

COVID-19 SÜRECİNDE SOSYAL MEDYA UYGULAMALARI VE KARŞI GÖZETİM STRATEJİLERİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Bulur, Neslihan¹

¹ Araştırma Görevlisi, Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim
neslihan.bulur@uskudar.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6148-5556

Öz

Dijital çağda gözetim olgusu, gündelik yaşama her zamankinden daha fazla dahil olmuştur. Gözetim olgusu, akıllı telefonlar ve sosyal medyanın varlığıyla birlikte sadece mekânsal bir olgu olmaktan çıkmış ve tüm insan ilişkilerine yayılmıştır. Gözetimin yeni formlarıyla birlikte de gözetim olgusu, kurumlar açısından hem ekonomik hem de uygulanması kolay bir teknik haline gelirken, insanlar için de ‘normal’, ‘kabul edilebilir’, ‘arzulanan’ bir konuma gelmiştir. Fakat, sosyal medya, gözetim olgusunu kurumlar açısından uygulanması kolay bir denetim aracı haline getirirken, aynı zamanda sağladığı yoğun etkileşim imkânı ve bilgi akışı sayesinde örgütlenme, bilinçlenme, farkındalık gibi bireysel ve toplumsal yönlerin gelişmesi için de bir potansiyel sağlamaktadır. Bu da insanlara karşı gözetim olanakları sağlamaktadır. Monahan, karşı gözetim terimini ‘kurumsal iktidar asimetrilerine meydan okumak için gözetim teknolojilerinin kasıtlı, taktiksel kullanımları veya kırılması’ olarak tanımlamıştır. Fakat bunun yanı sıra bu teknolojileri doğrudan reddetme, keşif, kaçınma, değiştirme, çarpıtma, karşı gözetleme, iş birliği, engelleme ve maskeleye nispeten daha basit stratejik hamleleri de içerebilmektedir. Özellikle Covid-19 pandemisiyle birlikte uzaktan eğitime geçilmesi, tüm gerekli veya keyfi işlerimizi internet üzerinden halletmeye mecbur kalmamız veya “Hayat Eve Sığar” uygulaması gibi işlevsel yönü olan fakat konum bilgisi gibi bilgileri zorunlu kılan uygulamaları indirme ihtiyacı hissetmemiz kolaylık/gözetim ikilemini daha net hissetmemize neden olmuştur. Bu araştırmanın amacı da covid-19 pandemisi sürecinde üniversite öğrencilerinin karşı gözetim stratejileri hakkında bilgi edinmektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda 14 üniversite öğrencisi ile derinlemesine görüşme yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: gözetim, karşı gözetim, sosyal medya, dijital medya, gözetim stratejileri.

SOCIAL MEDIA APPLICATIONS AND COUNTER-SURVEILLANCE STRATEGIES IN THE COVID-19 PROCESS: A QUALITATIVE RESEARCH

Abstract

In the digital age, surveillance has become more involved in everyday life than ever before. The phenomenon of surveillance has ceased to be a spatial phenomenon only with the presence of smartphones and social media, and has spread to all human relations. With the new forms of surveillance, the phenomenon of surveillance has become both an economical and easy-to-apply technique for institutions, while it has become “normal”, “acceptable”, “desirable” for people. However, while social media makes the phenomenon of surveillance an easy-to-implement control tool for institutions, it also provides a potential for the development of individual and social aspects such as organization and awareness thanks to the intense interaction and information flow it provides. This provides surveillance opportunities against people. Monahan defined the term counter-surveillance as “the deliberate, tactical use or breaking of surveillance technologies to challenge institutional power asymmetries.” However, these technologies may also include relatively simple strategic moves such as direct rejection, discovery, avoidance, modification, distortion, counter-surveillance, cooperation, blocking and masking. Especially with the

Covid-19 pandemic, the transition to distance education, our obligation to do all our necessary or arbitrary work over the internet, or the need to download applications that have a functional aspect such as the “Hayat Eve Sığar” application, but require information such as location information, make us feel the convenience / surveillance dilemma more clearly. has been. The purpose of this research is to learn about the counter-surveillance strategies of university students during the covid-19 pandemic. In line with the purpose of the research, in-depth interviews will be held with 14 university students.

Keywords: surveillance, counter-surveillance, social media, digital media, surveillance strategies.

Giriş

Dijital çağda gözetim olgusu, gündelik yaşama her zamankinden daha fazla dahil olmuştur. Gözetim olgusu, akıllı telefonlar ve sosyal medyanın varlığıyla birlikte sadece mekânsal bir olgu olmaktan çıkmış ve tüm insan ilişkilerine yayılmıştır. Gözetimin yeni formlarıyla birlikte de gözetim olgusu, kurumlar açısından hem ekonomik hem de uygulanması kolay bir teknik haline gelirken, insanlar için de ‘normal’, ‘kabul edilebilir’, ‘arzulanan’ bir konuma gelmiştir. Fakat, sosyal medya, gözetim olgusunu kurumlar açısından uygulanması kolay bir denetim aracı haline getirirken, aynı zamanda sağladığı yoğun etkileşim imkânı ve bilgi akışı sayesinde örgütlenme, bilinçlenme, farkındalık gibi bireysel ve toplumsal yönlerin gelişmesi için de bir potansiyel sağlamaktadır. Bu da insanlara karşı gözetim olanakları sağlamaktadır. Monahan, karşı gözetim terimini ‘kurumsal iktidar asimetrisine meydan okumak için gözetim teknolojilerinin kasıtlı, taktiksel kullanımları veya kırılması’ olarak tanımlamıştır (Monahan, 2006: 515-516). Fakat bunun yanı sıra bu teknolojileri doğrudan reddetme, keşif, kaçınma, değiştirme, çarpıtma, karşı gözetleme, iş birliği, engelleme ve maskeleye nispeten daha basit stratejik hamleleri de içerebilmektedir. Özellikle Covid-19 pandemisiyle birlikte uzaktan eğitime geçilmesi, tüm gerekli veya keyfi işlerimizi internet üzerinden halletmeye mecbur kalmamız veya “Hayat Eve Sığar” uygulaması gibi işlevsel yönü olan fakat konum bilgisi gibi bilgileri zorunlu kılan uygulamaları indirme ihtiyacı hissetmemiz kolaylık/gözetim ikilemini daha net hissetmemize neden olmuştur. Bu araştırmanın amacı da Covid-19 pandemisi sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanma pratikleri ve karşı gözetim stratejileri hakkında bilgi edinmektir. Üniversite öğrencilerinin seçilme sebebi büyük bir kısmı Z kuşağı olan veya Y kuşağının sonlarında olan öğrencilerin hem küçük yaşlardan itibaren teknolojinin hayatlarının bir parçası olması (Dimock, 2019: 5) hem de içine doğdukları dönemin çok kültürlü yapısı ve idealizmin yükselişi nedeniyle kendi öz bilinçlerinin ve farkındalık düzeylerinin daha yüksek olmasıdır (Sarioğlu ve Özgen, 2018: 1069). Araştırmanın amacı doğrultusunda 14 üniversite öğrencisi ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşmeler 2021 yılı Mart ayı içerisinde gerçekleştirilmiştir.

1. Sosyal Medya Platformları ve Dijital Gözetim

‘Sosyal medya’ ve ‘web 2.0’ terimleri blogların, sosyal ağ sitelerinin, video platformlarının bilgi, iletişim, topluluk ve iş birliği özelliklerini tanımlamak için sıkça kullanılan terimlerdir. Dijital gözetimin nasıl çalıştığını anlamak için öncelikle kısaca sosyal medyanın özelliklerine değinmek gerekmektedir. Sosyal medya, aşağıdaki özelliklerin hepsini veya bir kısmını paylaşan yeni tür çevrimiçi medya olarak anlaşılmaktadır (ICrossing, 2007: 5):

- Katılım: Sosyal medya herkesin katılımını teşvik edicidir. Bu da medya içerik üreticisi ve izlerkitle arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmaktadır.
- Açıklık: Sosyal medya platformlarının çoğu oy vermek, yorum yapmak ve bilgi paylaşmak gibi faaliyetlerde bulunmak için geri bildirim ve katılıma açıktır.
- Karşılıklı Konuşma: Çift yönlü etkileşime imkân sağlamaktadır.
- Topluluk: İlgi alanlarına göre topluluk oluşturulmayı mümkün kılmaktadır.
- Bağlantılılık: Sosyal medya platformlarının birçoğu, diğer sitelerle, kaynaklarla ve insanlarla bağlantılar kurulmaya müsait olarak tasarlanmaktadır.

Sosyal medyanın bütün bu özellikleri küresel olarak kültürleri, ekonomiyi, dünya görüşlerini şekillendirmede

önemli bir rol oynamaktadır. Merkezlessiz iletişim kanalına dayanan sosyal medya, iletişim engellerini büyük oranda ortadan kaldırmış ve herkesin katılabildiği ve söz söyleyebildiği siber bir kamusal alan yaratmıştır. Böylece sosyal medyanın işleyişi hem mahremiyet anlayışını dönüştürmüş hem de yeni gözetim formlarının oluşumuna zemin hazırlamıştır. Sosyal medyaya yapılan eleştirilerin büyük bir kısmı da dijital gözetim sorunuyla ilgilidir.

Dijital gözetime sosyo-politik açıdan bakıldığında, geçmiş zamanlarda da kurumların teknolojik gelişmelere önemli yatırımlar yaptığı görülür. Örneğin, 1963-83 yılları arasında Pentagon, bilgisayar araştırmaları için 500 milyon dolar fon ayırmıştır (Geray, 2019: 61). Sadece bürokratik kurumlar için değil kapitalist şirketler için de yeni bir saha olarak, sanal bir piyasa yaratmıştır. Teknolojilere karşı bütün bu yatırımların ve ilginin sebebi ise gözetim olgusudur. Sosyal medya aracılığıyla, insanların gündelik rutininde daha önceden hiç el değmemiş alanlar maddi bir değer kazanmıştır. Örneğin söylemler, beğeniler vs. pazarlanmaya açık hale gelmiştir. Şirketler açısından durum böyleyken siyasal kurumlar açısından da bu alanlar aracılığıyla insanların kontrolü kolaylaşmıştır. Yani özetle söyleyebiliriz ki sosyal medyanın varlığı, egemen güçler için sanal bir arkeoloji sahası yaratmıştır.

Mahremiyet algısı ise modernizmin ‘bireyselleşme’ eğiliminin ve liberalizmin özgürlük söylemlerinin sonucunda doğmuş fakat gözetimle birlikte bu durum kesintiye uğramıştır (Çakır, 2015). Yani gözetim paradoksal olarak hem bireyselleşme arzusuyla dahil olunan hem de bireysel alanı ihlal eden bir olgu haline gelmiştir. Gözetimin bu yeni formu süperpanoptikon, omniptikon gibi kavramlarla tanımlanmaktadır. Mark Poster’ın kullandığı ve David Lyon’un geliştirdiği bu kavram yapı olarak hem çoğunluğun azı izlemesine hem de azınlığın çoğu izlemesine dayanmaktadır. Süperpanoptikon’da iktidar ve söylem oyunu kusursuz bir şekilde yapılandırılmıştır ve gözetlemek için kapalı bir yapıya ya da bir organizasyona gerek yoktur. Gözetlenen kişi zaten gözetim için gerekli olan bilgiyi kendiliğinden vermektedir. Bireyin herhangi bir faaliyetinin dijital bir iz olarak veri tabanına dahil edilmektedir (Farinosi, 2011). Burada asıl önem kazanan nokta bireyin bilinçsiz olarak dijital iz bırakmasından öte, bilinçli bir şekilde gözetim sürecine dahil olması istemesidir. Bu da dijital gözetimin mahremiyet algısının dönüşümüyle kesiştiği noktadır. Mark Poster bu yapıyı şöyle özetlemiştir: “*Günümüzün iletişim devreleri ve ürettikleri veri tabanları Süperpanoptikon’u duvarları, pencereleri, kuleleri veya korumaları olmayan bir kurum olarak yaratmaktadır. Burası öyle bir kurumdur ki duvarsız, penceresiz, gözetleme kulesiz bir gözetim yeridir.*” (Poster, 1990: 93’den akt. Graham ve Wood, 2003: 6). Emanuel Pimenta ise omniptikon kavramını, hem panoptikonun hem de sinoptikonun etkilerini içeren, aynı zamanda herkesin herkesi izlediği etkileşimli bir süreç olarak tanımlamıştır. Omniptikon, hiper-iletişimin gerçekleştiği global ağlarla ve gerçek zamanlı etkileşim sunan teknolojik altyapılarla ortaya çıkan bir modeldir (Pimenta, 2010). Sosyal medyanın gündelik hayatı bir gösteri dünyasına dönüştürmüş ve gözetlemek/gözetlenmek arzulanan eylem haline gelmiştir.

Dijital medya gözetimi daha komplike ve kapsamlı bir hale getirirken, aynı zamanda muhalif mücadeleler için de alan sağlamaktadır. Örneğin, sosyal medya nasıl ki politik amaçlar için bir araç olarak kullanılabilirse aynı zamanda bilinçlenme, örgütlenme, katılım gibi birçok avantaj da sunmaktadır. Gözetlenenlerin, gözetleyenlere yönelik uygulayabilecekleri karşı gözetim stratejileri de, bu konu kapsamında, dijital medyanın sunduğu avantajlardan bir tanesidir.

2. Karşı Gözetim Stratejileri

Gözetim uygulamaları, gözetlenenlerde karşı-uygulama durumu meydana getirilebilmektedir. Karşı-gözetim uygulamalarına karşı artan ilgi, günümüz teknoloji çağında panoptikon metaforunun gözetim olgusunu açıklama noktasında, kapsamının sorgulanmasıyla paralel olarak ilerlemektedir. Bir sosyal kontrol sistemi olarak panoptikon artık eskisi kadar verimli ve etkili olmamaktadır. Dijital teknolojilerin gündelik yaşamın rutininin bir parçası olması ve bütün yaşam biçimini değiştirmesiyle kontrol ve gözetim mekanizması hem güçlenmiş hem de karşı uygulamalar için yeni potansiyel alanlar yaratmıştır (Wilson ve Serisier, 2010; Koskela, 2003). Örneğin, sıradan insanların kendi gördüklerini ve deneyimlerini haberleştirerek rapor etmesi, fikirlerini ifade etmesi, kendilerini savunması, yanlış bulduğu uygulamaları eleştirmesi sosyal medyanın katılım kültürünü geliştiren ve ufku derinleştiren potansiyeline dikkat çeken faaliyetlerdir. Sosyal medya platformları popülist hareketleri beslediği, politik olanı sulandırdığı gibi argümanlarla eleştirilse de, bilinçlilik ve farkındalık yaratma; görünmeyeni görünür kılama; çeşitli konular hakkında örgütlenme gibi muhalif hareketler için önemli kültürel değişimler de yaratabilecek bir güce sahiptir. Yatay ve merkezlessiz bu yapılar, karşı-iktidarı mümkün kılmak için bireysel ve kolektif özerkliği güçlendiren etkileşim alanları sağlamaktadır. Günümüzde artık bireysel, küçük hamleler de kartopu etkisiyle büyüyelebilmekte ve bir çığ etkisi yaratabilmektedir. Martin vd., teknolojilerin, sadece mevcut sosyal çevrelerdeki aktörler tarafından

kullanılan bir araç olmaktan ibaret olmadığını; teknolojilerin tüm sosyal yapıları etkileyebildiğini ve aktörlerin direnebilecekleri alanları ve bunun için kullanılacak araçları tanımladığını öne sürmektedir (Martin ve diğ., 2009). Günümüzde internet ağları sadece statükonun korunmaya çalışıldığı ve kapitalist çıkar yarışlarının yaşandığı bir alan değildir, aynı zamanda da ideolojik mücadelelerin gerçekleştiği bir alandır. Kapitalist pazar ekonomisinin bir getirisi olarak, yeni altyapı sistemleri kuruldukça, bilgisayar ve telefon fiyatları düştükçe, elektronik arayüzler daha kullanıcı odaklı bir hale geldikçe ve internet ağları tüm dünyayı sarmaya başladıkça, karşı mücadeleler de yaygınlık kazanmaktadır. Association for Progressive Communication; Conflictnet; Peacenet; Labornet; Antiracistnet; Socialist.net; Sosyalist.org; WSWs.org; Marksist.org; Internationalism.org; Christianleftist.org ve Marxist.net gibi siteler de buna örnektir (Erdoğan, 2011).

Monahan karşı gözetim terimini ‘kurumsal iktidar asimetrisine meydan okumak için gözetim teknolojilerinin kasıtlı, taktiksel kullanımları veya kırılması’ olarak tanımlamıştır (Monahan, 2006: 515-516). Karşı-gözetimin kapsamına ve stratejilerinin neler olduğuna dair çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Örneğin, Scott bireysel veya nispeten güçsüz tarafların karşı gözetim uygulamalarını şu şekilde sınıflandırmıştır: sahte uyum, yağmalamak, sahte cehalet, iftira, ağırdan alma, gizlenme, kundaklama, sabotaj, vb. (Scott, 1985). Yani Scott’a göre, karşı-gözetim organize bir iş değildir. De Souza ise karşı-gözetimin halk seferberliğini de güçlendirdiğini savunmaktadır. (De Souza, 2014). Başka tanımlara göre karşı-gözetim, gözetim kameralarının devre dışı bırakılması veya tahrip edilmesi; en az gözetim sistemlerine sahip rotaların haritalanması ve bu bilgilerin internet üzerinden yayılması; toplumda gözetim olgusuna dikkat çekmek için gösteriler sergilenmesi (Monahan, 2006) gibi kapsamlı stratejiler içerebildiği gibi, doğrudan reddetme, keşif, kaçınma, karşı gözetleme, çarpıtma, değiştirme, işbirliği, engelleme ve maskeleye görece daha basit stratejik hamleleri de içerebilmektedir (Ball ve diğ., 2012). Gözetim konusu üzerine çalışan önemli isimlerden biri olan Marx ise, ‘A Tack in the Shoe: Neutralizing and Resisting the New Surveillance’ adlı makalesinde bireylerin gözetim mücadelesinde günlük mücadelelerinde kullandıkları stratejileri şöyle kategorize etmiştir: keşif hamleleri, maskeleye hamleleri, kırma hamleleri, kaçınma hamleleri, bozma hamleleri, sırtlama hamleleri, değiştirme hamleleri, engelleme hamleleri, reddetme hamleleri, iş birliği hamleleri ve karşı gözetim hamleleri (Marx, 2003).

Karşı gözetim medya ortamlarında “gözetim sistemlerinin demokratikleşmesi” sonucunda her geçen gün daha fazla yaygınlık kazanmaktadır. Medya ortamlarında yolsuzluk, görevi kötüye kullanma gibi durumlara ait görüntülerin hızla dolaşıma girmesi ise medyada karşı gözetimi oluşturmaktadır. Video aktivizmi buna iyi bir örnektir. Fakat medyanın sınırsız içerik üretimine olanak sağlayan altyapısı sayesinde, ‘video-anlatıcı ordusunun karşı gözetim görüntüleri’nin hızlıca akıp geçmesi ve aslında politik olarak güç sayılabilecek içeriklerin önemsiz içerikler denizinde kaybolmasının önlenmesi de gerekmektedir (Wilson ve Serisier, 2018).

3. Bulgular

Derinlemesine görüşme yapılan 14 üniversite öğrencisi katılımcıya dair bilgiler aşağıdaki gibidir ve 6 kadın, 8 erkek şeklinde lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerinden oluşmaktadır.

GÖRÜŞMECİLER	CİNSİYET	YAŞ	EĞİTİM
G1	Erkek	27	Doktora
G2	Erkek	28	Doktora
G3	Erkek	22	Lisans
G4	Erkek	26	Doktora
G5	Kadın	25	Yüksek Lisans
G6	Erkek	25	Yüksek Lisans
G7	Kadın	24	Lisans
G8	Kadın	27	Doktora
G9	Kadın	26	Doktora
G10	Erkek	23	Lisans
G11	Kadın	22	Lisans
G12	Kadın	26	Yüksek Lisans
G13	Erkek	25	Lisans
G14	Erkek	25	Doktora

Tablo 1

Bulgulara geçtiğimizde ise öncelikle teknolojiyi hayatlarında nasıl konumlandıkları; daha sonra ise gözetim ve karşı gözetime dair tutumları ve davranışları anlaşılmalı çalışılmıştır. Katılımcılar, araştırma sorularının gidişatına yönelik, öncelikle teknolojiyi ne şekilde ve ne sıklıkla kullandıklarını açıklamışlardır. Tahmin edileceği üzere tüm katılımcılar dijital teknolojiyi hayatlarının ayrılmaz bir parçası olarak tanımlamışlardır. Özellikle de pandemi sürecinde daha fazla online işlerini teknoloji vasıtasıyla halletmeye başladıklarını belirttiler de aslında öncesinde de dijitalin imkan verdiği işlerini dijital araçlar üzerinden hallettiklerini belirtmişlerdir. Covid pandemisi sadece kurs almak, kıyafet alışverişleri gibi tercihen yüzyüze yapmak istedikleri faaliyetleri dijital taşımalarına neden olmuştur. Bu nedenle işlerini hallederken dijital araçları daha fazla kullanır olmuşlardır.

G3: *“Birçoğumu internette hallediyorum çünkü hem daha pratik oluyor hem de özellikle şu koşullarda daha güvenli.”*

G6: *“Merkezinde konumlandırıyorum. Temel iletişim aracı zaten teknolojinin sağladığı cihazlar ve uygulamalar.”*

Katılımcılar dijital araçları zorunlu ihtiyaçlarının yanı sıra yüksek oranda eğlence, boş zaman aktivitesi, bilgi edinme gibi amaçlarla da kullanmaktadırlar. Bir katılımcı hariç tüm katılımcılar sosyal medya uygulamalarına sahiptir ve bu hesaplarından birçoğumu aktif olarak kullanmaktadırlar. Oran olarak düşünülürse en çok bilgi edinme ve network için kullandıklarını belirtmişlerdir.

G6: *“Genelde eğlence ve sosyal çevrem ile iletişim için kullanıyorum. Ancak bilgi edinme, haber takibi de çok büyük bir kısmını kaplıyor. Aynı zamanda kısmen finansal yatırım için bilgi edinme ve paylaşma açısından kullanıyorum. Bitcoin vs.”*

Covid-19 sürecine yönelik bu konuda ilginç bir nokta ise katılımcıların bazıları Youtube’daki içerikleri bu süreçte daha fazla tüketmeye başladıklarını belirtmişlerdir.

G3: *“Bilindik uygulamaların birçoğuna üyeyim. Bu aralar youtube üzerinde çok vakit geçiriyorum. Özellikle covid sürecinde evdeyken youtube üzerinden eski dizileri ftn çok izler oldum. Malum youtube daki videoların birini izleyince benzer videolardan diğerlerini de izleyesiniz geliyor. Onun dışında instagram ı aktif kullanıyorum. Yani süre olarak bilmiyorum ama hergün en az 10 defa ftn kontrol ediyordum.”*

Katılımcılara medyada ne yoğunlukta online oldukları sorulduğunda, sık sık online olduklarını fakat medyayı çoğunlukla takip amaçlı kullandıklarını ve nadiren paylaşım yaptıklarını belirtmektedirler. Paylaşımları sınırlı olsa da gündemden hiç geri kalmadıklarını da ayrıca eklemektedirler. Günde defalarca sosyal medyaya girdiklerini ve ortalama 2-3 saatten daha fazla ana akışı takip ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların aktif olarak paylaşım yaptıkları mecralar çoğunlukla görsel paylaşımlara dayanan mecralardır. Görsel paylaşımlardan ise genellikle hikaye paylaşımını tercih etmektedirler. Fotoğraf ise paylaşım olarak ikinci tercihleri arasındadır. Takipçi sayısının önem kazandığı dijital ağlarda, genel kitleye hitap etme arzusu ve bu doğrultuda da görsel paylaşımların diğer paylaşımlara nazaran daha fazla ideolojilerden sıyrılmış bir paylaşım şekli olması dolayısıyla tercih sebebi olabilmektedir. Belki yine aynı sebepten dolayı da, paylaşım yapmaktan çok haberdar olmak, takip etmek, birilerini stalklamak amacıyla hesaplarını kontrol etme ihtiyacı duymaktadırlar.

G4: *“Ayda birkaç kez gündemle ilgili paylaşımlarda bulunuyorum; kişisel paylaşımlarım ise daha az. Sosyal medyadaki Story özelliğini haftada veya iki haftada bir iki kez gündelik hayata ayırabiliyorum. Fakat kayıtlı kalan ve gündelik hayatımı yansıtan gönderilerim üç ayda bir veya daha ender olabiliyor.”*

G5: *“En sık paylaşım yaptığım mecra Instagram. Burada da genellikle en sık ayda iki kere oluyor. Genel olarak 3 veya 4 ayda bir diyebiliriz. Gündelik hayatım ve önemli olduğumu düşündüğüm haberleri paylaşıyorum. Cinayetlere ve tecavüz haberlerine hassasım örneğin, resmi olarak onaylı şekilde aranan bir katil ya da tecavüzcü varsa onları paylaşıyorum. Gündelik hayatımdan ise genellikle özel günler, kutlamalar gibi her dakika yaşanmayan şeyleri paylaşıyorum. Yediğim yemeği, içtiğim kahveyi, giydiğim bluzu veya vücudumu paylaşmayı görgüsüzlük olarak değerlendiriyorum.”*

Paylaşımları gündelik hayatlarından ziyade bir olay, bir duyuru veya haber gibi içerikleri paylaşmaya yöneliktir. Fakat bir haber paylaşımı yapacaklarsa da genelde haberi veya olayı üzerine kişisel yorumlarını katmadan, olduğu gibi aktarmaya özen göstermektedirler. Sadece bir katılımcı fikirlerini rahatlıkla belirttiğini

söylemiştir.

G1: “Genelde sadece bir platformda paylaşım yapıyorum. Gündelik hayat yerine çeşitli konulardaki fikirlerimi paylaştığımı söyleyebilirim.”

Katılımcıların sosyal medyayı kullanma pratikleri çoğunlukla şeffaflık odaklıdır. Sosyal medyadaki faaliyetlerinde açık kimlikleriyle hareket etmeyi tercih etmektedirler. Örneğin, iki katılımcı hariç hiçbiri sahte hesaba sahip değildir. Her ne yapacaklarsa kendi kimlikleriyle yapmayı tercih etmektedirler.

G7: “Hayır kullanmıyorum. Anonim hesap kullanmayı sapıklık olarak görüyorum. Karşısındakinin ne yaptığını çok merak etmek ama bir başkastımı gibi onu izlemek, takip etmek veya hayatına sızmaya çalışmak bence sapıklık. Birini merak ediyorsam neden çekineyim ki?”

Katılımcıların medya kullanım pratiklerine göre mahremiyet algıları ve dijital gözetime dair farkındalıkları yüksek olmasına rağmen birçok şeyi mahrem olarak görmedikleri için genel olarak rahat davrandıkları söylenebilir. Düşünce dünyalarını çoğunlukla mahrem olarak görmektedirler fakat hayata karşı bakışlarını, genel dünya görüşlerini yansıtmaktan çekinmemektedirler.

G1: “Etik değil, kişisel mahremiyet açısından oldukça sıkıntılı bir konu. Cambridge analytica ve brexit olaylarından sonra bu işin korkunç noktalara geldiğini düşünüyorum. Web 3.0 bir diğer adıyla semantik web teknolojileri kullanıcı verilerinin toplanması açısından oldukça kullanışlı. Bu teknolojiler makine öğrenme, derin öğrenme gibi yapay zeka teknolojileriyle birleştiğinde verilerden kişilik özelliklerine kadar çıkarımda bulunabiliyor. Siyasi amaçlar için kullanıldığına tanık oluyoruz, örneğin. Yanlış hatırlamıyorsam Kosinski'nin bir araştırmasına göre algoritmalar, beğenilere ilişkin bilgiler verildiğinde sistem sizi aileniz kadar yakından tanıyabiliyor. Durum böyle olunca elbette önlem almak gerekiyor. Telefonumun ayarlarına olabildiğince dikkat ediyorum, uygulamaları yüklemeyen önce muhakkak inceliyorum.”

Katılımcıların bu konudaki farkındalık düzeylerinin yüksek olmasına rağmen dijital gözetime dair alınabilecek çok fazla bir önlem olmadığına inanmaktadırlar. Öğrenilmiş çaresizlik durumunu içselleştirmişler ve bu nedenle de bu bilince göre bir davranış şekli geliştirmişlerdir. Örneğin paylaşımlarında oto-kontrol uygulayarak bir karşı önlem almaya çalışmaktadırlar. Bunun yanı sıra hesaplarını gizli kullanmakta ya da Google, Youtube gibi yerlere üye girişi yapmadan girmeyi tercih etmediler.

G5: “Hissediyorum. Bir gün hamilelik testi alsam ertesi gün nete girdiğimde her tarafta hamilelik / annelikle ilgili banner'lar göreceğimi biliyorum. Ancak buna bireysel olarak yapılabilecek bir şey ne yazık ki yok. Bunu kabul ettiğim için davranışlarım yansıyan herhangi bir panik ya da korku yok. Yaşamımızın bu şekilde olduğunu ne kadar kabul edersek psikolojik sağlığımız için o kadar iyi olduğunu düşünüyorum.”

G9: “Hayır rahatsız olmuyorum. (dijital gözetimden bahsediyor) Dijital yaşamdan tümüyle sıyrılmadan izin verme veya vermeme durumunun bir anlamı olduğunu düşünmüyorum.”

G10: “Sosyal medyada sadece alışveriş yaptıktan sonra birçok uygulamada aradığınız ürünlerle ilgili reklam sıkması can sıkıcı olabiliyor. Bununla ilgili bu tarz işlemleri kişisel bilgisayarımın yapmayı denedim ancak bulut vb hesaplarımız bağlantılı olması sebebiyle yine aynı reklamlar cep telefonunda karşınıza çıkıyor. Bu durumda benim pek çıkar yolum olmadığını düşünüyorum.”

Yani aslında katılımcıların uyguladıkları karşı gözetim stratejileri savunmadan ziyade kaçınmaya yönelik hamlelerdir. Eylemlerini en başından beri planlayarak hareket etmektedirler. Bu da aslında yazının düşünsel planıyla sözün spontaneliğini bir arada kullanma becerisini kazandırmıştır.

G2: “Söylediklerime ve davranışlarımın sanki toplum içindeymişim gibi davranma ihtiyacı duyuyorum. Kariyerime veya aileme zarar verebilecek davranışlarda bulunmamaya çalışıyorum.”

G12: “Önlem almak komik geliyor. Herhangi bir önlemim yok. Gözetimi içselleştirdiğimden de değil. Bilgilerin sürekli kaydediliyor olması yıllardır bildiğim bir gerçek. Çip taksalar da kurtulsak diyorum. Ürün biziz zaten. Ya da kendimizi gerçekleştirmek istiyoruz. Olmak istediğimiz insana vitrin kuruyoruz ya da. Bu ikili bir ilişki.”

Katılımcılar yalnızca mecburiyet hissettikleri durumlarda uygulamalara, cihazlarının çeşitli bölümlerine erişme izni verdiklerini, Instagram gibi bilindik uygulamalarda ise diğer uygulamalara nazaran daha güvende hissettiklerini ve özellikle bu bilindik platformların mobil uygulamaları söz konusu olduğunda daha tereddütsüz bir şekilde her türlü erişim iznini verdiklerini belirtmişlerdir. Bütün bunlar da göstermektedir ki daha kurumsal ve büyük şirketlere yönelik uygulamalar daha güven verici gelmektedir. Oysaki genel olarak ifadelerinde, hükümet, şirket gibi büyük bürokratik kurumların gözetiminden daha fazla kaygı duyduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla bu konudaki düşünceleriyle davranışları arasında bir uyumsuzluk vardır. Özellikle bu pandemi döneminde Hayat Eve Sığar gibi bazı uygulamaları HES Kodu almak, pandemi haritasını görmek gibi gerekçelerle indirmek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

G3: *“Zorunlu kaldığım durumlar oluyor, örn hayat eve sığar uygulaması ya da navigasyon. Kullanabilmem için konumuma erişmesi gerekiyor bu uygulamaların.”*

G4: *“Kullanmak mecburiyetinde kaldığım uygulamalara rahatsız olsam da erişim izinleri veriyorum. (Fakat iOS'un iyi bir özelliği olarak Android'in aksine yükleme aşamasında toptan erişim izinleri istemiyor; uygulamaların ilgili özelliklerini kullanmak istediğimizde bunun için erişim izni vermemiz gerektiği uyarısı çıkıyor. Bu da kontrolün daha çok bende/kullanıcıda olduğu hissiyatını uyandırıyor.)”*

G5: *“Genellikle vermiyorum. Sırf bu yüzden hevesle kayıt olmaya başlayıp sonrasında vazgeçtiğim uygulamalar oldu. İzin verdiğimi hatırladığım son uygulama spotify dı, izin verme motivasyonum işimde çok bunaldığım için düzenli olarak müzik dinleyip rahatlayabileceğim bir mecram olsun istememdi.”*

G10: *“Sadece Hayat Eve Sığar uygulamasını indirdim. Yaşadığım bölgedeki covid vaka durumunu takip etmek ve HES kodu kullanımını sağlamak için.”*

Katılımcıların çoğunluğunun ortak düşüncesi dijital gözetime karşı bireysel bir önlem almaktan ziyade ancak toplu alınacak önlemlerin, çıkarılacak yasaların bir işe yarayacağını düşünmektedirler. Alınabilecek bireysel önlemlerin ise anlamsız ve gereksiz olduğunu söylemektedirler.

G1: *“Bireyin kendi başına alacağı önlemlerin sınırlı olacağını düşünüyorum. Dolayısıyla toplumun geneli için yeni yasalara ihtiyaç var. Özellikle veri etiğine ilişkin yasalara...”*

G5: *“Öncelikle dijital gözetimden kaçınmanın öğrenci ya da çalışan bir insansanız zaten en başından imkansız olduğunu düşünüyorum çünkü mail adresi aldığınız an zaten tüm bilgileriniz deşifre ediliyor. Bireysel olarak Google veya Yahoo gibi yapıların denetiminden kaçınmak mümkün değil. Ancak bunu en aza indirme anlamında aldığım maksimum aksiyon, eğer hayati değilse, benden verilerimi isteyen hesaba / platforma üye olmamak.”*

G10: *“Değerli olan verilerimi olabildiğinde ve gerekmediği sürece sosyal mecralarda vb alanlarda paylaşmıyorum ve saklamıyorum. Şunu biliyorum ki istediğimiz kadar önlem alsak da bir şekilde bizim kullandığımız elektronik aletlerden olmasa da, müşterisi olduğumuz bankalardan, hastanelerden veya bilgilerimizin olduğu diğer kurumlardan bu bilgilerin çalınmayacağını veya satılmayacağını herhangi bir garantisinin olduğunu düşünmüyorum.”*

SONUÇ

Sonuç olarak, bu araştırmanın amacı doğrultusunda yapılan mülakat sonucunda katılımcıların dijital gözetim konusunda belli bir farkındalığa sahip olduğu fakat öğrenilmiş çaresizlik psikolojisinde bu durumu içselleştirip kabullendikleri görülmüştür. Dijital medyayı özgürlük alanı olarak görmemektedirler ve bunu kabullenip bu duruma uygun davranış geliştirmişlerdir. Anonim veya sahte hesap kullanmayı da bundan kaynaklanıyor olabilir. Bireyler her anının gözetlendiğinin veya gözetlenebileceğinin farkındadırlar; teknolojiden izole bir hayat süremeyeceklerinin de farkındadırlar. Bu durum öğrenilmiş çaresizlik, suskunluk sarmalı gibi çeşitli toplumsal tutum ve davranışlara neden olmaktadır. Bireyler bu tutum ve davranışlarını bir süre sonra içselleştirebilmekte ve düşüncelerini de bu doğrultuda organize etme eğilimi taşımaktadır. Bu bir süre sonra bilinçsizlik durumu da yaratabilmektedir. Buna ek olarak dijital medya, egemen güçlere, toplumun nabzını tutma, kamu gündeminde neler olup bittiğini gözlemlene ve buna yönelik çeşitli proaktif stratejiler geliştirebilme imkânı da sunmaktadır.

Fakat bütün bu olumsuz yönlerine rağmen, dijital medyanın önemli bir karşı gözetim aracı olduğu söylenebilir. Bunun en önemli nedenlerinden bir tanesi, dijital medyanın bireyin düşünsel becerilerini geliştirebileceği, bilgi düzeyini artırabileceği hem geniş bir bilgi evreni hem de sosyalleşme ortamı sağlamasıdır.

KAYNAKÇA

- [1]Ball, K., Haggerty, K. ve Lyon, D. (2012) Routledge Handbook of Surveillance Studies, Routledge, New York
- [2]De Souza, R. R. M. (2014) ‘Inverse Surveillance, Activist Journalism and the Brazilian Protests: The Midia NINJA Case’, Birkbeck Law Review, 2(2): 211-228
- [3]Dimock, M. (2019) Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins, Pew Research Center, <https://www.pewresearch.org/facttank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- [4]Erdogan, İ. (2011) İletişimi Anlamak, Pozitif Matbaacılık, Ankara
- [5]Farinosi, M. (2011) “Deconstructing Bentham’s Panopticon: The New Metaphors of Surveillance in the Web 2.0. Environment”, Triple C: Cognition, Communication, Cooperation, 9 (1) s. 62–76
- [6]Geray, H. (2019) Medyanın Yeni Ekonomisinde Kurumsal İletişim: Gazeteler, Televizyonlar, Reklamcılık ve Halkla İlişkilerde Dijital Dönüşüm, Ütopya Yayınevi, Ankara
- [7]Graham, S., Wood, D. (2003) Digitising Surveillance: Categorisation, Space, Inequality, University of Newcastle, Critical Social Policy 23(2)
- [8]ICrossing (2007) What is social media? https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- [9]Koskela, H. (2003) “Cam Era: the contemporary urban Panopticon”, Surveillance & Society, 1: 292-313
- [10]Martin, A. K., van Brakel, R. E., Bernhard, D. J. (2009) “Understanding Resistance To Digital Surveillance: Towards A Multi-Disciplinary, Multi-Actor Framework”. Surveillance & Society, 6(3): 213-232
- [11]Marx, G. (2003) ‘A Tack in the Shoe: Neutralizing and Resisting the New Surveillance’, Journal of Social Issues, 59 (2): 369-390
- [12]Monahan, T. (2006) Counter-surveillance as Political Intervention?, Social Semiotics, 16 (4)
- [13]Pimenta, E. D. M. (2010) The City of Sun: Panopticon, Synopticon and Omnipticon - Big Brother and The Giant with Thousand Eyes. (Der.) Pimenta, E. D. M., Low Power Society- Continuous Hyperconsumption and The End of The Medium Class in A Hyperurban Planet, içinde (260-303), ASA Art and Technology UK Limited
- [14]Sarioğlu, E. B. ve Özgen, E. (2018) Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Çalışma, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(60): 1067-1081
- [15]Scott, J. C. (1985) Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance, Yale University Press, London
- [16]Wilson, D. ve Serisier, T. (2010) Video Activism and the Ambiguities of CounterSurveillance, Surveillance & Society 8(2): 166-180