

Muhafazakâr Genç Kuşağın Instagram Profilleri: Mahremiyet, Moda ve Ahlakilik İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme

Hafsa Nur Aslanoğlu*

Gelişen teknoloji ile sosyal medya ağları hayatın vazgeçilmez parçaları haline getirilmiştir. Swarm'da nerede olduğunu bildiren birey, Twitter'da 140 harf ile düşüncesini, gününü, hissini özetlemekte, Instagram'da an'ını fotoğraflayarak kitleler ile paylaşabilmekte, Snap'te çekilen 5 saniyelik videolar ile günlük olağan hallerini yayınlatabilmektedir. Kimi bireyler edebiyat, düşünce, siyaset üzerinden profilini şekillendirirken kimi bireyler yaşam şekliyle sosyal medya ağlarında yer edinmektedir. Her bireyin bir şekilde dâhil olduğu bu sosyal ağlara muhafazakârların yoğun ilgisi dikkat çekmektedir. Müslüman anneler tarafından sokakta elinde bir şey yiyerek gezmemesi tembihlenen çocuklar, her gün bir cafe'de bildirim yapan muhafazakâr gençlere dönüşmüştür.

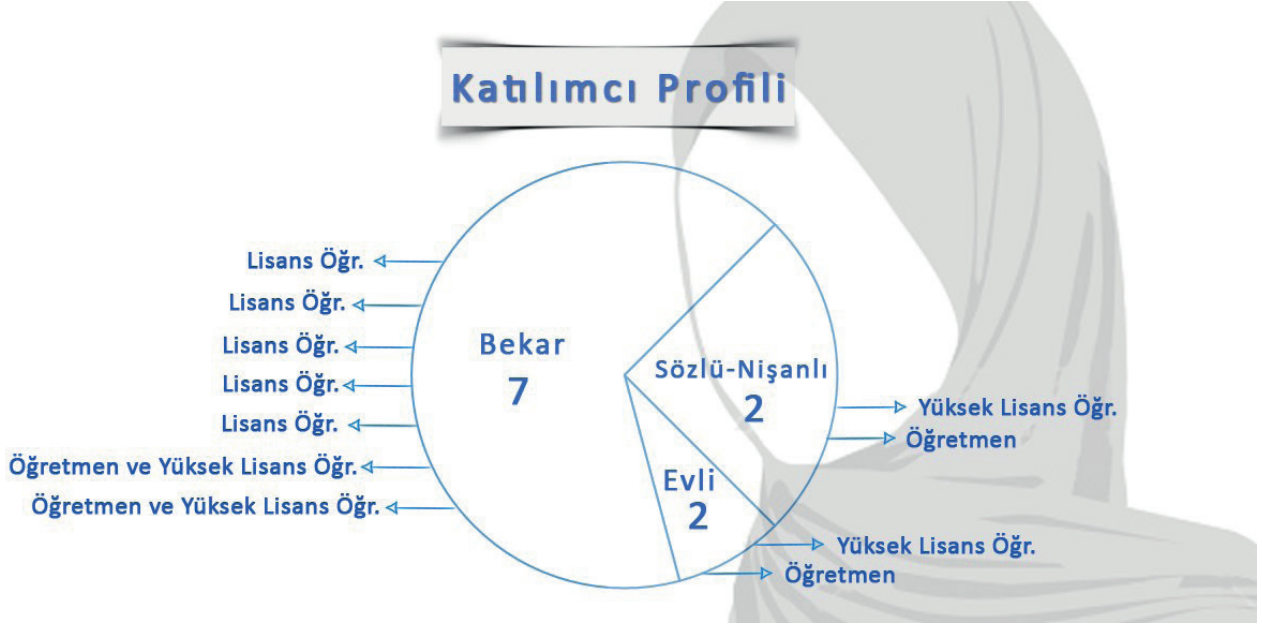
Araştırmanın konusu olarak muhafazakâr gençlerdeki mahremiyetin sosyal medya sınırının ne olduğu, muhafazakârlar arasında modalaşan yaşam şeklini yaşayan ve yaşamak isteyen tabakaların sosyal medya, özelde Instagram'daki paylaşımlarıdır. Araştırmada, sosyal medyada yaşam şekilleriyle yer edinen muhafazakârların mahremiyet algısının ve mahremiyet sınırlarının ne olduğu, paylaşımlarda bu mahremiyet sınırlarının korunup korunmadığı ve sanal ile gerçek arasında mahreme dair gösterilen has-

sasiyetin değişikliğe uğrayıp uğramadığı hususunda kapsamlı bilgilerin elde edilmesi amaçlanmıştır.

Muhafazakâr genç kuşağın Instagram profilleri incelendiğinde fotoğrafların temalarından mahremiyet sınırlarının geniş olduğuna dair bir izlenim edinilmektedir. Bu durumun genellebilirliği meselesi ile birlikte durumu yaşayan kişi sayısının mı fazla olduğu yoksa az sayıdaki kişinin görünürlüğünün fazla oluşundan mı kaynaklı olduğu sorgulanması gereken bir noktadır. Profiller incelendiğinde dikkat çeken diğer bir husus ise gidilen mekânların benzerliği, fotoğrafların temasının ortaklığıdır. Bu sebepten araştırmamızın üzerinde duracağı bir diğer konu, muhafazakâr genç kuşağın sosyal medya modasına kapılarak yaşam şeklini mi değiştirmeye çalıştığı yoksa var olan yaşam şeklini mi sosyal medyaya taşıdığı meselesidir. Bununla bağlantılı olarak modalaşan yaşam şeklinin üreticisi olma ve örnek alınma meselesi de önem arz etmektedir.

Raporda nitel araştırma tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, ucu açık ve farklı soruların yöneltilmesi, kişinin konumuna özgü soruların sorulması imkânı tanıdığı için tercih edilmiştir.

*Hafsa Nur Aslanoğlu, Marmara Üniversitesi SBE Felsefe ve Din Bilimleri ABD Yüksek Lisans Öğrencisi
İLEM Blog, İLEM bünyesinde ve çevresinde gerçekleşen konferans, sempozyum ve benzeri ilmi faaliyetler ile kültürel etkinliklerin bir deneme, değerlendirme veya araştırma yazısı olarak yayınlanacağı mecra olarak faaliyet göstermektedir.



Çalışmamızda belirlenen kitle 22-27 yaş aralığında yer alan Instagram'da sık paylaşım yapmakla birlikte 500 – 5000 arası takipçiye sahip olan üniversite öğrencileri ve mezunlarından oluşan muhafazakâr genç kuşaktır. Bu çerçevede yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle 11 hanımla görüşülmüştür. Seçilen gençlerden bir kısmı binlere ulaşan takipçileri ile butik / fotoğrafçılık gibi meslekleri üzerinden sosyal ağ kullanan kişilerden; bir kısmı ise günlük yaşam şeklini paylaşan bireylerden oluşmaktadır. 3 kişi fotoğrafçılık için Instagram'da bulunmakta, bu 3 kişiden 1'i ise profesyonel olarak düğün fotoğrafçılığı yapmaktadır. Kalan 8 kişi ise hesaplarını günlük hayatın paylaşıldığı dijital günlük olarak kullanmaktadır.

Katılımcılarımızın eğitim durumları ise şöyledir: 2 kişi lisans mezunu, 5 kişi lisans öğrencisi, 4 kişi yüksek lisans öğrencisidir. Aynı zamanda 4 katılımcımız öğretmenlik yapmaktadır. Bu özelliklere sahip muhafazakâr kişilerin seçilmesindeki amaç üniversite öğrencisi, mezunu ve öğretmenleri arasında paylaşım farkının olup olmadığının gözlemlenmesidir.

Görüşme yapılan kişiler hakkında diğer önemli bilgi ise 1 kişinin sözlü, 1 kişinin nişanlı, 2 kişinin evli ve 7 kişinin bekâr olduğu bilgisidir. Bu ayrım günümüzde yaygınlaşan evlilik ile ilgili paylaşımlara bakış açısını vermek noktasında önem arz etmektedir. Medenî durumların farklılığına göre kişilerin seçilmesinin sebebi, ev ve evliliğe dair pek çok paylaşımın yapıldığı Instagram'da bu konulara dair mahremiyetin bekâr - sözlü – nişanlı ve evli kişiler arasında bakış açısı farklılığı yaratıp yaratmadığıdır. Ayrıca tüm katılımcılar İstanbul'da eğitim gören/görmüş kişilerdir. 1 katılımcı (Bekâr Lisans öğrencisi) hariç diğer 10 katılımcı aileden gelen bir dini yaşam şekline sahiptir.

Giriş

Fotoğraf makinesinin ortaya çıkışı, devamında dijitalleşmesi ve kişinin temsilinin çoğalması ile kişi ve görüntü arasındaki bağ farklılaşmıştır. Bireyler hafızası olan makineler ile hatıralarını görünür kılabilmek için elde etmiştir. Bu da modern ve post-modern dönemde var olma

biçiminin 'görüntü/görünme' olmasını beraberrinde getirmiştir. Barbarosoğlu bu durumu şu cümleler ile ifade etmektedir:

"Başkaları tarafından görülüyor olmak, ilgiyi kendi üzerinde toplayarak fark edilme manasını taşımaktadır. Kitle kültürü içine sıkışmış, kendisine seri üretimin ve seri tüketimin küçük bir parçası olmaktan başka bir değer atfedilmeyen insan için 'fark edilme', sanal var olma biçimleri armağan etmektedir. Var olduğunu, başkaları kendisini seyrettiği oranda, yani başkalarının dünyasında yer etmeye başladığında hissedebilen post-modern insan, mümkün olduğunca az insana görünerek kendi dünyasında yaşamayı, 'sağlıksız' bir durum olarak algılamaktadır." (Barbarosoğlu, 15). Çağımızda görünmenin en etkili yolu sosyal ağlardır. Birey 'fark edildiğini' ancak sosyal ağlar üzerinden aldığı dönüşümler sayesinde bilmekte, kendi değerini 'like'lanma sayısı çerçevesinde belirlemektedir. Bu 'fark edilme', 'görülme', 'like'lanma' sürecinde birey varlığını hem kendisine hem diğer bireylere ispat etmekle birlikte kime görüleceğini de tayin etmektedir.

Geleneksel toplumda 'görünen' ve 'gören' arasında hiyerarşik bir düzen bulunmaktadır. Bu durum Avrupa'da davetlilerin ağırlandığı salon olan kamusal alanda aileye dair fotoğrafların sergilenmemesi olarak kendini gösterirken, Osmanlı'da Sultan II.Mahmut'un sokakta kadınların kendisine bakmasını yasaklayan fermanı ile ortaya çıkmaktadır. Fermana göre sokağa çıktığı zaman kendisini gözetleyen ve seyreden 'Osmanlı kadınlarının padişaha hayranlıkla bakmaları yasaklanmakta, eğer bakacak olurlarsa,

kocalarının ve kardeşlerinin dayak yiyeceği' buyrulmaktadır. Çünkü gören ile görünen arasındaki ilişkide üstünlük 'görünen'de değil 'gören'dedir. (Barbarosoğlu, 10-11). Oysa günümüz dünyasında hiyerarşik düzen tepetaklak olmuş, üstünlük 'görünen'e ait bir değer olmuştur. Kişinin var oluşu sosyal ağlardaki görüntüsü ile eşleşmiş ve kişi sosyal ağlarda edinilen kimlikler/isimler ile gerçek dünyada var olmaya başlamıştır.

Muhafazakârlık Nedir? Kastedilen Muhafazakâr Kesim Kimdir?

Kavramsal olarak "Mevcut yapıya hayat veren geleneksel değer ve normları koruma taraftarlığı ya da hızlı değişimle geleneklerden kopulmasına karşı çıkmak" anlamına gelen muhafazakârlık gündelik dilde "korumak" ya da "olduğu gibi muhafaza etmek" anlamına gelmektedir (Akkır, 2006).

Türkiye'de muhafazakârlığın tanımı ve atfedilen kişilerin kavramın anlamı ile uyuşup uyuşmadığı üzerinde uzlaşamayan konulardandır. Zira muhafazakâr olarak tanımlanan Müslüman gençliğe bakıldığında kelimenin "geleneklerden kopulmasına karşı çıkmak" anlamına uygun düşmediği gözlemlenmektedir. Öyle ki bu gençlik kendi ailesi tarafından dahi geleneksel duruşa sahip olmadığı için eleştiri konusu edilmektedir. Oysa öteki üzerinden tanımlanan 'Müslüman genç'e bakıldığında onun başörtüsü, namaz kılıyor, oruç tutuyor oluşu geleneksel değerler olarak kabul edilerek, gencin duruşunun kavramın anlamı ile uyuştuğuna dikkat çekilmektedir. Dini değerlerine bağlı genç kuşağın ise kavramı ka-

bulenmesinin sebebi “geleneklere bağılı olmak” anlamından daha çok “muhafaza ettiği belli değerlerin var oluşu”dur. Biz bu çalışmada belli dini değerlere sahip çıktığını görünüşüne yansıtan ancak geleneklerine bağılılık hususunda kendisinden önceki kuşak ile ciddi farklılıklarının olduğunu gösteren ve maddi olanaklar açısından da toplumun orta kesiminde yer alan, çağımızın ‘Müslüman genç kuşağı’nı, ‘muhafazakâr’ olarak isimlendirmekteyiz.

Instagram Kullanım Biçimleri ve Katılımcıların Kullanım Amaçları

Sosyal paylaşım ağları bireylere, zaman ve mekândan bağımsız olarak iletişim kurma imkânını tanımakla birlikte sanal ortamlarda bir araya gelme imkânını daha fazla artırmaktadır. Toplumsal paylaşım ağları, bireylerin sınırları belli olan bir sistem içinde açık veya yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kişilerle bağlantı paylaşımında bulunan kişilerin listesini, bu kişilerin bağlantılı olduğu diğer kişi listelerini gösteren web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır. (Çetin, 2015) Bu geçişkenliği sağlayan en önemli sosyal paylaşım ağlarından biri olan Instagram, fotoğraf paylaşım sitesi olarak bireylerin hayatlarına dâhil olmuştur. Kişiler edindikleri hesapları kişisel profiller olarak kullanabildikleri gibi yaptıkları iş için ürün paylaşımı, ürün memnuniyeti, sipariş vb. durumlar içinde kullanabilmektedirler. Bu iki biçim dışında yalnızca, profesyonel yahut amatör olarak fotoğraf çeken ve çektikleri manzara/nesne/obje/tematik fotoğraflarını paylaşan kişiler bulunmaktadır. Bu kişilerin Instagram kullanım amacı özel ilgi

alanlarının fotoğraf/fotoğrafçılık olmasına özgüdür. Kişisel profiller olarak kullanılan hesapların özelliği ise, genellikle mutlu olunan anların görselleştirilmesidir. Bu şekilde kullanılan profiller açısından Instagram’ı, ‘bireylerin hayatlarından kesitler sunan dijital fotoğraf albümü’ olarak tanımlayabiliriz. Kişisel hesap olarak kullanılan profillerden hesap sahibi hakkında genel bir kanaate varmak çoğunlukla mümkündür. Bu durum ise sosyal paylaşım ağlarının iletişim kurmada zaman ve mekândan bağımsız olma halini artırmaktadır. Kişi bir mekândan paylaşım yaptığında o mekânda o zaman diliminde bulunmayan kişiler bireye sosyal ağ üzerinden ulaşabilmekte, iletişim kurabilmektedirler. Paylaşımlar, kişiye ulaşabilirliği artırdığı gibi mekân tercihlerinin yaşam şekliyle irtibatını kurmada kolaylık sağlamaktadır. Böylece sosyal ağ üzerinden mekânsal yakınlık oluşturulmaktadır. Kişilerin sosyal ağları kullanırken takipçilerin isteklerine göre paylaşımların şekillenmesi de söz konusu olabilmektedir.

Araştırmamız için görüşmelerin yapıldığı kişilerin Instagram’ı kullanım amacı ve şekli, gezilen yerlerin yahut güzel anların paylaşım alanı yani günlük hayatın paylaşıldığı mecra olarak kullanılması (8 kişi) ve fotoğrafçılık için kullanılması (3 kişi) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kişisel hesaplara sahip katılımcılar **daha çok mutlu anlarına ve gezdikleri yerlere dair paylaşımlar yaptıklarını** ifade etmişlerdir. Bu profillerde özel bir kitleye yönelik paylaşımlar gözlemlenmemekte, şahısların paylaşımı kendi isteklerine göre şekillenmektedir. Fotoğrafçılık için Instagram kullananların ise paylaşım yaparken özel

bir kitleyi hedef aldıkları dikkat çekmektedir. Bu çerçevede Instagram'ı kullanan profil sahipleri kendi hayatlarına dair fotoğrafları çok paylaşmakla birlikte ara ara özel hayata dair paylaşım yapanlar da bulunmaktadır. Özellikle fotoğrafçılığı profesyonel olarak iş amaçlı yapanların kendi fotoğraflarını da paylaştıkları gözlemlenmiş ve araştırmanın örneklem grubu da bunu ifade etmiştir. Sebebi ise takipçilerde oluşan merakla birlikte kişilerin de paylaşmayı sevmesidir. Bu tür hesaplarda takipçilerden hayatlara dair paylaşım yapılması noktasında talep söz konusudur. Instagram'ı hayatlarından kesitler sunmak amacıyla kullanan bireylere yönelik talepler ise daha ısrarcı boyutlara varabilmektedir. Örneğin kişinin nişanlandığı biliniyor ise detaylı paylaşımlar yapması, nişanlısının yer aldığı fotoğrafların paylaşılması istenebilmektedir. Profil sahibi şahıs sayet takipçi sayısını artırmak, tanınmak, takdir edilmek vb. amaçlar taşıyor ise gelen talepleri olumlu karşılayarak istenen içerikte görselleri beğeniye sunmaktadır.

Fotoğraf Çılgınlığı An'ı Yaşamaya Engel mi; Yoksa An'ın Tadı Fotoğraf Çekilmekte mi Gizli?

Telefonların fotoğraf çekim kalitesinin yükseldiği ve sosyal ağlarda fotoğraf paylaşmanın varlığı gösterme biçimi olduğu günümüzde bireylerin gün içinde en çok yaptığı eylemlerden biri fotoğraf çekilmektir. Bir fotoğraf paylaşabilmek için çok sayıda benzer fotoğraf çekilen birey bulunduğu mekân ve zaman ile aidiyet bağını ancak fotoğraf üzerinde kurabilmektedir. Bu durum aslında birçok birey tarafından rahatsız edici kabul edilse de çoğu zaman içinde bulunulmasına en-

gel olunamayan bir durum olmaktadır. Fotoğraf çekilmenin yanı sıra fotoğrafın paylaşılması da özel olarak ayrılmış bir zaman dilimi istemektedir. Bu konuda sorular yönelttiğimiz katılımcılarımızın görüşleri bu bölümde ele alınacaktır.

Katılımcıların 9'u **fotoğraf paylaşımının anı yaşamalarına engel olmadığını**, tamamı **gittikleri yerde fotoğraf çekimini gerçekleştirdiklerini ancak 5'i paylaşımı daha sonra yaptıklarını** ifade etmişlerdir. Bu katılımcılardan **eğer o ana gerçekten kendilerini kaptırdıysa fotoğraf çekmeyi dahi unuttuğunu** söyleyenler olduğu gibi, örneğin **arkadaşlarıyla bir araya gelip ilk önce o an'ın fotoğrafının çekildiğini** söyleyenler de bulunmaktadır. Ancak katılımcılardan bunu ifade eden kişi sayısı 2'yi (Bekâr YL öğrencisi, Nişanlı YL öğrencisi) geçmezken, artık fotoğraf çekilme ve paylaşımın **"an"a engel olmadığını, bu tür eylemlerinde an'ın bir parçası olduğunu ve hatta sınavda dahi zihnin sınavın bitimi ve fotoğrafın çekilip paylaşılmasına odaklandığını** (Bekâr YL öğrencisi) ifade eden katılımcılar bulunmaktadır. Bu konuda katılımcıların ortak görüşü olarak ifade edebileceğimiz **sonuç, fotoğrafın çekilmesinin ve paylaşılmasının anı yaşamaya engel olmadığı ve mutluluğu gölgelemediğidir**. Ancak çoğunluk yukarıda da ifade ettiğimiz gibi paylaşımları daha sonra yapmaktadır. Paylaşımların yapıldığı an'ları ise ders çalışma arası, gün içinde boş kalınan zamanlar ve yol olarak üç zaman dilimine ayırabiliriz. Kişiler **yapılacak daha önemli işleri olmadığı zamanlarda sosyal ağlarda çok fazla vakit harcadıklarını** ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar, **sosyal ağlarının bildirimlerinin açık olduğunu ancak bildirimlere anında bakmadıklarını** vurgula-

mışlardır. **Genellikle boş buldukları anlarda yahut bildirimler çok fazla olduğunda baktıklarını** belirtmişlerdir. Bu durum bize katılımcıların sosyal ağları tamamıyla bilinçsiz bir halde kullanmadığını gösterse de zorunlu bir işi olmayan birey o vaktini “boş vakit” olarak isimlendirip, sosyal ağda vakit geçirme zamanı olarak kabul etmektedir. Aslında bu durum bize bireylerin hayatlarında sosyal ağlarda geçirebilecekleri özel zaman yarattıklarını ancak bunu isimlendirirken “boş vakit” olarak isimlendirmeyi tercih ettiklerini göstermektedir.

Mahremiyet ve Görünür Olmak: Katılımcıların Mahremiyet Algısı

Araştırmamızın sanal ortamı olan Instagram, kişilerin görünür kılınmasında oldukça etkili bir paylaşım platformudur. Profiller açık veya yarı açık olarak kullanılarak, ulaşılan kitle değişse de ortak payda fotoğraf üzerinden görünür kılınmadır. Şayet kişinin profili açık ve profilden gündeme uygun fotoğraf paylaşımı yapıyor ise, ‘keşfet’e düşerek takipçiler dışındaki kişilerin beğenisine sunulan fotoğrafın görünürlük oranı diğer fotoğraflara oranla artmaktadır. Bu artış beraberinde takipçi sayısının artmasını da getirmektedir. İç içe geçen yapıda takipçi sayısı arttıkça görünürlüğü artan profilin, görünürlüğü arttıkça takipçi sayısı artmaktadır.

Araştırmamıza katılan katılımcıların **10’u takipçi artırmak gibi bir endişesinin olmadığını ve görselleriyle kendi dünyasını paylaştığını** belirtse de, yalnızca bir lisans öğrencisi (Bekâr) **takipçi sayısının artmasından korktuğunu ve**

takipçi sayısının artmasını istemediğini ifade etmiştir. Takipçi sayısının artmasından rahatsız olacağını belirten katılımcı sayısının azlığı, bizi günümüz dünyasında yaşayan bireyin sosyal ağlarda mümkün olduğunca az insana görünür olarak kendi dünyasında yaşamayı istemekten uzak olduğu yorumuna ulaştırmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan bireylerin takipçi sayılarının 500-5000 arası olduğu göz önünde bulundurulduğunda aslında geniş bir kitle ile iletişim halinde oldukları görülecektir. Konu ile ilgili bir diğer mesele ise katılımcıların profillerini bazen açık bazen bazen yarı açık (gizli) tutmalarıdır. Bu durum kişilerin zaman zaman da olsa görünür olmak istediğini ve görünür olmayı teşvik eden bu alana kayıtsız kalamadıklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların tamamı görünür olmayı daha çok kendi fotoğrafları üzerinden düşünmektedir. Katılımcıların 4’ü (Nişanlı YL öğrencisi, Evli Öğretmen, Bekâr Lisans öğrencisi -2 kişi-) kendi fotoğraflarını paylaşmaktan imtina etmektedir. Kalan 7 katılımcı ise kendi fotoğraflarını paylaşmakla birlikte zaman zaman rahatsızlık hissettiklerini dile getirmektedirler. Yalnızca bir katılımcı (Bekâr Lisans öğrencisi Düğün fotoğrafçısı) paylaşımlarının **zaten dış dünyada var olduğu halleriyle olduğu için sorun teşkil etmediğini** düşünmektedir. Bir diğer katılımcımız ise (Bekâr Lisans öğrencisi) **“Örneğin mail’den bir hoca ile yazışıyorum. Kendisine bir şeyler danışıyorum. Bu durumda hocanın beni görmeye hakkı olduğunu düşünüyorum.”** ifadelerini kullanmıştır. Ancak görünür olmak günümüz dünyasında kişinin kendi fotoğrafının yanı sıra gezilen - görülen yerler, okunan kitaplar,

yenilen yemekler ve yaşanan mekân gibi görünür kılınabilecek her durumu da kapsamaktadır. Her durumun görünür kılınması/kılınmaya çalışılması ise mahremiyetin tanımına ve yapılan tanımlamalara göre aşılabilir sınırla birlikte mevcut durumun sebeplerine odaklanmayı gerektirmektedir. Katılımcılara yöneltilen sorulardan biri olan Instagram için mahrem olanın ne olduğu sorusuna verilen cevapların ortak noktası **kişilerin kendi fotoğrafları ile eve dair yapılan paylaşımlar, yani özel alana dair yapılan paylaşımlar** oluşturmaktadır. Mahremiyet sınırlarının nasıl ihlal edileceğini sorduğumuz katılımcılardan aldığımız cevaplar ise bir hayli dikkat çekicidir. **Kendisinin göz renginin bilinmesinin bir mahremiyet ihlali olduğunu** söyleyen katılımcımız (Nişanlı YL Öğrencisi) **'çünkü benim göz rengimi ancak yakın arkadaşlarım bilir'** ifadesini kullanmıştır. Bu ifadelerin sahibi, şu an olmasa da bir zamanlar kendi yüz fotoğraflarını paylaşmış olan katılımcılardan biridir. Mahremiyet sınırlarına dair sorduğumuz soruya aldığımız cevapların ortak noktası ise **eve dair bir paylaşım yapıldığında asıl ihlalin gerçekleştiği**dir. Ancak bu noktada da katılımcılar iki gruba ayrılmakta, 9 katılımcı evin tamamını mahrem alana dâhil etmekte iken 2 katılımcı (Sözlü Öğretmen, Bekâr Lisans öğrencisi) evin yalnızca belli alanlarının mahrem olduğunu iddia etmektedirler. Bir diğer dikkat çeken husus ise **katılımcıların mahremiyet için çizdikleri sınırları bir gün ihlal etmeyeceklerinden emin olmadıklarıdır**. Katılımcıların bekâr olanları bunun mahremiyet ihlali olduğunu bilseler de **bir gün kendi evlerine dair paylaşım yapmayacaklarını söyleyemeyeceklerini** ifade etmektedirler.

Katılımcılar kendi görünürlüklerini mahrem olarak tanımlasalar da eve dair yapılan paylaşımların mahremiyetini kendi görünürlüklerinin üstünde tutmaktadırlar. Eve dair yapılan paylaşım hem kişinin kendi görünürlülüğünü hem de özel alanı içermektedir. Bu sebeple evden yapılan yahut eve dair yapılan paylaşımlar mahremiyetin ihlal boyutunu genişletmektedir.

Karşı Cins Tarafından Görünür Olmak

Mahremiyet algısı bağlamında ele aldığımız bir diğer mesele "karşı cins tarafından görünür olmanın katılımcılarımız için ifade ettiği anlam"dır. Katılımcılar görünür olma meselesini cinsiyet ayrımı yapmadan genel olarak değerlendirse de kendilerini rahatsız eden durumun karşı cins tarafından görünür olmak olduğu resmin bütününden okunmaktadır. Katılımcılarımızdan birisi (Bekâr YL öğrencisi Öğretmen) **kendisinin yüzünü günlerce görmeyen babasına rağmen namahremi olan karşı cinsin, paylaştığı fotoğraflar ile kendisini mahremi olan babasından daha fazla görmesinin rahatsız edici bir durum olduğunu** belirtmiştir.

Katılımcılarımız yukarıda da belirttiğimiz gibi profillerini fotoğrafçılık için (3 kişi) ve kişisel hesap olarak (8 kişi) kullanan iki farklı gruptur. Bu gruplardan fotoğrafçılık için Instagram'da bulunanlar kendi fotoğraflarını paylaştıklarında herhangi bir farklılık hissetmediklerini belirtmişlerdir. Profesyonel düğün fotoğrafçılığı yapan katılımcımız (Bekâr Lisans öğrencisi) **fotoğrafları paylaşırken zaten dikkat ettiği belli sınırlar olduğunu ve bu sınırlar çerçevesinde fotoğraf-**

larının bir erkek tarafından beğenilmesinin de kendisinde herhangi bir rahatsızlığa sebep olmadığını ifade etmiştir.

Diğer grubumuzu teşkil eden kendi hayatını paylaşan kişiler, profillerinde, yakın yüz fotoğraflarını paylaşmamaya dikkat etseler de **paylaştıktan sonra bir rahatsızlık ve utangaçlık duyup kaldırdıklarını** belirtmişlerdir. Bu kişilerden 7 katılımcı kendi yüz fotoğraflarını belli aralıklarla paylaşırsa da zihinde oluşturduğu rahatsızlık sebebiyle **ani bir kararla tüm bu fotoğraflarını silebildiklerini** söylemişlerdir. Bu profile sahip kişiler ayrıca **bir erkeğin başka tema içermediği yalnızca kendisini fotoğraflayıp paylaştığı fotoğraflarını da beğenmemek hususunda özel dikkat gösterdiklerini** belirtmişlerdir. Sebep olarak bir katılımcının (Sözlü YL öğrencisi) ifadesi aynıyla şu şekildedir: **“Düşünsene, onlar orada otururken gidip yüzlerine hepiniz çok güzelsiniz diyebilir miyim? Diyemem. Onlar da diyemez. Diyememeleri de hoşuma gidiyor.”** Başka bir katılımcı (Bekâr Lisans öğrencisi) ise **sebebin yalnızca fotoğrafı paylaşan kişi ve kendisi ile ilgili olmadığını, kendisini beğenmekten alıkoyan bir etkenin de başka profiller tarafından kendisinin o fotoğrafı beğendiğinin görülecek olması olduğunu** belirtmiştir. Ancak aynı katılımcı **kendi fotoğrafını paylaşan karşı cinsin fotoğrafını beğenmenin çok da bir şey ifade etmediğini maksat “like” olsun deyip beğenip geçtiğini** ifade etmiştir. Bu durumun ise, **beğendiği kişinin dünya görüşü ile ilgili olduğunu** söylemiştir. Şöyle ki, **şayet kendi fotoğrafını paylaşan kişi kız-erkek ilişkilerinde arkadaşlığın normal olduğunu kabul eden biri ise bu durumda “like”layıp geçtiğini,**

ancak bu konularda katı bir üslup benimseyen ve fotoğrafın beğenilmesine arkadaşlık dışında özel anlamlar yükleyebilecek biri ise beğenmediğini söylemiştir.

Katılımcının bu ifadeleri, mahremiyet algısının aslında yalnızca bireyin kendisi ile ilgili olmadığını ve içinde bulunduğu toplumun değerleri ile gelişmemenin de algının şekillenmesinde rol oynadığını göstermektedir. Zira katılımcı bir erkeğin fotoğrafını beğenmenin mahremiyet ile ilgisi olduğunu düşünmekle birlikte davranışı belirleyen ana etken başkaları tarafından fotoğrafın beğenildiğinin görülecek olmasıdır. Bir diğer etken ise kişilerin beğen butonuna yükledikleri anlamdır. Katılımcının ifadelerinden beğen butonuna yüklenen anlamın kişilerin beğenilerini şekillendirdiğini göstermektedir. Böylece kişi her ne kadar mahremiyet ile ilgili olarak bazı davranışları sergilemekten çekinse de, bu ilgi yalnızca mahremiyet ile sınırlanamamaktadır. Kişinin mahremiyet tanımına girmeyen bir durum toplum nezdinde mahrem olarak algılanıyorsa kişi bu davranışı sergilemekten de kaçınmaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların çoğunluğu ise, fotoğrafın kim tarafından beğenildiğinin, yahut profil gizli ise takip isteği gönderen kişinin profilinden edinilen sosyal kimliğe ait izlenimin önemli olduğuna dikkat çekmişlerdir. Katılımcının (Bekâr Lisans öğrencisi) anlatımına göre, **karşı cinsten belli sosyal kimliğe sahip kişilerin kendi fotoğrafını beğenmesinden rahatsızlık duyarak kişiyi engellese de başka bir sosyal kimliğe sahip karşı cins fotoğrafını beğendiğinde aynı rahatsızlığı duymamaktadır.** Bu durum

karşı tarafın sosyal kimliğine bakarak niyeti ile ilgili yorum yapmakla ilgilidir. Katılımcı bunu, 'kişinin gözünden emin olmamak'la ifade etmiştir. Şayet karşı cinsten biri profile girip yalnızca profil sahibi şahsın kendisinin görünür olduğu fotoğrafları beğeniyor ise bu rahatsızlık verici bir durum olarak kabul edilmektedir. Yahut takipçinin profili yalnızca karşı cinsle etkileşim kurmak için sosyal ağ'da var olduğu izlenimini veriyorsa bu durum bu takipçinin engellenme sebebi olmaktadır. Evli olan katılımcıların ikisi de **şahsen tanımadığı karşı cinsin takip isteklerini kabul etmediğini** belirtmiştir. Yüksek lisans yapan ve lisans öğrenimi devam eden bekâr katılımcılardan olmak üzere iki kişi **kendisine gelen takipçi isteklerine sayı olarak bakmadığını, kişilerin kendisinde var olan değerine önem verdiğini** belirtmiştir. Tanımadıkları hesaplar sayı olarak profillerinde yer alsada değer verdikleri kişilerin kendilerini takip etmesi sayının artmasından daha önemli olmaktadır. Katılımcıların bu ifadelerinden takipçilerini yalnızca sayı olarak görmedikleri ve herkese karşı görünür olmak istemedikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Yani görünen göreni tayin etmek istemekte, bu konuda seçici davranmaktadır. Ayrıca evli ve bekârlar arasındaki orana bakıldığında evli olan şahısların kim tarafından takip edildikleri hususunda gösterdikleri dikkat bekâr katılımcılara göre daha belirgindir.

Kamusal Alana Dönüşen Evler – Kamuya Açık Evlilikler

Bir zamanlar cafeler ile gün yüzüne çıkan paylaşım çılgınlığı şimdilerde yerini evlilik ve ev ile ilgili paylaşımlara bırakmış durumdadır. Bu

durum fenomen kişiler üzerinden popülerleştirilen paylaşım şekilleri ile ilgilidir. Bir fenomenin paylaştığı fotoğrafın/fotoğrafların benzeri/benzerleri daha az takipçisi olan kişilerden de talep edilmektedir. Benzer fotoğrafların paylaşılmadığı profillerin görünürlüğünün azaldığı ve takipçi sayısının küçük değişimler haricinde artış göstermediği gözlemlenmektedir. Burada fotoğrafların içeriği ve takipçi sayısı arasındaki ilişki birbiri içerisinde kaybolmaktadır. Benzer fotoğrafların paylaşılması takipçi sayısını arttırmakta, artan takipçilerin isteği de kişinin profilini şekillendirmektedir. Ev ve evlilik ile ilgili paylaşımların yoğun bir şekilde gündemde olduğu bu günlerde takipçi sayısının artışının ev ve evlilik ile ilgili yapılan paylaşımlara bağlı olduğu gözlemlenmektedir.

Kişiler profillerinde özel hayata dair hiçbir paylaşım yapmayarak kamusal-özel alan ayırımına dikkat etmeye çalışsalar dahi takipçilerden gelen yoğun merak ve taleple karşılaşabilmektedirler. Kimi bu merak ve talebi olumlu karşılayarak belli sınırlar çerçevesinde özel hayatlarına dair durumları bilinir kılsalar da bu durumu abartarak her durum ve nesneyi bilinir ve görünür kılan profiller de bulunmaktadır. Evinin mobilyasından, yemek yedikleri tabaklara ve eşlerin ve çocukların aile içindeki durumlarına kadar bilinir kılan kişilerin mahremiyet sınırlarının özel alanda ne kadar esnediği fotoğraflar üzerinden profillerden çıkarılabilmektedir. Düğün albümü yakınlık bulunan misafirlere gösterilmek üzere konulduğu yerden çıkartılırken, kişiler düğün fotoğraflarını ilk olarak fotoğrafçının, binlerce kişinin beğenisine sunduğu, Instagram profilinden görmektedirler.

Fenomen kişilerin her anının görselleştirilerek beğeniye sunulması ve takipçilerin bunu talep etmesi birbirinin içinde kaybolan durumlar-
dır. Bizim araştırma konumuzun öznesini teşkil eden kişiler fenomen olmamakla birlikte belli bir takipçi sayısına ulaşmış ve hayat standardı açısından normal düzeye sahip kişiler olmalarına rağmen, takipçileri, özel alana dair paylaşım yapılmasını talep edebilmektedirler. Katılımcıların özel ve kamusal alan ayırımına dikkate değer bir hassasiyet gösterdikleri sorulara verilen cevaplardan anlaşılmaktadır. Katılımcılar arasında evin mahrem bölgelerin temelini teşkil ettiğine ve ev ile ilgili yapılan paylaşımların mahremiyeti ihlal ettiğine dair ortak bir kanaat bulunmaktadır. Bu kanaat ev ile ilgili paylaşım yapanlar da bulunduğu gibi hassasiyet göstererek paylaşım yapmayanlarda da bulunmaktadır. Hatta bekâr katılımcılar **ev ile ilgili yapılan paylaşımların mahremiyet ihlali olduğunu ifade etmekle birlikte yapmayacağımdan emin olamam** ifadelerini kullanmaktadırlar.

Katılımcıların 9'u evi kategorize etmeksizin kişiye ait özel alan olduğu için tamamını mahrem alana dâhil etmiştir. Ancak katılımcılardan ikisi (Sözlü, Öğretmen, Bekâr Lisans öğrencisi) **evin tamamının değil belli alanlarının mahrem alana dâhil olduğunu** ifade ederek, **evden yahut evle ilgili paylaşılan fotoğrafların amacının önemli olduğuna** dikkat çekmişlerdir. Amacın ise **fotoğrafa bakıldığında insanların çoğu tarafından anlaşılacağı** iddia etmektedirler. **Göstermek için yapılan paylaşımlarda doğallığın olmadığı, bunun da 'kör göze parmak' deyimiyle tarif edilebildiğini** ifade eden katılımcımız, ki-

şinin bilmediği şeyi bilir hale gelmesinin sıkıntı oluşturduğunu ve adâben uygun olmadığını (Bekâr Lisans öğrencisi) ifade etmiştir. Katılımcılar, **evlenen arkadaşlarının evine gitmeden evi görmüş kadar olduklarını ve bu durumun kendilerinde rahatsızlığa sebep olduğunu** (Bekâr YL öğrencisi Öğretmen, Nişanlı YL öğrencisi, Bekâr Öğrenci -2-) belirtmişlerdir. **Ev/evlilik ile ilgili paylaşımları artıran kişiler arkadaşı olmasına rağmen, paylaşımlar rahatsızlık edici boyuta vardığı için takibi bıraktığını** ifade eden katılımcılar (Evli YL öğrencisi, Bekâr Lisans öğrencisi, Bekâr YL öğrencisi Öğretmen) bulunmaktadır. Bu tarz paylaşımların hiçbir yararı olmadığını ifade eden katılımcılardan biri (Bekâr Lisans öğrencisi) misafirliğe gidip **'reçellerini paylaşmıştın yerini ben biliyorum alırım'** demenin adâba uygun olmadığını belirterek paylaşımların hem içeriğini hem manasızlığını gözler önüne sermiştir. Bir katılımcı ise (Bekâr YL öğrencisi Öğretmen), **yeni evlenen bir arkadaşının henüz evine gitmemekle birlikte Instagram'dan evin her köşesini bildiğini hatta yatak odasını dahi gördüğünü** sesini alçaltarak ifade etmiştir. Bir katılımcımız (Nişanlı YL öğrencisi) ise **mahremiyet duvarını yıkıp her şeyini bize açan insanların 'korkunç' olduğunu ve insanların her şeyini bilmek istemediğini** söylemiştir.

Instagram'da yapılan paylaşımlar katılımcılarımız üzerinde büyük bir etki ve örneklik teşkil etmese de aynı durum evlilik ile ilgili yapılan paylaşımlar için söylenememektedir. Katılımcıların bekâr olup şahsî paylaşımlar yapanları **evlilik ile ilgili yapılan paylaşımların kendileri üzerinde**

imrendirici/özendirici tesiri olduğunu, evlenme aşamasında olanlar ise daha çok **neyin kendilerine uygun olabileceği noktasında çeşitlilik sunduğunu** ifade etmektedirler. Katılımcıların uzlaştığı görüş, **evlilik ile ilgili yapılan paylaşımların ahlakî bir sınır gözetmediği**dir. Kişiler **takipçilerin özendirilip özendirilmemesi gibi bir mevzuya dikkat edilmediğine ve özel alana ait olanın paylaşımına dikkat edilmemesinden rahatsız olduklarını** belirtmişlerdir. Ayrıca mahrem olana dair yapılan paylaşımların hiçbirinde **herhangi bir yarar olmadığını** ifade eden katılımcılar (Evli YL öğrencisi, Bekâr YL Öğrencisi, Lisans Öğrencisi -2 kişi-, Bekâr YL öğrencisi Öğretmen, Nişanlı YL öğrencisi) ev ve eve dair yapılan paylaşımların amacını **şov yapmak, gösteriş, zenginliği sergilemek** şeklinde ifade etmişlerdir. Bunun ise **takipçiler üzerinde etki bıraktığını kişilerin gıpta edebildiği gibi paylaşımların kiskançlığa sebebiyet verdiğini** belirtmişlerdir. Bu noktada katılımcılarımızın 9'u **paylaşan kişinin sorumluluğunun olduğunu, dini anlamda da vebal altına girmiş olduklarını, yapılan her şeye kulları da şahit etmenin anlamının olmadığını** dile getirmişlerdir. Bekâr katılımcılarımızdan biri, **ev ve evlilik ile ilgili paylaşımların yoğunlaştığı bu dönemde kendisini sık sık eksik hissettiğini ve bu eksik hissetmeye Instagram'daki evli bireylerin paylaşımlarının sebep olduğunu** belirtmiştir.

Katılımcıların 8'i **yalnızca tanıdıkları hesapları takip ettiklerini, tanımadıkları hesapları takip ettiklerinde yabancı birinin hayatının her anına şahit olmanın kendilerini yordüğünü** ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar, **tanıdıkları kişiler**

tarafından mahremiyete dikkat edilmeksizin yapılan paylaşımlar söz konusu olduğunda takibi bıraktıklarını söylemişlerdir. Bu durum katılımcıların mahremiyet noktasında yalnızca kendi hayatları için değil başkalarının hayatlarına dair yaptıkları paylaşımlar noktasında da dikkatli olduğunu göstermektedir. Araştırma katılımcılarının 2'si (Bekâr YL öğrencisi Öğretmen, Bekâr Lisans öğrencisi) bu noktada **paylaşımlara göre kişileri kategorize ettiklerini** ve bunu yapanın yalnızca kendilerinin olmadığını **pek çok insanın profillere göre kişileri kategorize ettiğini** ifade etmişlerdir.

Mahremiyet ile ilgili olarak kendilerini değerlendiren katılımcılar, **mahremiyet duvarlarının geniş bir alanı çerçevelediğini, özel alana dair gördükleri nişanlıları, eşleri ile ilgili paylaşımları hiç yapmadıklarını, yapanlar ise gelen isteklerden dolayı veya yalnızca duyurulması amacıyla 1-2 fotoğrafla sınırlı kalmak üzere yaptıklarını** ifade etmişlerdir. Instagram'ın yahut diğer sosyal ağların bu tür durumları duyurmada bir araç olarak kullanılmasını tasvip eden katılımcılar (Bekâr Lisans öğrencisi (3 kişi), Nişanlı YL öğrencisi, Evli YL öğrencisi) **'duyuru aracı olarak Instagram'ın kullanılmasının mahremiyet ihlali olarak değerlendirilemeyeceğini** belirtmişlerdir. Ancak kişiler **tanıdıkları bireylerin söz, nişan, düğün haberlerini fotoğraf ile Instagram'dan öğrenmenin pek de hoş olmadığını da** ifade etmişlerdir. Şayet kişi kendi fotoğrafını hiçbir suretle paylaşmıyor ve evlilik ile ilgili meseleleri tamamıyla mahrem alana dâhil ediyorsa hiçbir şekilde bu mevzularda paylaşım yapmadığı gözlemlenmekte ve kendisinden pay-

laşım yapması istenmemektedir. Ancak kendi fotoğraflarını paylaşan ve hayatından kesitler sunan katılımcılarımıza evlilik ile ilgili paylaşımlar yapmaları noktasında talepler gelmiş, profil sahipleri de uygun gördükleri bir yahut iki fotoğrafı paylaşmışlardır. Bu durum bize fotoğraf paylaşım taleplerinin kişilerin paylaşım alışkanlığına göre yapıldığını göstermektedir. Bekâr olan katılımcılarımız ise bu tarz paylaşımların **çok ve sık yapılmasını uygun görmediklerini** belirtmekle birlikte **henüz bunu tecrübe etmediklerini ve kendilerinden emin olamadıklarını** ifade etmişlerdir. Bekâr olan bir katılımcımız (YL öğrencisi Öğretmen) **evlilik teklifi alsa ve karşısındaki kişi bu duruma tahammül gösterebilecek biri ise, güzel bir fotoğraf çekilememesi yahut video kaydının alınamaması durumunda baştan tekrarlabilecek potansiyelde olduğunu** ifade etmiştir. Bu noktada **kendisini durduracak bir kişinin varlığının önemli olduğunu** dile getiren katılımcımız, **sosyal ağların bu tür paylaşım çılgınlıklarına teşvik ettiğini** belirtmiştir. Ancak katılımcılarımızdan bu durumu yaşayan kişi sayısının 11 kişiden 1 kişi olduğu unutulmamalıdır.

Katılımcıların Beğenileri Üzerinde Instagram'ın Etkisi ve Profillerin Örneklilik Teşkil Etmesi

Araştırma kapsamında katılımcılara, var olan yaşam şekillerini mi sosyal medyaya taşıdıkları yoksa sosyal medyaya göre yaşam şekillerini mi değiştirdikleri sorulmuştur. Bu sorunun cevabı ise beğenilerin şekillenmesinde neyin etkili olduğu sorusuna verilen cevap ile ilişkilidir. Katılımcıların tamamı **beğenilerinin Instagram üzerinden şekillenme durumunun olmadığını**

ancak beğenilerinin çeşitlenmesinde ve yeni mekânlar keşfetmede Instagram'ın etkili ve faydalı olduğunu ifade etmişlerdir. Yüksek lisans yapan bir kişi (Nişanlı) ve lisansı devam eden iki katılımcı (Bekâr) olmak üzere 3 kişi, **sosyal ağa ilk dâhil olduklarında yaklaşık 6 ay 1 senelik dönem zarfında Instagram'ın kendi üzerlerinde ciddi bir etkisi olduğunu** belirtmişlerdir. Bu etki **ünlenen mekâna gitme zorunluluğu şeklinde görüldüğü gibi bir masa etrafında oturulduğunda oraya gitmemiş kişinin kınanır olması halinde oluşan baskının varlığı** şeklinde ifade edilmiştir. Ancak sanıldığı aksine Instagram, kişiler üzerinde ciddi bir beğeni dönüşümü yaratmamaktadır. Zaten dönüşen beğenilerin sunulması söz konusudur. Ancak bu durum, katılımcıların özellikleri göz önüne alındığında "fenomen" diyebileceğimiz kişiler için değil, üniversite öğrencisi olan hayat standardı bakımından orta seviyede yaşama sahip olan kişiler için söz konusudur. Buradaki beğenilerin konusu cafeler ve mekânlardır. Bu mekânlar bazen çay ocağı olabildiği gibi bazen bir sokak dahi olabilmektedir. Giyim ile ilgili beğenilerin şekillenmesi hususunda ise, katılımcılar **Instagram üzerinden fenomen kişilerin giyinmesi ile modalaştırılan kıyafetlerin olduğunu ancak bunlardan etkilenme düzeyinin kendilerine yakışma noktasında düğümlendiğini** ifade etmişlerdir. Yalnızca moda olduğu için alınıp fotoğraf karesinde gösterilmek üzere gardıroba kaldırılan kıyafetleri olan Instagram kullanıcısı katılımcımız bulunmamaktadır. Bu durum, katılımcılar üzerinde alışveriş yaparken moda olanı görmek noktasında Instagram'ın etkili olduğu ancak kriterin moda olanın alınması olmadığı ve kendi giyim tarzlarının asıl etken olduğu sonucuna ulaştırmaktadır. Evlilik ile ilgili

paylaşımların ise katılımcılar üzerindeki etkisi aynı düzeyde değerlendirilememektedir. Bu durum ilgili başlık altında ayrıca ele alınmıştır.

Bir diğer nokta paylaşılan fotoğrafın beğeni sayısıdır. Katılımcıların tamamı beğeni sayısını takip etmekle birlikte kendi **beğendikleri fotoğraf az beğeni olsa da fotoğrafı silmediklerini** belirtmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar **az beğeni alan fotoğrafların neden beğenisinin az olduğu sorusunun zihinlerinde yer ettiğini** ifade etmişlerdir.

Kendilerinin örnek alındığını yahut paylaşımlarının özentiyeye sebep olabileceğini düşünen katılımcı sayısı dikkatten kaçabilecek niceliktedir. Örnek alındığını yahut paylaşımlarının özenmeye sebep olabileceğini düşünen katılımcılardan bir öğretmen ve bir lisans öğrencisi **bütünüyle kendilerinin değil bazı durum ve hallerinin örnek alındığını** düşünmektedirler. Ancak öğretmen olan kişilerin yahut liseli gençler tarafından takip edilen kişilerin örnek alındığı katılımcılar tarafından gözlemlenen bir durumdur. Bu kategoride takipçisi olan katılımcılar (Nişanlı YL öğrencisi ve Bekâr YL öğrencisi Öğretmen, Evli Öğretmen, Sözlü Öğretmen ve Bekâr Lisans öğrencisi -2 kişi-) **her paylaşımlarını örnek olmaya dair yapmadıklarını ama kötü örnek oluşturabilecek paylaşım yapmamaya ise özel hassasiyet gösterdiklerini** belirtmişlerdir. Arkadaşları tarafından gittiği cafelere kendilerinin de götürülmesi talep edilen katılımcımız (Bekâr Lisans öğrencisi) ise **bu duruma çok üzülüğünü** ifade etmiştir. Kendisini cafe gezen biri olarak tanımlamayan katılımcı **birilerinin kendine özenmesi-**

nin üzüntü verdiğini ama bu durumun çok fazla olamayacağını, olsa da kişileri zora sokacağını düşünmediğini zira kendisinin sürekli lüks cafelerde takılan biri olmadığını belirtmiştir. Bir diğer katılımcı (Nişanlı YL öğrencisi) arkadaşıyla **her hafta Karaköy'ün ara sokaklarında gezdikleri dönemde Instagram'a dâhil olunca keşfettiği cafeleri paylaşmaya başladığını** ifade etmiştir. Bu paylaşımların çok beğeni alması ve neresi olduğuna dair çok fazla soru gelmesi üzerine mekân belirten ve cafe keşiflerini sıklaştıran katılımcımız **takipçi sayısının o günlerde arttığını** belirtmiştir. Bu örnek üzerinden bir değerlendirme yapıldığında katılımcımızın hem gezdiği yerlere dair sorular alması kendisinin örnek alındığını hem de beğeni ve takipçi sayısının artması 'yaşam şeklinin modalaşması' süreci ile iç içe geçen 'modalaşan yaşam şeklini kitleye sunma' sürecini göstermektedir. Katılımcımız bu sürecin hayatı üzerindeki olumsuz etkilerini fark edip, cafe'ye gitme zorunluluğu hissetmek gibi, fenomenleşme sürecini kendi isteğiyle durdurmuştur. Kişinin bu tercihi, sosyal medyanın bilinçli bireyler üzerinde uzun süreli etkili olamayacağını göstermektedir.

Örnek alınmadıklarını yahut takipçileri üzerinde etkileyici konumda olmadıklarını düşünen katılımcılar **takip ettikleri profillerden belli zaman dilimlerinde etkilendiklerini** belirtmişlerdir. Kendisinin tanıdığı ve kendisine benzeyen profillerden etkilendiğini belirten katılımcılardan biri (Nişanlı YL öğrencisi), **'birilerine özenmemenin bu dönemde mümkün olmadığını'** ifade etmiştir. Ancak **etkilenmelerin uygulamaya dönüşmeden son bulduğunu da** belirtmiştir. Bir katı-

lımcımız (Bekâr Lisans öğrencisi) ise kendisinin lisede okurken Instagram'daki üniversitelilerin paylaşımlarından çok etkilendiğini hatta bu sebeple okuduğu üniversiteyi tercih ettiğini itiraf ederken 'ben de onun gibi olmalıyım'ın Instagram aracılığıyla oluşan bir düşünce olduğuna dikkat çekmiştir. Öğretmen olan katılımcılardan biri ise liseli öğrencisinin kendisine evlenmek istediğini söylediğini, öğretmenin nedenini sorması ile öğrencinin verdiği cevap liseli gençler üzerinde paylaşımların etkisinin boyutunu gözler önüne sermektedir: "Instagram'da görüyorum evliler çok mutlu, sürekli geziyorlar yemek derdi yok hep dışarıdalar." Katılımcıların ifadeleri genel olarak değerlendirildiğinde özellikle liseli muhafazakâr genç kuşak üzerinde üniversiteli muhafazakâr genç kuşağın etkisi yoruma yer bırakmayacak şekilde ulaşılan sonuçtur. Çünkü beğeniye sunulan görseller kişilerin mutlu anlamlarını içermektedir. Bu durum ise liseli gençlik üzerinde evliliğin, nişanlılığın yahut üniversite öğrencisi olmanın mutlu olmak için yeter sebep olduğu izlenimi uyandırmaktadır. Henüz hayatın içine karışmamış bu gençler için Instagram'ın hayatları üzerindeki etkisi tahmin edilenden daha ciddi boyuttadır.

Katılımcı gruplarından bir diğeri fotoğrafçılık ile ilgilendikleri için Instagram'da varolan kişiler (Bekâr Lisans öğrencisi -2 kişi-), örnek alındıklarını ve bu örnek alınmanın hoşlarına gittiğini belirtmişlerdir. Bu kişilerin profillerinde örneklik teşkil eden konu şahıslar ile ilgili değil, fotoğrafçılık ile ilgilidir.

Instagram'a Dâhil Olan Bireylerde Görülen Değişim

Araştırmamıza konu edindiğimiz meselelerimizden biri sosyal ağa dâhil olan bireylerin ağ ile yakından ilişki kurdukça herhangi bir değişim geçirip geçirmediği, dâhil olunan ilk zamanlardan itibaren geçirilen değişimin türü ve değişimlerin paylaşımlara nasıl yansıdığı meselesidir. Bu durum kişilerin yapılan paylaşımlardan etkilenmesi ile birebir ilgili olduğu gibi arz-talep meselesi ile de yakından ilgilidir. Kişilerin takipçi sayısı arttıkça paylaşımlar hakkında gelen yorumlar, beğeniler ve talepler de çoğunlukla aynı oranda artmaktadır. Örneğin kişi hayatından kesitler paylaşan biri ise, giyindiği kıyafetin nereden alındığı yahut fiyatına dair sorular gelebilmekte, hatta bu durum Instagram kullanıcıları arasında 'şalını nerden aldın' cümlesi ile espri konusu edilmektedir. Takipçi sayısı ve paylaşımların beğeni sayısı fazla olan kişiler bu tür sorular ile gerek özelden gerek fotoğraf altına yapılan yorumlarda sıklıkla karşılaşmaktadırlar. Kişi, mağazaya gidildiğinde çok rahat bulunabilecek düz bir siyah eşarp ile dahi fotoğraf paylaştığında nereden alındığına dair soru ile muhatap olmaktadır. Bu tür sorular ile sıklıkla karşılaşan kişi bir müddet sonra paylaştığı fotoğrafa kıyafetlerini nereden aldığına dair etiketler koymaya başlamakta yahut fotoğraf altında kıyafetler hakkında bilgi vermektedir. Aynı durum gidilen mekânlar için de söz konusu olabilmektedir. Şayet kişi çok fazla takipçiye sahipse düğünden paylaşılan bir fotoğraf ile yetinmeyen takipçiler, düğün yemeğinin ikram edildiği tabağı dahi görmek istemekte, detayların paylaşılması için profil sahibi

üzerinde yorumlar ile baskı kurmaktadır. Çoğunlukla profil sahiplerinin bu tarz isteklere kapı aralaması söz konusudur. Şayet kişi zaten özel anlarını paylaşmayan bir kişi ise gelen talepleri de reddetmekte yahut bir fotoğraf ile yetinmektedir. Ancak taleplere göre profillerini şekillendiren ve takipçi sayısının bu taleplere bağlı olduğu kişilerin profilleri arz-talep dengesinin gözetildiği ve korunduğu profillerdir. Bu tür arz-talepler yahut takip edilen sayfalardan etkilenmeler paylaşımları dönüştürmektedir. Araştırmamızın bu noktada cevap aradığı soru ise geçirilen bir değişim ve bu değişimin kişinin mahremiyet algısındaki tezahürüdür. Instagram'ın fotoğraf merkezli olması ve sürekli öne sürülen görüntülerin normalleşmesi durumunun, kullanıcılar üzerindeki etkisinin var olup olmaması önemli bir meseledir.

Ağa katılım zamanından şu anki zamana kadar geçirilen sürede paylaşımların içeriğinde bir değişim yaşanıp yaşanmadığına dair yönelttiğimiz soruya katılımcılarımızın çoğunluğu değişim geçirmediği, ortama dâhil olduğundan beri aynı tarzda paylaşım yaptığı cevabını vermişlerdir. Değişim geçirenler az olmakla birlikte bu değişimi, **mahremiyetin ihlal edildiğinin fark edilmesi ile daha dikkatli paylaşımlar yapılmasına bağlayan** katılımcılar çoğunluğu oluşturmaktadır. Bireylerin daha çok bu durumu, gelen yorumlardan yahut alınan mesajlar ve beğenilen fotoğraflar üzerinden fark etmektedir. Değişimi ise "büyük adımlar atarak" tüm yüz fotoğraflarının kaldırılması şeklinde gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu durum kişi için görünürlüğünü silikleştirmek anlamına gelmektedir. Daha

sonra bu istikrarı koruyan katılımcılar (Nişanlı YL öğrencisi, Bekâr lisans öğrencisi, Evli öğretmen) olduğu gibi ortamın akışı içinde tekrar paylaşım yapan kullanıcı sayısı (8) ise azımsanacak kadar az değildir.

Yüz fotoğraflarını ani bir kararla kaldıranların akış içinde tekrardan paylaşım yaptıkları gözlemlenmekle birlikte üzerinde düşünerek fotoğrafları silmeye karar veren **3 katılımcı tekrardan aynı tür paylaşım yapmadıklarını ve yapmayı düşünmediklerini** ifade etmişlerdir. Bu durum bizi mahremiyet algısının dönüşüm geçirmede önemli bir etken olduğunu ancak akış içinde kişilerin normalleşen davranışlara karşı koyamadığı sonucuna ulaştırmaktadır. Keşfet'e düşen fotoğrafların sürekli görülmesi sebebiyle kişinin mahrem olarak kabul ettiği görselin bir süre sonra normalleşmesi söz konusudur. Çünkü bulunduğu dönem ve ortam itibarıyla artık kişinin kendi fotoğrafının çekilmesi geçmiş dönemlerde olduğu gibi, fotoğrafçının karşısına geçen annelerin utangaçlığından bağımsızdır. Nesiller arasında fotoğrafın yaygınlaşması ile mahrem olana dair alanın algıda değişimi söz konusudur. Kişiler her ne kadar kendi yakın fotoğraflarını paylaştıktan sonra bir çekince yaşasalar da bu durum bir/iki nesil önceki Müslüman kadınların yaşadığı gibi bir durum değildir. Müslüman annelerin kimseye göstermeyecek dahi olsalar kamera önündeki çekingenlikleri muhafazakâr kızlarında yerini ancak 'rahatsız oldukları kişilerin beğenmesi'ne bırakmıştır. Ancak katılımcıların bu durumunun yalnızca yüz fotoğrafları ile ilgili olduğu akılda tutulmalıdır. Zira evle ilgili paylaşımlar noktasında kişiler yüz/profil fotoğraflarına göre daha çok hassasiyet göstermektedirler.

Bir diğerk değişim geçiren grup ise, ilk dâhil olunduğu anda kendi tabirleri ile ‘saçma’ paylaşımlar yapmaktan çekinmezken takipçi sayısının artması ile birlikte daha özenli ve beğeni sayısını artıracak paylaşımlar yapmaya başlayan katılımcılardır. Bu değişimde söz konusu olan durum, mahremiyetten bağımsız olarak, arkadaşlar ile çekilen komik fotoğraflar ilk zamanlar paylaşılabilirken takipçi sayısının artması ile bu durumun sonlandırılması şeklindedir. Fotoğrafçılık için Instagram kullanan katılımcılar (Bekâr Lisans öğrencisi -2-, Bekâr YL öğrencisi Öğretmen) ise, dönüşümün fotoğrafların temasında değil ancak daha iyi fotoğraf çekiminin öğrenilmesi, perspektif, ışık gibi mevzularda kendilerini geliştirme ve paylaşımlara bunun yansımaları noktasında olduğunu belirtmişlerdir. Değişim geçirenlerin diğerk bir grubunu ise değişimin sebebini **ortamın vakit almasına, sıkılmaya ve boş gelmeye başlamasına** bağlayan katılımcılar oluşturmaktadır. Ancak bu değişim yukarıda bahsedilen değişimlerden farklılık arz etmektedir. Zira bu değişimi geçiren katılımcılar paylaşımların içeriğini değiştirmemekte yalnızca daha az paylaşım yapmakla iktifa etmektedirler.

Sonuç

Instagram gibi sosyal ağların bireyin bir parçası olduğu günümüzde muhafazakâr gençlik bu alanda bir şekilde var olmak istemektedir. Bu var olma görünür olmak ile birebir ilişkilidir. Kişi görünür olmayı kendi çevresi ile sınırlı tutsa da buna tamamıyla karşı koyamamaktadır. Çağın getirileri olan paylaşım platformlarında bir şekilde bizde varız diyen birey, git-gel’leri ile bir-

likte sisteme entegre olmuş durumdadır. Kendi değerlerini koruyarak yahut değerlerini sistem içinde eriterek, bazı durumları ise sıklıkla görmenin etkisiyle normalleştirerek sosyal ağ platformunu hayatın vazgeçilmezleri arasına dâhil etmektedir.

Sosyal paylaşım ağlarının mahremiyet algısının değişmesinde büyük rol oynadığı inkâr edilemez bir gerçektir. Kişi, bireyi sokakta yahut herhangi bir yerde gördüğünde uzun süre inceleme fırsatı bulamayacakken fotoğrafın üzerinden saatlerce inceleme imkânı yakalamaktadır. Orta yaş grubu Müslüman hanımların ise normalde içeriye bir karşı cins girdiğinde toparlanmasını gerektiren fotoğraflarına sosyal ağlarda rastlanabilmektedir. Her ne kadar genç kuşakta bu tür fotoğraflara estetik gayeler ile rastlanmasa da genç profillerde de farklı durumlar görülmektedir. Örneğin kişi, sevgi sözcükleri ile büyüklerinin görebileceği şekilde sevgilisinin/nişanlısının/kocasının fotoğrafını paylaşabilmekte, gerçek hayatta ise büyüklerinin yanında bu cümleleri kurmaya çekinmektedir. Katılımcılarımızdan birinin anlattığı bir diğerk örnek ise şöyledir: Instagram’dan tanıştığı ve binlerce takipçisi olan bir kişi ile buluşurlar. Sipariş verdikleri yemekler geldikten sonra buluştuğu arkadaşısı fotoğraf çekmeye başlar. Fotoğrafın kompozisyonunu yalnızca kol ve masadaki yiyecekler oluşturmaktadır. Kendi gömleğinin fotoğraf ile uyumsuz olduğunu ve katılımcımızın gömleğinin fotoğrafta güzel çıktığını fark eden kişi, katılımcımızdan kolunu kompozisyona uygun olarak masaya yerleştirmesini ister. Ancak katılımcımızın elini beğenmez ve gömleği çıkarıp kendisine giymek üzere vermesini talep

eder. Bunu duyan katılımcımız kişinin teklifinin ciddiyetini sorgular. Şayet katılımcı böyle bir şeyi kabul etse karşı taraf gömleği giyecek ve fotoğrafı öyle çekecektir. Bu teklif üzerine kendisiyle bir daha görüşmediğini belirten katılımcımız, kişilerin profillerindeki imajları zedelememek adına yaptıkları işlerden ufak bir kesit sunmuştur. Kişi kendi asıl bulunduğu hali bir karelik fotoğraf an'ı kadar değiştirmek istemektedir. Bu durum kişinin bulunduğu halden memnuniyetsizliğini göstermektedir. Tüm bu durumlar ise sosyal ağların bireylerin mahremiyet sınırlarının değişimindeki etkisini ve aslında sanal-gerçek arasında derin uçurumların yaratıldığını göstermektedir. Ancak bu dönüşüm artık muhafazakâr genç kuşağın mahremiyet kaygısı olmadığı anlamına gelmemektedir. Zira katılımcıların hepsi **mahremiyet sınırlarının dini değerler ile şekillendiğini ve çağın mahreme dair sınırları ne kadar genişlerse genişlesin İslam'ın mahremiyet sınırlarının değişiminin mümkün olmadığını** ifade etmişlerdir. Şayet bir değişim söz konusu ise bu mahrem olanın değişmesi ile değil, kişinin iradesi sebebiyledir. Yukarıda da ifade ettiğimiz gibi mahremiyet algısı dönüşmekte, mahrem olan dönüşmemektedir. Katılımcılarımızdan biri bu durumu '**Çağın değişmesi ile sınır değişmez**' şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılarımız mahrem olana dair hassasiyet göstermekle birlikte, tamamı, **takipçi sayısının arttığı ve on binlere ulaşan takipçileri ile Instagram'da var olan muhafazakâr kişilerin muhafaza ettikleri herhangi bir değer kalmadığını** düşünmektedirler. Çünkü **sosyal ağlarda kişinin daha çok kişi tarafından beğenilmesinin ancak**

bazı değerlerin kaybı ile mümkün olduğu görüşü varılan ortak kanaattir. Örtülen örtü bu kişilerde muhafaza etmek amacından önce estetik kaygı ve moda olana uyumu simgeler haldedir. Bu kişiler İslami kimliklerinden öte kendilerini dahi yok edencesine moda olanı ve markayı görünür kılmaktadırlar. Katılımcılar **bu kişilerin sayısının çok fazla olmadığını ancak çok fazla görünür oldukları için sanki muhafazakârların tamamı bu halde imiş gibi bir izlenim oluşturulduğunu** düşünmektedirler. Bunları ifade ederken modanın muhafazakârların hayatında yer edinmesini göz ardı etmemektedirler. Katılımcıların değindiği bir diğer konu ise artık sınıflı toplumun konuşulması gerektiğidir. 'Yeşil sosyete' denilen muhafazakâr zengin bir kesimin varlığı ve onların fazlasıyla görünür olduğu hem sanal hem gerçek dünya söz konusudur. Katılımcılarımız, **kendi mahremiyet algısını yıkmadan var olamıyorsun** derken **takipçi sayısının artmasının kişinin bazı hassasiyetleri göz ardı ederek paylaşım yapmasına** bağlamaktadırlar. Şayet sınıflardan bahseder isek ve var olmayı sayıların dışında düşünürsek, katılımcılarımız yaşam şekli ile orta sınıfı teşkil eden kişilerin değerlerini koruduğunu, korumak için kaygılarının var olduğunu ve bu değerler ile sosyal ağlarda var olunabildiğini de göstermektedirler. Ancak mesele daha fazla görünür olmak ise, bunun mahremiyeti koruyarak yapılmasının mümkün olmadığı da açıktır. Çünkü birey kendi görüntüsünün önüne geçebilse de paylaşılan sözlerin, sevilen şarkılar ve çiçeklerin, etkilenilen kitapların belirtilmesi ile ruha dair inceliklerin diğer kişiler ile paylaşılması söz konusudur. Her paylaşım ise kişinin kendisini, kendi dışındaki kişilere açmasıdır.

Özetle Muhafazakâr genç kuşağın Instagram'ı kullanımı gözlemlendiğinde ve araştırma sonucunda katılımcıların ifadeleri birleştirildiğinde sanal dünyaya kayıtsız kalamadıklarını ancak tamamıyla kendilerini bu dünyaya kaptıramadıklarını, kaptırmaya başladıkları esnada iç seslerinin yani vicdanlarının aslında kendilerini rahat bırakmadığını görmekteyiz. Zaman zaman çıkışlar yaparak kendilerini fazlasıyla görünür kılsalar da etkileşimi takip ettiklerinde durumun farkına varıp geri çekilen kullanıcı sayısı az olmamakla birlikte, görüntüye endekli dünyada varlıkları hissedilememektedir. Katılımcıların tamamı, **takepçi sayısı k'lara ulaşan muhafazakâr genç hanımların aynı dikkat ve özeni göstermediğini, onların mahremiyet duvarlarının çok dar bir alanı çerçevelediğini** düşünmektedirler. **Bu dünyaya kişinin kendisini kaptırmasıyla, sürekli öne sürülen fotoğraflar ile yapılan paylaşımların normalleştiğini** ifade etmişlerdir. Hiç kimse sokaktan birini çevirip aile albümünü göstermek çabasına girişmeyeceği halde sanal ortamda "hashtag"lar (#) ile kişi fotoğrafını dünyanın diğer ucundaki hiç tanımadığı bir insanın dahi beğenisine sunmaktadır. Tam bu noktada katılımcılarımızın çoğunluğunun profilinin gizli olması, takepçilerinin bir elemenden geçmesi ve kendi takip ettikleri kişileri dikkatle seçmeleri, her ne kadar bazı katılımcılar git-gel'ler yaşasa da, mahremiyet sınırlarının hala geniş bir alanı çerçevelediğini göstermektedir. Ayrıca tanımadıkları bir kişinin fotoğraflarını beğenmesi ile sevdiği birinin fotoğraflarını beğenmesi arasında büyük fark olduğunu ifade etmeleri her şeyin somut ve maddi olana dönüştüğü ve sayıların kıymet arz ettiği bu sanal dünyada değerlerini koruyarak yer edinen kişilerin varlığını göstermektedir.

Kaynakça

Akkır, Ramazan (Adana, 2006). Türkiye'de Din ve Muhafazakârlık, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi SBE.

Barbarosoğlu, Fatma (2006). Şov ve Mahrem, İstanbul.

Çetin, Ebru (2015). "Sosyal Paylaşım Ağlarında Fotoğraf, Yer/Mekân Bildirim Paylaşımları ve Mahremiyet: Facebook, Örneği", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 8, Sayı 41. http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt8/sayi41_pdf/4sosyoloji_psikoloji_felsefe/cetin_ebru.pdf