

**SOSYAL MEDYADA OTOSANSÜR:
FACEBOOK ÖRNEĞİ
Duygu TOSUNAY
(Yüksek Lisans Tezi)
Eskişehir, 2015**

SOSYAL MEDYADA OTOSANSÜR: FACEBOOK ÖRNEĞİ

Duygu TOSUNAY

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Figen ÜNAL ÇOLAK

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Şubat, 2015

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Duygu TOSUNAY'ın “**Sosyal Medyada Otosansür: Facebook Örneği**” başlıklı tezi **18 Şubat 2015** tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliđinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan **İletişim Tasarımı ve Yönetimi** Anabilim Dalında, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Figen ÜNAL ÇOLAK

Üye : Doç.Dr.Jale BALABAN SALI

Üye : Doç.Dr.Funda ERZURUM

Prof.Dr.Kemal YILDIRIM
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yüksek Lisans Tez Özü

SOSYAL MEDYADA OTOSANSÜR: FACEBOOK ÖRNEĞİ

Duygu TOSUNAY

İletişim Tasarımı ve Yönetimi Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şubat 2015

Danışman: Doç. Dr. Figen ÜNAL ÇOLAK

Herkesçe kabul edildiği gibi İnternet, iletişimin geçmişe göre daha kolay gerçekleşmesine yardımcı olmaktadır. Dünyanın küçüldüğü algısını da beraberinde getiren bu görüş, bu küçük dünya içindeki etkileşimlerin daha hızlı ve etkin biçimde gerçekleşmesine yaramaktadır. Bu açıdan bakıldığında, sosyal medya kavramı da bireylerin etkileşim hızına katkı sağlayan bir olgu olarak dikkat çekmektedir. Ancak iletişimin başatlığına paralel olarak ilerleyen denetim kavramı da, İnternet ve sosyal medyanın gelişimine ayak uydurmayı başarmış; farklı yollarla İnternet'in sunduğu özgürlük alanının sınırlanması yolunda kimi adımlar atmıştır. Sansür kavramının karşılayabileceği sınırlamalar, bariz denebilecek biçimlerde İnternet ve sosyal medyanın yarattığı hareketlenmeler dâhilinde de görünür olmuşlardır. Sansürün doğal bir sonucu olarak görülebilecek otosansür de bireylerin sosyal medyadaki etkileşimleri üzerinde söz sahibi olma potansiyeli nedeniyle günümüz İnternet dünyası içinde önemli bir yer teşkil etmeye başlamıştır. Bu çalışma da Facebook örneği üzerinden sosyal medyadaki otosansür eğilimlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çalışma, gözetim ve suskunluk sarmalı bağlamında, çevrimiçi anket ve yarı yapılandırılmış görüşme aracılığıyla Facebook kullanıcılarının davranışlarını inceleyerek otosansür davranışlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Otosansür, İnternet sansürü, suskunluk sarmalı, gözetim, Facebook

Abstract

SELF-CENSORSHIP IN SOCIAL MEDIA: FACEBOOK SAMPLE

Duygu TOSUNAY

Department of Communication Design and Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, February 2015

Adviser: Assoc. Prof. Figen ÜNAL ÇOLAK

It is a well-established fact that Internet has made communicating easier. The idea of world getting smaller, helps make the interactions more rapid and efficient. From this point of view, the term social media emerges as an important concept which helps the interaction speed among the individuals. Control, as a defining concept which walks hand-in-hand with communication, created various ways of limiting the freedom Internet itself has provided. Limitations which can be described within censorship became apparent in the field of Internet and social media. Generally associated with censorship itself, self-censorship gained importance due to its potential of limiting the interactions of individuals. This study aims to study the self-censorship acts of Facebook users via using online survey and semi structured interview, in the context of surveillance and spiral of silence.

Keywords: Self-censorship, Internet censorship, surveillance, spiral of silence, Facebook

Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi

Bu tez çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerinin sunumunda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Duygu TOSUNAY

Önsöz

Bu çalışmanın tamamlanması için en büyük teşekkürü, benden hiçbir şekilde yardımını, anlayışını ve sabrını esirgemeyen Doç. Dr. Figen ÜNAL ÇOLAK'a borçluyum.

Aynı zamanda, bana yol gösterici olan sevgili arkadaşlarım Gülcan YUMURTACI ve Ceren EKİNAY'a, bana her konuda zamanını ayıran iş arkadaşım Züleyha ÖZBAŞ ANBARLI'ya, bu süreçte her zaman yanımda olan ailemin tüm fertlerine ve araştırmanın parçası olmayı kabul eden katılımcılara katkıları için çok teşekkür ederim.

İçindekiler

Jüri ve Enstitü Onayı.....	ii
Yüksek Lisans Tez Özü	iii
Abstract.....	iv
Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi	v
Önsöz.....	vi
Özgeçmiş	vii
Tablolar Listesi	x
1. Giriş.....	1
1.1. Problem.....	1
1.2. Amaç	4
1.3. Önem	4
1.4. Varsayımlar	4
1.5. Sınırlılıklar	4
1.6. Tanımlar	5
2. Alanyazın Taraması.....	6
2.1. Gözetim ve Sansür	6
2.1.1. Gözetim Toplumunu ve Panopticon.....	6
2.1.2. Suskunluk Sarmalı	10
2.1.3. Sansür	11
2.1.4. İnternet Sansürü.....	14
2.1.5. Otosansür	16
2.2. Gözetim Bağlamında Sosyal Medya.....	19
2.2.1. Filtreleme ve Erişim Yasakları	21
2.3. Otosansür Bağlamında Facebook.....	24
2.3.1. Dünyada ve Türkiye’de Facebook’un yeri.....	24
2.3.2. Facebook’ta kimlik temsili	27
2.3.3. Facebook’ta mahremiyet	29
2.3.4. Facebook ve otosansür davranışlarıyla ilgili yapılan çalışmalar	32
3. Yöntem.....	36
3.1. Araştırma Modeli.....	36

3.2. Katılımcılar.....	36
3.3. Verilerin Toplanması.....	39
3.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması	42
4. Bulgular ve Yorum	43
4.1. Katılımcıların Facebook Kullanım Alışkanlıkları	43
4.2. Katılımcıların Gizlilik Konusundaki Tutumu	49
4.3. Katılımcıların Otosansüre İlişkin Görüşleri	54
4.4. Katılımcıların Facebook'un Güvenilirliğine İlişkin Düşünceleri.....	60
5. Sonuç ve Öneriler.....	66
5.1. Sonuç	66
5.2. Öneriler	68
Ekler	70
Kaynakça	85

Tablolar Listesi

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyet bilgileri	37
Tablo 2. Katılımcıların yaş bilgileri	37
Tablo 3. Eğitim durumları	38
Tablo 4. Mesleklere göre frekans tablosu.....	38
Tablo 5. Görüşme Takvimi	41
Tablo 6. Facebook'a üyelik süresi	43
Tablo 7. Facebook' kullanım amacı	44
Tablo 8. Facebook'u ziyaret sıklığı	45
Tablo 9. Facebook'ta geçirilen ortalama zaman	45
Tablo 10. Facebook'a erişim araçları.....	46
Tablo 11. Profil güncelleme sıklığı	47
Tablo 12. Facebook'taki arkadaş sayısı	48
Tablo 13. Arkadaş olarak kabul edilen kişiler	49
Tablo 14. Kişisel bilgileri görebilen kişiler.	50
Tablo 15. Facebook gizlilik ayarlarını kullanabilme yetkinliği.....	51
Tablo 16. Hedef kitle tercih aracı kullanımı.....	52
Tablo 17. Paylaşımları görmesiyle ilgili tereddüt yaşanan kişiler.....	53
Tablo 18. Mesleğiniz veya konunuz paylaşımlarınızı etkiliyor mu?	54
Tablo 19. Facebook'ta başkalarının farklı düşündüğünü bildiğimde fikrimi belirtmek benim için zordur.	55
Tablo 20. Facebook'ta arkadaşlarımdan hatalı olduğunu düşünsem de çoğu zaman bunu dile getiremem.	55
Tablo 21. Facebook'ta başkalarına katılmadığım zaman tartışmaya girmek yerine sessiz kalmayı tercih ederim.	56
Tablo 22. Facebook'ta benden farklı düşünen insanlarla fikrimi paylaşmak benim için kolaydır.....	57
Tablo 23. Facebook'ta tartışmalı konular hakkında açıkça paylaşım yapmak yerine sessiz kalmak daha kolaydır.....	57
Tablo 24. Facebook'ta başkalarına katılmadığım zaman bunu onlara söylemekte sorun yaşamam.	58

Tablo 25. Facebook'un günümüzün vazgeçilmez bir iletişim aracı olduğunu düşünüyorum.	60
Tablo 26. Facebook'un güvenli bir alan olduğunu düşünüyorum.	60
Tablo 27. Facebook'un olumsuz etkilerinin olumlu etkilerinden daha fazla olduğunu düşünüyorum.	61
Tablo 28. Facebook'un kullanıcıların özel hayatına müdahaleyi kolaylaştırdığını düşünüyorum.	62
Tablo 29. Facebook'un kişisel bilgilerimi, fotoğraf ve videolarımı güvenli bir biçimde koruduğunu düşünüyorum.....	62
Tablo 30. Facebook'un fotoğraf ve video yüklemek için sakıncalı bir yer olduğunu düşünmüyorum.	63
Tablo 31. Facebook'un fotoğraf ve videolarımın korunması için yeterli önlemi aldığını düşünüyorum.....	63
Tablo 32. Facebook'un istemediğim ve/veya tanımadığım kişileri bilgi fotoğraf ve videolarıma ulaştıracağından korkuyorum.....	64

1. Giriş

İnternet ve sosyal medya, bireyin temel iletişim alışkanlıklarıyla birlikte gündelik yaşamı da şekillendiren bir yapı halini almıştır. Web 2.0 ile birlikte bireyin İnternet’te etkin bir rol almasıyla birlikte ifade özgürlüğü konusu da farklı bir yönde şekillenmeye başlamıştır. Herkesin eşit sayılabilecek şansta söz söyleme hakkı olan bir ortamda bireyin özgürlüğünü engelleyen her türlü faktör, etkilediği alan açısından geleneksel medyaya göre çok daha büyük bir etkiye sahiptir. Bu yüzden sosyal medyadaki otosansürün son yıllardaki iletişim süreçlerine olan etkisi çok büyüktür.

1.1. Problem

İnternet’in sosyal hayatta kullanımının artmasıyla birlikte, sosyal medyanın insanların davranış biçimlerine yönelik oluşturabileceği farklılıklar son yıllarda birçok araştırmaya konu olmuştur.

İnternet’e ulaşımın kolaylığıyla birlikte sosyal medya, gündelik yaşamımızda tanıdığımız insanlarla iletişimi kolaylaştıran ve herhangi bir konuda fikrimizi ortaya koyabileceğimiz bir alan olarak popülerleşmiştir. Enformasyon toplumu açısından bireyin bu davranışı normalleşmiş bir pratik olarak kabul edilmektedir. Castells’e göre (2013: 1) enformasyon teknolojilerini merkez alan teknoloji devrimi, ivme kazanan bir hızla toplumun maddi temelini yeniden şekillendirmeye başlamıştır.

Sosyal medyada izleyicimiz olduğunu kabul ettiğimiz diğer kullanıcılara karşı kendi gerçek kimliğimizi yansıtan bir sanal kimlik kullanırız. “Sosyal ağlarda gerçek kimliğimizi başkalarına karşı sunarken kendimize bir imaj yönetimi uygular ve bizi takip eden tahmini seyirciye karşı bir hazırlık yaparız (Chambers, 2013)”. Söz konusu imaj yönetimi bir zamanlar ünlülerin ve politikacıların kamuoyuna karşı yaptıkları bir hazırlık olsa da, günümüzde sosyal ağ kullanıcıların her biri sanal kimlikleri üzerinden incelenebilir ve takip edilebilir hale gelmişlerdir. Castells’e göre de kimlik yapısı, ağ toplumu etrafında şekillenen bir yapıya dönüşmektedir.

İnsanlar giderek anlamlarını ne yaptıkları etrafında değil, ne oldukları ya da olduklarına inandıkları etrafında örgütlüyor. (...) Akabinde, soyut, evrensel bir araçsalcılık ile tarihsel bakımdan köklü, zata mahsus kimlikler arasında temel bir bölünme ortaya çıkıyor. *Toplumlarımız giderek Ağ ile benlik arasındaki çift kutuplu bir karşıtlık etrafında yapılıyor.* (Castells, 2013: 4)

Benliğin sunumu artık sosyal ağlar üzerinden gerçekleşse de Goffman'ın görüşlerine bakmak gereklidir. Goffman'a göre (2009) benliğin sunumu bilinçli bir şekilde gelişmekte, aynı zamanda izleyicinin de farkındalığını ve katılımını gerektirmektedir. Bunu sosyal ağlardaki duruma göre değerlendirdiğimizde benliğin sunumunun sosyal ağlardaki belirli bir izleyiciye yönelik planlanan davranışlar olarak gerçekleştiği söylenebilir. Ancak İnternet teknolojisinin bugünkü halinde izleyicinin kimliği ve niteliği hakkında tahmin yürütmek zorlaşmaya başlamıştır. Paylaşılacak istenen bilginin karşımızdaki izleyicinin tamamına sunulmak istenmemesi durumunda mahremiyete dair birtakım sorunlar ortaya çıkmaktadır.

İnsanların günlük hayatlarındaki neredeyse her şeyi sosyal medyada herkese açık bir şekilde yaşıyor olmalarıyla birlikte gelen tartışmalar gizlilikle ilgili birçok araştırmaya kaynak olmuştur. Gizlilik konusunda yaşanan tartışmaların paralelinde sosyal ağlar da gizlilik sözleşmelerine yeni maddeler ekleyerek işin hukuki boyutunu güçlendirmek açısından çalışmalarını sürekli güncellemektedir.

Zuckerberg, neyin halka açık, neyin mahrem olacağı konusunda kullanıcılarına denetim gücü vermek istediğini söylüyor. Peki bu doğruysa, neden bizzat kendi başı mahremiyet konusunda belaya girmeye devam ediyor? Bunun birkaç sebebi var: Bazı insanlar Facebook'ta mahremiyetle ilgili yeteri kadar denetimin olmadığından şikayet ediyor. Bu yüzden de şirket sisteme birtakım denetimler eklemeye devam ediyor. Ama sonra bakıyorsunuz, mahremiyete dayalı şikayetler bu sefer de denetimlerin fazla karmaşık hale geldiği yönünde karşınıza çıkıyor. Denetimler bu kadar karmaşık olduğunda kullanıcılar, ayarlamaları yapma zahmetine girmeme ve bunun yerine Facebook'un varsayılan ayarlarına güvenme eğilimi içinde oluyorlar. (Jarvis, 2012: 30)

Bununla birlikte Jarvis (2012: 31), değişen gizlilik politikaları ve Facebook kullanım özelliklerin kullanıcılar arasında karmaşa ve korku yarattığından da bahsetmektedir. Facebook'un insanların hayatında süreklilik arz eden bir öneme sahip olduğu düşünülürse bu mecradaki gizlilik sorunları, kullanıcıların aynı zamandaki kendi hayatlarındaki mahremiyeti ilgilendiren bir sorun haline gelmektedir. Bununla birlikte gizlilik ayarları ve güvenlik prosedürleri Facebook üzerinde ortaya çıkan otosansür davranışını yakından ilgilendirmektedir.

Sosyal medyanın hem gündelik hayatın bu kadar içinde olması hem de ülke gündeminin yoğunluğuyla gelen tartışmaların en temel mecrası haline gelmesiyle birlikte bazı sorunlar gizlilik ayarlarını uygun görülen şekilde düzenlemekle çözülmeyebilmektedir. "Sosyal medya adabı" olarak tanımlanabilecek yeni nesil kurallar ve davranış biçimleri insanların sosyal medyadaki davranışlarına çeki düzen vermeleri ihtiyacını doğurmaktadır. Bununla birlikte söylemek ya da paylaşmak istedikleri şeylerle ilgili gündelik veya yasal yaptırımlarla karşılaşma ihtimali, kullanıcıları kendilerini sınırlamaya ve kendi kararları doğrultusunda bir otosansüre zorladığı düşünülebilmektedir.

Siberuzam, toplumda birçok şeyi değiştirse de, tamamen yepyeni bir dünya demek değildir. Modern toplumda görülen özel mülkiyet, otorite ve semboller üzerindeki çatışmalar ve eski sorunlar yeni bir biçim alır. Siberuzam, enformasyonun yapısı, özel ve kamusal mülkiyet ve bunların demokrasiye etkileri, özel hayatın gizliliğinin gözetimle tehdit edilmesi gibi yeni sorunları yaratır. (Çakır, 2014: 90)

Bahsedilen bu gibi sorunlarla birlikte ortaya çıkan otosansür davranışını anlayabilmek, gözetim ve Panopticon ile birlikte suskunluk sarmalını incelemeyi gerektirmektedir.

Dolayısıyla, Facebook kullanıcılarının otosansür davranışları ile Facebook'un güvenilirliği ve gizlilik ayarlarıyla ilgili düşüncelerinin ilişkisinin ne olduğu bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

1.2. Amaç

Bu çalışmanın amacı Facebook kullanıcılarının otosansür eğilimini ortaya çıkarmak ve bu otosansür davranışını ortaya çıkış sebepleriyle birlikte incelemektir. Buna göre, çalışmada yanıt aranan sorular şunlardır:

- i. Katılımcıların Facebook kullanımına ilişkin alışkanlıkları nelerdir?
- ii. Katılımcıların Facebook ortamındaki gizliliğe ilişkin görüşleri nelerdir?
- iii. Katılımcıların Facebook'ta otosansüre ilişkin tutum ve görüşleri nelerdir?
- iv. Katılımcılar Facebook'a güvenmekte midir?

1.3. Önem

Son yıllarda İnternet kullanım hakları ve yasal hükümlerde sıklıkla yapılan değişikliklerin çokça tartışılıyor olmasına rağmen sosyal medyadaki sansür ve otosansür konularında yapılmış çok fazla araştırma bulunmamaktadır. Bu çalışma, sansür ve otosansür açısından sosyal medyadaki durumu genel bir bakışla ele alması bakımından önem taşımaktadır. Bu çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlar bundan sonraki akademik çalışmalar için de yardımcı niteliğinde olacaktır.

1.4. Varsayımlar

Bu çalışmanın verileri, yapılan çevrimiçi anket ve yarı yapılandırılmış görüşmenin sonucunda elde edilmiştir. Verilerin analizi, katılımcıların sorulan sorulara doğru yanıtlar verdiği varsayılarak gerçekleştirilmiştir.

1.5. Sınırlılıklar

Bu çalışma bireysel Facebook kullanıcılarıyla sınırlandırılmıştır. Katılımcıların birden fazla sosyal ağa üye olmaları dikkate alınmamış; ancak Facebook'taki davranışlarını etkileyen durumlarda diğer sosyal ağlarla ilgili birtakım karşılaştırmalar üzerinde durulmuştur.

Araştırmada elde edilen bulgular 22.11.2014 – 06.12.2014 tarihleri arasındaki yapılan çevrimiçi anket sonuçları ve 09.12.2014 – 16.12.2014 tarihleri arasındaki görüşme sonuçlarıyla sınırlandırılmıştır.

1.6. Tanımlar

Facebook: İnsanların kendileri adına profil oluşturmasına izin veren ve bu yolla başkalarıyla iletişim kurma ve paylaşım yapma imkanı sağlayan bir sosyal paylaşım ağıdır.

Sansür: Her türlü yayın, düşünce ve fikrin belirli otoriteler tarafından denetime tutulması veya yasaklanmasıdır.

Otosansür: Bireylerin birtakım korkular sebebiyle fikirlerini dile getirmekten kaçınması, kendi kendilerine sansür uygulamalarıdır.

2. Alanyazın Taraması

Bu bölümde önce gözetim, sansür ve otosansür ile ilgili genel bilgilere yer verilecek, daha sonra da gözetim bağlamında sosyal medya ve son olarak da otosansür bağlamında Facebook ile ilgili görüşlere yer verilecektir.

2.1. Gözetim ve Sansür

Sansür ve otosansürü incelemeyen önce gözetimin nasıl geliştiği ile Panopticon ve suskunluk sarmalı üzerinde durmak gerekecektir.

2.1.1. Gözetim Toplumu ve Panopticon

Gözetim toplumu kavramına dair çalışmalarda, Karl Marx gözetimi, emek ve sermaye arasındaki mücadelenin bir unsuru olarak tanımlamıştır (Bozkurt, 2000). Marx'a göre, yönetme, düzenleme ve düzeltme işi sermayenin fonksiyonlarıdır. Sermaye adına iş sürecinde yöneticiler ve ustabaşılar aracılığıyla, gerçek bir ordu gibi işçilerini bir endüstri ordusu gibi yönetirler (Marx, 1867'den aktaran Fuchs, 2011: 4). Diğer bir deyişle, Marx'ın gözetim toplumu, sermaye-emek ilişkisi içinde bir değerlendirmedir. Ona göre gözetim, işçi ve sermaye arasındaki despotik ilişkide sermayenin emekçiyi aracı kurumlar aracılığıyla gözetmesi ve denetlemesidir.

Weber'in gözetim kavramı da Marx'inkinden yola çıkarak yine yönetim alanındadır. "Ayrıntılı kayıt ve dosyalama"nın bürokratik yönetimlerin bir özelliği olduğu söyler Weber (1996: 193). Burada bahsedilen ayrıntılı kayıt ve dosyalama da bir nevi denetim ve gözetlemedir. Ancak Marx'ın gözetim toplumuna dair söyledikleri sadece ekonomik ve yönetsel anlamıyla sınırlı değildir. Marx, gözetimin politik boyutlarından da bahsetmektedir. Marx'a göre devlet, hayatın en kapsamlı boyutlarından en önemsiz kısıtlarına kadar sivil toplumu kontrol eder. Buna ek olarak Marx, gözetim konusunda 'izleyenleri izleme' yani karşı gözetim konusuna da değinir. En katı denetleme gözünü halkın temsilcilerinin üzerinde tutmak basının sadece hakkı değil aynı zamanda görevi olduğunu söyler (Marx, 1974'ten aktaran Fuchs, 2011: 5).

Gözetim toplumu konusunda öne çıkan önemli düşünürlerden bir diğeri de Michel Foucault'dur. *Hapishanenin Doğuşu* (2000) isimli kitabında Foucault, Bentham'ın Panopticon isimli mimari eserini gözetim toplumu kapsamında kullanmıştır. Panopticon'a değinmeden önce Foucault'nun iktidar ve toplum arasındaki denetleme meselesine dair söylediklerine bakmak önemlidir. Foucault'ya göre iktidar, toplumu her zaman denetim ve gözetim altında tutmaya çalışır. 19. yüzyılın başından beri iktidarın uyguladığı sistemlerden ilki "ikili ayırım ve işaretlemedir" (Foucault, 2000: 294). İkili ayırım ve işaretlemeden kasıt, iktidarın toplumu deli/deli olmayan, tehlikeli/zararsız, normal/anormal gibi ikili ayrımlarla sınıflama çabasıdır. Bu sayede iktidar, topluma neyin doğru olduğunu, neyin uygun olmadığını işaretlemeyle göstermekte ve normal olanları normal olmayanlara örnek göstererek doğruya ve normale sevk etmeye çalışmaktadır. İktidarın uyguladığı diğeri yöntem de baskı altına alıcı ayırma ve farklılaştırıcı dağıtımdır (Foucault, 2000: 294). Bununla iktidar, toplumda kimin kim olduğunu ve onu nasıl tanımlaması gerektiğini, aynı zamanda da sürekli olan bir gözetimi bireysel olarak nasıl uygulaması gerektiği inceler. Bu da tam olarak iktidarın toplumu nasıl gözetlediği, denetlediği ve fişlediğini bize gösterir. Foucault'nun Bentham'dan aldığı ve gözetim toplumuna uyguladığı Panopticon ise bu denetim mekanizmasının mimari biçimidir. Foucault Panopticon'u şöyle tanımlar:

Çevrede halka halinde bir bina, merkezde bir kule, bu kulenin halkanın iç cephesine bakan geniş pencereleri vardır; çevre bina hücrelere bölünmüştür, bunlardan her biri binanın tüm kalınlığını kat etmektedir; bunların, biri içeri bakan ve kuleninkine karşı gelen, diğeri de dışarı bakan ve ışığın hücreye girmesine olanak veren ikişer pencereleri vardır. Bu durumda merkezi kuleye bir gözetmen, her bir hücreye de tek bir deli, bir hasta, bir mahkum, bir işçi ve ya bir ilkokul öğrencisi kapatmak yeterlidir. Geriden gelen ışık sayesinde, çevre binadaki hücrelerin içine kapatılmış küçük silüetleri olduğu gibi kavramak mümkündür. Ne kadar kafes varsa o kadar küçük tiyatro vardır, bu tiyatrodaki her oyuncu tek başınadır, bireyselleşmiştir ve sürekli olarak görülebilir durumdadır. (Foucault, 2000: 295)

Panopticon'un gözetim toplumun dair en önemli yanı, mahkumların gözetlendiklerini bilmeleri ancak hiç bir zaman kendilerini gözetleyeni görememeleridir. Foucault bu

durumu “bir bilginin nesnesidir, ama asla bir iletişimin öznesi olamamaktadır” şeklinde tanımlamaktadır (2000: 296). Mahkumların sadece nesne olması, kendilerini gözetleyenle karşılıklı bir iletişime geçip işin öznesi olamamaları önemlidir, çünkü gözetim toplumunun da mantığı budur. İktidar, gözetlemekte ve bilgiyi elinde tutmaktadır. Gözetlenenin ise bu bilgiye ulaşmasını ya da iktidarı eleştirmesini, denetlemesini iktidar hiç bir şekilde istememektedir. İktidarın istediği, görünmeyen bir gözetleyici konumunda kalmaktır.

Bentham da bu konuda iktidarın görünür ama varlığının kanıtlanamaz olduğu ilkesini koymuştur. İktidar, Panopticon’da görünürdür çünkü tutuklu sürekli kendisini gözetleyenin içinde bulunduğu kulenin silüetini görecektir. Ancak iktidarın varlığının kanıtlanamaz oluşu da tutuklunun o anda kendine bakılıp bakılmadığını asla bilememesi ama bunun her an olabileceğinden hiç kuşkusunun olmamasıdır (Foucault, 2000: 297).

Günümüz toplumunda iktidarın yaptığı şey de Panopticon etkisi yaratmaktır. Çünkü bu sayede toplum her daim gözetim altında olduğunu düşünmekte ve ona göre davranmaktadır. İktidarın belirlediği normlara uymaya çalışmakta, fişlenmekten kaçmaktadır ancak hiç bir zaman kendisini gözetleyen iktidarı göremeyecektir. Bu sayede her daim en büyük güç olan bilgi sadece yine iktidarın elinde olacaktır.

İktidarın gizemli ve korkulan olarak kalmasını George Orwell, *1984* (2000) isimli kitabında Big Brother (Büyük Birader) olarak adlandırılan diktatörün tele ekranlar aracılığıyla korku imparatorluğu kurması şeklinde örneklendirmiştir. Bir distopya olan romanda tek başına iktidar olan ve korku, propaganda ve beyin yıkama yöntemleri ile halkı manipüle eden Big Brother, her yere konumlandırılmış ekranlar sayesinde halkı gözetlemektedir. Kitabın meşhur sözü “Big Brother is watching you”, bugün de gözetim toplumu ile ilgili sıkça kullanılan bir sözdür.

Burada, Foucault’nun Panopticon’uyla aynı şekilde, iktidarın halkı tek taraflı olarak gözetlemesi ve denetlemesi, bu sayede de halkı istediklerini yapmaya yönlendirmesi ve bir korku imparatorluğu kurmasıdır. Halk hiçbir zaman gerçekten gözetlenip gözetlenmediğini bilemeyecek ancak bunun korkusunu hep yaşayacak ve ona göre davranacaktır.

Gözetim toplumunun günümüzdeki yansımaları özellikle 11 Eylül sonrasında iyice artmıştır. 11 Eylül saldırıları bir anlamda iktidarın gözetim amaçlı kısıtlamalarını, denetimlerini sıklaştırmalarını ve istedikleri düzenlemeleri getirmelerini tetikleyen ve uluslararası kamuoyunda meşrulaştıran bir olay olarak görülmüştür. Çünkü devletler uluslararası terörizmi, haksız denetim ve gözetleme faaliyetlerini halkın gözünde meşrulaştırma aracı olarak kullanmaya başlamışlardır. Dolgun (2004: 2) bu durumu “küresel terör kaynaklı saldırılar sonrasında resmi otoriteler tarafından sık sık dile getirilen ‘gözetleme alanında ne kadar zayıf olunduğu’ yönündeki görüşler, temelde totaliter bir toplum düşününün meşrulaştırıcı ifadeleri olmaktan öteye gitmiyor” şeklinde açıklamaktadır.

Orwell ve Foucault’nun gözetim üzerine kurdukları disiplinler toplumlari, İnternet ve yeni teknolojiler ile birlikte gelen olanaklar ile günümüzde iktidarlar tarafından iyice belirginleşmektedir. Dolgun’a göre (2004: 3) “modern toplumlarda bireyler, dünyaya geldikleri andan itibaren toplumsal yaşamın her aşamasında sistematik şekilde kayıt altına alınmaktadırlar”. Şirketlerin tüketici profillerini İnternet’teki kullanıcı bilgilerinden yola çıkarak oluşturmaları, cep telefonlarının dinlenmesi, şehirlerin her caddesinin gizli kameralarla donatılması ve bu sayede herkesin her an gözetlenmesi, iktidarın web sitelerini denetlemesi ve istemediklerini kapatma hakkına sahip olması, kişisel elektronik postaların okunması gibi daha çok sayıda kişisel ve mahrem alana müdahale ve asıl korkutan yanı ile iktidarın denetim ve fişlemesini içeren gözetleme şekli günümüzde yaygın olarak görülmektedir.

Bu şekilde teknoloji kaynaklı ve siber güvenlik temelli gözetleme faaliyetlerinin aslında Foucault’nun disiplinler amaçlı gözetim toplumu açıklamalarından pek de farkı yoktur. Bu tarz gözetlemeler sayesinde yine iktidarın yapmak istediği temelinde aynıdır. İktidar bu gözetlemeler sayesinde tüm bilgiyi ve bu sayede gücü elinde bulunduracak, istediği şekilde toplumu manipüle edecek, Big Brother örneğinde olduğu gibi toplum iktidar tarafından her şekilde ve her an izlendiğini bilecek ama kendisini izleyen hakkında hiç bir bilgi sahibi olamayacaktır. Foucault’un dediği gibi iletişimin öznesi değil nesnesi konumuna düşecektir ve bu da iktidarın kurmak istediği gözetim ve korku imparatorluğuna katkı sağlayan bir gelişmedir ve suskunluk sarmalına da neden

olmaktadır.

2.1.2. Suskunluk Sarmalı

Suskunluk sarmalı Alman sosyolog Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen bir kitle iletişim modelidir. Babası bir Nazi subayı olan Noelle-Neumann İkinci Dünya Savaşı zamanında Nazi propagandası yapan gençlik örgütü için çalışmış ve gazetecilik yapmıştır. Almanya'nın yenilgisinden sonra Alman Hıristiyan Demokrat Parti'ye seçim çalışmaları yapan bir şirket kurmuştur. Bu şirkette yaptığı seçim çalışmaları esnasında suskunluk sarmalı modelini geliştirmiştir.

Model şu temel varsayımlara dayanır: İnsanlar çoğunluk tarafından hangi fikirlerin tutulduğunu ya da kuvvet kazandığını, hangi fikirlerin azınlıkta olduğunu ve gerilediğini görmek için çevreyi gözlerler. Egemen kamuoyunu bilirler. Toplumdaki çoğunluk tarafından benimsenmeyen tutumları, inançları ve fikirleri tutmadan kaçınırlar; sosyal izolasyondan korkarlar; bu nedenle azınlıkta olan düşüncelerini ifadeden geri dururlar. İzolasyon korkusu suskunluk sarmalını hazırlayan temel güçtür. (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 177)

Noelle-Neumann (1998) bahsedilen dışlanma korkusunun bir güdü olarak ortaya çıktığını söyler ve bu konuda yapılan deneylerden bahseder. Bununla birlikte insanlar herkesin katıldığı ve genel-geçer olarak kabul edilen görüşlerin dışında veya karşısında duran görüşlerini dışlanma korkusuyla açıklamaktan çekinir ve bu konuda suskun kalmayı tercih ederler. Burada aynı zamanda güçlü ve zayıf görüşlerin mücadelesi kendini göstermektedir.

Farklı cepheler, zıt görüşlerin olduğu ortamlarda, fikir beyan edip etmemek konusunda farklı bir tavır içindedirler. Fikirlerini açıkça ortaya koyma ve savunma eğiliminde taraf, daha güçlü olduğu izlenimini uyandırarak görünüşte daha güçlü olan bu saflara katılmak konusunda insanları etkilemektedir. Bu durum tek tek bireyler üzerinde gözlemlenebilir. (Noelle-Neumann, 1998: 44)

Hâkim görüşün ne olduğuna dair bireylerin elindeki en büyük yol gösterici kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları sayesinde kişiler hem gündemi takip etmekte hem de bununla ilgili genele yayılmış olan tutumu ölçme imkânı bulmaktadır.

Egemen görüşlerin algılanması, artık yalnızca çevrede değil, televizyon ya da radyoda “kamuoyu liderlerinin”, gazetecilerin ve göz önündeki kişiliklerinin söylemlerini dikkate alarak gerçekleşir. Küçük bir topluluk tartışmalardan çekilen bireylerin eleştirel düşüncesini, bir sessizlik sarmalına girerek, egemen görüş oluşturarak sınırlayabilir: Medya bize *neyi düşünmemiz gerektiğini söyler*. (Maigret, 2011: 256)

Bunun sonucunda bireyde, kendi fikrinin toplum tarafından kabul görmeyeceğini düşünerek fikrini saklama eğilimi gelişir. “Çoğunluğu oluşturan bir topluluk, genellikle üstünlüğünü güvenceye alan bir dinamik üretir, ancak görüşlerden emin olamazsa bu topluluk, gücüne inanan ve görüşlerini halk önünde savunan bir topluluğun yararına liderliğini yitirir” (Maigret, 2011: 256).

Bu durum toplumun her düzeyinde karşımıza çıkabilir. “Muhtemelen Türkiye’de “mahalle baskısı” olarak nitelenen ilişkisel yapıyla gelen suskunluk sarmalı koşulunun olmadığını hiç kimse iddia edemez” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 179). Ayrıca dışlanma korkusuyla kendi kendini kısıtlama olarak ortaya çıkan bu davranış biçimini otosansüre benzetmek de yanlış olmayacaktır. Hayes vd.’ye göre (2005b) kimileri bu kuramı fazla basit buluyor olsa da, sosyal şartlar uygun olduktan sonra suskunluk sarmalının işleyeceğinden şüphe yoktur ve bu kuram otosansür ile ilgili yapılacak çalışmalara yol göstermeye devam edecektir.

2.1.3. Sansür

Otosansürü inceleyebilmek için öncelikle sansürün ne olduğunu ve nasıl çalıştığını anlamak gereklidir. Çünkü otosansürün, sansür mekanizmasından bağımsız bir şekilde varlık göstermesini beklemek doğru olmayacaktır. Bu yüzden sansürü tanımlamak ve ne şekilde gerçekleştiğini anlamak esastır.

Sansürü tanımlayan birçok farklı görüş bulunmaktadır. Kimine göre sansür sadece denetim olarak tanımlanırken, kimine göre ise denetim ve yasaklama arasındaki fark büyüktür.

Türk Dil Kurumu'na göre sansür; “her türlü yayının, sinema ve tiyatro eserinin hükûmetçe önceden denetlenmesi işi, sıkı denetim”¹ olarak tanımlanmaktadır. Sansür uygulamalarında eserlere yapılan müdahalelerin sadece denetimle sınırlı kalmadığı bilinmekteyken bu tanımla yetinmek kavramın açıklanması konusunda yeterli olmayacaktır.

Oxford Reference'a göre² sansür, yayınlanacak olacak bilginin yasaklanması ya da denetlenmesi olarak tanımlanır ve genellikle hükümet veya devletlerle şekillendirilir. Burada denetlemenin yanına aynı zamanda yasaklama kavramının eklendiği görülmektedir. Denetim ve yasaklamanın aynı şey olduğu iddia edilemese de sansürün iki ayrı parçası olarak kabul edilebilecektir.

Denetim, aslında, sansürü de içeren genel bir kavramdır dolayısıyla sadece sansüre indirgenemez. Bir girişimin denetim olarak nitelenebilmesinin ön koşulu sansür değildir. Sansür olmasa da herhangi bir kontrol girişimi denetim kavramının içinde yer alır. (Öztürk, 2006: 54)

Denetim her zaman otoritelerin belirli yayın veya eserleri engelleme çabası değildir. Denetim, “bir işin doğru ve yöntemine uygun olarak yapılıp yapılmadığını incelemek, teftiş etmek, kontrol etmektir” (Özonur, 2005'ten aktaran Öztürk, 2006, s. 54). Ancak sansür, denetimin altında yer alır ve kontrolden ziyade bir sınırlama içerir.

Örneğin hali hazırda görevini sürdüren RTÜK, esasında bir sansür kurumu değil, denetim kurumudur. Yayın öncesi denetim, kurumun yetkisi dahilinde

¹ TDK, http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54352bfd63c73.51166335 (Erişim tarihi: 08.10.2014)

² Harcup, T. (2014). censorship. In A Dictionary of Journalism. : Oxford University Press. <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-217>. (Erişim tarihi: 16.10.2014)

değildir. Bu bağlamda RTÜK Yasası, bir sansür yasası değil, denetim yasasıdır. Esasında bir ülkedeki siyasal otoritenin sinema gösterimlerine, radyo ve televizyon yayınlarına ve her türlü basılı materyallere yönelik olarak düzenleyici yasalar çıkarması bir denetim çabası olarak nitelenebilir. Ne var ki bu çaba sonucunda çıkan nihai düzenleyici yasanın mutlaka sansürü içermesi gerekmez. (Öztürk, 2006: 56)

Sansürün tarihçesine baktığımızda, dönemsel olarak farklılaşan uygulamalar olduğu görülmektedir. “Ülkemizde Cumhuriyetin kurulmasından sonra sansüre yönelik ilk yasal düzenleme Şeyh Said Ayaklanması’ndan sonra çıkarılan Tahrir-i Sükûn Kanunu'yla (1925) başlamış ve bu kanunla basın Osmanlı döneminden sonra ilk kez denetim altına alınmıştır (Tunçay, 1982’den aktaran Köse ve Özen, 2010: 114)”.

1961 Anayasası, “Düşünce ve İnanç Hak ve Hürriyetleri ve Basın ve Yayınla İlgili Hükümler” başlıkları altında özgürlükleri güvence altına almış ve “Basın hürdür, sansür edilemez” ifadesiyle açıkça belirtilmiştir. 1982 Anayasası’nda ise “Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyeti ve Basın ve yayımla ilgili hükümler” başlıkları altında benzer maddeler korunmuş ancak gerekli durumlarda sınırlandırılması da mümkün kılınmıştır:

Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve malî teminat yatırma şartına bağlanamaz. (...) Devlet, basın ve haber alma hürriyetlerini sağlayacak tedbirleri alır. Basın hürriyetinin sınırlandırılmasında, Anayasanın 26 ve 27 nci maddeleri hükümleri uygulanır. (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982. Madde 28)

Daha sonra “1986’da çıkarılan Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu ile oluşturulan Denetleme Kurulu'na ve vali, kaymakam gibi yöneticilere bu tür yapıtların denetlenmesinde geniş yetkiler verilmiştir (Köse ve Özen, 2010: 114)”.

Basın ve yayın organları, 1994 yılında oluşturulan Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ile denetime tabi tutulmuştur ve halen, daha önce de belirtildiği gibi RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) tarafından bu denetim devam etmektedir.

Günümüzde herhangi bir denetimden bağımsız bir yayıncılık faaliyeti yapılamadığını söylemek yanlış olmayacaktır. “Genel ahlak” kurallarından reklam faaliyetlerine, öne sürülen birçok farklı gerekçeyle televizyon kanalları yüklü miktarlarda ceza ödemek durumuyla karşı karşıya bırakılmıştır. Yayınladıkları kitapların içerikleri sebebiyle birçok yayınevi kitaplarının yasaklanması ya da toplatılmasıyla ilgili süreçlerde mahkemelerde mücadele etmek durumunda kalmışlardır. Türkiye Yayıncılar Birliği bu durumu bir sansür olarak yorumlamakta ve otosansüre sebebiyet verdiğini öne sürmektedir.

Yayıncılık alanının emekçileri olan yayıncılar, yazarlar, çevirmenler, gazeteciler için mahkumiyetlerin usulen durması, kitapların eski yasaklarından kurtulması, mevcut yasalar ve uygulayıcıların yeni davalar, suçlamalar, yasalara imza atma hevesini azaltmış değil. İfadelerimiz ve yayınlarımız nedeniyle lekelenme ve cezalandırılma tehdidi, hayatımızın her anına yayılan, ağırlaşan sansür ve otosansür hissine yol açtı. Evde, sokakta, okulda, telefonla konuşurken, bilgisayar kullanırken, işimizi yaparken, her anımızda kendimizi sansürlüyor ve bize sansürlenmiş bilgilerin kökünü yakalamaya çalışıyoruz. (Türkiye Yayıncılar Birliği, 2014)

Sansür, sadece geleneksel medya ve yayıncılık alanlarında değil, aynı zamanda İnternet üzerinde de var olarak herkesin yaşamını etkileyen bir baskı unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet sansürüyle birlikte sansürden etkilenen kişi sayısı oldukça büyük olduğundan bu konuyu ayrı başlık altında incelemek daha doğru olacaktır.

2.1.4. İnternet Sansürü

“Bilindiği gibi kökleri bir askeri projede olan İnternet, askeri geleneğin gizlilik, güvenlik gibi prensiplerinin aksine dünyanın en özgür, en denetimsiz ortamlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Dilmen ve Akyazı)”. Ancak zaman içinde bu denetimi sağlamak amacıyla farklı uygulamalar geliştirilmiştir.

Türkiye’de İnternet kullanımı 1990’lı yıllarda yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu yıllarda İnternet’le ilgili herhangi bir yasal düzenlemeye ihtiyaç duyulmamıştır.

1990'ların ikinci yarısından itibaren İnternet kullanımının yaygınlaşmaya başlamış ve 2001 yılına kadar İnternet üzerinde neredeyse hiç kısıtlamaya gitme ihtiyacı hissedilmemiş, İnternetteki içeriğin denetlenmesi için ayrı yasalar çıkarılmamış, ifade suçlarına ilişkin bütün basın ve yayın organlarını da kapsayan mevcut düzenlemeler, İnternet için de yeterli görülmüştür. (Bedir, 2012: 108)

Günümüzde oldukça hissedilen bir baskı aracı haline gelen İnternet sansürünün, yoğun olarak 2007 yılında başladığı kabul edilmektedir. 2007 yılının özelliği, 5651 sayılı kanunun kabul edilmesidir. Ancak 2007 yılından önce herhangi bir sansür eyleminin olmadığını söylemek doğru değildir. “Herkes İnternet sansürünü 2007’den başlatma eğilimindedir. Oysa 2001-2006 yılları İnternet sansürünün yükseliş dönemidir. 2000 ile 2007 yılları arasında, sanıldığına aksine, birçok site engelleme olayı yaşanmıştır (Uçkan, 2009)”. Site kapatma girişimleri 2007 yılına kadar servis sağlayıcılar üzerinden gerçekleştirilirken, 5651 sayılı kanunun ortaya çıkmasıyla birlikte bu kanunun gerektirdiği farklı uygulamalar da tartışılmaya başlanmıştır. 5651 sayılı kanunun ortaya çıkışı, İnternet’te suç teşkil eden hareketlerin kontrolüyle ilgili yaşanan tartışmaların bir sonucudur.

Kamuoyundaki tartışmalar sonunda İnternetle ilgili bir yasal düzenleme yapıldı ve 5651 olarak bilinen “İnternet Ortamında Yapılan yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi hakkında Kanun” 23 Mayıs 2007 tarihinde 26530 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Bu kapsamda da eski adıyla Telekomünikasyon, yeni adıyla Bilgi teknolojileri ve İletişim Kurumu’na bağlı Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı bünyesinde kurulan İnternet Daire başkanlığı da 23 Kasım 2007 tarihinde fiilen göreve başladı. (Bayzan, 2009: 385)

“Türkiye’de Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı’nın (TİB) fiilen çalışmaya başladığı 23 Kasım 2007 tarihinden 19 Ocak 2009 tarihine kadar geçen sürede kuruma resmi rakamlarla 42.207 adet ihbar gelmiş ve toplam 1.209 adet site erişime kapatılmıştır (Şen,

2009'dan aktaran Köse ve Özen, 2010: 117)”. Bu durum, söz konusu denetimin kontrolsüz bir sansür ortamı yarattığı şüphesiyle tartışma yaratmıştır. Söz konusu yetkinin sınırlarının tam olarak anlaşılabilmesi ve erişilebilen verilerin limitinin belirsizliği tepki çekmiştir. Bu da İnternet'in, insanların davranışlarına müdahale edilebilen yeni bir kamusal alan olarak ortaya çıkmasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Özellikle de sıradan insanların özel yaşamlarına ilişkin birçok ayrıntıyı içeren bu bilgiler, günümüzde giderek artan bir biçimde, *kamusal alan karşısında, özel alanın daraltılması* biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu da özel yaşamın gizliliğine ilişkin kuralın sık sık ihlâl edilmesi kaygılarını da beraberinde getirmektedir. (Bozkurt, 2000)

“Her ne kadar 5651 Sayılı Kanun katalog suçlar kapsamındaki sitelere erişimi engellemeyi amaçlasa da pratikte bunun pek mümkün olmadığı görülmektedir (Köse ve Özen, 2010: 118)”. Sansürün yaygınlaşmasıyla birlikte normalleşmesi süreci, insanların otosansür aracılığıyla sansürü desteklemelerine yol açan bir duruma dönüştürmektedir. Dolayısıyla otosansürün olduğu yerde sansürün varlığını aramak yanlış olmayacaktır.

2.1.5. Otosansür

Otosansürü kişinin kendi sansürü olarak değil, ortaya çıkışındaki sebepleri inceleyerek tanımlamak daha doğru olacaktır. Türk Dil Kurumu otosansürü, “kişinin veya kurumların kendi kendilerini kısıtlaması”³ olarak tanımlamaktadır. Wikipedia'nın tanımına göre ise “otosansür, açık bir baskı olmadan, başkalarının hassasiyetlerini saygı göstererek, herhangi bir makamın ve yetkili kurumun engellemesi olmadığı halde, kişinin kendi çalışmalarını (blog, kitap, film veya diğer anlatım araçları gibi) sansürleme veya sınıflandırması eylemidir”⁴. Bununla birlikte sansürün varlığıyla birlikte otosansürün birtakım baskılar sonucu da ortaya çıktığını söyleyebiliriz.

³http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54352c06d5df61.54053206 (Erişim tarihi: 08.10.2014)

⁴<http://tr.wikipedia.org/wiki/Otosans%C3%BCr> (Erişim tarihi: 08.10.2014)

Cook ve Heimann (2010) otosansürün ortaya çıkışında kişiden bağımsız bir sansür faktörünün varlığını tartışmaktadırlar. Onlara göre kamusal ve özel olarak sınıflandırılabilir iki otosansür türü vardır. Kamusal otosansürde birey kamusal olarak uygulanan bir sansürün etkisiyle otosansür uygularken, özel otosansürde bireyin kendi iç iletişimini etkileyen faktörler söz konusudur. “Bir davranışın otosansür olarak değerlendirilebilmesi için, kişinin fikrini açıklayabileceği hazır bir ortam varken, herhangi bir sebeple, bilinçli bir biçimde bunu yapmamayı seçmesi gerekmektedir (Hayes vd., 2005)”.

Medyadaki hâkim görüşün günlük yaşamımıza yansısıyla birlikte bireyler kendilerini azınlık olarak hissetmeye başladıkları an suskunluk sarmalı işlemeye başlar. Bu, bireyin gündelik yaşam pratiklerinde kendisini otosansür olarak göstermektedir.

Medyanın yaptığı sansürün olayı göstermemek, olayı saklamak olduğunu hep düşünüyoruz. Bu konuda David Graeber'in güzel bir uyarısı var: Günümüzde medyanın tek sansür biçimi bu değil. Ana akım medya bir de sizi, tek tek her bir alıcısını, seyredenini, okurunu yapayalnız ve marjinal olduğuna inandırmaya çalışan bir dünya kuruyor. Ben tek başıma böyle hissediyorum, bir tek ben öfkeliyim, yoksa insanlar hep penguenlerle mutlu duygusu. Galiba çok marjinal bir yere savrulmuş, duygusu. Kendi öfkemi yok sayma anlamında otosansür içeren bir duygu. Twitter/Facebook doğru haber vermekten, penguen örtüsünü kaldırıp atmaktan önce bu duyguyu kaldırmaya yarıyor: marjinallik yanılmasıyla aşağıdan kırıyorlar. Otosansürün en güzel örneği kendi kendini bu alanda bastırmak olarak da beliriyor. Yani iktidar hakkında bir eleştiriyi ifade etmeyi bastırmak, baskılamak değil salt, ama bu eleştiriyi düşünen, hisseden çok az kişiden biriyim, çok marjinalim duygusunu kendi kendimize besleyerek tahkim ettiğimiz daha bütünsel bir otosansür. (Evren, 2014: 25)

Burada bahsedilen bireylerin kendini ötekileştirilmiş hissetme duygusu, sansürle birlikte ortaya çıkan bir yalnızlaşma hissidir aslında. İktidarın ‘marjinallik’ hissini yaygınlaştırmasıyla, kişinin kendini suskunluk sarmalı içinde bulması, otosansürün gelişmesi bakımından iktidara katkı sağlayan bir durum yaratmaktadır.

Otosansür, halk için konuşmamak demektir. Kölelerin sürekli itaat edip sadece mutfakta isyankar düşüncelerini paylaşmaları demektir. Ancak kölelerin ayaklanmaları işte bu mutfaklardan çıkar. Mutfaklar, isyanların konuşulup hazırlandığı yerlere döner. (Evren, 2014: 26)

Konuşmamayı seçmek yerine, otosansürü kıracak bir davranış yolu olarak konuşmayı tercih eden kişilerin yüzleştiği birtakım olumsuz durum ise, bu durumdan haberdar olacak birçok farklı kişiyi yeniden otosansür çemberinin içine çekmektedir.

Ülkemizde yakın zamanda gündeme gelen İnternet yasasındaki değişikliklerle birlikte birçok kullanıcı Facebook ve Twitter kullanımlarıyla ilgili haklarında başlatılmış soruşturmalar sonucu ifade vermek zorunda kalmıştır. Düzenlemenin bir otosansür mekanizmasına dönüşmesi kaçınılmaz bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.⁵

İnsanlar çevrelerinde ve medyada olan biteni takip ettiklerinde tanık oldukları şeyler, kendi davranışlarını kontrol etme gereksinimi yaratmaktadır. Aslında bir bakıma, amaçlanan şey de bu düzeyde bir korku yaratarak kontrolü sağlamaktır. 2012 yılında yayınlanan AB İlerleme Raporu'nda da bu duruma dikkat çekilmiş ve medyaya yapılan baskılar birebir olarak otosansürün sebebi olarak gösterilmiştir.

Kamu görevlileri tarafından medyaya yapılan baskı ve eleştirel gazetecilerin işten çıkarılmasıyla birlikte bu durum, otosansürün, yaygınlaşmasına neden olmuştur. İnternet sitelerinin sıklıkla yasaklanması ciddi bir endişe kaynağı olmaktadır ve İnternet hakkında kanunun revize edilmesi gerekmektedir. (AB İlerleme Raporu, 2012)

Türkiye'nin şu anki durumunda sansürün normalleşmesinden daha büyük bir tehlikeyse otosansürün normalleşmesidir. Sansüre uğrama korkusuyla gelişen her otosansür eylemi, ifade özgürlüğünün giderek yok olmasına yol açan bir tehlike haline gelmiştir.

⁵ <http://www.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/152687-İnternet-duzenlemesi-sansur-otosansur-ve-fislemeyi-arttiriyor> (Erişim tarihi: 08.10.2014)

Türkiye’de basın özgürlüğü konusunda otosansür, sansürden daha önemli bir sorun. Bu yalnız Türkiye için değil, dünya için de geçerli. Otosansür hükümet ya da başka bir güç odağından ileri gelebilir. Gazeteciler kendilerini hassas konularda yazarken sansürlemek zorunda hissediyor. Bu zor bir durum. (Akbaşlı ve Yardımcı, 2013)

Otosansürün yaygınlaşmasıyla birlikte ortada sansür edilmek istenecek bir veri bile kalmaması riski vardır. Bu da aslında yaratılan korku durumunun, otoriteler tarafından hedeflenen bir sonucudur.

Hegel, özbilinçle ilişkisinde, korkunun “efendi ve köle” diyalektiğinde ortaya çıktığını göstermektedir. Ona göre köle, köle olarak efendisinin kendisine hükmetmesinin aracı olarak efendi korkusunu duyumsar, bu korkuyla titrer ve içinde sağlam ne varsa yitirir. Fakat bu korkunun maddi yansımalarının var olması bakımından, sadece içsel bir duygu olmadığını da vurgular Hegel. (Bedir, 2012: 13)

Bedir’in bahsettiği de tam olarak otosansürün kaynağındaki korkudur. Fikirlerinden dolayı bir yaptırımla karşılaşmak istemeyen bireyin kendini otosansüre mecbur hissetmesi de böyle bir düşünceden kaynaklanmaktadır.

Günlük yaşamda bireyin kendini ifade etmeye daha fazla alıştığı sosyal medyadaki durum ise otosansürü çok farklı bir boyuta taşımaktadır. Bu yüzden gözetimin sosyal medyadaki varoluşunu incelemek önemlidir.

2.2. Gözetim Bağlamında Sosyal Medya

İnternet ilk yaygınlaşmaya başladığı zamandan günümüze büyük bir değişim geçirmiştir. İlk zamanlarını şimdiki haliyle kıyaslamak gerektiği zaman oldukça farklı bir tabloyla karşılaşmaktadır. Elbette ki İnternet’in sunduğu özgür alan insanlara bir rahatlık ve istedikleri her şeyi yapabilme ve söyleyebilme isteği oluşturmaktadır.

Ocak 2015 itibarıyla yayınlanan *Digital, Social & Mobile in 2015* adlı rapora göre (Kemp, 2015) 7.21 milyar olarak kabul edilen dünya nüfusunda 3.01 milyar İnternet kullanıcısı bulunmaktadır. Son bir yılda dünya nüfusu %2 artış gösterirken dünya üzerindeki İnternet kullanıcı sayısı %21 oranında artış göstermiştir. Yine aynı rapora göre (Kemp, 2015), Türkiye’de 37.7 milyon İnternet kullanıcısı bulunmaktadır. Aktif kullanılan sosyal ağ hesapları ise 40 milyondur. Bununla birlikte Türkiye’deki toplam nüfusun %52’sinin sosyal ağ kullanıcısı olduğu belirtilmiştir.

İnternet kullanıcıları Web 1.0 zamanında sadece izleyici konumunda yer almaktaydı. “Tim Berners-Lee tarafından World Wide Web kavramının ortaya atıldığı ve Web 1.0 olarak adlandırılan yapı günümüzde İnternet’in temel taşlarını oluşturan HTML sayfaları ile sanal ortamdaki belgelerin hızla çoğalmasını sağlamıştır (Köse ve Özen, 2010: 113)”. Daha sonra Web 2.0 ile birlikte kullanıcılar, izleyici konumundan ayrılarak İnternette katılımcı bir kullanım olanağına kavuşmuşlardır.

Web 2.0 ile birlikte içeriklerin ağırlıklı olarak kullanıcılar tarafından yaratılmaya başlanması, bir tarafta bilgi patlaması olarak nitelenebilecek bir olguyla, İnternet üzerindeki belge sayısının çok büyük bir hızla artmasını sağlamış ve kullanıcılara aradıkları her türlü bilgiye erişebilme olanağı sağlamıştır. Diğer taraftan, bu hızlı ve kontrol edilemeyen bilgi patlaması İnternet üzerinde yararlı bilgiler kadar zararlı bilgilerin de çoğalmasına ve hızla yayılmasına neden olmuştur. (Köse ve Özen, 2010: 113)

İnternet kullanımında içerik üretimi imkânı, insanların gündelik yaşamlarındaki fikir beyanı ihtiyacını karşılayan yeni bir alışkanlık yaratmıştır. Artık İnternet, insanların yaşamlarını kolaylaştıran bir bilgi kaynağı olmaktan çıkarak, insanların her türü fikri paylaşabildikleri ve söylemek istediklerini herkese duyurabildikleri bir mecra haline gelmiştir.

İnternet ve İnternete dayalı aktivitelerin, bireyin gündelik yaşamının ayrılmaz bir parçası haline geldiği açık bir gerçektir. İnternette bağımsız bir yaşamı düşünmek artık mümkün gözükmemektedir. Çünkü enformasyon

toplumunda birey, gündelik yaşamına dair pratiklerinin neredeyse tamamını İnternet üzerinden gerçekleştirebilmektedir. (Göker vd., 2010: 186)

İnternet herkes için, tüm dünyada olduğu gibi bir kendini ifade etme aracıdır. Aynı zamanda eşitliği de mümkün kılmaktadır. “Şu halde İnternet özgürlüğü, düşünce özgürlüğünü, telekomünikasyon yani media özgürlüğünü ama aynı zamanda yaşayan bir demokrasi ve işlevsel bir Pazar için mutlaka zorunlu olan enformasyon özgürlüğünü içerir (Gören, 2014: 10)”. Elbette ki geleneksel medyaya göre çok daha özgür ve herkese açık olduğundan dolayı zararlı veya uygunsuz içerik üretimine açık bir yapı olduğu inkâr edilemez. Ancak sosyal medya sayesinde İnternet, geleneksel medyada konuşul(a)mayan konuların dile getirildiği ve her kesimin bir arada olduğu çok sesli bir yapı haline gelmiştir. Aynı zamanda kendini azınlıkta ya da ötekileştirilmiş hisseden grupların da seslerini duyurabildiği bir ortam olmuştur.

İnternet vasıtasıyla, verilerin, enformasyonların ve düşüncelerin yayarak iletilmesinin ve alınmasının, telekomünikasyon özgürlüğü ile, elektronik posta ile verilerin iletilmesindeki gizliliğin, haberleşmenin gizliliği garantisi ile, İnternette web sayfalarının sanatsal bir şekilde oluşturulmasının, edebi eserlerin, sanat eserlerinin, fotoğrafların ve filmlerin yapımının, iletilmesinin sanat özgürlüğü ile korunduğu düşünülmüştür. İnternette bilimsel araştırma, bilimsel kanaatleri, yazıları ve bildirimleri yayınlama, online öğrenim ve öğretim teklifleri için İnterneti kullanmanın, araştırma ve bilim özgürlüğü ile garanti edildiği kabul edilmiştir. (Gören, 2014: 11)

Ancak filtreleme ve erişim yasaklarıyla bu özgürlüğe bir sınır getirilmeye çalışılmaktadır.

2.2.1. Filtreleme ve Erişim Yasakları

Sansür ve ifade özgürlüğü konusunda çok da parlak bir geçmişi olduğu söylenemeyecek olan ülkemizde, böylesine çok sesli bir yapıyı tamamen özgür kılacak bir uygulamaya izin verilmiyor olması pek şaşırtıcı değildir. “Dünyada ve ülkemizde ortak olarak tartışılan konu ise İnternet’e hükümetler tarafından uygulanan kontrolün sansür boyutuna

taşınıp taşınmadığıdır (Köse ve Özen, 2010: 113)”. Bahsedilen bu kontrolün en hafif biçimi filtrelemedir.

Filtreleme, yasa dışı veya zararlı içeriğin süzülmesine ya da bu tür içeriği barındıran İnternet sayfalarının pasifize edilip bu sayfalara erişimin bir şekilde engellenmesidir. Sansürün tanımına baktığımızda, filtrelemenin de bir anlamda aynı anlama geldiğini görmekteyiz. Sonuçta filtrelemede de bir kısıtlama, içeriğe erişime engel olma söz konusudur. (Bayzan, 2009: 386).

Filtreleme dışında yoğun olarak karşılaşılan en yaygın İnternet sansürü site engellemeleridir. Erişime engelli web sitelerini listeleyen engelliweb.com’a göre Türkiye’de şimdiye kadar 65672 engelleme kararı verilmiştir. Engellemeyi yapan kurumların başında %93 ile TİB gelmektedir. Bunu %3 ile mahkemeler, %2 ile ise savcılıklar izlemektedir. Yine bu siteye göre TİB, en çok engelleme kararını 2014 yılında vermiştir.

İnternet sitelerine erişimin engellenmesi amacıyla kullanılan IP engelleme, DNS engelleme ve proxy kullanarak URL engelleme isimleri ile bilinen üç tür teknik engelleme vardır. Bunlardan IP engelleme ve proxy kullanarak URL engelleme benzer teknikler olup web sayfalarını URL adreslerine veya IP adreslerine göre engellemek için kullanılmaktadır. DNS engelleme yöntemi ise web sayfalarının gerçek IP adreslerinin bulunmasını engellemek ve/veya başka IP adreslerine yönlendirmek için kullanılmaktadır. (Köse ve Özen, 2010: 114)

Zararlı görülen içeriğin engellenmesini kolaylaştırmak için günümüz teknolojisi birçok farklı imkân sağlamaktadır. Devlet tarafından engellenmesi istenen içerik İnternet omurgası aracılığıyla engellenebilmektedir.

Hükümet talimatları doğrultusunda gerçekleştirilen filtreleme uygulamaları genellikle İnternet servis sağlayıcıları seviyesinde gerçekleştirilmektedir. Ulusal İnternet omurgası üzerinde filtreleme yaparak tüm ülkenin İnternet erişimini etkilemek, İnternet hizmet sağlayıcılar aracılığıyla belirli sitelere

erişimi engellemek, okulları ve kütüphaneleri filtreleme yazılımlarını kurmaya zorlamak dünyada İnternet sansürü uygulayan ülkelerin başvurdukları filtreleme yöntemleridir. Ülkemizde İnternet erişim engellemeleri, en büyük erişim sağlayıcı olarak genelde Türk Telekom üzerinden, IP adresinin bloke edilmesi suretiyle gerçekleşmektedir. (Köse ve Özen, 2010: 114)

Tüm bunlardan anlaşılacağı gibi İnternet üzerindeki her türlü veri izlenmektedir. Yoğun sansür, yoğun gözetimi gerektirir. Zararlı içeriğin istenen biçimde engellenebilmesi için çok daha etkin bir gözetim sistemine ihtiyaç vardır. Bugün, daha önce de belirtildiği gibi, Türkiye nüfusunun %52'sinin sosyal ağ kullanıcısı olması, nüfusun yarısının sadece İnternet üzerinden gözetim altına alınmış olduğunu göstermektedir.

Bugün enformasyon teknolojilerini yoğun bir biçimde kullanan dijital vatandaşlar, diğerlerinden daha fazla gözetim altındadır. Örneğin, kredi kartları ile yapılan alışverişler, İnternet üzerinden gerçekleştirilen ticari işlemler, İnternette ziyaret edilen web siteleri, muhtelif mağaza ve caddelerdeki güvenlik kameraları, sıradan insanları sürekli gözetim altında tutmakta ve bir yerlerde sürekli kayıtları yapılmaktadır. Üstelik bu gözetim Foucault'nun panopticon metaforunda olduğu gibi, izleyenlerden habersiz bir biçimde gerçekleştirilmektedir. (Bozkurt, 2000)

Bütün bunlara uzaktan baktığımızda bu gözetimin dünya genelinde normal bir tablo olup olmadığını da sorgulamak gerekir. Dünyada İnternet sansürünün uygulanış biçimlerinde farklılıklar gözlenmektedir. Reporters Without Borders'a (Sınır Tanımayan Gazeteciler) bağlı olarak oluşturulan Enemies of the Internet (İnternet'in Düşmanları) adlı çalışmanın raporunda (2014) bu sansürün boyutları detaylarıyla incelenmekte ve İnternet düşmanı ülkeler bir sıralamaya sokulmaktadır. Siber sansüre karşı olma günü ilan edilen 12 Mart, her yıl raporlarını yayınladıkları gün olarak belirtilmektedir. Bu rapora göre Türkiye, İnternet servis sağlayıcılarına sansür uygulamaları olan ülkeler arasında listelenmiştir. Raporda 5651 sayılı kanunun gerektirdiklerinden bahsedilerek, servis sağlayıcılarına yapılan bir baskı unsuru olarak değerlendirilmiştir.

2.3. Otosansür Bağlamında Facebook

Sosyal paylaşım ağlarının veya başka kaynaklardaki deyişle toplumsal paylaşım ağlarının çeşitlenmesi ve kullanımlarının yaygınlaşmasıyla birlikte, tüm dünyada bilgisayar ve İnternet kullanımında da bir artış görülmüştür. “Bugün Batılı ülkelerde neredeyse her evde bir bilgisayar ve İnternet erişimi mevcuttur. Bilgisayar kullanıcıları zamanlarının çoğunu İnternet ortamında, özellikle de toplumsal paylaşım ağlarında geçirmektedirler (Toprak vd., 2009: 26)”. Sosyal paylaşım ağlarına olan yoğun talep, hem teknolojiyi hem de uluslararası alandaki iletişim alışkanlıklarında farklılıklar yaratmıştır.

Toplumsal paylaşım ağları, dar anlamıyla dünya genelindeki bilgisayar ağlarını ve kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik iletişim ağı olarak tanımlanan İnternetin gelişmesiyle bireyleri farklı farklı bireylerle sanal uzamda buluşturan web tabanlı hizmetlerdir. Geniş anlamda ise, bireylerin sınırları belli olan bir sistem içerisinde açık veya yarı açık profil oluşturmalarına izin veren, farklı kişilerle bağlantı paylaşımında bulunan kişilerin listesini, bu kişilerin bağıntılı olduğu diğer kişilerin listesini gösteren web tabanlı hizmetler olarak tanımlanmaktadır. (Toprak vd., 2009: 29)

Şimdiye kadar en hızlı büyüyen ve kullanıma açıldığı günden beri en yoğun kullanılan sosyal paylaşım ağı Facebook olmuştur. Hem kısa süre elde ettiği başarı, hem de tüm dünyadaki yaygınlığı sebebiyle Facebook, sosyal bilimlerdeki birçok araştırmaya da konu olmuştur.

2.3.1. Dünyada ve Türkiye’de Facebook’un yeri

İnsanların başkalarıyla iletişim kurmasına ve kendi ilgi alanları doğrultusunda paylaşım yapmalarına imkân sağlayan Facebook, 4 Şubat 2004 tarihinde, Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Zuckerberg’in başlarda Harvard Üniversitesi ve o çevredeki birkaç farklı üniversitenin öğrencilerini buluşturan bir öğrenci platformu olarak tasarladığı Facebook, beklenmedik bir şekilde yayılmaya başlamış, kısa süre içerisinde tüm Boston’da daha sonra da hızla tüm dünyada tercih edilen bir araç haline gelmiştir.

Başlangıçta “The Facebook” olan sitenin adı 2005 Ağustos’ta 200 bin dolara Facebook.com olarak değiştirilmiştir. 2005’in sonlarına doğru ise, İngiltere ve Kanada’daki üniversiteleri de üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. Aynı yılın sonunda, ABD, Kanada, Meksika, İngiltere, Avustralya, Yeni Zelanda ve İrlanda’daki 25000’in üzerinde üniversite sisteme katılmıştır. 2006 yılına gelindiğinde site, bir yandan üniversite ağını genişletirken diğer yandan kullanıcıların lise öğrencisi arkadaşlarını da listelerine ekleyerek üyeliğe davet etmesini sağladı. Bu gelişmelerle birlikte, enformasyonel kapitalist yapıda Facebook’un tecimsel değerinde artma yaşanmış, Eylül 2006 Facebook, e-posta adresi olan tüm İnternet kullanıcılarını üyeliğe kabul etmeye başlamıştır. (Toprak vd. 2009: 37-38)

Facebook, aylık 1.35 milyar aktif kullanıcısıyla⁶, Google’dan sonra dünyanın en çok ziyaret edilen ikinci web sitesidir⁷. Türkiye’de ise Facebook’un, en popüler sosyal ağ olmakla birlikte, 2014’ün ikinci çeyreğinde İnternet kullanıcıları arasında kullanım yoğunluğu değeri %94 olarak belirtilmiştir⁸. Türkiye’deki aylık aktif Facebook kullanıcı sayısı ise Aralık 2013 rakamlarına göre 34 milyona ulaşmıştır⁹.

“Sadece belirli bir ülke ile sınırlı kalmayan, kullanım alanları giderek küresel bir nitelik kazanan sosyal paylaşım sitelerinin Türkiye’de en tanınmış ve en çok kullanılanı Facebook’tur (Göker vd., 2010: 185)”. Facebook’un kısa sürede bu kadar büyük bir başarıya ulaşması, onun, günlük yaşamda insanların iletişim tercihlerine şekil veren bir araç haline gelmesini sağlamıştır. Facebook’la birlikte yıllardır görüşülmeyen tanıdıklar bile insanların bir profil uzağında sunulan bilgi kaynağı haline gelmiştir. Özellikle de mobil cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte günlük yaşamı neredeyse sosyal ağlarla eş zamanlı olarak yaşamak mümkün olmaya başlamıştır.

⁶ <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> (Erişim tarihi: 30.12.2014)

⁷ <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com> (Erişim tarihi: 30.12.2014)

⁸ <http://www.statista.com/statistics/284503/turkey-social-network-penetration/> (Erişim tarihi: 30.12.2014)

⁹ <http://www.campaigntr.com/2014/02/20/68209/facebook-turkiye-rakamlarini-acikladi/> (Erişim tarihi: 02.01.2015)

Daha önce bilgisayarlar sayesinde farklı sosyal ağlarda sıklıkla kullanılabilen bu yeni temsil sistemi, taşınabilir iletişim aygıtlarıyla birlikte zaman ve mekan sınırlılıklarından kurtulmuş, “her zaman, her yerde bağlanabilme” ve “sanal olarak ağ üzerinde mevcudiyetini sürdürebilmeye” dönüşmüştür. Ekran bu temsil sisteminin en önemli ögesi olarak çift yönlü işlev gören bir aygıt konumundadır. (Altunay, 2012: 18)

Kendinden önceki “kullanıcı” ve “sanal kimlik” kavramlarının aksine Facebook, kullanıcıları gerçek kimlikleriyle ve gerçek hayatlarının paralelinde bir iletişim yoluyla buluşturması açısından beklenmedik bir başarı sağlamıştır. İnsanlar kendi kimliklerine kendi istekleri doğrultusunda şekil verebilir ve bunu istedikleri şekilde, istedikleri kişilere sunabilir olmuşlardır.

İnternet üzerinde yaratılan topluluk duygusu büyük ölçüde o anda gerçekleştirilen tesadüfi aktivitelere dayanmaktadır. İnternet üzerinde bizim gibi diğer insanların var olduğu duygusunu hissederiz. İnternet bize, biz ve onlar arasında ortak bir etkinliğin paylaşıldığı bir bağlanmışlık duygusu vermektedir ancak bu amaçsız bir bağlılıktır. Amaçsız bağlılık, İnternet topluluğunu diğer topluluktan ayırt eden iyi ya da kötü bir özellik olarak algılanmamalıdır. (Timisi, 2003: 161)

Rheingold (2000) İnternet’teki ağlardan “sanal topluluklar” olarak bahseder ve onları ‘siberuzamdaki bireysel ilişkiler ağı’ olarak tanımlar. Castells (2013: 479) sanal cemaatlerin gerçek cemaatlerle olan ilişkisini sorgulamaktadır ve bunu, “cemaattirler, ama fiziksel değildirler; fiziksel cemaatlerin izlediği etkileşim ve iletişim kalıplarını izlemezler. Ancak ‘gerçekdışı’ değildirler, farklı bir gerçeklik düzleminde işlerler” diyerek açıklamaktadır.

Facebook temelinde baktığımız zaman bugünkü sanal topluluklar genellikle fiziksel tanışıklıklar üzerine kurulmuş olarak değerlendirilebilir. Bu da yeni bir toplum anlayışını beraberinde getirmektedir.

Şehirleşme ile kaybolmaya yüz tutmuş olan organik yöresel cemaatlere benzeyen, ancak bu defa ortak ilgi alanları ekseninde online mecralarda toplanan yeni insan grupları (dijital kabiller) türemiş ve insanoğlu aidiyet ve kimlik arayışına yanıt verebilecek yeni sosyal oluşumlar keşfetmiştir. Modern şehir hayatının hızına uygun, fiziksel ve zamansal özgürlüğe sahip olan bu gruplar, dijital mecraların çoklu etkileşim imkânlarının artmasıyla son derece işlevsel hale gelmiştir. Bugün yeni nesiller Facebook'suz ve Google'sız nasıl varolabileceklerini, gerçekliklerini nasıl organize edebileceklerini, kendilerini nasıl ifade edebileceklerini, imajlarını nasıl yönetebileceklerini, hatta ilişkilerine nasıl hayat verebileceklerini bilmiyorlar bile. (Varnalı, 2012: 20)

Bahsedilen bu yeni alışkanlıklarımız, kimlik temsilinden mahremiyete, birtakım yeni tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

2.3.2. Facebook'ta kimlik temsili

Facebook günlük yaşamın içine dahil oldukça güçlenen bir yapıya kavuşmuştur. Genel olarak sosyal paylaşım ağları, kullanıcıların kendi kimliklerini yansıtan birer profil oluşturmasıyla kullanılmaya başlar. Facebook'ta da süreç bu şekilde işlemektedir. Facebook'ta kullanıcılar, kendi izleyicilerini ve bu izleyicilerle paylaşacakları veri miktarını kendileri seçerler. Facebook, kişisel bilgilerden fotoğraf paylaşımına kadar kullanıcıların kendi kimliklerini oluşturmasına olanak sağlamaktadır. Anonim ortamlarda bireylerin istedikleri gibi kimlik üretmeleri mümkündür. Ancak Facebook, kuralları itibarıyla da gerçek kimlik gerektiren bir sosyal ağ olduğundan, burada daha çok üzerinde durulması gereken, kişilerin kendi gerçek kimlikleri ve onların sunulma biçimleridir. Bir anlamda Facebook'la birlikte sosyal paylaşım ağlarındaki anonimliğin son bulduğunu söylemek mümkündür.

Gregory P. Stone'a göre kimlik üretimi kamusal bir süreçtir ve iki boyutu vardır: Bunlardan ilki "kimlik duyurusu", diğeri ise "kimlik atamasıdır". "Kimlik duyurusu", kişinin kendi kimliğini yansıttığı süreci; "kimlik ataması" ise, diğerk kişilerin kimlik duyurusunu yapan kişi ile ilgili olarak

geliştirdikleri düşünceleri ifade etmektedir. Kişiler, diğer kişilerle karşılaştıkları her alanda kimlik üretim sürecine girerler. (Toprak vd., 2009: 103)

Facebook kullanıcılarına, geçmişten ve günümüzden tanıdıkları ve tanımadıkları kişilerle iletişim kurarak kendi sosyal çevrelerini yeniden oluşturma şansı tanır. Bunu yaparken de kullanıcılardan fotoğraflarını, ilgi alanlarını, buldukları yerleri ve hatta siyasi düşüncelerini paylaşarak kendi kimliklerini yansıtmalarını ister. Bu da aslında yukarıda belirtilen kimlik üretim sürecinin her iki aşamasının da planlanarak oluşturulması olarak yorumlanabilir.

Sonuçta Facebook, insanların birbirlerini takip ederek neler yaptıklarını, ne düşündüklerini ve genel olarak nasıl olduklarını anlamaya çalıştıkları bir ortamdır ve temel işlevi kimlik üretimi üzerine kurulmuştur. Bu bağlamda Goffman'ın söylediklerine bakmakta yarar vardır.

İnsanlar buldukları ortama yeni birisi girdiği zaman genelde o kişi hakkında bilgi edinme ya da hali hazırda sahip oldukları bilgileri kullanma çabası içine girerler. En merak edilenler o kişinin genel toplumsal ve iktisadi durumu, kendini nasıl gördüğü, çevresine karşı takındığı tavır, işinde usta olup olmadığı ve güvenilir olup olmadığı gibi konulardır. Bu bilgilerin bir kısmı sırf iş olsun diye toplanmış gibi görünse de genelde bu merakın gayet pratik nedenleri vardır. Söz konusu kişi hakkındaki bu bilgiler gözlemcilerin kendilerinden ne beklendiği ve kendilerinin karşılarındaki insandan ne bekleyebilecekleri üzerine bir ön bilgi sağlayarak durumun tanımını yapmalarına olanak verir. Bu şekilde bilgilenmek söz konusu kişiden istenen tepkilerin en iyi nasıl alınabileceğinin görülebilmesi açısından yararlıdır. (Goffman, 2009: 15)

Goffman, bireylerin davranışlarındaki birçok faktörü kendilerinin dışarıdan algılanmayı istedikleri şekillerde geliştirdikleri bir sahne performansı olarak değerlendirmektedir. Bu her zaman bilinçli bir şekilde gelişmek zorunda da değildir. Sosyal şartların bireyi etkileyiş şekilleri de sahne performansı olarak yorumlanabilmektedir.

Bu noktada, kamusal ve özel alanın birbirine girdiği çevrimiçi ortamda ise bulunduğumuz ortamı seçebilir ve ortamın gerektirdiği bağlamsal faktörleri kendimiz dönüştürebiliriz. Bununla birlikte, içinde bulunduğumuz dijital ortam benlik sunumumuzu etkileyerek sınırlarını oluşturur. Aslında ön sahne, dijital benliğimiz, hiçbir zaman tam olarak bize tekabül etmez, çünkü gerçekte o anda ekranın karşısında oturan insanlarızdır. Bu bağlamda, bankaların İnternet şubelerini kullanırken taşıdığımız dijital kimliğimiz ile sanal bir sohbet odasında sergilediğimiz dijital kimliğimiz birbirinden çok farklılık gösterecektir. Bu sebeple, bu iki farklı bağlam kimliğimizin iki farklı sürümünü üretmesinden daha çok iki farklı kimliğin üretildiğini bize düşündürebilir. (Boz, 2012: 37)

Sosyal ağlardaki kimlik üretimi sürecinde, izleyicilerin beklentileri karşılama amacı da kimliğin şekillenmesini etkileyen bir faktördür. Facebook profil biçimleri kurulduğu dönemden günümüze biçimsel olarak sürekli değişiklik göstermiştir. Günümüzdeki profil biçiminde Facebook, kullanıcılarına kendi profillerine başkalarının gözünden bakabilme özelliği sunmaktadır. Aslında bu özellik pratik anlamda, uygulanan gizlilik ayarlarının istenen şekilde olup olmadığını değerlendirme amacı taşır. Ancak bu noktada, oluşturulan profil izleyici gözünden değerlendirilirken bir bakıma da benliğin sunumunun istendik biçimde gerçekleşip gerçekleşmediğini de sorgulama şansı ortaya çıkmaktadır. Böylece kimlik inşa sürecine yeni bir parça eklenirken, Facebook'un kullanım yoğunluğu da artmış olur.

2.3.3. Facebook'ta mahremiyet

Mahremiyeti tanımlamak ve mahremiyetin gerekliliğini tartışmak gerçekten zordur. Bu konunun tartışırken, mahremiyetin aslında kişisel bilgileri kontrol altında tutmak olduğunu söylenmektedir:

Bloğumda Mark Zuckerberg'in fikirlerini tekrarlayarak, asıl meselenin mahremiyet değil, kontrol olduğunu yazmıştım: Bilgilerimizin ve kimliklerimizin kontrolü. Kulağa derli toplu geliyor. Ama mahremiyet derli

toplular değildir. Ne için sadece kendimize ait fikirlerimiz denir? Bilgilerimiz söylediklerimiz mi, yaptıklarımız mı, satın aldıklarımız mı ya da ürettiklerimiz mi? Nereye gittiğimize ya da kimi tanıdığımızı dair bilgiler mi? Bizim bilgilerimiz diğer insanların bilgileriyle birleştiğinde, ortaya çıkan sonuç kime ait olur, kalabalığa mı, her birimize mi? Neden bilgi mahremdir? (...) Mahremiyet, evlerimizde, işlerimizde ve topluluklarımızda farklı anlamlara gelmiyor mu? Sizin mahremiyetiniz benim mahremiyetim değil. Öyleyse nasıl tek bir tanımımız olabilir? (Jarvis, 2012: 119)

Mahremiyetle ilgili sorular sosyal temsiller ve etkileşimlerden doğmaktadır ve kamusal ve özel sosyal etkileşimler olarak ikiye ayrılarak incelenmelidir (Tüfekçi, 2008). Bu noktada Altman'ın mahremiyetle ilgili söyledikleri önem taşımaktadır. Altman (1977) mahremiyeti, bir tür bireylerarası sınır kontrolü süreci olarak görmektedir. Altman'ın mahremiyetiyle genel mahremiyet algısı arasındaki en önemli fark, Altman'ın hayatta başkalarının benliğine ulaşabilmesi için ideal bir seviye olduğunu savunmasıdır (Tüfekçi, 2008: 21).

Yoğun nüfus ve kentleşmeyle birlikte anonim bireylerin bir aradalığının oluşturduğu modern toplumda, mensubu buldukları toplumsal gruba göre tanımladıkları geleneksel toplum yapısındaki tersine, bireyler, bir yandan kendi başlarına bir değer haline alırlarken, bir yandan da üretimde, tüketimde rekabeti ve bireyciliği getirmiş olan ve toplumdaki tüm bireyleri kendine eklemek arzusu taşıyan kapitalizmin ekonomik, yine onların her birini tanımak, bilmek isteyen devletlerin güvenlik kaygıları neticesinde ve büyük bir hızla gelişen teknolojinin bu anlamdaki nimetleriyle oluşturulan enternasyonal bir denetim, gözetim ağının hedefi konumuna gelmişlerdir. (Toprak, 2009: 142)

Bu noktada mahremiyetin gözetimle yakın ilişkiler içerisinde olduğu söylenebilmektedir. “Bir durum, konu ya da birey hakkında sahip olunan bilgi, yine bu durum, konu ya da birey üzerinde söz hakkını da ardı sıra getirir (Toprak, 2009: 143)”. Bir kimsenin gizli tutmak istediği bir bilgi kişinin isteği dışında elde edildiğinde, bu durumu hem mahremiyet ihlali, hem de gözetim olarak değerlendirmek mümkündür.

Mahremiyetten gözetime geldiğimizde, başladığımız yere dönerek Panopticon ve Big Brother örneklerini hatırlamamız gerekmektedir. Daha önce bu örneklerde de açıklandığı gibi, bireyin rızası dışında gerçekleşen bir gözetim söz konusudur ve bunun çok açık bir mahremiyet ihlali olduğundan şüphe edilemez. Bunu Facebook açısından düşünecek olursak, Facebook'taki bilgilerin yeterince korunmadığı durumlarda ya da Facebook'un bu bilgileri kullanmak istemesi durumunda Panopticon'un sosyal paylaşım ağlarındaki şekliyle karşı karşıya kalıyoruz.

Ancak Facebook'taki mahremiyetle ilgili farklı sayılabilecek bir durum ise, kullanıcıların da başkalarını gözetlemeleri ve başkaları tarafından gözetlenmek istemeleri durumudur. "Bireyler artık birilerini gözetlemek için onları gizlice takip etmek gibi eski yöntemlere başvurmak durumunda da değillerdir. Çünkü gizlenmek, artık ne eskisi kadar kolaydır ne de istenesidir (Toprak, 2009: 162)". Daha önce bahsettiğimiz Goffman'ın benliğin sunumu kavramı da aslında bu ifşa isteğiyle örtüşmektedir.

Bu durumda Facebook'ta mahremiyet ve ifşa isteği arasında bir çelişkiye rastlıyoruz. Buradaki sorun aslında Facebook kullanımının temelde kullanıcıların hedef kitlelerine göstermek istedikleri bilgiyi ifşa etmesi üzerine kurulu olmasıdır. Ancak Facebook'la ilgili yapılan çalışmalarda en çok tartışılan konu, kullanıcıların gizlilik ayarlarını yeterince etkin kullanmamaları ve dahası önemsememeleriyle ilgilidir. Tüm bunların üzerine buradaki tek sorun kişisel verilere başkalarının erişebilmesi değildir. Facebook'un bu verileri nasıl koruduğu da geniş bir tartışma konusu olagelmıştır.

Bireyin, özel yaşamının ne kadarını çevreye açacağına oran ve şekline kendi iradesi ile karar vermesi gerekmektedir. Özellikle, kişinin cinsel yaşamı ve cinsel tercihleri, dinsel tercihleri, etnik kökeni, sağlık bilgileri vb. konular hassas verilerdir ve özel korumayı hak ederler. (Binark ve Bayraktutan, 2013: 57-58)

Facebook Eylül 2006'da ilk kez News Feed'i tanıtmıştır. News Feed kullanıcının listesinde ekli olan arkadaşlarının Facebook üzerindeki eylemlerini görünür kılan bir uygulamaydı. Buradaki sorun, ilk haliyle bu eylemlerin herkese açık olarak görünüyör

olmasıydı. Bu durum Facebook açısından büyük bir olumsuzluk yaratmıştı. İnsanlar mahremiyetlerinin ihlal edildiğini düşünmeye başlamışlardı ve Facebook bu konuyla ilgili gizlilik ayarlarındaki yeni yapılandırmaları kullanıcılara sundu (Debatin vd., 2009: 85). O zamandan günümüze, Facebook'taki her uygulama değişikliğinde mahremiyet sorunları konuşulur hale gelmiştir.

Facebook'un mahremiyetle ilgili sorunları maalesef bunlarla sınırlı değildir. Facebook'un bazı istihbarat ajansları ve devlet kurumlarıyla ortak çalışarak kullanıcıların bilgilerini sızdırdığı söylentisi yayılmıştır (Debatin vd., 2009: 85). Bununla birlikte Facebook'un veri trafiği, reklam ve birtakım farklı niyetlerle veri topladığı ve üçüncü partilere pazarladığı da eleştirilere sebep olan bir başka konudur.

Kişisel verilere yönelik tehdit kaynakları, devlet temelli, çeşitli grupların girişimleri temelinde veya özel şirketlerin çıkarları temelli ortaya çıkabilir. Kişisel verilerin korunması, kişilere ilişkin verilerin toplanmasını, saklanmasını, kullanılmasını ve veri eşleştirmeden oluşan veri işleme sürecinin tüm aşamalarını kapsar. (Binark ve Bayraktutan, 2013: 73)

Tüm bunlar da Facebook'un güvenilir olmayan bir imaj çizmesine ve mahremiyet etiğinin sorgulanmasına sebep olmuştur.

2.3.4. Facebook ve otosansür davranışlarıyla ilgili yapılan çalışmalar

Facebook'ta otosansürle ilgili daha önce yapılan araştırmalardan en önemlisi Das ve Kramer'in *Self-Censorship on Facebook* (2013) adlı çalışmasıdır. Bu çalışma Facebook tarafından, Facebook'ta otosansür olup olmadığını araştırmak amacıyla yaptırılmıştır. 3.9 milyon kullanıcının 17 günlük davranışları incelenmiş ve bu süre içinde son dakikada paylaşım yapmaktan vazgeçen kullanıcıların verileri toplanmıştır. Buna göre, Facebook kullanıcıların %71'i otosansür uygulamaktadır.

Das ve Kramer (2013), yüz yüze iletişimden farklı olarak sosyal medyada, ifade edilmek istenen bir düşünce yazılıp değerlendirildikten sonra, kullanıcının bu yazılanları filtreme şansı olduğunu söylemektedir. Kullanıcıların ifade etmek istedikleri bir düşüncüyü

oluşturup, paylaşmadan önce yok etmeleri, “son dakika otosansürü” olarak değerlendirilmiştir. Das ve Kramer (2013: 120) bu davranışın normal otosansür olarak da değerlendirilebileceğini, fakat son dakika otosansürün sadece sosyal paylaşım ağlarına özgü bir davranış olduğunu belirtmektedir.

Söz konusu çalışmaya göre son dakika otosansürü olarak tanımlanan davranış neredeyse tüm kullanıcılarda gözlenmektedir. Buradaki en önemli noktalardan biri yeni paylaşımların, yorumlara göre daha fazla sansüre uğramasıdır. Das ve Kramer bunu, yeni paylaşımların yeni tartışmalara yol açmasının çok daha kolay olmasıyla yorumlamaktadırlar. Aynı zamanda araştırmacılar, kullanıcıların paylaşımlarını görecektir olan kitlenin belirsizliğinin otosansür davranışını arttırdığını söylemektedir (2013: 125). Gizlilik ayarları ve hedef kitle kontrolüne rağmen otosansür davranışının gözlemlendiği belirtilmiştir (2013: 126).

Facebook’taki otosansürle doğrudan alakalı bir diğer çalışma ise Sleeper vd.’nin, *The Post that Wasn’t: Exploring Self-Censorship on Facebook* (2013) isimli çalışmalarıdır. Bu çalışmada da kullanıcıların otosansür uygulama nedenlerini ortaya koymak adına 18 Facebook kullanıcısını içeren bir nitel çalışma yapılmıştır.

Sleeper vd.’ye göre sosyal paylaşım ağlarında kullanıcılar, kiminle ne gibi bilgileri paylaşacaklarını seçebilirler. Kullanıcıların otosansür davranışlarının altında mahremiyetten, pişman olmak istemeyecekleri sonuçları önlemeye kadar birçok farklı sebep olabilir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre kullanıcılar genelde nasıl görüneceklerine dikkat ettikleri için ve doğabilecek birtakım tartışmaları engellemek adına otosansür uygulamaktadırlar.

Sleeper vd.’ye göre Facebook kullanıcıları genelde gizlilik ayarlarını etkin düzeyde kullanmak yerine paylaşım yapmamayı tercih etmektedir. Hedef kitle tercih aracı kullananların sayısı düşük düzeyde kalmıştır. Yine araştırmanın sonucunda belirtildiğine göre bazı kullanıcılar Facebook’un gizlilik politikasına güvenmediklerini belirtmişlerdir. En çok otosansürün, politik paylaşımlar, kişisel görüşler ve eğlence konularında ortaya çıktığı saptanmıştır. Burada da yine başkaları tarafından algılanış şeklinin önemsenmesi görülmektedir.

Direkt otosansürle alakalı olmasa da, sosyal paylaşım ağlarındaki gizlilik ve mahremiyet konusunda yapılan bir başka önemli çalışma da Zeynep Tüfekçi'nin *Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites* (2008) adlı çalışmasıdır.

Bir diğer araştırma ise Debatin vd.'nin *Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences* (2009) adlı çalışmasıdır. Bu çalışma Facebook'la ilgili gizlilik ve güvenlik tartışmalarını detaylı bir biçimde ortaya koyması bakımından önemlidir.

Son olarak, Hayes vd.'nin *Willingness to Self-Censor: A Construct and Measurement Tool for Public Opinion Research* (2005a) adlı çalışması, otosansürün billimsel bir temele oturtulmasını sağlaması bakımından önemlidir.

Türkiye'de doğrudan sosyal medyadaki otosansürü inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır. Sansür konusunun ise genellikle basın ve sinemayla bağlantılı olarak ele alındığı gözlenmektedir. Son yıllarda Türkiye'de beliren İnternet düzenlemeleriyle birlikte İnternet sansürü ve ifade özgürlüğü konuları çalışılmaya başlanmıştır. Bunlardan en önemlisi Akdeniz ve Altıparmak'ın (2008) *İnternet: Girilmesi Tehlikeli ve Yasaktır Türkiye'de İnternet İçerik Düzenlemesi ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme* isimli çalışmalarıdır. Bu çalışma 5651 sayılı kanunun detaylı bir incelemesini ortaya koymakta ve erişim yasaklarının boyutunu incelemektedir.

Bir diğer önemli çalışma ise Köse ve Özen'in (2010) *İnternet'te Sansür Üzerine Bir Değerlendirme* adlı çalışmasıdır. Bu çalışmada da 5651 sayılı kanuna geniş yer verilmekte ama aynı zamanda İnternet sansürünün tarihçesine de yer verilmektedir.

Bunlara ek olarak, Tunç'un (2013) *Freedom of expression debates in Turkey: Acute problems and new hopes* adlı makalesi gösterilebilir. Bu makale Türkiye'deki basın ve ifade özgürlüğü konusunu ele almakta ve son yıllarda gelişen baskı unsurlarını inceleyerek Gezi Parkı protestolarına da yer vermektedir.

İnternetteki güvenlik ve gizlilik tartışmalarıyla ilgili de bilişim suçları, özel hayatın gizliliği ve anonimlik gibi konuların çalışıldığını görüyoruz. Çalıcı'nın (2011) *Sosyal Ağlarda Suç Farkındalığı: Facebook Örneği* adlı çalışması, siber suç kavramının açıklayarak sosyal medyada suç sayılabilecek davranışları ortaya koymakta ve bunları Facebook örneğiyle incelemektedir.

Bedir'in (2012) *Siber Alanda Güvenliğin "Technophobia" Üzerinden İnşası: Türkiye'de Güvenli İnternet* adlı çalışması korku söylemi üzerinde durmakta ve siber alandaki güvenliği sağlama çalışmalarında, yine, 5651 sayılı kanun ve "technophobia" konusunu incelemektedir.

Kimlik ve gizlilik konusunda anonimlik ve özel hayat kavramları karşımıza çıkmaktadır. Aslan'ın (2012) *Anonimlik Deneyimi Ve Sosyal Medya Etkisi* adlı çalışması anonimlik kavramını detaylı bir şekilde incelemekte ve bu kavramın sosyal medyada ortaya çıkış biçimini ele almaktadır. Kalaman'ın (2011) *İnternette özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesi: Facebook* adlı çalışması da İnternet'in özel hayata ne düzeyde müdahale ettiğini ve Facebook'un gizlilik sorunlarını ortaya koyması bakımından önemlidir.

3. Yöntem

Bu bölümde araştırma modeli, katılımcılara dair genel bilgiler ve verilerin toplanması ile çözümüne ilgili bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu çalışmanın amacı Facebook kullanıcılarının otosansür eğilimini ortaya çıkarmak ve bu otosansür davranışını ortaya çıkış sebepleriyle birlikte incelemektir. “Tarama modelleri geçmişte ya da hala varolan bir durumu varolduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır (Karasar, 2014: 77)”. Çalışmanın amaçları doğrultusunda otosansür davranışları var olduğu şekilde betimlenmek istendiğinden bu çalışmaya tarama modeli uygundur. Bunlar içerisinde de genel tarama modeli uygundur. “Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Karasar, 2014: 79)”.

Çalışma aynı zamanda betimsel bir araştırmadır. Bu tür araştırmalarda “anket veya görüşme yoluyla sayısal veriler toplanır ve sorulara verilen cevapların dağılımını betimlemek amacıyla istatistiksel olarak analiz edilir (Creswell, 2005: 354)”. Bu yolla, “bir olgunun ya da evrenin karakteristik özelliklerinin betimlenmesi amaçlanmaktadır (Shield ve Rangarjan, 2013: 71)”.

3.2. Katılımcılar

Anketin katılımcılarını Facebook kullanıcıları oluşturmaktadır. Bu katılımcılar toplam 577 kişidir. Anket Facebook üzerinden paylaşılmış ve viral dağıtım yoluyla kullanıcılara ulaşılmıştır.

Görüşmeye geçilirken, görüşme yapılacak katılımcıların anket katılımcılarıyla benzerlik taşımasına özen gösterilmiştir. Bu bağlamda anket katılımcılarının yaş ve meslek bilgileri dikkate alınarak yeni bir örneklem oluşturulmuştur. Bu örneklem, görüşme yapmayı kabul eden iki öğrenci, iki akademisyen, iki doktor, bir oyuncu, bir asker, bir gazeteci, bir

öğretmen ve bir kuaför olmak üzere toplam 11 kişiden oluşmaktadır. 11 katılımcının 8'iyle yüz yüze görüşülmüş, 3'üyle ise şehir dışında olmaları sebebiyle telefon ve Skype görüşmesi gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların cinsiyet dağılımı Tablo 1.'de görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyet bilgileri

	f	%
Erkek	257	44.5
Kadın	320	55.5
Toplam	577	100.0

577 katılımcının 320'si kadın, 257'si ise erkek kullanıcılardan oluşmaktadır.

Katılımcıların yaş bilgileri Tablo 2.'de görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların yaş bilgileri

	f	%
17-25	234	40,6
26-34	214	37
35-43	79	13,7
44-52	33	5.6
53-62	16	2,8
Toplam	576	99.8
Toplam	577	100.0

Tablo 2.'ye göre anketi dolduran katılımcıların en küçüğü 17, en büyüğü ise 62 yaşındadır. 577 katılımcıdan sadece biri yaş bilgisini eksik doldurmuştur. Buna göre, katılımcıların en yoğun yaş aralığının %41 ile 17-25 yaş arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %37'si 26-34 yaş, %14'ü 35-43 yaş, %6'sı 44-52 yaş ve %3'ü 53-62 yaş aralığında yer almaktadır. Daha ileri yaş düzeyindeki her grupta katılımcı sayısının

azaldığı görülmektedir. Buna göre en büyük grup en genç grupken, en küçük grup en yaşlı gruptur.

Katılımcıların eğitim durumlarıyla ilgili veriler Tablo 3.'te görülmektedir.

Tablo 3. Eğitim durumları

	f	%
Doktora	41	7.1
Lise	146	25.3
Önlisans/Lisans	277	48.0
Ortaokul	4	.7
İlkokul	1	.2
Yüksek Lisans	108	18.7
Toplam	577	100.0

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde (Tablo 3.) en büyük oranı %48 ile önlisans/lisans mezunlarının oluşturduğu görülmektedir. Lise mezunları %25, yüksek lisans mezunları %19, doktora mezunları ise %7'dir. İlkokul ve ortaokul mezunlarının toplamı katılımcıların sadece %0.9'unu oluşturmaktadır.

Katılımcıların meslek dağılımlarıyla ilgili bilgiler Tablo 4.'te görülmektedir.

Tablo 4. Mesleklere göre frekans tablosu.

	f	%
Akademisyen	83	14,4
Beyaz yakalı/Medya çalışanı	109	18,9
İşsiz/Diğer	20	3,5
Hukukçu/Serbest	30	5,2
Ev hanımı	12	2,1
Kamu çalışanı/Emekli	29	5
Mühendis/Sağlık çalışanı	56	9,7
Öğrenci	160	27,8
Öğretmen	38	6,6
Sanatçı/Tasarımcı	38	6,6
Toplam	576	100,0

Bu tabloya göre katılımcıların %28'inin öğrenci, %14'ünün akademisyen, %12'si beyaz yakalı, %7'si öğretmen, %7'si mühendis, %7'si sanatçı/tasarımcı, %6'sı medya çalışanı, %4'ü esnaf/serbest meslek, %3'ü kamu çalışanı, %3'ü sağlık çalışanı, %2'si ev hanımı, %2'si işsiz, %2'si emekli, %1'i hukukçu ve %1'i ise “diğer” olarak kaydedilmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak, alanyazın taraması, çevrimiçi anket ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemleri kullanılmıştır.

Facebook kullanım alışkanlıklarıyla ilgili hazırlanan çevrimiçi anket (Ek 1.), kullanıcıların demografik özelliklerini yansıtan sorular, kullanıcıların Facebook kullanımlarıyla ilgili sorular ve iki ölçekten oluşmaktadır. Bu ölçeklerden ilki Facebook üzerinde otosansür eğilimini ölçmek amacıyla otosansüre eğilim ölçeğinden (Hayes vd., 2005) Türkçeye çevrilmiş ve Facebook için uyarlanmıştır. “Oto-sansüre eğilim ölçeği, önceki sessizlik sarmalı modellerine ek olarak geliştirilmiş ve kutuplaşmış politik ortamın yarattığı tartışmalı konularla ilgili fikirlerin bastırılmasını incelemektedir (Filak vd., 2009: 368)”.

Facebook güven ölçeği ise daha önce yapılan bir çalışmada (Kalaman, 2011) kullanıcıların Facebook'a ne oranda güvendiklerini anlamaya yönelik olarak sorulan sorulardan sadeleştirilmiş ve uyarlanmıştır.

Geçerlik çalışması için, doktora derecesine sahip ve alanda uzman olan üç kişiden görüş alınarak bazı ifadeler güncellenmiş ve çevirideki gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ankete son hali verildikten sonra pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulamaya, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü'nün 1. ve 4. sınıflarındaki Facebook kullanıcısı olan 55 öğrenci katılım sağlamıştır.

“Çevrimiçi anket, çeşitli kullanımları olabilen, İnternet dolayımıyla ve onun imkânlarıyla araştırma yapmaya yardımcı bir araştırma tekniğidir (Mert, 2014: 94)” ve Facebook kullanıcılarına Facebook üzerinden ulaşma imkânı sağladığı için tercih edilmiştir. Hazırlanan sorular Google Documents üzerinden çevrimiçi ankete dönüştürülmüştür. Anketin yalnızca Facebook hesabı olan İnternet kullanıcılarını hedeflemesi nedeniyle Facebook üzerinden Google linki paylaşılarak viral dağıtımı gerçekleştirilmiştir. Bu dağıtım yoluyla anket, 22.11.2014 - 06.12.2014 tarihleri arasında 577 Facebook kullanıcısı tarafından cevaplanmıştır.

Otosansüre eğilim ölçeğinin (Hayes vd., 2005) güvenilirlik analizi sonuçlarına göre Cronbach Alfa ile hesaplanan iç tutarlık katsayısı $\alpha=0.78$ olarak bulunmuştur. Facebook güven ölçeğinin (Kalaman, 2011) Cronbach Alfa ile hesaplanan iç tutarlık katsayısı ise $\alpha=0.73$ olarak bulunmuştur.

Anket yoluyla verilerin toplanmasının ardından yarı yapılandırılmış görüşme için görüşme soruları hazırlanmıştır (Ek 4.). “Görüşme, bireylerin, çeşitli konulardaki bilgi düşünce, tutum ve davranışları ile bunun olası nedenlerinin öğrenilmesinde en kestirme yol olarak kullanılagelmiştir (Karasar, 2014: 166)”. “Görüşme yoluyla deneyimler, tutumlar, düşünceler, niyetler, yorumlar, zihinsel algılar ve tepkiler gibi gözlenemeyeni anlamaya çalışırız (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 93)”.

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. “Bu görüşme türünde “hazırlanan sorular görüşülen kişilere aynı sırayla sorulur, ancak görüşmeci, görüşmenin

yapıldığı kişiye gerektiğinde açıklamalar yapabilmekte ve bir sorunun yanıtını başka bir sorunun yanıtı içinde aldığıında o soruyu sormayabilmektedir (Ünal, 2007: 71)”. Bu esnek yapının yanı sıra belli bir yapılandırma da gerekmektedir. Yapılandırılmış görüşmede amaç, görüşülen bireylerin verdikleri bilgiler arasındaki paralelliği ve farklılığı saptamak ve buna göre karşılaştırmalar yapmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 148)”.

Görüşme sorularının geçerliği için yine alan uzmanı üç kişinin görüşü alınmış ve bu sorular bir pilot görüşme yapılarak denenmiştir. Pilot görüşmeden sonra herhangi bir değişiklik ihtiyacı duyulmadığından bu görüşme örnekleme eklenmiştir. Bununla birlikte görüşmeci ve katılımcılar arasında araştırma kapsamında verilen sözlerin tutulacağına dair karşılıklı sözleşme imzalanmıştır. Görüşme kılavuzu ve görüşme sözleşmesi sırasıyla Ek 2. ve Ek 3.’te görülmektedir.

Görüşmeler 09.12.2014 - 16.12.2014 tarihleri arasında katılımcılardan randevu almak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin tarih, saat ve konum bilgilerini içeren görüşme takvimi Tablo 5.’te görülmektedir.

Tablo 5. Görüşme Takvimi

Görüşme No	Tarih	Saat	Yer	Süre
Görüşme No 1	9 Aralık 2014	11.00	Katılımcının ofisi	15,47 dk.
Görüşme No 2	10 Aralık 2014	11.00	Toplantı salonu	21,47 dk.
Görüşme No 3	10 Aralık 2014	15.15	Görüşmecinin ofisi	25,23 dk.
Görüşme No 4	11 Aralık 2014	16.00	Katılımcının muayenehanesi	11,45 dk.
Görüşme No 5	12 Aralık 2014	13.00	Katılımcının ofisi	14,11 dk.
Görüşme No 6	14 Aralık 2014	15.45	Skype görüşmesi	30,52 dk.
Görüşme No 7	14 Aralık 2014	17.00	Tiyatro kulisi	14,14 dk.
Görüşme No 8	15 Aralık 2014	15.15	Görüşmecinin ofisi	27,54 dk.
Görüşme No 9	15 Aralık 2014	22.35	Telefon görüşmesi	28,03 dk.

Görüşme No 10	15 Aralık 2014	23.30	Telefon görüşmesi	32,15 dk.
Görüşme No 11	16 Aralık 2014	12.00	Kuaför Salonu	8,44 dk.

Görüşmeler esnasında katılımcıların izniyle ses kaydı yapılmıştır. 11 görüşme sonucunda toplamda 3 saat, 51 dakika, 5 saniyelik ses kaydı elde edilmiştir. Her bir görüşme sonrasında ses kayıtları yazıya dökülerek belgelenmiştir.

3.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Araştırma verilerinin analizi sürecinde betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Betimsel analiz yaklaşımına göre, “elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256)”. Betimsel analiz süreci şekilde işlemektedir:

Veri analiz sürecinin betimleme aşamasında, toplanan verilerin neler söylediği ve hangi sonuçları ortaya koyduğu gösterilir. Görüşülen bireylerin ne söyledikleri betimleme aşamasında belirlenmektedir. Araştırmacı bu aşamada; okuyucuya, verilere ilişkin ilk elden bilgi sunar. Betimleme aşamasında “ne” sorusuna yanıt aranır. Analiz aşamasında; veri setinde doğrudan görülmeyen, ancak kodlama ve sınıflama yapılarak ortaya çıkan temalar ve veriler arasında anlamlı ilişkiler kurulur. “Neden” ve “nasıl” sorularına yanıt aranır. Yorumlama aşamasında ise söylenenlerin ne anlama geldiği sorusuna yanıt aranır. (Ünal, 2007: 74)

Anket yoluyla toplanan veriler, SPSS 17.0 paket programına aktarılmış, merkezi dağılım ve genel istatistik verileri tabloleştirilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme verileri de ankette olduğu gibi betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu doğrultuda betimsel analiz yönteminin dört aşamasına uyularak betimsel analiz için bir çerçeve oluşturulmuş, tematik çerçeveye göre veriler işlenmiş, bulgular tanımlanmış ve son olarak da bulgular yorumlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256).

4. Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu bölümünde, anket ve görüşme sonucunda elde edilen bulguların yorumlanarak sunulmaktadır.

4.1. Katılımcıların Facebook Kullanım Alışkanlıkları

Katılımcıların ne kadar zamandır Facebook kullandığıyla ilgili veriler Tablo 6.'da yer almaktadır.

Tablo 6. Facebook'a üyelik süresi

	f	%
1 yıl veya daha az	8	1.4
2 yıl	18	3.1
3 yıl	25	4.3
4 yıl	45	7.8
5 yıl	83	14.4
6 yıl	128	22.2
7 yıl	168	29.1
8 yıl	64	11.1
9 yıl	11	1.9
10 yıl	27	4.7
Toplam	577	100.0

Buna göre; katılımcıların %29'u 7 yıldır, %22'si 6 yıldır, %14'ü 5 yıldır, %11'i 8 yıldır, %8'i 4 yıldır, %5'i 10 yıldır, %4'ü 3 yıldır, %3'ü 2 yıldır, %2'si 9 yıldır, %1'i ise 1 yıl veya daha az süredir Facebook kullanmaktadır. Bu verilere göre katılımcıların %70'ten fazlası en az 5 yıllık Facebook kullanıcısıdır.

Görüşme yapılan katılımcılardan ise 6'sı en az 5 yıldır, 5'i en az 2 yıldır Facebook kullanmaktadır.

Katılımcıların Facebook kullanım amaçlarıyla ilgili veriler Tablo 7.'de yer almaktadır.

Tablo 7. Facebook' kullanım amacı

	f	%
Boş zamanımı değerlendirmek için	140	22,6
Çevremdeki gelişmelerden haberdar olmak için	380	66,1
Eğlence	80	13,9
Gündemi takip edebilmek için	207	35,9
Tanıdıklarımla iletişim kurabilmek için	495	85,9
Yeni insanlarla tanışmak için	38	6,6
Kendimi ifade edebilecek paylaşımlarda bulunmak için	166	28,9

Katılımcılardan Facebook kullanım amaçlarını belirten üç seçenek işaretlemeleri istenmiş, ayrıca açık uçlu olarak cevaplayabilecekleri “Diğer” seçeneği de eklenmiştir.

“Tanıdıklarımla iletişim kurabilmek için”, “Gündemi takip edebilmek için” ve “Çevremdeki gelişmelerden haberdar olmak için” katılımcıların en çok işaretledikleri üç seçenek olduğundan en yoğun kullanım amaçları olarak gösterilebilmektedir.

Buna göre, 495 kişi “tanıdıklarımla iletişim kurabilmek için”, 380 kişi “çevremdeki gelişmelerden haberdar olmak için”, 207 kişi “gündemi takip edebilmek için”, 166 kişi “kendimi ifade edecek paylaşımlarda bulunmak için”, 140 kişi “boş zamanımı değerlendirebilmek için”, 80 kişi “eğlence için”, 38 kişi “yeni insanlarla tanışmak için” yanıtını vermiştir. “Diğer” seçeneğini işaretleyenlerden 5 kişi mesleki amaçlar için, 4 kişi tanıtım amaçları için, 6 kişi dersler için, 2 kişi alışkanlık olduğu için, 1 kişi “stalking” amaçları için, 1 kişi de özellikle fotoğraf paylaşmak için Facebook kullandığını belirtmiştir.

Görüşme yapılan katılımcılardan 6 kişi tanıdıklarıyla iletişim kurmak için, 4 kişi ders gruplarını takip etmek için, 3 kişi mesleki amaçlarla, 2 kişi eğlence için, 1 kişi de gündemi takip edebilmek için Facebook kullandığını belirtmiştir. Katılımcıların bazıları birden fazla cevap vermiştir.

Katılımcıların Facebook’u ziyaret sıklıklarıyla ilgili veriler Tablo 8.’de verilmiştir.

Tablo 8. Facebook’u ziyaret sıklığı

	f	%
Ayda birkaç kez	4	.7
Gün içinde sıklıkla	223	38.6
Günde birkaç kez	310	53.7
Haftada birkaç kez	38	6.6
Yılda birkaç kez veya daha az	1	.2
Toplam	577	100.0

Katılımcıların hangi sıklıkla Facebook’u ziyaret ettikleri sorusuna (Tablo 8.) katılımcıların % 54’ü “günde birkaç kez” yanıtını vermiştir. Bunu % 39 ile “gün içinde sıklıkla” yanıtı izlemektedir. Katılımcıların %7’si “haftada birkaç kez” yanıtını vermiştir. “Ayda birkaç kez” ve “yılda birkaç kez veya daha az” seçeneğini işaretleyenlerin toplamı ise yalnızca %0.9’dur. Bu sonuca göre ankete katılım sağlayan Facebook kullanıcılarının büyük bir çoğunluğunun her gün Facebook kullandığını söylemek mümkündür.

Görüşme yapılan katılımcılardan 6 kişi gün içinde sıklıkla, 5 kişi ise günde birkaç kez Facebook’u ziyaret ettiğini belirtmiştir. Buna göre görüşme yapılan katılımcıların tamamı her gün mutlaka Facebook’u ziyaret etmektedir. Yine de katılımcıların kullanım biçimlerinde birtakım farklılıklar gözlenmiştir. Örneğin Katılımcı 6 kullanım yoğunluğunu, “Uyumadığım zamanların tamamında Facebook’ta sayılabilirim. Android telefon kullanıyoruz sonuçta. Her dakika zaten açık. Artık alışkanlık da yaptı herhalde...” şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı 11 ise, “Bazen 1 saat, bazen 15 dakika, bazen de yarım gün oturduğum oluyor.” diyerek her gün mutlaka Facebook’a girdiğini fakat sürenin farklılık gösterdiğini belirtmiştir.

Katılımcıların Facebook’ta ortalama ne kadar zaman geçirdikleriyle ilgili veriler Tablo 9.’da yer almaktadır.

Tablo 9. Facebook’ta geçirilen ortalama zaman

	f	%
1-3 saat	150	26.0
15-30 dakika	166	28.8
3 saatten fazla	61	10.6
30-60 dakika	161	27.9
Birkaç dakika	38	6.6
Toplam	577	100.0

Burada birbirine yakın dağılımlar olduğunu görmekteyiz. Buna göre katılımcıların %29'u 15-30 dakika, %28'i 30-60 dakika, %26'sı 1-3 saat, %11'i 3 saatten fazla ve %7'si birkaç dakika Facebook'ta zaman harcadığını belirtmiştir.

Katılımcıların Facebook'a hangi araçlarla erişim sağladığı Tablo 10.'da verilmiştir.

Tablo 10. Facebook'a erişim araçları

	f	%
Valid Akıllı telefon	58	10.1
Bilgisayar	84	14.6
Bilgisayar, Akıllı telefon	297	51.5
Bilgisayar, Tablet	17	2.9
Bilgisayar, Tablet, Akıllı telefon	97	16.8
Tablet	3	.5
Tablet, Akıllı telefon	21	3.6
Toplam	577	100.0

Katılımcılara “bilgisayar”, “akıllı telefon” ve “tablet” seçenekleri arasından birden fazla işaretleme yapabilecekleri belirtilmiştir. Buna göre katılımcıların %52'si bilgisayar ve akıllı telefon kullandığını belirtmiştir. %17'si her üç aracı, %15'i sadece bilgisayar, %10'u sadece akıllı telefon, %4'ü tablet ve akıllı telefon, %3'ü bilgisayar ve tablet, %0.5'i ise sadece tablet kullandığını belirtmiştir.

Bu durumda kullanıcıların %85.8'i erişim araçlarından biri olarak bilgisayar, %82'si akıllı telefon kullanmaktadır. Buna rağmen katılımcıların sadece %23.8'i erişim araçlarından biri olarak tablet kullanmaktadır.

Türkiye'deki kullanıcıların %68'i paylaşımlarında bilgisayar, %28'i cep telefonu ve %4'ü tablet kullanmaktadır (Kemp, 2015: 319). Buna göre yukarıdaki verilerin Türkiye geneliyle örtüştüğünü söylemek yanlış olmayacaktır.

Görüşme yapılan katılımcıların ifadelerine göre Facebook'a bilgisayar üzerinden erişim sağlayan 9 kişi, akıllı telefon üzerinden erişim sağlayan 9 kişi, tablet üzerinden erişim sağlayan 3 kişi vardır.

Akıllı telefon kullanan katılımcılar, Facebook üzerinde çok daha fazla zaman harcadıklarını belirtmişlerdir. Örneğin Katılımcı 10 kullanım yoğunluğunu, "Bilgisayardan kullanırken biraz daha seyrek aralıklarla Facebook'ta zaman harcadığımı farkındayım. Ama ne yazık ki bu akıllı telefonlarla beraber, biraz da gelen uyarılarla, orada gördüğünüz bildirimlerle, herkes öyle mi bilmiyorum ama bende durum ne yazık ki sıklaştı" şeklinde belirtmektedir. Katılımcı 1 ise bu durumdan duyduğu rahatsızlığı, "Yakın döneme kadar cep telefonumda da uygulaması vardı. Fakat oradan da farklı saatlerde mesajlar gelmeye başlayınca beni çok meşgul ettiğini düşünerek uygulaması kaldırdım" diyerek sadece bilgisayar üzerinden erişim sağlamayı tercih ettiğini belirtmiştir.

Türkiye'de akıllı telefonlar üzerinden İnternet erişimi oranı %28'dir ve bu oran yılda %62 oranında artış göstermektedir (Kemp, 2015: 319). Bu da her yıl akıllı telefon kullanıcısının artmasıyla birlikte Facebook'ta geçirilen toplam zamanın da artması olarak yorumlanabilir.

Katılımcıların profillerini güncelleme sıklığıyla ilgili veriler Tablo 11.'de verilmiştir.

Tablo 11. Profil güncelleme sıklığı

	f	%
Ayda birkaç kez	143	24.8
Birkaç ayda bir	175	30.3
Gün içinde sıklıkla	13	2.3
Günde birkaç kez	18	3.1
Haftada birkaç kez	102	17.7
Yılda birkaç kez veya daha az	126	21.8
Toplam	577	100.0

Bu tabloya göre katılımcıların %30'u "birkaç ayda bir", %25'i "ayda birkaç kez", %22'si "yılda birkaç kez veya daha az", %17'si "haftada birkaç kez", %3'ü "günde birkaç kez" ve %2'si "gün içinde sıklıkla" cevabını vermiştir.

Tablo 8.'de kullanıcıların büyük bir çoğunluğunun her gün Facebook'u ziyaret ettiği görülmüştür. Buna rağmen kullanıcıların yalnızca %53'ü her gün paylaşım yaptığını söylemektedir. Bu durumda kullanıcıların paylaşım yapmasalar da Facebook'ta zaman geçiriyor oldukları söylenebilmektedir.

Görüşme yapılan katılımcıların 3'ü günde birkaç kez, 2'si birkaç ayda bir, 2'si haftada birkaç kez, 2'si ayda birkaç kez, 1'i yılda birkaç kez veya daha az profil güncellediğini, 1'i ise düzenli bir aralığın olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların Facebook'taki arkadaş sayılarıyla ilgili veriler Tablo 12.'de verilmiştir.

Tablo 12. Facebook'taki arkadaş sayısı

	f	%
0-50 arası	14	2.4
1000'den fazla	49	8.5
101-500 arası	336	58.2
50-100 arası	35	6.1
501-1000 arası	143	24.8
Toplam	577	100.0

“Facebook’ta kaç arkadaşınız var?” sorusunu katılımcıların %58’i “101-500 arası”, %24’ü “501-1000 arası” olarak cevaplamıştır. %8’i “1000’den fazla”, %6’sı “0-100 arası”, %2’si ise “0-50 arası” cevabını vermiştir.

Görüşme yapılan katılımcılardan 5’i 500-1000 arası, 3’ü 100-500 arası, 3’ü ise 1000’den fazla arkadaşı olduğunu belirtmiştir.

4.2. Katılımcıların Gizlilik Konusundaki Tutumu

Katılımcıların Facebook’ta kimleri arkadaş olarak kabul ettiğiyle ilgili veriler Tablo 13.’te verilmiştir.

Tablo 13. Arkadaş olarak kabul edilen kişiler

	f	%
Arkadaş olmak isteyen herkesi	37	6.4
Kendi tanıdıklarım	399	69.2
Kendi tanıdıklarım ve onların arkadaşları	141	24.4
Toplam	577	100.0

Katılımcıların %69’u “kendi tanıdıklarım”, %24’ü “kendi tanıdıklarım ve onların arkadaşları” cevabını vermiştir. Katılımcıların yalnızca %6’sı “arkadaş olmak isteyen herkesi” cevabını vermiştir. Bu durumda katılımcıların çoğunluğunun tanımadıkları kişileri Facebook’ta kabul etmediklerini görülmektedir.

Görüşme yapılan katılımcılar arasından 10 kişi tanımadığı kişileri Facebook'ta arkadaş olarak kabul etmediğini ifade etmiştir. Yalnızca Katılımcı 9, Facebook'u profesyonel olarak da kullandığı için tanımadığı kişileri iş amaçlı kabul ettiğini belirtmiştir.

Katılımcılar genellikle ortak arkadaş sayısının arkadaşlık için önemli bir referans olduğunu belirtmektedirler. Buna örnek olarak Katılımcı 1, "Ortak bir arkadaşımız olan birisi bana arkadaşlık isteği gönderebiliyor. Onda da bakıyorum kimmiş, gerçekten benim hayatımda iyi tanıdığım birisinin arkadaşı mı ve hatta sayfasının izin verdiği ölçüde bir ortak paydamız da var mı arkadaş dışında..." diye görüş belirtmiştir. Buna rağmen Katılımcı 8, "Ortak arkadaş vesaire de fark etmiyor. Herhangi bir diyalogum olmayan hiç kimseyi arkadaş olarak kabul etmiyorum" demiştir.

Katılımcıların Facebook'taki kişisel bilgilerini kimlerin görebildiğiyle ilgili veriler Tablo 14.'te verilmiştir.

Tablo 14. Kişisel bilgileri görebilen kişiler.

	f	%
Arkadaşlarımla arkadaşları	20	3.5
Herkes	36	6.2
Özel ayarlar kullanıyorum	78	13.5
Sadece arkadaşlarımla	405	70.2
Sadece ben	38	6.6
Toplam	577	100.0

Katılımcıların %70'i "sadece arkadaşlarımla" yanıtını vermiş, %14'ü özel ayarlar kullandığını belirtmiştir. %6'sı "herkes", %7'si "sadece ben", %4'ü arkadaşlarımla arkadaşları olarak yanıtlamıştır.

Görüşme yapılan katılımcılardan 8'i kişisel bilgilerinin sadece arkadaşları tarafından görüntülenebildiğini belirtmiştir. Yalnızca 1'i sadece kendisinin görebildiğini belirtirken,

Katılımcı 9 ise profesyonel kullanımından dolayı gizliliğe önem vermediğini söylemiştir. Katılımcı 9 bu görüşünü şöyle aktarmaktadır:

“Gizlilik ayarlarını biliyorum ama kullanmıyorum. Çünkü benim kimseden gizlim saklım olmadığı için, tam tersine ne kadar çok kişiye erişirsem... Yani bir haberci olduğum için, yaptığım haberler, yazdığım makaleler herkese açık olduğu için benim gizlilik ayarlarım açıktır. Ama gizlilik ayarlarını kullanmayı biliyorum. Ama ben kişisel ya da ailemle ilgili şeyleri paylaşacak olsaydım gizlilik ayarlarını kullanırdım.”

Bu konuda Katılımcı 2, “Bir kere dışarıdan, yani arkadaşımın arkadaşı da olsa benim onayım olmadan profilimi göremiyor. Bu şekilde yapılandırımdım. Özellikle fotoğraflara dikkat ediyorum” demiştir.

Buna göre katılımcılar, kişisel bilgilerinin korunmasına önem vermektedir ve tanımadıkları kişilerle paylaşmak istememektedir.

Katılımcıların Facebook gizlilik ayarlarını yeterince etkin kullanıp kullanamadığına ilişkin veriler Tablo 15.’te verilmiştir.

Tablo 15. Facebook gizlilik ayarlarını kullanabilme yetkinliği.

	f	%
Bu konu hakkında bilgim yok	25	4.3
Evet	410	71.1
Hayır	142	24.6
Toplam	577	100.0

Katılımcıların %71’i gizlilik ayarlarını etkin kullanabildiğini düşünmektedir. %25’i kullanamadığı belirtirken, yalnızca %4’ü bu konu hakkında bilgisi olmadığını söylemiştir.

Bu konuyla ilgili katılımcılar yüksek oranda gizlilik ayarlarını etkin kullanmakta olduklarını düşünmektedirler. Buna rağmen, kullanıcılardan varlığını bilmedikleri birtakım özelliklerle ilgili görüş bildirmelerini beklemek de doğru olmayacaktır. Bununla ilgili Katılımcı 10'un söyledikleri önemlidir. Katılımcı 10, "Gizlilik ayarları başlarda daha az bilgili olduğum dönemdi. Aile fertlerimin yardımıyla zaten ilerlemişti kullanım dönemim. O dönemde bir şeyler yapıldı... Sadece arkadaşlarımın görebildiği kadarıyla..." demiş işin teknik yönünü çok da iyi bilmediğini ifade etmiştir. Bir yandan da gizlilik ayarlarına önem veren Katılımcı 3, "Aslında ben inanıyorum ki Facebook'ta bazen, 'gizlilik ayarlarınızın görünmemesi için şu kutucuğu işaretleyin' gibi şeyler dolaşüyor. Onu etkin bir şekilde kullanamadım. Hatta bize çok fazla bilgi verilmediğini düşünüyorum" demektedir. Kullanıcıların gizlilik ayarlarını en etkin şekilde kullanabilmeleri için bu özelliklerin iyi tanıtılması gerekir. Facebook'un bu konudaki tutumuyla ilgili tartışmalara alan yazın bölümünde yer verilmiştir.

Facebook'ta her bir paylaşıma özel olarak gizlilik ayarlarını yapılandırmaya yarayan "hedef kitle tercih aracı" bulunmaktadır. Katılımcıların Facebook paylaşımlarını herkesin görmemesi için hedef kitle tercih aracını kullanıp kullanmadığı ile ilgili veriler Tablo 16.'da verilmiştir.

Tablo 16. Hedef kitle tercih aracı kullanımı.

	f	%
Bu konu hakkında bilgim yok	64	11.1
Evet	393	68.1
Hayır	120	20.8
Toplam	577	100.0

Katılımcıların %68'i bu aracı kullandığını, %21'i kullanmadığını, %11'i ise bu konu hakkında bilgisi olmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların paylaşımlarını en çok kimlerin görmesiyle ilgili tereddüt yaşadıklarıyla ilgili veriler Tablo 17.'de verilmiştir.

Tablo 17. Paylaşımları görmesiyle ilgili tereddüt yaşanan kişiler.

	f	%
Ailem	31	5,4
Akrabalarım	73	12,7
Arkadaş çevrem	15	2,6
Hocalarım/Patronlarım	49	8,5
İş/Okul arkadaşlarım	17	2,9
Kimseyle ilgili tereddüt yaşamam	326	56,5
Öğrencilerim/Çalışanlarım	27	4,7
Diğer	39	6,9
Toplam	577	100,0

Katılımcıların %57'si “kimseyle ilgili tereddüt yaşamam” yanıtını vermiştir. %13'ü “akrabalarım”, %9'u “hocalarım/patronlarım”, %5'i “ailem”, %5'i “öğrencilerim/çalışanlarım”, %3'ü “iş/okul arkadaşlarım”, %3'ü “arkadaş çevrem” yanıtını vermiştir. “Diğer” seçeneğini işaretleyen katılımcılardan; “devlet” (%0.9), “eski sevgililerim (%0.3)”, “gerici yobazlar” (%0.2), “hastalarım” (%0.3), “hem öğrencilerim, hem arkadaş hem de iş çevrem” (%0.2), “hoşlandığım kişi” (%0.2), “hoşlanmadığım kişiler” (%0.7), “istismarcılar” (%0.2), “karşı siyasi görüşlü arkadaşlar” (%0.2), “kötü amaçlı kişilerin” (%0.2), “paylaşımında bulunmuyorum” (%0.2), “tanımadıklarım” (%3), “zamanında tanıştığım fakat artık pek görüşmediğim kişiler” (%0.2) diye yanıt verenler olduğu görülmektedir.

Görüşme yapılan katılımcılardan 2 kişi akrabalarıyla ilgili, 2 kişi öğrencileriyle ilgili, 1 kişi hocalarıyla ilgili, 1 kişi meslektaşlarıyla ilgili, 1 kişi ailesiyle ilgili tereddüt yaşadığını 1 kişi de yine profesyonel kullanımdan ötürü kimseyle ilgili tereddüt yaşamadığını belirtmiştir. 2 kişi ise özellikle bir kesimden bahsetmemiştir. Bunlardan Katılımcı 6, herkesle ilgili dikkatli olunması gerektiğini, “Sonuçta bir toplumsal yaşamın içerisinde yaşıyoruz. Benim belki inandığım bir şey insanları rahatsız edebilir. Açıkçası Don Kişot olmanın da manası yok” sözleriyle açıklamaktadır. Katılımcı 2 ise akrabalarıyla ilgili yaşadığı sıkıntının boyutunu şu sözleriyle açıklamaktadır:

“Bunu baştan belirtmem gerekirdi belki. Benim iki Facebook hesabım var. Birinde tamamen okul için açtığım, diğerinde de akrabalar memleketimdeki arkadaş çevrem vs... O ‘senin niye Facebook hesabın yok’ diyenler için açtığım hesaptır. Orada aktifliğim neredeyse hiç yok.”

Anketin sonuçlarına göre hiç kimseden çekinmediğini belirtenlerin oranı en yüksek görünmektedir. Kullanıcıların başka kullanıcılarla ilgili tereddüt yaşamaması onların Facebook’ta otosansür uygulamadığını gösteren bir faktör değildir. Yukarıda Katılımcı 6’nın herkesle ilgili yaptığı yorum buna örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca belirli kişilerle ilgili tereddüt yaşanmıyor olması, kullanıcıların paylaşımlarındaki genel tavır olarak sayılamayacaktır.

4.3. Katılımcıların Otosansüre İlişkin Görüşleri

Katılımcıların mesleklerinin veya konumlarının paylaşımlarını etkileyip etkilemediğine dair veriler Tablo 18.’de verilmiştir.

Tablo 18. Mesleğiniz veya konumunuz paylaşımlarınızı etkiliyor mu?

	f	%
Evet	163	28.2
Hayır	211	36.6
Kısmen	170	29.5
Toplam	544	94,3

Katılımcıların %37’si “hayır”, %30’u “kısmen”, %28’i “evet” demiştir.

Görüşme yapılan kullanıcılardan bu soruya yanıt verenlerin ise tamamı mesleklerinin paylaşımlarında etkili olduğunu belirtmiştir. Bununla ilgili Katılımcı 1, mesleğinin çok fazla etkili olduğunu söylerken Katılımcı 6, “Ben devlet görevinde çalışıyorum. Senin okulundaki hocalar bile doğru dürüst paylaşım yapamıyor ki... Benim mesleğim çok daha

bu anlamda katı kurallara sahip. Tabi ki de kısıtlıyorum kendimi” demektedir. Katılımcı 6, özellikle mesleğiyle ilgili paylaşım yapmaktan kaçındığını, bazı davranışların yargılanma sebebi bile olabileceğini düşündüğünü aktarmaktadır.

“Facebook'ta başkalarının farklı düşündüğünü bildiğimde fikrimi belirtmek benim için zordur.” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 19.'da verilmiştir.

Tablo 19. Facebook'ta başkalarının farklı düşündüğünü bildiğimde fikrimi belirtmek benim için zordur.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	185	32.1
Katılmıyorum	279	48.4
Kararsızım	59	10.2
Katılıyorum	48	8.3
Kesinlikle Katılıyorum	6	1.0
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %48'i “katılmıyorum”, %32'si “kesinlikle katılmıyorum”, %10'u “kararsızım”, %8'i “katılıyorum” ve %1'i “kesinlikle katılıyorum” diye yanıt vermiştir.

“Facebook'ta arkadaşlarımın hatalı olduğunu düşünsem de çoğu zaman bunu dile getiremem” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 20.'de verilmiştir.

Tablo 20. Facebook'ta arkadaşlarımın hatalı olduğunu düşünsem de çoğu zaman bunu dile getiremem.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	113	19.6
Katılmıyorum	221	38.3
Kararsızım	101	17.5
Katılıyorum	129	22.4
Kesinlikle Katılıyorum	13	2.3
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %38'i "katılmıyorum", %22'si "katılıyorum", %20'si "kesinlikle katılmıyorum", %18'i "kararsızım" ve %2'si ise "kesinlikle katılıyorum" diye yanıt vermiştir.

"Facebook'ta başkalarına katılmadığım zaman tartışmaya girmek yerine sessiz kalmayı tercih ederim" ifadesiyle ilgili veriler Tablo 21.'de verilmiştir.

Tablo 21. Facebook'ta başkalarına katılmadığım zaman tartışmaya girmek yerine sessiz kalmayı tercih ederim.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	76	13.2
Katılmıyorum	180	31.2
Kararsızım	120	20.8
Katılıyorum	150	26.0
Kesinlikle Katılıyorum	51	8.8
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %31'i "katılmıyorum", %26'sı "katılıyorum", %20'si "kararsızım", %13'ü "kesinlikle katılmıyorum" ve %9'u "kesinlikle katılıyorum" diye yanıt vermiştir.

"Facebook'ta benden farklı düşünen insanlarla fikrimi paylaşmak benim için kolaydır" ifadesiyle ilgili veriler Tablo 22.'de verilmiştir.

Tablo 22. Facebook'ta benden farklı düşünen insanlarla fikrimi paylaşmak benim için kolaydır.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	24	4.2
Katılmıyorum	94	16.3
Kararsızım	102	17.7
Katılıyorum	252	43.7
Kesinlikle Katılıyorum	105	18.2
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %44'ü “katılıyorum”, %18'i “kesinlikle katılıyorum”, %18'i “kararsızım”, %16'sı “katılmıyorum” ve % 4'ü “kesinlikle katılmıyorum” diye yanıt vermiştir.

“Facebook'ta tartışmalı konular hakkında açıkça paylaşım yapmak yerine sessiz kalmak daha kolaydır” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 23.'te verilmiştir.

Tablo 23. Facebook'ta tartışmalı konular hakkında açıkça paylaşım yapmak yerine sessiz kalmak daha kolaydır.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	83	14.4
Katılmıyorum	165	28.6
Kararsızım	104	18.0
Katılıyorum	157	27.2
Kesinlikle Katılıyorum	68	11.8
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %29'u “katılmıyorum”, %27'si “katılıyorum”, %18'i “kararsızım”, %14'ü “kesinlikle katılmıyorum” ve %12'si kesinlikle katılıyorum” diye yanıt vermiştir.

“Facebook'ta başkalarına katılmadığım zaman bunu onlara söylemekte sorun yaşamam” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 24.'te verilmiştir.

Tablo 24. Facebook'ta başkalarına katılmadığım zaman bunu onlara söylemekte sorun yaşamam.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	24	4.2
Katılmıyorum	73	12.7
Kararsızım	94	16.3
Katılıyorum	255	44.2
Kesinlikle Katılıyorum	131	22.7
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %44'ü “katılıyorum”, %23'ü “kesinlikle katılıyorum”, %16'sı “kararsızım”, %13'ü “katılmıyorum”, %4'ü “kesinlikle katılmıyorum” diye yanıt vermiştir.

Görüşme yapılan katılımcıların söylediklerine göre katılımcıların Facebook'ta yeterince rahat paylaşım yapamamalarıyla ilgili farklı sebepler bulunmaktadır. Katılımcı 2 Facebook'u kamusal alan olarak gördüğü için paylaşılanlara dikkat edilmesi gerektiğini belirtmiştir:

“Şöyle tarif edeyim. Bir grup insanla evdeyken daha rahatsınızdır. Okula geldiğinizde sosyal hayata kavuştuğunuzda biraz daha derli toplu olursunuz. Facebook da benim için bunu ifade ediyor. Orası sadece benim değil. Pek çok insanla paylaştığımız yer. Çünkü orası kapalı alan değil. Kamusal alan gibi bir şey... Dikkatli olunması bana göre uç bir hareket değil.”

Katılımcı 3 ise işi dolayısıyla kendini rahat hissedemediğini söylerken otosansürden bahsetmektedir:

“Artık işim dolayısıyla kendimi engellemem, frenlemem gerekiyor. Çünkü patronumun bir şekilde devletle bağlantısı var ve o yüzden bir şey yazarken aslında devletle alakalı çok fazla şeye değinmemeye çalışıyorum. Aslında bir nevi otosansür oluyor. Günlük hayatta dile getirdiğim şeyler, size dile getirdiğim şeyler sizde kalıyor. Kayıtlı bir yerde durmuyor o yüzden. Facebook’ta kayıtlı olduğu için ve herkes o tarihte o gönderiye ulaşabileceği için kendimi tam ifade etmekten kaçınıyorum.”

Facebook’u gündelik yaşamdaki gibi kullanmayı hedeflemeyen kullanıcılarda ise çok fazla sorun yaşanmadığı söylenebilir. Bunu Katılımcı 5, “Facebook’u her konuda kendimi ifade edeceğim ya da her konunun dillendirileceği bir platform olarak görmüyorum. Sınırlarımı belirledim. O sınırlar içinde çok rahat paylaşımlarımı yapabiliyorum” diyerek açıklamaktadır.

Bu noktada paylaşımların içeriğinin önemli olduğunu belirtmek gerekmektedir. Görüşme yapılan katılımcıların 11’inden 10’unda ortak çıkan bir sonuç, siyasi içerikli paylaşım yapmaktan çekiniyor olmalarıdır. Kullanıcıların bazıları gözetim altında olduklarını düşündüklerinden dolayı siyasi paylaşımından çekindiklerini belirtirken, bazıları ise bu konularda başkalarıyla tartışmaya girmek istemediklerinden bahsetmiştir.

Bu konuyla ilgili Katılımcı 7, “Güzel bir et yediysem bunun gibi günlük konular paylaşılabilir. Siyasi içerikleri ne yazık ki paylaşamıyorum. Beni zora sokacak siyasi açılımla genellikle kendim otokontrol koyuyorum” demiştir. Katılımcı 8 ise, “Mesela politik konularda Facebook’ta paylaşım yapmaktan hoşlanmıyorum. Politik anlamda çok farklı düşündüğüm insanlar da var. Kimine göre fazla liberal kalabiliyorum. Kimine göre daha solda, daha anarşist durabiliyorum” diyerek bu konuda Facebook arkadaşlarıyla tartışmaya girmek istemediğini belirtmiştir. Yalnızca Katılımcı 11 herhangi bir çekincesi olmadığını belirtmiş, “Bir şey paylaşacaksam, düşündüysem, korkacağım hiçbir şey yoktur. Yayınlarım. Arkadaşlarıma gönderirim. İnceleyen inceler, yorumunu yapmak isteyen yapar” demiştir.

Görüşme yapılan katılımcılarla çevrimiçi ankete katılan katılımcıların otosansür konusuna yaklaşımlarında bazı farklılıklar gözlenmiştir. Anket sonuçları birbirine yakın

çıkmiş olsa da katılımcılar arasında daha geniş bir grup genellikle Facebook'ta çekinecek herhangi bir durum olmadığına yönelik fikir beyan etmiştir. Bu durum Facebook'taki otosansürün fikir beyan etmekten çok kimlik sunumuyla ilişkili olmasıyla açıklanabilmektedir. Görüşme verileri de bu durumu desteklemektedir.

4.4. Katılımcıların Facebook'un Güvenilirliğine İlişkin Düşünceleri

“Facebook'un günümüzün vazgeçilmez bir iletişim aracı olduğunu düşünüyorum” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 25.'te verilmiştir.

Tablo 25. Facebook'un günümüzün vazgeçilmez bir iletişim aracı olduğunu düşünüyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	49	8.5
Katılmıyorum	85	14.7
Kararsızım	75	13.0
Katılıyorum	234	40.6
Kesinlikle Katılıyorum	134	23.2
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye kullanıcıların %41'i “katılıyorum”, %23'ü “kesinlikle katılıyorum”, %15'i “katılmıyorum”, %13'ü “kararsızım” ve %9'u “kesinlikle katılmıyorum” diye yanıt vermiştir.

“Facebook'un güvenli bir alan olduğunu düşünüyorum” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 26.'da verilmiştir.

Tablo 26. Facebook'un güvenli bir alan olduğunu düşünüyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	191	33.1
Katılmıyorum	202	35.0
Kararsızım	139	24.1
Katılıyorum	38	6.6
Kesinlikle Katılıyorum	7	1.2
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye kullanıcıların %35'i "katılmıyorum", %33'ü "kesinlikle katılmıyorum", %25'i "kararsızım", %7'si "katılıyorum" ve %1'i "kesinlikle katılıyorum" diye yanıt vermiştir.

"Facebook'un olumsuz etkilerinin olumlu etkilerinden daha fazla olduğunu düşünüyorum" ifadesiyle ilgili veriler Tablo 27.'de verilmiştir.

Tablo 27. Facebook'un olumsuz etkilerinin olumlu etkilerinden daha fazla olduğunu düşünüyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	28	4.9
Katılmıyorum	155	26.9
Kararsızım	197	34.1
Katılıyorum	121	21.0
Kesinlikle Katılıyorum	76	13.2
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye kullanıcıların %34'ü "kararsızım", %27'si "katılmıyorum", %21'i "katılıyorum", %13'ü "kesinlikle katılıyorum" ve %5'i "kesinlikle katılmıyorum" diye yanıt vermiştir.

"Facebook'un kullanıcıların özel hayatına müdahaleyi kolaylaştırdığını düşünüyorum" ifadesiyle ilgili veriler Tablo 28.'de verilmiştir.

Tablo 28. Facebook'un kullanıcıların özel hayatına müdahaleyi kolaylaştırdığını düşünüyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	30	5.2
Katılmıyorum	77	13.3
Kararsızım	62	10.7
Katılıyorum	256	44.4
Kesinlikle Katılıyorum	152	26.3
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye kullanıcıların %45'i "katılıyorum", %27'si "kesinlikle katılıyorum", %14'ü "katılmıyorum", %11'i "kararsızım" ve %5'i "kesinlikle katılmıyorum" diye yanıt vermiştir.

"Facebook'un kişisel bilgilerimi, fotoğraf ve videolarımı güvenli bir biçimde koruduğunu düşünüyorum" ifadesiyle ilgili veriler Tablo 29.'da verilmiştir.

Tablo 29. Facebook'un kişisel bilgilerimi, fotoğraf ve videolarımı güvenli bir biçimde koruduğunu düşünüyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	177	30.7
Katılmıyorum	163	28.2
Kararsızım	173	30.0
Katılıyorum	53	9.2
Kesinlikle Katılıyorum	11	1.9
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %31'i "kesinlikle katılmıyorum", %30'u "kararsızım", %28'i "katılmıyorum", %9'u "katılıyorum" ve %2'si "kesinlikle katılıyorum" diye yanıt vermiştir.

“Facebook'un fotoğraf ve video yüklemek için sakıncalı bir yer olduğunu düşünmüyorum” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 30'da verilmiştir.

Tablo 30. Facebook'un fotoğraf ve video yüklemek için sakıncalı bir yer olduğunu düşünmüyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	76	13.2
Katılmıyorum	129	22.4
Kararsızım	200	34.7
Katılıyorum	145	25.1
Kesinlikle Katılıyorum	27	4.7
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %35'i “kararsızım”, %25'i “katılıyorum”, %23'ü “katılmıyorum”, %13'ü “kesinlikle katılmıyorum” ve %5'i “kesinlikle katılıyorum” diye yanıt vermiştir.

“Facebook'un fotoğraf ve videolarımın korunması için yeterli önlemi aldığını düşünüyorum” ifadesiyle ilgili veriler tablo 31.'de verilmiştir.

Tablo 31. Facebook'un fotoğraf ve videolarımın korunması için yeterli önlemi aldığını düşünüyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	138	23.9
Katılmıyorum	166	28.8
Kararsızım	185	32.1
Katılıyorum	78	13.5
Kesinlikle Katılıyorum	10	1.7
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye kullanıcıların %32'si “kararsızım”, %29'u “katılmıyorum”, %24'ü “kesinlikle katılmıyorum”, %14'ü “katılıyorum” ve %2'si “kesinlikle katılıyorum” diye yanıt vermiştir.

Facebook'un istemediğim ve/veya tanımadığım kişileri bilgi, fotoğraf ve videolarıma ulaştıracağından korkuyorum” ifadesiyle ilgili veriler Tablo 32.'de verilmiştir.

Tablo 32. Facebook'un istemediğim ve/veya tanımadığım kişileri bilgi fotoğraf ve videolarıma ulaştıracağından korkuyorum.

	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	41	7.1
Katılmıyorum	113	19.6
Kararsızım	141	24.4
Katılıyorum	204	35.4
Kesinlikle Katılıyorum	78	13.5
Toplam	577	100.0

Bu ifadeye katılımcıların %35'i “katılıyorum”, %25'i “kararsızım”, %19'u “katılmıyorum”, %14'ü “kesinlikle katılıyorum”, %7'si “kesinlikle katılmıyorum” diye yanıt vermiştir.

Görüşme yapılan katılımcılar “Facebook’u güvenli buluyor musunuz?” sorusuna genellikle “Hayır” yanıtını vermişlerdir. Bu sonuçlara göre en çok bahsedilen sorun, Facebook’un verileri saklıyor olması ve üçüncü partilerle paylaşıyor olma ihtimalidir. Katılımcıların çoğu bu durumu bir gözetim olarak değerlendirmişlerdir.

Katılımcı 3 bu durumu, “Aslında kendi rızamızla özel hayatımızı sergiliyoruz. Çok da onayladığım bir şey değil. Bir nevi fişleme gibi geliyor bana. Güvenlikle ilgili. Nerede ne zaman bulunduğum ve ne yaptığım bir şekilde orada bulunuyor” şeklinde değerlendirmiştir. Katılımcı 4, “Hayır. Fotoğraflar açısından... Herkes rahatlıkla ulaşabiliyor, indirebiliyor, kaydedebiliyor” demiştir. Katılımcı 7 de güvenli bulmadığını, “Hayır. Tabi ki bulmuyorum. Bir veri tabanının hükümetle ya da hükümetlerle paylaşılıyor olması, dünya çapında da birçok ülkede böyle” diyerek açıklamaktadır.

Verilerin üçüncü partilerle paylaşılmasıyla ilgili Katılımcı 8, çok önemli bilgiler gerekmediğini, “Mutlaka yasadışı bir şey yapmanız gerekmiyor bir şeyleri gizlemeniz için, onun kişisel veri olması için...” sözleriyle ifade etmiştir. Katılımcı 9 ise herkesin gözetim altında oluşuyla sosyal medya arasında ilişki kurmuştur:

“Sadece sosyal medya değil, İnternete düşen hiçbir şeyin güvencesi yok. Çünkü sosyal medya dünyadaki en büyük Big Brother. Gözetleme yeri diyebiliriz. Milyarlarca insanın bir şekilde gözetim altında, paylaşımları, yaptıkları, nasıl bir ruh hali içinde oldukları açısından... Zaman zaman çıkan haberler de gizli servislerin sosyal medya teknoloji firmalarından birtakım talepleri olduğu, gerçi karşılanmadığı falan da söyleniyor ama ben yine de hiç güvenli bulmuyorum.”

Anket sonuçlarıyla görüşme analizlerine göre kullanıcıların Facebook’la ilgili ciddi bir güven sorunu yaşadıkları açıkça görülebiliyor. Bu noktada ilk çıkış noktamız olan gözetim ve Panopticon’a da geri dönmüş oluyoruz. Katılımcı 6 da bu konuyu Panopticon’la ilişkilendirerek çok önemli bir noktayı dile getirmiş oluyor:

“İnternet’e bağlı hiçbir şeyi güvenli bulmuyorum aslında. Öyle söyleyeyim... İnsanın yaptığı herhangi bir şeyin insan tarafından kırılabileceğini düşünüyorum. Dijital izimiz her an devam ediyor. Bunu açıkçası Panopticon’un ve 1984’ün bir devamı olarak görüyorum.”

Tüm bu bahsedilenlerle birlikte Facebook’un güvenilirliğiyle ilgili kullanıcıların ciddi sorunları olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

5. Sonuç ve Öneriler

5.1. Sonuç

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte gelişen bireyin ifade özgürlüğü alanı, iletişim süreçlerini de kökünden değiştirmiştir. Özgürlük alanları genişledikçe bundan rahatsızlık duyan bir kesimin de aynı hızla ortaya çıkması tarihte sık sık karşılaşılan bir desen olarak belirmiştir. İnternet'in oluşturduğu bu özgürlük alanının da sansüre uğraması bu sebeple çok yadırganacak bir durum değildir. Ancak İnternet sansürüyle ilgili durumun vahameti de gözden kaçırılmaması gereken bir konudur.

Otosansürün geleneksel medya ve sanatçılardan ayrılarak bireyin gündelik yaşamının bir sorunu haline gelmesi, sosyal medyanın karşı karşıya olduğu gözetim haliyle doğrudan ilişkilendirilebilmektedir. Bir örnek olarak incelendiğindeyse Facebook, otosansürün uygulanması için gerekli uygun yapıyı bünyesinde barındırmaktadır.

Yapılan bu araştırma sonucunda kullanıcıların Facebook kullanım alışkanlıkları incelenmiş, Facebook'a güven düzeyleri ortaya konmuş ve otosansür davranışlarıyla ilgili bilgi toplanmıştır.

Facebook'la ilgili genel verilere ek olarak, kullanıcıların Facebook kullanımlarının yoğun olduğu ve bu yoğunluğun mobil cihaz kullanımıyla birlikte artış gösterdiği saptanmıştır. Facebook, kullanıcıların günlük rutini içinde kalıcı bir yer edinen bir yapıya dönüşmeye başlamıştır. Bireylerarası iletişimde sağladığı işlev ile kişilere kendi kimliklerini sunma şansı vermesi açısından Facebook, talep gören bir sosyal paylaşım ağı olarak gösterilebilmektedir.

Kişilerin kimlik sunumlarıyla ilgili en önemli konu yanlış anlaşılma korkusu olarak öne çıkmaktadır. Verdikleri yanıtlara göre katılımcılar, arkadaşları tarafından istemedikleri şekilde algılanmaktan çekinmektedirler. Bu durum Goffman'ın benliğin sunumu konusunda söyledikleriyle tamamen örtüşmektedir. Görüşmeler sırasında Katılımcı 3'ün de aktardığı biçimiyle, Facebook'taki akrabalarından çekinilmesi durumu buna iyi bir örnek oluşturmaktadır.

“Akrabalarım var ama dediğim gibi aslında akrabalarımın biraz daha gizlenmeye çalışıyorum. Facebook’ta ve sosyal medyada. Daha yaşlı insanların Facebook’u kullanımları daha farklı. Çünkü bizler bazen argo dil kullanabiliyoruz. Ya da yüklediğimiz fotoğrafların altına bazen utanç verici yorumlar yazılabiliyor. İşte “Canım kızım ne kadar büyümüşsün! Zayıflamışsın” gibi... Orada bunların görünmesini istemeyebiliyorum bazen.”

Katılımcı 3, bu aktardıklarının üzerine kendisi için asıl sorunun akrabaları tarafından görülmek değil, kendi önemseydiği arkadaşlarının bunları görüntülemesi olduğunu belirtmiştir. Sleeper vd.’nin de (2013) araştırmalarında ortaya koyduğu gibi kimlik sunumu konusu ciddi bir otosansür sebebi olarak kendini göstermektedir.

Otosansüre eğilim ölçeğinde çevrimiçi anket sonuçlarına bakıldığında sonuçların birbirine yakın oranlarda farklılaştığı görülmektedir. Bu konuyla ilgili olarak insanların bazı şeylerden çekinerek kendilerini kısıtladıklarını belirtmeyi tercih etmedikleri de düşünülebilir. Aynı zamanda suskunluk sarmalı etkisi, gözetim korkusu ve kimlik sunumuyla ilgili çekinceler otosansürün birbirinden farklı biçimlerde ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme verileri incelendiğinde gözetimle ilgili korkular ve kimlik sunumu kaygılarının çok daha yaygın olduğu görülmüştür.

Bununla birlikte Facebook, geniş sayıda kullanıcı tarafından güvenilir bulunmamaktadır. Kullanıcılar kişisel bilgi ve fotoğraflarının yeterince korunmadığını düşünmekle birlikte, söz konusu verilerin üçüncü şahıslarla paylaşıldığını da düşünmektedir. Ancak bu durumun Facebook’un piyasadaki yerini sarsacak bir etki yaratmadığı söylenebilir. Kullanıcıların bu durumu adeta kabullendikleri ve otosansürü içselleştirerek yaşadıkları söylenebilir. Bununla ilgili Katılımcı 8, “Facebook’la ilgili benim temel olarak en başta bir kullanıcı olarak gördüğüm temel problem, kişisel verilere olan yaklaşımı ve uygulamaları. Bu nedenle Facebook kullanıyorum ama kullanmamak gerektiğini bilerek kullanıyorum” diyerek bahsedilen durumu etkin bir şekilde açıklamıştır. Katılımcı 1 ise bu konudaki düşüncelerini, “Yani ciddi bir gözetim altında olduğumuzun farkındayım. O yüzden güvenmiyorum Facebook’a. Ama bu faydalı bir sosyal paylaşım ağı olmadığı

anlamına gelmiyor. Benim çok işimi görüyor gerçekten. O yüzden vazgeçmeyi de düşünmüyorum ben” diyerek ifade etmiştir.

Bütün bu söylenenlere bakıldığında gözetime uyum sağlayarak alışkanlıklarımızı devam ettirdiğimiz sonucu ortaya çıkmaktadır. Kullanıcılar genellikle olumsuzluklarla savaşmak yerine onları kendi amacına uygun bir şekilde şekillendirmeye daha meyillidir. Bu konuyla ilgili bir yorum ise Katılımcı 9 tarafından ortaya konmuştur:

“Türkiye ne batılı gelişmiş demokrasilerde olduğu gibi rahat, ne de az önce örneğini verdiğim ülkelerdeki gibi tam kısıtlı. Ama son yıllarda yaşanan olaylar, siyasal ve toplumsal yaptırımlar vs. En basiti daha dün yaşadığımız, iki basın kuruluşuna yapılan baskınlar, gözaltılar vs. Türkiye’de insanların çok rahat olduğunu sanmıyorum ama yine de insanlar bir şekilde yolunu buluyorlar. Yani başka isimle yayın yapıyorlar, yurt dışından yayın yapıyorlar kaynağını belirtmiyorlar.”

Tüm bunların sonucunda, birçok İnternet kullanıcısının içselleştirme yoluyla farkında olmadan otosansür uyguladığını söylemek mümkündür. Otosansürün her zaman üzerine düşünülerek gerçekleştirilen bilinçli bir eylem değil, bir zorunluluk olarak da ortaya çıktığını söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak farkına varmadan yapılan otosansür, otosansürün ortaya çıkmasına sebep olan faktörleri çok daha fazla besleyen bir durumdur. Bu faktörlerle ilgili harekete geçilmediği sürece otosansür çok daha geniş bir kitle tarafından içselleştirilecek ve ifade özgürlüğü alanı git gide daralmaya devam edecektir.

5.2. Öneriler

Bu çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda bundan sonraki çalışmalar için araştırmacılara ve alandaki diğer uygulayıcılara yönelik aşağıdaki öneriler yapılabilir:

- i. Benzer ölçekler daha farklı örneklem gruplarına uygulanarak sonuçların ne ölçüde farklılaştığı incelenebilir. Örneğin, özellikle eğitim durumu daha düşük

kullanıcılar ya da ergenlik dönemindeki kullanıcılara yönelik bir araştırma yapılabilir.

- ii. Otosansür faktörleri incelendikten sonra konu daraltılarak çok daha spesifik örnekler incelenebilir.
- iii. Gözetim konusunda kimi yaptırımlara uğramış kullanıcılara yönelik bir görüşme çalışması yürütmek faydalı olabilir.
- iv. Bir grup çalışması yapılarak kullanıcıların belirli bir zaman dilimindeki tüm davranışları incelenerek her bir otosansür davranışı hakkında derinlemesine çıkarımlar yapılabilir.
- v. Yeni medya okuryazarlığı oluşturmak adına verilecek eğitimler bazı otosansür davranışları üzerinde etkili olabilir.

Böylece daha detaylı ve derinlemesine incelenerek otosansürün daha iyi anlaşılması sağlanabilir.

Ekler

Ek 1. Anket	71
Ek 2. Görüşme Kılavuzu	77
Ek 3. Sözleşme	78
Ek 4. Görüşme Soruları.....	79
Ek 5. Görüşme Örneği.....	81

Ek 1. Anket

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma, bir yüksek lisans tez çalışması için kişilerin Facebook kullanımıyla ilgili bilgi edinmek amacıyla hazırlanmıştır. Anketin hiçbir aşamasında kimlik bilgileriniz istenmemektedir. Toplanan veriler, yalnızca araştırma amaçları doğrultusunda kullanılacak ve başka hiçbir kişi ya da kuruluşa gösterilmeyecektir.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Facebook kullanımınıza dair bilgiler, ikinci bölümde ise Facebook ortamıyla ilgili görüşleriniz sorulmaktadır. Cevaplama süresi yaklaşık beş dakikadır.

Katılımınız için teşekkür ederiz.

Araştırmacı:

Araş. Gör. Duygu Tosunay
Anadolu Üniversitesi
İletişim Bilimleri Fakültesi
İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü
dtosunay@anadolu.edu.tr
0222 335 05 80 - 5314

Danışman:

Doç. Dr. Figen Ünal Çolak
Anadolu Üniversitesi
İletişim Bilimleri Fakültesi
İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü
fiunal@anadolu.edu.tr
0222 335 05 80 – 5312

1. Yaşınız:

2. Cinsiyetiniz:

- Kadın
 Erkek

3. En son sahip olduğunuz mezuniyet derecesi:

- İlkokul
 Ortaokul
 Lise
 Önlisans/Lisans
 Yüksek Lisans

Doktora

4. Mesleğiniz:

5. Ne kadar zamandır Facebook kullanıyorsunuz?

6. Facebook'u hangi amaçlarla kullanıyorsunuz? Lütfen size uygun 3 şıkkı işaretleyiniz.

- Tanıdıklarımla iletişim kurmak için
- Yeni insanlarla tanışmak için
- Kendimi ifade edebilecek paylaşımlarda bulunmak için
- Çevremdeki gelişmelerden haberdar olmak için
- Gündemi takip edebilmek için
- Boş zamanımı değerlendirmek için
- Eğlenmek için (Oyun, video vs.)
- Other:

7. Facebook'u hangi sıklıkta ziyaret ediyorsunuz?

- Yılda birkaç kez veya daha az
- Ayda birkaç kez
- Haftada birkaç kez
- Günde birkaç kez
- Gün içinde sıklıkla

8. Facebook'ta gün içinde ortalama ne kadar zaman harcıyorsunuz?

- Birkaç dakika
- 15-30 dakika
- 30-60 dakika
- 1-3 saat
- 3 saatten fazla

9. Profilinizi hangi sıklıkla güncelliyorsunuz? (Kişisel bilgi/fotoğraf güncelleme ve paylaşımlar)

- Yılda birkaç kez veya daha az
- Birkaç ayda bir
- Ayda birkaç kez
- Haftada birkaç kez

- Günde birkaç kez
- Gün içinde sıklıkla

10. Facebook'a hangi araçlarla erişim sağlıyorsunuz?

Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.

- Bilgisayar
- Tablet
- Akıllı telefon

11. Facebook'ta yaklaşık kaç arkadaşınız var?

- 0-50
- 50-100
- 101-500
- 501-1000
- 1000'den fazla

12. Facebook'ta kimleri arkadaş olarak kabul ediyorsunuz?

- Kendi tanıdıklarım
- Kendi tanıdıklarım ve onların arkadaşları
- Arkadaş olmak isteyen herkesi

13. Facebook'taki kişisel bilgilerinizi kimler görebiliyor?

- Herkes
- Sadece arkadaşlarım
- Arkadaşlarımdan arkadaşları
- Sadece ben
- Özel ayarlar kullanıyorum

14. Facebook gizlilik ayarlarınızı yeterince etkin kullanabildiğinizi düşünüyor musunuz?

- Evet
- Hayır
- Bu konu hakkında bilgim yok

15. Facebook paylaşımlarınızı herkesin görmemesi için hedef kitle tercih aracını kullanıyor musunuz?

- Evet
- Hayır
- Bu konu hakkında bilgim yok

16. Paylaşımlarınızı en çok kimlerin görmesiyle ilgili tereddüt yaşıyorsunuz?

- Kimseyle ilgili tereddüt yaşamam
- Ailem
- Akrabalarım
- Arkadaş çevrem
- İş/Okul arkadaşlarım
- Hocalarım/Patronlarım
- Öğrencilerim/Çalışanlarım
- Other:

17. Konumunuz ve/veya mesleğiniz Facebook'taki paylaşımlarınızı etkiliyor mu?

- Evet
- Hayır
- Kısmen

Facebook ile ilgili aşağıdaki her bir ifade için lütfen size en uygun seçeneği işaretleyin.

18. Facebook'ta;

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Başkalarının farklı düşündüğünü bildiğimde fikrimi belirtmek benim için zordur.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arkadaşlarımla hatalı olduğunu düşünsem de çoğu zaman bunu dile getiremem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Başkalarına katılmadığım zaman tartışmaya girmek yerine sessiz kalmayı tercih ederim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Benden farklı düşünen insanlarla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
fikrimi paylaşmak benim için kolaydır.					
Farklı düşündüğünü bildiğim biri fikrimi sorduğunda kendimi rahatsız hissederim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sadece arkadaşlarım ve güvendiğim kişilerle fikrimi paylaşabilirim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tartışmalı konular hakkında açıkça paylaşım yapmak yerine sessiz kalmak daha kolaydır.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Başkalarına katılmadığım zaman bunu onlara söylemekte sorun yaşamam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Facebook'un;

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Günümüzün vazgeçilmez bir iletişim kaynağı olduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Güvenli bir alan olduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olumsuz etkilerinin, olumlu etkilerinden daha çok olduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kullanıcıların özel hayatına müdahaleyi kolaylaştırdığını düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kişisel bilgilerimi, fotoğraf ve videolarımı güvenli bir biçimde koruduğunu düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotoğraf ve video yüklemek için sakıncalı bir yer olduğunu düşünmüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotoğraf ve videolarımın korunması için yeterli önlemi aldığını düşünüyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İstemediğim ve/veya tanımadığım kişilerin bilgi, fotoğraf ve videolarıma ulaşmasını kolaylaştıracağından korkuyorum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ek 2. Görüşme Kılavuzu

GÖRÜŞME KILAVUZU

Gerçekleştireceğimiz bu görüşme bir tez çalışmasının verilerini oluşturacağı için önem taşımaktadır. Bugün sizinle Facebook kullanım alışkanlıklarına ilişkin bilgi ve görüş almak amacıyla bir görüşme yapacağız. Bu nedenle yapacağımız görüşme hakkında size birtakım açıklayıcı bilgiler vermek istiyorum.

Görüşme soruları size benim tarafımdan birinci sorudan başlanarak sırasıyla sorulacaktır. Eğer sorularda anlayamadığımız ya da size açık gelmeyen herhangi bir şey varsa ya da sorunun tekrar sorulmasını istiyorsanız lütfen belirtin ve açıklama yapılmasını isteyin. Sorulara vereceğiniz yanıtların açık ve anlaşılır olması araştırma için oldukça önem taşımaktadır. Soruları yanıtlarken deneyimlerinize dayanarak örnekler verebilirsiniz.

Görüşme sırasında konuşmamızın bölünmemesi ve konuşma hızında tam ve eksiksiz not tutamayacağım için görüşmemizin ses kaydını almak istiyorum. Bununla ilgili aynı zamanda size bir sözleşme sunmak istiyorum.

Ek 3. Sözleşme

SÖZLEŞME

Tarih:

Sayın Katılımcı,

Öncelikle araştırmama gösterdiğiniz ilgi ve bana ayırdığınız zaman için çok teşekkür ederim. Bu araştırma bir yüksek lisans tezi için veri toplamak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle sizin görüş ve deneyimlerinize de başvurulmaktadır.

Yapacağımız görüşme sırasında konuşmamızın bölünmemesi, not almanın neden olabileceği sıkıntıları önlemek ve araştırma verilerinin geçerliğini ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla ses kaydı almak istiyorum. Ses kayıtlarında yer alan görüş ve deneyimleriniz yalnızca bilimsel veri olarak kullanılacak ve araştırmada gerçek adlarınıza yer verilmeyecektir. Ses kayıtları yalnızca güvenilirlik çalışması için alan uzmanı araştırmacılar tarafından dinlenecektir. Ses kayıtları verilere dönüştürüldükten sonra isteğiniz doğrultusunda silinebilecektir.

Bu açıklamaları okuduğunuz ve araştırmaya gönüllü olarak katıldığınız için teşekkür eder, araştırmadan istediğiniz zaman çekilebileceğinizi bildiririm. Araştırmaya gönüllü olarak katıldığınıza ve benim de size verdiğim sözleri tutacağıma ilişkin bu sözleşmeyi imzalamamızı uygun görüyorum. Saygılarımla.

Görüşülen:

.....

Görüşmeci:

Duygu Tosunay

Ek 4. Görüşme Soruları

1. Kendinizi tanıtır mısınız?
 - a. Kaç yaşındasınız?
 - b. Eğitim durumunuz nedir?
 - c. Eğitim aldığınız alan nedir?
 - d. Mesleğiniz nedir?
 - e. Ne kadar zamandır bu işi yapıyorsunuz?
2. Ne kadar zamandır Facebook kullanıyorsunuz ve kullanım alışkanlıklarınız neler?
 - a. Hangi sıklıkla Facebook kullanıyorsunuz?
 - b. Facebook'ta gün içinde ne kadar zaman geçiriyorsunuz?
 - c. Bir oturumda ne kadar zaman harcıyorsunuz?
 - d. Hangi araçlarla erişim sağlıyorsunuz?
 - e. Facebook'ta gizlilik ayarları kullanıyor musunuz?
 - i. Gizlilik ayarlarınızı neye göre yapılandırıyorsunuz?
 - ii. Kişisel bilgilerinizi kimler görebiliyor?
 - f. Profilinizi hangi sıklıkta güncelliyorsunuz?
 - i. Daha çok ne gibi paylaşımlarda bulunuyorsunuz?
 - ii. Hazır içerikleri mi yeniden paylaşıyorsunuz yoksa kendiniz Facebook'ta içerik üretiyor musunuz?
 - iii. Kişisel fotoğraf paylaşırken dikkat ettiğiniz şeyler var mı?
(Tereddüt yaşıyor musunuz?)
 - iv. Paylaşımlarınızda özel gizlilik ayarları kullanıyor musunuz? Bu ayarları kullanmanızın sebebi nedir?

v. Gizlilik ayarları rahatlıkla paylaşım yapmanıza yardımcı oluyor mu? Gizlilik ayarları sizce yeterli mi?

3. Facebook'ta yaklaşık kaç arkadaşınız var?
 - a. Arkadaş listenizi kimler oluşturuyor? (Arkadaş, meslektaş, öğrenci, aile vs.)
 - b. Kimleri arkadaş olarak kabul ediyorsunuz? (Herkesi, sadece tanıdıklarım vs.)
4. Facebook'u güvenli buluyor musunuz?
 - a. Bilgilerinizin ve fotoğraflarınızın korunduğunu düşünüyor musunuz?
 - b. Nedenleri neler? Örnek verebilir misiniz?
5. Facebook'ta herhangi bir konuyu rahatlıkla dile getirebiliyor musunuz?
 - a. Günlük hayatta dile getirebildiğiniz her şeyi Facebook'ta da dile getirebiliyor musunuz?
 - b. Paylaştığımız içeriğin konusu paylaşım rahatlığınızı etkiliyor mu?
 - c. Paylaşımlarınızın sizi temsil ettiğini düşünüyor musunuz?
 - d. Mesleğiniz paylaşımlarınızın içeriğini veya paylaşım rahatlığınızı etkiler mi?
 - e. Herhangi bir sebeple paylaşım yapmaktan vazgeçtiğiniz oluyor mu?

Ek 5. Görüşme Örneği

Görüşme No: 3

10 Aralık 2014, Çarşamba, 15.15, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

Görüşmeci: Kendinizi tanıtır mısınız? Yaş, meslek...

Katılımcı: 20 yaşındayım. Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi son sınıf öğrencisiyim.

G: Ne kadar zamandır Facebook kullanıyorsunuz?

K: Sanıyorum 2009'da kaydolmuştum. Bir arkadaşımın, nasıl diyeyim, zoruyla. Hatta o benim yerime almıştı. O zamanlar sanıyorum yeni yeni popüler olmaya başlamıştı. "A bak burası böyle herkes birbiriyle arkadaş olacak," diye beni heveslendirdi. Sonra birlikte hesabımı açtık. Sonra da kullanmaya başladım.

G: Hangi sıklıkla kullanıyorsunuz?

K: Son zamanlarda aslında çok fazla kullanmıyorum. Çünkü İnternet alışkanlıklarım değişmek zorunda kaldı bu son yıl. Ama onun dışında aslında nasıl söyleyeyim... Haftada iki kere çok sık şekilde oturup 1 saat 2 saat boyunca Facebook'ta kaldığım oluyordu. Şimdi sadece gün içinde akıllı telefonumdan baktığım kadarıyla günde belki toplam bir saat kullanıyorum.

G: Akıllı telefonun dışından bilgisayardan yine de erişim sağlıyor musunuz?

K: Yani çok fazla değil. Belki bilgisayarı araştırma yapmak, işlerimi halletmek için kullanıyorum. Facebook benim için İnternetimi yavaşlatan bir şeye dönüştü. İşlerim varken Facebook'a bakmamaya çalışıyorum. İşlerimi aksatıyor. Bir şekilde orada biri mesaj yazıyor, biri bir başka bir şey soruyor. Haftada bir gün bilgisayardan ya açıyorumdur ya açmıyorumdur.

G: Peki o zaman öncekine kıyasla bir oturumda ne kadar zaman harcıyorsunuzdur?

K: Yani en fazla 5'er dakika bakıyorumdur o da ana sayfayı yenilemek için. Eğer mesaj gelmediyse. Mesaj geldiyse zaten Facebook Messenger diye ayrı bir uygulamadan geliyor. Onun bildirimleri ayrı oluyor. Onun dışında normal Facebook'tan telefonuma

bildirim gelmiyor. ‘Biri senin fotoğrafını beğendi’ tarzı bildirimleri engelledim. Yani en aza indirmek için Facebook’a bakışımı. Diyelim ki otobüste, ders aralarında baktığım 5 dakika... Sayfamı yeniliyorum, önemli bir şey var mı ona bakıyorum. Sonra kapatıyorum.

G: Temelde Facebook kullanma amacınız nedir?

K: Arkadaşlarımla haberleşmek daha çok. Ödevlerimizi Facebook’tan birbirimize söylüyoruz. Buluşmalarımızı o şekilde ayarlıyoruz. Onun dışında da haber alma diyelim. Sonuçta haberler Facebook’tan yayılıyor ya... Çok fazla komik video izleme demeyeceğim. Onları çok fazla yapmıyorum. Daha çok haber alma, haberleşme diyebiliriz.

G: Yaklaşık kaç arkadaşınız vardır?

K: Bilmiyorum ama 300-500 kişidir.

G: Listeniz kimlerden oluşuyor?

K: Tanımadığım kimseyi eklememeye çalışıyorum. O yüzden arkadaşlarım. Buna ilkokuldan itibaren görüşebildiğim arkadaşlarım. Üniversite arkadaşlarım. Lise arkadaşlarım, öğretmenlerim. Aile üyelerini pek eklememeye çalışıyorum.

G: Aile ve akrabalarınız?

K: Akrabalarım var ama dediğim gibi aslında akrabalarımın biraz daha gizlenmeye çalışıyorum Facebook’ta ve sosyal medyada.

G: Bunun sebebini nasıl açıklarsınız?

K: Nasıl diyebilirim ailem dediğim, teyzem, eniştem, kuzenlerim. Kuzenlerimin hepsi benden çok büyük. Mesela kuzenimin 15 yaşında çocuğu var. Kuzenimin 15 yaşındaki çocuğu ile Facebook’ta arkadaş olmak sorun olmuyor. Çünkü o da Facebook’u benim gibi kullanıyor. Hatta benden beter kullanıyor öyle söyleyeyim. Yeni nesil artık öyle... Daha yaşlı insanların Facebook’u kullanımları daha farklı. Çünkü bizler bazen argo dil kullanabiliyoruz. Ya da yüklediğimiz fotoğrafların altına bazen utanç verici yorumlar yazılabiliyor. İşte “Canım kızım ne kadar büyümüşsün! Zayıflamışsın!” gibi... Orada bunların görünmesini istemeyebiliyorum bazen.

G: Sorun onların sizin bilgilerinizi görmesiyle mi alakalı yoksa o yazılanları sizin kendi çevrenizin görmesiyle mi?

K: Kendi çevremın görmesi sorun.

G: Peki gizlilik ayarları kullanıyor musunuz?

K: Kullanıyorum evet.

G: Kişisel bilgilerinizi kimler görebiliyor?

K: Bazı bilgilerimi sadece arkadaşlarım görebiliyor. Zaten doğum günümü yazmadım. Bu benim kişisel tercihimdi. Onun dışında mesela, ilişkisi var ilişkisi yok kısmını zaten hiç kimseye göstermiyorum. Hakkında kısmında da sadece Anadolu Üniversitesi'nde okuduğum, Eskişehir'de yaşadığım yazıyor. Onu da bu çok genel bilgileri herkes görebiliyor. Beni eklemek isteyen insan fark etsin diye. Onun dışında paylaştığım fotoğrafları sadece arkadaşlarım görebiliyor.

G: Peki Facebook'u güvenli buluyor musunuz?

K: Hayır!

G: Ne açıdan?

K: Şöyle ki... Özel hayatın gizliliğini tamamen bertaraf eden bir durum. Aslında kendi rızamızla özel hayatımızı sergiliyoruz. Çok da onayladığım bir şey değil. Ama bazen ben de fotoğraf paylaşıyorum ama uzun süredir fotoğraf paylaşmadım. Facebook'u etkin kullandığım zamanlar gerçekten Gezi olaylarından haber vermek içindi. Bir sene önceki yaza tekabül ediyor. O zaman haber vermek ve konu hakkında gerçekten fikirlerimi yazarak inanların farkında olmalarını sağlamaktı. Onun dışında özel hayatımla ilgili çok fazla bir şey paylaşmamak istiyorum. Mesela, "ilişkisi bilmem kaç martta başladı, bilmem nerde bitti". "Bugün sinemaya gitti" gibi şeyleri pek fazla paylaşmak istemiyorum.

G: Peki bunun güvenlikle ilgili sizi rahatsız eden kısmı nedir?

K: Nasıl diyeyim... Bir nevi fişleme gibi geliyor bana. Güvenlikle ilgili. Nerede ne zaman bulunduğum ve ne yaptığım bir şekilde orada bulunuyor.

G: Yani ulaşmak isteyen kişilerin ulaşabileceğini mi düşünüyorsunuz?

K: Evet...

G: Bilgilerinizin ve fotoğraflarınızın korunduğunu düşünüyor musunuz?

K: Düşünmüyorum. Aslında ben inanıyorum ki Facebook'ta bazen, "gizlilik ayarlarınızın görünmemesi için şu kutucuğu işaretleyin" gibi şeyler dolaşüyor. Onu etkin bir şekilde kullanamadım. Hatta bize çok fazla bilgi verilmediğini düşünüyorum. Oradaki fotoğrafları, sağ tıklayıp fotoğrafı kopyaladığınız zaman veya print screen yapıp fotoğrafı güzel bir şekilde Paint'te kestiğiniz zaman benim fotoğrafıma sahip olabilirsiniz. Facebook'ta bunu engellemenin yolu yok. Bilgisayarda, Facebook'ta print screen yapıldığı zaman o fotoğrafa sahip oluyorsunuz. O yüzden güvenirliliği yok bence.

G: Peki eskiye göre daha az kullandığınızı belirttiniz ama mesela güncelleme veya paylaşım yapma sıklığınız nedir?

K: Artık daha çok gerçekten ilginç olan şeyleri paylaşıyorum. Onun dışında profil fotoğrafımı çok uzun süredir değiştirmemişimdir. Farklı bir fotoğraf çok uzun süredir paylaşmamışım. Profilimin güncellenmesiyle ilgili şöyle şeyler var. Bir arkadaşım bir yere gidiyoruz. Bir fotoğraf çekiyoruz. O fotoğrafta beni etiketlediği zaman benim ana sayfamaya düşün mü düşmesin mi diye bana bildirim geliyor. Ben de onu kabul ediyorum. O şekilde benim sayfamaya geliyor. Sadece onları onaylıyorum. Kendim yeni gönderi paylaşmıyorum.

G: Paylaştığınız diğer şeylerden bahsettiniz. Hazır içerikleri yeniden paylaşıyorsunuz o zaman, peki kendi ürettiğiniz içerikleri daha mı az paylaşıyorsunuz?

K: Hazır içerikleri daha fazla paylaşıyorum. Kendim içerik üretiyorsam bunu daha çok Twitter'da paylaşmayı tercih ediyorum. Facebook'ta artık çok şey paylaşmıyorum.

Kaynakça

- 5651 Sayılı Kanun. (2007). *İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun*. <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5651.html> (Erişim tarihi: 01.02.2015)
- AB İlerleme Raporu. (2012). http://t24.com.tr/media/editorials/files/2012_ilerleme_raporu_tr.pdf (Erişim tarihi: 08.10.2014)
- Altunay, A. (2012). *Yeni Medya ve...* (Ed: D. Yengin). İstanbul: Anahtar Kitaplar
- Akbaşı, B. ve Yardımcı, B. (2013). *Türkiye’de otosansür sansürden daha önemli bir sorun*. <http://www.habervesaire.com/news/turkiye-de-otosansur-sansurden-daha-onemli-bir-sorun-2602.html> (Erişim tarihi: 20.10. 2014)
- Akdeniz, Y. ve Altıparmak, K. (2008). İnternet: Girilmesi Tehlikeli ve Yasaktır Türkiye’de İnternet İçerik Düzenlemesi ve Sansüre İlişkin Eleştirel Bir Değerlendirme. <http://www.ihop.org.tr/dosya/yayin/rl.pdf> (Erişim tarihi: 16.10.2014)
- Aslan, G. (2012). *Anonimlik Deneyimi ve Sosyal Medya Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi
- Bayzan, Ş. (2009). Türkiye ve dünyada İnternet yasakları ve sansür kavramı ile zararlı içeriğe karşı yaptırım ve uygulamalara genel bir bakış. *Akademik Bilişim’09-XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 383-388. http://ab.org.tr/ab09/kitap/bayzan_sansur_AB09.pdf (Erişim tarihi: 25.11.2014)
- Bedir, U. (2012). *Siber Alanda Güvenliğin “Technophobia” Üzerinden İnşası: Türkiye’de Güvenli İnternet*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yayınları
- Bozkurt, V. (2000). Gözetim ve İnternet: Özel Yaşamın Sonu mu? *Birikim Dergisi*, 136. <http://www.birikimdergisi.com/sayi/136/gozetim-ve-İnternet-ozel-yasamin-sonu-mu> (Erişim tarihi: 13.01.2015)
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. (Çev: E. Kılıç). (3. Baskı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

- Chambers, D. (2013). *Social Media and Personal Relationships*. Londra: Palgrave Macmillan
- Cook, P. ve Heimann, C. (2010). Censorship and Two Types of Self-Censorship. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1575662 (Erişim tarihi: 11.11.2014)
- Creswell, J. W. (2005). *Educational Research. Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. ABD: Pearson Education
- Çakır, M. (2014). Yeni medyaya ilişkin eleştirel yaklaşımları ve tespitleri ile Christian Fuchs. *Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar*. (Ed: M. Çakır). İstanbul: Doğu Kitabevi
- Çalıcı, C. (2011). *Sosyal Ağlarda Suç Farkındalığı: Facebook Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi
- Das, S. ve Kramer, A. (2013). Self-Censorship on Facebook. *International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM13/paper/view/6093> Erişim Tarihi: 09.09.2014
- Debatin, B. Lovejoy, J. P. Horn, A. K. Hughes, B. N. (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15, 83-108. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01494.x/full> (Erişim tarihi: 25.11.2014)
- Dilmen, N. E. ve Akyazı, E. Sanal Dünyada Temiz Toplum Yaratma Aracı Olarak Sansür. <http://www.sertacogut.com/blog/wp-content/uploads/2009/03/sanal-dunyada-temiz-toplum-yaratma-araci-olarak-sansur.pdf> (Erişim tarihi: 11.11.2014)
- Dolgun, U. (2004). Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna. *Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(3). <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/comuybd/article/download/5000037417/5000036292> (Erişim tarihi: 09.01.2015)
- Evren, S. (2014). Otosansürlü rüyalar çağında otosansürü nasıl yazmalı? *Sabitfikir*, 38, 20-26
- Filak, V. Reinardy, S. Maksl, A. (2009). Expanding and Validating Applications of the Willingness to Self-Censor Scale: Self-Censorship and Media Advisers' Comfort

- Level with Controversial Topics. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 368-382 <http://jmq.sagepub.com/content/86/2/368> (Erişim tarihi: 03.11.2014)
- Foucault, M. (2000). *Hapishanenin Doğuşu*. (Çev: M. A. Kılıçbay). (2. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi
- Fuchs, C. (2011). Political Economy and Surveillance Theory. *Critical Sociology*. Uppsala University. <http://crs.sagepub.com/content/39/5/671.full.pdf+html> (Erişim tarihi: 09.01.2015)
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (Çev: B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları
- Göker, G. Demir, M. Doğan, A. (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*. 5(2), 183-206
http://www.newwsa.com/download/gecici_makale_dosyalari/NWSA-1554-3-3.pdf (Erişim tarihi: 15.11.2014)
- Gören, Z. (2014). İnternet Özgürlüğünün Koruma Alanı ve Sınırları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 13(26), 9-25
<http://acikerisim.iticu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11467/899/M00580.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Erişim tarihi: 20.01.2015)
- Harcup, T. (2014). *Censorship*. Oxford University Press.
<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-217>. (Erişim tarihi: 16.10.2014)
- Hayes, A. F. Glynn, C. J. Shanahan, J. (2005a). Willingness to self-censor: A construct and measurement tool for public opinion research. *International Journal of Public Opinion Research*, 17(3), 298-323.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=18394524&lang=tr&site=ehost-live> (Erişim tarihi: 03.11.2014)
- Hayes, A. F. Glynn, C. J. Shanahan, J. (2005b). Validating the willingness to self-censor scale: Individual differences in the effect of the climate of opinion on opinion expression. *International Journal of Public Opinion Research*, 17(4), 443-454
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=19253616&lang=tr&site=ehost-live> (Erişim tarihi: 03.11.2014)
- Jarvis, J. (2012). *E-Sosyal Toplum. Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi*. (Çev: Ç. Kök). İstanbul: MediaCat

- Kalaman, S. (2011). *İnternette özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesi: Facebook*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (27. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Köse, G. ve Özen, K. (2010). *İnternet'te Sansür Üzerine Bir Değerlendirme*.
http://www.bby.hacettepe.edu.tr/e-bulten/dosyalar/file/kose_ozen_by2010.pdf
(Erişim tarihi: 11.11.2014)
- Maigret, E. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. (Çev: H. Yücel). İstanbul: İletişim Yayınları
- Mert, E. (2014). Anket, çevrimiçi anket tekniği ve çevrimiçinde anket uygulaması. *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve tekniği*. (Der: M. Binark). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Noelle-Neumann, E. (1998). *Kamuoyu. Suskunluk Sarmalının Keşfi*. (Çev: M. Özkök). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları
- Orwell, G. (2000). *Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*. (Çev: C. Üster). İstanbul: Can Yayınları.
- Öztürk, S. (2006). Türk sinemasında ilk sansür tartışmaları ve yeni belgeler. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi*, (5), 47-76.
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/gsuilet/article/view/5000004886> (25.11.2014)
- Reporters Without Borders. (2014). *Enemies of the Internet*. http://12mars.rsrf.org/wp-content/uploads/EN_RAPPORT_INTERNET_BD.pdf (Erişim tarihi: 15.12.2014)
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Cambridge: MIT Press
- Shield, P. M. ve Rangarjan, N. (2013). *A Playbook for Research Methods: Integrating Conceptual Frameworks and Project Management*. ABD: New Forums Press
- Sleeper, M., Balebako, R., Das, S., McConahy, A. L., Wiese, J., Cranor, L. F. (2013). The post that wasn't: exploring self-censorship on Facebook.
<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2441865> (Erişim tarihi: 09.09.2014)
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi
- Toprak, A.; Yıldırım, A.; Aygül, E.; Binark, M.; Börekçi, S.; Çomu, T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları
- Tunç, A. (2013). Freedom of expression debates in Turkey: Acute problems and new hopes. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 9(2), 153-163

- http://www.intellectbooks.co.uk/journals/view-Article_id=16736/ (Erişim tarihi: 16.10.2014)
- Tüfekçi, Z. (2008). Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1), 20-36.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (1961)
- <http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm> (Erişim tarihi: 18.12.2014)
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. (1982)
- http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf (Erişim tarihi: 18.12.2014)
- Türkiye Yayıncılar Birliği, (2014). *Yayınlama Özgürlüğü Raporu Haziran 2013 - Haziran 2014*
- <http://www.turkyaybir.org.tr/images/UserFiles/Documents/Editor/Yayinlama%20Ozgurlugu%20Raporu%202014.pdf> (Erişim tarihi: 23.10.2014)
- Ünal, F. (2007). *Anadolu üniversitesi bilgi yönetimi önlisans programı'nın eleştirel düşünme açısından incelenmesi*. Yayınlanmamış doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Varnalı, K. (2012). *Dijital Kabilelerin İzinde: Sosyal Medyada Netnografik Araştırmalar*. İstanbul: MediaCat
- Weber, M. (1996). *Sosyoloji Yazıları*. (Çev: T. Parla), İstanbul: İletişim Yayınları
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık
- <http://engelliweb.com/istatistikler/> (Erişim tarihi: 30.01.2015)
- <http://www.alexacom/siteinfo/facebook.com> (Erişim Tarihi: 30.12.2014)
- <http://www.campaigntr.com/2014/02/20/68209/facebook-turkiye-rakamlarini-acikladi/> (Erişim Tarihi: 02.01.2015)
- <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> (Erişim Tarihi: 30.12.2014)
- <http://www.statista.com/statistics/284503/turkey-social-network-penetration/> (Erişim Tarihi: 30.12.2014)
- http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54352c06d5df61.54053206 (Erişim tarihi: 08.10.2014)
- http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54352bfcd63c73.51166335 (Erişim tarihi: 08.10.2014)
- <http://tr.wikipedia.org/wiki/Otosans%C3%BCr> (Erişim tarihi: 08.10.2014)