

Mahremiyet Algısı Bağlamında Sosyal Medya ve Dijital İzleme Perspektifi

Yasemin Sarıçam¹

Özet

Bu çalışma Instagram, WhatsApp, Facebook ve X platformlarının kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarını betimsel içerik analizi yöntemiyle inceleyerek dijital gözetim pratiklerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Veri toplama, kullanıcı rızası ve paylaşım süreçlerinin meşruiyet zemini olarak yapılandırılırken, sorumluluk ve riskler büyük ölçüde kullanıcıya yüklenmektedir. Sözleşmelerdeki muğlak ve belirsiz ifadeler, platformlara geniş takdir yetkisi tanıırken kullanıcıların veri kullanımını öngörmesini güçleştirmektedir. Sonuç olarak, kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları, dijital gözetimi görünmez hâle getiren ve kullanıcı rızası üzerinden meşrulaştıran temel araçlar olarak işlev görmektedir. Bu bulgular, gözetim pratiklerinin yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda hukuki ve söylemsel süreçlerle desteklendiğini ortaya koymaktadır.

GİRİŞ

Gözetim toplumu; bireylerin hareketleri, davranışları, istek ve tercihlerinin bir şekilde toplanarak işlendiği çok katmanlı bir yapıyı temsil etmektedir. Gözetim olgusu sadece modern süreçlerle ilişkilendirilemez. Çünkü gözetimin tarihi insanlığın var oluşuna kadar dayanmaktadır. (Foucault 2011: 133) Tüm tarihsel süreçlerde gerekçe olarak denetim ve güvenlik ihtiyaçları ön plana konulmuştur. Ancak gelişen ve dönüşen iletişim teknolojileri kapsamında gözetimin amacı ve mantığı da değişime uğramıştır. Veri izleme, toplama ve işleme süreci teknoloji aracılığıyla doğrudan takibin yapıldığı anlayıştan uzaklaştırılmıştır. (Dillon, 2021: 517) Bu bağlamda geleneksel gözetim kavramsallaştırmalarının yeni gözetim biçimlerine dönüştüğünü söylemek mümkündür.

1 Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, yaseminsaricamrtv@gmail.com, 0000-0001-9401-7249

Yeni gözetim biçimlerinin temel ayaklarından bir tanesini dijitalleşme oluşturmaktadır. Dijital teknolojilerdeki yenilikler ve ilerleme gözetimi daha sistemli hale getirerek belirginliğini azaltan gelişmelerdir. Bu bağlamda dijital teknolojiler sayesinde kişisel ve kolektif veriler hızlı, etkili ve anlamlı bir biçimde kullanılmaktadır. (Neyland, 2006: 76) Dijital teknolojilerin tamamlayıcısı konumunda yer alan ağ bağlantıları aracılığıyla gözetimin çapraz biçime büründüğünü söylemek mümkün hale gelmiştir. Gözetleme pratikleri artık bireysel ve beraberinde toplumsal bağlamda insan yaşantısıyla iç içe geçmiş haldedir. Hatta gözetimin akışkan formu da beraberinde birçok tartışmayı iletişim bilimleri eksenine dahil etmiştir. (Bauman ve Lyon, 2016: 8)

Teknolojik ilerleme ve yeni medya entegrasyonunun en önemli ayaklarından bir tanesini sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Sosyal medya platformları ağ bağlantıları aracılığıyla kullanıcılara kişisel ve toplumsal deneyimler sunan iletişim kanallarıdır. Bu platformlarda toplanan veri yığınları mekân ve zaman şartı olmaksızın interaktif biçimde bireyler arasında çok yönlü etkileşime olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda “izleyen göz” distopyası “birbirini izleyen gözler” gerçekliğine dönüşmüş durumdadır.

Sosyal medya platformları, modern çağda bireylerin mahremiyet kavramını kökten değiştirmiştir. Gönüllü rıza kavramı çerçevesinde mahremiyetlerinin bulanıklaşmasına olanak tanıyan bireyler yaşamlarını gözetlenmenin tam merkezine oturtmaktadır. Postmodernizmin odak noktası sosyal medyanın gerçekleriyle örtüşmektedir. Tek bir hakikatin olmadığını iddia eden postmodernizm de simülasyonun gerçekliği taklit ettiğine vurgu yapılmaktadır. Tam bu noktada gerçek hayat ve paylaşılan arasındaki fark gönüllü olarak yok edilmek istenmektedir. Bu gönüllülük çerçevesinde değerlendirildiğinde birey enformasyon kirliliğine, çevrimiçi tacize, bağımlılığa ve verilerinin kullanılmasına zemin hazırlamaktadır.

Kişisel veri, bireyi ilgilendiren tüm verilerin doğrudan ve dolaylı olarak kullanılabilmesine olanak sağlayan her türlü bilgidir. Veri gizliliği ise bireylerin veya kuruluşların kişisel verileri ve ticari bilgilerinin gizliliğinin korunması anlamına gelmektedir. Kişisel veriler bireylerin veya kurumların kimlikleri, operasyonları, finansal kaynakları vb. tüm bilgileri kapsamaktadır. Veri gizliliği bu ve bunun gibi bilgilerin izinsiz olarak işlenmesini ve kullanılmasını engellemeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya platformlarının da kullanıcıların kişisel verilerini korumak amacıyla ortaya koyduğu birtakım politikalar bulunmaktadır. Kişiler veya kurumlar sosyal medya platformuna üye olduğu esnada bu politikalara maddeler halinde erişebilmektedir. Bu politikaların kabulünden sonra üyelik işlemi tamamlanmaktadır. Ancak burada dikkat

edilmesi gereken nokta bireylerin bu maddeleri ne kadar bilinçli bir şekilde onayladığıdır.

Bu noktadan hareketle, çalışmada sosyal medya platformlarının kişisel veri gizliliği politikaları çerçevesinde bireylerin mahremiyetlerini hangi kapsamda ve ne derecede koruma altına aldığı konusunun aydınlatılması amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden olan betimsel içerik analizinin kullanıldığı çalışmada örneklem olarak dört büyük sosyal medya platformu “Instagram, Facebook, WhatsApp ve X” seçilmiştir.

1. Mahremiyetin Aşınması: Özifşa

Kökene Arapça ’ya dayanan mahrem kelimesinin anlamı; yasaklanan, tabu konulan, özel alanın içinde bulunan, harem olana denk düşmektedir. Mahremiyetse mahremın gizli halini temsil etmektedir. Mahremiyet; kavram olarak bireyin dış dünyayla arasına koyduğu sınır olarak nitelendirilmektedir. Kavram hakkında ilk tanımlamalardan birini yapan Amerikalı yargıç Brandeis’e göre; mahremiyet yalnız bırakılma hakkıdır. Özgür insanlar tarafından en çok değer verilen haktır ve hakların en kapsamlısıdır. (Yüksel, 2003: 182) Geliştirilen en anlamlı mahremiyet tanımlarından bir tanesi Irwin Altmann’a aittir. Altmann mahremiyeti bireyin seçkinci kontrolü olarak nitelendirmiştir. Burada amaçlanan bireyin özbenliğine veya içinde bulunduğu gruba ulaşmasıdır. (Gifford, 1997: 173) Özel alanlara ötekilerin izinsiz olarak girebilmesine karşı koyabilme hakkıdır. (Bauman:2018, 72-73). Mahremiyet; bireyin özel yaşamına ait enformasyonun, alanın ve davranışın korunmasını ifade eden çok boyutlu bir kavramdır. Bireyin kimliğini ve özerkliği koruma mekanizması olarak işlev görür. Sosyolojik bağlamdaysa bu mekanizma toplumsal normlara şekil vererek kültürel kodların belirlenmesine zemin hazırlar. Mahremiyet olgusu farklı kültürlerde, toplumlarda ve dönemlerde değişkenlik göstermektedir. Ancak asıl olan şudur ki mahremiyet, enformasyon çerçevesinde kişinin toplumsal ve bireysel iletişimini kanalize ederek ortaya çıkmaktadır.

İletişim bilimci Sandra Petronio’nun “İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi”nde mahremiyetin sınırları, kuralları, koordinasyonu ve ihlali belirli faktörler çerçevesinde şekillenmektedir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken esas nokta sonuca ulaşmadan önce bireyin oluşturduğu nedendir. Yani mahremiyet ihlalinin çıkış noktasıdır. Bu bağlamda Petronio mahremiyet sınırlarını açıklık ve kapalılık olarak ayırmaktadır. Açık sınırdaki birey kendisiyle ilgili enformasyonun erişimine izin vermektedir. Kapalı sınır özel enformasyona erişimi reddetmektedir. (Allen, Coopman, Hart, & Walker, 2007: 176) Bu yaklaşım gözetim mekanizmalarının bireyler üzerindeki etkisi bağlamında anlam kazanır.

Açık sınırlar kapsamında gözetimin belirsiz ve bulanık özgürlüğü yeni medya araçları çerçevesinde şekillendirilebilmektedir. Yeni medya araçlarının yaygın kullanımı ve toplumsal bağlamdaki etkili rolüyle birlikte akışkan modern toplumda seviye atlamıştır. Gizlilik, sır, ihlal gibi kavramlar içi boşaltılmış bir şekilde dolaşıma sunulmuştur. Akışkan modern toplumun niteliği ve niceliği değişmiş durumdadır. Mahremiyet ihlalinin kamusal alanı sömürgeleştirmesi itiraf toplumunun da temelleri filizlendirmiştir. Artık en özel olanın bile bir çizgisi kalmamış ve kamuya atfedilmiştir. Dolayısıyla özel olanın ilan edilmesi gibi bir zorunlulukta beraberinde doğmuştur. (Bauman: 2014, 259) Akışkan modern dünyada özel olaylar kamusal çevrilmiş ve mahrem olana herkesin erişimi sağlanmıştır.(Bauman: 2021, 144) Bu erişimin en kolay yollarından birini kitle iletişiminin yeni boyutu olan sosyal medya platformları oluşturmaktadır. Sosyal medyanın yoğun ve yaygın kullanımı mahrem olan içeriklerin veriye dönüşümüyle sonuçlanmaktadır. (Akar ve Akar, 2021: 289) Burada esas değinilmesi gereken nokta; içeriklerin yani diğer bir deyişle verilerin büyük çoğunluğunun “itiraf” düzleminde gönül rızasıyla oluşturulduğudur. Esas amaç beğenilmek, fark edilmek veya ticari alan oluşturmaktır. “İtiraf toplumunda yaşamak aynı zamanda gönüllük ve kendini ifşa etme mantığıyla gözetim toplumunda yaşamak demektir. İnsanlar sosyal ağlarda kendilerini kamuya ifşa etmekte ve sosyal ağları sosyal varoluşa ulaşmanın birincil ve en önemli yolu olarak görmektedir.” (Çimen, 2024: 37)

Tüm bunların sağlanması yapılırken mahremiyet ihlalinin yanı sıra olumsuz diğer yansımalarda gözden kaçırılmamalıdır. Mekan, zaman ve kişi bağımsızlığı tüm sınırları yerle bir etmiş durumdadır. İzlerkitle tüm paylaşımlara zaman sınırlaması olmadan istediği anda ulaşabilmektedir. Kayıt altındaki tüm veriler yarının verileri niteliğindedir. Bireyin algısı gerçek ve sanal arasına sıkışmış durumdadır. Bu da bütüncü niteliğe zarar vermektedir. Sosyalleşme kavramı dijital ortama taşınmıştır. Bireyler artık toplumsal nitelikleri dijital kanallar aracılığıyla icra etmektedir. (Tüfekçi, 2008: 22)

Yeni medya ve kollarının hayatımıza sunduğu bu yansımalar gözetim mekanizmalarıyla iç içe geçmiş bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Michel Foucault'nun iktidar ve disiplin üzerine yaptığı çalışmalar, bireyin yalnızca dışsal baskıyla değil, içselleştirilmiş denetim aracılığıyla da kendini ifşa etmeye yöneldiğini göstermektedir. Birey zaman içerisinde kendi üzerinde bir gözetleme pratiği geliştirmektedir. Bu durumda itirafın zorlama olmaktan çıkmasına ve gönüllük esasına dayanmasına yol açmaktadır. Sosyal medya çağında gönüllülüğün daha belirgin hale gelerek gözetim kültürünü interaktif boyuta taşıdığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda da gönüllü itiraf gözetimin modern toplumda hep ürünü hem de sürdürücüsü olarak değerlendirilebilmektedir.

1.1. İçselleştirilmiş Gözetim

Gözetleme temel anlamıyla birey veya grup davranışlarının sistematik bir biçimde izleme, kaydetme, işleme sürecidir. Bireyin yaptıklarını, izleyeni belli etmeden gizlice takip etmek olarak tanımlanır. (Ayverdi, 2006: 1093) Gözetim, eskiye dayanan bir olgudur. İnsanlar başkalarını sistematik bir biçimde organize ve kontrol etmek için izlemektedir. (Lyon, 1994: 22) Gözetleme sadece modern çağla sınırlandırılmaz. Gözetim insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Çünkü insanlar sürekli denetim altında tutmak ihtiyacı hâsıl olmuştur. (Foucault, 2011: 133) Dolayısıyla gözetim sadece bakmak anlamına gelmemektedir. Gözetimin temel yapıtaşlarını kontrol, yönlendirme ve düzenleme oluşturmaktadır.

Gözetim olgusunun işlevi tarih boyunca çeşitli kuramsal çerçevelerle farklı perspektiflerden aktarılmıştır. Gözetleme eylemi Marx'a göre sermaye emek ilişkisinin, Weber'e göre bürokrasinin, Foucault'a göre iktidar disiplininin temelini oluşturmaktadır. Marx sermayenin artı değeri maksimize edebilmek için gözetlemenin bir kontrol mekanizması işlevi gördüğünü savunur. Gözetim, işçiyi disipline eden ve otoriteyi pekiştiren bir güç aracı olarak işlev görür. Bu araç dijital kapitalizm bağlamında da kullanıcı-çalışan verilerini ekonomik değere dönüştürerek emek-sermaye gerilimini veri ekonomisi üzerinden yeniden üretir. Bu da aslında dijital çağda yeni sınıf mücadelesini ortaya çıkaran bir yapı olarak nitelendirilebilir. Weber gözetimi rasyonel-legal bir otoriteye dayalı bürokratik örgütlenmenin bir unsuru olarak nitelendirmektedir. Hiyerarşik yapıda hesap vermeyi mümkün kılmak için sistematik biçimde kullanılır ve işleyişin düzenini sağlamada da aktif bir rol oynar. Dijital çağda bu rolün üstüne düşende paralel evrenle aynıdır. Foucault'da gözetimi modern iktidar da bireyleri disipline edip bedenleri yönetilebilir hale getirmek için kullanılan bir iktidar tekniği olarak sınıflandırır. Foucault bunu biyo-iktidar olarak kavramsallaştırmaktadır. Panoptikon metaforu dijital ortamda bireyin bizzat kendini bir mekanizmaya dönüştürmesiyle sonuçlanır. Bu dönüşüm hem gözetleyen hem de gözetlenen bağlamında "veri öznesini" irdeleyen farklı amaçlar, nedenler ve sonuçlarla ilişkilendirilebilir.

Panoptikondan günümüze gözetim, modern toplum kurumları ve dijitalleşme köprüsüyle fiziksel mekândan ayrılarak Mosco'nun "Siberuzay"ında kendine köklü bir yer edinebilmiştir. Fiziksel dünyanın ötesinde işleyen siberuzay; modernitenin hayatımıza getirdiği hız, erişilebilirlik ve küresel bağlantı dönüşümlerinin paralel süreci olarak nitelendirilebilir. Teknolojinin hızlı gelişimi yaşamı daha kolay ve rahat bir noktaya taşıırken aynı zamanda her geçen gün yaygınlaşarak gözetim eyleminin işini kolaylaştırmaktadır. (Rizanaj, 2020: 74) "Teknolojik gelişmelerin sağladığı kolaylıklarla birlikte

insanlar ve nesnelere dijital verilere dönüştürülerek izlenmekte, kayıt edilmekte, eşleştirilmekte ve sürekli biçimde görülmektedir. Yani dijital teknolojiler, verileri elde etmede ve bunları işlemede büyük kolaylıklar sağlamaktadır.” (Çimen, 2022)

Bireysel, toplumsal, kurumsal ve devlet odaklı faaliyetler siberuzayda dolaşan ve depolanan verilere dönüşmüş durumdadır. Siberuzay, davranışların düzenli halde izlenip, kaydedilip, algoritmalar üzerinden yeniden değerlendirildiği temel bir evren haline dönüşmüştür. Bu çerçevede de dijital alt yapılar bireysel-toplumsal düzenin ve aynı zamanda gözetleme mekanizmalarının iskeletini oluşturmaktadır. Gözetim teknolojileri iskeletini sayısal ve istatistiksel verilere indirgediği birey üzerine inşa etmektedir. (Dolgun, 2008:186) Eklemlenen verilerin yoğun etkileşimi, teknik araç olma işlevini çok boyutlu bir yapıya dönüştürmüştür. Bu dönüşümün kapsamını anlamlandırabilmek için, gözetim pratiklerini aktörler, işleyiş mekanizmaları ve toplumsal sonuçlar bakımından bütüncül bir yaklaşımla ele almak yerinde olacaktır. Aşağıda yer alan tablo modern gözetim biçimlerini ayrı üç katmanda değerlendirilen hibrit bir kategorizasyondan oluşmaktadır:

TABLO 1

GÖZETİM AKTÖRLERİ	Devlet ve Güvenlik Kolları
	Şirketler
	Eğitim Kurumları
	Birey ve Toplum Üyeleri
	Uluslararası Yapılar
	Davranışsal Veri Toplama Araçları
GÖZETİM MEKANİZMALARI	Profil Çıkarma
	Algoritmik İşleme
	Yönlendirme
	Alt Yapı Sistemleri
	Standart İletim Protokolleri
	Davranışsal Değişim
GÖZETİMİN ETKİLERİ	Oto-disiplin
	Mahremiyet Aşınımı
	Hak İhlalleri
	Demokratik Sonuçlar

Modern gözetimin anlamı ve mantığı tekno-sosyal çerçevede şekillenmektedir. İleri teknoloji sayesinde gözetimin geleneksel anlamı değişime uğrayarak amacı,

nedeni ve kapsamı bakımından akışkan hale gelmiştir. Bahsi geçen akışkan durum hem bireyler arasında hem de disiplinler arasında değerlendirilebilmektedir. Gözetim sınırları aşarak farklı alanlara müdahil olmuştur. (Bauman ve Lyon, 2013: 13) Gözetim bireysel ya da kolektif fark etmeksizin bireyi anlamlandırma çabası içerisindedir. Anlamlandırılmaya çalışılan veriler bilgi sağlayıcılardan, çok merkezli yönetimlerden ve farklı kaynaklardan temin edilmektedir. Farklı alanların birbirleriyle olan etkileşimiyle dijital teknolojiler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu bağlamda da birbirine bağlı veya dağıtılmış gözetim alanlarının fonksiyonel çerçevede sonuç çıkarmasında dijital teknolojilerin etkisi azımsanamayacak kadar çoktur. (Çimen, 2020) Dijitalleşmenin en önemli ayağı olan bilgisayar teknolojilerinin hayatımıza yerleştirdiği üç temel nüans uzaklaşma, mesafe ve otomasyondur. Toplumsal yaşantımızda yer alan kişisel veya toplumsal bilgiler bu üç nüans çerçevesinde kolaylıkla toplanarak kaydedilmekte, işlenmekte, dolaşıma dahil edilmekte ve pazarlanmaktadır. (Lyon, 1997: 10) Bu süreç yalnızca büyük veri akışının bir parçası olmaktan çıkarak kapitalist gözetiminde temel mantığını şekillendirmektedir. Bireylerin günlük pratiklerinden elde edilen veriler, işlenebilir birer veriye dönüştürülür. Bu da devlet, şirketler ve kurumlar bağlamında tatmin, kar, yönlendirme mekanizmalarına dönüşür. Kapitalist sistemin küresel dünya bağlamında arz ettiği önemin ana kollarından bir tanesine de böylelikle dijital gözetim unsurları yerleştirilmiş olur. Yeni medyanın temel hedeflerinin arasında kar gütmeye amacı olduğu için kapitalist ekonomik sistem bağlamında da yapılandırılmıştır. (Christians vd., 2006: 183) Bu bağlamda alıcılar ticari bir unsur olarak görülmektedir. Satıcılar ürünlerini nitelikli olarak pazarlayabilecekleri insan arayışına girmektedir. Bu bağlamda alıcının isteği ve satıcının fırsatı dolayımın da tüm kullanıcılar eşit olarak değerlendirilmemektedir. Bazıları daha fazla arzuya maruz kalmaktadır. Satıcılar medya pazarında alıcı seçmektedir. Sonuç olarak da içerikler satıcıların etkilemek istediği alıcılara göre şekillendirilmektedir. (Soydan, 2023: 209)

Kapitalist gözetimin en yoğun çalıştığı alanlardan bir tanesi sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya platformları kullanıcıların ürettiği veriyi düzenli biçimde toplar ve anlamlandırır. Beğenilerden yorumlara, hareket durumundan takip ilişkilerine kadar geniş bir veri seti, platformun algoritmik süreci içerisinde birer veri maddesi haline dönüştürülür. Bu maddelerde kâr amaçlı bir ekonomik kaygıyı besleyerek dönüştürülmüş davranışların boyutunun nedeni sorgulandığını ortaya çıkarır. İnsanların teknolojik gelişmelerle yapılan gözetlemelerden habersiz olması pek mümkün değildir. Çünkü teknolojiyle iç içe yaşayan insanlar her an gözetlendiklerinin farkında yaşamlarını sürdürmektedir. (Çimen, 2020) Farkındalıkla ama hiçbir önlem almadan veri öznesi olmaya devam eden bireyler, tam bu noktada gönüllü itirafın baş rolünü

oynamaktadır. Gerek eğlence gerekse ticari amaçlar doğrultusunda yaygın kullanılan sosyal medya platformlarıyla meşruiyete izin vermektedirler. “Artık geleneksel gözetleme kulelerine ihtiyaç yoktur. Çünkü her birey gönüllü veya ayarlanmış olarak doğal gözetleme teknolojisinin kendisi olmuştur. Önceden var olan zor ve baskının kurbanları şimdilerde gönüllü köleliğin peşinden koşanlar olmuştur.” (Çimen, 2023) Bu noktada dış baskının içsel disipline dönüşmesinden bahsedilebilmektedir. İçsel disiplinse öznenin kendi arzusunu yansıtmaktadır. Bireylerin kendi arzularıyla mahremiyetlerini ifşa etmeleri gözetimin içselleştirilmesinin ileri bir boyutu olarak okunabilmektedir.

1.2. Sosyal Medyanın Görünür Gözetim Mekanizmaları

Sosyal ağ, bir grup insanın arasında gerçekleşen ilişkiler bütünü temsil etmektedir. (Wasserman ve Faust, 1994:3) Sosyal ağ; Facebook, Instagram, WhatsApp, X gibi platformların çok öncesinde literatüre girmiş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak hızla gelişen teknoloji sosyal ağ kavramını temelden değiştirecek yeni bir düzleme taşımayı başarmıştır. Yeni sosyal ağların sacayağını oluşturan sosyal medya, algoritmik işlevsellikle karşımıza çıkan yeni medya yapılanmalarından bir tanesidir. Kullanıcıların açık veya gizli profilleri üzerinden diğerleriyle etkileşime geçtikleri sanal ortamlardır. Bireyler bu profillerde iletişimde oldukları insanları listelendirir, istediklerini sergiler ve diğerlerini gözlemler. (Body ve Ellison, 2004: 211) Başka bir tanıma göre; sosyal medya bireylerin iletişim kurmak, çeşitli biçimlerde içerik oluşturmak ve iş birliği yapmak için kullandıkları çevrimiçi araçlardır. (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011: 242)

Teknolojinin hayatımıza kazandırmış olduğu hız olgusu sosyal medya platformlarında en belirgin halini yansıtmaktadır. Enformasyon, haber içerikleri ve etkileşim saniyeler içinde ulaşılabilir hale gelmiştir. Yaşanan olay saniyelerle milyonlara ulaşabilir, bireyler arasında etkileşim ve iletişimi anlık bir paradigmaya oturtur. Bu paradigma kapsamında etki ve tepki aynı anda meydana gelmektedir. Buradan hareketle sosyal medya çift yönlü ibaresine maruz kalabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya statü farkını ortadan kaldırarak alıcı ve kaynağı aynı düzleme indirgemektedir. (Kılıç, 2015: 55) Bu bağlamda da sosyal medya platformları statü farkı olmaksızın bireyleri bir araya getiren ve gündelik hayatımızda yer kaplayan mecralardır. Gündelik hayatımızda bu denli yer kaplamasının bir diğer sebebi de eşzamanlı olmasıdır. Eşzamanlılıktan kastımız bireylerin aynı anda içerik üretme, paylaşma ve etkileşim süreçlerini yönlendirebilmesidir. Bu bağlamda gerçek zamanlı iletişime, hızlı enformasyon akışına ve anında geri bildirim olanağı sağlanabilmektedir. Geleneksel medyanın tersine kaynak zaman yönetimini kendisi yapabilmektedir. Aynı zamanda çapraz sosyal medya platformlarını kullanan bireyler eşzamanlılığı diğer bir

uygulamaya da taşıyabilmektedir. (Öze, 2017: 2019) Çapraz sosyal medya platformlarının kullanımı gibi aynı zamanda kitlelerin zıtlığından bahsetmekte mümkündür. Sosyal medya platformları kitleselleşmeye olanak sağladığı gibi kitlesizleştirmeyede imkân tanımaktadır. Yani sosyal medya platformunda kaynak etkileşimi ya da içerik üretimini sadece tek kişi ile paylaşabileceği gibi kitlesel boyutlarında erişimine sunabilmektedir. (Kılıç, 2015: 55)

Sosyal medya platformlarını bloglar, podcastlar, video paylaşım siteleri, forumlar, fotoğraf paylaşım siteleri, mikrobloglar, wikiler gibi türlere ayırmak mümkündür. Ancak hepsini ortak paydada buluşturan başlıca maddeleri şöyle sıralayabiliriz:

- Etkileşim temelli olmaları,
- Multimedya içeriklerini barındırmaları,
- Kitle oluşumuna olanak sağlamaları,
- Enformasyon dolaşımına katkıda bulunmaları,
- Kolay erişilebilmeleri,
- Güncellenebilir özellikleri,
- Anlık iletişime açık olmaları.

Tüm bunların yanı sıra sosyal medya platformlarının en önemli ortak özelliklerinden bir tanesi kullanıcı verilerinin izlenmesi, toplanması ve işlenmesidir. Gözetim toplumunun temel paradigmalarından biri olan “veri izi” bireylerin sayısal birer kod olarak tanımlanmasına olanak sağlamaktadır. Kodlanmış numaralar yani bireyler atomize edilerek verilere dönüştürülmüştür. (Dolgun, 2008: 186) Sosyal medya platformlarında da bireyler etkileşimle, içerik üretimiyle, paylaşım ile birlikte sistematik bir biçimde dijital izler bırakmaktadır. Bu dijital izlerin tümünde davranışlar, tercihler, konum bilgileri gibi veriler görünmez biçimde toplanmaktadır.

Hızlı bir biçimde üretilen, çeşitliliği fazla olan ve hacmi yüksek bulunan veriler “büyük veri” olarak adlandırılmaktadır. Büyük veri temelde iki kategoriye ayrılmaktadır. Bunlardan birincisi insanların oluşturduğu dijital ayak izleridir. Bu izler internet etkileşimlerinin bir kartopu gibi büyümesiyle oluşmaktadır. Ancak bireyler dijital dünyada buldukları etkileşimin ve günlük olarak gerçekleştirdikleri tıklamaların farkında değildir. İkinci kategoriye makine verileridir. Dijital ayak izlerine destek olan çok sayıda bilgisayar, anahtar, yük dengeleyici ve güvenlik duvarı bulunmaktadır. Tüm bunlar geniş bilgi yelpazelerini kayıt altına almaktadır. (Zadrozny ve Kodali, 2013: 3)

Büyük verinin ortakları kullananlar, üretenler ve toplayanlardır. Kullananlar, belirli bir amaca hizmet etmektedir. Yani kullanımı belirli bir amaç doğrultusunda gerçekleştirmektedir. Üretenler, gönüllü ya da gönülsüz bir şekilde hatta farkında olarak veya olmayarak veri üretimine katkı sağlamaktadır. Toplayanlarsa, toplanılan verinin parametrelerini belirleyerek hangi sekansta kullanılması gerektiğine karar vermektedir. (Holmes, 2017: 6)

Bu paydaşlar arasındaki ilişki özellikle veri üretimine katkı sağlayan bireyin konumunu belirsiz bir noktaya taşımaktadır. Veri üreticilerinin; verilerin nasıl toplandığı, hangi amaçla kullanıldığı, kimlerle paylaşıldığı gibi soruları cevaplayabildiği veya cevaplayamadığı konusu kafa karıştırıcı bir hal almaktadır. Çünkü tıpkı medya okuryazarlığında olduğu gibi “sosyal medya okuryazarlığı”nda da bireylerin bilinç durumu, sorgulanması gereken temel nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda “gönüllü rıza”nın sadece biçimsel bir sulh olup olmadığı konusunu gündeme getirmektedir. Dolayısıyla veri üretiminin etik meşruiyeti; bireylerin özgür iradeye dayalı, bilinçli ve gerçek anlamda bilgilendirilmiş rıza verebilme şartının sağlanmasına bağımlı hale gelmektedir. Bu çalışmada da amaçlanan Instagram, Facebook, WhatsApp ve X platformlarının kullanıcı sözleşmelerinin etik meşruiyeti bireylere ne kadar aktardığını sorgulamaktır.

2. Sosyal Medya Metinlerinin Hukuki Sözleşmeleri: Kullanıcı Metinleri

Bu bölümde Facebook, Instagram, WhatsApp ve X isimli sosyal medya platformlarına ait kullanıcı sözleşmeleri incelenmektedir. Çalışma söz konusu sosyal medya platformlarının kayıt sürecinde sunulan kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarıyla sınırlı tutulmuş; çerez politikaları ve topluluk kuralları kapsam dışı bırakılmıştır. Bu tercih ana iki maddenin platform-kullanıcı ilişkisini kuran temel hukuki metinler olması ve bu metinlerin gözetim pratiklerini meşrulaştırması nedeniyle yapılmıştır.

Araştırmada içerik analizi desenlerinden olan betimsel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Betimsel içerik analizi yönteminde elde edilen verilen derinlemesine analiz edilir. Analizi tamamlanan veriler kavramsallaştırma sürecine dahil edilir. Sonrasında belirlenen temalar ekseninde kavramsallaştırılan olguların kendi ve birbiri arasındaki bağlantı anlamlı bir biçimde ortaya koyulur. (Yıldırım & Şimşek, 2021) Betimsel içerik analizi alandaki çalışmaların içerik olarak incelenip anlamlandırılmasına olanak sağlayan bir araştırma yöntemidir. (Çalık ve Sözbilir, 2014: 33-38) Kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları; veri toplama, veri işleme, kullanıcı rızası, platform yetkileri gibi önceden belirlenen temalar çerçevesinde analiz edilmiştir. Bahsi geçen platformlar küresel

ölçekte yüksek kullanıcı sayısına sahip olmaları ve aynı amaç doğrultusunda ilerleyen farklı işlevleri temsil etmeleri nedeniyle örneklem olarak seçilmiştir. Bu bağlamda Instagram görsel odaklı, X ve Facebook kamusal paylaşım alanlı ve WhatsApp da özel iletişim temelli platform olarak değerlendirilmiştir. Bu çeşitliliğin gözetim pratiklerini hangi yönlerden bir araya getirip hangi yönlerden farklı kollara ortaya koyduğu konusu ele alınmıştır. Bu bağlamda verilerin büyük tabloda kullanımını muallakta bırakan başlıca dört temel çerçeveden bahsedilebilmektedir: kimlik, mülkiyet, itibar ve gizlilik. Çevrimiçi ve çevrimdışı kimlik arasında nasıl bir bağlantı bulunmaktadır? Verilere sahip olan kişinin hakları ve mülkiyeti nelerdir? Hangi verilerin güvenilir olduğu neye göre belirlenmektedir? Verilere erişim kimin kontrolü altında tutulmaktadır? (Davis ve Patterson, 2012: 3) Dikkat edilmesi gereken temel nokta, kayıt aşamasında kullanıcıların onayına sunulan “standart kullanıcı sözleşmeleri” nin bu sorulara ne kadar meşru bir biçimde karşılık verdiğiidir.

Başlıca dört sosyal medya platformunun 12.01.2026 tarihi itibarıyla sahiplik yapısına baktığımız zaman Facebook, Instagram ve WhatsApp “Meta Inc.” isimli şirketin çatısı altında yer aldığı görülmektedir. X isimli sosyal medya platformuysa “X Corp.” isimli şirketin sahibi Elon Musk’a aittir. Sahiplik yapılarındaki farklılıklar nedeniyle Meta Inc. ve X Corp.’a bağlı olan platformlar arasında ara yüzleri bakımından her ne kadar farklılıklar bulunsun da temel olarak kullanım amaçları ve kullanım politikaları aynı yönde seyretmektedir. Bu bağlamda platformlara kayıt esnasında karşımıza 4 farklı hukuki belge çıkmaktadır. Bunlar; kullanım şartları (term of services), gizlilik politikası (privacy policy), çerez politikası (cookies policy), topluluk kuralları (community guidelines) dir. Bu belgeler platformun işleyişi, kullanıcı verilerinin yönlendirilmesi, reklam hedefleme uygulamaları hakkında ne kadar bilgi aktardığı açısından kritik bir öneme sahiptir.

2.1. Dijital Platformlarda Kullanıcı Rızasının İnşası

Kullanıcı rızası sadece bireysel bir onay süreci değil, platforma erişimin önkoşulu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda da kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları kullanıcının hangi koşulları kabul ettiğini yansıtmaktadır. Kayıt sürecinde bu sözleşmelerin kabulünün zorunlu tutulması, kullanıcı rızasını kapsayan özgür ve bilinçli bir tercihten ziyade; platformun devamlılığı için bir gerekçe haline getirmektedir. Bu da aslında ön koşul olarak sunulan hukuki metinlerin meşruluğunu sorgulamaya zemin hazırlamaktadır.

Facebook, Instagram, WhatsApp ve X gibi sosyal medya platformları, kayıt aşamasında kullanıcılardan zorunlu olarak ad, soyad, cinsiyet, doğum tarihi, e-posta, telefon numarası gibi temel kişisel bilgiler talep etmektedir. İsteğe

bağlı olarak da profil fotoğrafı, biyografi, eğitim bilgileri, konum bilgisi vb. ekler kayıt olurken paylaşılabilir. Kayıt aşamasında kullanıcılardan bazı kişisel veriler elde edilmekte ve aslında bu adım gözetleme pratiklerinin temelini oluşturmaktadır. Kullanıcılar platforma dahil edildikten sonra; ürettikleri içerikler, beğenileri, yorumları, takipleri, mesajlaşmaları gibi tüm etkileşim pratikleri veri olarak kaydedilmektedir. Örneğin;

- Hangi Bilgileri Topluyoruz?

Meta'nın gizlilik ilkesi kapsamında "Hangi Bilgileri Topluyoruz?" başlıklı bir bölüm bulunmaktadır. Devamında; "Topladığımız bilgiler şunlardır:

- ✓ Hareketleriniz ve sağladığınız bilgiler
- ✓ Arkadaşlar, takipçiler ve diğer bağlantılar
- ✓ Uygulama, tarayıcı ve cihaz bilgileri
- ✓ Ortaklarımızdan, tedarikçilerimizden ve diğer üçüncü taraflardan aldığımız bilgiler." bölümleri ile belirtilmektedir.

(Erişim Tarihi: 12.01.2026 https://www.facebook.com/privacy/policy/?locale=tr_TR)

- Otomatik Olarak Toplanan Bilgiler

Bu başlık altında kullanıcıların IP adresleri, konum bilgileri, cihaz verileri, tarayıcı türü gibi teknik verilerinde sistematik bir şekilde toplandığı açıkça görülebilmektedir.

- ✓ Kullanım ve Kayıt Bilgileri
- ✓ Cihaz ve Bağlantı Bilgileri
- ✓ Konum Bilgileri
- ✓ Çerezler

(Erişim Tarihi: 12.01.2026 <https://www.WhatsApp.com/legal/privacy-policy?locale=tr>)

- Üçüncü Taraflar ve Üçüncü Taraf Entegrasyonları:

Sosyal medya platformlarının kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarında dikkat çeken bir diğer unsur ise üçüncü taraflardan elde edilen veya üçüncü taraflarla paylaşılan verilerin kapsama dâhil edilmesidir.

- ✓ Hizmet sağlayıcılarla
- ✓ Reklam verenlerle
- ✓ Üçüncü taraf içerik ve entegrasyonlar

- ✓ Üçüncü taraf işbirlikçiler
- ✓ APPLerimiz aracılığıyla

(Erişim tarihi: 12.01.2026 https://x.com/en/privacy?utm_source)

“Reklam verenler ve diğer iş ortakları gibi üçüncü taraf ortaklardan sizinle ilgili bilgiler alabiliriz.” (Erişim Tarihi: 12.01.2026 https://help.instagram.com/155833707900388?utm_source)

Hukuki metinler altında toplanan verilerin kullanım amaçları hizmet sunma ve kullanıcı deneyimini iyileştirmenin ötesinde farklı amaçlarla kullanıldığı açıkça görülebilmektedir. Kullanıcı verileri öncelikli olarak platform içi işlevlerin yerine getirilmesi hedefiyle olmak üzere reklam, ticari amaçlar ve kullanıcıya özel öneriler başlığı altında kişiselleştirmeye olanak sağlamaktadır. Bunun ötesinde güvenlik açıklarını önleme, hukuki yükümlülükleri yerine getirme, politika uygulamaları gibi operasyonel amaçlarla da kullanılabilir. Aynı zamanda kullanıcı verilerinin üçüncü taraflarla (reklam verenler, iş ortakları, hizmet sağlayıcılar vb.) paylaşarak ekosistemin sürdürülebilirliğini desteklediği belirtilmektedir. Ancak bu paylaşım hukuki ve pratik zeminde kullanıcı rızasına oturtulmaktadır. Paylaşım süreci açık ve müzakereye dayalı bir tercihten ziyade, platformu kullanmak için doğrudan bir uzuv olarak nitelendirilmektedir.

- Sorumluluğun Kullanıcıya Atfedilmesi

Kullanıcı sözleşmelerinin yapılandırılması sorumluluğu kullanıcıya yüklemeyi beraberinde getirmektedir. Kullanıcının platforma kayıt esnasında tüm koşulları kabul etmesi sorumluluğu kullanıcıya atfetmektedir. Bu bağlamda rıza, veri işleme süreçlerinin yanı sıra bu sürecin getireceklerini kabul etmeyi de meşrulaştırmaktadır.

“Instagram Hizmeti, size Meta Platforms, Inc. tarafından sunulan meta ürünlerinden biridir. Bu nedenle bu Kullanım Koşulları, sizinle Meta Platforms, Inc. arasında bir sözleşme oluşturur. Bu Koşullar’ı kabul etmiyorsanız Instagram’a erişmeyin veya Instagram’ı kullanmayın.” (Erişim tarihi 13.01.2026 https://www.facebook.com/help/instagram/581066165581870?utm_source)

Günümüz dünyasında sosyal medya platformlarına erişmemenin ne kadar sürdürülebilir veya gerçekçi olduğu da ayrı bir tartışma konusudur. İstemsizce de olsa iletişim kurmak, bilgi edinmek, haber duymak gibi amaçlarla bir şekilde sosyal medya platformlarına maruz kalındığı gözlemlenebilir bir gerçektir. Dolayısıyla karışık bir biçimlendirme ve belirsiz ifadelerle de yer verilen kullanıcı sözleşmeleri hukuki bağlamının ötesinde bireylerini ne derece bilgilendirdiği konusunda muğlak kalmış durumdadır. Platformun veri toplama, işleme, paylaşma verilerinin ne denli açık bir şekilde paylaştığı

tartışmaya açık bir konudur. Örneğin verilerin paylaşıldığı 3. taraflar kimdir? Bu tarafların rolü ve sorumluluğu net bir şekilde ortaya konulamamıştır. Aynı şekilde verilerin ne kadar süreyle depolandığı konusunda net ve kesin açıklamalar bulunmamaktadır. Bu sürenin sınırı kullanıcılar tarafından öngörülemez. Platformun neden veri kullandığı netleştirilmiş durumda değildir. “Hizmetlerimizi geliştirmek amacıyla, kullanıcı deneyimini iyileştirmek için, meşru iş amaçları doğrultusunda” gibi ifadeler kullanıcı ve gizlilik sözleşmelerinde yer alsada da geliştirmelerin ne zaman, kim tarafından, ne kadar süreyle yapılacağı konusunda açık ifadelere yere verilmemektedir. Karar verme yetkisi platformlara zimmetlenmiş durumdadır. Çoğunlukla karşımıza çıkan “Gerekli gördüğümüzde, kendi takdirimize bağlı olarak, önceden bildirimde bulunmaksızın, uygun olduğunda” gibi ifadelerle açıkça desteklenmektedir. Sorumluluğun tamamını kullanıcıya atfederek aslında kendi “uygunlukları” çerçevesinde şekillendirmeleri de tezatlık örneklerinden bir tanesidir. Kullanıcının onayı tek tıkla her şeyi kapsamaktadır ancak uygunluğa platform karar vermektedir. Ayrıntılı ve ayrı rıza mekanizmalarından söz etmek mümkün değildir.

SONUÇ

Dijitalleşmenin hız kazanması ve yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya platformları yalnızca iletişim ve etkileşim alanı olmaktan çıkarak verilerin sistematik bir biçimde toplandığı, işlendiği ve paylaşıldığı dijital bir gözetim mekanizması haline gelmiştir. Bu çalışma, Instagram, WhatsApp, Facebook ve X gibi yaygın kullanılan sosyal medya platformlarının kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikalarını; içerik analizi yöntemiyle inceleyerek, dijital gözetimin bu resmî belgeler aracılığıyla kurulumunu ve meşrulaştırılmasını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, gözetim pratiklerinin yalnızca algoritmik sistemler ve teknik altyapılar üzerinden değil, aynı zamanda hukuki ve söylemsel düzenlemeler yoluyla sürdürüldüğünü göstermektedir.

Analiz sonucunda; platformların kullanıcılardan topladığı bilgilerin sadece kimlik bilgileriyle sınırlı olmadığını teknik, davranışsal ve üçüncü tarafları da kapsayan çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Kullanıcıların içerik üretim pratiklerine, platform içi ve dışı etkileşimlerine, kişiselleştirmelerine, reklam hedeflemelerine olanak sağlanmaktadır. Sosyal medya platformlarının da bu kullanıcı faaliyetlerini sürekli izleyen ve kaydeden üçüncü bir göz olarak tanımlanmasını mümkün kılmaktadır. Üçüncü gözün verileri izleyip kaydetmesinin yalnızca kullanıcı deneyimi veya hizmet sunumunu iyileştirme gerekçesiyle değil; aynı zamanda ticari çıkarlar, güvenlik önlemleri ve hukuki amaçlar doğrultusunda operasyonel olarak da kullandığı anlaşılmaktadır. Reklam ve pazarlama faaliyetleri başta olmak üzere, dolandırıcılık önleme,

sistem güvenliğinin sağlanması, yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi ve platform politikalarının uygulanması gibi farklı amaçlar, veri kullanımının kapsamını genişletmektedir. Bu durumda gözetimin sınırlarını genişleterek kullanıcılar için yeni bir risk kapısını aralamaktadır. Dolayısıyla kullanıcı rızası, yalnızca veri toplamanın meşruiyet zeminini oluşturmakla kalmaz; aynı zamanda kullanıcıların karşılaşabileceği olası riskleri ve sorumlulukları da görünmez biçimde kullanıcıya yükler. Platformların sözleşmelerinde yer alan belirsiz ve muğlak ifadeler, bu sürecin görünmezliğini pekiştirirken, veri paylaşım ve kullanım alanlarını platform takdirine bırakmaktadır. Sonuç olarak sosyal medya kullanıcı sözleşmeleri ve gizlilik politikaları, dijital gözetimin hukuki ve söylemsel altyapısını oluşturan temel araçlar olarak hem veri işleme süreçlerini hem de bu süreçlerin doğurabileceği riskleri kullanıcı rızası üzerinden meşrulaştırmakta ve sürdürülebilir kılmaktadır.

Kaynakça

- Akar, H. ve Akar, F. (2021). *Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Üniversite Öğrencileri Araştırması*. İNİF E-Dergi, 6(1), 285-297.
- Allen, M. W., Coopman, S. J., Hart, J. L., & Walker, K. L. (2007). *Workplace surveillance and managing privacy boundaries*. Management Communication Quarterly, 21(2), 177-176.
- Ayverdi, İ. (2006). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük I. Cilt*. İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.
- Bauman, Z. (2014). *Bu bir günlük değildir* (D. Kizen, Çev.). Jaguar Kitap.
- Bauman, Z. (2018). *Özgürlük* (K. Eren, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2021). *Sosyoloji ne işe yarar?* (A. E. Pilgir, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2016). *Akışkan Gözetim*. (E.Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Body, D., Ellison, J. (2004). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication, 13.
- Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., ve Kreshel, P. (2006). *Media Ethics: Cases And Moral Reasoning*. New York: Routledge.
- Çalık, M., ve Sözbilir, M. (2014). *İçerik Analizinin Parametreleri*. Eğitim ve Bilim, 39(174), 33- 38.
- Çimen, Ü. (2020). *Dijital Teknolojilerin Gözetime Katkısı: Dijital Birey, Dijital Toplum ve Dijital Dünya Bağlamında Fonksiyonel Gözetim*. In S. S. Atılgan (Ed.), *Dijital Okuryazarlık Boyutuyla: Dijital Dünyanın Yeni Kavramları*. (ss. 31-44). Literatür Academia.
- Çimen, Ü. (2022). *Dijital Okuryazarlık Bağlamında Kamera Gözetim Sistemleri*. In G. Karaoğlu (Ed.), *Dijital Okuryazarlık* (ss. 277-293). Efe Akademik Yayıncılık.
- Çimen, Ü. ve Alanka, Ö. (2023). *Postmodern Dönemde Gözetim (Zygmunt Bauman'ın Postmodern Gözetime Değerlendirmesi)*. In S. Mertoğlu (Ed.), *Postmodern Dijitalleşme: Dijital Dünyanın Postmodern Nüveleri*. (ss. 45-58). Efe Akademik Yayıncılık.
- Çimen, Ü. (2024). *İtiraf Toplumunda Mahremiyetin Kamusallaşması ya da Akışkan Modern Dünyada Mahremiyetin Anlam Yitimi*. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi. 45, 29-51.
- Davies, G. ve Chun, R. (2003). *The use of metaphor in the exploration of the brand concept*. Journal of Marketing Management, 19(1-2), 45-71.
- Davis, K., & Patterson, D. (2012). *Ethics of Big Data*. United States of America: O'Reilly.

- Dillon, M (2012) *Olağsallık: Hakikat Siyaseti ve Sonluğun Mantıksal Çözümlemesi İçinde Michel Foucault*. (Ed. Şeyda Öztürk). Cogito Dergisi. Sayı: 70-71 Yaz, 2012 505-535.
- Dolgun, U. (2008). *Şeffaf Hapishane Yalut Gözetim Toplumu*. İstanbul: Ötüken Neşriyat
- Foucault, M.(2011). *Büyük Kapatılma*. (Çev.: Işık Ergüden & Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Holmes, D. E. (2017). *Big Data: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kılıç, Ç. (2015). *Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde Siyasal Karar Verme Sürecine Sosyal Medya Etkisinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Lyon, D. (1994). *The Electronic Eye-The Rise of Surveillance Society*. Minneapolis: Universty of Minnesota Press.
- Lyon, D. (1997). *Elektronik Göz*. (D.Hattatoğlu, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Lyon, D. & Bauman, Z. (2013). *Akışkan gözetim* (E. Yılmaz, çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Neyland, D. (2006). *Privacy, Surveillance and Public Trust*. London: Palgrave Macmillan.
- Öze, N. (2017). “*Toplumsal Kültür Haline Gelen Sosyal Medya Kullanımı ve Stratejik Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Halkla İlişkilerin Diyalektiği*”. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 7(2): 203-212.
- Rizanaj, F.H. (2020). *Yeni Medyada Gözetim ve Mahremiyetin Dönüşümü*. Gece Kitaplığı.
- Soydan, B.(2023). *Yeni Medya ve Sosyal Medya: Etik Sorunlar ve Çözüm Yaklaşımları*, Yeni Medya Elektronik Dergisi, 7 (3), 198-215.
- Tüfekçi, Z. (2008). *Can You See Me Now? Audience nad Disclosure Regulaşon in Online Social Networks Sites*. Bulletin of Science, Technology & Society, 28(1), 20-36.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yüksel, M. (2003). “*Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi*”. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 58(1), 181-213.
- Zadrozny, P., & Kodali, R. (2013). *Big Data Analytics Using Splunk*. Berkeley: Apress.
- Wasserman, S., Faoust, K.(1994). “*Social Network Analysis in the Social and Behavioral Sciences*”, Social Network Analysis: Methods and Applications Cambridge Universty Press.

