültür iletişim-teknoloji-insan arasındaki potansiyel ilişkiyi çözümleyebilen yeni bir kavramdır. Dijital ortamın sahnesi haline gelen sosyal medya platformları dijital kültürün şekillenip sunulduğu yeni bir alan olarak nitelendirilmiştir (Güzel, 2016:96). Rab dijital kültür kavramını kompleks bir yapı olarak değerlendirmiştir (Rab, 2007: 4). Sosyal medya platformlarının ortaya çıktığı zamandan beri popülasyonu yüksektir. Bu yoğun kullanıcı grubu tarafından oluşturulan kültür oldukça çeşitlidir. Sosyal medya platformları farklı alt kültüre mensup birçok kişiyi buluşturmaktadır. Ulaşılabilirliğin çok kolay bir şekilde sağlandığı dijital medya platformları sayesinde ortaya yeni bir katılımcı kültür çıkmıştır.

1.2.1. İnternet 2.0

İnternet teknolojileri dünyanın bir yansımasıdır. İnsan yaşantısındaki hem olumlu hem de olumsuz durumların bir aynasıdır. İnternet ortamında, ilham verici topluluklara, muhteşem tasarımlara ve harika fikirlere hızla ulaşabilmek mümkündür. Aynı zamanda, saldırgan, korkunç ve iç karartıcı materyallerde aynı hızla bulunabilmektedir. Bu karışık alan, bir kişinin ilham merkezi olabilirken başka bir kişinin tiksintisinin özü olabilmektedir (Gauntlett, 2011: 4). İnternet teknolojisinin toplumsal yaşamın tamamı üzerinde etkili olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Toplumsal yaşamın her köşesine dahil olan internet teknolojileri, iletişim kavramını ve toplumsal işleyişi küresel bir boyutta dönüştürmüştür.

Eskiye dönüştürerek var edilen bu yeni alanın belirli kuralları vardır. Bu dönüşüm çerçevesinde, yeni gündelik yaşam pratikler, yeni toplumsal kimlikler ve yeni kültürel kodlar ortaya çıkmıştır.

İnternet teknolojileri ile birlikte kapitalizm ideolojisinin toplumu metalaştırma çabası büyüyerek iletişim teknolojilerinin işleyiş sürecini, diğer iletişim araçlarından farklı olarak endüstrileştirmeye başlamıştır. Web 1.0 dönemi ise geleneksel medya alışkanlıkları çerçevesinde var olmuştur. Bu durum daha durağan, interaktiflikten uzak, mevcut kaynağın baskın olduğu, tek yönlülüğün hakim olduğu bir iletişim süreci demektir. İnternet teknolojilerinin gelişmeye başladıktan sonraki evresi, kullanıcıyı Web 2.0 ile tanıştırmıştır. Web 2.0, Web 1.0 gibi statik bir süreç değil, dinamizm ve yeniliğin hakim olduğu yeni bir teknolojik dönemdir. Web 2.0 ile birlikte kullanıcı iletişim sürecinde daha aktif bir konuma gelmiştir. Bu sayede etkileşimlilik artmıştır. Kullanıcılar, sosyal ağ platformlarını bir günlük gibi kullanmaya başlamışlardır. Kişinin internet kullanımı üzerindeki etkinliği, paylaşımın kolaylaşmış içeriklerin kişiselleştirilmesi, interneti dijital bir sosyal alana çevirmiştir (Arık ve Arık, 2020: 451).

Web 2.0'nın tam anlamıyla ne ifade ettiği konusunda ortak bir yargıya ulaşılamamıştır. Bu yeni kavramı tanımlanma arzusu, konunun ilgililerini ikiye bölmüştür. Bir grup Web 2.0'ı anlamsız bir pazarlama modası olarak nitelendirmektedir. Bir diğer grup ise bu yeni kavramı yeni geleneksel bilgelik olarak kabul etmektedir. Kavramın yaratıcısı O'Reilly, Web 2.0'ı tüm teknolojik cihazları içinde barındıran bir sistem olarak tanımlamıştır. Bu ağ sosyal medya platformları, iletişim sitelerini, sözlüleri ve benzeri tüm internet hizmetlerini kapsayan, aslında kullanıcıların hep birlikte oluşturdukları ağ sistemleridir (O'Reilly, 2005).

Fuchs, Web 2.0 kavramının kapitalist bir kriz esnasında doğduğunu, bu yenilik ile birlikte yapılacak yeni sermaye yatırımlarının artırılmasının amaçlandığını ifade etmiştir (Fuchs, 2014: 51). WWW'nun teknik yapısının değişimiyle, dot.com krizinden sonra internet ortamındaki sermaye birikim mantığı sürekli bir hale gelmiştir (Fuchs, 2014: 71).

Web 2.0 teknolojisiyle birlikte ortaya çıkan yeni uygulamalar ticari olan veya kazanç kaygısı taşımayan kuruluşların, bu kuruluşların kullanıcılarının içerik bağlamında kendilerini geliştirmeleri, bilginin temel kaynağını ve sağlanan hizmetleri tekrar yapılandırmıştır. Bilgiye erişim yöntemlerinin farklı bir boyut kazandığı bu dönemde kütüphaneler, farklı bilgi modelleri ve kullanıcı arayüzlerinin, bilgiye erişim kısmında

sağladığı kolaylıkların gerisinde kalmıştır. Dijital ortamdaki kullanıcılar, bilgiye daha kolay ve daha hızlı erişebildikleri Web 2.0 teknolojileri aracılığıyla, daha interaktif bir kimlik kazanmışlardır. Farklı bilgi kaynaklarından topladıkları yeni bilgileri, ellerindeki mevcut verilerle sentezleyerek diğer ilgili kullanıcılarla da paylaşmaya başlamışlardır. Yeni şeyler üreterek ve var olanı geliştirerek yaratıcılıklarını arttırmışlardır (Tonta, 2009: 744-745).

Sosyal medya platformları, Web 2.0 teknolojileri ile birlikte yaygınlık kazanmıştır. Kullanıcılar oluşturdukları profilleri, bir kimlik yaratım süreci haline getirmişlerdir. Oluşturulan gönderiler, takip edilen kullanıcılar, platformların kullanım şekilleri gibi tüm online pratikler ile birlikte bireylerin kişilik yansıması haline gelen dijital ortam iletişim sürecinin gerçekleştiği bir mekan haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarının tarihsel sürecine bakıldığında SixDegrees, IRC (Internet Relay Chat), LinkedIn, Friendler gibi platformlar kendi döneminde etkin bir rol oynasa da Facebook'un oluşumu, sosyal medya platformlarına yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu oluşumlar mahremiyet kavramını dönüştürmüş ve dijitalleşme ile birlikte yeniden şekillendirmiştir (Arık ve Arık, 2020: 451-452)

1.2.1. Dijital Çağın Nesilleri

Belirli zaman diliminde, aynı sosyal çevre ve tarihi dönem içerisine doğan, ortak bir kültür içerisinde büyüyen gelişen insan grupları kuşak kavramıyla tanımlanır (Gürbüz, 2015: 41). Gündelik yaşamda, mensubu olunan toplumun kültürel normları ile birlikte bireylerin kişilikleri, değer ve tutum yargıları oluşur. Gerçek yaşamda olduğu gibi dijital ortamın da belirli bir kültürü vardır. Dijital çağda etkin olarak yer alan bireyler de dijital ortamın kültürü ile birlikte kişiliklerini şekillendirecektir.

İngiliz akademisyen Noreena Hertz, 2015 yılında farklı bir araştırma yaparak dijital kuşağı isimlendirip tanımlamaya çalışmıştır. Hertz, 1995-2002 yılları arasında doğan kişileri, mevcut kuşak araştırmalarında olduğundan daha farklı bir şekilde sınıflandırmıştır. Bu yeni kuşağı "K Kuşağı" şeklinde isimlendirmiştir. K Kuşağı bireyleri, her ne kadar aynı sosyal çevrede ve tarihsel dönemde doğmamış olsa da yaşama dair müşterek özelliklere sahip olduklarını ifade etmiştir (Duygulu, 2018: 639-640). Teknolojinin kazandığı küresel boyut göz önünde bulundurulduğunda, coğrafi uzaklıkların artık çokta belirleyici olmadığı gerçeğinin üzerinde durulmalıdır. Hertz'in de ifade ettiği gibi internetin küresel boyutu

sayesinde zaman-mekan algısı farklı bir boyut kazanmıştır. Coğrafi olarak birbirine uzak olan insan grupları, teknoloji sayesinde ortak özellikler taşıyabilmektedir.

Hertz ‘‘K Kuşaağı’’ ismini, 2012 yılında gösterime giren ‘‘Açlık Oyunları’’ filminden esinlenerek bulmuştur. Filmin başrolü Katniss Everdeen’in isminin baş harfinden yola çıkarak K Kuşaağını oluşturmuştur. K Kuşaağı eşitsizliğe uğramaktan yana kaygılıdır. Teknolojiye olan yakınlığının yanında, dünya üzerinde tehdit oluşturan şeylere karşı duyarlıdır. Yeni medya aracılığıyla ekonomik kriz, istihdam sorunu, terör olayları, savaş gibi olumsuz hayat şartları ile çok erken yüzleşen K Kuşaağı bireyleri, bu durumdan psikolojik olarak kötü etkilenmektedir. Kendilerinden önceki kuşaklara göre, daha olumsuz yaşam şartlarıyla mücadele etmek zorunda olduklarının farkındadırlar. K kuşaağı içerisinde yer alan bireyler, Madrid ve Ankara bombalamaları, 11 Eylül saldırıları, El-Kaide’nin yükseliş, İŞİD’in ortaya çıkışı ve benzeri olumsuz olaylara tanıklık ettikleri için, bu kuşaağa ‘‘Karamsar Kuşak’’ ta denilmektedir (Duygulu, 2018: 642).

K Kuşaağının en belirgin beş temel özelliğı vardır. Bunlardan ilki endişedir. Hertz'in yaptığı araştırma çalışmasına göre, %79'u iş bulamamaktan, %72'si terörizmden, %72'si borçlanmaktan %64'ü iklim değışikliğinden endişe duymaktadır. İkinci özellikleri, geleneksel kurumlara duydukları güvensizliktir. Yapılan araştırmaya göre, K Kuşaağı'nın sadece %6'sı büyük şirketlere güvendiğini söylemektedir. K Kuşaağı bireyleri cömert kimselerdir. Sosyal sorumluluk projelerinde diğerk kuşaklara göre daha fazla yer alan bu kuşak, kazançlarının bir kısmını da çeşitli kurumlara bağışlamaktadırlar. Bu Kuşaağın %92'si yardımlaşmanın önemine inanmaktadır. Teknolojinin içinde var olan K Kuşaağı, kolay bir şekilde sosyalleşmesine rağmen derin bir yalnızlık hissetmektedir. Bu kuşaağın bireyleri, yaratıcı kimselerdir. Yeni yaratılan yararlı bir şey ile ismini duyurmayı hedefleyen K Kuşaağı oldukça üretken bir kuşaktır (Heilpern, 2016).

O halde K Kuşaağını şekillendiren, üç temel değışken olduğunu söylemek mümkündür. Bunlar; teknoloji, küresel ekonomik kriz ve terörizmdir. K Kuşaağı'nın doğduğı tarihsel dönemde baskın olan ve sürekli varlığını hissettiren terörizm ve küresel ekonomik kriz olguları, K Kuşaağı'nın hayat görüşlerinin ve gündelik yaşam pratiklerinin oluşmasında etkili olmuştur. Bu olayların yaşandığı dönemde, dinamik bir gelişim içerisinde olan iletişim teknolojileri, onlar için bir yaşam avantajı olmuştur (Arslan ve Nur, 2018: 335)

K Kuşuğı, d6neminin sağladığı dijital olanakların aksine, gerçek d6nyanın yaşam pratiklerini arzulamaktadır. Sanal iletişimleri değil, fiziksel buluşmaları tercih etmektedirler. Eğlenmek için İletişim teknolojilerinin içindeki y6zlerce aplikasyon ve uygulamalarla oyalanmak yerine, eğlence parklarına veya konserlere gitmeyi istemektedirler. Standartlaşmış sanal iletişimlerden ziyade, y6z y6ze g6rüşmelerin daha etkili ve 6nemli olduğunun bilincindedirler. Emek verilerek bir nesnenin oluşumuna katkı sağlamak, herhangi bir şey 6retmek, K Kuşuğı için çok kıymetlidir. K Kuşuğı bireylerinin hayattan beklentileri, yaşadıkları fiziksel deneyimlerle kendilerine yetebilme arzularıdır (Hertz, 2016). Yaşamlarının temellendirildiği iletişim teknolojilerinin yarattığı anonim kimliklerin, gerçeklikten uzak duyguların, olgunlaşan şartlar ve belirli amaçlar doğrultusunda sim6le edilen gerçek d6nyanın d6nüşümünün farkında olan K Kuşuğı bireyleri, bu d6nüşümün bir 6r6me yarattığının da bilincindedir.

İKİNCİ BÖLÜM

MAHREMİYET ve KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın ikinci bölümünde, Mahremiyet kavramı üzerinde durulmuştur. Konu kapsamında değinilen kavramlar tarihsel bir çizgide açıklanmış ve değerlendirilmiştir. Kavramların dijital dönüşümü üzerinde durulmuş, dijital çağın mahremiyet kavramında yarattığı deformasyonlardan söz edilmiştir.

2.1 Mahremiyet Olgusu

Feodal dönemde, yani XI. ve XII. yüzyıllarda özel hayatı onu çevreleyen, içine nüfuz eden ve ona direnen şeylerden ayıklamak kolay değildir. Özel hayatın tecrit edilebilmesi için içinde yer aldığı kültürel ve toplumsal oluşumun, bir bütün olarak ve eklemlenmeleriyle iyi bilinmesi gerekmektedir (Aries ve Duby, 2006: 47). Mahremiyet, yüzyıllar öncesinedayanan bir kavramdır ve ilk olarak 16. yüzyılda karşımıza çıkmaktadır. 16. ve 17. yüzyıllarda özellikle sosyo-kültürel ve siyasal alanda meydana gelen gelişmelerle paralellik göstermiştir. Kentleşme ve kitle toplumunun ortaya çıkmasıyla birlikte mahremiyet kavramında da değişimler başlamıştır. 18. yüzyıl ile birlikte evlerdeki ortak alanlar bireyselleşmeye başlamış ve bu doğrultuda oda kavramı ortaya çıkmıştır. Aynı alanda yemekyiye, misafir ağırlayan, uyuyan ev halkı, ev içinde mekânsal olarak ayrılmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak evlerin mimari yapısında da değişimler görülmeye başlamıştır. Bireyin kişisel yaşamının kendine özel olma durumu ise 19. yüzyıl ile birlikte gündeme gelmiştir. Daha sonra ise modernleşme mahremiyeti etkilemiş ve geliştirmiştir.

Mahremiyet olgusu, kavramsal olarak geniş bir anlam yelpazesine sahiptir. Bu sebeple, kelime anlamının önemli hususlarını göz ardı etmemek adına mahremiyeti doğru bir şekilde tanımlayabilmek çok önemlidir. İdeal ve doğru tanımlamayı yapmaya çabalarken daha kötü bir anlam karmaşası yaratılmamalıdır (Yüksel, 2003: 79). Mahremiyeti incelerken belirli ifade biçimlerine bağlı bir kavramsal tanım oluşturulmaktadır. Fakat kavramı algılama biçimleri ne kadar genel geçer olsa da duyumsal alışkanlıkların değişen yaşam ile birlikte dönüşmesi tanımlama, hissetme ve düşünce biçimlerini tekrar şekillendirmektedir. Mahremiyetin kavramsal değişim sürecini değerlendirebilmek için dün ve bugün arasındaki bireysel ve toplumsal çelişkiler üzerinde durmak gerekmektedir.

Solağa göre mahremiyet;

“Son yıllarda daha sıkça kullanılmaya başlayan mahremiyet kavramı insan-mekân

ilişkilerinin sosyal, psikolojik ve mekânsal boyutların karşılıklı etkileşimini gösteren kavramların arasında ilk sıralarda yer almaktadır. İlk zamanlar bireysel bir hak ve özgürlük baēlamında ele alınan mahremiyet, şimdilerde sosyoloji, psikoloji, mimari gibi pek çok disiplinin ilgi alanı içine girerek disiplinler arası bir nitelik kazanmıştır. Kültürden kültüre ve aynı toplum içerisinde zamandan zamana



bile farklılık arz eden mahremiyet tam olarak tanımlanamamakta ve sınırlandırılmamaktadır (Solak, 2017: 24).”

Kültür faktörü mahremiyetin kavramsal kapsamının belirlenmesinde önemli bir unsurdur. Kültürel kodlar çerçevesinde, kavramın anlamı da farklılaşarak, varlığını sürdürmektedir. Mahremiyet kavramının içeriğini oluşturan en önemli unsurlardan birinin de din faktörü olduğu belirtilmelidir (Bağlı, 2011:185).

Mahremiyetin sözlük anlamı “gizlilik” olarak ifade edilmiştir. Arapça kökenli bu terim, aynı zamanda kavramsal olarak bireylerin dini inancıyla da ilişkilidir. (TDK, 2022). Arapçada ‘‘haram’’ kelimesinden gelen ‘‘Mahrem’’ kelimesi ‘‘Mahrum’’, ‘‘muharrem’’, ‘‘tahrim’’ gibi kelimeler ile de aynı kök ailesinden gelmektedir’’ (Bağlı, 2011:184). Mahrem kavramıyla aynı kökten gelen mahremiyet kavramı, gizlilik anlamına gelmektedir. Başkalarına söylenmeyen, gizli, sırdaş anlamlarına gelmektedir (Mahremiyet, TDK, 2022). Mahremiyetin üç ana alt başlığı vardır. Birincisi; bireyin yaşam alanını ifade eden mekânsal mahremiyet, ikincisi; beden mahremiyetini ifade eden fiziksel mahremiyet, üçüncüsü ise; bireyin kişisel verilerinin paylaşımı ile ilgili olan bilgi mahremiyetidir (Fisher, 1998: 422).

Anthony Gidden’in (1994) mahremiyeti, ‘‘kişiler arası eşitlik bağlamında diğer insanlarla ve benlikle duygusal iletişim kurma alanında oluşan, çevresel bir yaşantı’’ şeklinde nitelendirmektedir (Göregenli, 2010:59). Mahremiyet, kişilerin diğer insanlarla eşitlik anlamında duygusal bir bağ kurma meselesidir (Giddens, 2010: 123). Mahremiyet aynı zamanda demokratik yönetim için de esastır. Çünkü bir demokrasinin temel bir gereği olan vatandaşın ahlaki özerkliğini beslemekte ve teşvik etmektedir (Gavison, 1980: 455). Kişi kendisinin farkına varabilmek için mahremiyet olgusunu bir amaç olarak kullanmaktadır. Bu olgu bireyin toplumsal arayışının, değişken ve karışık bir düzenin bir parçasıdır. Mahremiyet, bireyin kendi isteği doğrultusunda dönemsel olarak fiziken ve psikolojik olarak toplumdan geri çekilmesidir (Solak, 2017: 26). Mahremiyet kavramı, kişinin kendi çevresinde nasıl bilindiğinin ve çevresinin kendisine fiziki olarak ne kadar yakın durabildiğinin cevabıdır.

Mahremiyet, etkileşimleri denetleme yetisi ve istenen etkileşimi gerçekleştirme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Mumcu, 2006: 14). Aynı zamanda bireylerin farklı yoğunluklarda insan ilişkileri yaratma ve sürdürme kapasitesini artıracak şekilde özgürlüğü teşvik etme işlevi de görmektedir (Gavison, 1980: 450). Mahremiyet hakkı ise genel haliyle bireylerin kamusal yaşam içerisindeki tutumlarına, bu alanda ne kadar var olduklarına ya da

olmak istediklerine bağı, karar verme özgürlüğüne sahip olma durumudur (Yüksel, 2003: 182).

Duby mahremiyet kavramını, “*geri çekilebileceğimiz veya kaçabileceğimiz bir bağışıklık alanı, kamusal alanda ihtiyaç duyduğumuz silah ve zırhları bir kenara bırakabileceğimiz, gevşeyebileceğimiz, rahatımıza bakabileceğimiz ve dış dünyadan korunmak için giyilen çalınmış kabuğu çıkarıp attığımız bir yer*” (1992:7) şeklinde tanımlamaktadır.

En kısa ve net anlamıyla mahremiyet, çevrenin bireye erişiminin sınırlandırılmasıdır. Metodolojik bir başlangıç noktası olarak bir bireyin başkaları tarafından tamamen erişilemez olduğunda mükemmel mahremiyete sahip olduğunu öne sürülmektedir. Bu tanım, kendi içinde üç bağımsız bileşene ayrılabilir; Mükemmel mahremiyette hiç kimse X hakkında hiçbir bilgiye sahip değildir, hiç kimse X'e dikkat etmez ve hiç kimsenin X'e fiziksel erişimi yoktur (Gavison, 1980: 428). Mükemmel mahremiyet olarak adlandırılan bu kavramın herhangi bir toplum içerisinde eksiksiz gerçekleştirilmesinin neredeyse imkansız olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle küreselleşme ve toplumsallaşmanın hızla yayıldığı bu çağ, kişileri bireysel yaşam iradesinin sürdürülebilir olmadığı gerçeği ile yüzleştirmektedir. Bu durumda mahremiyet kavramını anlayabilmek, yaşayabilmek ve koruyabilmek için kişi ve toplum denilen iki farklı kutup arasındaki yaşamsal dengeyi sağlamak gereklidir.

Mahremiyet için önemli bir argüman kümesi bireyin davranışını, başkalarının bu davranışa ilişkin bilgisinden ayırma yöntemi üzerine kuruludur. Böylece mahremiyet müdahaleyi, uymaya yönelik baskıları, aptallığı, cezayı, olumsuz kararları ve diğer düşmanca tepki biçimlerini önler. Mahremiyet bunu yaptığı ölçüde, belirli eylemlerin hoş olmayan sonuçlarını ortadan kaldırarak ve böylece bunları gerçekleştirme özgürlüğünü artırarak, eylem özgürlüğünü teşvik etme işlevi görür (Gavison, 1980: 448). Mahremiyetin baskıcı bir kavram olduğunu savunan kişiler mevcuttur. Sürekli bir duygusal yakınlık isteği olarak görülürse baskıcı sayılabilir. Fakat kişiler arası bireysel bağları düzenleyen bir araç olarak değerlendirildiği zaman farklı bir boyut kazanmaktadır (Giddens, 2010: 9). Mahremiyet bir bakıma kişinin hayatının kontrolünü elinde tutabilmesine ve özel yaşam sınırlarının çizilmesine yardımcı bir olgudur. Bu şekilde değerlendirildiği zaman baskıcı bir kavram değil aksine kişinin özel yaşamının koruyucu unsurlarından birisidir.

Baudrillard da mahremiyeti açıklayan kuramcılar arasındadır ve mahremiyeti yeni tüketim toplumu üzerinden tanımlamaktadır. Baudrillard'a göre tüketim, günlük yaşamda karşımıza çıkmaktadır. Günlük yaşam, sadece günlük olayların birleşiminden meydana gelen bir olay değildir. Bundan çok daha ötede, yorumlama biçimidir. Tüketim toplumu ise, bireysel harcamaların hızlı artışıyla sınırlandırılacak bir nitelik taşımamaktadır. Bununla birlikte, yurttaş yararını düşünen üçüncü kişiler tarafından üstlenilen ve bazı kaynakların eşitsizliğini azaltmaya çalışan harcamaların artışı da bulunmaktadır (Baudrillard, 2008: 28- 30).

Mahremiyet tarihsel süreci boyunca farklı anlamlar kazanarak, farklı disiplinlere konu olmuştur. Bu kavram öncelikle mekan üzerinden tanımlanmıştır. Kişinin mekânsal özel yaşam alanı, kişiye ait özel eşyalar, kişinin mahrem saydığı farklı olay ya da olgular ile ilişkilendirilmiştir. Çevre ile kurulan fiziksel yakınlık, mahremiyetin tanımı olarak kabul edilmiştir. Zeldin, arkadaşların birbirleri arasındaki mahremiyeti, kucaklaşarak ifade ettiğini, örf ve adetlerin hüküm sürdüğü ülkelerde dokunma eyleminin mahremiyet göstergesi olarak kabul edildiğini ifade etmiştir (Zeldin, 2014: 317-318). Zamanla kavramsal dinamizme sahip bu kavramı tek bir tanım ile sınırlandırmanın doğru olmadığı kabul görmüştür. Sadece mekânsal olarak değil kadın ve erkek ilişkileri arasında da var olabilir bir kavram olduğu kanaatine varılmıştır. 21. Yüzyılda ise internet teknolojilerinin ve bununla birlikte iletişim teknolojilerinin de gelişmesiyle birlikte tekrar bir başkalaşım süreci içine girmiştir. Özellikle sosyal medya platformlarının 'gözetim' kültürü temelinde şekillenmesi ve bu zihniyetin kişiler ve toplumlar tarafından çok hızlı ve kolay bir şekilde benimsenmesi ve neredeyse her kuşak tarafından kullanılıyor olması, yeni bir mahremiyet tanımı oluşturmuştur.

2.1.1. Mahremiyetin Kültürel Yönü

Çevre ve insan ilişkileri başta sosyal psikoloji olmak üzere sosyoloji, psikoloji, felsefe, mimarlık ve coğrafya gibi pek çok disiplin içinde çevre-davranış çalışmaları, insan-çevre ilişkileri, çevre psikolojisi, çevresel tasarım araştırmaları gibi pek çok başlık altında ele alınmaktadır. Toplumsal ilişki ağlarının, düşünsel ve kültürel imgelerin sahnesi olan kent, aynı zamanda yaşanan toplumsal süreçlerin de temel unsurlarından biridir (Güleç Solak, 2017:14). Toplumsal olarak coğrafi anlamda bir bölgede yaşamını sürdüren topluluklar, zamanla yaşadığı yerin fiziki olanakları ve beşeri sonuçları çerçevesinde kültürel kodlar

oluşturmaktadır. Bu kültürel kodlara göre yaşamda ideal kavram, ideal düşünce, ideal kimlik gibi kalıplaşmış sıfatlar ortaya çıkmaktadır. Mahremiyette kültürel kodların bir sonucu olarak ‘‘gizliliği ve özeli ‘‘ ifade eden bir kavram olarak ortaya çıkmıştır. Modernleşme hareketlerinin, toplumda birey kavramının farkındalığını oluşturmasıyla geçmiş çağlara dayanan çok eski ve köklü bir olgu olan mahremiyet, kavramsal dönüşüm serüveninde farklı bir boyut kazanmıştır.

Manuel Castels’e göre Enformasyon Çağı olarak tanımlanan şey günümüzde baskın olan işlevler ve süreçler giderek ağlar etrafında örgütlenmektedir. Ağlar toplumlarımızın yeni sosyal morfolojisini oluşturmaktadır. Bireyler artık küresel ve yerel olarak örülmüş, birbiriyle bağlı ağ toplumu içinde yaşamaktadır (Castells, 2008: 621). Jan Van Dijk’e göre ağ toplumu sosyal ve medya ağlarından oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki bireysel, grupsal/örgütsel ve sosyal-örgütlenme tarzını belirlediği modern bir toplum türüdür. Ağ toplumunda yüz yüze iletişim hala önemli olsa da dolaylanmış iletişim giderek yüz yüze iletişimin yerini almaktadır (Dijk, 2016:42-72).

Ağ toplumu sosyal ve medya ağlarının oluşan bir altyapının toplumun her seviyesindeki bireysel grupsal örgütsel ve sosyal örgütlenme tarzını belirle belirlediği model bir toplum türü olarak tanımlanmaktadır. Giderek artan bir biçimde bu toplumun her bir birimini bir parçasını birbirine bağlamaktadır Batı toplumlarında ağlar tarafından birbirine bağlanmış bireyler al toplumun temel birimi haline gelmektedir Doğu toplumlarında ise temel birim halen ağlar tarafından birbirine bağlanmış gruplardır.

2.1.2 Dijital Mahremiyet

Teknoloji kendi başına çözümlenebilecek bir kavram değildir. Anlamlandırılırken çevresinde ki değişkenlerden bağımsız değerlendirilmemelidir. Teknoloji, yaratım süreci boyunca toplumsal normlardan ve kültürel kodlardan beslenmiştir. Toplumsal bir ürün olan bu kavram, zaman içerisinde hızla gelişerek kendini yaratan şeyi, yani toplumu dönüştürmeye başlamıştır (Altun, 2011: 26). Özetle insanoğlunun kendi eliyle geliştirdiği iletişim teknolojileri bir süre sonra insan kontrolünden çıkarak kişileri ve toplumu dönüştürmeye başlamıştır (Mcluhan, 2001:4).

Büyük bir hızla gelişim gösteren iletişim teknolojileri, gün geçtikçe daha ucuz ve daha ulaşılabilir bir hale gelmiştir. Bu durum kişilerin hem kendi kişisel yaşamlarını hem de

toplumsal yaşantılarını değiştirmiştir. Değişim sürekli olarak devam etmektedir. Özellikle bu dönemde, büyük bir popülerite kazanmış olan sosyal medya platformları, bahsedilen değişimin gözlemlenebilmesi için iyi bir araç olacaktır. Kullanımı gün geçtikçe daha çok yaygınlaşmaya başlayan sosyal medya platformları, kişilerin maddi-manevi tüm değer yargılarını değiştirip dönüştürme hususunda oldukça önemli bir noktadadır. Görmüş bu durumu ‘*Her teknoloji düzeyine farklı değerler tekabül eder ve her teknoloji değişikliği, bir önceki teknolojiye tekabül eden değerlerin “yitirilmesi” üzerine bir edebiyatı da beraberinde getirir*’ (Görmüş, 2011: 15) şeklinde ifade etmektedir.

Mahremiyetin temelinde içgüdüsel bir duygu olan ‘utanma’ hissi vardır. Soyut bir kavram olan utanma duygusunu anlaşılabilir bir hale getirebilmek için ‘çıplaklık’ kavramından yararlanılabilir. Çıplaklık, birincil anlamı olan ‘fiziksel olarak çıplak olma hali’ dışında, duygu ve düşünce ile de ilişkilendirilebilmektedir. Netice itibarıyla kişiler, fiziksel çıplaklıktan utandıkları gibi başkalarıyla paylaşmaktan sakındıkları ve özel olduğunu düşündükleri duygu ve düşüncelerinin teşhir olmasından da utanabilmektedirler. Duygu ve düşüncelerin teşhiri de çıplaklık olarak değerlendirilebilir. Kişiler alenileşmesini yani çıplak hale gelmesini istemedikleri duygularını koruma ihtiyacı hissederler. Bu geleneksel tutum zamanla değişmiş, mahremiyet kavramını da büyük ölçüde dönüştürmüştür (Vatandaş, 2020: 454).

Çok hızlı bir şekilde mahremiyet kavramının geçerliliğini yitirdiği bir dönem içerisine girilmektedir. İnternet teknolojilerinin ve sosyal medya platformlarının kullanımı, hükümet tarafından topluma karşı mahremiyete yönelik ihlallerin yapılması ve buna dair herhangi bir denetimin ya da yasal yaptırımın olmayışı gözetimi yaygın bir hale getirmiştir. Resmi kurumlardan gündelik hayatın geneline uzanan gizli bir gözetleme sorunu mevcuttur (Breckendridge, 1970: 7-8).

Gözetim kültürü 21. Yüzyılın en popüler unsurlarından birisi olan internet ve iletişim teknolojileri kapsamında da kendini yoğun olarak hissettirmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarının tamamıyla gözetim kültürü üzerine temellendirildiğini söylemek mümkündür. Sosyal medya kullanıcıları, aktif olarak var oldukları sosyal medya platformlarını, adeta günlerinin genelini özetledikleri bir günlük olarak kullanmaktadırlar. Sosyal medya kullanıcılarının bu platformları yoğun olarak kullanmalarının sebebi beğenilme ve onaylanma arzularıdır. Kullanıcıların içerikleri ne kadar çok beğeniliyorsa ve sosyal medyada takipçi sayıları ne kadar fazlaysa bu bir o kadar kabul gördüklerinin bir

ispatı gibi değerlendirilmektedir. Bu kalıplar bağlamında sosyal medyayı idealize edilen şekilde kullanamayan kullanıcılar, kendilerini mutsuz hissetmektedir. Sosyal medyanın yarattığı sağlıksız psikoloji kişilerin narsistik duygularını da beslemektedir. Sosyal medya platformları gözetimi bir arzu nesnesi haline getirmiştir. “*Bakanın bakanda aradığı, bakıldığını görmektir*” (Alacahan ve Vatandaş, 2021: 729) ifadesi, sosyal medya platformlarındaki gözetim psikolojisinin iyi bir çözümlemesidir.

Gelişen iletişim teknolojileri ve gözetim kavramının yaygın bir hal almasıyla birlikte bireylerin kişisel alanına yönelik yapılan saldırılar, oldukça basit bir hal almıştır. Bir kontrol sistemi içerisinde var olan bu kullanıcılar kişisel video ve fotoğraflarının başka bir yere servis edilmeyeceğinden, konuşmalarının dinlenmeyeceğinden, nüfus bilgilerinin güvenliğinden, özetle özel hayatlarına dair hiçbir kişisel verinin güvenliğinden emin olamamaktadır. Bu ihtimaller, mahremiyetin kaybına yönelik bir panik ortamı yaratmaktadır. Mahremiyeti korumak ve kaybını önlemek için, kişiler tarafından her zaman yasal bir güvence talep edilmiştir (Yüksel, 2003: 183). Fakat sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasıyla birlikte panik ortamı dağılmış, endişe ve kaygılar yerini farklı istek ve beklentilere bırakmıştır. Sosyal medya kullanıcıları, zamanla rahatsızlık duydukları alenileşmeyi normalleştirmeye başlamışlardır. Bu küresel platformlarda, kişisel bilgilerini paylaşarak, gözetimi kabullenmişlerdir.

Kendi özel yaşamlarını küresel bir dünyada sergileyen sosyal medya kullanıcıları, gözetim kültürünün kabul görüp yayılmaya başlamasında etken bir rol oynamıştır. Özel alan-kamusal alan ayrımının sınırları esnek bir şekilde tekrar çizilmeye başlamıştır. Mahrem olan birçok şeyin, kamusal alanda paylaşılması bunun bir göstergesidir. Görülmektedir ki teknolojik gelişmelerin tetiklediği mahremiyet kavramının dönüşümü, kullanıcının sosyal medya platformlarını kullanım şekliyle farklı bir boyut kazanmıştır. Kavramın tanımı dönüşerek silikleşmeye, kaybolmaya yaklaşmıştır (Vatandaş, 2020:454-455).

Kişinin görünür olabilme çabası, kendi arzusuyla gözetimi kabul etmesi, özel yaşamının her dakikasını paylaşması, bu şekilde bir sosyalizasyon süreci yaşaması ve durumdan oldukça memnun olması, sosyal medya kullanıcısının online pratiği haline gelmiştir (Rigel, 2014: 891). Kullanıcıların beğeni ve merak dürtüleri özel yaşamı daha transparan bir hale getirmiştir.

Çevrimiçi sosyal ağlar, çevrimdışı emsallerinden hem daha geniş hem de daha erişilebilir bir yapıya sahiptir. Bir kişinin profilinin yüzlerce akrasıyla doğrudan etkileşimde olabilmesi, binlerce kişinin ise ağ bağları aracılığıyla birçok kişiye ulaşması kolay ve hızlıdır. Sosyal medya platformlarında kullanıcı profillerinin tanımadıkları kişilerle sanal arkadaşlık kurma durumu oldukça yaygındır. Birçoğu etkileşimde olduğu kullanıcı profillerini gerçek bir arkadaş olarak tanımlayamamaktadır. Bunun yanı sıra yine birçok sosyal medya kullanıcısı kişisel bilgilerinin dijital ortamda herkese açık olarak paylaşılmasında da bir çekince yaşamamaktadır.

Facebook'un 4.000'den fazla kullanıcısı üzerinde yapılan çalışmada, bireylerin çevrimiçi bir sosyal ağda büyük miktarda kişisel bilgi sağlama istekleri ölçülmüş ve kullanıcılarının gizlilik risklerine ne kadar ilgisiz olduğu tespit edilmiştir (Gross ve Acquisti, 2005: 79-80). Kişisel veriler cömertçe sağlanırken sınırlayıcı gizlilik tercihleri pek kullanılmamaktadır. Yalnızca az sayıda üye, kullanıcı profillerinin görünürlüğü en üst düzeye çıkarmak için ayarlanmış varsayılan gizlilik tercihlerini değiştirmektedir. Kullanıcılar çevrimiçi olarak sağladıkları bilgilere dayanarak kendilerini çeşitli fiziksel ve siber risklere maruz bırakmakta ve üçüncü tarafların siber saldırılarını kolaylaştırmaktadır.

Mahremiyet kavramı sosyal medya platformlarının yanı sıra "kamusal fayda" gerekçesi ile de sık sık ihlal edilmektedir. Gündelik yaşamın her yerinde var olan kameralar, cep telefonu görüşmelerinin dinlenmesi, online pratikler, kurumlar tarafından kişisel verilerin saklanması gibi durumlar sebebiyle kişi kendini her daim gözetim altında hissetmektedir (Vatandaş, 2020: 438-439). İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve kamusal fayda adı altında gözetim kültürünün meşruluk kazanması, mahremiyet kavramının sınırlarını her geçen gün daha fazla esnetmektedir. İnternet kullanıcıları artık kendi rızaları ile gizli tutulması gereken kişisel bilgilerini, internet ortamında kendi özgür iradeleri ile paylaşmaktadır. Bu şekilde mahremiyet kavramı önemini kaybetmiş, özel yaşam hassasiyeti azalmaya başlamıştır. Sosyal medya platformları tarafından yaratılan bu süreç mahremiyet kavramının içini boşaltarak alenilik ve teşhirin kabul gördüğü ve hatta bu kavramların dijital ve gerçek yaşam alanında saygınlık getirdiğine inanılan farklı bir hayat görüşünü ortaya çıkarmıştır.

2.2. Kimlik

Kültürel ve sosyal kimlik kavramlarını mantıksal bir analiz yordamıyla birbirinden ayırma olanağı mevcuttur. Fakat sosyolojik olarak bu ayrımı yapabilmek epey güçtür. Kültürel ve sosyal kimlik kavramları, birbirleri ile içi içe geçen bir sarmal gibidir (Aka, 2010: 18). Kişinin kendisi için uygun bir kimlik oluşturması ve toplumsal normların kişilere aktarılması bir sosyalizasyon sürecidir. Sosyalizasyon süresince, kişi mensup olduğu toplum içerisinde meydana gelen olay ya da durumlara karşı nasıl bir tutum sergilemesi gerektiğinin ve toplumsal yapının kendisinden beklentisinin ne yönde olduğunun tahlilini yapmaktadır. Kişi kalabalık gruplar içerisinde toplum tarafından ötekileştirilmeden kabul görmenin mantığını kavramaya çabalamaktadır (Bakıroğlu, 2013: 2). Sosyalizasyon süreci anlatıldığı üzere gerçekleştirilebildiği takdirde kişi öğrenimlerine bağlı olarak kendisi için ideal bir kimlik oluşturacaktır. Bu sebeple bireye aktarılmak istenen toplumsal normlar uygun bir zaman ve mekanda, yapıcı bir tutumla öğretilmeye çalışılmalıdır.

Kimlik inşası bu şekilde bireysel ve özgür bir yaratım süreci olarak görülse de toplanan tüm bulgular ideal toplum değerlerine uygun olarak tekrar şekillendirilmektedir (Castells, 2006: 14). Kimliğin yaratım sürecinde tüm sosyal bilimlerden, dünden ve bugünden, kişisel beklentilerden, ideolojik görüşlerden, inanç tutumundan, politik aygıtlardan, toplumu temellendiren tüm unsurlardan faydalanılmaktadır.

Kimlikle ilgili sosyolojik ve psikolojik bir literatür taraması yapıldığında tarama araştırmacıyı günümüzdeki tarihsel çizginin epey gerisine götürmektedir. Konu bağlamında akıllara James, Cooley, Mead, Simmel gibi sosyal teorisyenler gelmektedir. Daha da geriye gidildiğinde Locke'un, "İnsan Zihni Üzerine Bir Deneme" örneğinde kimlik ve çeşitlilik üzerine bir bölüm mevcuttur (Jenkins, 2004: 31). Erik Erikson'un yaptığı araştırma çalışmalarıyla birlikte 1950'li yıllarda ortaya çıkan kimlik olgusu, sosyal bilimler kapsamında yürütülen çalışma alanlarında kullanılmaktadır.

Kimlik sözlükte, bireylerin kişilik özelliklerini tanımlayan ve kim olduğuna dair bilgiler sunan bir doküman olarak tanımlanmıştır (TDK, 2022). Kimlik, kendini ve çevreyi anlamlandıran ve farklı tecrübeler kazandıran bir olgudur (Castells, 2006:12). Kimlik, evrensel tüm varlıkların bütünüyle alakalıdır (Aka, 2010: 17). Kimlikler yaratım süreçleri gereği bir inşa ürünü olarak değerlendirilecek olursa bu yapı geçmişten hiçbir şey barındırmayan, boş alanlar üzerine keyfi bir şekilde yapılandırılacak bir kavram değildir.

Kimlik olgusu tarihsel süreçle birbirine paraleldir (Bilgin, 2007:45). Kimlik kişiye özgü ve biricik, sıradan birini özel ve özgün yapan şeydir (Karaca, 2011: 7). Kimlik her şeyi ve herkesi nitelemez. Belirli bir tarihte ortaya çıkan bu kavram, belirli bir süreci ya da kişiyi ifade etmektedir (Bilgin, 2007: 45).

Bauman, kimliğin baştan aşağı tekrar inşa edilerek yeniden icat edilmesinin gerekliliğini savunmaktadır. Bauman için kimlik; ulaşılmaya çabalanan, arzulan hedefler doğrultusunda mücadele verilir sonrasında en iyi şekilde korunması gereken bir değer olarak nitelendirilmiştir (Bauman, 2019: 25). Kimlik kavramı mevcut belirsizliklerden uzaklaşmaktır. Bireyin kendini, tavır ve tutumlarını sorguladığı, toplum tarafından ne şekilde değerlendirildiğini merak ettiği dönemdeki yaşanan belirsizliği ortadan kaldıran bir etkidir. Kimlik, var olan ile arzulan şeyin harmanlanmasıdır. Bu şekilde “ var olan şey” eksik olduğu bazı durumları kendince tamamlamaktadır (Bauman, 2001: 112).

Kimliğe ilişkin popüler görüş, kimliğin öncelikle bireyler tarafından kendilerini ifade etmek için kullanılan psikolojik bir yapı olduğudur. Kimlik kavramıyla insan kendini “bir kişi” olarak tanımlamaktadır. Başkalarını ise belirli bireyler olarak tanımlamak için kullanmaktadır. Yapılan araştırmaya göre kimlik hırsızlığının bireysel kurbanlarının para kaybının yanı sıra kredi kayıtlarını ve banka hesaplarını düzeltmek zorunda kalmanın verdiği sıkıntının daha fazla acı çektirdiği iddiasının temelinde, kimliğin psikolojik bir yapı olduğu fikri yatmaktadır (Newman, McNally, 2005:39).

Kimlik olgusunu tanımlarken kişilik olgusuna değinmekte faydalı olacaktır. Çünkü bu iki farklı kavram, kavramsal tanımlamalar çerçevesinde birbirleriyle sıklıkla karıştırılmaktadır. Kişilik ve kimlik kavramsal olarak birbirinden farklı iki olgudur. Kimlik toplumsal, kişilik ise bireyseldir. Kişilik kavramının içini, kişiye özel manevi değerler doldurmaktadır. Kimlik ise toplumsal değerler tarafından yaratılmıştır. Castells, kimlik kavramını üç farklı başlığa ayırmaktadır. Bunlardan ilki, “Meşrulaştırıcı Kimlik”tir. Toplumsal aktörler karşısında toplumun egemen kurumları tarafından egemenliklerini daha iyi bir boyuta taşımak için inşa edilmektedir. Otorite ve baskınlık teorisinin temelini oluşturmaktadırlar. İkincisi, “Direniş Kimliği”dir. Direniş Kimliği değersizleştirilmiş toplumlar ya da kişiler tarafından damgalanmış aktörler tarafından geliştirilmiştir. Bunlardan sonuncusu, “Proje Kimliği”dir. Proje Kimliği, toplumsal aktörlerin kültürel malzemelerle birlikte toplumsal statülerini tanımlamak için yeni bir benlik yaratmaları ve buyaratım süreci ile toplumun yapısını dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Hedefleri ve yapılanma

aşamaları birbirinden farklı bu üç inşa süreci farklı sonuçlar doğurarak toplumu oluşturmaktadır (Castells 2006: 15).

2.2.1. Dijital Kimlik

Dijital çağ olarak adlandırılan bu yeni süreç, modernleşme sonucunda yaşanan büyük ölçekli şehirleşme ile birlikte başlamıştır. Bireyin toplumsal yaşamda kendi kişiliği ve kişisel bilgileriyle var olmadığı, toplum içerisine kendini idealize edip yarattığı yeni bir kimlikle ve toplumsal normlara uygun bir maskeyle bir kurgu unsuru olan benlikle katılım sağladığı bir dönemdir.

Gelişmiş toplumlarda kişiler ideal bir yaşam beklentisi içindedirler. Modern anlamda hayatı fazla formüle edip belirli kıstaslar getiren kişi, ideal bir yaşam için ideal bir kimlik arayışı içerisine girmektedir (Aytaç, 2006: 27). Nitekim gerçek yaşam belki insanların kendi kimliklerini olduğu gibi kabullendiği, benliklerin simüle edilmediği, nüfus popülasyonunun çok yüksek olmadığı, büyük şehirleşmelerin yaşanmadığı, herkesin birbirini tanıdığı küçük bir yerleşim yerinde mümkün olabilmektedir (Aktaş, 2011: 9). Günümüz şartlarında bireyler gerçek kimlikleriyle değil dijital kimlikleriyle var olmaktadır. Özellikle popülaritesinin çok yüksek olduğu sosyal medya platformları, kimlik sorununun temelini oluşturmaktadır.

Kimliklerin asla birleşik olmadığını ve geç modern zamanlarda giderek daha fazla parçalanmış olduğunu kabul etmekte fayda vardır. Farklı pratikler ve konumlar arasında inşa edilenler çoğalmaktadır. Kimlik kavramı radikal bir tarihselleşmeye tabidir ve sürekli olarak değişim ve dönüşüm süreci içerisindedir (Hall, 1996: 4). Dijital ortamlar genellikle parçalanmış, akışkan ve postmodern kimliklerin gerçekleştirilebildiği arenalar olarak görülmektedir. Bu nedenle yeni medya çalışmaları içinde internet kimlikleriyle ilgili tartışmaların, kimlikle ilgili daha geniş tartışmalar bağlamında konumlandırılması gerekmektedir (Kennedy, 2006: 865).

“Kimliğin değişebilir ve değiştirilebilir olması, sanal âlemde yeni bir öznenin karşılığı olan ‘profil’ kavramını ortaya çıkarmıştır. Sözlük anlamıyla ‘görüntü, görünüş’ anlamına gelen profil, sanal mekânlarda bireylerin kendilerini tanımladıkları bilgiler dâhilinde oluşturdukları sanal kimliklerdir. Böylece bireylerin gündelik yaşamlarındaki kendilerini tanımlayıp diğer bireylerin bu tanımlamayı kabul ettikleri kimlik kavramının içi boşaltılmaktadır. Kapitalist ideolojinin tüketimle olan ilişkisi açısından birey profil

oluştururken seçici bir kurgu yapmakta, olmayanı oluşturabilmekte ya da gerçekliği değiştirebilmektedir” (Güzel, 2006: 7’den akt, Özdemir, 2009: 376-377). Profiller, kişinin “kendini yazabileceği” benzersiz sayfalardır (Sunde’n, 2003: 3).

Bireyler sosyal medya platformlarında oluşturdukları profilleri, bir paylaşım merkezi olarak kullanmaktadır. Sosyolojik, ekonomik, kültürel ve sanatsal birçok konuya ilişkin paylaşımların yapılması ve bireyler arası etkileşim, bu platformları yeni bir paylaşım alanı haline getirmiştir. Dijital ortamda gerçeklik algısının değişmesiyle birlikte sanal gerçeklikler ve sanal kimlikler üretilmeye başlamıştır. Bauman oluşturulan bu kimliklerin kural tanımaz ve bağımsız duruşuna karşılık olarak imgesel varlıklara dönüştüğünü ifade etmektedir (Bauman, 1997: 60).

Sosyal medyada sanal kimlikleri ile var olan bireyler, zaman içerisinde kişisel benliklerine yabancılaşarak imgesel göstergelere dönüşmüşlerdir. Birey bu süreçte gerçek yaşamda içe dönerek asosyalleşirken sosyal medya platformlarında aktif bir sosyalleşme içerisine girmektedir. Bu ikililik arasında dönüşen kültür kavramının yeni normlarını kimliğine yansıtmaktadır (Güzel, 2016: 86-87).

Kavut dijital kimlik kavramını tanımlarken düşünür Descartes’ın “Düşünüyorum öyleyse varım” felsefesinden esinlenmiştir. Bu cümleyi, “Bağlantıdayım öyleyse varım” şeklinde yorumlayarak dijital kimlik kavramını tanımlamıştır (Kavut, 2020: 54).

İnsanoğlunun kişisel benliğini bir başkasına sunma arzusu içerisinde oluşu doğuştan gelen doğal bir dürtüdür. Sosyal medya platformları bunun için en uygun ortamlardan birisidir. Bireyin tüm toplumsal ve sosyal ortamlarda kabul görme, onaylanma ve çevreye karşı iyi bir izlenim yaratma isteği, bireyleri benliklerini en iyi şekilde yansıtma için çeşitli stratejiler geliştirmeye sevk etmektedir (Suveren ve Kosal, 2021: 1237).

Kimileri memnun olduğu fiziksel ya da kişisel özelliklerini ön planda tutarken memnun olmadıkları özelliklerini gizleme eğilimindedirler. Bu durum gerçek olan ve ideal kabul edilen kişiliğin sunma çelişkisinin bir yansımasıdır. Bireyler ideal kimliklerini gerçek kimliklerinden çok uzak ya da kısmen benzer şekilde kurgulamaktadırlar. Yeni kimliklerini inşa ederken gerçeklikten fazla uzak ve yanıltıcı bir tutum içerisine girebilmektedirler. Bireyler, dijital ortamda idealize edilmiş çevrimiçi kimliklerinin yarattığı sahte mutluluğu yaşamaktadırlar (Suveren ve Zeren Kosal, 2021: 1237). Castells sosyal medya

kullanıcılarının, bu platformda kendileri için kurguladıkları kimliklerle her şeyi başarabilecekleri inancına sahip olduklarını ifade etmektedir (Castells, 2002: 213).

Sosyal medya kullanıcıları kimliklerini sergilerken takipçilerinin taleplerini ve beğenilerini göz önünde bulundurmaktadır. Dijital dünyanın dijital sakinleri sosyal yaşamda daha aktif duruma gelerek hayatlarının seyredilmesine izin vermiş ve üzerindeki gözlemci sayısını arttırmıştır. Bu durum kullanıcıların benliklerini sergilerken başkalarının beklentilerine yönelik davranış ve tutum içerisinde olduğunun göstergesidir. Çevre tarafından kabul gören ortamlara, markalara, yaşam stillerine ve çeşitli faaliyetlere öncelik verilmektedir. Kişi bu şekilde, hayattan kendi beklenti ve isteklerini göz ardı etmektedir. Özellikle son dönemlerde sosyal medya aracılığıyla yakalanan kolay ün kazanma, şöhret kültürünü arttırmıştır. Takipçilerin beğenileri ve yorumları kişiye psikolojik bir tatmin yaşatırken narsistik meylini de tetiklemektedir. Akışkan dünyanın kullanıcıları, günlük yaşamlarını abartılı bir şekilde sergilemektedir. Bu paylaşımlar bazen mutluluk bazen ise mutsuzluk getirebilmektedir (Gulmammadzada ve Işıklı, 2020:77).

Sembolik etkileşimci Mead, kimlik dönüşümünü ikiye ayırmıştır. Bunlardan ilki, kişinin kendi benliğinin farkında olmasıdır. İkincisi ise çevrenin tutumları çerçevesinde oluşturduğu yeni benliğidir. Gonzales ve Hancock ise bu dönüşümü kimlik kayması olarak isimlendirmiştir (Bakıroğlu, 2013: 3-4).

Sosyal medya kullanıcılarının ilgi ve alaka beklentisi, beğenilme arzusu, her zaman göz önünde olma isteği ve benzeri beklentileri, sosyal medya platformlarındaki online hareketlerini etkilemektedir. Kendisine dair yaptığı tüm paylaşımların en iyi, en mükemmel ve en kusursuz olabilmesi için çabalamaktadır. Goffman bireyin kendini bu şekilde sunma halini, ‘idealize edilen performanslar’ olarak nitelendirmiştir (Goffman, 2016: 30).

Goffman’a göre;

Bir kimse bir rolü canlandığında ima yoluyla gözlemcilerinden gözleri önüne serilen izlenimleri ciddiye almalarını talep eder. İzledikleri karakterin sahipmiş gibi görüldüğü niteliklere gerçekten de sahip olduğuna, yapmakta olduğu işin yol açacağı ima edilen sonuçlara gerçekten yol açacağına ve genelde her şeyin görüldüğü gibi olduğuna inanmaları istenir kendilerinden. Buna uygun olarak, kişinin performansını ve sahnelediği gösteriyi "başkaları için" yaptığına dair popüler bir görüş de vardır. Performansları ele alırken soruyu tersine çevirmek ve kişinin karşısındakilerde yaratmaya çalıştığı gerçeklik izlenimine kendisinin inanıp inanmadığı sorusuyla başlamak yerinde olacaktır. Bir uçta, oyuncu kendini oyununa tamamen kaptırması olabilir; sahnelediği gerçeklik izleniminin gerçek gerçeklik

olduğuna samimi şekilde ikna olabilir. Seyircisi de sergilenen gsteriye böylece ikna olduğunda, en azından o an için, yalnızca sosyologlar veya toplumdan hoşnutsuz birisi sunulann "gerçekliğinden" kuşku duyacaktır (Goffman, 2016: 29).

Goffman, gözlemcileri etkileyebilecek faaliyetlerin genelini ‘‘performans’’ olarak tanımlamıştır. Bireyin performansının daima kendini tekrarladığı kısmını ise ‘‘vitrin olarak’’ adlandırmıştır (Goffman, 2016: 33). Goffman’ın bir diğer önemli tezi, kendi çıkarları ve istekleri doğrultusunda olmak istedikleri şeyler için veya başarılı olabilmek için belirli benlikleri sahiplenmektedirler (Aka, 2010: 19).

Őiřek, kimlik olgusuna farklı bir perspektiften yaklaşarak asıl kurgusal olanın gerçek kişilikler olduğunu ifade etmiştir. Őiřek’e göre bireyler gerçek hayattaki kimliğini kullanıcı olduğu platformlarda gizleme ihtiyacı duyuyorsa bilinçaltında olmak istediği kişiyi, yani öz benliğini keşfetmiştir. Dijital ortamda tüm kullanıcılar tıpkı gerçek yaşamda da olduğu gibi fiziksel görünüm ve kişilik yapısı olarak ideal sayılan özellikler çerçevesinde yeni kimliklerini oluşturmaktadırlar (Uyanık, Slavoj Őiřek ile söyleşi, 2009e).

Küreselleşme ile birlikte sosyal medya platformları hızlı ulaşılabilir ve tketelebilir hale gelmiştir. Kimlik kazanımının veya kimliği yaratım sürecini bu şekilde dönüştüren en etkili unsur sosyal medya platformları olmuştur. Toplum nezdinde kazanılan kişisel saygınlık, unvanlar ve ekonomik imkanlar dahilinde sahip olunan kimlikler, internet teknolojileri ile birlikte tekrar şekillendirilebilir bir hale gelmiştir. Sosyal medya kullanıcıları dijital ortamda kendilerini idealize ettikleri şekilde biimlendirebilmektedir. Sosyal medya platformları kişilerin dilediği kimliği alıp giyebildiği bir vitrin haline gelmiştir.

Sonuç itibariyle kullanıcının profili, dijital ortamda kullanılan dil, sayılar, imgeler ve yapılan paylaşımların toplamı olan dijital kültür kavramı ekseninde, sahte bir iletişim yansıması gözlemlenmektedir. Kimliklerin ve birçok kavramın tekrar inşa edilip hızla tketedildiği bu dijital ortamda, gerçeklik tanımını yerle bir edilmiştir ve yerini smlakra bırakmıştır. Dijital dünyada var olmaya çalışan kişiler, akışkan bir hal alarak yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır (Güzel, 2016: 90-91).

2.2.2 Anonimlik

Anonimlik duygusu yalnızca bir kaynağın kimliğinin yokluğuyla değil aynı zamanda takma ad adı verilen hayali bir alternatif kimlik aracılığıyla da elde edilebilir. Bu tür hayali kimlikler iki genel biçim almaktadır. Bunlar mesaj alıcısı için hayali olarak algılanan kaynaklar ve mesaj alıcısı için gerçek olarak algılanan kaynaklardır. Örneğin; mahlas adları, vatandaş-bant radyo tutamaçları, kod adları, sahne adları ve rol oynayan kişiler genellikle alıcı tarafından yanlış olduğu bilinen kimliklerdir. Böylece her mesaj için bir takma ad belirlenebilse de kaynağın gerçek kimliği, hayali adın arkasında gizli kalmaktadır (Anonymous, 1998:384).

Anonimlik; mahremiyet, gözetim, kimlik gibi kavramlarla ilişkili kompleks bir kavramdır (Aslan, 2012: 1). Bilinmeyen yazarlık veya köken, adlandırılmamış veya tanımlanmamış anonim bir yazar bireysellik, ayırım veya tanınabilirlikten yoksun kalabalığın içindeki isimsiz yüzler olarak tanımlanmıştır (Merriam-Webster, 2022).

"Bir ada sahip olmak" tanımı 1775'te anonim kelimesinin karşıtı sağlamak için icat edilmiştir. 1812'de "isimsiz kişi", 1864'de ise "Hayali isim" anlamıyla kaynaklara kaydedilmiştir (Etymology Dictionary, 2022). Günümüzde adı sanı bilinmeyen, yazanı, yapanı, söyleyeni bilinmeyen, laedri olarak tanımlanmıştır (TDK, 2022).

İletişim teknolojisi araçlarının hızlı tüketimi sebebiyle internet kullanıcıları bilinçli olarak ya da farkında olmadan dijital ortama izler bırakmaktadır. IP adresinden konum bilgileri, çerezlerle hangi siteye giriş yapıldığı ve benzeri birçok dijital faaliyet dijital ortama taşınmaktadır (Karaarslan vd., 2014: 1). Anonimlik, bireyin ya da bir topluluğun fikirlerini, kimlik bilgilerini açıklamadan beyan etmesi durumudur. Veri gizliliğini sağlayabilmek adına iletişim halinde olan bireylerin kimliklerini gizlemek için kullanılan bir yöntemdir. Anonimlik, kişisel veri gizliliğini sağlayabilmek için kullanılan şifreleme yöntemi gibi bir güvenlik sistemi olsa da yapısı gereği diğerlerinden farklıdır. Çünkü şifreleme teknolojik bir bilişim sistemidir, anonimlik ise bir metottur. Bireylerin iletişim kurarken anonim kalabilme imkanı, toplumun politik, ekonomik, sosyolojik ve benzeri baskı ortamından uzaklaşarak önemli bir fırsat alanı yaratmıştır (Karaarslan vd., 2014: 2).

Benzer şekilde anonim bir kaynak, bilinen bir adı veya onaylanmış kimliği olmayan bir kaynaktır. Tanımlanamayan bir kaynağa anonim denilebilir ve bir mesajı anonimleştirmek tamamen veya kısmen anonim olarak yorum yapmaktır (Anonymous,

1998: 383). Tanınmıyor olmanın verdiği özgüvenle bireyin yoğun olarak hissettiği salt bağımsızlık ve güç duygusu, anonim olma durumunu daha cazip bir hale getirmiştir. Birey kendini her ne kadar tam bağımsız olarak nitelendirse de dijital ortamın sağladığı özgürlük alanı zannedildiği kadar sınırsız değildir. Bir denetim sistemi içerisine sıkıştırılmış olan dijital özgürlük, etik değerleri ve hukuksal normları tekrar biçimlendirecektir. Ayrıca anonimlik ortamı ve suçlulara veya muhtemel suçlulara diğer kişilerin kimliklerinin temel bileşenlerini elde etme fırsatları sağlaması nedeniyle kimlik hırsızlığına önemli bir katkıda bulunan kişi olarak tanımlanmıştır (Newman, McNally, 2005: 4).

Turkle'nin çalışmasında ortaya çıkan internet kimliğiyle ilgili belki de en kalıcı endişe sanallık ve anonimlik arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Turkle, insanların ırk veya cinsiyet gibi ayrımcılığa yol açabilecek kimlik özelliklerini gizleyebileceğini ve böylece bir dizi kimlik pozisyonunu gerçekleştirerek marjinal kimlikleri gizleyerek ve ana akımın bir parçası haline gelebileceğini savunmuştur. Turkle'nin iddiasında örtük olarak siber uzaydaki anonimliğin potansiyel olarak güçlendirici olduğu varsayımı yatmaktadır. Dahası anonim çevrimiçi ortamlar kimlik keşfini kolaylaştırdıkları veya gerçek hayatta işgal edilmesi zor olabilecek kimlik konumlarını işgal ettikleri için güçlendiricidir (Kennedy, 2006: 864).

Anonimlik olgusu, sosyal medya kullanıcısının kişisel kimlik bilgilerini idealize ettiği şekilde yönetebilme hususunda kişiye özerklik tanımaktadır (Aslan, 2012: 82-83). Kişisel veriler, kişiyi tek başına tanımlayabilen bilgilerin tümüdür. Kişisel bilginin korunması hakkı, kişilik onuru, kişisel bağımsızlık önemli unsurlardır. Özel hayatın gizliliği, ifade özgürlüğü gibi temel hak ve özgürlükler her zaman olmalıdır ve korunmalıdır (Karaarslan vd., 2014: 1-2).

2.2.3 Katılımlılık ve Bağlantılılık

İnsanoğlu var olduğu zamandan bu yana toplumsal ilişkilerin formu sürekli olarak değişmektedir. Kişinin değer ve tutumlarına, davranış kalıplarına doğrudan etki eden enformasyon akışı, kişinin benliğini ve yaşam biçimini şekillendirmektedir. “Teknoloji insanın uzantısıdır” felsefesi zamanla değişmeye başlamıştır. Teknoloji ve insan arasındaki bağlantı sürecinde roller değişmiş, insan teknolojinin bir uzantısı haline gelmiştir (İsmayılov, 2012: 22).

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte her dönem kendine özgü bir iletişim dili oluşturmuştur. Eski çağlarda yazının keşfiyle başlayan bu durum, interaktif olarak

devam etmektedir. Dünden bugüne bakıldığında gelinen noktada birey sözlü, yazılı, işitsel ve görsel tüm anlatım biçimlerini bir araya getirerek yeni bir dil oluşturmuştur (Castells, 2005: 440).

Van Dijck: "Medya ile ilişkili olan belirgin bir 'sosyal' kelimesi, platformların kullanıcı merkezli olduğunu belirtmektedir ve katılımcılık teriminin insan ortaklaşmasına vurgu yapması gibi o da komünal faaliyetlere olanak sağlamaktadır. Gerçekten de sosyal medya insan ilişkilerinin çevrimiçi kolaylaştırıcısı veya güçlendiricisi, sosyal değer olarak bağlanabilirliği teşvik eden insanlar ağı olarak değerlendirilebilmektedir" (Dijck ve Poell, 2013: 1).

"Ağ Toplumunun Yükselişi" adlı kitabında, Manuel Castells görüşlerini; *"İletişim araçlarının küresel çapta birbirleriyle bağlantılı hale geldiği, programlar ve mesajların küresel bir ağ içinde dolandığı şu günlerde, küresel bir köyde değil, küresel çapta üretilip yerel olarak dağıtılan ısmarlama kulübelerde oturuyoruz"* şeklinde ifade etmiştir (Castells, 2005: 457).

Gündelik yaratıcılık insanlara güç duygusu, diğer insanlarla bağlantı kurmanın etkileyici yolları ve dünyayla anlamlı bir ilişki duygusu verebilir. Bu binlerce yıldır doğrudur ancak son zamanlarda bağlantı kurmak ve bir şeyin alışverişinde bulunmak, birbirimize ilham vermemizi sağlayan erişilebilir ağ bağlantılı teknolojilerin ortaya çıkmasıyla güçlenmiş ve güçlendirilmiştir (Gauntlett, 2011: 1).

Fuchs (2011: 141); *"Sosyal paylaşım ağları, kullanıcılarına kendi bağlantı listelerini açıklamalarına/oluşturmalarına, birbirleri arasında iletişim kurmalarına, bağlantı listelerini sergilemelerine ve bilgilerinin yer aldığı profillerinin üretilmesine olanak sağlayan, farklı medya, bilgi ve iletişim teknolojilerini içinde barındıran web tabanlı platformlardır"* şeklinde ifade etmiştir (Fuchs, 2011: 141).

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kullanıcıya aktarılan içeriğe ilişkin özgür bir şekilde seçim yapabilme şansı verilmiştir. Seyircinin interaktif bir iletişim süreci içerisinde olması medya içeriği üzerindeki kontrol mekanizmasını arttırmış, bu durum yeni enformatik türleri ortaya çıkarmıştır. Tüketici aynı zamanda üretici durumuna gelmiştir (Timisi, 2003: 83–84).

Jenkins, değişen iletişim teknolojilerinin yeni özelliği olan kullanıcı faaliyetlerini "katılımcı kültür" olarak adlandırmaktadır. Yaşanan bu değişime yönelik yürüttüğü

çalışmaları, yakınsa kanalından ele almaktadır. Yakınsama; “farklı medya işlevlerinin tek bir cihazda toplanmasını ifade eden yalnızca teknolojik bir süreçten çok, tüketicilerin yeni enformasyon kaynakları aramaya yönlendirildikleri ve dağıtık medya içerikleri arasında bağlantılar kurmaya teşvik edildikleri kültürel bir değişimi” olarak ifade etmektedir (Jenkins, 2006: 15). Jenkins yakınsama durumunu sadece teknolojik bir inovasyon olarak değil; global, ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutlara hakim, anlaşılması zor bir süreçtir.

“Katılımcı kültür” ün temelini Web 2.0 oluşturmuştur. Bu kavram internet kullanıcıları tarafından oldukça rağbet görmektedir. Küçük ya da büyük ayırt etmeden herhangi bir konuya ilişkin bir şey üretebiliyor olmak ve üretilen şeyin çevre ile paylaşılabilir olmasının hazzı, dijital kültürün gördüğü rağbetin temel sebebidir. Değerli ve önemli buldukları teknolojik içerikleri tekrar derleyen ve dolaşıma açan kimseler, yapılan ya da yapılacak ol hiçbir eylemi bir beklenti içerisinde gerçekleştirilmemektedir (Çetin, 2019: 170).

Dijital dünya birçok insan için merak uyandıran ve heyecan veren sanal bir ortamdır. Gelişen teknolojilerin iletişim ayağının temsilcisi olan internet globalleşmeyi sağlayarak var olan sınırları yok etmiştir. Dünyanın herhangi bir yerinde yaşamını sürdüren kullanıcılar, iletişime açık bir hale gelmiştir. Birbirleri ile hızlı bir şekilde iletişim haline geçen kullanıcıların kendi arasında sosyal, kültürel, politik ve ekonomik ilişkilerin sağlanabilmesi için uygun ortam yaratılmıştır (Çetin, 2019: 156).

İnteraftiflik, katılım, sosyalizasyon, hipergerçeklik, hipermetinsellik gibi unsurların toplamı sonucunda var olan dijital ortamda istenilen kişilerle iletişim kurabilme, herhangi bir dijital topluluğa dahil olabilme ya da ayrılabilme yetisine sahiptirler. Sadece oluşturulan bir profil hesabı ile farklı platformlarda farklı deneyimler yaşayabilmekte, video ve oyun alanında farklı içerikler üretebilmekte ve aynı zaman diliminde farklı ağlara erişebilme ve sınırları ortadan kaldırma özelliği ile de sosyalleşme pratiği kazanmaktadırlar (Güzel, 2016: 92).

Birbirine bağlı bir şekilde yaşanan bu dünya, hiçbir dönemde hem bu kadar bağımsız hem de bu kadar bağımlı olmamıştır. Katılım, iletişim süreci boyunca mesajı veren ve mesajı alan kişiler arasında rollerin değişmesine imkan sunan alıcının kaynak, kaynağın da alıcı olabilmesini sağlayan kullanıcının içeriği hem üretmesini hem de tüketimini sağlayan teknolojilerdir.

2.2.4 Dijital Yurttaşlık ve Yerliler

Bugün normlar ve davranışlar geçmişe göre çok daha hızlı değişmektedir. ‘‘Dijital yerliler’’ teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkmış anlam merkezinde dijital dünyanın ve yeni iletişim teknolojilerinin bulunduğu tüm gündelik yaşam pratiklerini teknolojik araçlar aracılığıyla yürüten yeni önem kuşaklarından oluşmuştur (Bilgiç, 2011: 258). Bazı araştırmacılar bu yeni öğrencilere N-[Net için]-gen veya D-[dijital için]-gen olarak atıfta bulunmuşlardır. Fakat onlar için kullanılan en net tanım ‘‘Dijital Yerliler’’ kavramıdır. Dijital yerliler olarak adlandırılan grup tüm bilişim teknolojilerinin, bilgisayarların, video oyunlarının, internetin ve bu araçların tüm özelliklerini ‘‘anadili’’ olan benimseyen kişilerdir (Prensky, 2001: 1).

Hızlı bilgi tüketimine alışkın olan Dijital Yerliler, paralel olarak devamlılık sağlayıp çoklu görev bilinciyle hareket etmektedirler. Bir metin incelerken metinden çok grafiklere odaklanmaktadır. Spontane şekilde erişimi seven bu kişiler, ağ bağlantısını sağladıktan sonra çok verimli çalışmaktadırlar. Sık verilen ödüllere alışkındırlar. Bilgisayar oyunlarını önemli projelere tercih etmektedirler (Prensky, 2001: 1-2).

Dijital yerliler fiziksel olarak bir çaba sarf etmeden, internet teknolojilerini kullanarak kendilerini geliştirmek adına birçok faaliyette bulunabilmektedir. Bu yeni kuşak için her şey kısa sürede yapılabilir. Kişisel verilerini çevresiyle ya da tanımadığı başka kişilerle paylaşma konusunda diğer kuşaklardan daha cesurdurlar (Palfrey ve Gasser, 2008: 24). Dijital yerliler dijital ortamlarda bilgiyi daha çabuk öğrenmeye meyilli, araştırmaya, öğrenmeye ve yeniliğe açıktır. Dijital ortamlarda var olan tüm bilgiyi araştırarak bulmaya, edindikleri tüm bilgi ve birikimi çevresiyle de paylaşmaya meyillidirler. Dijital teknolojilerin anlaşılması ve kullanılması bakımından geçmiş kuşaklara göre daha yeterli donanıma sahiptirler (Bilgiç, 2011: 260).

Bilgiye daha kolay ve daha hızlı erişmek isteyen dijital yerliler, klasik okuma tekniklerini reddetmişlerdir. Ciddi araştırmalar yapmayı değil oyun oynamayı tercih etmişlerdir. Zihinsel yetileri paralel bir yapıda olan dijital yerliler, birden fazla işi aynı anda yapmaya çalışırlar. Öğrenme pratikleri araştırarak keşfetme üzerine kuruludur. Teknolojik araçlar ve internet teknolojileri gündelik yaşamlarının bir parçası haline gelmiştir (Tonta, 2009: 745).

Dijital yerliler bilgiye hızlı ulaşım, iletişim ve haberleşme gibi günlük sosyal yaşam pratiklerini, dijital medya araçları aracılığıyla sağlamaktadır. Bu kuşak, karşılaşılabilecekleri tüm olası problemlerin çözümünü dijital ortamda aramaktadır. Dijital yerliler yaşamlarının merkezine dijital medya araçlarını oturtmuştur ve hayatlarını bu iletişim teknolojileri üzerine kurmuştur (Bilgiç, 2011: 261-262). Bu kuşağın büyük bir bölümü, dijital ortamda var olmayan kütüphaneleri kullanmayı tercih bile etmemektedirler. Bunların yerine sosyal medya platformlarını kullanmaktadırlar. Bunun sebebi sosyal medya platformlarının onlar için farklı bilgiler sunan tek bir merkez olmasıdır. Sosyal medya platformları kullanıcıya bir sosyalleşme ortamı hazırlamasının yanı sıra, kullanıcıya kendine ait içerikler oluşturmak ve kendi uygulamalarını tasarlamak için imkan sağlamaktadır (Tonta, 2009: 746-747).

Dijital Yerliler hayatlarındaki hemen hemen her aktivitenin çevrimiçi yollarını icat etmektedir. Aktiviteler kendilerine sunulan yeni teknolojilere dayalı olarak gerçekleşmektedir. Bu durum her gencin tüm bunları çevrim içi olarak yaptığı anlamına gelmemektedir. Ancak Dijital Yerlilerin çevrim içi olarak yapabilecekleri olasılıklar katlanarak artmakta ve gün geçtikçe daha fazla insan tarafından benimsenmektedir. İnternet muazzam bir olasılıklar buzdağının görünen kısmıdır. Dijital Yerliler için ne kadar önemli olursa olsun çevrimiçi yaşamları internetten çok daha büyüktür. Bu çevrimiçi yaşam siber uzayın günlük yaşamın bir parçası olduğu 21. yüzyılda nasıl yaşanılacağına, hayatta kalınacağına ve başarılı olunacağına dair bir strateji haline gelmiştir. Prensky' a göre, Dijital Yerli'nin tanımlayıcı özelliklerinden biri yaratma arzusudur. Dijital Yerliler web siteleri, flash filmler ve diğer çevrimiçi kreasyonlar oluşturma konusunda ustadırlar (Prensky,2004: 1-6).

Kakırman dijital yerlileri psikolojik bağlamda çözümlenmeye çalışmıştır. Kadınların ekonomik olarak bağımsız olmalarının toplumsal olarak önemli olduğunun altını çizerek bu olumlu etkilerinin yanı sıra konu bağlamında olumsuz gelişmeleri de tetiklediğini savunmaktadır. Kakırmana'a göre okul çağındaki çocuk (dijital yerli) okuldan eve döndüğü zaman, evde annesini bulamamaktadır. Bu sebeple annesinin yapacağı tüm işi kendisi yapmaktadır. Kapıyı kendisi açmakta, yemeğini kendi çabalarıyla hazırlamakta ve ev ortamında kendisinden başka kimse olmadığı için dijital ortamda sosyalleşmeye çabalamaktadır. Ona göre yapılan bu gündelik işler belirli bir rutin kazandığı zaman bireyler içe dönmeye, gündelik hayatta asosyalleşerek dijital ortamda sosyalleşmeye başlamışlardır. Herhangi bir konuya dair paylaşmak istediği bir şeyi gerçek hayatta bir yakınıyla paylaşmak

yerine, sosyal medya platformlarında paylaşarak mahremiyet kavramını yok saymaktadır (Kakırman, 2012: 532). Fakat Dijital Yerlilerin mahremiyet kavramının dönüşüm sebebi sadece kadının çalışma hayatına kazandırılmasıyla ilişkilendirilmemelidir. Mahremiyetin daha transparan bir hal alması tek bir sebep üzerinden değerlendirilmemelidir. Bu durumu etkileyen sosyal medya, internet teknolojileri, kullanıcıların tutumu, dijital okur yazarlık oranının düşük olması gibi birçok etken mevcuttur.

Teknolojiyle erken yaşta tanışmamış fakat sonraki aşamalarda teknolojiyi ve sağladığı olanakları kabul edip hayatın büyük bir bölümüne dahil etmiş kişiler de ‘‘Dijital Göçmen’’ olarak adlandırılmıştır. Dijital Göçmenler, tüm göçmenler gibi çevrelerine uyum sağlamayı öğrendikçe ‘‘aksanlarını’’, yani geçmişteki ayak izlerini her zaman bir dereceye kadar korumaktadırlar. Bunu yaparken bir yandan geleneksel tutumlarını da korumaya çalışarak sentez bir kültür yaratmaktadırlar. ‘‘Dijital göçmen’’ herhangi bir konuya ilişkin mevcut bilgiye ulaşmak için ilk olarak internete değil bir programın kılavuzunu okumayı da tercih edebilmektedir (Prensky, 2001: 1-2).

Dijital göçmenler yalnızca herhangi bir ihtiyaç halinde teknolojik araçları kullanmaktadır. Fakat artık teknolojinin gelişmesi ve tüketiminin yaygınlaşmasıyla birlikte sadece bilgi edinme gereksiniminin dışında sosyalleşme, eğlenme ve iletişim kurabilme gibi amaçlarla da kullanmaya başlamışlardır. Dijital göçmenler ve dijital yerliler arasında temel bir fark vardır. Dijital göçmenler, teknolojinin sağladığı imkanlardan ihtiyaçları doğrultusunda faydalanmaktadır. Fakat dijital yerliler yaşam pratiklerini teknoloji üzerine kurmuş, onu yaşamlarının bir parçası haline getirmişlerdir (Palfrey ve Gasser, 2008:296).

Prensky, dijital yerliler ve dijital göçmenler kavramlarını kati bir şekilde ayırmıştır. Kavramlar arasında bir ayrım yaparken var olan bir durumun farklı bir şeye dönüşmesi aniden meydana gelebilecek bir süreç değildir. Bu sürecin sağlıklı bir şekilde tamamlanması için kavramlar arası köprü görevi görecektir daha hafif bir geçiş hattına ihtiyaç vardır. Prensky’nin çalışmalarında dijital yerli ve dijital göçmenler kategorize edilirken, yaşa bağlı bir yaklaşımın benimsendiği görülmektedir. Son derece doğru olan bu yaklaşımda aslında teknolojik yakınlık ile yaş ilişkisinin paralel olduğu da vurgulanmaktadır. Ancak Yıldız’a göre Prensky 1980 öncesi doğanlara dijital göçmen diyerek haksızlık yapmış gibi görünmektedir. Nitekim Prensky, 1970-1979 yılları arasında doğan kişileri de dijital göçmen sınıfına dahil etmektedir. Görülmektedir ki bu yaş grubu da teknolojik imkanları olabildiğince kullanmakta bu şekilde gündelik hayatlarını daha kolay bir hale getirmeye

çalışmaktadır. Geleneksel gündelik çalışma rutinleri de bu çerçevede dönüşmeye başlamıştır (Yıldız, 2012: 821).

Dijital göçmenler ile dijital yerliler arasındaki uçurum Prensky'nin de ifade ettiği gibi oldukça büyüktür. Bu derin uçurumu kati bir yargıyla birbirinden ayırmak pek mümkün görünmemektedir. Dijital melezler, eskinin yeni döneme hazırlandığı bir geçiş grubudur. Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler arasındaki uçurumda katalizör görevi görmektedir. Dijital Göçmenler yaşanan bu yeni teknoloji çağını kabullenememiş ve değişime ayak uyduramamıştır. Dijital Yerliler ise bu yeni çağın içerisine doğduğu için bir adaptasyon süreci yaşamalarına gerek kalmamıştır (Yıldız, 2012: 823).

Dijital Melezler olarak adlandırılan ara kuşak hem dijital yerlilerin hem de dijital göçmenlerin özelliklerini barındırmaktadır. Melezler, teknolojinin getirdiği yenilik ve olanaklardan faydalanmaya çalışmaktadır. Fakat teknolojik araçları anlama ve kullanabilme becerileri konusunda dijital yerliler kadar donanımlı değildirler. Geleneksel gündelik yaşam rutinleri, onlar için hala iyidir. Bu ara kuşak teknolojiye karşı Dijital Göçmenler kadar mesafeli olmamıştır. Dijital Melezlerin bilgiyi bulma ve öğrenme pratikleri, Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin tutumlarının sentez bir halidir. Onlar için her iki grubun pratikleri de gereklidir

Dijital Göçmenler değişim fikrine kendilerini alıştıramamışlardır. Değişimi anlamlandıramamış, anlamak içinde çaba sarf etmemişlerdir. Değişime uzak kalmayı tercih etmişlerdir. Dijital Melezler yeni dijital çağla uyumlanmaya çalışmışlardır. Değişim fikrini kabullenmiş, fakat eski geleneksel tutumlarını da terk etmemişlerdir. Dijital Yerliler dijital çağın içine doğdukları için değişime doğuştan hazır olanlardır. Bu dönemin şartlarını, getirdiklerini ve getireceklerini "olması gereken" olarak değerlendirmektedirler.

2.3. Mahremiyetin İhlali ve Tehlikeler

İletişim Teknolojileri kendini sürekli yenileyip geliştirmektedir. Gündelik yaşamın her köşesinde var olan bu araçlar, bireylerin hayatlarını kolaylaştırmaktadır. Olası bir problemin çözümünü, kolay ulaşılabilirliği, kolay tüketimi sağlayarak kullanıcı kişiler için bir konfor alanı yaratmıştır. Gündelik yaşam pratiklerinin kolaylaşması bireyleri bu teknolojilere bağımlı hale getirmiştir. Ancak bu iletişim araçlarının bilinçli bir şekilde kullanılmasının gerekliliğinin önemi vurgulanmalıdır. Çünkü bilinçsiz kullanım beraberinde

riskli durumlar doğurabilmektedir. Kişisel bilgi verileri sorgulamadan ve incelemeyen, dijital ortama aktarılmamalıdır. Aktarılan bilginin güvenliğinden emin olunmalıdır. İleri teknoloji ile tanışılmadığı çok eski zamanlarda önemli bir bilgiyi güvenli bir şekilde saklamak çok kolayken günümüzde ki şartlar altında bunu başarabilmek oldukça güçtür. Yaşamın adeta dijital ortama tamamıyla kopyalanması, tüm kişisel verilerin tutulup saklanması demektir. Dijital ortamın sağladığı bağımsız, anonim ve rahat paylaşım alanı, kullanıcıları etkisi altına almaktadır. Beğenilme, takdir edilme, onaylanma gibi arzular, bu arzuların iletişim teknolojileri aracılığıyla karşılanması, kullanıcının paylaşım motivasyonunu daha çok arttırmaktadır (Zerey, 2012).

Dijital Çağın getirdiği teknolojik yenilikler bireyin sosyal faaliyetlerini, ticari ilişkilerini ve tüm yaşam alanını tekrar inşa etmiştir. Günlük yaşam içerisine derin bir şekilde yerleşen iletişim teknolojileri, sağladığı kolaylıkların yanı sıra yeni toplumsal problemlerin yaşanmasına veya var olan ufak sorunların büyümesine de sebebiyet verebilmektedir. İletişimin dijitalleşmesi, insanın dijitalleşen iletişim teknolojileri ile etkileşiminin artması ve bilgi güvenliği endişesini yaratmaktadır. Teknolojik yenilikler gözetim ve mahremiyet kaybı korkusunu tetiklemektedir. Bu sebeple mahremiyet kavramının sınırlarının tekrar belirlenmesi ve korunması gereklidir (Çaycı, Çaycı, 2016: 157).

Kullanımı gün geçtikçe daha çok yaygınlaşan internet teknolojileri kişisel verilere ulaşımı ve bu verilerin depolanmasını oldukça kolay bir hale getirmiştir. Çevrimiçi ortamlarda büyük bir hızla paylaşılan kişisel bilgiler, kuruluşlar tarafından zahmetsiz bir şekilde bulunmaktadır. Özellikle içerisinde bulunan dijital çağda kişisel hak ve özgürlükler risk altındadır. Bu noktada risk alanlarına ilişkin toplum farkındalığını artırma faaliyetleri, risk alanlarının aza indirgenmesinde önemli bir adımdır (Eroğlu, 2018: 133).

Mahremiyet ihlali Türk Ceza Kanunu'nda suç olarak tanımlanmıştır. Gizli yollardan kişinin rızası olmadan kişisel veri kaydedenlere cezai yaptırım uygulanması öngörülmüştür (TCK, Md. 135/1). Mahremiyet için tehdit oluşturan unsurlar, üç kaynak temelinde oluşmaktadır. (Westin, 1970: 52-62). Bunlar; kişinin kendini ifşa etmesi, merak duygusu ve gözetimdir.

Mahremiyet için ilk temel tehdit bireyin kendi rızasıyla kendini ifşa etmesi durumudur. Başkalarına karşı her zaman korunması gereken bir kavram olan mahremiyet olgusu, bazen çevre tarafından değilkişinin kendisi tarafından zarara uğratılmaktadır. Kişiler

özel hayatlarını alenileştirerek yok etmektedir (Yüksel, 2003: 185). Kişi mahremiyet hakkını, en çok kendisi ihlal etmektedir. Belki de kendine sunulan dijital kolaylıklara karşılık olarak mahremiyet kaybına razı göstermeyi kabul etmektedir (Bauman, 2016: 35). Sosyal medya platformlarında mahremiyetin dönüşümüne sebebiyet veren bir diğer etken panoptikon, sinoptikon ve omniptikon gözetim tekniklerinin bir arada oluşudur. Kişiler bir başkasını dilediğinde gözetleyebildiği müddetçe bir başkasının da kendisini gözetlemesinden şikayet etmemektedir. Hatta merak duygusu ile diğer kullanıcıların özel yaşamlarını daha çok gözetleyebilmek için, kendi özel yaşamının sınırlarını da tekrar çizerek kendine zarar vermektedir (Budak, 2018: 153-154).

İkinci bir tehdit unsuru merak dürtüsüdür. Bu dürtü kişilere ve geldikleri kültüre göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bu kapsamda toplumda bireylerin özel yaşamlarının nasıl seyrettiğine ilişkin bilgi alma isteği merak dürtüsünden kaynaklıdır. İletişim teknolojileri merak duygusunu giderebilmek için önemli bir medya unsurudur. Son olarak üçüncü tehdit unsuru gözetim olgusudur (Yüksel, 2003: 186). Risk yaratan bir diğer unsur internet teknolojilerinin globalleşmesidir. Mekan kavramının dönüştüğü bu dönemde, dünyanın her yanından mevcut kullanıcıların sınırları aşarak kişisel herhangi bir veriye kolay erişim sağlaması, internet kullanıcılarının dijital ortamda korunmasız bırakılmaktadır (Dolgun, 2004: 70).

Teknolojik gelişmeler kişisel bilgiye erişimi ne kadar kolaylaştırırsa da mahremiyet ihlalini sadece teknolojik gelişmelere mal etmek doğru olmayacaktır. Özellikle kişisel verinin korunması kapsamında teknolojik gelişmeler kadar önemli olan diğer bir husus, kişilerin ve kurumların teknolojik imkanları kullanırken özel hayatın gizliliği konusundaki tutumlarına dikkat etmeleridir (Yüksel, 2009: 276).

Dijital olarak bağlantılı dünya düşünüldüğünde işler eskisinden daha az parlak görünmektedir. Üç çarpıcı ve iç karartıcı unsur vardır ve her biri çok büyüktür. İlk olarak dünyanın dört bir yanındaki hükümetler, herkesin çevrimiçi etkileşimlerini kaydeden 1984 tarzı toplu gözetlemeye her zamankinden daha fazla bağlı oldukları ortaya çıkmıştır. 2013'te Edward Snowden, ABD'deki kişisel iletişimlerin beklenmedik derecede geniş bir düzeyde izlenmesini ve depolanmasını cesurca ve açık bir şekilde ortaya koymuştur. Birkaç yıl sonra bu temel kişisel mahremiyet eksikliği, aşağı yukarı normal olarak kabul ediliyor gibi görünmektedir (Gauntlett, 2011:2).

Tüm bunlara bakıldığı zaman, kullanıcıların kişisel verileri elbette yasal olarak korunmalıdır. Ancak kişisel verilerin çevrimiçi ortamlara kullanıcının kendisi tarafından servis edildiği gerçeğinin üzerinde de durulmalıdır. İnternet ağlarında paylaşılan herhangi bir kişisel bilgi o andan itibaren şahsi bir bilgi olmaktan çıkmaktadır. Bu sebeple yasal yollarla korunması savunulması gereken mahremiyet kavramının, kişiler tarafından da büyük bir farkındalıkla korunması şarttır (Kakırman, 2012: 531).

Sosyal medya platformlarının işleyişi ve ‘‘ideal’’ varsayılan kullanım şekli, sosyal medya kullanıcılarını inşa ve teşhir kültürü ile tanıştırmıştır. Böylelikle narsizmin yoğun olarak hissedildiği, bireyin yalnızca kendini düşündüğü, toplumsal ve kültürel normlardan sıyrılarak mahremiyet kavramının tekrar inşa edildiği bir süreç başlamıştır. İnternet kullanıcılarının sosyal medya platformlarına olan ilgisi mahremiyet kavramının sınırlarını esnetmiş, birçok olguyu tekrar tanımlamıştır. İnternet teknolojilerini kullanmaya başlayan kullanıcılar geçiş sürecinde yeniye adapte olmakta zorlanmışlardır. Bu süreç kişinin kendisine ve başkasının özel alanına göstermesi gereken saygıyı yitirmesine sebep olmaktadır. Bu durum mahremiyetin dönüşümündeki en etkili unsurlardan birisidir (Budak, 2018: 166-167).

Enformasyon teknolojilerinin hızla gelişmesi ve gündelik hayat içerisine bu denli yerleşmiş olması mevcut toplumsal normları dönüştürmeye başlamıştır. Şahsi bilgilerin ve özel yaşam hakkının korunabilmesi amacıyla yapılan kanun tasarıları, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle işlevini kaybetmeye başlamıştır. Enformasyon teknolojileri yüzünden sürekli gözetim altına olduğunu hisseden bireyler kendilerini sıkışmış hissetmektedirler. Kamusal alanda gözetimin alenileşmesi ve bu durumun günden güne hızlı bir şekilde artması ‘‘gözetim toplumu’’ nun temelini oluşturmaya başlamıştır (Dolgun, 2004:72).

2.3.1. Kimlik Hırsızlığı

Dijital çağ ile birlikte toplumsal birçok değer dijital ortamda yeniden tanımlanmaktadır. Bunlardan birisi de ‘‘suç’’ kavramıdır. Suç kavramı dijital dünyada ‘‘siber suçlar’’ şeklinde nitelendirilmektedir. Bilgisayar korsanlığı, kimlik hırsızlığı, izinsiz kişisel veri erişimi, izinsiz kayıt alma ve benzeri faaliyetler, siber suçlar kapsamındadır. Siber suçlar her ne kadar terminolojik olarak kabul görse de kavramsal olarak iyi bir şekilde

anlaşıp aktarılamamaktadır. Bu durum etik problemleri de beraberinde getirmektedir. İletişim teknolojileri gelişip, küresel boyutta daha fazla yayılma gösterdikçe suç oranlarında da artış yaşanmaktadır (Webster, 2003: 409).

İnternet kullanıcılarının tüm kişisel bilgilerini dijital ortamda ifşa etmesi, bilgisayar korsanlarının bu bilgileri rahatlıkla ele geçirmesini kolaylaştırmaktadır. Bu sebeple sosyal ağ sitelerine üye olan veya giriş yapan kullanıcı sayısı arttıkça, suç oranlarında da artış görülmektedir. Bilgisayar korsanlarının yaptıkları saldırılar içerisinde en yaygın olanı kimlik hırsızlığıdır (Yayanoğlu vd., 2012: 19). Kimlik hırsızlığı konusu artan kullanıcı farkındalığı ile genel bir kamuoyu endişesine dönüşmüş durumdadır (Sproule ve Archer, 2007: 1). Kimlik hırsızlığının ve bağlantılı suçların farklı bileşen davranışları uzun yıllardır bilinmesine rağmen kimlik hırsızlığı, tıpkı araba hırsızlığının endüstriyel seri üretim çağının bir ürünü olması gibi öncelikle bilgi çağının bir ürünü olarak görülmektedir (Newman ve McNally, 2005: 6).

1998 tarihli Federal Kimlik Hırsızlığı ve Varsayım Caydırma Yasası'na kadar kimlik hırsızlığının kabul edilmiş bir tanımı yoktur. Bu yasa kimlik hırsızlığını çok geniş bir şekilde tanımlayarak davalarını yürütülmesini çok daha kolay hale getirmiştir. Devletlerin çoğu kimlik hırsızlığı yasasını kabul etmiştir. Çünkü kimlik hırsızlığı suçu, önemli bir endişe konusu haline gelmiştir. Basılı ve elektronik medyada birçok ciddi vakanın tanıtımı ve bir dizi etkili televizyon reklamında kimlik hırsızlığı riskinin tasvir edilmesi, kimlik hırsızlığını artık yaygın olarak kullanılan bir suç haline getirmiştir. Bu suçlar arasında çek dolandırıcılığı, plastik kart dolandırıcılığı (kredi kartları, çek kartları, banka kartları, telefon kartları vb.), göçmenlik dolandırıcılığı, kalpazanlık, sahtecilik, sahte veya çalıntı kimlikler kullanan terörizm, çeşitli türlerde hırsızlık (cebe çekme, soygun, hırsızlık veya kurbanın kişisel bilgilerini elde etmek için gasp), posta sahtekarlığı ve benzerleri mevcuttur (Newman, McNally, 2005: 4).

Bir kimse gerçek bir kişiye dayanmayan sahte bir kimlik oluşturduğunda o kişi hayali bir kimlik oluşturmuş demektir. Kişilerin kendi kimliklerinde değişiklik yapmaları da mümkündür. Bu onların dolandırıcılık yapmalarına veya tespit ve kovuşturmadan kaçınmalarına izin verecektir. Sproule ve Archer'a göre bireyin dolandırıcılık yapmadığı sürece, birden fazla kimliğe sahip olması yasa dışı değildir. Birinin kimliğini manipüle edilmesi veya hayali bir kimliği benimsenmesinin kişinin çevrimiçi ortamda gizliliğini korumasının iyi bir yolu olarak ifade etmişlerdir (Sproule ve Archer, 2007:7).

Kimlik hırsızlığı başkasına ait kişisel verilerin kişinin haberi olmadan kullanılarak insanları kandırma ve dolandırma durumudur. Saldırgan, mağdur kişinin dijital ortamda paylaştığı bilgiler aracılığıyla banka bilgilerine ve şifrelerine ulaşarak kendi çıkarı doğrultusunda bu bilgileri kullanmaktadır. Oltalama (phishing) ve zararlı (casus) yazılımlar, kimlik hırsızlığının en yaygın iki yöntemidir. Oltalama denilen yöntemde dijital saldırı, kişilerin güncel banka ve kredi kartı bilgilerini saptamak amacıyla onlara asılsız e-posta yollamaktadır. Bu e-postalar kişileri oluşturulan sahte internet adreslerine yönlendirerek güncel bilgilerinin paylaşımını sağlamaktadır. Diğer yöntemde ise saldırı casus programlarına kullanıcının dikkatini çekebilecek başlıklar vererek kullanıcının zararlı dosyayı bilgisayarına indirmesini sağlamaya çalışmaktadır. (Çubukçu ve Bayzan, 2013: 154).

Kimlik hırsızlığı Dolandırıcılık veya diğer suçları işlemek amacıyla başka bir kişinin kişisel bilgilerinin yetkisiz olarak toplanması, bulundurulması, aktarılması, çoğaltılması veya başka şekillerde manipüle edilmesi, sahte kimlik kullanımını içermektedir (Sproule ve Archer, 2007:8). Hacklemek, kimlik avı ve pharming, yolsuzluk yapan çalışanlar, işlemler veya verilere erişim, cüzdan veya cüzdan hırsızlığı, veri depolama cihazının çalınması, bir ev sahibi veya işveren olarak poz vermek ve kurbanın kredi raporunu almak, casus yazılım, kablosuz müdahale, telefon ve e-posta dolandırıcılığı, belge ıslahı, kişisel bilgilerin ticareti, posta müdahalesi, posta hırsızlığı ve sahtecilik de kimlik hırsızlığı kapsamındadır (Sproule ve Archer, 2007: 8).

Dijital dünyada kişisel veri güvenliğini sağlayabilmek için sosyal, teknik ve yasal olmak üzere üç farklı çözümsel yaklaşım bulunmaktadır. Sosyal çözüm; aile ve okul gibi kurumlarda alınması gereken önlemlerin öğretilmesiyle, teknik çözümler; veri güvenliğinin sağlanabilmesi için yazılımsal alt yapıların iyileştirilmesiyle, yasal çözümler ise; risk yaratan siber suçlara karşılık olarak, kanun tasarılarının geliştirilmesi ve uygulanmasıyla desteklenmelidir (Yayanoğlu vd., 2012:24).

2.3.3. Gözetim

Modern zamanlar, modern dönem öncesi var olan katıları parçalama isteği içindedirler. Katı olanı eritme dürtülerine sebep olarak güvenilebilecek mevcut dünya düzenini yönetebilecek ve öngörüsü yüksek kalıcı katılıkları keşfedip yaratabilme arzusu gösterilebilmektedir. Eritmek için kullanılacak en temel katı maddeler hayatı

kolaylaştırmaktan uzak geleneksel bağılıklar, geleneksel hak ve sorumluluklardır. Yeni bir toplumsal düzen oluşturabilmek için eskinin getirdiği ağırlık hissiyatından kurtulmak gerekmektedir (Bauman, 2000: 3-4). Bazı gruplar yaşanan toplumsal parçalanmadan yeni medyayı sorumlu tutmuşlardır. Bauman bu parçalanma sürecinin değişkenler arasında karşılıklı olarak yapıldığını savunmaktadır (Bauman, 2016: 1).

Gözetim kavramı modernitenin temel değişkenlerindedir. Dinamik bir kavram olan modernitenin, durağan bir enerji ile sabit kalmasını beklememek gerekir. Bu nedenle modernite kavram tanımının sürekli olarak yenilenip değiştiğini söylemek mümkündür. Kavramsal çalışma bağlamında geç" modernite, "postmodernite" veya "akışkan" modernite şeklinde nitelendirilebilmektedir. Bauman, Marx ve Engels'in " katı olan her şey buharlaşıyor" yaklaşımından farklı olarak modernitenin birtakım yeni ve değişik yollarla akışkan bir hal aldığını söylemektedir (Bauman, 2016: 13-14). Teknoloji alanındaki yenilikler genel olarak olumlu bir değişimi ifade etmektedir. Toplumsal olarak köklü ve radikal dönüşümlere yol açan bu değişimler, enformasyon toplumu gibi hep olumlu olarak değerlendirilen bu kavramlar egemen gücün toplumsal kontrolü ele alabilmek için geliştirilen uygulamaları ile birlikte gözetim toplumunun habercisi olmuştur (Dolgun, 2004: 55-56).

Kamusal alanın dijital ortamda yeniden yapılandırılmaya çalışılması, çok seslilik, eşitlik ve demokrasi gibi vaatlerde bulunan internet teknolojilerinin belirli kullanım yetkinliğine sahip olmayan veya gerekli güvenli alt yapıyı sağlayamayan kullanıcıyı gözetmemesi ve bu durumun bilgi aristokrasisine sebebiyet vermesi, gözetim pratiklerinin artacağı yönündeki kaygı bozukluklarını gündeme getirmektedir (Dolgun, 2004: 62). İnsanlık tarihi boyunca gözetim kavramı bir denetim unsuru olarak her zaman var olmuştur. İnsanlar çeşitli sebepler dolayısıyla dönemin egemen güçleri tarafından gözetlenmişlerdir. Modernite ile birlikte mevcut gözetim kavramı dönüşmeye başlamıştır. Bu dönüşüm, dijital imkanlar sayesinde daha geniş kitlelerin daha kolay gözlemlenebilmesine sebebiyet vermiştir. Gözetleme pratikleri de küresel bir boyut kazanmaya başlamıştır (Kalaman, 2019: 578). Teknoloji ışığında geleneksel gözetim tanımından sıyrılan bu kavram, günümüzde yerini bilişsel gözetime bırakmıştır (Çaycı ve Çaycı, 2016: 167). Bilgi çağının daha yenilikçi, daha demokratik ve yaşanılabilir bir dünya düzeni oluşturabileceğine yönelik inanca karşılık beklentilerin tam tersine, toplumlar dijital panoptisizm ile birlikte sıkı bir gözetim altına

girmişlerdir. Bu durum mahremiyet ihlali çerçevesinde temelinin teknolojik olanaklara dayandığı yeni egemen yapıları doğurmuştur.

Çağın enformasyon teknolojileri, telefon görüşmelerinin dinlenmesi, akıllı (smart) kartlar aracılığıyla parasal hareketlerin denetlenebilirliği ve çeşitli profil bilgilerinin veri bankalarında depolanması, caddelerin kamera sistemleri aracılığıyla takibi, ziyaret edilen sitelerin kontrol edilmesi gibi yollarla izinsiz veri akışının sağlanması gözetim kavramını endişe yaratmasına sebebiyet vermektedir (Dolgun, 2004: 55-56). Yapılan literatür taramalarında gözetim kavramına Jeremy Bentham'ın, 1791'de, basılan Panoptikon adlı kitabında yer verildiği görülmektedir. Bentham göre gözetim; *“bugüne örneği olmayan, zihin üzerinde zihinsel iktidar elde eden yeni bir yöntemdir”* (Bentham, 1995: 11-12). 18. Yüzyılda egemen iktidar, kendi haklarını koruyabilmek adına bir kontrol sistemi oluşturmaya karar vermişlerdir. Bunun için 1785'de mimar Samuel Bentham'dan yeni bir yapı dizayn etmesi istenmiştir. Bentham, kardeşi Jeremy Bentham'dan yardım alarak 1785 yılında “Panoptikon” adındaki istenilen yapıyı inşa etmiştir. Panoptikon, bütün anlamına gelen “Pan” ve gözlemlene anlamına gelen “opticon” kelimelerinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Tasarlanan bu yeni yapı, hizmet amacına uygun bir isimle tanımlanmıştır. Toplumun büyük bir kısmını denetim altına alabilmek mottosundan hareketle üretilen bu yeni yapı, görüntüsü itibariyle kişiyi hapsedme, arzusu dışında çalıştırma gibi birçok alanda kullanılabilir (Özdel, 2012:23).

Foucault, Bentham'ın tasarladığı mimari yapıyı;

“Çevrede halka halinde bir bina, merkezde bir kule; bu kulenin halkanın iç cephesine bakan geniş pencereleri vardır; çevre bina hücrelere bölünmüştür, bunlardan herbiri binanın tüm kalınlığını katetmektedir; bunların, biri içeri bakan ve kuleninkilere karşı gelen, diğeri de dışarı bakan ve ışığın hücreye girmesine olanak veren ikişer pencereleri vardır. Bu durumda merkezi kuleye tek bir gözetmen ve her bir hücreye tek bir deli, deli bir hasta, bir mahkum, bir işçi veya bir okul çocuğu kapatmak yeterlidir. Geriden gelen ışık sayesinde, çevre binadaki hücrelerin içine kapatılmış küçük siliüetleri olduğu gibi kavramak mümkündür. Ne kadar kafes varsa, o kadar küçük tiyatro vardır, bu tiyatrolarda her oyuncu tek başınadır, tamamen bireyselleşmiştir ve sürekli olarak görülebilir durumdadır. Görülmeden gözetim altında tutmaya olanak veren düzenleme, sürekli görmeye ve hemen tanımaya olanak veren düzenleme, sürekli görmeye ve hemen tanımaya olanak veren mekânsal birimler oluşturmaktadır” (Foucault, 1992: 251).

şeklinde aktarmıştır.

Bugünün dijital dünyasında birey, mekan-zaman fark etmeksizin sıkı bir gözetim altındadır. Tüm dünya düzeni panoptik bir forma dönüşmüştür. Kişinin unutup bir daha hatırlayamadığı çeşitli kişisel verileri devletler, suç örgütleri, şirketler tarafından bilinmektedir. Bu panoptik dünya düzeninin işlerini kolaylaştıran iletişim teknolojilerini gönüllü olarak tüketerek evreninin gönüllü mahkumlarını oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmeler gözetim kavramına kitlesel bir boyut kazandırmıştır. Bu kitlesellik gözetimi küresel bir hale getirmiştir.

Teknoloji ile doğrudan ilişkili olan gözetim kavramının yanı sıra teknoloji ile insan psikolojisi arasındaki ilişkiye de değinilmesi gerekmektedir. Teknolojinin insanları rutin bir şekilde dikizleme imkanı sunduğu bilinmektedir. Fakat Kevin Robins duruma farklı bir perspektiften bakarak düşünce ve gözlemlerini aktarmıştır. Robins, gözetim kavramının kavramsal olarak yeterli açıklığa kavuşturulmadığını savunmaktadır. Sosyal medya platformlarında yapılan online pratikleri ve kullanıcıların kendilerini teşhir etmelerini narsisizm ile ilişkilendirmektedir. Tüm kullanıcıların sonradan oluşturdukları dijital kimlikleri ile ideal kişi olma çabasında olduklarını ifade ederek bu platformları bir “teşhir dünyası” olarak nitelendirmiştir (Uyanık, Kevin Robins ile söyleşi, 2009).

Beğenilme dürtüsü, sosyalleşme çabası ve merak duygusundan kaynaklı nüfus bilgilerini, adres bilgilerini, kişisel video ve fotoğraflarını, gün içerisinde yaptığı tüm yaşam pratiklerini, sosyal medya platformlarında servis eden kullanıcılar, beğenilme uğruna, kendilerini gözetim merkezlerinin önüne koymaktan çekinmemektedir. Kişiyi özel olması gereken mahrem bilgilerini açık bir şekilde internet ortamında yer veren kullanıcının, özel hayatının kendi rızasıyla ihlal edilmesine sebebiyet vermektedir. (Kalaman, 2019: 576). İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle kullanıcılar tarafından interaktif olarak kullanılan sosyal medya platformlarının toplumsallaşması sonucunda teşhir ve gözetim alenileşmiş ve olağan bir hale gelmiştir. Teknolojinin hayatın temeline oturması gözetim kavramını da daha fazla merkezileştirmiştir. Özellikle sosyal medya platformlarının gelişmesi sonucunda insanlar iradeleri ve online pratikleri sebebiyle kişisel verilerin kusursuz bir şekilde servis edilmesine olanak sağlamıştır.

2.3.2. Kişisel Bilginin Korunması

İnternet teknolojilerinin faydalı yanlarının olmasının yanı sıra faydasız yanları da bulunmaktadır. İnternetin karanlık yanının da yaşamın içine dahil olabileceği gerçeği

kullanıcılara sürpriz olmamalıdır (Kim vd., 2010: 676). İnternetin karanlık yanını oluşturan tüm pratikler yasa dışı olarak nitelendirilmektedir. İnternetin küresel boyutu, hızlı tüketilebilir oluşu, anonimliği, cezai yaptırımların yeterli olmayışı, dijital suç oranlarını arttırmıştır. Dijital teknolojilerin ve internetin, dünya düzenine faydalı olabilmesi için öncelikle internetin karanlık kısmı denilen alan tanımlanıp sorunlar karşısında çözüm üretilmelidir.

İnternetin karanlığı olarak tanımlanan taraf sekiz farklı unsur ile sınıflandırılmıştır. Bunlar; dijital hırsızlık, dijital dolandırıcılık, dolandırıcılık, yanlış enformasyon akışıyla yaşanan özel yaşam ihlali, insanlara fiziksel zarar verme, kumar oynama, suça yardım ve yataklıktır (Kim vd., 2010: 677). Vanlanduyt ve De Cleyn ise internet teknolojilerinin sebep olduğu tehlikeli unsurları günlük yaşam pratiklerini olumsuz bir şekilde etkilemesi, pornografik ve kaba bir söyleme maruz kalınması, fiziksel olarak yıpranma yaratması, kötü zaman yönetimini tetiklemesi, ticari anlamda sömürü ve gereksiz tüketim problemi yaratması olarak ifade etmiştir (Valcke vd., 2010:455). İnternet risklerinin son dönemlerde daha çok artması bu durumun temelinde ne olduğu merakını uyandırmaktadır. İnternet ortamında risk yaratan unsurların ortak çıkış noktası mahremiyet kavramının ihhalidir. Kullanıcıların kişisel bilgilerini aleni olarak paylaşmalarının birçok siber suça zemin hazırladığı görülmektedir.

Yavanoğlu'na göre;

Saldırıların ve karşılaşılan tehditlerin artmasındaki temel nedenlerin, sosyal ağların gizlilik politikalarında yer alan “güvenlik ihlalleri”, “güvenlik politikaları” ve “kullanım kuralları” için açıklayıcı bilgilerin anlaşılır şekilde sunulmamasıyla kavramların genelin anlayabileceği şekilde açıklanmaması olduğu görülmüştür. Kullanıcıların eş zamanlı pek çok işi yapmalarından kaynaklanan dikkat kayıpları, detaylı okuma, anlama ve uygulama sınırlamalarından dolayı yenilikleri ve değişiklikleri takip edememeleri, tehdit ve tehlikeleri kolaylıkla algılayamamaları ve bilinçsiz kullanımın varlığı karşılaşılan zafiyetlerdir. Teknoloji, insan ve eğitim üçgeninin yeni yaklaşımları kullanırken her zaman dikkatli olması gerektiği, bu hususların dikkate alınmaması sonucunda pek çok ciddi tehdit ve tehlikelerle karşılaşılabilen bilgelidir. Çocukların, bu ortamlarda tehdit ve tehlikelere en fazla maruz kalabilecek kullanıcılar olduğu (Facebook çocuk kullanıcı oranı %36)

bilinmeli ve gerekli önlemler, aileler, öğretmenler, yöneticiler, sorumlular tarafından alınmalıdır (Yavanoğlu vd., 2012: 23).

Kişisel bilginin korunmasını sağlayabilmek için kullanıcıların internet teknolojilerine dair bilinçlendirilmesi, bilinçlendirmeyi sağlayabilmek adına güçlü koruma politikalarının oluşturulması ve çeşitli faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, farklı yaş gruplarının ebeveynlerince kontrollerinin sağlanması gerekmektedir.

Türkiye’de bu görevi Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) üstlenmektedir. BTK, Türkiye’nin Telekomünikasyon sektörünü denetlemektedir. Bilinçli internet kullanımını arttırmak amacıyla internet kullanıcıları için çeşitli araştırmalar yaparak durum analizi hazırlamaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen risk raporlarında risk alanlarının; kişisel verilerin paylaşılması, kötü amaçlı yazılım, siber zorbalık, internet dolandırıcılığı, yanlış bilgi erişimi, pornografi, internet bağımlılığı, nefret söylemi şeklinde, dokuz farklı başlığa ayrılmıştır (Canbay, Sağıroğlu, 2020:152-153).

Küreselleşen internet teknolojilerinin yarattığı risk unsurları da küreseldir. Siber suçlar internet teknolojilerinin var olduğu her yerde, yani tüm dünyada bütün insanlık için tehlike yaratmaktadır. Sadece Türkiye genelinde değil farklı coğrafyalarda farklı araştırmacıların yaptığı çalışmalara bakıldığında Paylaşılması risk içeren bilgi varlıkları; kimlik bilgileri, yerleşim bilgileri, e-devlet bilgileri, kullanıcıların banka hesabı ve kredi kartı bilgileri, farklı platformlardaki kullanıcı ve şifre bilgileri, ehliyet ve pasaport bilgileri ve sağlık güvenlik bilgileri şeklinde değerlendirilmiştir (SANS, 2015: 36). İnternet kullanıcılarının kişisel verilerini ve mahremiyetini koruyabilmesi için bilgisayar programları mevcuttur. Fakat sürekli gelişen ve yenilenen internet teknolojilerinin daha detaylı bir denetim altında tutulması gereklidir. Nitekim siber saldırılardan korunmak hiç kolay olmayacaktır.

Kullanıcı gizliliğini ve güvenliğini sağlayabilmek adına devlet kurumlarının ve özel kuruluşların hazırladıkları raporlar ve uygulamalar mevcuttur. Bu kurumlar tarafından güvenli internet kullanımı için faydalı ve önemli çalışmalar yürütülmekte, Türkiye’nin her bölgesinde bilinçli ve güvenli internet kullanımının sağlanabilmesi adına çeşitli eğitimler hazırlanmaktadır. Bu kurumlar her zaman taşınabilecek ufak rehber kitaplar oluşturmuşlardır. Bilinçli internet kullanımına dair yayınlar yapan “Güvenli Web” ve “Güvenli çocuk sitelerini faaliyete geçirmişlerdir. Tübitak tarafından, internet ağlarındaki

mevcut kişisel verilerin korunabilmesi için “Bilgi Güvenliği” ve “Bilgimi Koruyorum” siteleri aktif hale getirilmiştir. Kurulan bu sitelerde kişisel bilginin korunması kapsamında bilgilendirme sağlamak ve farkındalık yaratmak için çeşitli bilgiler paylaşılmaktadır (Bayzan ve Özbilen, 2011:23).

Avrupa Güvenli İnternet Programı (INSAFE) tarafından 2004 yılında, öncelikli olarak gençlere ve çocuklara, sonrasında tüm internet kullanıcılarına internetin güvenli kullanımı konusunda bilgi vermeyi amaçlayan “Güvenli İnternet Günü”, Türkiye’de de 2010 yılından itibaren yapılmaktadır. Faydalı internet kullanımına dair seminerler vermek ve herhangi bir konuyla alakalı yönlendirme sağlamak için 2011 yılının Şubat ayında “Güvenli İnternet Çağrı Merkezi” faaliyete girmiştir (Bayzan, Özbilen, 2012: 529). Devlet kurumlarının ve özel kuruluşların hazırladıkları rapor ve uygulamalar kullanıcı gizliliği ve güvenliği açısından önemlidir. Fakat tek başına yeterli olması pek mümkün değildir.

Sosyal ağlardaki saldırılardan korunmak için öncelikle sosyal ağ seçimlerinin çok dikkatli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Kullanmak istenilen sitenin gizlilik politikaları mutlaka okunmalı ve değerlendirilmelidir. Herhangi bir web sitesine kredi kartı bilgileri girilmemelidir. Çocukların internet kullanımının kontrolü sağlanmalıdır. Bir sosyal ağa üye olunacaksa kullanıcı hesabını korumak adına güçlü ve kişisel bilgiler içermeyen bir şifre belirlenmelidir. Gizlilik ayarlarının son güncel halinin kullanıldığına emin olunmalıdır. Zararlı yazılımlardan korunmak için antivirüs programları kullanılmalıdır. Karşı taraftan yollanan her bağlantıya emin olunmadan tıklanmamalıdır. Sosyal ağ ziyaretlerinden hemen sonra tarayıcının çerezleri temizlenmelidir. Spam maillere cevap verilmemeli, linkine tıklanmamalıdır (Erdoğan ve Şerif, 2014: 4-5).

İnternet kullanıcılarının güvenli ve gizli internet kullanımının sağlanabilmesi için birçok önlem mevcuttur. Aktif internet kullanıcılarının birçoğunun bu önlemlerden haberdar olmadığı düşünülmektedir. Öncelikle kullanıcının gündelik yaşamının büyük bir bölümünü kapsayan internet teknolojileri hakkında, kapsamlı bilgi ve kullanma yetisine sahip olması gereklidir. Yetkin ve güvenli bir internet kullanıcısı olabilmek için iyi bir dijital okur-yazar olunmalıdır. Kullanıcı gizliliğini ve güvenliğini sağlayan politikalara gerekli hassasiyeti göstermelidir. En önemlisi kişisel bilgilerini teşhir etmemelidir. Teknolojik olarak siber suçlara karşı geliştirilen tüm koruma politikaları ancak kişilerin bilinçli birer internet kullanıcılarına dönüşmesiyle birlikte hedeflediği işlevselliğe ulaşabilecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ ve BULGULAR

Bu tez çalışmasında, gerçek yaşamda var olan ‘‘kişisel gizlilik’’, ‘‘özel yaşam’’, gibi kişinin yaşamının gizliliğini ifade eden birçok kavramın, dijital yaşamda varlığını sürdüremediği ve dönüşmeye başladığı varsayılmaktadır. Özellikle eski jenerasyonlara nazaran, yeni jenerasyonların bu keskin dönüşümü daha fazla benimsedikleri savunulmaktadır. Çalışmanın varsayımını teyit etmek amacıyla, sosyal medya kullanıcılarının online davranış pratiklerine yönelik oluşturulan, anket çalışması yapılacaktır. Yapılacak olan anket çalışması aracılığıyla, jenerasyonların ‘‘mahremiyet’’ olgusuna, gerçek ve siber yaşam içerisindeki bakışın saptanması hedeflenmektedir. Ankete katılanların, gündelik yaşam pratiklerinde veya kültürel tüketim alışkanlıklarında nasıl bir farklılık yaşandığı tahlil edilmeye çalışılacaktır. Yapılacak olan bu araştırma, toplumların yarattığı kültürel bir olgu olan mahremiyet kavramına ilişkin bakış açısının, modern insanın yanı sıra, ilkel dijital insanın nezdinde nasıl bir forma dönüştüğüne dair saptamalar yapmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın evrenini, sosyal medya kullanıcısı olan Baby Boomers, X, Y, Z kuşakları oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise Türkiye’de sosyal medya kullanıcısı olan Baby Boomers, X, Y, Z Kuşaklarını kapsamaktadır. Yapılan anket araştırmasına, toplam 511 kişi katılmıştır. Katılımcıların 347’si kadın katılımcılardan, 164’ü ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Bu araştırma anketinde kadın popülasyonu yüksektir. Araştırmanın kategorik olarak yaş dağılımı, kuşakların yaş aralıklarına göre yapılmıştır. ‘‘58 üzeri’’ Baby Boomers Kuşağı’nı, ‘‘46-57’’ X Kuşağı’nı, ‘‘27-45’’ Y Kuşağı’nı, ‘‘18-26’’ ise Z Kuşağı’nı kapsamaktadır. Araştırmaya en fazla katılım sağlayan kuşak, Y Kuşağı olmuştur. Sonrasında onu Z Kuşağı ve X Kuşağı takip etmiştir. En düşük katılım, Baby Boomers Kuşağı tarafından gerçekleşmiştir.

Veri toplamak için Uma Sekaran’ın metodolojisi doğrultusunda, online anket çalışması yapılmıştır. Sekaran’ın metodolojisi, nitel bir çalışmayı, nicel bir çalışmada olduğu gibi güvenilir, geçerli ve ölçülebilir kılmak için bir yol haritası oluşturmaktadır. Bu metoda göre öncelikle problemin tanımı yapılmalıdır. Mevcut problemin evren ve örneklemini belirlenmelidir. Sonrasında ise mevcut probleme ilişkin veri toplanarak güvenilirlik ve geçerlilik açısından analiz edilmelidir (Sekaran, 2003:21).

Yapılan bu araştırmada Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği (ÇMFÖ) kullanılarak, araştırmanın örnekleme, mahremiyet kavramı çerçevesinde oluşturulan sorular sorulmuştur (Korkmaz vd., 2021).

Verilerin analizi SPSS 22.0 ile yapılmıştır. Çalışmada ölçek puanları hesaplanmış ve puanların normal dağılıma uygunluğunun belirlenmesi için basıklık ve çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Ölçeklerden elde edilen basıklık ve çarpıklık değerlerinin +3 ile -3 arasında olması normal dağılım için yeterli görölmektedir (Groeneveld ve Meeden, 1984; Moors, 1986; Hopkins ve Weeks, 1990; De Carlo, 1997).

Tablo 1. Basıklık ve Çarpıklık Değerleri İle Güvenirlik Katsayısı

	N	Çarpıklık	Basıklık
Dikkat	511	-0,681	,789
Güvenlik	511	-0,065	-0,631
İletişim	511	1,182	1,481

Değerler incelendiğinde her bir puanın basıklık ve çarpıklık katsayılarının -3 ile +3 arasında olduğu görölmektedir. Bu sonuca göre puanların normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Puanların normal dağılım göstermesi nedeni ile çalışmada parametrik test teknikleri kullanılmıştır. Ölçek puanının demografik özelliklere göre farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi için t testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. T testi, 2 gruplu demografik değişkenlerin analizinde kullanılırken ANOVA testi k (k>2) gruplu değişkenlerin analizinde kullanılmıştır.

4.1. Bulgular

Tablo 2

Demografik Değişkenlere Göre Dağılım

	N	%
--	---	---

Cinsiyet	Kadın	347	67,9
	Erkek	167	32,1
Yaş	18-26	163	31,9



	27-45	320	62,6
	46-57	23	4,5
	58 ve üstü	5	1,0
	İlköğretim	7	1,4
Çalışma yaşamında geçirilen süre	Lise	91	17,8
	Ön Lisans	111	21,7
	Lisans	239	46,8
	Lisansüstü/Doktora	63	12,3

Araştırmaya katılan bireylerin 347'si kadın, 167'si erkek, 163'ü 18-26, 320'si 27-45, 23'ü 46-57, 5'i 58 ve üstü yaş aralığında, 7'si ilköğretim, 91'i lise, 111'i ön lisans, 239'u lisans, 63'ü lisansüstü/doktora mezunudur.

Tablo 3

Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Algısına Göre Dağılım

		N	%
1. Arkadaşlarımla veya yakınlarımla yaptığım yazışmaların ekran görüntülerini izin almaya gerek duymadan paylaşırım	Hiç	253	49,5
	Az	130	25,4
	Biraz	83	16,2
	Fazla	18	3,5
	Çok fazla	22	4,3
2. Başkalarına ait bilgi, resim, video vb. içerikleri çevrimiçi ortamlarda izin almaya gerek duymadan paylaşırım	Hiç	329	64,4
	Az	104	20,4
	Biraz	55	10,8
	Fazla	16	3,1
	Çok fazla	7	1,4

Hiç

25

4,9



3. Çevrimiçi ortamlarda kullandığım parolaların güçlü olmasına (büyük-küçük harf, rakam, özel karakterler ve en az karakter kullanımıyla) dikkat ederim	Az	42	8,2
	Biraz	99	19,4
	Fazla	144	28,2
	Çok fazla	201	39,3
4. Çevrimiçi ortamlarda paylaştığım bilgilerin şirketler, devlet kurumları veya bilgisayar korsanları tarafından kullanılabilceğinin farkındayım	Hiç	10	2,0
	Az	14	2,7
	Biraz	66	12,9
	Fazla	162	31,7
5. Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerden gelen mesaj veya e-postaların güvenlik riski oluşturup oluşturmadığını anlarım.	Hiç	11	2,2
	Az	32	6,3
	Biraz	135	26,4
	Fazla	180	35,2
6. Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerin beni takip etmesine veya arkadaş olmasına izin veririm	Hiç	247	48,3
	Az	112	21,9
	Biraz	100	19,6
	Fazla	30	5,9
	Çok fazla	22	4,3
	Hiç	236	46,2
	Az	135	26,4

7. Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle iletişim kurarım.	Biraz	86	16,8
	Fazla	29	5,7
	Çok fazla	24	4,7
8. Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle kişisel bilgilerimi (adres, doğum tarihi, yaş, iş, telefon vb.) paylaşıyorum	Hiç	402	78,7
	Az	79	15,5
	Biraz	18	3,5
	Fazla	8	1,6
	Çok fazla	4	,8
9. Çevrimiçi platformlarda paylaştığım bilgilerin kötü niyetli kişiler tarafından kullanılabilceğinin farkındayım	Hiç	9	1,8
	Az	12	2,3
	Biraz	52	10,2
	Fazla	184	36,0
	Çok fazla	254	49,7
10. E-posta veya sosyal ağlardan aldığım mesajların içeriğinin güvenilir olup olmadığını anlarım.	Hiç	10	2,0
	Az	39	7,6
	Biraz	166	32,5
	Fazla	181	35,4
	Çok fazla	115	22,5
11. İnternet sitelerinin kullandığı çerez (cookies) dosyaları hakkında bilgim vardır	Hiç	88	17,2
	Az	113	22,1
	Biraz	165	32,3
	Fazla	94	18,4
	Çok fazla	51	10,0

12. İnternet sitelerinin ve mobil uygulamaların güvenlik sertifikalarını ve veri şifreleme yöntemlerini kontrol ederim	Hiç	159	31,1
	Az	102	20,0
	Biraz	140	27,4
	Fazla	72	14,1
	Çok fazla	38	7,4
13. Kullandığım çevrimiçi ortamlarda (sosyal ağlar, alışveriş siteleri, oyunlar vb.) hesabımın gizlilik ayarlarını yaparım	Hiç	30	5,9
	Az	55	10,8
	Biraz	110	21,5
	Fazla	179	35,0
	Çok fazla	137	26,8
14. Kullandığım çevrimiçi platformların gizlilik ayarlarını ve bildirimlerini kontrol ederim.	Hiç	41	8,0
	Az	75	14,7
	Biraz	129	25,2
	Fazla	156	30,5
	Çok fazla	110	21,5
15. Web tarayıcımdaki eklentilerin hangi bilgilere erişeceğine dikkat ederim	Hiç	67	13,1
	Az	79	15,5
	Biraz	168	32,9
	Fazla	126	24,7
	Çok fazla	71	13,9
16. Ziyaret ettiğim web sitelerinin güvenliğini kontrol ederim	Hiç	59	11,5
	Az	80	15,7
	Biraz	168	32,9

Fazla	120	23,5
Çok fazla	84	16,4

Çevrimiçi mahremiyet farkındalık algısına göre katılımcıların %3,5'i arkadaşlarıyla veya yakınlarıyla yaptığım yazışmaların ekran görüntülerini izin almaya gerek duymadan paylaşırım, %3,1'i başkalarına ait bilgi, resim, video vb. içerikleri çevrimiçi ortamlarda izin almaya gerek duymadan paylaşırım, %28,2'si çevrimiçi ortamlarda kullandığım parolaların güçlü olmasına (büyük-küçük harf, rakam, özel karakterler ve en az karakter kullanımıyla) dikkat ederim, %31,7'si çevrimiçi ortamlarda paylaştığım bilgilerin şirketler, devlet kurumları veya bilgisayar korsanları tarafından kullanılabilceğinin farkındayım, %35,'si çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerden gelen mesaj veya e-postaların güvenlik riski oluşturup oluşturmadığını anlarım, %5,9'u çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerin beni takip etmesine veya arkadaş olmasına izin veririm, %5,7'si çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle iletişim kurarım, %1,6'sı çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle kişisel bilgilerimi (adres, doğum tarihi, yaş iş, telefon vb.) paylaşırım, %36'sı çevrimiçi platformlarda paylaştığım bilgilerin kötü niyetli kişiler tarafından kullanılabilceğinin farkındayım, %35,4'ü e-posta veya sosyal ağlardan aldığım mesajların içeriğinin güvenilir olup olmadığını anlarım, %18,4'ü internet sitelerinin kullandığı çerez (cookies) dosyaları hakkında bilgim vardır, %14,1'i internet sitelerinin ve mobil uygulamaların güvenlik sertifikalarını ve veri şifreleme yöntemlerini kontrol ederim, %35'i kullandığım çevrimiçi ortamlarda (sosyal ağlar, alışveriş siteleri, oyunlar vb.) hesabımın gizlilik ayarlarımı yaparım, %30,5'i kullandığım çevrimiçi platformların gizlilik ayarlarını ve bildirimlerini kontrol ederim, %24,7'si web tarayıcımdaki eklentilerin hangi bilgilere erişeceğine dikkat ederim, % 23,5'i ziyaret ettiğim web sitelerinin güvenliğini kontrol ederim sorularına fazla yanıtı vermiştir.

Tablo 4

Ölçek Puanının Betimsel İstatistikleri

	N	Minimum	Maximum	Ort.	Ss	Çarpıklık	Basıklık
Dikkat	511	1,00	5,00	3,86	,692	-,681	,789
Güvenlik	511	1,00	5,00	2,99	,969	-,065	-,631

İletişim	511	1,00	5,00	1,73	,682	1,182	1,481
----------	-----	------	------	------	------	-------	-------

Analiz sonucuna göre dikkat alt boyutunun ortalaması 3,86, güvenlik alt boyutunun ortalaması 2,99, iletişim alt boyutunun ortalaması 1,73 olarak elde edilmiştir.

Tablo 5

Ölçek Puanlarının Cinsiyet Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		N	Ort.	Ss	T	P
Dikkat	Kadın	347	3,81	,675	-2,562	0,505
	Erkek	164	3,98	,718		
Güvenlik	Kadın	347	2,87	,959	-4,050	0,900
	Erkek	164	3,24	,947		
İletişim	Kadın	347	1,59	,624	-6,961	0,017
	Erkek	164	2,02	,709		

Çevrimiçi mahremiyet farkındalık algısı puanının, cinsiyet bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları tabloda verilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre iletişim alt boyut puanı cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Ortalama puanlara göre erkeklerin puanı kadınlara göre daha yüksektir.

Analiz sonuçlarına göre dikkat alt boyutu puanı ve güvenlik alt boyutu puanı cinsiyet bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p > 0,05$).

Tablo 6

Ölçek Puanlarının Yaş Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

	N	Ort.	Ss	F	P
18-26	163	3,88	,662		

Dikkat	27-45	320	3,89	,700	3,232	0,022
	46-57	23	3,46	,748		



	58 ve üstü	5	3,51	,372		
	18-26	163	2,92	,960		
Güvenlik	27-45	320	3,04	,965	1,129	0,337
	46-57	23	2,96	1,108		
	58 ve üstü	5	2,44	,792		
	18-26	163	1,94	,715		
İletişim	27-45	320	1,64	,655	8,926	,000
	46-57	23	1,55	,507		
	58 ve üstü	5	1,16	,260		
	18-26	163	1,94	,715		

Çevrimiçi mahremiyet farkındalık algısı puanının, yaş bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları tabloda verilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre dikkat alt boyut puanı yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Ortalama puanlara göre 27-45 yaş aralığındaki bireylerin puanı diğer yaş aralıklarına göre daha yüksektir.

Analiz sonuçlarına göre iletişim alt boyut puanı yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Ortalama puanlara göre 18-26 yaş aralığındaki bireylerin puanı diğer yaş aralıklarına göre daha yüksektir.

Analiz sonuçlarına göre güvenlik alt boyutu puanının yaş bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p > 0,05$).

Tablo 7

Ölçek Puanlarının Eğitim Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

	N	Ort.	Ss	F	P
İlköğretim	7	3,48	1,046		

Dikkat	Lise	91	3,74	,839	1,556	0,185
	Ön Lisans	111	3,89	,670		



	Lisans	239	3,91	,639		
	Lisansüstü/Doktora	63	3,85	,637		
Güvenlik	İlköğretim	7	2,97	1,213		
	Lise	91	2,94	1,033	0,345	0,848
	Ön Lisans	111	2,94	,952		
	Lisans	239	3,04	,962		
	Lisansüstü/Doktora	63	2,95	,922		
İletişim	İlköğretim	7	1,34	,276		
	Lise	91	1,62	,662	4,289	0,002
	Ön Lisans	111	1,57	,543		
	Lisans	239	1,82	,717		
	Lisansüstü/Doktora	63	1,83	,751		

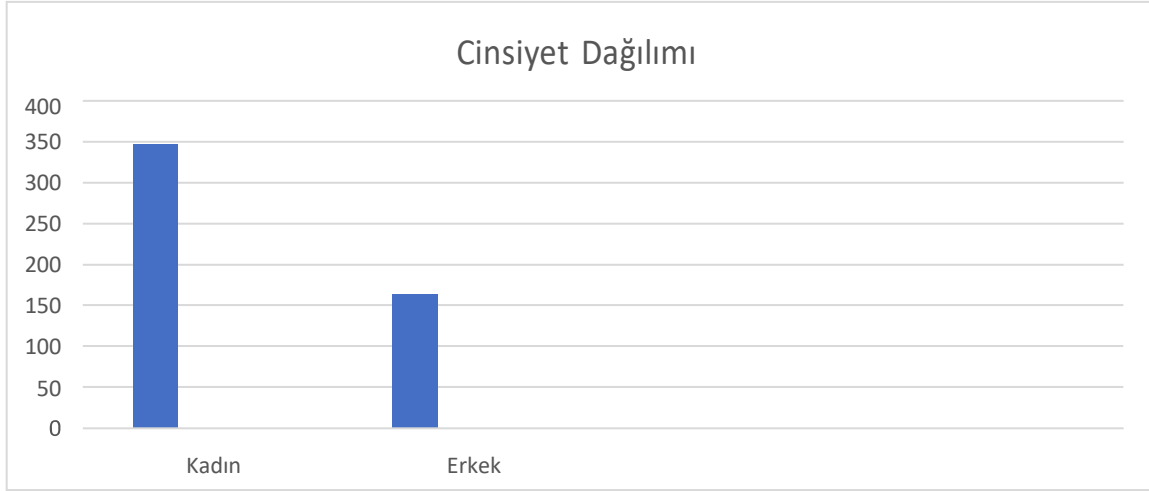
Çevrimiçi mahremiyet farkındalık algısı puanının, eğitim durumu bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları tabloda verilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre iletişim alt boyut puanı eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Ortalama puanlara göre lisansüstü/doktora mezunu bireylerin puanı diğer eğitim kademelerine göre daha yüksektir.

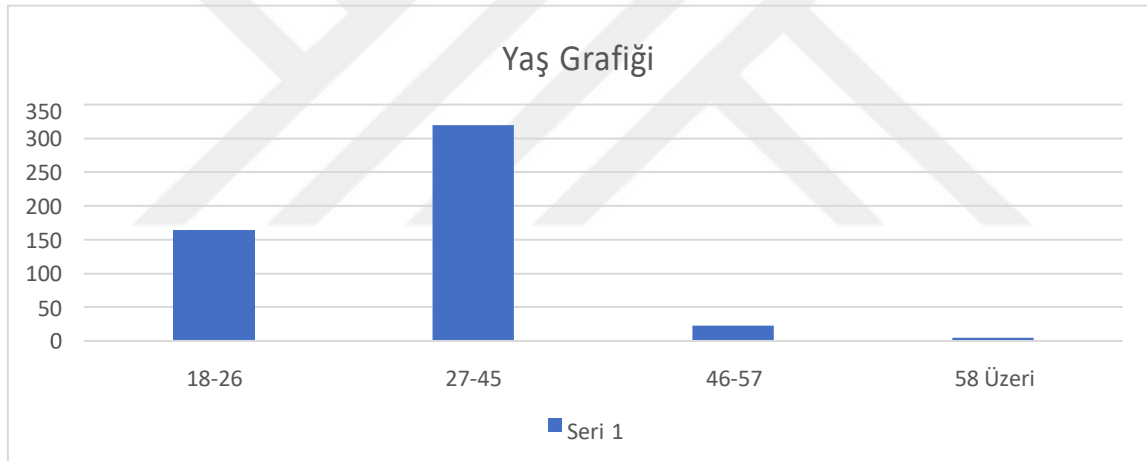
Analiz sonuçlarına göre dikkat ve güvenlik alt boyutu puanının eğitim durumu bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p > 0,05$)

4.1.1 Bulguların Analizi

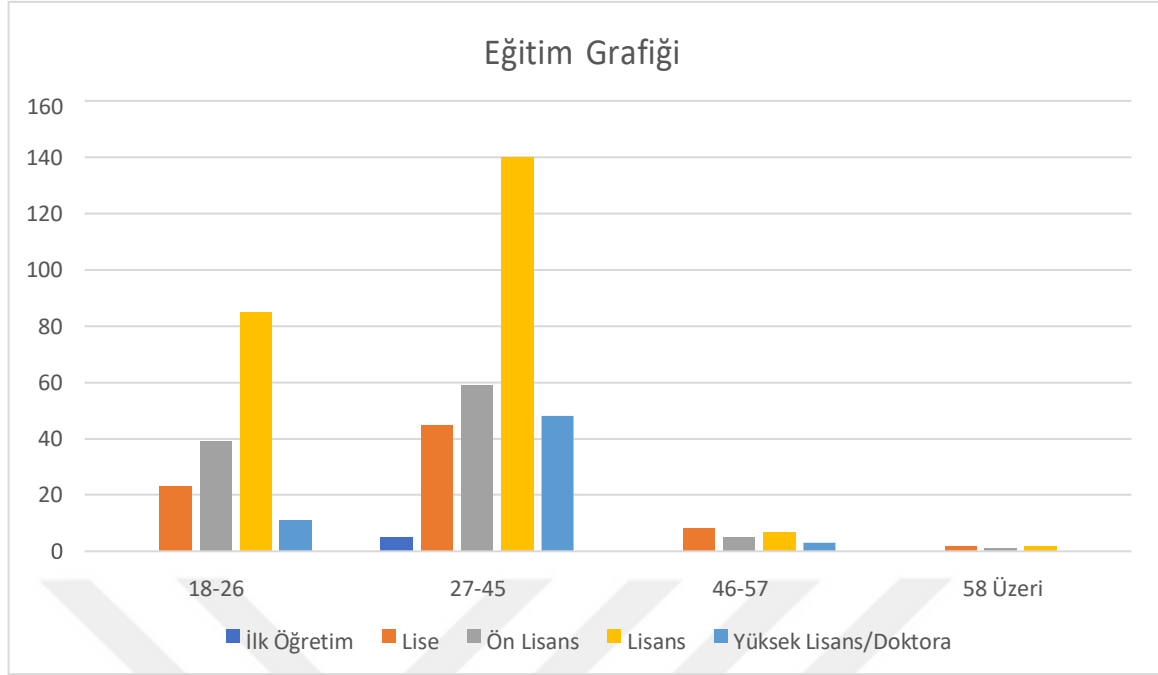
Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği'nde sorulan anket sorularının yanıtları, kuşak aralıklarına göre tasnif edilmiştir.



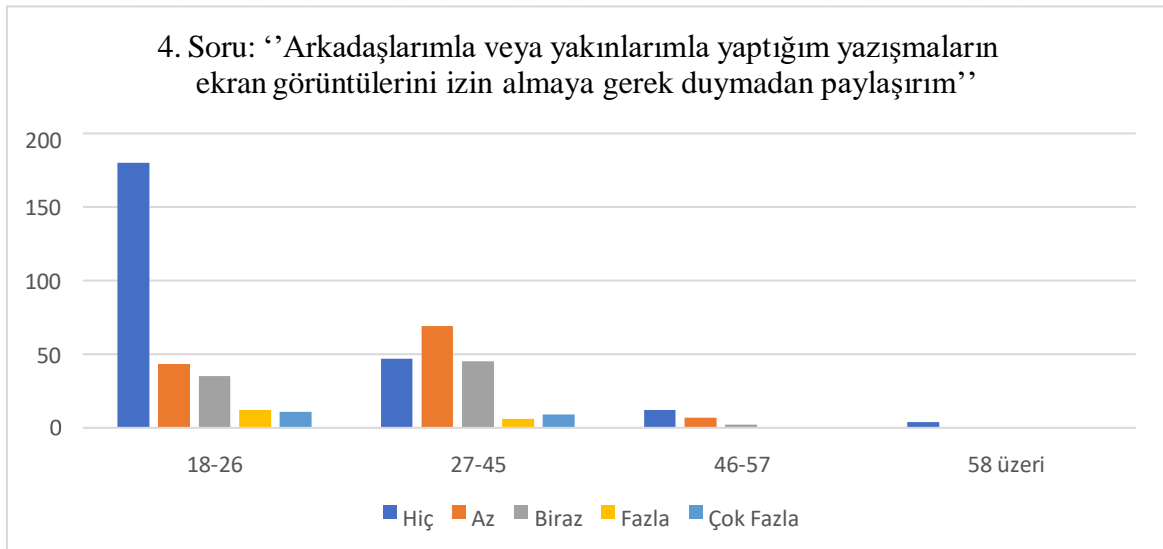
Şekil 1. Yapılan anket araştırmasına toplam 511 kişi katılmıştır. Katılımcıların 347'si kadın,164'ü ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Bu araştırma anketinde kadın popülasyonu yüksektir.



Şekil 2. Araştırmanın kategorik olarak yaş dağılımı kuşakların yaş aralıklarına göre yapılmıştır. ‘‘58 üzeri’’ Baby Boomers Kuşağı’nı, ‘‘46-57’’ X Kuşağı’nı, ‘‘27-45’’ Y Kuşağı’nı, ‘‘18-26’’ ise Z Kuşağı’nı kapsamaktadır. Araştırmaya en fazla katılım sağlayan kuşak Y Kuşağı olmuştur. Sonrasında onu Z Kuşağı ve X Kuşağı takip etmiştir. En düşük katılım, Baby Boomers Kuşağı tarafından gerçekleştirilmiştir

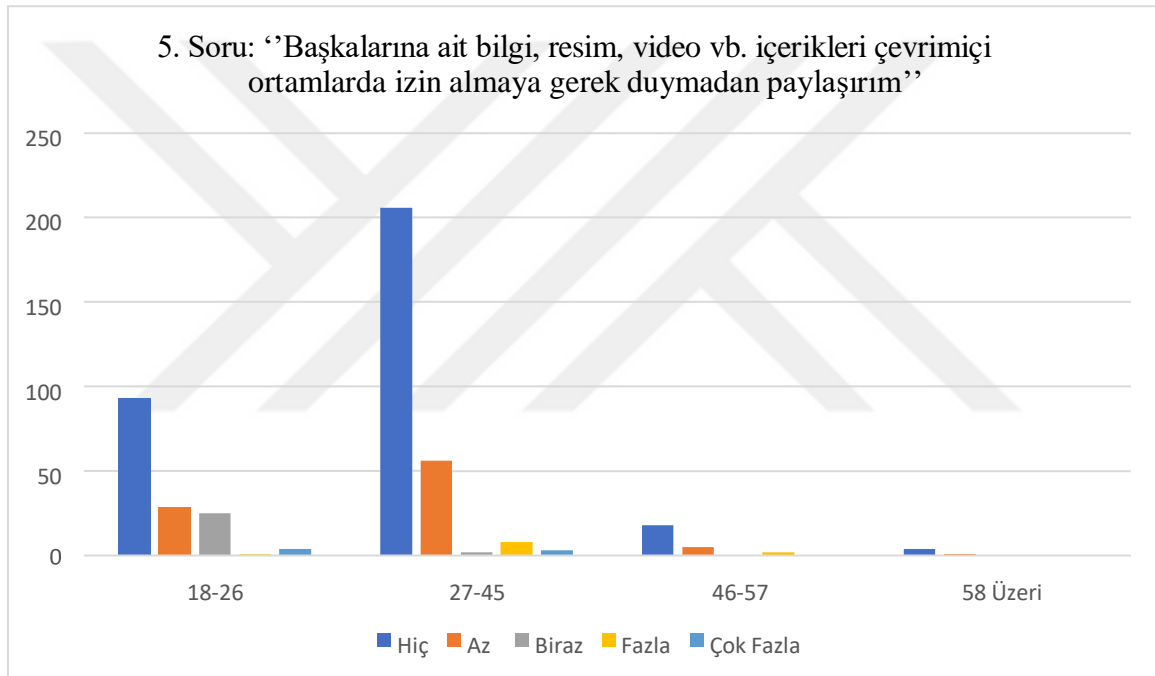


Şekil 3. Katılımcıların eğitim seviyesini belirleyebilmek için İlköğretim, Lise, Ön Lisans, Lisan, Yüksek Lisans/Doktora olmak üzere beş farklı seçenek sunulmuştur. Eğitim seviyesinin dağılımı yukarıdaki grafikte ki gibidir.

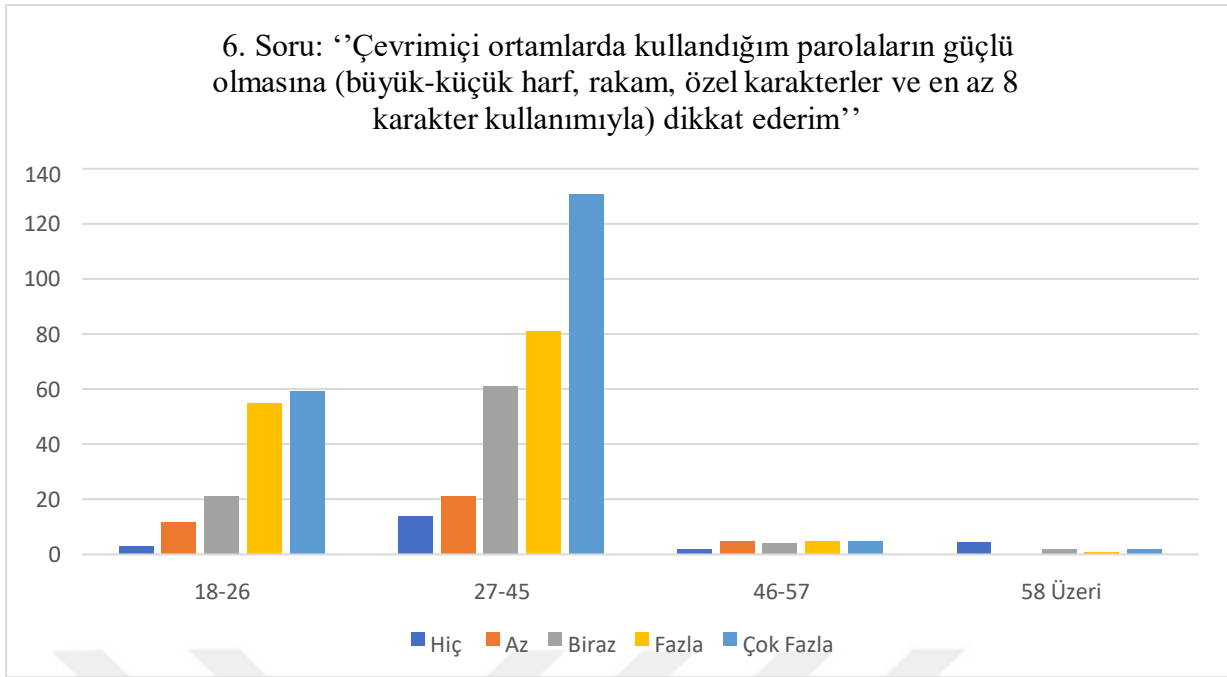


Şekil 4. ‘‘Arkadaşlarımla veya yakınlarımla yaptığım yazışmaların ekran görüntülerini izin almaya gerek duymadan paylaşırım’’ seçeneği için verilen yanıtlara göre; X Kuşağı katılımcılarının çoğunun ‘‘Hiç’’ cevabını verdiği görülmektedir. Y Kuşağı’nın çoğunluğu

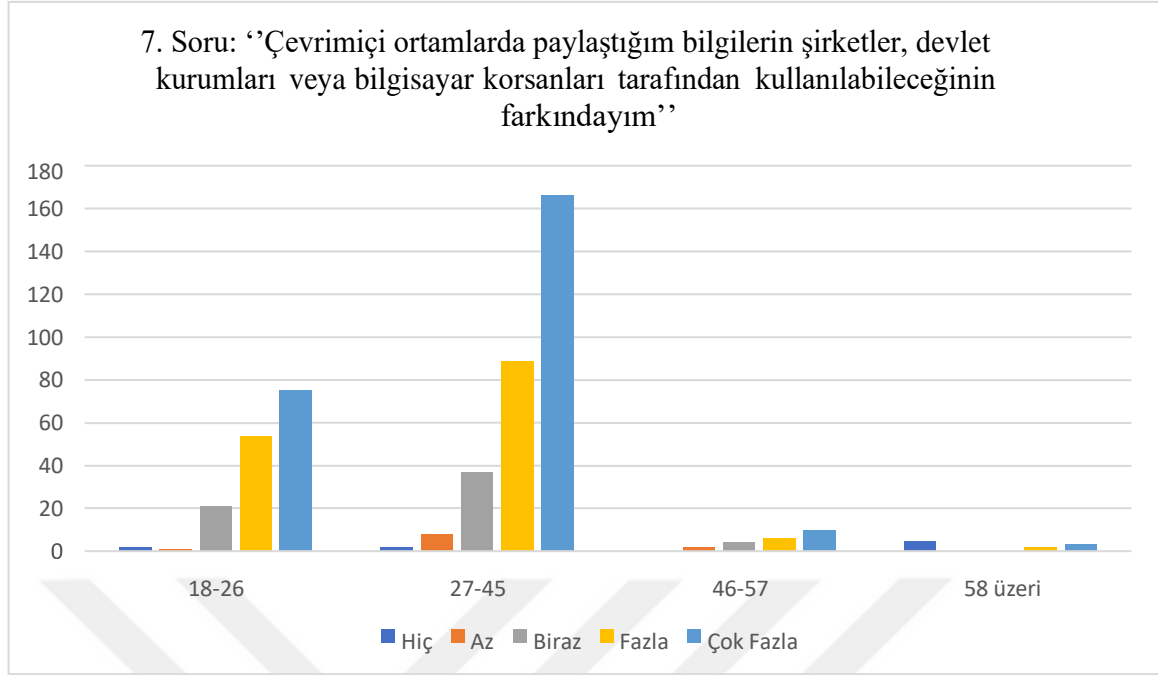
ise bu seçeneğe ‘‘Az ‘‘ yanıtını vererek yaptıkları özel yazışmaları başkalarıyla paylaşmakta kısmen bir sakınca görmediğini göstermiştir. Az yanıtını sırasıyla ‘‘hiç’’, ‘‘biraz’’, ‘‘çok fazla’’ ve ‘‘fazla’’ seçenekleri izlemektedir. Z Kuşağı katılımcıları ise bu soruya en fazla ‘‘hiç’’ cevabını vermişlerdir. Tıpkı Y Kuşağında olduğu gibi yanıtlar oranına göre, ‘‘biraz’’, ‘‘çok fazla’’ ve ‘‘fazla’’ olarak sıralanmıştır. Y ve Z Kuşağı, X Kuşağı ve Boomerslara göre özel konuşmaların paylaşılması hususunda daha esnek cevaplar vermişlerdir. Fakat diğer yanıtların da azımsanamayacak oranda olması, bu esnekliğin yanında özellikle Y ve Z Kuşaklarının içlerinde bir tedirginlik barındırdığını da göstermektedir.



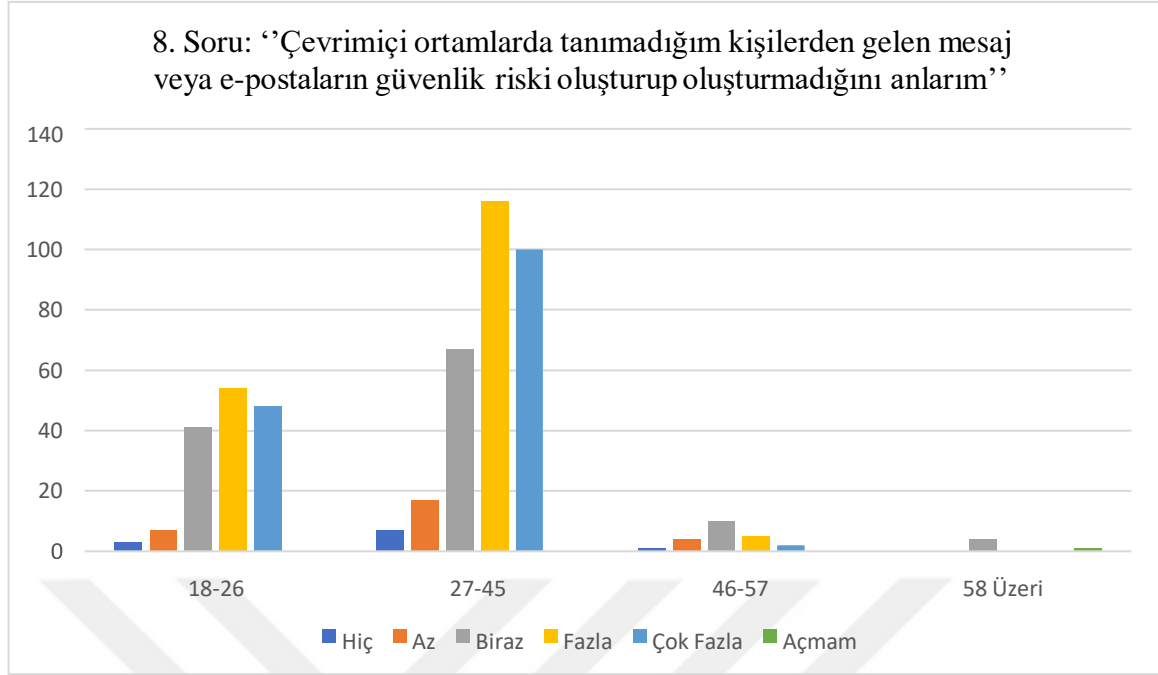
Şekil 5. ‘‘Başkalarına ait bilgi, resim, video vb. içerikleri çevrimiçi ortamlarda izin almaya gerek duymadan paylaşıyorum’’ sorusuna cevap olarak Boomerslar, X Kuşağı ve Y Kuşağı, oylarını ‘‘Hiç’’ seçeneğinden yana kullanmışlardır. Z Kuşağı ‘da yoğun olarak ‘‘hiç’’ seçeneğini tercih etse de ‘‘biraz’’ seçeneğinin oranı da göz ardı edilmemelidir. Z Kuşağının bu soruya ilişkin tutumu kesin değildir. Bu noktada kuşak kavramının sosyolojik ve psikolojik bir tarafının olmasının yanı sıra, teknolojik bir kavram olduğunun da altı çizilmelidir (Twenge ve Campbell, 2008: 873). Boomerslar, X Kuşağı ve Y Kuşağı’nın sorulan bu soruyu ağırlıklı olarak sosyolojik ve psikolojik güdüler kapsamında yanıtladığını söylemek mümkündür. Teknoloji ile birlikte büyüyen Z’lerin yeni online pratikleri göz ardı etmediği görülmektedir.



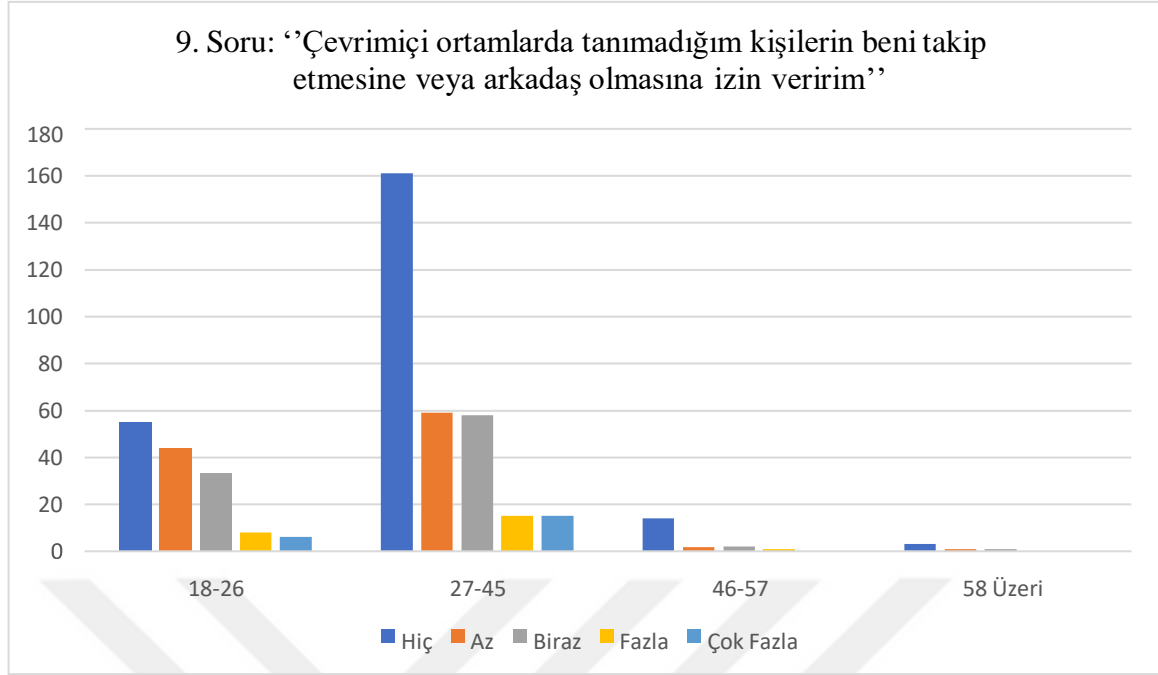
Şekil 6. ‘‘Çevrimiçi ortamlarda kullandığım parolaların güçlü olmasına (büyük-küçük harf, rakam, özel karakterler ve en az 8 karakter kullanımıyla) dikkat ederim’’ sorusunun yanıtlarına bakıldığında, Y Kuşağının gizlilik ve güvenlik konusunda daha dikkatli davrandığını söylemek mümkündür. X Kuşağı’na bakıldığında bir kısmın bu hususta dikkatli olduğu, bir kısmının ise daha esnek bir tutum içerisinde olduğu görülmektedir. Y ve Z Kuşağı arasında köprü görevi gören X kuşağı, teknolojiyi ve iletişim teknolojilerinin büyük bir bölümünü geliştiren kuşaktır. X Kuşağı temel dijital okur-yazar seviyesine gelebilmek için kendi döneminin tüm olanaklarını değerlendirmiştir. Bu kuşak teknolojinin ve bilginin küreselleşip gizlilik ve güvenlik kavramlarının transparanlık kazandığı alışılmadık bu yeni dönemde, bilgiyi doğru işleme çabasında olmuştur. Güvenlik ve gizlilik kapsamında hiçbir kişi ve kuruma güvenmeyen X Kuşağı, ne yapılması gerekiyorsa kendisinin yapmasının gerekliliğini savunmuştur. Tüm bu farkındalığa rağmen teknolojinin kullanımı açısından Y Kuşağı kadar başarılı olamamıştır. Dolayısıyla grafikte de görüldüğü gibi Y Kuşağı’nın diğer kuşaklara nazaran bilgisayar korsanları tarafından kolay erişilebilir şifreler oluşturmamaya daha dikkat ettiği gözlemlenmektedir.



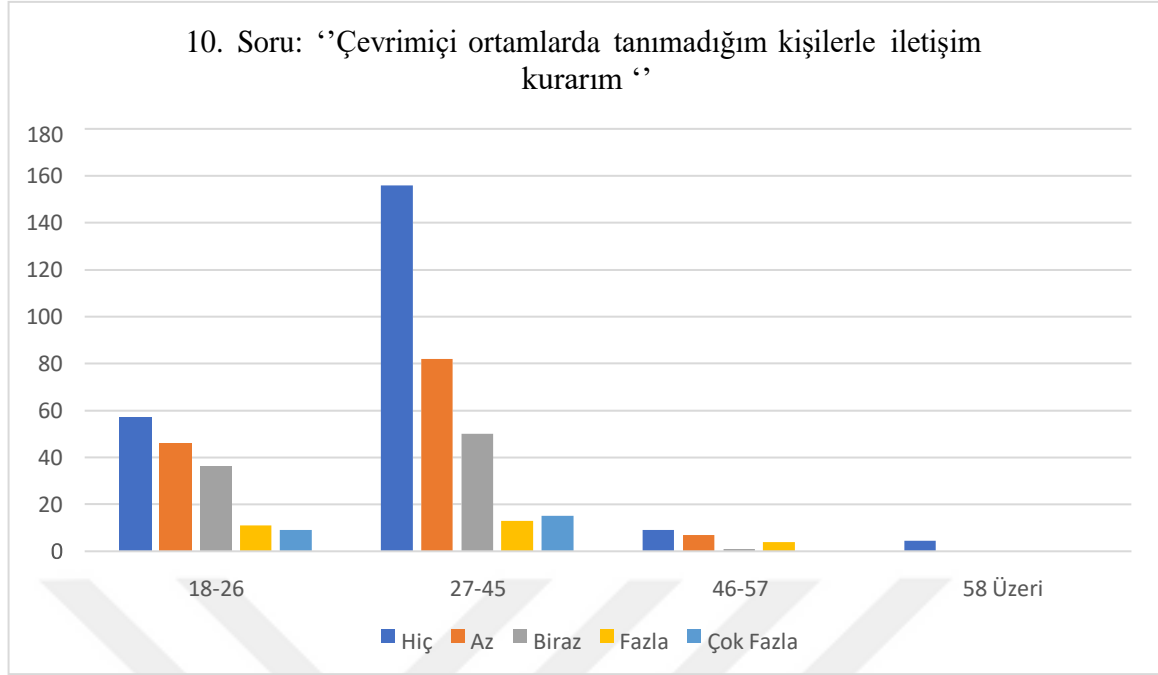
Şekil 7. Y Kuşağı aldıkları eğitimi sahip oldukları teknolojik yetkinlik ile sentezleyerek bilgive birikimlerini en verimli şekilde kullanmayı başarmışlardır (Seymen, 2017: 469-470). İnternet teknolojilerinin fayda ve zararlarını çabuk benimseyen Y Kuşağı kendisi için yüksek fayda sağlayacak internet teknolojileri kullanım becerilerini geliştirmiştir. ‘‘Çevrimiçi ortamlarda paylaştığım bilgilerin şirketler, devlet kurumları veya bilgisayar korsanları tarafından kullanılabilceğinin farkındayım’’ sorusuna karşılık olarak verilen yanıtlar sonucunda da bu beceriler gözlemlenmektedir. ‘‘Y Kuşağı’’nın, dijital ortamda yapılan bilgiakışı sonucunda oluşabilecek tehlikeler konusunda bir öngörüye sahiptir. Y Kuşağı internetteknolojisine çabuk adapte olarak yeteneklerini kolaylıkla sergileyebilmektedir.



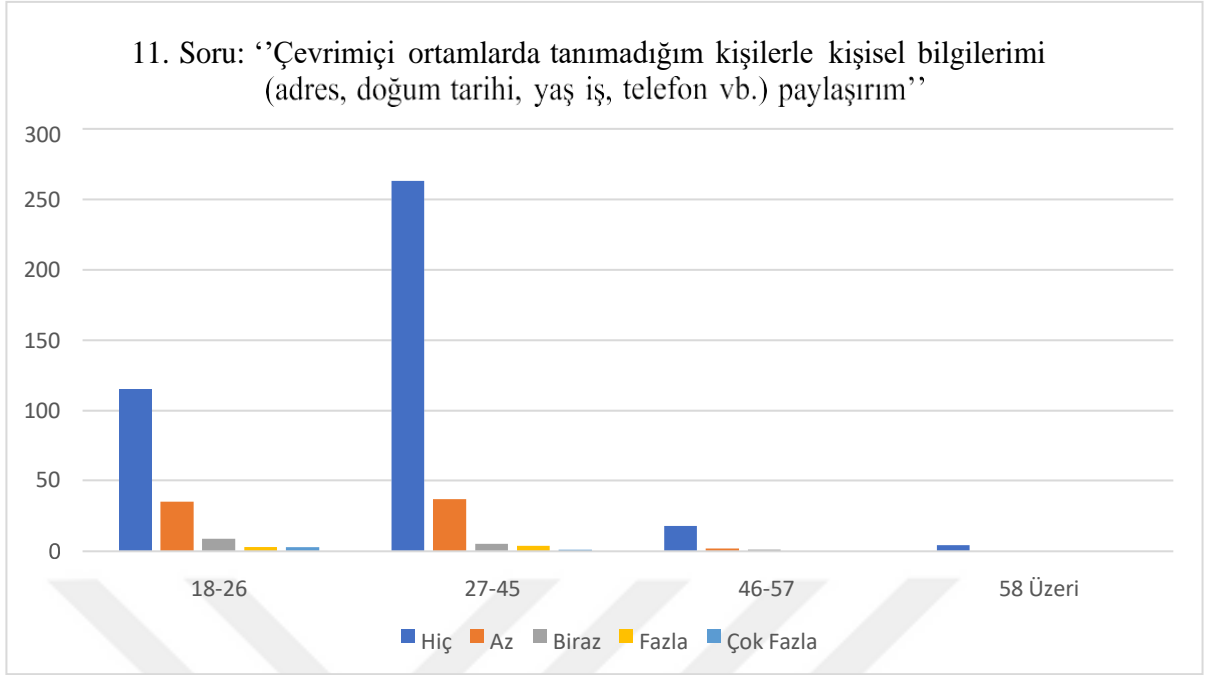
Şekil 8. “Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerden gelen mesaj veya e-postaların güvenlik riski oluşturup oluşturmadığını anlarım” sorusuna verilen yanıtlar kapsamında, Boomersların riskli içeriği ayırt etme konusunda çok iyi olmadıkları söylenebilir. Buna sebep olarak dinamik bir kavram olarak teknolojinin Boomerslar tarafından yeterince tanınmıyor olması gösterilebilir. X Kuşağı, Boomerslara nazaran daha bilinçli görülmektedir. Y ve Z Kuşaklarının dijital çağ ile iç içe büyüyen iki farklı kuşak olarak diğerlerinden daha bilinçli ve temkinli olduklarını söylemek mümkündür.



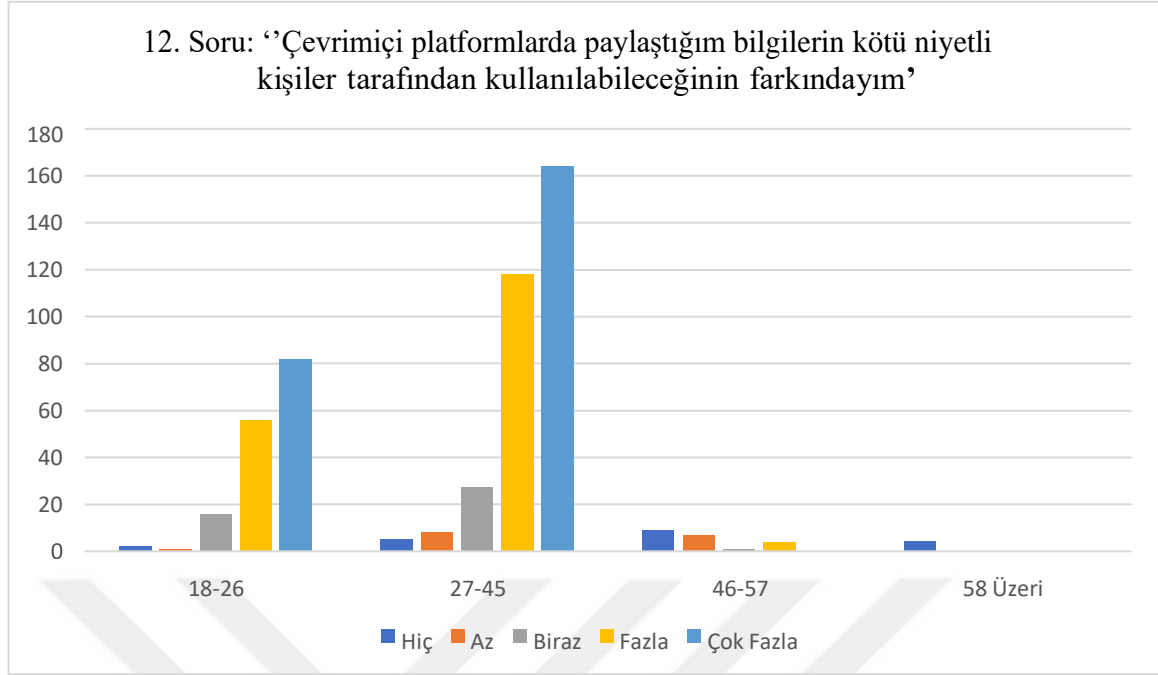
Şekil 9. “Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerin beni takip etmesine veya arkadaş olmasına izin veririm” sorusuna verilen yanıtlara bakıldığında, X ve Y kuşaklarının diğerlerine göre online arkadaşlık kurma fikrine daha uzak olduğu görülmektedir. Özellikle ara kuşak olarak değerlendirilen Y Kuşağının yeni teknolojik dinamiklere adapte olurken sosyal pratikleri oluşturan toplumsal kavramları hala koruduğu gözlemlenmektedir. Z Kuşağı, özellikle sosyalleşme pratiklerinin değiştiği bu dönemde, online olarak kurulan arkadaşlıklara daha açıktır. Soruya verilen yanıtlardan hareketle özellikle teknoloji ile büyüyen Z Kuşağı için geleneksel tanımların dönüşmesi daha kolay ve olağan olduğunu söylemek mümkündür.



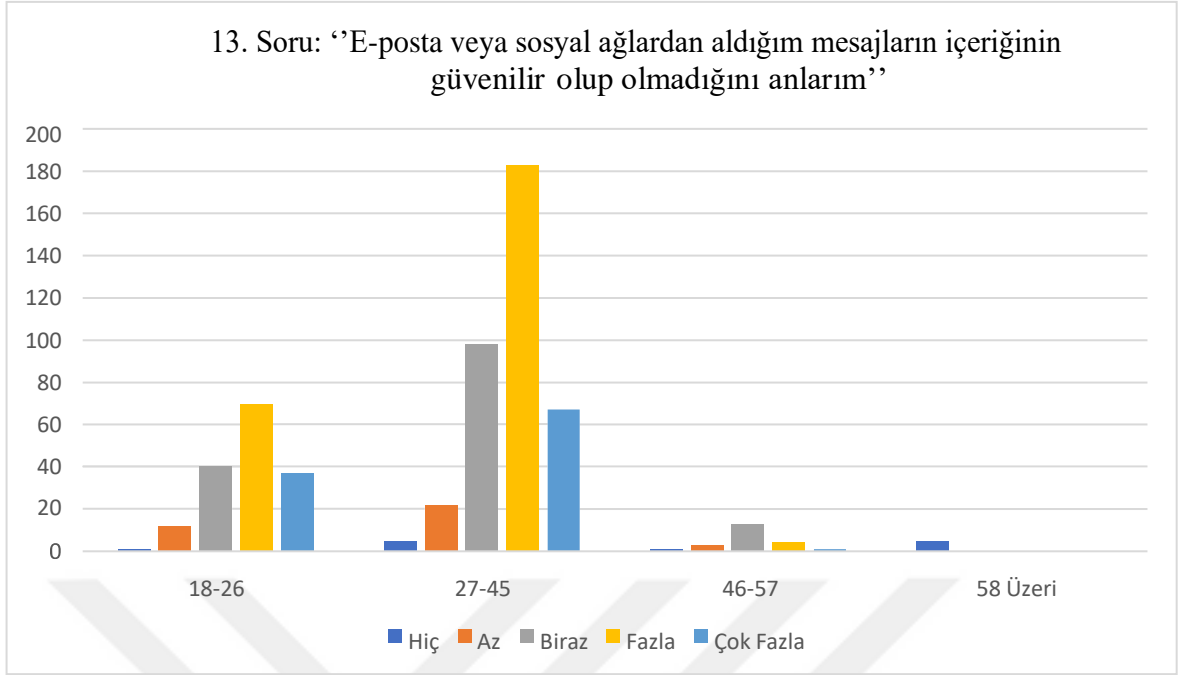
Şekil 10. “Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle iletişim kurarım “ sorusu için Y Kuşağı çoğunlukla “hiç” cevabını kullanmıştır. Verilen yanıtlar kapsamında, Y Kuşağı içerisinde çevrimiçi arkadaşlık kurma durumuna ılımlı olan bir kesiminde mevcut olduğu görülmektedir. Aynı ikilik Z Kuşağında da mevcuttur ama Y Kuşağında olduğu gibi keskin bir oran farkı yoktur. Z Kuşağının teknoloji üzerine temellendirdiği sosyal yaşam pratikleri sanal olarak herhangi biriyle arkadaşlık kurmanın normal olduğunu yanlışını ortaya çıkarmıştır. Sosyalleşmek için sosyal medya platformlarını kullanan Z Kuşağı için sanal bir arkadaş edinmek, günlük yaşam içerisinde birisiyle tanışıp arkadaş olmaktan farklı değildir.



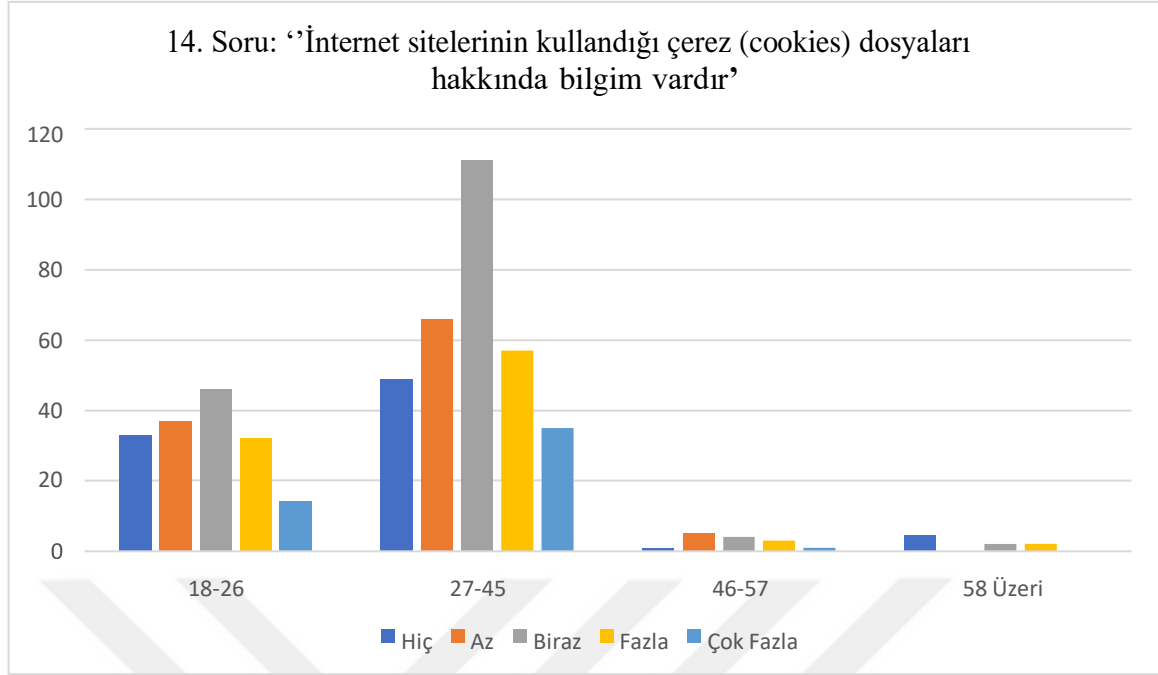
Şekil 11. “Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle kişisel bilgilerimi (adres, doğum tarihi, yaş iş, telefon vb.) paylaşıyorum” sorusuna karşılık olarak tüm kuşakların aynı mesafede olduğunu söylemek mümkündür. Kuşakların tümünün büyük bir bölümü, kişisel bilgilerin paylaşımı hususunda çekimserdir. Fakat mahremiyet kavramının dönüşümünün hissedilmeye başladığı Y Kuşağı ve dönüşümün daha keskin görüldüğü Z Kuşağı içerisinde kişisel bilgi paylaşım konusunda esneklikler olabileceği olasılığı hissedilmektedir.



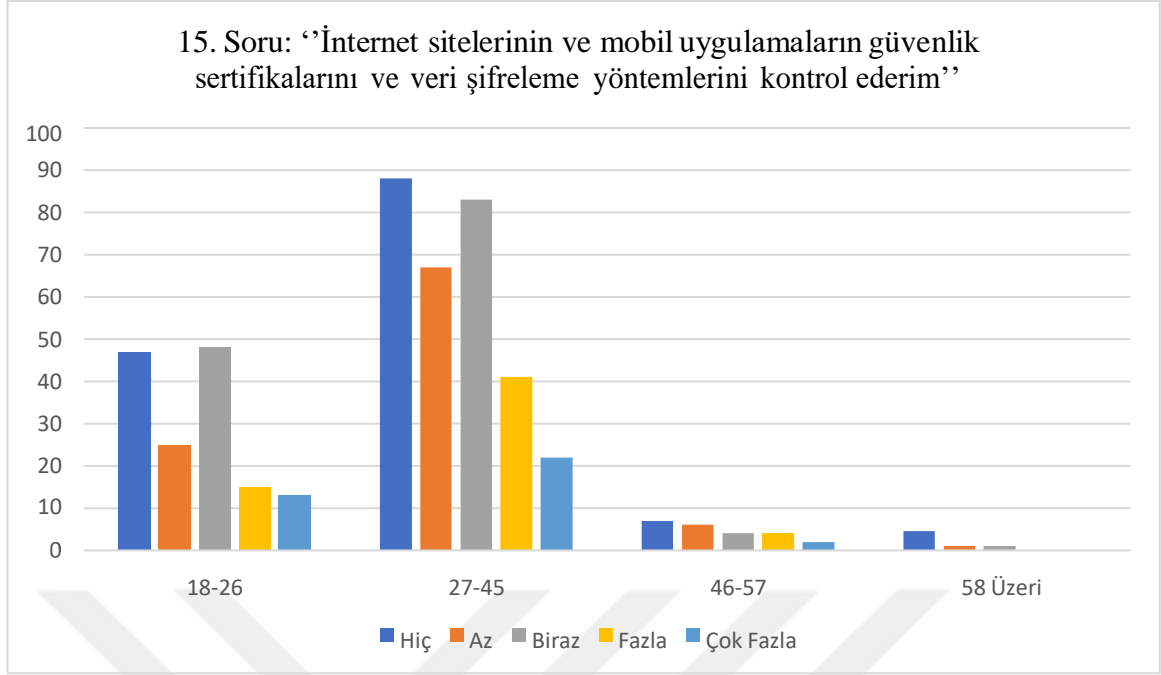
Şekil 12. “Çevrimiçi platformlarda paylaştığım bilgilerin kötü niyetli kişiler tarafından kullanılabilceğinin farkındayım” sorusuna verilen cevaplar sonucunda, Boomers ve X Kuşağı’nın bu konuya ilişkin yüksek bir farkındalık içinde olmadığı görülmektedir. Y Kuşağı diğer kuşaklara göre daha bilinçlidir. X Kuşağı ise internet teknolojilerini kullanım açısından farklı bir boyuttadır. Bu sebeple veri güvenliği ve internet riskleri hususunda ki farkındalığı, diğer tüm kuşaklardan daha fazladır.



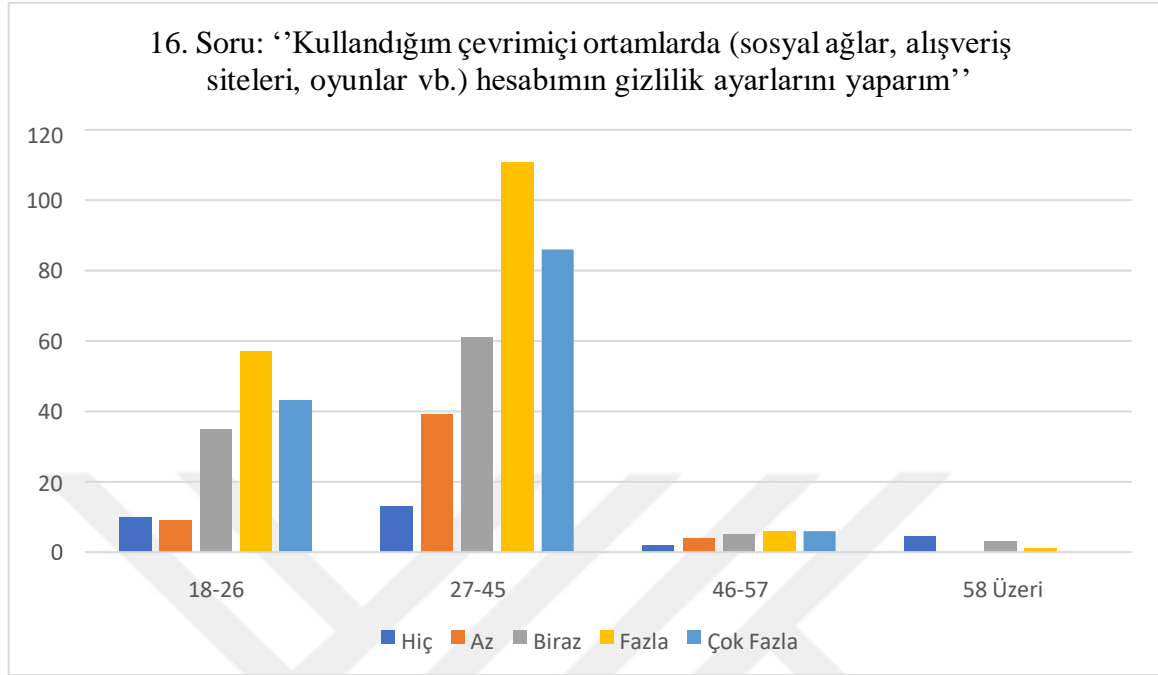
Şekil 13. ‘E-posta veya sosyal ağlardan aldığım mesajların içeriğinin güvenilir olup olmadığını anlarım’ sorusunun yanıtlarına göre Y Kuşağının dijital okur yazarlık oranının daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Herhangi bir online hareketin dijital alanda kişisel iz bırakabileceğinin ve bu durumun kendisini olumsuz etkileyebileceğinin farkındadır. Z Kuşağı ise döneminin şartlarına göre daha dikkatsizdir. Kullanılan internet sunucularının kişisel tüm verileri depoladığının bilincine en çok sahip olan bu kuşak kişisel mahremiyet algısının dönüşmesi sonucunda gizlilik ve güvenlik konusunda daha kayıtsız bir tutum sergilemektedir.



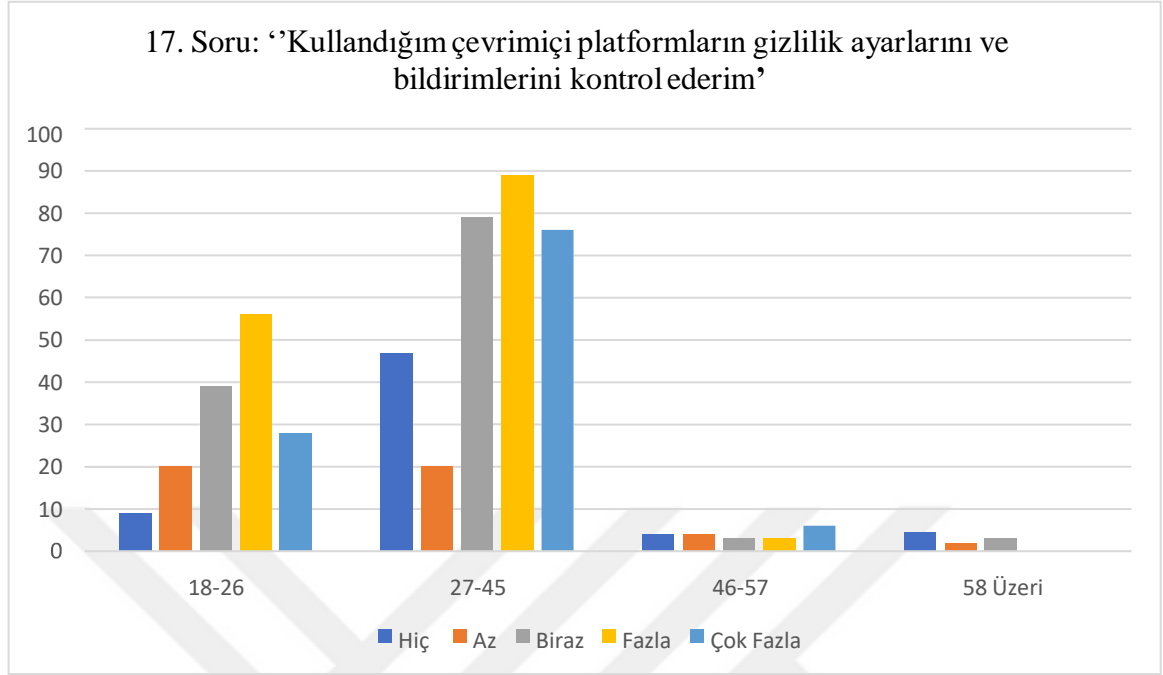
Şekil 14. “İnternet sitelerinin kullandığı çerez (cookies) dosyaları hakkında bilgim vardır” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında interneti daha yetkin kullanabilen Y ve Z Kuşakları veri güvenliğinin korunmasına dair daha dikkatli bir tutum içindedir.



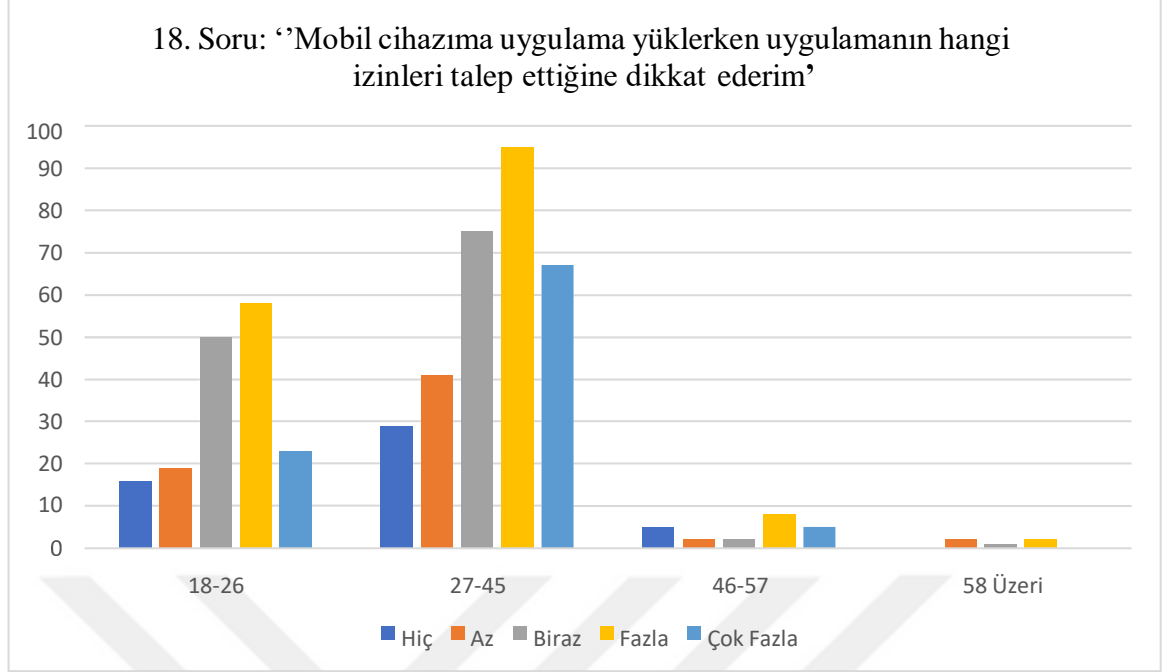
Şekil 15. “İnternet sitelerinin ve mobil uygulamaların güvenlik sertifikalarını ve veri şifreleme yöntemlerini kontrol ederim” sorusunun yanıtları sonucunda, tüm kuşakların güvenlik sertifikalarına ve veri şifreleme yöntemlerine ilişkin bir çabalarının olmadığı gözlemlenmektedir. Özellikle X Kuşağı’nın bu hususta daha özensiz olduğunu söylemek mümkündür. Bunun sebebi X Kuşağının teknolojik devrimin içine doğmasına rağmen çok iyi bir internet kullanımı yetisine sahip olamayışdır. Geleneksel ve yeni arasında köprü görevi gören Y Kuşağı ise sentez profiline uygun olarak iki farklı kısımda uyum sağlamaya çalışmaktadır. Cevaplarından hareketle Y Kuşağının gizlilik ve güvelik konusunda ikilik içerisinde olduğu görülmektedir.



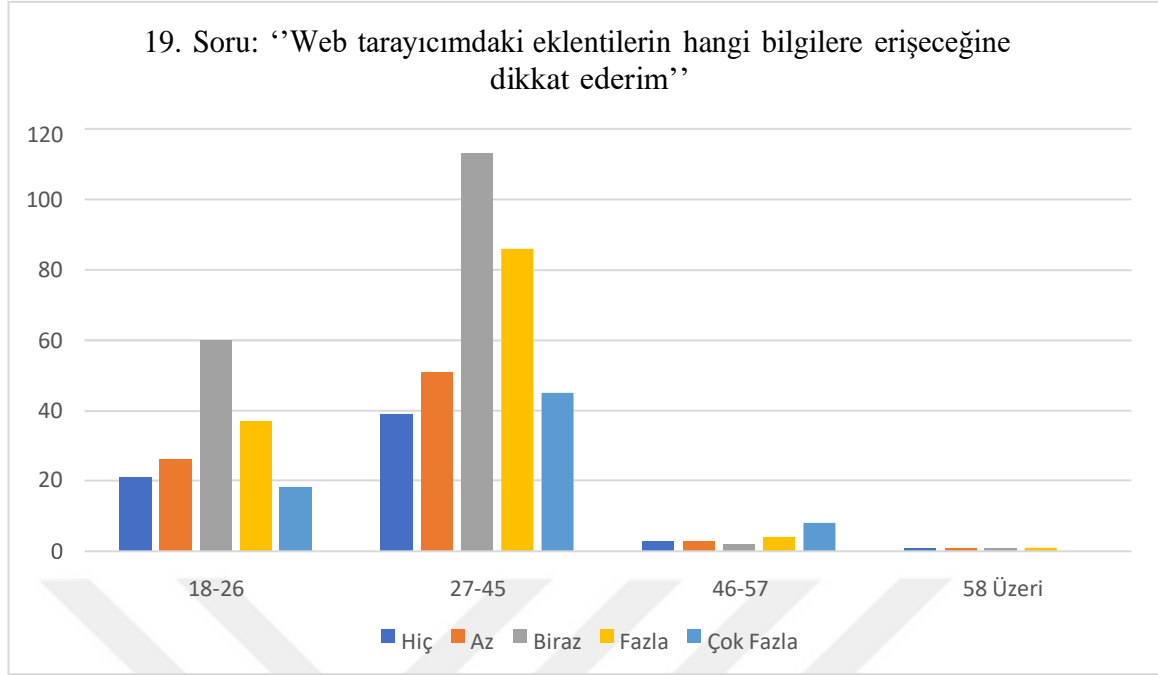
Şekil 16. “Kullandığım çevrimiçi ortamlarda (sosyal ağlar, alışveriş siteleri, oyunlar vb.) hesabımın gizlilik ayarlarını yaparım” sorusunun yanıtlarına göre X ve Y Kuşaklarının çevrimiçi gizlilik ayarlarına daha çok dikkat ettikleri görülmektedir. X Kuşağının dikkatli davranmasının en temel nedenlerinden birisi güvenli internet kullanımı bilincine erişmekten çok sahip olduğu kalıplaşmış mahremiyet algısıdır. Y Kuşağı da X Kuşağı gibi kalıp mahremiyet algısını koruduğu ve güvenli internet kullanımı konusunda donanımlı olduğu için dikkatli davranmaktadır. Z Kuşağının ise bu konuda daha esnek davrandığı söylenilebilir.



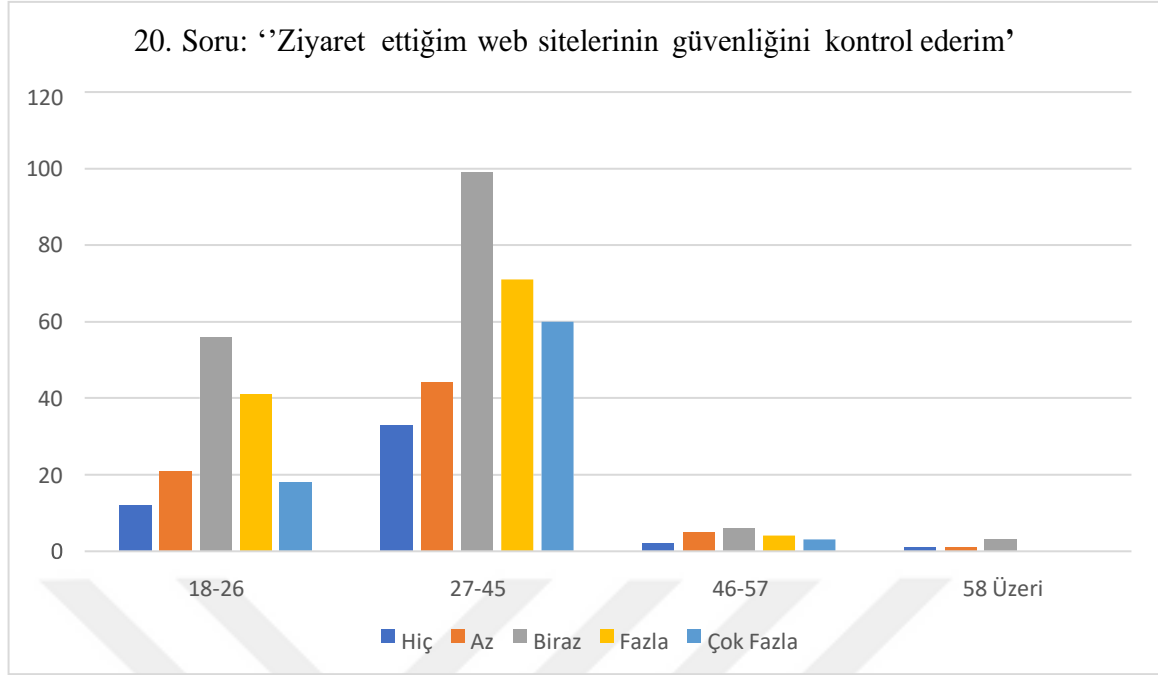
Şekil 17. “Kullandığım çevrimiçi platformların gizlilik ayarlarını ve bildirimlerini kontrol ederim” sorusuna verilen yanıtlar sonucunda Z ve Y Kuşağının bu hususta daha dikkatli olduğu gözlemlenmektedir. İnternet Kuşağı olarak da bilinen Z Kuşağı ve teknolojiyi anlamsal ve kullanım bakımından iyi çözümleyen ve buna iyi adapte olan Y Kuşağının dijitalokur yazarlık oranı yüksektir. İnternetin risk alanlarını oluşturan şeylerden birinin de kişisel veri paylaşımı olduğunun, dikkat edilmeyen noktalarda meydana gelebilecek siber suçların getireceği sorunların bilincindedirler.



Şekil 18. ‘Mobil cihazıma uygulama yüklerken uygulamanın hangi izinleri talep ettiğine dikkat ederim’ sorusuna verilen yanıtlara göre Y Kuşağının mobil uygulamaları kullanırken daha temkinli olduğu görülmektedir. Uygulamaların yol açabileceği güvenlik tehditlerine karşı temkinlidirler. Kullanılacak mobil uygulamaların gizlilik ve güvenlik politikalarının detaylarına dikkat ederler. Z Kuşağı diğer kuşaklara göre daha dikkatlidir fakat aynı zamanda daha esneklerdir. İletişim araçlarının kullanımı konusunda kendini en fazla geliştirmiş olan Z Kuşağının mahremiyet kavramı Y Kuşağından veya diğer kuşaklardan çok daha transparandır.



Şekil 19. “Web tarayıcısındaki eklentilerin hangi bilgilere erişeceğine dikkat ederim” sorusunun cevaplarına bakıldığında, Y Kuşağı ve X Kuşağının web tarayıcılarının güvenlik politikaları konusunda daha dikkatli ve donanımlı olduğu görülmektedir. Z Kuşağı bu konuya dair çok özverili değildir. Z Kuşağının mevcut her duruma karşı bireyselleşmeyi esaslaması bu yanıtın temelini oluşturan ana unsurlardan birisidir. Bu kuşak kendi arzu ve isteklerinin şekillendirdiği bir tüketime yönelerek kendisi için bir profil şekillendirmektedir. Diğer kuşaklara nazaran her bakımdan daha donanımlı olan bu bireyler, istediği her şeye anında sahip olabilmeyi ve onu tüketebilmeyi, sonrasında ise yeni tüketim deneyimlerine yönelmek istemektedirler. Dolayısıyla yeniyi deneyimleme konusunda diğer kuşaklardan daha istekli ve tez canlıdır. Öncelikleri farklı olan Z Kuşağı gizlilik ve güvenlik kavramına gereken özen ve önemi göstermemektedir.



Şekil 20. ‘‘Ziyaret ettiğim web sitelerinin güvenliğini kontrol ederim’’ sorusuna verilen yanıtlara göre Y Kuşağı web sitelerinin güvenliğiyle ilgili diğer kuşaklardan daha dikkatli olduğu görülmektedir. İyi bir dijital okur-yazar olan Y Kuşağı hem kendi döneminin kimliğini koruyan hem de bilgi çağının getirdiği yeni dijital yaşam pratiklerine adapte olan bir kuşaktır. Bu özellik cevabın tutumunda açıkça görülmektedir. Teknolojiyle iç içe olan Z Kuşağı için ise mevcut mahremiyet ve kişisel veri gizliliği algısının dönüşmesi sebebiyle güvenlik ve gizlilik konusunda diğer kuşaklara göre daha cesur davrandığını söylemek mümkündür. Teknolojik araç gereçlerin kullanımı konusunda oldukça yetkin bir kuşak olan Z’ler, güvenlik önlemlerine ilişkin diğer kuşaklara göre daha kayıtsız ve kaygısızdır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER

İnsanlar hayatları boyunca yaşam pratiklerini değiştirebilecek birçok gelişmeye tanık olmuşlardır. Bu gelişmelerin tümü kişilerin ve kuşakların, sosyal ve psikolojik benliğinin oluşumunda önemli bir etkidir. Yaşam boyu tecrübe edilen somut veya soyut her şey kültür olgusunu oluşturmuştur. Bireysel ve toplumsal yaşam biçimleri, herhangi bir olay ya da olgu karşısında sergilenen değer ve tutumlar hakim olan kültürün bir yansımasıdır. Kültür kavramının yeri özellikle geleneksel toplumlarda oldukça büyük ve kıymetlidir. Bu sebeple kültürel kavramların ve davranış biçimlerinin değişmesi pek mümkün değildir. İnsanlık tarihi üzerinde dünden bugüne oldukça etkili olan kültür kavramının getirdiği kavramsal kalıpları yok saymak bir hayli zordur.

Her kuşak kendi kültürünü oluşturmaktadır. Bu süreçte kendinden önceki veya sonraki kuşakların kültürünü benimsemeleri çok kolay olmamıştır. İçinde bulunduğu çağın olanaklarını değerlendirip gündelik yaşam pratiklerini ve tüm değer yargılarını buna göre biçimlendiren her kuşak bir diğer kuşak ile yaşamsal ve düşünsel bir çatışma içine girmiştir. Günümüz şartlarında teknolojinin insan hayatının merkezine oturması, süreklilik kazanan gelişimi, yeni bir dijital dünya düzeninin kurulması, kuşaklar arasındaki çatışmayı daha fazla derinleştirerek duruma farklı bir boyut kazandırmıştır. Gelişen teknoloji gündelik pratikleri ve kavramsal kalıpları dönüştürmeye başlamıştır. Konu bağlamında mahremiyet kavramı da bunlardan birisidir. İnsanlık tarihi boyunca mahremiyet kavramı tartışmalara konu olan bir kavram olmuştur. Asırlardır süren bu toplumsal gerçek, dijital dünyaya da taşınmıştır. Ortak bir zaman diliminde buluşamayan nesillerin çatışması olarak değerlendirilen bu toplumsal gerçeğin, kazandığı yeni boyut ile birlikte analiz edilmesi, mevcut durumu farklı bir perspektiften değerlendirmek adına gereklidir.

Gerçek yaşamda çatışmalar yaratan bu kavram, gerçek yaşamın bir yansıması olan dijital dünyada dijital kültür nezdinde dönüştürülmeye başlamıştır. Bu dönüşüm kuşakların mahremiyet çatışmasına farklı bir boyut kazandırmıştır. Farklı kuşakların kültürel tüketim alışkanlıkları ve mevcut kültürel olgulara karşı tutumları farklılık göstermektedir. Siber yaşam, gündelik yaşam pratiklerinin ışığında, kendi ortamının kültürünü oluşturarak mevcut olguları dönüştürmeye başlamıştır.

Yapılan bu araştırmayla toplumların yarattığı kültürel bir olgu olan mahremiyet kavramına ilişkin bakış açısının, modern insanın yanı sıra ilkel dijital insanın nezdinde nasıl bir forma dönüştüğü saptanmaya çalışılmıştır. Tarih boyunca varlığını sürdüren ‘‘mahremiyet’’ kavramının dönüşümünü çerçevesinde, geleceğe dair öngörüler sunmayı hedeflemekte olan bu çalışmanın, ana değişkeni kuşaklardır. Yapılan araştırma, dijital yaşamda kuşaklar arasındaki tutum, değer ve yargı kalıplarının yarattığı çatışmaları çözümlenebilmeyi amaçlamıştır.

Kuşakların mahremiyet olgusuna bakış farklılıklarını ve siber yaşamda bu olgunun nasıl bir forma kavuştuğunu tahlil edecek olan bu araştırma kuşakların değer, tutum ve yargı kalıplarına dair bakış açılarını çözümlenmiştir. Bilişim ve teknoloji çağını daha verimli bir şekilde analiz edebilmek için çağın toplumunun büyük bir kesimini oluşturan sosyal medya platformunun kullanıcılarını çözümlenmiştir.

Öncelikle yapılan bu araştırmaya yönelik bir literatür çalışması yapılmıştır. Konuya ilişkin kaynak ve belgelerden mevcut veri toplanarak elde edilen tüm bilgi tasnif edilmiştir. Araştırmanın temelini oluşturan kavramlar detaylı olarak açıklanmıştır. Tüm temel kavramlar, konu kapsamında daha önce yapılan araştırmalardan da faydalanarak içinde bulunulan çağa uygun bir şekilde tekrar değerlendirilmiştir. Araştırmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesi oluşturulduktan sonra çalışmanın varsayımını teyit etmek amacıyla sosyal medya kullanıcılarının online davranış pratiklerine yönelik oluşturulan anket çalışması yapılmıştır. Yapılan anket çalışması aracılığıyla, kuşakların ‘‘mahremiyet’’ olgusuna, gerçek ve siber yaşam içerisindeki bakışın saptanarak ankete katılanların, gündelik yaşam pratiklerinde veya kültürel tüketim alışkanlıklarında nasıl bir farklılık yaşandığı tahlil edilmeye çalışılmıştır.

Veri toplamak için Uma Sekaran’ın metodolojisi doğrultusunda online anket çalışması yapılmıştır. Yapılan bu araştırmada Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği (ÇMFÖ) kullanılarak araştırmanın örnekleme, mahremiyet kavramı çerçevesinde oluşturulan sorular sorulmuştur (Korkmaz vd., 2021). Verilen cevaplara göre bulgular saptanmıştır.

Sorulan anket sorularına verilen yanıtlar kapsamında genel bir değerlendirme yapılacak olursa Baby Boomers Kuşağının çalışmanın örnekleminde çok etkili bir değişken olmadığı görülmektedir. Yaş grubu en yüksek olan bu kuşak teknolojiyi daha çok ihtiyaç halinde kullandıklarını ifade etmiştir. Bu kuşağın ankete katılım oranı da diğer kuşaklara göre düşüktür. Sorulan sorulara verilen yanıtlar doğrultusunda Boomersların teknolojik gelişmeleri takip etme ve iletişim araçlarını kullanma bakımından etkin bir kuşak olmadığı

anlaşılmalıdır. Teknolojiyi ve iletişim araç gereçlerini kullanan ve ankete katılan azınlık ise soruları dijital kültür bağlamında değil alışılmış geleneksel sosyal kültür çerçevesinde yanıtlamışlardır.

Geçiş kuşağı denilen X Kuşağı teknolojinin içine doğmuştur. İletişim araç gereçlerinin ve teknolojik ürünlerin büyük bir kısmını X Kuşağı geliştirmiştir. Teknolojinin ilk ürünleri sayılabilecek araç gereçleri ilk kez X Kuşağı kullanmıştır. Aniden kendilerini bu teknoloji devriminin içerisinde bulan X'ler bu yeni oluşumdan ne kadar korksalar da döneme uyum sağlayıp sosyal hayat içerisinde var olabilmek için mecburi olarak teknolojiyi kullanmışlardır. Tüm geçiş dönemine tanıklık etmelerine rağmen kullanım yetkinliği açısından kendilerini çok fazla geliştirememişlerdir. Fakat ortada bir problem olacağı zaman bu problemi ancak kendilerinin çözebileceklerinin farkındadırlar. Dijital okur yazarlık oranı çok düşük değildir. Bu kuşağın büyük bir kısmı gizlilik kavramının önemini bilincindedir. Özellikle verilen yanıtlara göre kişisel verilerin internet ortamında paylaşılmamasının gerekliliği bakımından farkındalıkları yüksektir. Sanal arkadaşlıkları ve kişisel veri paylaşımını tercih etmemektedirler. Veri güvenliği ve gizlilik politikası temalı sorulara verilen yanıtlara bakıldığında ise hayır-evet dengesinin sağlanamadığı görülmektedir.

Milenyum Kuşağı olarak da bilinen Y Kuşağı, X ve Y Kuşağı arasında bir köprü görevi görmektedir. Bu kuşak X Kuşağı kadar teknoloji merkezli değildir. Fakat tamamen teknolojiden uzakta değildir. Kendi döneminin şartlarıyla oluşan kimliğini koruyarak yeni dijital dünyanın gerekliliklerine de hakim olmayı başarabilmiştir. Ortaya geleneksel ve yeni olanın sentezlendiği bir profil ortaya çıkmıştır. Z Kuşağından sonra teknolojiye hakimiyeti en kuvvetli olan kuşaktır. Y Kuşağının yarattığı bu karma profil anket sonuçlarına da yansımıştır. Dijital okur yazarlık oranı Boomers ve X Kuşağına göre daha yüksektir. Y Kuşağı online platformların güvenli kullanımına dair dikkatlidir. Dijital ortamda kişisel bilgilerini sınırlı tutarlar. Üyelikleri bulunan platformlarda uzun ve zor şifreler kullanırlar. Dijital çağa uyum sağlayan ve güvenli internet kullanımı bağlamında kendini geliştiren bu kuşak mahremiyet bağlamında daha geleneksel bir tutum sergilemektedir. Sanal arkadaşlık ve özel yaşamın paylaşımı ile alakalı temkinli ve gerçekçidir.

Z Kuşağı teknolojinin içine doğup onunla birlikte büyüyen bir kuşaktır. Teknolojiye dair her şeyle ilgili bilgi sahibidir. Hayatlarını teknoloji üzerine kurmuş bu kuşak, bu yatkınlıkları sebebiyle İnternet Kuşağı olarak da bilinmektedir. Tüm gündelik yaşam pratiklerini, online pratikleri üzerine temellendirmişlerdir. Geleneksel yaşam metotlarını ve kavramları dönüştürmüşlerdir. Bu dönüşüm etkisi anket sorularına verilen yanıtlarda görülmektedir.

Sorularına verilen yanıtlara bakıldığında, Z Kuşağının büyük bir kısmı güvenli internet kullanımı bağlamında bilinçli ve bilgi sahibidir. Fakat bu kuşağın internet kullanımını şekillendiren şey dönüşen mahremiyet kavramıdır. Kişisel bilgilerini ve başkalarının kişisel verilerini izinsiz paylaşma konusunda çok çekinceleri yoktur. Gerçek yaşamda tanımadığı insanlarla iletişim kurma konusunda açıklardır. Online platformları bir günlük gibi kullanarak özel yaşamlarını sergilerler. Gerçek ve sanal kavramları arasındaki çizgi bu kuşak için oldukça esnektir. Z Kuşağının online pratikleri gündelik yaşam pratikleri haline gelmiştir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında insanlık tarihi boyunca var olan mahremiyet kavramı teknolojinin gelişmesiyle birlikte dönüşmeye başlamıştır. Baby Boomers, X,Y ve Z Kuşaklarının mahremiyet algısı zamanla geleneksel kalıpların dışına çıkmıştır. Kişinin gizliliği ve güvenliğini gözeten bu önemli kavram, keskin çizgilerini kaybederek daha transparan ve esnek bir boyut kazanmıştır. Tezin başında öngörülen mahremiyet kavramının kuşaklar arası dönüştüğü ve yeni kuşakların bu dönüşümü daha çabuk benimsediği varsayımı doğrulanmıştır.

KAYNAKÇA

- Acılıoğlu, İ. (2015). İş'te Y kuşağı. Elma Yayınevi, İstanbul.
- Adams, S. J. (2000). "Generation X: How understanding this generation leads to better safety programs". Professional Safety, 45(1), 26-29.
- Adıgüzel, O. Batur, H. Z. ve Ekşili, N. (2014). "Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar". Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, 165-182.
- Aka, A. (2010). "Kimliğe Teorik Yaklaşımlar". Cumhuriyet Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 34 (1), 17-24.
- Aktaş, Ü. (2011). Sosyal Paylaşım Sitesi Soruşturması, Rapor No:04, UHİM, İstanbul.
- Akyazı, A. (2016). "Yeni İletişim Ortamı Olarak Dijital Katılımcı Sözlü klerde Nefret Söylemi". Marmara İletişim Dergisi, 0 (22), 183-193.
- Alacahan, O. Vatandaş, S. (2021). "Kamusal-Özel Alan Ayrışmasının İnşa Süreci ve Sosyal Medya". MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10 (1), 720-733.
- Altuntuğ, N. (2012). "Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili". Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4 (1), 203-212.
- Alwin, D. F., & McCammon, R. J. (2007). "Rethinking Generations". Research in Human Development. 4(3-4), 219–237. doi:10.1080/15427600701663072
- Anonymous (1998). "To Reveal or Not to Reveal": A Theoretical Model of Anonymous Communication". 8(4), 381–407. doi:10.1111/j.1468-2885.1998.tb00226.x
- Arseven, A. (1986). "Benlik Tasarımı". Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15-26.

- Arslan, B. Ve Nur, E. (2018). “Teknolojinin Yeni Çocuğu: K Kuşuğı”. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 329-347.
- Arik, B. & Arik, E. (2020). ‘‘Facebook’un Dönüşen Mahremiyet Yaklaşımı: “Gelecek Mahremiyettir”. *Intermedia International E-journal*, 7 (13) , 447-461 .
- Aslan, M.G. (2012). *Anonimlik Deneyimi ve Sosyal Medya Etkisi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kültürel incelemeler Yüksek Lisans Programı. İstanbul.
- Avcioğlu, G. (2011). ‘‘Yapısal kimlikten seçimlik kimliğe; kimliğin medya aracılığıyla yeniden üretimi’’. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), 359-370.
- Aytaç, Ömer (2006). ‘‘Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman.’’ *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 27-53.
- Bağlı, M. (2011). *Modern Bilinç ve Mahremiyet*. Yarın Yayınları, İstanbul.
- Bakiroğlu, C.T. (2013). ‘‘Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları’’. XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirimleri, 23-25 Ocak 2013, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 1047-1054.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*. A. Yılmaz (çev.). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2016). *Akışkan Gözetim*. E. Yılmaz (çev.). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Bauman, Z. (2019). *Kimlik*. M. Hazır (çev.) Heretik Yayınları: Ankara.
- Bauman, Z. (1997). *Küreselleşme, Toplumsalın Sonuçları*. Abdullah Yılmaz (çev.). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity.

- Bauman, Z. (2001). Parçalanmış Hayat. İsmail Türkmen (çev.). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Bauman Z. & May, T. (2019). Sosyolojik Düşünmek. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bayzan, Ş. Özbilen, A. (2011). “Application Examples of Safer Use of The Internet in The World and Investigation of Awareness Activities in Turkey Suggestions for Turkey”, 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 7(2), 22-24.
- Bayzan, Ş. & Özbilen, A. (2012). ‘Dünyada İnternetin Güvenli Kullanımına Yönelik Uygulama Örnekleri ve Türkiye’de Bilinçlendirme Faaliyetlerinin İncelenmesi ve Türkiye İçin Öneriler’. Engineering Sciences, 7 (2), 521-531.
- Belsey, A. (2011). ‘Mahremiyet, Aleniyet ve Siyaset’. A. Belsey ve R. Chadwick (ed.) içinde Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar. (s.102-120). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Bentham, J. (1995). ‘Panopticon’. M. Bozoviç (ed.) içinde The Panopticon Writings. Verso: Londra.
- Berman, M. (2004). Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor. Ümit Altuğ ve Bülent Peker (çev.). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Bilgiç, H.G. Duman, D. Seferoğlu, S.S. ‘Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim içi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri’, Akademik Bilişim’11- XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 2- 4 Şubat 2011, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Bilgin, N. (2007). Kimlik İnşası. Aşina Yayıncılık, İzmir.
- Bilgin, N. (2003). Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar. Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Braungart, R. G., & Braungart, M. M. (1986). ‘Life-Course and Generational Politics’. Annual Review of Sociology, 12(1), 205– 231. doi:10.1146/annurev.so.12.080186.001225
- Breckendridge, A. Carlyle. (1970). The Right IDPrilJacy. Uncoln: University of Nebraska Press.
- Boztunç, N. (2014). ‘Y Kuşağını Elde Tutabilme Üzerine Bir Çalışma’. Bitirme Projesi, Ege

Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Budak, Hatice. (2018). "Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni". 7 (1), 146-170.

Cahoone, Lawrence E. 2001. Modernliğin Çıkması. Ahmet Demirhan ve Erol Çatalbaş (çev.). İnsan Yayınları: İstanbul.

Canbay, Y. & Sağıroğlu, Ş. (2020). "Derin Öğrenmede Diferansiyel Mahremiyet". Uluslararası Bilgi Güvenliği Mühendisliği Dergisi, 6 (1), 1-16.

Capgemini. (2018). Digital identity- a contest for control. Capgemini Consulting. Castells, M.

(2009). Communication Power. Oxford University Press, Oxford.

Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplumunun Yükselişi. Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Castells, M. (2002). Gerçek Sanallık Kültürü. Cogito Yayınları, İstanbul.

Castells, M. (2006). Kimliğin Gücü. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul. Cooley, H. C. (1962). Social Organization. New York: Schocken.

Cheryl R. (2004). "The Baby Boom: Americans Born 1946 to 1964". Ithaca, NY: New Strategist, 1-3.

Çaycı, B. ve A. E. Karagülle. (2014). "X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı". International Trends and Issues in Communication & Media Conference, 190-196.

Çaycı, A. E. & Çaycı, B. (2016). "Dijital İletişim Çağında Teknolojinin Açığa Çıkardıkları: Gözetim ve Mahremiyet". İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1 (2), 157-169.

Çetin, C. Karalar, Serol. (2016). "X, Y ve Z Kuşağı Öğrencilerin Çok Yönlü ve Sınırsız Kariyer Algıları Üzerine Bir Araştırma", Yönetim Bilimleri Dergisi, 14 (28), s. 157- 197.

- Çetin, İ. (2019). ‘‘Yeni Medyada Yükselen Ses ‘‘Katılımcı Kültür’’: Survivor Örneği’’. Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi, 2 (2), 150-173.
- Çevik Tekin, İ. & Akgemci, T. (2016). ‘‘Y Kuşağı Çalışanların İş Değerlerinin Araştırılması: Konya İli Sanayi İşletmelerinde Bir Uygulama’’. Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi, 1 (2), 15-52.
- Danah M. Boyd, Nicole B. Ellison, ‘‘Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship’’. Journal of Computer-Mediated Communication, 13,1 (1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Deal, J.J, Altman, D.G ve Rogelberg, S.G. (2010). ‘‘Millennials at Work: What We Know and What We Need To Do (if anything)’’, Journal of Business Psychology, 25, 191- 199.
- Dijk, J. V. (2016). Ağ toplumu. Ö. Sakin (çev.). Kafka Yayınları: İstanbul.
- Dijck, J. Poell, T. (2013). ‘‘Understanding Social Media Logic’’, Media and Communication, 1(1), 2-14.
- Dolgun, U. (2004). ‘‘Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna’’. Yönetim Bilimleri Dergisi, 2 (1), 55-74.
- Dölekoğlu, C. Ö., ve Çelik, O. (2018). ‘‘Y Kuşağı Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışı’’. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi.
- Duby, G. Aries, P. (2006). Özel Hayatın Tarihi 2 Feodal Avrupa' dan Rönesans' a. Roza Hakmen (çev.). YKY: İstanbul.
- Duby, G. Aries, P. (2007). Özel Hayatın Tarihi 3 Rönesans'tan Aydınlanma'ya.
- Devrim Çetinkasap (çev.). YKY: İstanbul.
- Duby, G. (1992) Özel Hayatın Tarihi 4. Devrim Çetinkasap (çev.). Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.

- Duygulu, S. (2018). "Yeni Medya Teknolojilerinin K-Kuşağının Ebeveynleriyle Olan İletişime Etkisi", TRT Akademi, 3(6), 632-652.
- Edmunds, J. and Turner, B., (2005). "Global generations: social change in the twentieth century". British Journal of Sociology, 56 (4), 559-577.
- Erdoğan, G. Bahtiyar, Ş. (2014). Sosyal Ağlarda Güvenlik, Akademik Bilişim Konferansı.
- Eroğlu, Ş. (2018). "Dijital Yaşamda Mahremiyet (Gizlilik) Kavramı ve Kişisel Veriler: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Mahremiyet ve Kişisel Veri Algılarının Analizi". Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 35 (2), 130-153. 10.32600/huefd.439007.
- Fettahlıoğlu, Seçil, Sünbül, M. Banu (2015). "Tüketici Etnosentrizmi Ve Tüketici Husumetini X,Y,Z Kuşakları Açısından İncelenmesi", International Journal of Academic Value Studies, 1 (1), 26-45.
- Finn R., Wright, D., Friedewald R. (2012). "Seven Types of Privacy.", European Data Protection: Coming of Age, Springer Science Business Media Dordrecht, 3-32. [https:// doi.org/10.1007/978-94-007-5170-5_1](https://doi.org/10.1007/978-94-007-5170-5_1).
- Fischer, S. H. M. (1998). "Privacy and security at risk in the global information society", Information, Communication & Society 1(4).
- Foucault, M. (1992). Hapishanenin Doğuşu. M. A. Kılıçbay (çev.). İmge Kitabevi: Ankara.
- Fuchs, C (2014). Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş. Diyar Saraçoğlu ve İlker Kalaycı (çev.). NotaBene Yayınları: Ankara.
- Fuchs, C. (2011). "An Alternative View of Privacy on Facebook". Information, Vol:2.
- Gauntlett, D. (2011). Making is connecting: The social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0. Cambridge, UK: Polity Press.

Gavison, R. (1980). "Privacy and the Limits of Law". The Yale Law Journal, 89(3), 421.

doi:10.2307/795891

Geçtan, E. (2020). Zamane. Metis Yayınları, İstanbul.

Giddens, A (2012a). Modernliğin Sonuçları. Ersin Kuşdil (çev.). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.

Giddens, A. (2010). Mahremiyetin Dönüşümü. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Goffman, E. (2016). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. Ç. Gezer (çev.). Metis Yayınları: İstanbul.

Göregenli, M. (2010). Çevre Psikolojisi: İnsan Mekân İlişkileri. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Gross, R. ve 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. <https://doi.org/10.1145/1102199.1102214>.

Guzel, E. (2016). "Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: "Dijital Habitus". Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4 (1), 0-0. DOI: 10.19145/guifd.26114.

Gulec Solak, S. S. (2017). "Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış Space -Identity Interaction: a Conceptual and Theoretical Overview". MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6 (1), 13-37.

Gulmammadzada, U. & Işıklı, Ş. (2020). "Instagram'da Benlik Sunumu: Takipçi Etkisi Üzerine Dramaturjik Bir İnceleme". AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 11 (43), 74-104. 10.5824/ajite.2020.04.004.x.

Gürbüz, S. (2015), "Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi?" İş ve İnsan Dergisi, 2(1), 39 –57.

Jain, V. ve Viswanathan, V. (2015). "Choosing and using mobile apps: A conceptual framework for Generation Y". Journal of Customer Behaviour, 14(4), 295-309.

- Hall, S. (1996) 'Who Needs Identity?', S. Hall and P. du Gay (ed.). in Questions of Cultural Identity, (pp.1–17). Sage: London.
- Harkin, J. Huber, J. (2004). Eternal Youths How the baby boomers are having their time again. Demos.
- Harris, M.S. (1921). The Positive Philosophy of Auguste Comte, Thesis Presented To The Faculty Of The Graduate School Of Cornell University For The Degree Of Doctor Of Philosophy, New York.
- Hazar, M (2011). "Sosyal Medya Bağımlılığı - Bir Alan Çalışması." İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi , (32), 151-175.
- Işıklı, Ş. Küçükvardar, M. (2016). Bilişim Devrimi: Teknolojinin Felsefi ve Sosyolojik Analizi. Birleşik Basım Yayım, Ankara.
- İsmayılov, E. K. & Sunal, G. (2012). "Gözetlenen ve Gözetleyen Bir Toplumda, Beden ve Mahremiyet İlişkisi: Facebook Örneği". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (18), 21-41.
- Jenkins H. (2016). Cesur Yeni Medya, Teknolojiler ve Hayran Kültürü. İstanbul: İletişim Yayınları, İstanbul.
- Jenkins, H. 1958-. (2006). Convergence culture : where old and new media collide. New York :New York University Press.
- Jenkins, R. (2004). Social identity. London: Routledge.
- Joshi, A., Dencker, J. C., & Franz, G. (2011). "Generations in organizations". Research in Organizational Behavior, 31, 177–205. doi:10.1016/j.riob.2011.10.002.
- Kakırman Yıldız, A. (2012). "Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve

- Mahremiyet Anlayışına Etkisi”. *Bilgi Dünyası*, 13(2), 529-542.
- Kalaman, S. (2019). “Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma”. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26 (2), 575-594. 10.18657/yonveek.556868.
- Karaarslan, Enis & Eren, Mehmet & Koç, Serhat. (2014). *Çevrimiçi Mahremiyet: Teknik ve Hukuksal Durum İncelemesi, Online Privacy: Technical and Forensic Case Study*.
- Karaca, N. (2011). *Kimlik Sorunsalı, Üniversite Öğrencilerinde Kimlik ve Siyasal Aidiyet*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Karakoç, E. (2014). “Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2 (3), 245-269. 10.19145/guifd.33484.
- Kavut, S. (2020). *Kimliğin Dönüşümü: Dijital Kimlikler*. “Selçuk İletişim”, 13 (2), 987-1008.
- Keleş, H. N. (2011), “Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Bahçeşehir Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Kennedy, H. (2006). “Beyond Anonymity, or Future Directions For Internet Identity Research”. *New Media & Society*, 8(6), 859-876. <https://doi.org/10.1177/1461444806069641>.
- Keser, H. & Güldüren, C. (2015). “Bilgi Güvenliği Farkındalık Ölçeği (BGFÖ) Geliştirme”. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23 (3), 1167-1184.
- Kim, W., Jeong, O.-R., Kim, C., & So, J. (2011). “The dark side of the Internet: Attacks, Costs and Responses”. *Information Systems*, 36(3), 675–705. doi:10.1016/j.is.2010.11.003.
- Koç, Y. (2016). “Dijital Ekoloji ve Değişen Dünya”. *Hece Aylık Edebiyat Dergisi Dijital Kültür Özel Sayısı*, 234-235-236, 26-32.

Konakay, G. (2018). ‘‘Y Kuşaağı Değerlerinin Kariyer Tercihleri Açısından İncelenmesi’’.

Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 13 (1), 79-92.

Konakay, G., Akdemir, A., Ergen, B., Solmaztürk, A., Gürer, A., Aktürk, F., Gökdemir, O.,

Yalmaç, Ö., Sezen, S., Yavuz, S. Tın, U., (2015). ‘‘Üniversite Öğrencilerinin Akademisyen ve

Ebeveyn Etkileşimleri Işığında Liderlik Modeli Belirlenmesinde Karizma ve Entelektualite Etkisinin Araştırılması’’, İşletme Araştırmaları Dergisi, 7/1, 205-235.

Kyles, D. (2005). ‘‘Managing Your Multigenerational Workforce’’, Strategic Finance, 87 (6), 52

-55.

Lefebvre, H. (2016). Modern Dünyada Gündelik Hayat. I. Gürbüz (çev.). Metis Yayınları: İstanbul.

Lokke, E. (2018). Mahremiyet Dijital Toplumda Özel Hayat. D. Başak (çev.). Koç Üniversitesi

Yayınları: İstanbul.

Mannheim, K. Das Problem der Generationen. 1928.

Markovikj, M., & Serafimovska, E. (2018). ‘‘Real self concept versus digital identity on

facebook’’. Communication Electronique Cultures et Identitetes, France: At Universe du Havre.

Mbinjama-Gamatham, A. & Olivier, B. (2020). ‘‘Dark Technology, Aggressiveness And The

Question Of Cyber-Ethics’’. Acta Academica. 52(1), 99- 120.

McCrinkle, M. Wolfinger, E. (2011). The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations.

Sydney: UNSW Press.

Mcluhan, M. (2001). Global Köy. Scala Yayıncılık, İstanbul.

Mckay, S. (2011). Willetts, D. (2010), The Pinch: How the Baby Boomers Took Their Children’s

Future – and Why They Should Give It Back’’. Atlantic Books: London. pp.314, Journal of Social Policy,40(03), 633–635. doi:10.1017/s0047279411000109.

Mercan, N. (2016). ‘‘X, Y ve Z Kuşaağı Kadınların Farklı Tüketim Alışkanlarının Modern Dünyada İnşa Edilmesi’’. KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi, 2 (1), 59-70.

Meyers, D. Beverly, M. and Elise M.W. (2011). Look to Lazarus: The Big Store Charleston, SC: History Press.

Mitchell, William J. (1996). City of Bits. Cambridge: MIT Press.

Mumcu Uçar, Ö. ve Özsoy, A. (2006). ‘‘Sınır Kavramına Mekânsal Bir Yaklaşım: Bahçelievler Örneği’’, İTÜ Dergisi, 5(2).

Newman, G.R. (2005). Identity Theft Literature Review, January.

Ogg, J. and Bonvalet, C. (2011). Baby boomers: a mobile generation. Oxford: The Bardwell Press.

Özer, O. (1977). Toplumbilime Giriş. S.B.F Yayınları, Ankara.

Özdel, G. (2012). ‘‘Foucault Bağlamında İktidarın Görünmezliği ve ‘‘Panopticon’’ ile ‘‘İktidarın Gözü’’ Göstergeleri’’. Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2 (1), 22-29.

Özdemir, E. (2009). ‘‘Yaşam Tarzlarının Sanal Mekânlardaki Sunumu: Bir Cazibe Merkezi Olarak ‘‘Siberalem’’ Örneği.’’ B. Dağtaş ve E. Dağtaş (ed.). içinde Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları. (s.364-402). Ütopya: Ankara.

Özdemir, N. (2019). ‘‘Kuşaklararasılık ve Kültürel Değişme’’. Çocuk ve Medeniyet, 4 (7), 125-149.

Özdemir, Ş. (2020). ‘‘Post- Panoptikon Çağı: Gözetimin Dijitalleşmesi ve Çevrimiçi Kimliğin Gizliliği Üzerine Bir Analiz’’. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20 (3), 81-108. 10.18037/ausbd.801849.

Palfrey, J. and Gasser, U. (2008). ‘‘Born Digital: Understanding the First Generation of Digital’’. Published by Basic Books, A Member of the Perseus Books Group: New York.

Peltekoğlu, F. ve Y. I. Peltekoğlu (2015). ‘‘Sosyal Ağların Aık Kitapları ve Evrilen Mahremiyet’’.

T. Kara ve E. zgen (ed.). içinde Ağdaki Őüphe (s. 3-13). Beta: İstanbul.

[Prensky, M.](#) (2001), "Digital Natives, Digital Immigrants Part 1", [On the Horizon](#), 9 (5), 1-6.

Prensky, M. (2009). "H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom," *Innovate: Journal of Online Education*, 5(3).

Rab, rpád (2007). ‘‘Digital culture - Digitalised Culture and Culture Created on A Digital Platform Information’’ Coursebook, Budapest: Gondolat.

Rigel, N. (2014). ‘‘İkinci el yaşam: E-hayat’’ . *Yeni Türkiye zel Sayısı*, 10, 890-893.

Roberts, K. (2012). ‘‘The End Of The Long Baby-Boomer Generation’’ . *Journal of Youth Studies*, 15(4), 479–497.

Ryder, N. B. (1965). ‘‘The Cohort as a Concept in the Study of Social Change’’ . *American Sociological Review*, 30(6), 843–861. <https://doi.org/10.2307/2090964>.

Sarioğlu, E.B. (2018). *Y’leri Anla, Değiştirme: Kurumsal Hayatta Milenyum Kuşağı ve İletişim-Hmanist*. İstanbul.

Schuman, H., & Scott, J. (1989). ‘‘Generations and Collective Memories’’ . *American Sociological Review*, 54(3), 359–381. <https://doi.org/10.2307/2095611>.

Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business--A Skill Building Approach*, John Wiley. New York. 4th Edition.

Senbir, H. (2004). *Z son insan mı? . O Kitaplar*, İstanbul.

Seo, J., Lee, C., Lee, Y., Bhang, S., & Lee, D. (2021). ‘‘The type of daily life stressors associated with social media use in adolescents with problematic internet/Smartphone use’’ . *Psychiatry Investigation*, 18(3), 241-248. doi.org/10.30773/pi.2020.0060

- Seymen, A. F. (2017). ‘‘Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülleri ile İlişkilendirilmesi’’. Kent Akademisi, 10 (32), 467-489.
- Solmaz, M. (2020). ‘‘Güncel Gözetimi Bauman’ın Sosyal Teorisinden Hareketle Anlamak’’. Journal of Social Sciences and Humanities, 4 (1), 1-10.
- S. Sproule and N. Archer. (2007). "Defining Identity Theft," Eighth World Congress on the Management of eBusiness, 20-20. 10.1109/WCMEB.2007.5.
- Strauss, W. ve S. Howe. (1991). Generations: The history of America’s future, 1584 to 2069. Quill/William/Morrow: New York.
- Strauss, W. & Howe, N. (1997). The fourth turning: An American prophecy. Broadway Books: New York.
- Sullivan, S. E., Forret, M. L., Carraher, S. M., & Mainiero, L. A. (2009). ‘‘Using the kaleidoscope career model to examine generational differences in work attitudes’’. The Career Development International, 14(3), 284– 302.
- Sunde’n, J. (2003). Material Virtualities. New York: Peter Lang.
- Suveren, Y. & Zeren Kosal, A. G. (2021). ‘‘Sosyal Medyada ‘Benliğin Sunumu’: Benlik ve Mahremiyetin Sunumunun Bireysel ve Toplumsal Anlamı Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme’’. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23 (4), 1226-1241. 10.32709/akusosbil.9390991.
- Şaylan, G. (2022). Postmodernizm. İmge Kitabevi, Ankara.
- Şener, G. (2013). ‘‘Sosyal Ağlarda Mahremiyet ve Yeni Mahremiyet Stratejileri’’. Yeni Medya Çalışmaları 1. Ulusal Kongresi, 7-8 Mayıs 2013, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Tekin, İ.Ç., Akgemci, T. (2016) ‘‘Y Kuşağı Çalışanların İş Değerlerinin Araştırılması: Konya İli

- Sanayi İşletmelerinde Bir Uygulama”, Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi, 1(2), 15-22.
- Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Dost Yayınları, Ankara.
- Toktaş, S. A. Binark, M. ve Dikmen, E. Ş. (2012). Türkiye’de Dijital Gözetim. Alternatif Bilişim Derneği Yayınları, İstanbul.
- Tonta, Y. (2009). ‘Dijital Yerliler, Sosyal Ağlar ve Kütüphanelerin Geleceği’, Türk Kütüphaneciliği, 23 (4), 742-768.
- Topçuoğlu, C. (2007). ‘İyide Kim Bu Y’ler?’, Reklamcılar Derneği Dergisi, Ağustos 2007, 5, 1-12.
- Torun, Y. Çetin, C. (2015). “Örgütsel Sinizmin Kuşaklar Bazında Değerlendirilmesi: Kuşaklara Göre Örgütsel Sinizmin Hedefinde Ne Var?”, İş Ve İnsan Dergisi, 2 (2), 137- 146.
- Toruntay, H. (2011). Takım Rollerini Çalışması: X Ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tulgan, B. (2001). Managing Generation X. How to Bring Out the Best in Young Talent, N.Y.
- Tuncer, A.İ. ve Tuncer, M.U. (2016). “Eğlence Reklamlarının Viral Uygulamaları ve Z Kuşağı Üzerinden Bir Değerlendirme”, Eğlence Endüstrisi, 1 (1), 210-229.
- Turkle, S. (1996) Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. London: Weidenfeld & Nicolson.
- Twenge, J. M., & Campbell, S. M. (2008). ‘Generational Differences In Psychological Traits and Their Impact On The Workplace’. Journal of Managerial Psychology, 23(8), 862– 877. <https://doi.org/10.1108/02683940810904367>
- Uğurlu, Ö. (2011). “Postmodern Pazarlama Stratejisi Olarak Dönüşen Mahremiyet: ‘Fulya’nın

- İntikamı' Viral Kampanyası Örneği", H. Köse (ed). İçinde Medya Mahrem. (s. 173-199).
Ayrıntı: İstanbul.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). "Sosyal Medya Kültürü". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler
Dergisi, (52), 88-102.
- Valcke, M., Bonte, S., De Wever, B., & Rots, I. (2010). "Internet Parenting Styles and The Impact
on Internet Use Of Primary School Children". Computers & Education, 55(2), 454– 464.
10.1016/j.compedu.2010.02.009.
- Vatandaş, S. (2020). "Mahremiyetin Dönüşümü ve İletişim Araçları". HUMANITAS-
Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (16), 437-458. 10.20304/humanitas.746477.
- Yavanoğlu, U. Sağiroğlu, Ş. ve Çolak, İ. (2012). "Sosyal Ağlarda Bilgi Güvenliği Tehditleri ve
Alınması Gereken Önlemler". Politeknik Dergisi, 15 (1), 15-27.
- Yelkikalan, N. Ve E. Altın. (2010). "Farklı Kuşakların Yönetimi", Yönetim Bilimleri Dergisi, 8(2),
13-17.
- Yeşil Y. ve Fidan, F. (2017). "Türkiye' de Y Kuşağının E-İletişim Kullanımı: Üniversite Öğrencileri
Üzerinde Bir Araştırma". Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 100-109.
- Yıldız, K.Asiye. (2012). "Dijital Yerliler Gerçekten Yerli Mi Yoksa Dijital Melez Mi ?", The
Journal of Academic Social Science Studies, 5(7), 819-833.
- Yükselbaba, Ü. (2016). "Postmodernizm ve Hukuk". Journal of Istanbul University Law Faculty,
74 (1), 139-156.
- Yüksel, M. (2003). "Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi". Ankara Üniversitesi SBF
Dergisi, 58 (01). 10.1501/SBFder_0000001619.
- Yüksel, M. (2009). "Mahremiyet Hakkına ve Bireysel Özgürlüklere Felsefi Yaklaşımlar". Ankara

Üniversitesi SBF Dergisi, 64 (01), 275-298.

Yüksel, M. (2003). “Modernleşme ve Mahremiyet”. Kültür ve İletişim, 6 (1), 75-108.

Zeeshan, A. Iram, A. (2012). “Generational Diversity: Strategies to Bridge The Diversity Gap”,
International Journal of Engineering and Management Science, 3(3), 315- 318.

Zeldin, T. (2014). İnsanlığın Mahrem Tarihi. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight For a Human Future at the New
Frontier of Power. New York: PublicAffairs.

Waldrn, K. A. (2012). ‘The iGeneration: Technology Guidelines for Parents and Teachers’’,
Education Faculty Research, https://digitalcommons.trinity.edu/educ_faculty/2.

Webster, F. (2003). Theories of the Information Society. London: Routledge. Westin, A.F. (1970).
Priuacy and Freedom. (New York: Atheneum).

İNTERNET KAYNAKLARI

- Altun, F. (2011). Sosyal Paylaşım Sitesi Soruşturmaları, UHİM, Rapor No: 04, İstanbul. Erişim Tarihi: 03.04.2022. <https://www.uhim.org/Uploads/GenelDosya/sosyal-paylasim-siteleri-sorusturmasi-2723-d.pdf>
- Coupland, D. (1989), “The Young and Restless Work Force Following the Baby Boom: Generation X”, Erişim Tarihi: 05.06.2022. <http://joelclark.org/dossiers/GenerationX.pdf>
- Çubukçu, A. Bayzan, Ş. (2013). “Türkiye’de Dijital Vatandaşlık Algısı ve Bu Algıyı İnternetin Bilinçli, Güvenli ve Etkin Kullanımı ile Artırma Yöntemleri”. Erişim Tarihi: 04.28.2022.
- Gencarelli, T. (2014). Baby Boomers and Popular Culture: An Inquiry into America's Most Powerful Generation. Erişim Tarihi: 02.16.2022. <http://publisher.abc-clio.com/9780313398872>.
- Görmüş, A. (2011). Sosyal Paylaşım Sitesi Soruşturmaları, UHİM, Rapor No: 04, İstanbul. Erişim Tarihi: 03.04.2022. <https://www.uhim.org/Uploads/GenelDosya/sosyal-paylasim-siteleri-sorusturmasi-2723-d.pdf>
- Heilpern, W. (2016). Here's what you should know about 'Generation K' — the teens shaped by terrorism, technology, and anxiety, Apr 25. Erişim Tarihi: 11.05.2022. <https://www.businessinsider.com/what-you-need-to-know-about-generation-k-2016-4>
- Hertz, N. (2015). Generation K: Understanding Teens Today, Jul 21. Erişim Tarihi: 24.02.2022. <https://noreena.com/generation-k-understanding-teens-today/>
- Hertz, N. (2016). Think millennials have it tough? For 'Generation K', life is even harsher, 19

March. Erişim Tarihi: 16.03.2022.
<https://www.theguardian.com/world/2016/mar/19/think-millennials-have-it-tough-for-generation-k-life-is-even-harsher>

Kuligowski, K. (2020). Generation X: Who Are They? Business News Daily Staff, Dec 21. Erişim Tarihi: 11.03.2022. <https://www.businessnewsdaily.com/15950-who-is-gen-x.html>.

Lerm, N. (2014). Generations in SA – Getting Your Message Right, retrieved July 27, Erişim Tarihi: 04.18.2022. <http://fusiondesign.co.za/blog/design/generations-in-sa/>

Mannheim, K. (1928) Das Problem der Generationen. Erişim Tarihi: 19.02.2022.

https://www.1000dokumente.de/index.html?c=dokument_de&dokument=0100_gen&objekt=context&l=de

Mengi, Z., (2009, 11 Ekim). Bb, X, Y ve Z Kuşakları Birbirinden oook Farklı. Hürriyet İK, Erişim Tarihi: 23.03.2022.

Merriem-Webster Dictionary. (2022). Erişim: 20 Ekim 2021, Anonymous.

<http://www.merriamwebster.com/dictionary/anonymous>,

O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0. Erişim Tarihi: 07.04.2022.

https://mediaedu.typepad.com/info_society/files/web2.pdf.

O'Shea, W. (2003). Six Degrees of Sexual Frustration, June 3. Erişim Tarihi: 17.02.2022.

<https://www.villagevoice.com/2003/06/03/six-degrees-of-sexual-frustration/>

Prensky, M. (2004). The emerging online life of the digital native. 03. Erişim tarihi: 14.03.2022.

[http://www.marcprensky.com/writing/Prensky The Emerging Online Life of the Digital Native](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20The%20Emerging%20Online%20Life%20of%20the%20Digital%20Native).

TDK (2022) Erişim: 04 Nisan 2021, Mahremiyet.0

TDK (2021) Erişim: 12 Aralık 2021, Anonimlik.

TDK (2022) Erişim: 17 şubat 2022, Gizlilik.

Uçkan, Özgür (2007). “Sosyalleşmenin Cazibesi- Z Kuşığı”. Erişim Tarihi: 6 Ekim 2021.

<http://www.ozguruckan.com/kategori/teknoloji/22229/sosyallesmenin-cazibesi-zkusagi>,

USA.GOV (2022). Identity Theft. Erişim: 12 Aralık 2022. <https://www.usa.gov/identity-theft>

Uyanık, F. (2009a). Kevin Robins: 'Sosyal medya eylemsizliği teşvik ediyor'. BBC Türkçe,

Erişim Tarihi: 6.12.2021.

http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100306_superguc_kevinrobins.shtml

Uyanık, F. (2009b). Nada şvob-Đokic: 'Sosyal medya, sosyalleşme ve tüketim arasındaki kayıp

halka'. Nisan 7, Erişim tarihi: 6.12.2021.

Uyanık, F. (2009e). Slavoj řižek ile internetteki kurgusallık üzerine. BBC Türkçe:

http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100305_superguc_zizek.shtml Erişim

tarihi: 6.12.2021.

Uyanık, F. (2013). Sosyal Medya: Kurgusallık ve Mahremiyet, Kocaeli Üniversitesi Yeni Medya

Kongresi, 7 Mayıs, Kocaeli. Erişim tarihi: 6.12.2021.



