



SIVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ

**Z** Sosyal Medya ve  
Mahremiyet  
**KUŞAĞI**

Editörler: Dr. Öğrt. Üyesi Abdullah Pakoğlu  
Dr. Rukiye Gögen

## CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI NO: 237

13/05/2022 Tarih ve 8 Numaralı Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Yayın Kurulu Kararı ile 18/05/2022 Tarih ve 14 Numaralı Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Yönetim Kurulu Kararına istinaden basımı uygun görülmüştür.

### İNCELEME KOMİSYONU:

Prof. Dr. Hasan ÖZALP

Prof. Dr. Sami ŞAHİN

Prof. Dr. Yaşar TÜRK BEN

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi / SİVAS

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi / SİVAS

Tokat Gaziozmanpaşa Üniversitesi, İslami İlimler Fakültesi / TOKAT



## SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ

Z KUŞAĞI, SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET  
GENÇLİK SEMPOZYUMU

### ISBN

978-605-7902-65-8

### Editör

Dr. Öğrt. Üyesi Abdullah Pakoğlu

Dr. Rukiye Gögen

### Kapak ve İç Düzen

Abdulkadir KOCATÜRK

### Baskı

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlük Matbaası

Sertifika No: 40954

### Dağıtım

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Sivas 2022

## İÇİNDEKİLER

Takdim .....	7
Editörden .....	9
Geçmişten Günümüze Kuşaklar, Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Bilinci: Kuşaklar Örneği	
<i>R. Tayyib Kaleli</i> .....	11
Sosyal Medyanın Gelişimi Ekseninde Mahremiyet Kavramı	
<i>Muhammed Furkan Kaya</i> .....	27
Z Kuşağı'nın Kimlik Kazanımında Sosyal Medyanın Rolü ve Mahremiyete Etkisi	
<i>Merve Bingöl</i> .....	35
Z Kuşağı'nın Sosyal Medya Mahremiyeti Üzerine Bir Değerlendirme	
<i>Melike Karasungur</i> .....	47
Z Kuşağı Mahremiyet Anlayışının Sosyal Medyadaki Yansımaları	
<i>Rüveyda Kozani</i> .....	55
Sosyal Medya İcat Oldu Mahremiyet Ortadan Kalktı (Z Kuşağı ve Mahremiyet Anlayışı)	
<i>Selma Kılıç</i> .....	69
Z Kuşağı Özelinde Sosyal Medyada Değişen ve Dönüşen Mahremiyet Kırılması	
<i>Adil Koyuncu</i> .....	85
Dijital Çağ ve Ahlaki Değerler Üzerine Bir İnceleme	
<i>Betül Özden</i> .....	97
Dijital Yerlilerin Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısı	
<i>Zehra Dere</i> .....	109



Z KUŞAĞI, SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET  
**GENÇLİK SEMPOZYUMU**

(08 Şubat 2022)

**DÜZENLEME KURULU**

1. Prof. Dr. Ömer ASLAN (**Başkan**)
2. Dr. Öğr. Üyesi Abdullah PAKAOĞLU (**Başkan Yardımcısı**)
3. Prof. Dr. Hasan KESKİN
4. Prof. Dr. Cemal AĞIRMAN
5. Prof. Dr. Metin BOZKUŞ
6. Prof. Dr. Sabri ERTURHAN
7. Prof. Dr. Mehmet Ali ŞİMŞEK
8. Prof. Dr. Kadir ÖZKÖSE
9. Prof. Dr. Ömer Faruk YAVUZ
10. Prof. Dr. Mustafa KILIÇ
11. Prof. Dr. Süleyman KOÇAK
12. Prof. Dr. Kamil KÖMÜRCÜ
13. Prof. Dr. Hasan ÖZALP
14. Doç. Dr. Rıza BAKIŞ
15. Doç. Dr. Ebubekir Sıddık YÜCEL
16. Doç. Dr. Fatih Ramazan SÜER
17. Doç. Dr. Adem ÇİFTÇİ
18. Doç. Dr. İrfan KAYA
19. Dr. Öğr. Üyesi Durmuş ARSLAN
20. Dr. Öğr. Üyesi Zeynep CERAN
21. Dr. Öğr. Üyesi Mustafa MÜCAHİT
22. Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÇETİN
23. Dr. Arş. Gör. Rukiye GÖGEN
24. Öğr. Gör. Rukiye ASLAN
25. Arş. Gör. Sema KORUCU GÜVEN
26. Arş. Gör. İlknur BAHADIR
27. Arş. Gör. Sena KAPLAN
28. Arş. Gör. Bayram ÜNCE
29. **Sekreteryä:** Arş. Gör. Sena KAPLAN / **E-mail:** senakaplan@cumhuriyet.edu.tr
30. **Fakülte Sekreteri:** Bedrettin GÜNDOĞDU

Z KUŞAĞI, SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET  
**GENÇLİK SEMPOZYUMU**

(08 Şubat 2022)

**BİLİM KURULU**

1. Prof. Dr. Alim YILDIZ (**Onursal Başkan**)
2. Prof. Dr. Ünal KILIÇ
3. Prof. Dr. Ömer ASLAN
4. Prof. Dr. Ali AKSU
5. Prof. Dr. Nevzat Y. AŞIKOĞLU
6. Prof. Dr. Sami ŞAHİN
7. Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ
8. Prof. Dr. Yusuf DOĞAN
9. Prof. Dr. Ali YILMAZ
10. Prof. Dr. Savaş KOCABAŞ
11. Prof. Dr. Ahmed FERRAC (**FAS**)
12. Prof. Dr. Ahmed MUNE (**FAS**)
13. Prof. Dr. Metin BOZKUŞ
14. Prof. Dr. Sabri ERTURHAN
15. Prof. Dr. Said BEKTAŞ
16. Doç. Dr. Mubariz CEMALOV (**AZERBAYCAN**)
17. Doç. Dr. Yusuf YILDIRIM
18. Doç. Dr. Bilal DELİSER
19. Doç. Dr. Halis DEMİR
20. Doç. Dr. Yüksel GÖZTEPE
21. Doç. Dr. Şaban ERDİÇ
22. Doç. Dr. Yusuf YILDIRIM
23. Doç. Dr. Ahmet ÇELİK
24. Dr. Öğr. Üyesi Abdullah PAKAOĞLU
25. Dr. Arş. Gör. Rukiye GÖGEN
26. Dr. Öğr. Üyesi Abdulhadiy EL KADİR (**LÜBNAN**)
27. Dr. Öğr. Üyesi Durmuş ARSLAN
28. Dr. Öğr. Üyesi Mirniyaz MURSELOV (**AZERBAYCAN**)
29. Dr. Öğr. Üyesi Mustafa MÜCAHİT
30. Öğr. Gör. Rukiye ASLAN
31. **Müslüman Alimler Birliği Genel Sekreteri:** Ali Muhyiddin el Karadaği
32. **Sekreteryaya:** Arş. Gör. Sena KAPLAN / **E-mail:** senakaplan@cumhuriyet.edu.tr
33. **Fakülte Sekreteri:** Bedrettin GÜNDOĞDU

## TAKDİM

Gençler, geleceğimizin teminatıdır. Geleceğe onlarla emin adımlarla yürüyeceğiz. Tarihten almış olduğumuz birikimi, deneyimi, geleceğe gençlerimiz vasıtasıyla taşıyacağız. Bunun bilincinde olarak, teknolojinin baş döndürücü bir hızla geliştiği bu çağda, sosyal medya denilen bir gerçeğin varlığını hissederek, kendimizi ve insanlık onurumuzu her şeyin üstünde tutarak, sosyal medyanın insanlık onuruyla birlik ve beraberlik içerisinde paralel bir şekilde yürütülmesi noktasında bir katkımız olabilir mi diye düşünerek, sosyal medyada daha çok yer alan gençlerimizin fikirlerini öğrenmek istedik. Dolayısıyla, Z Kuşağı, Sosyal Medya ve Mahremiyet konusundaki bu sempozyumu düzenledik.

Hiçbir şey insan onurunun, insanlık kimliğinin önüne geçmemelidir. İnsan onurunun zarar göreceği yerlerde, insanlık bir ve beraber olarak, gereken tedbiri alarak, insan kimliğini, insanlık kimliğini koruyabilmenin altyapısını hazırlayabilmek durumundadır. Bu meyanda kitabımız Kur'an-ı Kerim "Ey iman edenler, kendinizi ve ailenizi yakıtı insanlar ve taşlar olan ateşten koruyun" buyurmaktadır (*et-Tahrîm* 66/6). Kur'an bu hitabı tüm insanlara yöneltmektedir. Mü'min insanlık onurunu koruyan kişinin adıdır. Dolayısıyla tüm insanların onurunu, izzetini korumak durumundadır. Cenab-ı Hak burada önce kendi nefsimizi korumamız gerektiğini bildirir. Kimliğin olmadığı bir yerde, kimlik, kişilik, şahsiyetin adından dahi söz edilemez. Sınırın olmadığı bir yerde kimlik olmaz. Teknik ve teknoloji ne kadar gelişirse gelişsin, insan kimliğinin önüne geçmemeli, teknolojinin (ilmin) insana yararı olmalıdır. Dolayısıyla tekniğin/teknolojinin baş döndürücü bir hızla ilerlediği şu günlerde sosyal medya ve mahremiyet derken, bunu insanlık onurunun önüne geçebilecek noktaya taşımamız gereklidir.

Bu gerekçelerle düzenlediğimiz söz konusu sempozyumda sunulan bildirilerin yayına hazır hale getirilmesinden sonra elinizdeki eser ortaya çıkmıştır. Z kuşağı, sosyal medya ve mahremiyet konularında farklı bildiriler ihtiva eden bu eserin, tebliğleri hazırlayan öğrencilerin gözünden bakması yönüyle, konuya dikkat çekeceğini umuyoruz.

Sempozyumun bilim ve danışma kurulunda yer alan akademisyenlerimize, özellikle bu eserin muhtevasına katkıda bulunan öğrencilerimize desteklerinden dolayı teşekkürlerimizi sunuyoruz. Organizasyonda ve ayrıca rektörlüğümüze ve rektörümüz Prof. Dr. Alim Yıldız'ın şahsında tüm çalışanlarımıza da organizasyondaki katkılarından dolayı şükranlarımızı bildiriyoruz.

Bu haliyle, eserin gençlik, Z kuşağı, sosyal medya ve mahremiyet konularına katkıda bulunacağını ümit etmekteyiz.

**Prof. Dr. Ömer Aslan**

İlahiyat Fakültesi Dekanı



## EDİTÖRDEN

### Z KUŞAĞI, SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET

Dünya genelinde iletişim alanında yaşanan hızlı gelişmeler sosyal, kültürel, ahlaki alanlarda etkisini göstermektedir. Günümüzde en yaygın iletişim aracı olarak kullanılan, zaman ve mekân sınırlaması olmadan, bireysel ya da topluluk halinde küresel iletişime imkân tanıyan, sosyal medya platformları da bu gelişmelerden etkilenmiştir.

Sosyal medya her yaştan bireyin kullandığı bir iletişim ağıdır. Bu durum bir takım riskleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra dünyaya gelenleri kapsayan ve sosyal medyayı en çok kullananlar arasında yer alan Z kuşağı, bu iletişim aracının getirdiği yeniliklerin tesiri altında kalmaktadır. Z kuşağının erken yaşlardan itibaren yaygın bir şekilde sosyal medya kullanımı sonucu hayatın önemli alanlarında değişimler yaşanmıştır. Bu durum gençlerin mahremiyet kavramına verdiği anlam ve önemin değişmesinde görülmektedir.

Sosyal medya platformlarının kişi için olumlu mu yoksa olumsuz mu olduğu uzun yıllardır tartışılmakta ve birçok akademik çalışmalara da konu olmaktadır. Sosyal medyanın olumlu yönleri arasında; saniyeler içerisinde dünyanın bir diğer ucundaki kişilerle iletişim imkânı sağlama, çok kısa sürede üstelik ücretsiz olarak bilgiye erişme fırsatı sunması, dünyada gerçekleşen her türlü siyasi, sosyal, ekonomik vb. gelişmelerden bütün milletlerin haberdar olabilmesi, kişiye duygusal olarak iyi gelmesi vs. sayılabilir. Sosyal medyanın olumsuz yönleri arasında ise; insan zihnini fazlaca meşgul etmesi, zamanın dengeli bir biçimde kullanımını önlemesi, kişiyi bağımlı hale getirerek kullanılmadığında mutsuz hissettirmesi, kullanan kişilerin gerçek profillerini saklayabilmelerinden dolayı yasa dışı ve ahlak dışı durumlara alet edilebilmesi, kişi ve toplum mahremiyetine zarar vermesi vs. sayılabilir.

Sosyal medyayı insanların yaşamlarından tamamen çıkarması günümüzde iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin sürekli artması sebebiyle mümkün gözükmemektedir. Bu nedenle özellikle gelecek yüzyılların mimarı olacak Z kuşağının sosyal medyayı sağlıklı bir şekilde kullanmasının, bu iletişim ağlarında görüşmeler yaparken mahremiyet kavramının içinde yaşanan toplumun inancına ve kültürüne ters düşecek söz ve davranışlardan zarar görmemesinin mümkün olup olmadığı akademik açıdan merak konusu olmuştur. Bu sorulara cevap bulabilmek amacıyla Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi tarafından 8 Şubat 2022 tarihinde “Z kuşağı, Sosyal Medya ve Mahremiyet” adlı ulusal öğrenci sempozyumu gerçekleştirilmiştir. Bu sempozyumda sosyal medyanın Z kuşağı üzerindeki etkisi mahremiyet açısından bilimsel olarak ele alınmıştır. Konuyla ilgili araştırma yapmak isteyenlere katkı sağlayabilmesi amacıyla lisans ve lisansüstü öğrencilerin sunmuş olduğu bildiriler bu kitapta yayınlanmıştır.

Z kuşağı, sosyal medya ve mahremiyet ilişkisinin farklı yönlerden ele alındığı bu eserin, akademik alanda bir boşluğu doldurması ve konuyla ilgili yapılacak yeni çalışmalara vesile olması ümidiyle...

**Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Pakoğlu**  
**Dr. Rukiye Gögen**

# GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE KUŞAKLAR, SOSYAL MEDYA KULLANIMI VE MAHREMİYET BİLİNCİ: KUŞAKLAR ÖRNEĞİ

R. Tayyib Kaleli\*

## ÖZET

Bu çalışmada, toplum arasında her geçen gün daha fazla kullanılan ve kullanılması olmazsa olmaz haline gelen sosyal medyanın ve bu kullanım sonrasında mahremiyet kavramı üzerinde ne gibi etkisi olduğunun üzerinde durulmuştur. Geçmişten günümüze kuşak kavramı, sosyal medya ve mahremiyet kavramları, gelişen teknoloji ile hayatımıza giren sosyal medya kullanımı sonrası yaşanan değişimler ve bu değişim sonucunda mahremiyet bilincinin geri planda kalmasına, mahremiyetin ortadan kalkmasına, araştırmalarda yer alan X, Y ve Z kuşaklarının kısa özelliklerine, çalışmamız ile doğrudan alakalı olan Z kuşağının bu değişimde nerede yer aldığına değinilmiştir. Bu tebliğde olabildiğince reel günümüz verilerine değinilmiş ve olabildiğince geçmişten günümüze bir köprü kurularak hazırlanmaya çalışılmıştır.

## GİRİŞ

Doğası gereği sosyal bir varlık olan ve iletişime ihtiyaç duyan insan, tarihten günümüze kadar çeşitli iletişim araçları ve yöntemleri geliştirmiştir. Teknoloji baş döndürücü bir hızla gelişmekte; insanlar da haberleşme, iletişim, bilgilenme ve sosyalleşme gibi gereksinimlerini gelişen bu teknolojiler sayesinde gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Sosyal ağların gelişimi ve yaygın kullanımı hayatımızda ve algı dünyamızda bazı değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. İnsanların iletişim

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniv. İlahiyat Fakültesi Lisans Öğrencisi, kaleli99@outlook.com

kurma, sosyalleşme, haberdar olma gibi ihtiyaçları için kullandığı, çeşitli paylaşımlar yapılabilen sosyal ağların hayatımızın bu denli merkezinde yer alması, en kısa ifadesiyle gizlilik anlamına gelen ve özel alanı içeren ‘mahremiyet’ kavramının da anlam ve sınırlarının değişmesine sebebiyet vermiştir.<sup>1</sup>

Tebliğimiz ile doğrudan ilgili olan Z kuşağı ile alakalı özellikleri, sağlıklı bir şekilde değerlendirme yapabilmek için araştırmalarda yer alan diğer kuşaklarında, hangi yaş aralığında bulduklarına, hangi tür özelliklere sahip olduklarına, yaşadıkları ortamda nasıl bir konumda bulduklarına göz atmak elzemdir.

Aşağıdaki başlıklarda, kuşakların geçmişten günümüze serüvenine kısaca göz atacağız.

### A. Kuşak Kavramı

Asıl tebliğ konumuza geçmeden önce kuşak kavramı üzerinde durmakta fayda olduğunu düşünüyorum.

Kuşak, aynı dönem içinde yaşamış, ortak özelliklere sahip bireylerden meydana gelen gruplar şeklinde tanımlanmaktadır. Kuşak, doğum yılları itibari ile benzer sosyo-ekonomik olayları yasayan, birbirine benzer özelliklere sahip olan bireylerden oluşan bir topluluktur. Türk Dil Kurum’una göre kuşak tanımı farklı şekilde yapılmaktadır. Bunlardan ilki felsefi anlamı ile değerlendirilmektedir. Bu açıdan kuşak, “*Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu*”<sup>2</sup> anlamına gelmektedir.<sup>3</sup>

Kuşak kavramı; aynı zaman aralığında doğan kişileri ifade etmek amacıyla kullanılan bir kavramdır. Kuşaklar, içinde yaşadığı toplumdan etkilenmektedir. Bunun yanı sıra düşünce ve eylemleri ile yaşadıkları toplumları etkilemişler ve bir ölçüde değişime uğratmışlardır. Bu deği-

<sup>1</sup> Rukiye Nur Fetullahoğlu, Sosyal Medyada Mahremiyet: X ve Y Kuşağı üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma (Yüksek Lisans), 2021, s.1

<sup>2</sup> Güncel Türkçe Sözlük”, *Türk Dil Kurumu*, <https://sozluk.gov.tr/>, (19.12.2019)

<sup>3</sup> Elif Kütükoğlu, Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerinde Bir Araştırma (Doktora Tezi), 2019, s.154.

şimler, kuşaklar arasındaki var olan farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Aynı zamanda değişimin bazı etkilerinin diğer kuşaklar ile devam ettirilmesine katkıda bulunmuştur.<sup>4</sup>

### A.1. X Kuşaağı

Araştırma kapsamında incelenecek kuşaklardan ilki ise X kuşaağıdır. X kuşaağı, 1965-1980 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır. Teknolojik gelişmelerin çoğu kısmı X kuşaağı için belirtilen tarihlerde ortaya çıktığından, X kuşaağı bilgisayar kullanmaya başlayan ilk kuşak olmuştur. X kuşaağını tanımlayan X ifadesi, “eks olmak” ifadesinden gelmektedir. Nüfus artışının yavaşladığı dönemde var olan bu kuşak Türkiye nüfusunun yaklaşık olarak yüzde 22’sini oluşturmaktadır. Rekabetçi olmaları ise, X kuşaağını tanımlayan önemli bir sıfattır. X kuşaağının doğduğu dönemde yaşanan bazı önemli olaylar ise, petrol krizleri, ekonomik sarsıntılar, üniversitelerde yaşanan sol-sağ olayları ve çatışmalarıdır. X kuşaağı ile ilgili araştırmalarda, bu kuşakta yer alan kişilerin sosyal medyada yaptığı paylaşımlar kuşaklar açısından incelendiğinde, X kuşaağı katılımcıların “dini inancı ile ilgili” ve “siyasi görüşü ile ilgili” paylaşımları, Y ve Z kuşaağı katılımcıların paylaşımından anlamlı düzeyde daha fazladır.<sup>5</sup>

### A.2. Y Kuşaağı

Yaygın kabul gören 1980-2000 yılları arasında doğan bireyler Y kuşaağı olarak değerlendirilmiş ve araştırma bu kapsamda yapılmıştır.

İnternet teknolojisinin gelişmesi noktasında önemli adımları atan X kuşaağından sonra ortaya çıkan Y kuşaağı, iletişim teknolojilerini en fazla kullanan kuşaklardan biri olarak literatürdeki yerini almıştır. Teknolojide görülen gelişimler Y kuşaağının yaşam şeklini değişime uğratmıştır. Ankesörlü telefonlar ile iletişim kuran X kuşaağına karşı Y kuşaağı, elindeki cep telefonu ile daha kolay iletişim kurmaya başlamıştır. Önceki kuşaklar gündemi gazetelerin ilk baskısı ile takip etmekteyken, Y kuşaağın-

<sup>4</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.154.

<sup>5</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.155.

daki bireyler akıllı telefonlar ile hızlı bir şekilde gündeme dair bilgi edinmeye başlamıştır.

Y kuşağı ile ilgili araştırmalarda, bu kuşakta yer alan kişilerin sosyal medyada yaptığı paylaşımlar kuşaklar açısından incelendiğinde, Y kuşağı katılımcıların “kişisel bilgilerinin çoğunun”, “önemli anlarına ait fotoğraf, video ve yazıların”, “eşi, sevgilisi, akrabası vs. hakkında duygusal içerikli yazıların”, “esi, sevgilisi, çocuğu, akrabası ile birlikte olduğu fotoğraf ve videoların”, “eşi, sevgilisi, arkadaşı, dostu ya da akrabası tarafından alınan/verilen hediyelerin” paylaşımlarının, anlamlı düzeyde daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.<sup>6</sup>

### A.3. Z Kuşağı

İnternet kuşağı ya da dijital nesil gibi isimler ile de anılan Z kuşağı ise, 2000 yılından sonra doğan kişileri temsil etmektedir. Z kuşağı, insanlık tarihinin el, göz, kulak gibi beceri senkronizasyonun en yüksek jenerasyonu şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>7</sup> Missin ant Milistir kuruluşu internet sitesinde Z kuşağını 21.Yüzyılın ilk kuşağı olarak tanımlamakta ve bu şekilde sınıflandırmaktadır. Z kuşağı üyelerini dijital çocuklar ve “.com” çocukları ismi ile de ifade etmektedir. Kuruluşa göre, Z kuşağı diğer kuşaklardan çeşitli sebeplerden dolayı ayrılmaktadır. Bu nedenler ise, sağlık sistemindeki teknolojik ilerleme ve farkındalığın artması, buldukları çağ ve teknolojinin getirisi hem sosyolojik hem de tarihsel olarak diğer kuşaklardan ayrılması şeklinde sıralanabilmektedir.

Teknoloji anlamında olağanüstü içeriklerin hazırlandığı bir dönemde yetişmektedirler. Bu nedenle internet, teknoloji ve sosyal medya gibi yeni nesil konularda Y kuşağına kıyasla daha uzmandırlar. Kitap yerine bilgisayar, yazı yazmanın yerine konuşmayı tercih eden Z kuşağı, yalnız yaşamayı tercih etmektedir. Bunun kanıtı ise yakın temastan ziyade, uzaktan uzağa iletişim kurabilmesidir. Cep telefonu olmadan bir

---

<sup>6</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.182.

<sup>7</sup> İndigodergisi.com

hayat düşünemeyen Z kuşağı üyeleri Türkiye'nin %17'sini oluşturmaktadır.<sup>8</sup>

Z kuşağı katılımcıların “denizde ya da havuzda çekilmiş fotoğrafların” ve “evde çekilmiş fotoğraf veya videoların” paylaşımları, anlamlı düzeyde daha fazladır. Y ve Z kuşağı katılımcıların “yiyecek/içecek fotoğraflarının” ve “gittiği eğlence mekanlarıyla ilgili” paylaşımları, X kuşağı katılımcıların paylaşımından anlamlı düzeyde daha fazladır.<sup>9</sup>

Çalışmamızın bu bölümüne kadar “Kuşak” kavramı üzerinde durduk, şimdi ise tebliğimizin bir başka konusu olan “Mahremiyet” kavramını ele alacağız.

## B. Mahremiyet

Bu kavram, farklı kültürlerde, coğrafyalarda ve dinlerde farklı anlamlar içermektedir. Ayrıca birey için temel bir ihtiyaç olan mahremiyet gündelik hayatta farklı şekillerde, farklı alanlarda da ortaya çıkabilir. Farklı ihtiyaçlara hitap etmesi, kavramın birden fazla anlamının olması, farklı toplumlarda farklı algılanması gibi sebeplerden dolayı mahremiyeti tek bir çerçevede tanımlamak mümkün değildir.<sup>10</sup>

Mahrem kelimesi Arapça kökenlidir ve yasak anlamına gelen "haram" kelimesinden gelmektedir. Mahremiyet kısaca “1- Mahremlik, nikâh düşmeme özelliği. 2- Mahremlik, yasaklık. 3-Gizlilik.” olarak tanımlanmaktadır.<sup>11</sup>

Her ne kadar farklı tanımlar ortaya konulsa da mahremiyet sınırları belirsiz olan bir kavramdır. Bazı yasal düzenlemelerle bu tanımın sınırları çizilmeye çalışılmıştır. Ancak mahremiyetin sınırları sosyo-kültürel dinamiklerin etkisiyle değişmektedir. İçinde bulunduğumuz dijital dönemde ise mahremiyet yeniden tanımlanmaktadır.<sup>12</sup>

<sup>8</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.156.

<sup>9</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.200.

<sup>10</sup> Ayşegül Elif Karagülle, *Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), s. 4.

<sup>11</sup> “Mahremiyet- Osmanlıca-Türkçe Sözlük”, <https://www.luggat.com/Mahremiyet/1/1>, (02.01.2020)

<sup>12</sup> Karagülle, a.g.e., s.29.

Toplumdan topluma farklılık göstermesine rağmen her kültür için önemli olan mahremiyet, kat ettiği uzun yıl ve gelişmelere rağmen kendi zirvesine ancak günümüzde ulaşmış bir kavramdır. Birinci bölümde detayları verilen mahremiyet konusu, özellikle iletişim teknolojilerinin gelişim göstermesi ile birlikte değişime uğramıştır. İnternet ve sosyal medya ile birlikte özel yaşam, bu mecralara taşınmıştır. İnsanlar sosyal medyada sevinir, üzülür, bu mecrada tartışır, kavga eder, barışır, burada evlenir ya da ayrılır hale gelmiştir. Düğün, doğum günü, yıl dönümü, bayramlar gibi özel günlerin sosyal medya üzerinde kutlandığı bir çağa girilmiştir. Artık çiftlerin ne zaman tartıştığı ne zaman ayrıldığı ya da barıştığı herkes tarafından bilinmektedir. Çevremizdeki insanların doğum günlerinde kimlerden ne hediye aldığı, işlerinde ne zaman terfi ettikleri, nerede tatil yaptıkları, girdikleri sınavlarından geçip geçmedikleri, hobileri herkes tarafından takip edilmektedir. Haliyle tüm bu bilgiler özel alandan çıkıp alenileşmeye başlamıştır.<sup>13</sup>

Tüm bunlar bir araya gelince önemli bir sorun ortaya çıkmıştır. Mahremiyetimiz ortadan kalkmış, kişisel bilgilerimiz herkes tarafından bilinir hale gelmiştir. Bu durum sadece bilgilerimizin herkes tarafından bilinmesini içermemektedir. Aynı zamanda hırsız ve dolandırıcı gibi art niyetli insanlar için de önemli bir gelişmedir. Kolaylıkla ulaştıkları kişisel bilgileri kullanan kötü niyetli kişiler insanları dolandırmaktadır.

Tebliğimizin bu bölümünde ise, mahremiyetin teshir edildiği bir alan haline gelen sosyal medyanın ne olduğu, tarihsel gelişimi, özellik ve işlevleri, kuramcılarının sosyal medyayı ne yönde açıkladığı, sosyal medyada mahremiyetin nasıl teshir edildiği ve nasıl korunabileceği, önemli bir mahremiyet ihlali olan gözetimin gelişimi ve modelleri, kişisel verilerin korunmasının gerekliliği, kişisel verilerin korunması noktasındaki yasal düzenlemeler incelenmiştir.<sup>14</sup>

Tebliğin bu kısmına kadar kuşak ve mahremiyet kavramlarını ele aldık, bundan sonraki kısımda “İslamiyet Açısından Mahremiyet” ardından ise “Sosyal Medya” kavramlarını ele alacağız.

---

<sup>13</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.68.

<sup>14</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.68.



### C. İslamiyet Açısından Mahremiyet

İslamiyet açısından bakıldığında zaman ise mahrem kelimesinin içerdiği alanın belirlenmesinde dini bir havanın olduğuna vurgu yapmak gerekmektedir. Kelime kökeni bile dini bir anlam içermektedir. Dini söylemin belirleyiciliği, kelimenin Arapça olmasından kaynaklanmamaktadır. Aksine, "*ilahi buyruklarla çizilen sınırların ihlali*" olmasındandır. Konu aynı zamanda "*el sürdürmemeyi*" de içine almaktadır. Bu anlamda geniş bir yelpazeden bahsetmek mümkündür.

İslami inanç ve mahremiyet açısından vurgulanması gereken bir diğer konu utanma duygusudur. İnsanın hissettiği utanma duygusu da saklama, örtme, gizleme, kapatma, paylaşma noktasında özen gösterme, kendine özel kalmasını sağlama ve sır haline getirme anlayışını beraberinde getirmektedir. Bir şey insan için sır haline geldiği zaman ve kendisine özel olduğunu hissettiğinde onun değeri artmaktadır.<sup>15</sup>

İnsan, hiçbir zaman yalnız değildir. Allah'ın insana şah damarından daha yakın olduğu<sup>16</sup> göz önünde bulundurulduğu zaman insan mutlak, saf bir gizlilik ve mahremiyeti tecrübe edememektedir. Yapıp ettikleri değil, düşünce ve duyguları da Allah için aşikârdır. Fakat İslam, insanın mahrem alanına özel bir önem atfeder. Mahremde hem yakınlık hem de yasak anlamı bir aradadır. Yaklaşılması bile yasak olan haram kavramı ile korunmuş, gizli, kişiye özel gibi anlamları olan mahrem kelimesi aynı kökten gelir.

Hukuki anlamda bakıldığı zaman da batı hukuk literatürüne girmeden yüzyıllar önce, İslam hukukunda kişinin özel hayatına dair bir konu bulunmaktadır. Evin mahremiyeti ve dışarıya karşı kapalı oluşu bu önemden kaynaklanmaktadır. Dışarıdan müdahaleye karşı korunmak önemlidir. Bunu yaparken kişinin kendi mahremiyetine dikkat etmesi, yasak olan herhangi bir şeyi sergilememesi, gizli kalması gerekeni açığa vurmaması, özel olanı ifşaat etmemesi gerekmektedir. İslam dini, bir başkasının özel mekanına ve evine izinsiz girilmemesi hususunda

<sup>15</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.34.

<sup>16</sup> Kaf Suresi, 16.Ayet

inanılan insanları, *"Bir başkasının evine gireceğiniz zaman önce ev sahibini haberdar edin, gelişinizi fark ettirin ve eve girmek için mutlaka izin alın."*<sup>17</sup> şeklinde uyardığıdır. Bu açıdan bakıldığı zaman Müslüman bir toplumun yeni teknolojilere adapte olurken, mahremiyet, görme ya da görünme, teşhir ve ifşaat gibi konuları algılayışında nasıl bir dönüşüm geçirdiğini gözlemlemek önem arz etmektedir.

Dinsel inançlar, organizasyonlar ve eylemler, mahremiyet anlamında bakıldığında yeni medya araçlarının dönüştürücü etkisinden payına düşeni almışlardır.

Sanal hac, sanal ibadet, sanal günah çıkarma gibi dini ritüeller, dini organizasyonların sanal ortamda temsil edilmesi, sanal şekilde verilen fetvalar, sosyal paylaşım siteleri üzerinden örgütlenen dini cemaatler gibi birçok etken, yeni iletişim teknolojileri temelinde üretilen "sosyal" ilişkiler ortamındaki dini sosyallikleri göstermektedir.<sup>18</sup>

#### **D. Sosyal Medya**

İletişim çok yönlü bir süreçtir. Teknolojik anlamda telgrafla başlayan, film, telefon, radyo ve televizyonun iletişim dünyasına katılmasıyla birlikte devam eden süreç, iletişimi değişime uğratmıştır. Dönüşen iletişim, sınırların ortadan kalkması ile birlikte ise eş zamanlı bir niteliğe kavuşmuştur. İnternetin sunduğu iletişim olanaklarıyla atılan adımlar ile ileri teknoloji çağı yakalayabilmenin ve sürdürülebilirliğin temel şartı belirlenmiştir. İletişim teknolojisi bu denli ilerleyip iletişimin hızını saliselere taşırken, yeni bir medya hayatımıza girmiştir. Bu yepyeni medyanın adı ise, sosyal medyadır. Bu bağlamda iletişim teknolojileri ile birlikte medyanın geçirdiği en büyük değişimlerden birinin sosyalleşmesi olduğunu rahatlıkla söyleyebilmekteyiz. Medyanın sosyalleşmesi ile, insanlar pasif bir halden çıkmıştır. Sosyal medya ise, özellikle insanlar tarafından oluşturulan ve yönetilen bir alan haline gelmiştir. Tüm bunlardan hareketle hayatımıza giren sosyal medya, bizim için pek çok şeyi dönüştürmüş ve şekillendirmiştir. Pasif ko-

<sup>17</sup> Nur Suresi 61.ayet

<sup>18</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.35.

numdan aktif hale gelen bireyler, sosyal medyaya yön vermeye, bu alanda imzalarını atmaya başlamışlardır. Bu noktada sosyal medyanın tanımı yapmak, özelliklerini ve işlevlerini aktarmak çalışmanın detaylanması açısından faydalı olacaktır.

90'lı yıllardan sonra bilgi ve iletişim teknolojilerinde hızla gelişen bir süreç yaşanmıştır. Bu süreç pek çok kesim tarafından "dijital devrim" şeklinde tanımlanmaktadır. Hatta bu kesimler, dijital devrimin, sanayi devrimi kadar köklü değişikliklere neden olabileceğine işaret etmektedir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim bir coğrafyadan başka bir coğrafyaya hızlı bir şekilde ulaşmıştır.

Günümüzde görülen iletişim teknolojisindeki gelişmeler, interneti günlük hayatın olmazsa olmazları arasına almıştır. İnternet ortamında, kullanıcıların kendilerini tanımlayarak birbirinden farklı kullanıcı ile iletişim halinde olduğu, günlük hayatta kullanılan jest ve mimikleri emi adı verilen sanal simgeler ile ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar sosyal medya şeklinde anlandırılmaktadır.<sup>19</sup>

Hayatımızın merkezine bu denli yerleşen sosyal medya, yaşadığımız çağın en gözde konularından biridir. Bilişim ve iletişim teknolojileri olarak adlandırılan;

*"bilgisayarlar, yazılımlar, internet, mobil telefonlar, SMS, tabletler, anında mesajlaşma, sosyal paylaşım siteleri, bloklar, mikroplalar, e-ticaret, e-devlet, gözetim kameraları"* artık yas farkı gözetmeksizin insanların günlük hayatının bir parçası olmuştur.<sup>20</sup>

Sosyal medya ile, disiplinler yepyeni anlamlar kazanmaktadır. Paylaşım, arkadaşlık, özgürlük, mahremiyet, güvenlik, ün gibi pek çok kavram sosyal medya sayesinde kendine yeni anlamlar bulmuştur. Sanal ortam üzerinde sürdürülen ilişkiler, sanal ortamdaki paylaşımlar ve sahip olunan sanal özgürlükler, gerçekliğin yeni bir boyut kazanmasına neden olmaktadır.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.69.

<sup>20</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.70.

<sup>21</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.77.

Sosyal medya, hayatımıza girdiği andan itibaren pek çok değişim ve gelişim göstermiştir. Bu gelişime paralel olarak kendine has, geleneksel medyadan ayrılan ve stilini oluşturan özelliklere sahip olmuştur. Bu özellikler, sosyal medya denilince akla gelen, sosyal medya kavramına anlam katan özelliklerdir.<sup>22</sup>

Tüm bu açıklamalardan hareketle sosyal medyanın en belirgin ve vurgulanması gereken özelliği, bireylerin kendilerini başkalarına ifade edebilmesidir. Bireyler bunu internet kanalıyla, açık bir biçimde yapmaktadır. Kullanıcılar, internet sitelerine başvurarak profillerini oluşturabilmektedir. Bu profiller yardımı ile de iletişim halinde olabilmektedir. Bu nedenle de sosyal medyanın popülerliği kullanıcıya göre özelleşebilmektedir. Sosyal medyanın bir başka ayırt edici özelliği, zengin kullanıcı etkileşimine sahip olmasıdır. Sosyal medyaya katılan kişi sayısı ne kadar çok olursa, aynı oranda kullanıcı etkileşimi görülmektedir.<sup>23</sup>

### **E. Sosyal Medya ve Mahremiyet**

Sosyal medya ve geleneksel medya ile arasında olan büyük fark, sosyal medyayı ileri seviyeye taşımış ve daha çok tercih edilir hale getirmiştir. İnternet teknolojilerine bağlı şekilde gösterdiği gelişim ile birlikte de pek çok alanı etkisi altına almış, değişime uğratmaya başlamıştır. Kültürel bir değer olan mahremiyet konusu da bunlardan bir tanesidir. Sosyal medya ile değişime uğrayan mahremiyet, engel olunamaz bir şekilde teşhir edilmeye başlanmıştır.

Mahremiyet, insanların temel ve önemli ihtiyaçlarından biridir. Mahremiyet olmadan topluluk olmadığı gibi değer üretilmesi de beklenmemektedir. İnsan, sosyal bir varlık olmasından dolayı, kendisine yakın insanlarla topluluk oluşturmaktadır. İnsan, anlam ve değer ürettiği için diğer varlıklardan ayrılmaktadır. Bu özelliklerini terk etmesi için herhangi bir neden de yoktur. Bir diğer yandan, mahremiyet, sosyokültürel açıdan değerlendirilebilecek bir olgudur. Toplumsal yapı, değerlerin toplumsal boyutu, bireysel yasama yönelik ilgi ve beklentiler, mah-

<sup>22</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.80.

<sup>23</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.81.

remiyetin kamusal ya da özel alanda ne kadar kalması gerektiğini belirlemektedir.

Gerek sosyal medyanın içine doğan dijital yerliler, gerek sosyal medya ile çok sonra tanışan dijital göçmenler sosyal medya üzerinden bilinçsiz paylaşımlar yapmaktadır. Bu paylaşımlar, sosyal medyada mahremiyet konusunun son dönemlerde daha çok tartışılmasına, gündeme gelmesine neden olmuştur. Mahremiyetin böylesi önemli olduğu bir toplulukta, sosyal medya önemli bir faktöre sahiptir. Sosyal medya ile mahremiyetin kamusal alana taşınması pek çok gelişmenin ve değişimin yaşanmasına neden olmuştur.

İnternet, dolayısıyla sosyal medya diğer kitle iletişim araçlarına oranla mahremiyete daha fazla müdahale etmektedir. İnternet ve sosyal medya, kullanıcılara diledikleri kadar diğer insanların mahrem hayatlarına müdahil olma imkânı tanımıştır.

Sosyal medyada alıcı konumunda olan bireyler, aynı zamanda birer vericiye dönüşmüşlerdir. Bu noktada mahremiyet ihlalleri ise fazlasıyla artış göstermiştir. Sosyal medya; gazete, televizyon ve film gibi geleneksel medya ürünlerinden farklıdır.

Geleneksel medya sabit yatırımlara ihtiyaç duyarken, sosyal medya platformlarını oluşturmak, kullanmak için bu kadar büyük bir yatırıma gerek yoktur. Sosyal medya daha çok bağlı bir katılıma olanak vermektedir.<sup>24</sup>

Sosyal medya kullanıcıları tarafından bazı uygulamaları elde etmek amacıyla verilen bilgiler, sosyal medya platformları tarafından elde edilen bilgilerdir. Yani kullanıcılar bilgilerini aynı zamanda sosyal ağlara vermektedir. Bir uygulama için verilen bir bilgi, başka bir uygulama için verilen bilgi ile buluşmakta ve örtüşmektedir. (Herhangi bir uygulama indirirken bizden istenen telefon numaraları, doğum tarihleri, kredi kartı numaraları, vatandaşlık numaraları vb.) bu hususta mahremiyeti zedeleyen önemli unsurlardan birisidir.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.94.

<sup>25</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.96.

Danah Boyd ise, mahremiyeti gençler üzerinden açıklamaktadır. Gençleri hafife aldığımızı düşünen boyd, bu noktada geleneksel düşünmektedir. Amerikalı gençlerin ağ bağlantılı topluluklar içinde nasıl sosyalleştikleri üzerinde çalışan boyd, sosyal medyanın bağımlılık yaratıcı olduğu, internetin tehlikeli bir yer olduğu ve gençlerin dijital yerliler olduğu kavramları dahil olmak üzere, gençlere yönelik inanışları tahrip etmektedir. Gençlerin, internetle doğmadıklarını belirtmekte, onların da internetle yaşamayı öğrenmesi gerektiğini dile getirmektedir. Hepimiz gibi onlar da mahremiyetlerini nasıl koruyacaklarını tecrübe ile öğrenmektedir. Sosyal medya gençliğe özgürlük ortamı sunmaktadır. Sanal dünyada kendini yalnız ve rahat hissedemeyen gençler, ahlaki değerlerin sınırlandırmalarından uzak olabilmektedirler.<sup>26</sup>

Sosyal medya kullanımını elbette akıllı telefonlar etkilemiştir. Akıllı telefon kullanımı ile görülen artışla gündelik hayatta sahip olunan toplumsal ağlar, sosyal medya ile çevrim içi ağlarımıza aktarılmıştır. Bir diğer ifade ile aile, çevrimiçi ilişkilere dönüşmüştür. Bu değişim, mahremiyet, yer ve zaman açısından pek çok sonucu beraberinde getirmiştir. Bu noktada sosyal medyanın, mahrem olanı nasıl kamusalılaştırdığına bakılabilmektedir. Sosyal medyaya yakın çevremizin görmesi için yüklediğimiz fotoğraflarımızın, herhangi bir sosyal ağ tarafından ticari amaçla kullanılabilmesi bu açıdan önemli bir noktadır. Sosyal mecralara üye olurken onaylamak zorunda kalınan son kullanıcı lisans sözleşmesi ile mahremiyetin bir parçası olan kişisel fotoğrafların ve bilgilerin kullanılmasına onay verilmektedir. Bundan dolayı da kişisel mahremiyet üzerindeki kontrol ve gizlilik devredilmektedir. Mahremiyet bu gibi nedenlerden dolayı tehlike altına girmektedir.<sup>27</sup>

Sosyal medya mahremimizi metalaştırıp, kendimiz ile ilgili verilerin rızamız olmadan dolaşımını sağlamaktadır. Mahremiyetini ifşaat etmek isteyen insanlar için sosyal medya, hiçbir aracıya ihtiyaç bırakmamakta, mahremiyetin tecimsel esmesinde önemli bir aşamayı temsil etmektedir.

---

<sup>26</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.97.

<sup>27</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.98.

Sosyal medya pek çok mahremiyet teşhirine şahit olmuştur. Tüm bu açıklamalardan hareketle yapılan mahremiyet ihlal örnekleri açıklanabilir. Çeşitli sağlık sorunları dahil olmak üzere ameliyat anını paylasan kullanıcılardan, evinin tüm odalarını takipçilerine ve çeşitli dekorasyon sayfalarına açan insanlara kadar önemli mahremiyet ihlalleri görülmüştür. Öyle ki, bir kafeye ya da lokantaya gidildiği zaman verilen siparişin fotoğrafının çekildiği görülmektedir. "Komşusu açken tok yatan bizden değildir"<sup>28</sup> anlayışına sahip olan bir toplumdan yediğini, içtiğini sosyal medya üzerinden herkese ilan eden bir topluluğa doğru değişim yaşanmıştır. Tüm bu örnekler ise, sadece mahremiyet ihlalinin değil; aynı zamanda kültürün yozlaştığını ve toplum yapısının bozulduğunu göstermektedir.<sup>29</sup>

#### **F. X Kuşığından Z Kuşığına Değişen Mahremiyet Algısı**

Z kuşığı, diğer iki kuşak gibi sosyal ağları ayrı bir gerçeklik alanı olarak görmemektedir. Bu nedenle Z kuşığı, gerçek hayatta mahremiyetini ne kadar paylaşıyorsa, sosyal ağlarda mahremiyetini o düzeyde paylaşmaktadır.

Z kuşığı, kişisel bilgilerini sosyal ağlar üzerinden paylaşmayı tercih etmemektedir. Böylelikle, kişisel bilgilerini sosyal ağlar da korumayı amaçlayan Z kuşığı, sahte hesaplar oluşturmaktadır. İnternet ve sosyal ağ gerçeği ile sonradan tanışan X ve Y kuşığı yeni bir kamusal alan olarak sosyal ağlar görmektedir. Bu nedenle sosyal ağ hesaplarında kişisel bilgilerine yer vermekte ve sahte hesaplar oluşturma eğilimi göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre: Facebook üzerinden arkadaşları ile sohbet eden; özel alan olarak kabul edilen ev içerisinde çekilen fotoğraflar dahil olmak üzere tüm fotoğraflarını paylaşan; bu fotoğrafların beğenilmesine ve paylaşılmasına izin veren X ve Y kuşakları, sosyal ağları sosyalleşme aracı olarak kabul etmektedir. Bu noktada Z kuşığı, diğer

<sup>28</sup> Hakim, Müstedrek, 4/183, No: 7307

<sup>29</sup> Kütükoğlu, a.g.e., s.102.

iki kuşaktan farklı olarak sosyal ağları bir sosyalleşme aracı olarak içselleştirmemektedir.

Üç kuşak da sosyal ağları bir gözetim ve denetim aracı olarak kullanılmaktadır. Bu noktada özellikle eşlerin birbirlerini takip etmek için sosyal ağları kullandığı kuşakların sırasıyla arkadaşlarını, eşini, eski sevgilisini ve eski eşini takip etmektedir.

Z kuşağı sosyal ağları hayatta var olan kamusal alanlardan birisi olarak algılamaktadır. Bu sayede gerçek hayatta var olan kimliklerini siyasi ve dini düşüncelerini çevresiyle paylaştığı ölçüde sosyal ağlarda paylaşmaktadır.

Araştırmaya göre: X ve Y kuşakları özel alan kabul edilen ev dahil olmak üzere fotoğraflarını sosyal ağlarda paylaşma ve beğenilmesine izin verme eğiliminde oldukları görülmektedir. Özellikle X kuşağı Four-square ile coğrafi konumları belirleme ve etkinlik davetlerine katılıp katılmayacağı gibi bilgilerini sosyal ağlarda paylaşma eğilimi içerisinde.

Sonuç olarak; X, Y ve Z kuşaklarının sosyal ağlarda var olma nedenlerinin farklılık gösterdiği görülmektedir. Böylelikle üç kuşağın sosyal ağları kullanım nedenlerine bağlı olarak sosyal ağları kullanma biçimleri de değişmektedir. Bu faktör kuşaklar arasında değişen mahremiyet algısının temel sebebini oluşturmaktadır.<sup>30</sup>

Sosyal medya da maalesef her geçen gün anlamını yitiren mahremiyet kavramı, üzerinde tedbir alınması ve önlem alınması gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konu üzerine yapılan araştırmaları incelediğimizde, aşağıda kısa ama önemli olan öneriler gözümüze çarpmaktadır.

- Sosyal medya ve mahremiyet kavramları üzerinde kuşaklara özellikle de dijital çağ dediğimiz Z kuşağına yönelik eğitimler verilmelidir.
- Eğitimlerde; mahremiyet kavramını, günümüzde en çok zedeleyen yer olarak kabul edeceğimiz sosyal medyada, mahremiyete azami

---

<sup>30</sup> Emrah Sargın, X, Y, Z Kuşağı X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı, Bilim-Teknik Yazıları, 2019



şekilde dikkat edilmediği takdirde olumsuz sonuçların meydana gelebileceği ile alakalı bilgiler verilmelidir.

- Bu verilecek eğitimler, çocuklara değil aynı zamanda ebeveynlere de verilmelidir.
- Sosyal medya kullanımının ve mahremiyet kavramının bireyin ve toplum geleceği için ne kadar önemli bir konu olduğuna dikkat çekerek TV programları, sempozyumlar, bildiriler hazırlanmalıdır.
- Sosyal medya ve mahremiyet konusunda az olan çalışmalar gün geçtikçe artmalı ve bu konular üzerinde çalıştaylar düzenlenmeli ve toplumun her kesimine katkı sağlayacak bildiriler sunulmalıdır.

## SONUÇ

Teknolojinin her geçen gün ilerlemesi, iletişim teknolojilerinin, araç ve yöntemlerinin de gelişmesine olanak sağlamıştır. Bu ağların yaygın kullanımı, algı dünyamızda ve yaşantımızda bazı değişiklikleri meydana getirmiştir. Özellikle internete erişmenin bu kadar kolay ve hızlı olması, bireylerin gündelik yaşantısında yeni bir dönem başlatmıştır. Günümüzde insanların hayatında internet önemli bir yer almaktadır. Bunun sonucunda da bu kültürü paylaşan bireyler sanal hayatla iç içe yaşamaktadır.

En kısa tanımıyla “gizli olma durumu” anlamına gelen eden “mahremiyet” insanlığın varoluşundan beri insan yaşamında yer almaktadır. Mahremiyet, yüzyıllar içerisinde değişmiş, kültürden kültüre farklılık göstermiştir. Tüm bu değişim ve dönüşümlere rağmen varlığını korumaya devam etmektedir. Ancak sosyal medyanın hayatımızda bu denli yer alması; bu olgunun anlam ve sınırlarında değişikliğe sebebiyet vermiş ve insanların mahremiyete olan bakış açısında değişiklikler meydana getirmiştir. Modernleşme, kapitalizm ve teknolojik ilerlemelerle beraber gizli olan değil ifşa edilen kıymetli hale gelmiştir. Önceden görünmeyen bir şey üstün, değerli ve gizemli varsayılırken, şimdilerde ise bilinmeyen, ortada olmayan şeyler önemsizleşmekte, insanların gördüğü, bildiği şeyler önemli sayılmaktadır. Önceden bireyler gözetlenme endişesi taşırken, şimdi göz önünde olmama kaygısı yaşamaktadır.

Günümüzde sosyal medyanın hayatımızda ve gündelik yaşantımızda vazgeçilmez bir yeri olduğu tartışmasız bir gerçektir. Mahremiyet ise yüzyıllar boyunca değişen tüm koşullara rağmen yaşamımızda yer almaktadır. Her ne kadar mahremiyet algısı her alanda olduğu gibi teknolojinin ilerlemesi ve sosyal medya ile birlikte aşınmaya uğramış olsa da önem verilen, değer gösterilen bir olgu olmaya devam edecektir.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Fetullahoğlu, a.g.e., s.72.

# SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ EKSENİNDE MAHREMİYET KAVRAMI

Muhammed Furkan Kaya\*

## ÖZET

Web 2.0' a geçilmesiyle beraber internet, daha fazla insanın kullanımına açılmıştır. Arkadaşlık sitelerinin çoğalmasıyla beraber sosyal medya dediğimiz bir ortam peyda olmuştur. Sosyal ağ siteleri başlangıçta kendine has özellikleriyle kullanıcılarına hizmet vermekteydi. Platformların belli başlı özellikleri ise farklı kullanıcı grupları ortaya çıkardı. Zamanla bu kullanıcı gruplarından belli başlı kullanıcılar yükseldi.

Başlangıçta platformların merkezde olduğu bu ortamda zamanla "Fenomen" dediğimiz aktörler ön plana çıkmıştır. Toplumsal ilişkilerin bu ortama taşınmasıyla, sosyal ağ siteleri ve fenomenlerin insanlar üzerinde ciddi bir etki gücü meydana gelmiştir. Siyaset, ekonomi, moda, ticaret gibi ortamlarla bu etki gücünü daha da geliştirmişlerdir.

Toplumsal ve ahlaki normların değişmesi ve dönüştürülmesinde de bu etki, son derece önemli olmuştur. Sosyal medya ve internetin toplumsal değişimleri hızlandırıcı etkisiyle beraber, bir takım toplumsal normlar tekrar ele alınmıştır. Mahremiyet kavramının belli amaçlar doğrultusunda anlamlandırılmasıyla; fenomenler, kitleler üzerinde adeta birer kanaat önderi haline gelmiştir. Özellikle mahremiyet kavramın ticari çıkarlar doğrultusunda yapılandırılmaları, farklı ahlaki unsurların da değişimine yol açmıştır.

Söylemlerini kullanıcıların çoğunluğunu oluşturan 16-24 yaş aralığındaki (Z Nesli) gruba yoğunlaştırmışlardır. Bu grubun interneti daha etkin kullanması evrensel ve insani bir dil geliştirmesi, tartışılan ilke ve

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Yüksek Lisans Öğrencisi

esasların daha hızlı bir şekilde değişmesiyle sonuçlanmıştır. İnsanların bugüne kadar getirdiği tüm birikim bu hususlar çerçevesinde yeniden ele alınmıştır. Mahremiyet kavramının özgürlük ile beraber ele alınması farklı problemleri beraberinde getirmiştir. Mahremiyet kavramının bağlamından kopartılıp, salt bir şekilde her türlü otoritenin baskısını reddetme olarak algılanmıştır. Bununla birlikte mahremiyet kavramının içerisine yeni anlamlar dâhil edilmiştir. Düşünce ve ifade özgürlüğü, cinsel yönelim hakkı, inanç özgürlüğü vb. haklar daha çok mahremiyet kavramı altında ele alınmıştır.

Bu çalışmada, sosyal medyada platformdan aktöre doğru yaşanan süreç sonrasında bu aktörlerin birer fenomen haline gelmeleri işlenmiştir. Fenomenlerin; buldukları platformları nasıl konsolide ederek sosyal medyada güç ve nüfus kazandıkları ortaya konmuştur. Bu süreçle birlikte insanlarda oluşan mahremiyet tasavvuru ve bu tasavvurun diğer ilke ve esaslara etkisinden bahsedilmiştir. Mahremiyet kavramının bu süreçteki rolüne değinilmiş olup, süreç sonunda kendisinde nasıl bir değişim meydana geldiği tartışılmıştır.

## GİRİŞ

İletişim araçlarının süratle gelişmesi ve herkesin kullanımına açılmasıyla internetin kullanım amaçlarına yenisi eklenmiştir. Özellikle sosyal iletişim sitelerinin artmasına sebep olan bu durum sosyolojik, psikolojik ve ahlaki açıdan birçok olayı tetiklemektedir. Başlangıçta, kişisel paylaşımların yapıldığı bu siteler zamanla; mahremiyet, inanç, ifade özgürlüğü, cinsel yönelimler, kadına şiddet, ekonomi gibi birçok bireysel ve toplumsal konuların tartışmaya açıldığı platformlara dönüşmüştür.

Evrensel değerlerinde tartışıldığı bu ortamlar aynı zamanda bu değerleri etkileyerek onların dönüşmesini de beraberinde getirmiştir. Tüm dünyanın amfisi haline gelen sosyal iletişim ağları insanlığın bugüne kadar getirdiği tüm birikimi yeniden yapılandırmaya götürmektedir.

İnsanların gerçeklik algısının sosyal medya haline gelmesi birçok değer ve ilkelerin orada kullanılan dille anlaşılması ve yorumlanmasına neden olmaktadır. Mahremiyet gibi gizlilik ve özel hakların kapsa-

mında olan kavramlar sosyal medya diliyle birlikte bir takım ticari amaçların doğrultusunda değişmektedir. Bu değişimden doğal olarak sadece değerler değil; sosyal ağ siteleri de etkilenmektedir. Burada asıl maksadımız mahremiyet ile beraber birçok değer değişimine neden olan sosyal medya etkisinin nasıl bu denli güçlü hale geldiği ve bu değişimlerin en önemli figürü ve modern dünyanın yeni kanat önderleri haline gelen fenomenlerin rolüne değinmektir.<sup>1</sup>

### **1.Sosyal ağ siteleri: Platformlardan Aktörlere**

İnsanların bugün en büyük iletişim kanallarını oluşturan sosyal medya platformları, yakın zamanda farklı bir boyuta evirildi. Bu siteler başlangıçta sadece Web ortamında bulduklarından kendilerine has özelliklerle insanlara hitap etmekteydi. Örneğin Facebook ilk kurulduğunda bir üniversite günlüğü gibi kullanılan, tam anlamıyla insanların kişisel hayatlarını kayıt ettikleri fotoğraf ve video paylaşabildikleri dünyanın her yerinden insanlarla tanışıp arkadaş olarak ekleyebildikleri bir site olarak kullanılmaktaydı<sup>2</sup>. Facebook gibi diğer platformlar da insanların farklı alanlarına yönelik hitaplarıyla cazibe merkezi haline gelmiştir. Twitter daha çok fikirlerin ve düşüncelerin paylaşıldığı, en fazla 140 karakterli mesajların eklenebildiği fotoğraf ya da video paylaşımlarının arka planda olduğu bir siteydi. Sosyal ağ siteleriyle beraber canlı yayın ve video siteleri de kendilerine has, rakip platformlarda olmayan özelliklerle insanlara hizmet sunmaktaydı. Bu durum hem platformların rekabet halinde olmasını hem de insanlara daha rahat, paylaşımlarını problemsiz yapabilecekleri bir ortam sunmuştur.

Sosyal medya dediğimiz bu büyük oluşumun merkezinde platformlar durmaktadır. Platformlar kullanıcı yoğunluğuna göre sektörü dengelemektedir. Fakat özellikle son yıllarda birçok platformun tek çatı altında toplanması (Instagram ve Whatsapp'ın Facebook altında toplanması) ve en önemlisi ise; bu platformların kendi içerisinde birçok aktörün ortaya çıkması bu durumu değiştirmiştir.

<sup>1</sup> (Yücel, 2015)

<sup>2</sup> (Aydın, 2014, s. 134)

Platformu iyi kullanan ve insanların kullanımına açık bir şekilde paylaşım yapan birçok kişi ve sayfa, zamanla bu platformların önüne geçmiştir. Reklam ajanslarının ve ürün sahiplerinin tüketicilere ulaşmak için platformlardan ziyade bu aktörlere ulaşması, ilerleyen dönemde aktörlerin bu platformların önüne geçmesine sebep olmuştur. Aktörlerin bu fırsatı iyi kullanıp markalaşarak “fenomen” haline gelmesi; sosyal medya sitelerini bir pazar haline getirmiş ve sadece bu fenomenlerin paylaşımlarına ulaşmak için kullanılan kanallara dönüştürmüştür.<sup>3</sup>

Platformlar ise bu durumda başlangıçta kimliklerini oluşturan özelliklerinin sınırlarını kaldırarak, neredeyse birbirlerinin kopyası haline gelmiştir. Facebook’un canlı yayın ve video özelliği, Instagram’ın shopping özelliği, Twitter’ın yazma karakterini arttırması ve yine canlı yayın özelliği gibi eklentileri sayesinde platformlar; popülerliklerini korumaya çalışmışsalar da bu bahsedilen önlemler onların iyice flulaşmasına ve önemsizleşmesine yol açmıştır. Bugün geldiğimiz noktada ise platformlar; sosyal medya fenomenlerine daha fazla ihtiyaç duymaktadır ve ayrılmamaları ya da paylaşımlarını devam ettirmeleri için karşılıklı anlaşmalar yapmaktadır. Görüldüğü gibi günümüzde sosyal medyanın merkezine fenomenler gelmiş, başlangıçta belirttiğimiz ilkesel dönüşümlerin tamamı fenomenlerin elinde gerçekleşir hale gelmiştir.

## **2. İnternetin Kanaat Önderleri: Fenomenler**

Sosyal medyanın toplumsal normlarda değişim yapmasının en önemli figürü fenomenlerdir. İsimlerini markalaştırmaları ve buldukları platformlarda oluşturdukları otoriteyle günlük hayata ciddi mana da etki eder hale gelmişlerdir.

Sosyal medya mecrasına giren her kullanıcı başlangıçta “İçerik üreticisi” ismiyle serüvenine başlamaktadır<sup>4</sup>. Bu tabir önemlidir, zira fenomenin kitlesini oluşturması için önemli bir kavramdır. Belli bir alanda üretim yaparak yavaşça ya da suni yollarla takipçi kitlesini oluşturan üretici, belli bir takipçi sayısından sonra markaların ve reklamcılarının

---

<sup>3</sup> (Alıklıç & Özkan, 2018)

<sup>4</sup> (Türkoğlu, 2018)

radarına girmektedir. Sosyal medyada ki tüm hareketlilik bugün itibariyle maddiyat üzerine kurulmuştur.<sup>5</sup>

Geleneksel sanatçılar ve reklamlardan farklı olarak fenomenler; takipçileriyle girdikleri yoğun ilişki ve samimiyetle işlerini oluşturmaktadırlar. Burada en önemli unsur; markalarının devamını sağlayacak olan mahremiyet kavramıdır.<sup>6</sup>

Fenomenin takipçilerine reklam sağlaması yahut onları devamlı olarak kendisine bağlı kılması mahremiyet kavramının yeniden inşasıyla mümkün olmaktadır. Fenomen olabildiğince kişisel hayatından paylaşımlar yaparak takipçilerinin merak duygusunu giderir.<sup>7</sup> Peki, zaten kişisel hayatın paylaşılması düşüncesiyle kurulan bu mecrada, bu durum ne gibi farklılık arz etmektedir?

Öncelikle insanların sosyal medyada kişisel verilerini paylaşması karşılıklı bir ilişki çerçevesinde olmaktadır. İnsanların merak duygusu, o kadar yoğundur ki karşıdaki kişinin hayatına tanık olmak için kendi mahremiyetinden taviz verebilmelerini sağlamaktadır. Fakat burada farklı olan durum kişi kendi hayatıyla ilgili hiçbir paylaşım yapmamasına rağmen bir fenomenin hayatının her anından haberdar olmaktadır.

Fenomen, normalde insanlara garip gelecek şekilde ailesinin, özel hayatının ve gizli bilgilerinin dahi paylaşılmasını sağlayarak mahremiyeti genişletmektedir. Tepki gelmesi durumunda dahi başlangıçta belirlediği çerçeve esaslar dâhilinde özel hayat ve gizlilik kavramı oluşturmaktadır. Bu esaslar önemlidir, çünkü fenomenin ilerde bir kanaan önderi haline gelmesinde başlangıçta belirlediği esaslar etkili olmaktadır. Toplumsal, dini ve siyasi bir takım yönlendirmelerde bulunurken bu esaslar ekseninde söylemler geliştirmektedirler. Son derece geniş tutulmuş herkesi kapsayan fakat bir o kadar esnek olan bu esaslar, toplumsal bir yönelime tabi olarak değişebilecek türden olan esaslardır. Bazen de mahremiyette olduğu gibi fenomen toplumsal yönelimi belirlemektedir.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> (Uyanık, 2013)

<sup>6</sup> (Yücel, 2015)

<sup>7</sup> (Budak, 2018)

<sup>8</sup> (Yaylagül, 2017)

Fenomenin bu denli göz önünde bulunması ticari olarak son derece önemlidir. Reklam şirketleri ve markalar kullanıcı kitlesine doğrudan ulaşmak için samimi bir fenomene ihtiyaç duymaktadır. Fenomen; takipçileri için her zaman en iyisini ister ve asla kendi kullanmadığı bir ürünü onlara sunmaz. Bunu sağlamak için yine özel hayatından fedakârlıklardan bulunmak zorundadır. Bu ve benzeri pazarlama teknikleriyle gelişen fenomen bir süre sonra her türlü konuda fikir sunabilecek ve kitleleri peşinde sürükleyecek bir kanaat önderine dönüşmüş olur.<sup>9</sup>

### 3. Mahrumiyet, Değerler ve Z nesli

Fenomen ve kullanıcılar takipçileriyle alakalı her türlü demografik bilgileri görebilmektedir. TÜİK'in verilerine göre Türkiye'de yaş gruplarının internet kullanım oranlarında ilk sırada 16-24 yaş aralığındaki Z-Nesli olarak adlandırılan grup vardır<sup>10</sup>. Fenomenler de içeriklerinin çoğunu bu yaş gruplarına yönelik hazırlamaktadır. Hayatı, kendisinden ziyade oluşturulmuş bir simularkı olan sanal âlemden öğrenmektedir. Toplumsal değerleri de yine sosyal medyadaki akranlarıyla beraber fenomenler eşliğinde yeniden ele almaktadırlar.

İnternetin verdiği bu özgür ortam ve sınırların olmaması bu neslin söylemlerini önceki dönemlere göre farklılaştırmaktadır. Dünyanın neresinde olursa olsun akranlarıyla saniyeler içerisinde irtibat kurabilmeleri, dünyada yaşanan; savaş, doğa olayları, kadın cinayetleri, cinsel yönelimleri sebebiyle saldırıya uğrayan insanlar, haksızlıklar gibi olumsuz olaylardan anında haberdar olmaları anlam dünyalarını önceki nesillere göre değiştirmiştir. Daha çok evrensel söylemlerle düşünen Z nesli sosyal medya da hem tüketici hem de üretici olmuştur.

Sosyal ağ siteleriyle beraber değişimi daha da hızlanan toplumsal değerler, Z nesliyle farklı anlamlar kazanmaktadır. Örneğin Mahremiyet kavramı daha çok özgürlük kavramıyla beraber ele alınmaktadır. Mahremiyet kavramı ne kadar yeni bir söylem olsa da özü itibarıyla, kadim

<sup>9</sup> (Can & Koz, 2018)

<sup>10</sup> (Durak & Seferoğlu, 2016)



geleneklerden beri devam eden insanlığın temel ilkelerinden birisidir. Ancak mahremiyeti telkin eden unsurların bu kadim geleneklerden olması veyahut belli otoritelerden gelmesi bu kavramında değişmesi gerektiği yönünde bir anlayışa sebep olmaktadır.<sup>11</sup>

Otoritelere karşı çıkmak ve insanı baskılayan tavırlarına karşı verilecek en iyi tepki mahremiyeti ortadan kaldırmak veya yeniden yapılandırmak olmuştur. Mahremiyetin; toplumun sağlığını korumak için kullanılmasından ziyade insanların fikir, düşünce özgürlüğü, yaşayış, cinsel yönelim, dini yönelim gibi konularda olması ve bu alanlarda insanların son derece özgür bırakılması olması gerektiği Z Nesli tarafından dile getirilmiştir.<sup>12</sup>

### **SONUÇ ve DEĞERLENDİRME**

Sosyal medya artık hayatımızın bir gerçeği haline gelmiştir. Siyasi kişiliklerden sanatçılara tüm insanlık bu platformları kullanmakta iyi ya da kötü şekilde yararlanmaktadır. Hayatın her alanında olduğu gibi bu platformlarda değişme uğramakta, zeminlerinde kaymalar meydana gelmektedir. Bu değişimlerin neticesinde hayatımıza farklı kavramlar girmekte ve geleceğimizi şekillendirmektedirler.

Ortaya çıkan bu kavramlar kimi zaman sanal bir ortam kimi zaman kullanıcı olmaktadır. Yeni iş ve kamu alanlarıyla beraber birçok sektörü üreten bu kavramların doğru okunması ve anlamlandırılması gerekmektedir. İnsanlık artık internet ve onun ağı içerisinde gerçeklik hayatını sürdürmektedir. Bugüne kadar gelen birikimimiz yeniden ele alınmakta ve doğru ya da yanlış olarak eleştirilmektedir.

Bugünümüzü ve geleceğimiz inşa edecek olan en önemli nesil, iletişim araçları ve internet ortamında büyümüş olan Z neslidir. Bizlere düşen bu nesli iyi bir şekilde çözümleyebilmek, doğdukları ortamı doğru bir şekilde analiz etmektir. Burada Z nesline düşen görev ise mahremiyet gibi kavramları sadece baskı unsuru olarak görmekten ziyade, insanlığın gelişimini doğru bir şekilde anlayarak yeniden yapılandırmaktır.

---

<sup>11</sup> (Twenge, 2018)

<sup>12</sup> (Uyanık, 2013)

Özgürlük gibi ulvi bir değeri sadece yüzeysel söylemler etrafında şekillendirmek hatalı bir yaklaşımdır. Bir takım olumsuzlukları sadece bireye indirgeyerek insanların özgür bırakılması ve toplumsal yapının hiçe sayılması son derece yanlıştır. Bu tavır; dünyadaki olumsuzlukları ortaya çıkmasına vesile olan önceki nesillerin yaptığı hatadan farklı olmayacaktır.

Yeni neslin en üstün gayesi kendisine kadar zorluklarla gelen bu insanlık söylevini, elindeki imkânları kullanarak herkesin iyiliğini sağlayacak şekilde ilerletmesidir. Bir takım kişisel hazlara dünyevi amaçlara ve düşük zevklere dalınarak ortadaki problemlerin çözülemeyeceği aşikârdır.

### KAYNAKÇA

- Alıklıç, İ., & Özkan, B. (2018). Bir Sosyal Medya Pazarlama Trendi, Hatırlı Pazarlama Ve. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 43-57.
- Budak, H. (2018). Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 146-170.
- Can, S., & Koz, K. A. (2018). Sosyal Medyada Tüketici Onaylı Pazarlama: Instagram. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 444-457.
- Durak, H., & Seferoğlu, S. S. (2016). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Türkoğlu, H. S. (2018). Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet. *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 163-189.
- Twenge, J. M. (2018). *İ-Nesli*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Uyanık, F. (2013). Sosyal Medya: Kurgusalılık ve Mahremiyet. *Yeni Medya Kongresi*. Kocaeli Üniversitesi.
- Yaylagül, Ş. (2017). Sosyal Medya Fenomenlerine Bağlanmışlığın Belirlenmesi: Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 219-235.
- Yücel, Y. (2015). Yeni Kanaat Önderleri Olarak Sosyal Medya Fenomenleri: Twitter Fenomenleri Üzerine Bir Analiz.

# Z KUŞAĞI'NIN KİMLİK KAZANIMINDA SOSYAL MEDYANIN ROLÜ ve MAHREMİYETE ETKİSİ

Merve Bingöl\*

## ÖZET

Sosyal Medya, insan için her türden olumlu ve olumsuz etkilere sahip, internetin en güçlü mecrasından bir tanesidir. Mekân problemi olmadan, hızlı ve hiçbir şartı olmaksızın insanları bir araya getiren Sosyal Medya, yaş sınırının da olmaması sebebi ile farklı bir yapıya sahip olmaktadır. Farklı grupların, farklı yaşayış tarzına sahip insanların etkileşimin oldukça yüksek olduğu Sosyal Medya, birçok insanın etki altında kaldığı, yaşam tarzlarını sorgulamaya başladığı, dinî inançlarını ve diğer fikirlerini sorguladığı bir sitedir. İnsanların birbiri ile olan etkileşimi, şahit olunan yaşam şekilleri, hayatı her yönden çok iyi yaşıyor mesajlarının ziyadesi ile fazla olduğu Sosyal Medya, kişilerin özenti duygularını had safhaya getirirken, belli bir düzeyde değişimlerin meydana geldiği görülmektedir. Her şeyin rahatlıkla yaşanıdığı bu sitede yaşanan değişimler, toplumsal ve dini anlamda olumsuz manzaralar sergilemektedir. Bu olumsuz manzaralar, insan hayatının; gerek dininin gerek toplumsal değerlerinin ihlâl edilmesi ile gerçekleşen görüntüler olmaktadır ki, bunun başında mahremiyet gelmektedir. Burada, birçok insanın aynı şeyi yapması kişilere cesaret verirken, herkesleşme tehlikesi de bu olumsuzluğun diğer boyutudur. İnsanlar, kendi hayatlarını sorgularken, asıl sorgulanması gerekenin, dini ve içtimâî değerlerin çiğnenmesi ve herkesleşme tehlikesinin getirdiği fabrika ürünü insan manzarasının irade ile yaratılmış insan için ciddi bir varoluşsal sorun olduğudur.

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslâm Bilimleri, Tefsir Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

Tek tip hâline gelmeye başlayan insanlar, bu tehlikenin farkında değilken, artık bu tehlikeyi cazip ve makul görmektedirler. Dünya süsünün bu denli cazip geldiği bu dönemde, bu tehlike ile yüz yüze gelen bir kitle var ki, bu kitle geleceğin emanetçisi Z Kuşağı'dır. Aslında Z Kuşağı, sahip olduğu enerji, zekâ, mizah seviyesi ile büyük bir hazine arz eden bir kuşaktır. Bu Kuşak, din, bilim, sanat, felsefe ve diğer şeyler için yetişkinlere umut vaat etmektedir. Ancak, bu Kuşak, Sosyal Medya'da yukarıda bahsedilen sebepler nedeni ile Sosyal Medya'dan etkilenmektedirler. Z Kuşağı'nın şu ân kimlik kazanma evresini geçirirken ve henüz kimlik kazanımı sağlamışken aynı zamanda bu önemli evrede Sosyal Medya ile bu kadar yakından ilgilenmeleri diğer insanlardan farklı olarak daha derin etkilere sebep olmaktadır. Bu tür yaşamların süslü ve inandırıcı bir şekilde gösterildiği Sosyal Medya'da henüz oturmamış bir kişilik ile onlara şahit olması ister istemez kişiliklerinin etik, ahlâk, değerler gibi unsurlar olmaksızın meydana gelmesine sebep olacaktır.

Bu noktalardan hareketle, Sosyal Medya'nın Z Kuşağı kimlik kazanımına olan etkilerinin nedenleri, Z Kuşağı'nın bu etkilere neden maruz kaldığı ve bununla kimlik kazanımının sağlıklı olması için neler yapılacağı ele alınmıştır. Mahremiyet gibi önemli bir konunun neden ihlâl edildiği ve ihlâl olan unsurların altında yatan sebeplerin neler yapılacağı ele alınmıştır. Mahremiyet gibi önemli bir konunun neden ihlâl edildiği ve ihlâl olan unsurların altında yatan sebeplerin neler olduğu çalışmanın kapsamına dâhil edilerek, bu soruların cevapları izah edilmeye çalışılmıştır.

## GİRİŞ

### İnsanın Hayatındaki İnternet Gerçeği

Bir canlı olarak insan, diğer canlılardan ayrı bir yere sahip, Kur'ân'ın deyimi ile en güzel surette yaratılan<sup>1</sup> bir varlıktır. İnsanın, en güzel surette yaratılması onun; bilime, sanata, dine/ahlâka, yardımseverliğe, edebî olana yâni kısaca güzel ve iyi olana yatkın olmasını beraberinde getirir. O; kâinatı anlamaya, felsefeye ve ilâhi olan yatkınlığının

<sup>1</sup> *Kur'ân Yolu Meâli*, çev. Hayrettin Karaman & Mustafa Çağrırcı & İbrahim Kâfi Dönmez & Sadrettin Gümüş (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2017), et-Tîn, 95/4

yanında, diğer canlıları da eğitme, büyütme, onlara doğal evlerini sağlama ve onları koruma gibi birçok yönde bir tür himâye etme özelliğine ayrıca sahiptir.

Tüm bunlarla birlikte insan, kendi doğasının -daha özel bir ifade ile- fitratının gerektirdiği gibi yaşaması gereken bir canlı konumundadır, tıpkı diğerleri gibi. İnsan, maddi-manevi ona verilen özelliklerini yitirdiğinde artık kendi sonunu da hazırlamaya başlamış demektir. Belli bir sistem üzerine yaratılan her varlık ve her canlı sahip olduğu sistemini korumazsa yok olmaya başlar. Buna en güzel örnek küresel ısınmadır. Her varlık ve her yaratılmış eğer sistemi bozulursa sona yaklaşıyor demektir. İnsana tüm özelliklerini bahşeden Allah, onu bir sistem üzere yaratırken bu sistemin muhafaza edilmesini hem Kendine itaat bazında, hem de insanın kendi selâmeti için ondan istemektedir. Bunları dini yükümlülükler diye genel bir tabir olarak adlandırmak mümkündür. Ancak, bunların hepsinin toplandığı merkezi nokta “kulluk bilincidir”. Bu ise, dinin sadece câmide, kabir ziyaretleri, cenazelerde değil, hayatın her ânında kendisini göstermesi gereken bir olgudur. Ticarete, insanî ilişkilerde, piknikte yakılan bir ateşin gün sonunda söndürülmesinde, kamu mallarını kullanmada ve hayata dair ne varsa her alanda bu bilinçle hareket edilmesi kulluk bilinci kapsamına girmektedir. Bu ise tam olarak İslâm’a uygun olan tutumun ta kendisi olmaktadır. Kulluk bilincinin en güzel yanı ise; hakkıyla yerine getirildiği zaman hem Müslümanlar hem de Müslüman olmayan her birey için dünyayı daha yaşanılır hâle getiren insana ve sosyalliğe dönük önemli bir erdem olmasıdır.

Dünyada yaşayan insan için gün geçtikçe mekân algısı değişmekte ve insanlar yaşam yerleri için yalnızca reel hayatla yetinmemektedir. Bugün, artık varlığı inkâr edilemeyen internet sahip olduğu etkisini insanın; hem birey olarak kendi hayatında hem de çevresi olmak üzere her yerde nüfuzunu şiddetle göstermektedir. Özünde İnternet; bilgiye, çeşitli belgesellere, çekimlere, kütüphanelere, yararlı filmlere ve bunlar gibi onlarca unsura ulaşmada oldukça yararlı bir mecra konumundadır. Bu vesile ile insanlar, bilgi, sanat ve benzeri seviyelerini artırabilmektedirler. Bunun yanında sosyal medya siteleri de yukarıda sayılan özellikleri insanlara verebilen bloglara sahiptir. Ancak, İnternet ve siteleri ya-

rarları yanında zararlarının da olduğu inkâr edilemez bir yöne de sahiptir. Bu zararların ise yararları kadar sayısı oldukça fazladır ve bu sayı günden güne artmaktadır. Kişiler arası etkileşimin hem sınırsız, hem mekânsız hem de çok kolay olduğu bir ortamdan bahsediliyor ki, buna Sosyal Medya deniliyor. Burada hem belli bir kuralların olmaması – aslında belli şeyler şikâyet edildiğinde bu sayfalar kapatılabiliyor ama bu video veya fotoğraflar zaten hızla herkese ulaşmış oluyor- ve en önemlisi burada özgürlük kavramının çoğunlukla yanlış anlaşılması, insanı ve insanî değerleri yozlaştırabiliyor ve bireyin dolayısı ile toplumun değerlerine ciddi hasarlar bırakabiliyor.

Bu çalışmada; Sosyal Medya’da Z Kuşağı’nın çizdiği profillerin temelindeki etkenin kimlik olgusuyla yakın ilişkisi sebebi düşünülerek kimlik kazanımının ne olduğu, bu kazanımının insan kişiliği için olan önemi ve bu kazanımın gerçekleşmesi/gerçekleşmemesi durumunun sosyal medyadaki mahremiyetini nasıl şekillendirdiği ve tüm bunlarla sosyal medyada nasıl bir etki ortamına maruz kaldığı sorularına cevaplar aranmıştır. Bu Kuşak’ın belli özentiler, yaratılıştaki nefis sebebi ile değerlerini çığneyip Sosyal Medya’da belki reelde bile olmayacak bir insan gibi davranmalarının altında yatan sebepler ele alınmıştır. Bu noktada konu gereği Z Kuşağı yâni geleceğin emanetçisi olan gençler ele alınacak olsa da, mahremiyet hususunda; yaş, kuşak, cinsiyet fark etmeksizin herkesin mesul olduğu da unutulmaması gerekir. Ayrıca Z Kuşak’ın hepsinin kimlik krizi yaşadığını ve Sosyal Medya’yı bilinçsizce kullandığı gibi bir iddia içinde olunmadığının da altını çizmek gerekir. Bu Kuşak, çok değerli gençlerin olduğu ve Sosyal Medya’yı oldukça bilinçli kullandığına sayısız kere herkes şahit olmuştur ve olacaktır. Bu çalışmadaki amaç, kimlik ve mahremiyet arasındaki güçlü bağın ne olduğunu saptayarak, her biri hazine olan gençlere yararlı bir yazı sunma maksadından başka bir şey taşımamaktadır.

### **1. Kimlik Edinimi**

İnsan, dünyaya geldiği ilk ândan itibaren gelişimi sürekli bir istikâmette devam eden bir canlıdır. Bu gelişim; fizikî ve biyolojik, psikolojik ve sosyolojik olmak üzere birbiri ile etkileşimli olarak meydana ge-

lir. Psikologlar, insanın gelişimini incelerken psişik ve fiziksel olarak onları belirli evrelere ayırmışlardır. Her evre kendini tamamlarken, bir önceki evreden önemli bir oranda etkilenirken, kendinden sonra gelecek olan evre için de etki etme özelliğine sahiptir. Her evre meydana gelirken, insan da kimliğini kazanmaya ya da kimliği ile ilgili sorunlar yaşamaya doğru biraz daha yaklaşır. Burada önemli olan, her evrenin sağlıklı bir şekilde oluşması ve buna bağlı olarak sağlıklı bir kimlik kazanımının meydana gelmesidir. Aksi takdirde birey, kimlik karmaşasına girer ve bu da onu ciddi bir bunalıma sokar.

Kimlik karmaşasına girmeden önce gelişim evreleri üzerinde kısa ve öz bir şekilde durmak gerekir. Eric Erikson'un inşa ettiği psiko-sosyal gelişim kuramına göre insanın tamamlaması gereken sekiz evre vardır ve bu evreleri şöyle sıralamıştır; (1) Temel güvene karşı güvensizlik (0-15), (2) Özerkliğe karşı şüphe ve utanç (1-3)yaş, (3) Girişkenliğe karşı suçluluk (3-5 yaş), (4) Girişkenliğe karşı aşağılık duygusu (5-11 yaş), (5) Kimlik kazanmaya karşı rol karışıklığı (12-19 yaş), (6) Yakınlığa karşı yalnızlık (20-30 yaş), (7) Üretkenliğe karşı durgunluk (30-60 yaş), (8) Benlik bütünlüğüne karşı umutsuzluk (60 yaş ve üstü).<sup>2</sup> Bu çalışmada konu sınırları ve alâkası sebebi ile 5. Evre üzerinde durulacak, kimlik kazanımı karşısında yaşanan rol karışıklığının mahiyetinden bahsedilerek bunun, mahremiyetin şekillenmesi hususunda nasıl bir paya sahip olduğu izah edilecektir.

### 1.1. Kimlik Edinmenin Önemi

Kimlik edinimi her şeyden önce bireyin iç dünyasında en başta kendisi ile verdiği bir mücadeledir. Bu mücadelenin diğer muhatapları da ebeveynleri ve toplumdur. Her insanın az-çok yaşadığı bu mücadelede yaşanan durum, nasıl bir insan olmak istediklerinin sorularına aranan cevaplardır. Burada aranan cevaplar insan için hayatı önem taşıdığı açık bir gerçektir. Bu yanıtlar olmaksızın insanın hayatını şekillendirmesi de oldukça zorlaşacaktır. Hayatı boyunca bir karmaşanın için-

<sup>2</sup> Mustafa Doğan Karacoşkun (ed), *Din Psikolojisi* (Ankara: Grafiker Yayınları, 2012), 102-103

den çıkamayan insanın trajedisinin başladığı noktada işte bu yanıtları bulamadan hayata devam etme hatasına düşmekte yatmaktadır.

## 2. Kimlik Kazanımı Karşısında Yaşanılan Karmaşanın Sosyal Medyaya Yansımaları

İnsanın gelişimi için oldukça hassas olan bu 5. evre, ergenlik çağını da içine alan bir evredir. Bu evrede kişi, çocukluğundan çıkarak yetişkinlik dönemine adım atar. Bu da hâliyle birden fazla sorumluluğu ve sorunları beraberinde getirmektedir ki, bu problem listesinin başını kimlik krizi çekmektedir. Bu kriz genci, ebeveyni ile gönüllü/gönülsüz bir çatışmaya sürükleyebilmektedir. Aslında burada temel sorun, gencin kendisi için örnek alması gereken bir model peşinde olmasıdır.<sup>3</sup> Genç için yaşına ve potansiyeline uygun bir model arayışı doğru bir şekilde meydana gelirse artık sağlıklı bir kimlik inşası da mümkün olacaktır. Bununla birlikte, insanın fitrî yönünün merkezi noktası olan ahlâkın mahremiyet ile olan sıkı ilişkisi herkesçe bilinen bir ilişkidir. Bu ilişki bazınca yetişkinliğe adım atan genç, eğer bir kimlik krizi yaşarsa orada roller de karmaşık bir vaziyet alır. Bu kriz, onun psikolojik yönünü olumsuz etkileyecek ve ahlâkı da bu noktada ciddi hasar görecektir. Nihâyetinde ahlâkı zedelenen bir insanın mahremiyeti bundan nasibini alacaktır.

### 2.1. Kimlik Karmaşasının Sosyal Medyada Mahremiyete Olan Etkileri

Benliğin kaynağı büyük oranda sosyal çevredir ve etraftaki insanların varlığı, yaşayışları, ve değerleri birey için etki nüfuzu hayli fazladır.<sup>4</sup> Kimlik karmaşasının temelinde yatan sebebin “model” olduğu kesin bir yargıdır. Birey için model konusunda ebeveyni ile girdiği çatışma, hâliyle onu başka kulvarlara sürüklemektedir. Burada arayış hâlinde olan birey, yaşının ve tecrübesizliğinin, hayata karşı taze hevesinin toplamında kendisine -fitrî anlamda olmak üzere- uygun olmayan kişi veya grupları örnek alması ân meselesidir. Zira o, bir kriz hâlinindedir ve acilen çözüme

<sup>3</sup> Karacoşkun, *Din Psikolojisi*, 103

<sup>4</sup> Erol Güngör, *Ahlâk Psikolojisi ve Sosyal Ahlâk* ( İstanbul: Ötüken Neşriyat, 1995), 26



ulaşmak istemektedir. Bu noktada dünyanın her yerine -online da olsa- kolayca erişebildikleri insanların sayıca oldukça fazla olduğu Sosyal Medya siteleri bu krizde olan bir insan için şifa işlevi görebilmektedir. Kriz yaşayan kişi, bu sitedeki insanların kimi özelliklerinden etkilenerek onun kendisi için uygun bir model olduğu kanısına varması işten bile değildir. Yazarın deyimi ile “dinler miyim serde gençlik var!” bu noktada tam bir veciz bir özellik taşır. Kişi, başındaki gençlik ile takip ettiği insanların; rahat yaşamlarına, gösterişli hayatlarına heves duyabilir. Bu yaşamların sanki içinde hiç sorun yokmuş gibi lanse edilmesi de kişiye başka bir ışık yakar. Bunların yanında en önemli olan şey şu ki, kriz yaşayan genç, bu krizini atlatmak için mahremiyetini çığnemek isteyebilir, çünkü model olarak aldığı insan bunu bizzat yapmaktadır, bu da karşı tarafta hoş bir durum kanaatini doğurmaktadır. Bu, daha net bir ifade ile “modele özenmek” olarak da adlandırılabilir. Diğer taraftan, bu durumların kimlik krizini aşamamış her insan için geçerli olduğunu belirtmekte büyük fayda var. Konu Z Kuşığı olsa da, insanların birilerine özenme duygusunun her zaman baskın bir duygu olacağı akıldan çıkarılmamalıdır. Ancak Z Kuşığı, hem genç hem heyecanlı ve de tam kimlik edinme evrelerinden geçen ve bu evreyi henüz tamamlayan evrelerdeki yaş aralığına denk gelen bir Kuşak olması sebebi ile konu kapsamı içinde önemli bir yerde olmaktadır. Birçok şeyin sahtesinin yansıtıldığı Sosyal Medya birçok kullanıcısının ayarlarına hasar izi bırakırken, bu noktada en çok payı belki de Z Kuşığı almaktadır.

Sosyal Medya’da mahremiyetin ihlâlinin diğer bir sebebi, ahlâki şuurun herkes için aynı şeyi ifade etmemesinden kaynaklanır. Bir insan için kusurlu olan bir özellik, başka bir insan için âdeta bir meziyet ifade edebilir.<sup>5</sup> Bu da çatışmanın başka bir boyutudur ki, insanların bir kavrama yükledikleri anlamlar onların hayatlarını bambaşka bir şekilde sokabilir. Buradaki ince çizgi ise, insanlar belirledikleri anlamların kaynağını temellendirdikleri kanaatlerinde mi alıyorlar, yoksa arzularına yenik düşmenin verdiği konumdan mı alıyorlar? Bunun cevabı

---

<sup>5</sup> Güngör, *Ahlâk Psikolojisi ve Sosyal Çevre*, 64

kavramlara yüklenen anlamların samimiyetini ve gerçekliğini de ortaya koyacaktır.

Ergenlik, genç bireyin kim olduğuna dair merakının yoğunlaşması sonucunda kendini bir araştırma ve düşünme eylemi içinde olduğu dönemdir. İnsanların büründüğü roller bir incelemeye tâbi tutulur ve bu roller bir kimlik, benlik duygusu ile bağdaştırılmaya çalışılır. Burada bazı insanların bu bağdaştırma noktasında başarısız olması onları bir karmaşaya sürükler ve burada bir bunalım meydana gelir.<sup>6</sup> Ergenlerin psikolojisi üzerinde birçok çalışmalar mevcuttur. Bu araştırmalardan bir tanesinde, suçluluk duygusu deneyimini meydana getiren ruhsal yaşantılar şöyle listelenmiştir: Kişinin bireysel özgürlüğünü engelleyen, ağır bir sorumluluk yüklenme, bireyi kendini ifade etmeye mecbur eden şiddetli bir can sıkıntısı, yaşanan vicdan azabı, gizlenmeye sebep olan kaçma duygusu, yalnızlığın getirdiği ruhsal iflâs. Ergen, bu noktada bunun üstesinden gelmek için kendisini dini yönden motive etmeyi genel olarak seçmemekte, çözümü kendinde veya toplumda görmektedir.<sup>7</sup> Bunu konu ile bağlamak gerekirse, kendi çözüm kaynağını toplumda gören genç, bunun biraz daha ilerisinde soluğu Sosyal Medya’da almaktadır. Dini olarak bir çözümden oldukça kendini uzak görmekte ve Sosyal Medya’da bu çöküşten kurtulmak için mahremiyetini de gözden çıkarabilmektedir. Hatta kendine en büyük kötülüğü yapıp, yaşlıları veyâ yaşça hiç uygun olmayan kişilere kendilerini kullandırabilmektedirler.

Suçluluk duygusunun kişide meydana gelmesine sebep olacak önemli bir unsur vardır ki, cinsellik güdüsünün sebep olduğu birtakım aklâki problemler ile yaşamda bencillik ve özgecilik değerleri arasındaki yaşanan çatışmadır. Başka bir deyim ile suçluluk hissi bireyin, hedef hâline getirdiği “ideal ben”i belirleyen, içinde doğup büyüdüğü ve yetiştiği toplumun değerleri ve ölçüleri ile kendisini çatışma hâlinde zannettiği ve hissettiği ruhsal durumdur.<sup>8</sup> Birey, burada kendini toplum tara-

<sup>6</sup> Charles Zastrow & Karen K. Kirst-Ashman, *İnsanın Davranışı ve Sosyal Çevre*, çev. Abdurrahman Aydın (Ankara: Nika Yayınları, Ekim 2016), 397

<sup>7</sup> Hayâti Hökelekli, *Din Psikolojisi* (Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2005), 104

<sup>8</sup> Hökelekli, *Din Psikolojisi*, 104

findan mahkûm edilmiş bir suçlu gibi gördüğünden toplum ile girdiği çatışmada kendisini sonuna kadar haklı görür ve bu çatışmada galip olan taraf kendisi olmak için tüm enerjisini sarf edebilir. O, her fırsata koşmak isteyen bir çıta gibidir. Burada da yine kimlik edinme aşamasında olan gençlerden bazıları, bu fırsatın en iyi Sosyal Medya olduğunu düşünmektedir. Toplum değerleri ile sürdürdüğü çatışmasını Sosyal Medya platformuna taşıyan genç, burada mahremiyetini ihlâl ederek bu çatışmada galibiyete doğru yaklaştığı yanılgısına kapılabilir. Daha kötüsü burada toplumun baskısı devreye girer ve çatışma daha da yoğunlaşır, bu da çatışmanın kızıştığı anlamına gelir. Daha kötüsü çatışmanın kızışması genç için hevesini ve gayretini artıran bir sebep olur. Aslında burada toplumun bu çatışmayı fark etmesi gerekir ki, bu çatışmanın hem gençler adına hem de toplum adına ziyansız bir şekilde sonuçlanması herkesin yararına olmalıdır. Toplumun deneyim sahibi taraf olduğu gerçeği de unutulmadan gençlere anlayış içinde yaklaşılmaması gerekir. Durumu körüklemek yerine onları anlayıp bu çatışmayı olumlu bir sonuca ulaştırmak hem gençleri kurtarmak demektir, hem de bu toplumun aslî görevidir.

Mahremiyet, ahlâk ile sıkı bir ilişki içindedir. Burada, mahremiyetin çiğnenmesi esasen ahlâka yüklenen anlamlarda yatan sorunların bir neticesidir. İnsanın ahlâklı bir davranış sergilemesi, onun önce bu davranışa bir anlam yüklemesi ile gerçekleşir.<sup>9</sup> Sanıldığığının aksine davranış, biyolojik değil, sosyal etkiler tarafından büyük ölçüde şekillenir<sup>10</sup> ve mesele de kişilerin, Sosyal Medya’da mahremiyete özen göstermemesinde yatan bu sebebin, mahremiyet ile ahlâk arasında bir kopuş yaşamasıdır. Kişi, ahlâka bir anlam yüklese de şayet mahremiyeti ahlâkın nüfuzuna dâhil etmezse, burada mahremiyetin ihlâli işten bile olmayacaktır. Ahlâkın, bir öğrenme meselesi olduğu düşünülürse,<sup>11</sup> bu öğrenmenin gerçekleşmesinin sorumluluğu; ebeveynler başta olmak üzere, toplumun eğitimci, psikolog, ilâhiyatçı gibi kesimine düşmektedir. Bu görev

<sup>9</sup> Güngör, *Ahlâk Psikolojisi*, 25

<sup>10</sup> Ali Köse & Ali Ayten, *Din Psikolojisi* ( İstanbul: Timaş Yayınları, Eylül 2012), 33

<sup>11</sup> Güngör, *Ahlâk Psikolojisi*, 24

icrâ edilirken, çatışma değil; kabullenme ve anlama aşılması gereken ilk basamak olmaktadır.

Bahsedilen etkiler dışında kişinin kimliğini kazanmış olması, onda dine ve ahlâka olan ihtiyacın körelmesine sebep olabilir. Zannedilir ki sadece kimlik karmaşası varsa bu sorunlar meydana gelecektir, hayır. Kimlik karmaşası kadar, kimliğin mevcudiyeti de kişiyi ahlâkın merkezinden sürükleyen ideal bir etken olabilmektedir. Burada kimliği ile yetinme hissi kişiyi bu düşünceye sevk etmektedir. Hatırlanması gereken şu ki, ergen için kimlik; “güçlenen, aynılığın ve sürekliliğin öznel bir duyumdur.”<sup>12</sup> Sonuç olarak sosyal medyada mahremiyetin ve ahlâkın varlığının yok sayılması kimlik karmaşasının sebep olduğu kadar, kimlik kazanımının da etkilediği bir gerçektir.

## SONUÇ

İnsan kazanılması gereken ve kazanıldığı bir evrene bedel olan, kaybedildiğine yine bir kâinatın sonunu belki tek başına getirecek olan bir varlıktır. Toplum, fertlerden oluşurken, sağlığını bu fertlere borçluyken, felcini de yine bireyler sebebi ile geçirir. Eğer toplum, yapı taşına sahip çıkmazsa ya felç geçirir, ya da çürüme yoluyla yok olmaya yüz tutar. Üstelik bu durum, bir tek kendisi ile de sınırlı kalan bir durum değildir. Onun yok olması başka toplumları da yok olmaya itebilir.

Ergenliği doğru anlamak ve bu evrede olan gençlere ergenliği doğru bir şekilde ifade etmek gerekir. Ergenlik, özünde bireyin zihin ve düşünce hayatında belli bir derinlik ve potansiyel kazandığı ciddi bir basamaktır. Genç, burada derinliğini ve sınırlarını yeni yeni fark etmeye başlar. Bu fark ediş bir sonuca ulaşmak istemektedir. Bu sonuca varmak sanıldığı kadar kolay olmamaktadır. Kendini hiç olmadığı kadar farklı bir evrede ve derinlikte bulan gencin, olduğundan daha hassas bir raddede kendini bulması işten bile değildir. Duygularının ciddi bir yoğunluk ile muhatap olmasının en yakın şâhidi olan genç, bu durumu sağlıklı olarak atlatamazsa hassasiyeti onun aleyhine davranır

<sup>12</sup> James F. Adams, *Ergenliği Anlamak*, çev. Ali Dönmez (Ankara: İmge Kitabevi, Nisan 1995),156

ve bu durumdan hasar alarak çıkar. Yukarıda zikredildiği üzere bu hasara sebep olan vakalardan birisi de Sosyal Medya’da mahremiyetin ihlâlidir. Burada derinliğini fark eden genç, bu derinliği farklı şeylerle doldurmaya çalışırken, bu noktada hataya düşebilir. Sosyal çevrenin, dinî duygu, davranış, düşünce konularında etkisi inkâr edilemez<sup>13</sup> ve Sosyal Medya, sosyal çevrenin en önemli etki alanlarından bir tanesi konumundadır. İşte tam burada akılda kalması gereken, Kur’ân’ın da birçok âyette bahsettiği üzere Allah’ın her daim insanın yardımcısı olduğu ve insanın her ânında yaşadığı çıkmaz için bir kurtuluş olduğudur. Kur’ân’ın mahremiyet noktasındaki tutumu zaten oldukça nettir.<sup>14</sup> Ortada bir kimlik bunalımı mevcuttur ve bu bunalımdan çıkmak için çareyi hiç olmayacak mecralarda arayan insanların mahremiyeti ihlâl etmeleri de yine çözüm noktasından uzaklaşmaları sebebinden kaynaklanmaktadır. Yine kimlik kazanımın insana verdiği güven de mahremiyetin ihlâline sebep olan bir unsur olduğu az önce belirtilmişti. İnsanlar için model olan ve yaşamını insanlık ve din-ahlâk adına bir yıldız gibi yaşayan Peygamber’in haya ile imân arasındaki kurduğu ilişki<sup>15</sup> gereğince gençler, dini açıdan bir eksiklik yaşadıklarında bunu en çok ruhsal yönden hissederler ve bu hisle davranışları şekillendirir. Bu ise önceden bahsedilen çatışmaya sürüklenmelerine sebep olan etkenlerden biri olabilir. Bu etken ile onlar, Sosyal Medya’da belki gerçek yaşamda olmadığı kadar kendilerini boşluğa bırakabilir ve bu boşluk hissi mahremiyetin aleyhine işlev görebilir. Burada olması gereken ise; anne-babalara, eğitimciler ve din görevlileri ve din psikolojisi uzmanlarına düşen ciddi bir görev olduğu, başta Z Kuşığı olmak üzere tüm insanlara doğru bir din, Tanrı ve Varlık olgusu vererek onlara sağlıklı bir kimlik kazandırmak birinci görev olarak sayılmalıdır.

<sup>13</sup> Veysel Uysal, *Din Psikolojisi Açısından Dini Tutum Davranış ve Şahsiyet Özellikleri* (İstanbul: Marmara Üniveristesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1996), 26

<sup>14</sup> Bknz. Kur’ân Yolu (Erişim 15 Ekim 202) el-A’râf, 7/26

<sup>15</sup> Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail el-Buhârî, Mehmed Sofuoğlu, *Sahih-i Buhârî ve Tercemesi* (İstanbul: Ötügen Neşriyat, 1989) 13/6086

### KAYNAKÇA

- Adams, James F. *Ergenliği Anlamak*, ev. Dönmez Ali, Ankara: İmge Kitabevi, 1. Baskı, Nisan 1995.
- el-Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail, ev. *Sahih-i Buhârî ve Tercemesi* Mehmed Sofuoğlu, İstanbul: Ötüken Neşriyat, 1. Basım, 1989.
- Güngör, Erol, *Ahlâk Psikolojisi ve Sosyal Ahlâk* ( İstanbul: Ötüken Neşriyat, 1. Basım 1995.
- Hökelekli, Hayâti, *Din Psikolojisi*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 1. Basım, 2005.
- Karacoşkun, Mustafa Doğan, (ed), *Din Psikolojisi*, Ankara: Grafiker Yayınları, 1. Basım, 2012.
- Köse, Ali & Ayten, Ali, *Din Psikolojisi*, İstanbul: Timaş Yayınları, 1. Basım, Eylül 2012.
- Kur'ân Yolu. Erişim 15 Ekim 2021  
<https://kuran.diyamet.gov.tr>
- Kur'ân Yolu Meâli*, ev. Hayrettin Karaman & Mustafa Çağrıcı & İbrahim Kâfi Dönmez & Sadrettin Gümüş, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 6. Basım, 2017.
- Uysal, Veysel, *Din Psikolojisi Açısından Dini Tutum Davranış ve Şahsiyet Özellikleri*, İstanbul: Marmara Üniveritesi İlâhiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1 Basım, 1996.
- Zastrow, Charles & Kirst-Ashman, Karen K. *İnsanın Davranışı ve Sosyal Çevre*, ev. Aydın Abdurrahman, Ankara: Nika Yayınevi, 2. Basım, Ekim 2016.

# Z KUŞAĞININ SOSYAL MEDYA MAHREMİYETİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Melike Karasungur\*

İnsan, fitratı gereği sosyal bir varlıktır. Sanayi, teknoloji bilhassa dijital teknolojinin gelişmesiyle beraber insan için sosyallik durumu sanal bir boyuta taşınmıştır. Öyle ki günümüzde sanal âlem veya sanal dünya denilen alan öyle gelişmiştir ki toplumun kendini sosyal medyadan soyutlaması mümkün değildir. Yaşamın bir parçası haline gelen sosyal medyanın ne şekilde kullanıldığı günümüz problemlerini de beraberinde getiren bir olgudur. Bu bağlamda birçok sorun ortaya çıkmaktadır ki bu problemlerden biri de “mahremiyet” olgusudur.

Mahremiyet dilimize Arapçadan geçmiş olup “gizli tutulan, gösterilmeyen” manalarına gelmektedir. Mahremiyet genel itibariyle kişinin yaşam alanında ve özel hayatında başkalarıyla paylaşmak istemediği tüm duygu ve düşüncelerin toplamını ifade etmektedir. Mahremiyet, toplumdan topluma, zamandan zamana, kültürden kültüre farklılık göstermekle beraber (Türkoğlu, 2018: 169-170) insanın özgür bir birey olmasından kaynaklı olarak sahip olduğu kişisel bir özel alandır.

Demokratik toplumlarda yasal olarak tüm bireylere mahremiyet hakkı tanınmıştır. Kişi kendisine ait bilgileri, sadece kendi isteği dahilinde başkaları ile paylaşabilir. Günümüzde sosyal medya ile birlikte farklı bir hal alan mahremiyet olgusu, toplumda algıların değişmesine de sebep olmuştur. Dinamik yapıdaki mahremiyet aynı toplum içinde farklı manalara sahip olabilir. Çünkü insanla ilişkili olan bu kavram, insanın irade ve özgürlüğü gereği farklı algılara ve manalara dönüşecektir.

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi 3. Sınıf Öğrencisi

Özellikle modern çağda insanın toplumda özgür bir birey olarak yer alması ile beraber mahremiyet belirleyici bir unsur olmaya başlamış; böylece modern dünyada özel alan dediğimiz aile ve ev ortamı ve bir de kamusal alan dediğimiz ev dışı ortamlar arası sınırı belirlenmiştir. Fakat günümüzde sosyal medyanın, zamanı ve mekanı aşkın duruma getirmesi ile bu ayrım sınırı ortadan kalkacak kadar karışık bir hale gelmiştir. Çünkü artık bir insan evinde de olsa kamusal bir durumu sosyal medya vasıtasıyla konuşabilir ve paylaşabilir bir duruma gelebilir. Dijital teknoloji ve bunun sonucunda ortaya çıkan sanal alemler ve platformla ile beraber mahremiyetin mahiyeti ve boyutu da değişmiştir. (Türkoğlu, 2018: 170-171)

Kişinin benlik inşasının sosyal medya üzerinden gerçekleştirilmesinde fotoğraf, içerik ve profil bilgileri paylaşması gibi durumlar yer alır. Bu faaliyetler sonucunda kişinin mahremiyeti konusu ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyada mahremiyeti iki boyutu ile ele almak mümkündür ki bunlar yaşanan fiziki **hayatın mahremiyeti** ve **paylaşımın kimlik mahremiyetidir**.

### 1. Fiziki Hayatın Mahremiyeti

Fiziki hayatın mahremiyeti, kişinin ev, aile, işyeri gibi sosyal alanlarda sahip olduğu mahremiyettir. Zira gerçek hayatta kişi özgür bir birey olarak sadece kendisini ilgilendiren bir mahremiyet alanını oluşturur. Fiziki hayatın mahremiyeti hususunda öncelikle yaşadığımız toplumda “mahrem” denilen olgunun algılanma biçiminin temelini, “namus” kavramı oluşturmaktadır. “Sır saklamak, gizli söz söylemek, gizlilik, kanun” gibi manalara gelen namus kavramı, günümüzde “kişinin mânevî şahsiyetinin, aile şerefine saygınlığı ve dokunulmazlığı, iffet ve hayâ duygusu, doğruluk, dürüstlük” gibi anlamlarda kullanılmaktadır. (Aydın, 2006: 381-382)

Namus kavramı toplumların inanç, kültür ve değerlerine göre farklılık arz eder. Ancak bu kavrama eskiden olduğu gibi günümüzde de daha çok “kadın” üzerinden bir anlam yüklenmiştir. Peki burada söz ko-



nusu olan mahremiyet kadının öz mahremiyeti midir? Yoksa kadın vasıtasıyla dolaylı yoldan erkeğin mahremiyeti midir?

Modern çağda kadının da kamusal alanda daha fazla yer alması ile beraber mahremiyet olgusunun değişmesi tabii bir olaydır. Ancak bu durum mahremiyet algısının yine kadın merkezli yorumlanmasının önüne geçememiştir. Oysaki kadın ve erkek birbirinin örtüsüdür. Bir toplumda mahremiyet bilincini kadın üzerinden oluşturmak, ikili ilişkilerde yıkıcı etkilere neden olacaktır.

Yaşanılan hayatın mahremiyeti konusunda yüce kitabımızda bilhassa aile alanını ve toplumsal hayatı tanzim edecek mesajlar verilmiştir. Bu mesajlarda doğrudan şahsa veya cinsiyete hitap olmaması ve mananın umumu ifade etmesi mahremiyetin ne sadece kadın ne de sadece erkek üzerinden şekillenen bir konu olmadığını göstermektedir. Bu şekilde hükmün genel olması toplumdaki erkeğin kendi mahremiyetini kadın üzerinden yorumlamasına, kadının öz mahremiyetini kendine nispet etmesine adeta uyarı niteliğindedir. Nitekim Nûr sure-sinde Yüce Allah, “Mü’min erkeklere ve mü’min kadınlara” (Nûr, 24: 31-32) diye vurgu yaparak hükmün her iki tarafı da kapsadığını göstermektedir. Her iki taraf da kendilerine emroldukları şekilde hareket ettikleri takdirde mahremiyet asıl yerini ve doğru manasını bulacaktır.

Netice itibariyle gerçek hayatta mahremiyetin mahiyeti ve bu bağlamda ortaya çıkan namus kavramı sadece kadını ilgilendiren bir husus değildir. İffet, edep, haya bağlamında meseleye yaklaştığımızda bu durum erkeği de ilgilendirmektedir ki dinimizde de bu husus bu bağlamda ele alınmıştır.

## 2. Sanal Kimlik Mahremiyeti

Dijital teknoloji ile beraber gerçek ve fiziki hayatın yanında sanal bir alem de birçok insan ve bilhassa genç kuşaklar için vazgeçilmez bir alan olmuştur. Bu sanal alemde faaliyette bulunurken birey için bir sanal kimlik mahremiyeti de ortaya çıkmaktadır. Burada ilk olarak kişinin kendisine ait bir benlik alanı oluştururken kimliğini gizlemesi

veya alenen ifşa etmesi konusu konuşulmaya değerdir. Bu sanal platformlarda kişi ya kendi öz kimliği yani gerçek kimliğini belirterek bir mekân oluşturur; ya da anonim denilen sahte isimler ve hesaplarla kendini ortaya koyar (Uzun, 2016: 2).

Anonim hesapların amacına bağlı olarak değerlendirilmesi gerekir. Çünkü bu anonimlik hissi bizi daha nezaketsiz davranmaya ve mahremiyet alanının dışına itebilir. Kişi eğer özgür bir ortamda fikirlerini özgürce dile getirirken bir saldırıya uğradıysa bunu yapabilir veya yapacağı iyiliklerde riya olmaması açısından kimliğini gizleyerek iyi ve faydalı işlerde bulunabilir. Fakat kişi eğer başkalarının haklarını ihlal etme adına böyle bir girişimde bulunursa, insanları kandırmak ve haklarına tecavüz edecek işlerde bulunmak amacıyla böyle sahte bir kimlik oluşturduysa bu hem vicdani ve ahlaki açıdan doğru değildir, hem de Peygamber efendimizin (sav) “Bizi aldatan bizden değildir.” (Müslim, “İman”, 164) hadisine de binaen dini açıdan câiz görülmemiştir.

### **3. Z Kuşağının Sosyal Medya Mahremiyeti**

Günümüzün önemli problem alanlarından biri haline gelen sosyal medya aracı, toplumun her kesiminin kültürel erozyona uğramasına neden olmuştur. Bunun en temel nedeni sosyal medyanın silahlarından biri olan çeşitli algı ve manipülasyon teknikleridir. Algı ise karşınızdaki insanın duygularını, mantığını, karar alma yetisini bir operasyonla etki altına almaktır. (Seyfullah Şenel, 369). Sosyal medya, topluma her kesimden, statüden veya gruptan insanın özgür bir şekilde davranabileceğini empoze eder. Bu nedenle sosyal medyayı kullanan herkes, az ya da çok hayatına, ailesine, yaşadıklarına ve yapıp-ettiklerine dair bir şeyler paylaşmaktadır. Tam da burada Rabbimizin bizler için koymuş olduğu helâl-haram sınırları devreye girmektedir. Allah insanı iyi fitrat üzere yaratmıştır. Ancak bu fitratı iyi devam ettirmek veya kötüye kullanmak insanın elindedir. Söz konusu olan sosyal medyayı kötü anlamda, “teberrüc” amaçlı kullanmak fitrata aykırıdır. Teberrüc; “kendini teşhir etmek, açılıp saçılmak, mahremiyeti açmak” demektir. Allah, Mekke'nin

cahiliye dönemini teberrüc kavramı ile tanımlar. (Ahzâb, 33) Bu minvalde kişinin böyle davranışlarda bulunması hem fitratı ile hem de Allah ile çatışmasına neden olacaktır.

Toplumsal etkileşimlerde kişiler birbirlerine kendileriyle ilgili bilgiler sunarlar. Dış görüntüleriyle, davranışlarıyla, kullandıkları dille bir imgesel alışverişte bulunurlar. Bu karşılaşma, bir etki-tepki sürecinde gerçekleşir ve bu süreç çok hızlı işler, bir beklentiler çağrışması yaşanır; bireyler arası semboller gider ve gelir. Sembollerle kurulan bu iletişimsel döngüde, bir anlamda, karşılıklı beklentilerin düzenlenmesi, dengelemesi ve bu beklentilere dayalı bir imge zincirinin oluşturulması yaşanır. (Sefer Darıcı, 2012). Bu imge yani “imaj” ise toplumun dijital ortamda mahremiyeti “paylaşım” adıyla ifşa etmesi, mahrem sınırlarını aşma haline getirmiştir. Bugün fotoğraf, video ve her türlü kişisel görsellerin sosyal medyada paylaşılması mahremiyet alanını ihlal etmektedir. Böylece yaşanan hayatın mahremiyeti farklı bir boyut almış olmaktadır. Eşlerin evlerinin mahrem bölümlerini paylaşım adı altında ifşa etmesi, kanunen yasal olmayan ve toplumun ahlakına zarar veren olayların TV programlarında ifşa edilmesi, uygunsuz içeriklerin bir tıkla her platformda görüntülenebilir olması ve her gruptan insanla iletişime geçilebilecek, onlarla sohbet edilebilecek bir platform olması mahremiyetin mahiyetini değiştirmiş ve birtakım ahlaki yozlaşmaları beraberinde getirmiştir. Üzülerek belirtmek gerekir ki günümüzde bir eğlence unsuruymuş gibi gösterilen dedikodu faaliyetleri, asılsız söz ve ithamlar iftira, yalan ve çirkin sözün her türlü- özellikle iletişim araçları ile merak ve ilgi uyandıracak tarzda sunulmaktadır. Bu şekilde adeta yalan ve gıybet sektörü meydana getirilmektedir. Bu durumun ise dini ve ahlaki açıdan fert ile topluma çeşitli zararları vardır. Özellikle sosyal paylaşım sitelerinde yayınlanan bir haber milyonları etkileyebilmekte ve kitleleri tesir altına alabilmektedir. (Seyfullah Şenel, 379)

Yeni neslin bilhassa psikolojik manada hoşnutsuzluk, memnun olmama, tahammülsüzlük gibi ruhsal sancılar yaşamasının en büyük nedeni sosyal medyayı bilinçsiz bir şekilde kullanmasıdır. Japonya’da tüm dünyaya yayılan “Hikikomori” adında bir hastalık ailelerin korkulu rü-

yası olmuştur. İçine çekilme, hapsedilmiş olma anlamına gelen bu hastalık ile “ergen” gençler kendilerini toplumdan, ailelerinden, soyutlayıp odalarına hapsediyor ve odalarında kendi kendine yettiklerine inanıyorlar. Bilgisayarları ve sosyal medya hesaplarıyla yemeklerini söyleyebildiklerini, arkadaşları ile görüşebildiklerini, oyun oynayarak keyifli vakit geçirdiklerini söylüyorlar. Bütün bunları yapma, onları odalarına ve farkında olmadan sanal dünyalarına hapsediyor. Pandemiyle birlikte bu hastalık ülkemiz ve dahil tüm dünyada daha da yaygın hale gelmiştir. (Seyfullah Şenel, 379) Ölçülü ve faydalı kullanıldığı takdirde önemli bir nimet olan sosyal medya faydasız kullanıldığında böyle yıkıcı tahribatlara neden olabilmektedir. Dijital çağda yetişen nesillerin kendilerini sosyal medyadan soyutlayamayacağı gibi sosyal medyayı doğru kullanma, mahremiyet gibi eğitimlerin aile tarafından sağlıklı bir şekilde verilmesi gerekir. Zira mahremiyet eğitimi aileden alınır. Aile yalnızca insanların içinde doğup büyüdüğüleri bir mekân olmayıp aynı zamanda toplumun temeli ve eğitim ocağı olması hasebiyle İslâm ona çok önem vermiş, korunup gelişmesi, vazifesini hakkıyla yerine getirmesi için birçok tavsiyede bulunmuş, kurallar koymuştur. Şayet ailede mahremiyet sorunu mevcutsa yetişen neslin de aynı sorunları yaşayacağı tabiidir.

Dijital çağda bir amaca, kâra ve faydaya yönelik olarak çocuğun araçsallaştırıldığına da şahit olmaktayız. Çocuğunu henüz küçük yaşlarda teşhir etme ve bunun üzerinden fayda elde etme çağımız mahremiyet sorunlarından. Bu bilinçsizlikle yetiştirilen çocuğun gelişimine yansıtacağı dezavantajları ne yazık ki yadsınamaz niteliktedir. Kur'an-ı Kerim'de henüz küçük yaşlarda bu eğitimin nasıl verileceğine dair aile kurumunu bilinçlendirici nitelikte çok önemli misaller vardır. Öyle ki Nûr suresinde büyüklerin mahrem alanı daha ergenliğe gelmemiş çocuğa dahi gizlenerek mahremiyet alanı belirlenmiştir. Yine Ahzâb suresinde evlatlarımızı babalarının soyadıyla anın derken mahremiyetini ihlal edilmemesi için bir vurgu vardır. Bu ve benzeri eğitimleri vermenin etkili yolu örnekliktir. Ebeveynlerin örnekliliği olduğu takdirde çocuk da ahlaken o yönde yetişecektir.

## KAYNAKÇA

- Aydın, Fuat, “Nâmûs”, *TDV İslam Ansiklopedisi*. İstanbul, 2006, XXXII, 381-382.
- Darıcı, Sefer “Subliminal İşgal”, Destek Yayınevi, İstanbul, 2012.
- Şenel, Seyfullah “Bi Bakıp Çıkcım”, Vadi Yayınları, İstanbul, 2021.
- \_\_\_\_\_, “Çevrimiçi Gençlik”, Vadi Yayınları, İstanbul, 2021.
- Türkoğlu, H. S., “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlemesine Yönelik Bir Araştırma”, *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, (2018), 163-189.
- Uzun, H., “Sosyal Medyanın Bilgi Kalitesine Etkisi: Sahte Hesaplar”, *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), (2016), 1-31.



# Z KUŞAĞI MAHREMİYET ANLAYIŞININ SOSYAL MEDYADAKİ YANSIMALARI

Rüveyda Kozani\*

## ÖZET

Sosyal medya platformları her geçen gün hayatımızın ayrılmaz bir parçası olması ve toplumun her kesimine hitap etmesi nedeniyle birçok kullanıcıyı içerisine almaktadır. Farklı siyasi, sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelere tanıklık etmeleri nedeniyle birbirinden ayrılan kuşakları ve dünyanın dört bir yanından insanı bir araya getiren sosyal medya insanlara geniş bir etkileşim imkânı sunarken bireylerin birtakım bilgilerini de kayıt altına almaktadır. Buradan hareketle *mahremiyet* kavramının sosyal medyaya yansması ile *dijital mahremiyet* kavramı ortaya çıkmıştır. Z kuşağının mahremiyet anlayışının tespiti dijital mahremiyet anlayışının sınırlarını ortaya koyması açısından önem arz etmektedir. Çalışmamızda teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan dijital mahremiyet anlayışı çeşitli açılardan incelenerek Z kuşağı kullanıcılarına kaybettiği değerleri hatırlatmak amaçlanmaktadır. Araştırmada, alanyazın taraması yapılarak konu ile alakalı çalışmalar incelenmiş, gerekli alıntılar yapılarak yazıya aktarılmıştır. Çalışmamızda sosyal medya okur-yazarlığı hakkında saha çalışmalarının yapılması, din eğitimi programlarında sosyal medya kullanımı ve dijital mahremiyet konusuna yer verilmesi önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Din Eğitimi, Mahremiyet, Sosyal Medya, Z kuşağı, Dijital Mahremiyet.

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Lisans Öğrencisi,  
110ruveydakozani@gmail.com

## ABSTRACT

Social media platforms include many users, as they are an integral part of our lives and appeal to all segments of society. Social media, which brings together generations separated from each other and people from all over the world due to witnessing different political, social, economic and technological developments, provides people with a wide interaction opportunity and records some information of individuals. From this point of view, the concept of digital privacy has emerged with the reflection of the concept of privacy on social media. The determination of the privacy understanding of the Z generation is important in terms of revealing the limits of the digital privacy understanding. In our study, it is aimed to remind the lost values of Z generation users by examining the understanding of digital privacy that has emerged with technological developments from various perspectives. In the research, studies related to the subject were examined by scanning the literature, and the necessary places were transferred to the article by showing evidence. In the study, it was concluded that the importance of privacy education in the use of social media and that the possibilities of technology can be used without destroying our values. In addition, it is recommended to conduct field studies on social media literacy, to include the use of social media and digital privacy in religious education programs.

**Keywords:** Religious Education, Privacy, Social Media, Generation Z, Digital Privacy.

## 1. GİRİŞ

Bilişim teknolojileri alanındaki hızlı gelişmeler beraberinde bireyin toplumsal hayattaki ve bireysel serüvenindeki bazı değerlerini tekrar gözden geçirme ihtiyacını hissettirmiştir. Ayrıca sosyal medya ile hayatımıza giren yeni kavramların içeriği ve etki alanlarını da belirlemenin gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu tebliğde *mahremiyet* kavramı dini ve hukuki açılardan incelenerek sınırları belirlenmiş; gerçek dünyadan sanal dünyaya taşınan kişisel hayatla mahremiyet olgusunun uğramış olduğu dönüşüm Doğu-Batı eksenli bir yaklaşımla ele alınmıştır. Sosyal medya



ile hayatımıza giren ve *kamuoyu önderleri* diye nitelenen kesimin etki alanları eleştirel bir bakış açısıyla incelenmiştir. Z kuşağının mahremiyet kavramına ve sosyal medya kullanımına yaklaşımları alanyazın taramaları ile ortaya konmuştur.

Çalışmada hızla gelişen sosyal medya ağlarında mahremiyet olgusunun Z kuşağı üzerindeki kaybettiği etkiye ve önemine dikkat çekilmesi hedeflenmiştir. Kaybedilen mahremiyet olgusunun yerini alan teşhirci anlayışın mahremiyet ihlallerine ve güvenlik problemlerine neden olduğu konusuna dikkat çekilerek bunu ortadan kaldırmak için farkındalık oluşturmak amaçlanmıştır. Z kuşağının içine doğduğu internet çağı ile değişen ve gelişen teknoloji bireylerin etkinlik alanını sosyal medya olarak belirlerken bu mecralarda paylaşılan bilgi ve belgelerin gizlilik ve güvenlik açısından değerlendirilmesi gerekmektedir.

Alanyazın taramaları sonucunda ulaşılan bilgileri incelemeye tabii tutarak hazırlanan bu çalışmada dijital mahremiyet konusunda Z kuşağının istifade edebileceği çalışmaların azlığı ve yüzeyselliği dikkat çekmektedir. Z kuşağını bilgilendirici konferans, sempozyum gibi bilimsel çalışmaların artırılması ve bu konuda özellikle saha çalışmalarına yer verilmesi önerilmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Mahremiyet

Mahremiyet kavramı; kültüre, coğrafyaya ve dine bağlı olarak farklı algılara sahip bir kavramdır. Kavramın birden fazla anlamının olması itibariyle, net bir mahremiyet tanımı yapılamamaktadır.<sup>1</sup> Bu kavramla ilgili çok sayıda eserde farklı tanımların yapıldığı görülmektedir. Bu tanımlardan bir kaçını vererek mahremiyet kavramının daha iyi anlaşılmasına çalışılacaktır.

“Sözlükte “helal olmayan, yasaklanan şey” anlamına gelen *mahrem* kelimesi, bir fıkıh terimi olarak “kendileriyle evlenilmesi dinen yasaklanmış bulunan belli derecelerdeki akrabayı” ifade etmek için kullanılır.

<sup>1</sup> Ayşegül Elif Karagülle, “Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi”, (2015).

dığı gibi gizliliği, aile hayatının dokunulmazlığını, kadının korunan alanını ve yabancı bakışların yasaklandığı alanı betimlemek için de kullanılmaktadır.<sup>2</sup>

“Mahremiyet, bireyin, çevre birimleriyle çeşitli ilişkiler içinde olurken, kimin, neyi, ne kadar ve ne boyutta bilmesi gerektiğine, başkalarının sahip olduğu şeyler arasından neleri kullanıp kullanamayacağına, nelere dokunup nelere dokunamayacağına, özetle kendi alanına ne kadar girebileceğine kendisinin karar verdiği; sınırlar açısından kendisinin belirleyici olduğu bir kişisel tercih alanını ifade etmektedir.”<sup>3</sup>

Fıkıh usulündeki makâsıdü’ş-şeriâ yaklaşımına göre ise insanın canı, malı, aklı, nesli ve dini dokunulmazdır; muhâfaza edilmelidir. Burada canı ve nesli korumak konumuz olan mahremiyet kavramıyla doğrudan ilişkilidir. Canı ve nesli koruma ilkeleri insanoğlunu saygın ve dokunulmaz kılmaktadır.<sup>4</sup> Bunların yanı sıra mesken ve beden mahremiyetini de ele alabiliriz.

“Mesken mahremiyeti modern hukuktaki karşılığı ile konut dokunulmazlığı, anayasanın 21’inci maddesinde güvence altına alınmış ve konut dokunulmazlığını ihlâl eden fiiller suç olarak tanımlanmıştır. Konut dokunulmazlığının ihlâli, kişinin kendisine özgü barış ve sükûnunu ve yuvasındaki yaşamının sulh ve selametle cereyanı için var olması gerekli güvenlik duygusunun sarsılmasını ifade etmektedir.”<sup>5</sup>

İslam Hukukunda ise kendimizi tanıtır izin almadan, içeride bulunanlara selam vermeden bir başkasının evine girmek mahremiyet ihlali sayılır. Ev sahibi tarafından izin verilmedikçe geri dönülmesi gerekir ki bu da ev mahremiyetinin ne denli önemli olduğunu göz önüne sermek-

<sup>2</sup> Çekiç-Tevhit, “Mütefekkir » Submission » Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fıkhî Yansımalarına Dair” (Erişim 09 Kasım 2021).

<sup>3</sup> Elif Kocagöz vd. “Mahremiyet ve Dindarlık Perspektifinden Sosyal Medya Platformlarında Görsel Paylaşımının İncelenmesi: KSÜ Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama”, (ts.), 19.

<sup>4</sup> Çekiç-Ayengin, “Mütefekkir » Submission » Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fıkhî Yansımalarına Dair”, (Erişim 09 Kasım 2021).

<sup>5</sup> “TCK Madde 116 Konut Dokunulmazlığının İhlali Suçu”, *Avukat Baran Doğan* (Erişim 13 Kasım 2021).

tedir.<sup>6</sup> Meskenlerin gözetlenmesi (tecessüs) hem anayasa hem din tarafından yasaklanmış ve cezai yaptırımlar uygun görülmüştür.

Beden mahremiyeti, insanlık tarihiyle paralellik gösterir. İlk insan Hz. Âdem ve Hz. Havva'nın yasaklı ağacın meyvesinden tattıklarında ayıp yerlerinin görünmesi üzerine cennet yapraklarından üzerlerini örtme girişimleri de bunun bir kanıtı ve örtünme ihtiyacının fitrî olduğunun göstergesidir.<sup>7</sup> Bedeni teşhir etmemek, modernitenin oyuncağı haline getirmeden en güzel ve en doğru şekilde muhâfaza etmek insanoğlunun bedeni üzerindeki sorumluluğudur.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin, sosyo-kültürel, ekonomik ve siyasal alanlardaki değişimlerin, özünde mahremiyeti dönüştürdüğünü söylememiz mümkündür.<sup>8</sup> Kültürlerin mahremiyete bakış açısını genel hatlarıyla belirtmek gerekirse Batı kültüründe *dokunulmazlık* ilkesi üzerine kurulu olan mahremiyet, Doğu kültüründe *görünmezlik* ilkesi üzerine inşa edilmiştir.<sup>9</sup> “Batı kültürü, sınırlarını bireyin belirlediği mahremiyet anlayışını ortaya koyarken; doğu kültürü, sınırlarını İslam dininin belirlediği ilkelere uyararak ortaya koyan mahremiyet anlayışına sahiptir.”<sup>10</sup>

## 2.2. Sosyal Medya

Toplumlar dört farklı iletişim devrine tanıklık etmiştir. Bunlar, konuşma, yazı, matbaa ve telekomünikasyondur.<sup>11</sup> Her devir beraberinde kendine özgü yaşam tarzları getirmiştir.<sup>12</sup> Günümüz sosyal ağlarının temelini oluşturan Web 2.0 kavramı ilk olarak 2004 yılında, O'Reilly ve MediaLive International tarafından organize edilen Web Konferansı'nda

<sup>6</sup> “Nûr Suresi 27-29. Ayet Tefsiri - Diyanet İşleri Başkanlığı” (Erişim 13 Kasım 2021).

<sup>7</sup> “A'râf Suresi 22-23. Ayet Tefsiri - Diyanet İşleri Başkanlığı” (Erişim 13 Kasım 2021).

<sup>8</sup> “Türkiye’de Üniversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşümü - ProQuest” (Erişim 13 Kasım 2021).

<sup>9</sup> Huriye Martı, “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Bir Değer Simgesi Olarak Beden ve Mahremiyeti Görünümü” (Erişim 09 Kasım 2021).

<sup>10</sup> Martı, “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Bir Değer Simgesi Olarak Beden ve Mahremiyeti Görünümü”.

<sup>11</sup> Yenal Ünal, “Bilgi Toplumunun Tarihçesi”, (ts.), 22.

<sup>12</sup> Ünal, “Bilgi Toplumunun Tarihçesi”.

ortaya çıkmıştır. İkinici nesil web olan Web 2.0 ile kullanıcılar yeni site içeriği geliştirip değiştirebilmektedir.<sup>13</sup>

“Web bizim www şeklinde kullandığımız World Wide Web dünyayı saran ağ ya da kütüphane anlamına gelmektedir. Bu kavramın yer aldığı ilk metinde *hypermedia* kavramı dikkat çeker. Bu kavram internetin birbirine linklerle bağlı olması anlamına geliyor ki bu web 1.0’ın başlanıncını oluşturur. Yani birbirinden bağımsız halde farklı bilgisayarlarda bulunan bilgiler birbirine bağlanmakta, içeriğini ise yalnızca belirli sayıda insan oluşturmaktaydı. İnternet kullanıcıları ise tüketicici konumda bulunuyordu web 1.0 yetersiz bulunduğu için web 2.0 gündeme gelmiş böylece okuyucu konumdaki internet kullanıcıları aktif hale gelerek içerik üretmeye başlamıştır. Sosyal medyalar da işte bu aşamada ortaya çıkmıştır.

Web 1.0 ve 2.0’ın ortak yanları ise her ikisinin de merkezi bir yapıya bağlı olmasıdır. Web 1.0’da merkezi nokta sunucular iken 2.0’da onun yerini platformlar almıştır. Bu aracı platformlar kullanıcılarının verilerini almak, toplamak, depolamak, üzerinde veri madenciliği yapmak ve satmak karşılığında sundukları hizmetleri ücretsiz olarak kullandırmaktadır... Webin mucidi Sr Timothy John Berners-Lee’nin *semantik web* olarak tanımladığı web 3.0 ise merkezi sistemi olmayan bir modeldir. şuanda gündemde olan internetin geleceği hakkında iki önemli akım var: Metaverse ve Web 3.0. Metaverse bu için üst yapısını, kullanıcı deneyimini; Web 3.0 ise alt yapısını ifade ediyor. Web 3.0’ın ilkeleri,

- Açık kaynak kodlu bir sistem olması
- Bilginin semantik olarak tasnif edilmesi
- Kişi mahremiyetine sayđı duyulması
- Güvenli bir alt yapı kurulması
- İletişimin doğrulanabilir yöntemlerle gerçekleşmesi

Bu ilkeler akıllı kontratlar vb. teknik sistemler ile desteklenirse internetteki veri monarşilerine son verilip gerçek bir demokrasiye dönüş-

---

<sup>13</sup> “Web 2.0” (Erişim 13 Kasım 2021).

türebilmek mümkün olabilir. Daha sonra DAO (Decentralized autonomous organization/Merkezi olmayan özerk organizasyon) aşamasına geçilebilir.”<sup>14</sup>

Teknolojinin bireylere sunduğu imkân yelpazesi genişledikçe gerçek hayat sanal ortama aktarılmıştır. Böylelikle mahremiyet kavramını *dijital mahremiyet* kavramı ile tekrar gözden geçirme ihtiyacı hâsıl olmuştur.<sup>15</sup> “Yaygın ve sık kullanılan sosyal medya platformları kendi kültürel kodlarının etkisindedir ve genellikle Batı medeniyeti ürünüdür.”<sup>16</sup> Batı dünyası sanayileşme, Rönesans ve aydınlanma ile beraber modernizmin de etkisi ile mahremiyet algısında köklü bir değişim yaşamıştır.<sup>17</sup> Modern bireyin mahremiyet anlayışı kuralsızlık üzerine kurulmuş ve özel hayatını teşhir etmekten çekinmeyen bir kimliğe bürünmüştür.<sup>18</sup> Batı kültürünün kodlarıyla oluşturulan sosyal ağlar başka kültürden toplumları üretilen içerikler açısından kolayca etkisi altına almıştır.

Batı kültürünün oluşturduğu teşhirci mahremiyet anlayışı mahremiyet ihlalleri meselesini gündeme getirmiştir. Sosyal medyada paylaşılan her türlü kişisel bilgi kamusal gözetime açık hale gelmiştir.<sup>19</sup> “Sosyal paylaşım ağlarının kullanımında, bireyler gözetlendikleri hususunda bilgilendirilmektedir; fakat bu gözetimden rahatsızlık duymamaktadırlar.”<sup>20</sup> 19. yüzyıldan itibaren gözlenmekten rahatsızlık duyma hali cezai işlem gerektirirken bugün tam tersi insanlar göz önünde olmaktan endişe duyar olmuştur.<sup>21</sup> Teknolojik gelişmelerin üzerinde bir nevi dev-

<sup>14</sup> Barış Özcan, “Web 3.0 + Metaverse”.

<sup>15</sup> Fatma Barkuş - Mustafa Koç, “Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme”, (ts.), 11.

<sup>16</sup> Barkuş - Koç, “Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme”.

<sup>17</sup> Hasan Atstz, “Yavuz Unal Yusuf Bahri Gündoğdu”, (ts.), 20.

<sup>18</sup> Atsız, “Yavuz Ünal Yusuf Bahri Gündoğdu”.

<sup>19</sup> Karagülle, “Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi”.

<sup>20</sup> “Inonu University E-Journal of Faculty of Communication » Submission » Dijital İletişim Çağında Teknolojinin Açığa Çıkardıkları: Gözetim ve Mahremiyet” (Erişim 13 Kasım 2021).

<sup>21</sup> “Inonu University E-Journal of Faculty of Communication » Submission » Dijital İletişim Çağında Teknolojinin Açığa Çıkardıkları: Gözetim ve Mahremiyet”.

rim yaptığı mahremiyet anlayışında gizlilik ilkesi yerini görnrlge bırarakmıştır.

### 2.3. Kamuoyu nderleri

Sosyal medya, bireylerin görüş ve düşüncelerini rahatlıkla paylaşabildiği ve hızlı bir şekilde yayılma imkânı bulduğu bir ortamdır ve bu ortamda *kamuoyu önderi* olarak nitelenen *influencer*ların önerilerinin, söylemlerinin ve davranışlarının takip eden kitle üzerinde etkili olduğu söylenebilir.<sup>22</sup> Kendi kabiliyetleri çerçevesinde doğal bir takipçi kitlesine sahip olan *influencer*lar hitap ettiği kitle üzerinde güven oluşturarak bu kitleyi kolaylıkla ikna edebilirler.<sup>23</sup>

“Takipçi sayısına göre *influencer*lar üçe ayrılır; mega, makro ve mikro *influencer*lar. Mega *influencer*lar en az bir sosyal medya hesabında 1 milyondan fazla takipçi; makro *influencer*lar 40.000 ila 1 milyon arası takipçi; mikro *influencer*lar ise 1.000 ila 40.000 takipçisi olan kişilerdir.”<sup>24</sup>

Görüldüğü üzere azımsanmayacak sayılarda takipçi kitlesine dolaşısıyla da geniş bir etki alanına sahiptirler. Günümüzde özellikle pandemi dönemi ile internet ve sosyal medyaya yönelim bir hayli artmıştır. “We Are Social ve *Hootsuite* kuruluşlarının Ocak 2021 tarihinde yayınladığı rapora göre dünyada 4.66 milyar internet kullanıcısı ve 4.2 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.”<sup>25</sup>

“Ayrıca yayınlanan rapora göre Türkiye’de nüfusun %77.7’si internet erişimine sahipken %70.8’i aktif bir sosyal medya kullanıcısıdır. Son bir yılda ülkemizde sosyal medya kullanmaya başlayan kişi sayısı 6 milyon artmıştır.”<sup>26</sup>

<sup>22</sup> “Journal of Erciyes Communication » Submission » Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Dijital Paydaşları; Sosyal Medya Fenomenleri” (Erişim 14 Kasım 2021).

<sup>23</sup> “Influencer Marketing | Türkiye’nin Influencer Ajansı” (Erişim 14 Kasım 2021).

<sup>24</sup> “Influencer Ne Demek? Türkiye’nin En Etkili 10 Influencer’ı”, *Webtekno* (Erişim 14 Kasım 2021).

<sup>25</sup> “Commencis 2021 Sosyal Medya Raporu’ndan öne çıkan başlıklar”, *Webrazzi* (19 Nisan 2021).

<sup>26</sup> Hasan Ersoy, “Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – 2021”, *Hasan Ersoy* (blog), 26 Nisan 2021.

Pandemi ile hayatımızda daha çok yer edinen sosyal ağlar bireyler üzerinde çeşitli kanallar yoluyla tahribata yol açmaktadır. Bunların başında şiddet ve cinsellik içeren dizi, film, reklam ve oyun sektörü gelmektedir. Öyle ki birileri *samuray kılıcı* ile hiç tanımadığı biri tarafından yolun ortasında öldürülebilir ya da hızla gelişen *dijital oyun sektörü* ekran bağımlısı yaptığı kişileri ürettiği içerikler ile intihara sürükleyebilir hale gelmiştir. Bir başka husus ise *kamuoyu önderleri* olarak da bilinen ve *tesettür sektöründe* kendini gösteren *influencerlar* (etkileyen) art arda tesettüründen vazgeçmekte ve paylaştıkları postlar ile henüz tesettür olgusu yerleşmemiş genç kızlarımızı etkileyecek söylemlere yer vermektedir. Büyük bir kitleyi peşinden sürükleyen *influencerlar* son zamanlarda buldukları konumun da sağlamış olduğu avantaj ile sayıca ciddi boyutlara ulaşan tesettüründen vazgeçen kızlarımızın öncüsü olmaktadır.

### 3. Z Kuşığı ve Dijital Mahremiyet

İnternet kuşığı ya da dijital kuşak olarak nitelenen Z kuşığı 2000 yılından sonra doğan kişileri temsil etmektedir.<sup>27</sup> Çaycı ve Karagülle, Z kuşığını 1995 ve sonrasında doğanlar, Berkup ise Z kuşığını 2004'ten sonra doğanlar olarak tanımlamıştır.<sup>28</sup> Dijital kuşak olan Z kuşığı sosyal medya etkinliği ile yetinmeyip ofis programları, web programları, oyun, fotoğraf ve video düzenleme gibi gelişmiş programlar kullanarak daha üretken olabilmektedir.<sup>29</sup> Genel anlamda pragmatist özelliklere sahip olan Z kuşığı aynı zamanda girişimci, realist ve sosyal kişilik özellikleri de göstermektedir.<sup>30</sup>

<sup>27</sup> Elif Kütükoğlu, *Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerinde Bir Araştırma* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019), 156.

<sup>28</sup> Barkuş - Koç, "Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme".

<sup>29</sup> Ahmet Ferda Seymen, "Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülleri ile İlişkilendirilmesi" 10/4 (2017), 23.

<sup>30</sup> Seymen, "Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülleri ile İlişkilendirilmesi".

Sosyal medya kullanımında kişisel bilgilerin güvenilirliği ve gizliliği konusuna her kuşak farklı yaklaşımlar sergilemektedir.

“Kütükoğlu'nun X, Y ve Z kuşakları üzerinden yapmış olduğu araştırmaya göre Z kuşağı katılımcılarının ‘denizde ya da havuzda çekilmiş fotoğrafların’ ve ‘evde çekilmiş fotoğraf veya videoların’ paylaşımı diğer kuşaklara göre daha fazladır. Ayrıca Y ve Z kuşağı katılımcılarının ‘yiyecek-içecek fotoğrafları’, ‘gittiği eğlence mekânları ile ilgili’ paylaşımları X kuşağına oranla daha fazla olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Bunların yanı sıra ‘kişisel bilgileri’, ‘önemli anlarına ait fotoğrafları’, ‘eşi, sevgilisi, akrabası vs. hakkında duygusal içerikli yazılar, fotoğraf ve videoları’, ‘eşi, sevgilisi, arkadaşı, dostu ya da akrabası tarafından alınan/verilen hediyelerin fotoğraflarını’ diğer kuşaklara göre daha az paylaştıkları yapılan araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır.”<sup>31</sup>

Etkileşimin ve beğenme duygusunun ön planda olduğu sosyal medyada deniz ya da havuzda çekilen fotoğrafların paylaşımı *beden mahremiyetini*, evde çekilmiş fotoğraflar ise *mesken mahremiyetini* zedelemektedir. “Yine Kütükoğlu'nun yaptığı araştırmada sosyal medyada en az kaygı duyarak paylaşım yapan kuşak Z kuşağı olmuştur (Kütükoğlu, 2019).” İnternet kuşağı olması nedeniyle Z kuşağı sosyal medyada fotoğraf, video ve yazı paylaşımı yapmayı normal karşılamaktadır, bundan ötürü bir kaygı durumu yaşamamaktadır.

#### 4. Z Kuşağının Mahremiyet Anlayışında Din Eğitiminin Önemi

Din, sözlükte hüküm ve ceza; tutulan yol, örf, âdet anlamlarına gelmektedir. *Kutsalla kurulan ilişki* anlamına gelen din, “insanın varoluş gayesine ve fitrî özelliklerine uygun davranışlar sergileyebilmesi için Mutlak Varlık tarafından gösterilen yol, bir başka ifadeyle kutsal varlıkla olan ilişkinin çerçevesini oluşturan inançları, öğretileri, değer yargılarını, davranış kurallarını ve ibadet biçimlerini öğreten kurallar biçimi olarak tanımlanmaktadır.”<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Kütükoğlu, *Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z kuşakları Üzerinde Bir Araştırma*, 176-177.

<sup>32</sup> Hüseyin Yılmaz, *Din Eğitimi ve Sosyal Barış* (İstanbul: Dem Yayınları, 2019), 73.



Dinî terminolojide din, her konuda insanları, akıllarını irade ve isteklerini kullanarak, hayır olan şeylere götüren, böylece dünya ve ahiret saadetine ulaşmalarını sağlayan, peygamberler aralığıyla Allah'ın gönderdiği ilahi esasların bütünüdür.<sup>33</sup>

Eğitim, bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme sürecidir. Eğitim bireyin doğumuyla başlayıp aile, okul ve çevre etkileşimiyle yaşam boyu devam eden bir süreçtir... İçsel-dışsal yaşantılar ile bireyde gerçekleşen değişim kalıcı ve istendik olmak zorundadır.<sup>34</sup>

Fıtrattaki inanma duygusunun bir gereği olan din ile bireylerin gelişimine katkıda bulunan eğitim, hem bireysel hem de sosyal hayatı düzenleyen iki önemli faktördür.<sup>35</sup>

“Din eğitimi, ‘bireyin dini davranışlarında kendi yaşantıları yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişme meydana getirme süreci’ olarak tanımlanmaktadır. Buradan hareketle genel eğitim ve din eğitiminin hedeflerinin bireyin gelişmesini, düşünmesini, kendi başına kararlar almasını, inancını akıl süzgecinden geçirmesini sağlamak olduğu söylenebilir.”<sup>36</sup>

“Din eğitimi, bireyi iç dünyasında tutarlı, sorumluluklarının bilincinde ve başarılı olarak topluma kazandırmalıdır.”<sup>37</sup>

Bireysel ve toplumsal hayatı emniyet içinde yaşamanın ön şartı olan mahremiyet, din eğitimi ile kazandırılır. Özellikle ergenlik çağındaki gençlerin sosyal ağlarda görünür olma isteklerini, buna bağlı olarak kendini ifşa etme potansiyelini engellemek iyi bir din eğitimi ile mümkündür. Sanal âlemin ihtişamlı hâli her yaş grubundan insanı etkilemekle beraber teknolojiyle daha çok iç içe olan ve teknolojiye daha çok güvenen Z kuşağının mahremiyet anlayışını dönüştürerek hatta yok ederek içine almaktadır. Bu nedenle din eğitimi, kaybolmaya yüz tutmuş mahremiyet anlayışını tekrar kazandırmak için hayati öneme sahiptir.

<sup>33</sup> Mustafa Doğan Karacoşkun, *Din Psikolojisi* (Ankara: Grafiker Yayınları, 2019), 62.

<sup>34</sup> Matematik Öğrt Özge Gün, “Eğitim ve Öğretim Nedir? Aralarındaki Farklar Nelerdir? | Bilgikilavuzu.com”, *Bilgikilavuzu* (blog), 02 Temmuz 2020.

<sup>35</sup> Yılmaz, *Din Eğitimi ve Sosyal Barış*, 74.

<sup>36</sup> Recai Doğan (ed.), Remziye Ege (ed.), *Din Eğitimi* (Ankara: Grafiker Yayınları, 2019), 52-53.

<sup>37</sup> Yılmaz, *Din Eğitimi ve Sosyal Barış*, 75.

## SONUÇ

Teknolojik gelişmeler sosyo-kültürel hayatımızda kimi zaman köklü değişiklikler yapmış kimi zamansa mevcut düzen üzerinde oynamalar yaparak sahip olduğumuz değerleri tahribata uğratmıştır. Bunların başında *mahremiyet* kavramı gelmektedir. Burada dikkat çekilmesi gereken husus *mahremiyet* kavramının kaynağıdır. Batı kültürünün etkisiyle dönüşüme uğrayan mahremiyet sınırlarını daha çok kişilerin kendisi belirlerken İşlam dininde kul, Allah'a karşı sorumludur ve mahremiyet kavramı bu sorumluluklar ile belirlenmiştir.<sup>38</sup>

Web 2.0 ile üretici konuma gelen bireyler sosyal medyada özgürce paylaşım yapıp, teknolojinin sağladığı geniş imknlerden faydalanmaktadır. zgrce paylaşılan her kişisel bilgi mahremiyet ihlallerine kapı aralamaktadır. Etkileşim yoluyla iletişimin sağlandığı sosyal medya *kamuoyu önderleri* ile *dijital pazar* haline gelmiştir. Geniş takipçi kitlesine sahip kamuoyu önderleri, Z kuşağının sosyal medya kullanımında ve mahremiyet algılarının şekillenmesinde oldukça etkilidir.

Mahremiyet bedenle başlayarak düşüncede şekillenen, kültür ve toplum tarafından harmanlanan bir olgudur.<sup>39</sup> Din eğitimi ile düşünce ve davranışlarda kasıtlı ve istendik davranışlar geliştirme bireyin sınırlarını tanınması ve koruması açısından önemlidir. Dijital ortamlar gerçekten uzak yapıları ile bireyleri ekrana bağımlı hale getirip çevresine ve kendisine yabancılaşmasına neden olmaktadır.<sup>40</sup> Din eğitimi ve sosyal medya okur-yazarlığı konusunda yapılacak saha çalışmaları sayesinde çevresine ve kendisine yabancılaşan Z kuşağında bir farkındalık oluşacak ve bilinçli bir dijital nesil oluşturulacaktır.

<sup>38</sup> eki-Ayengin, "Mütefekkir » Submission » Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fikh Yansımalarına Dair", (Erişim 09 Kasım 2021).

<sup>39</sup> "Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences » Submission » Düşünümsel Modernitede Mahremiyeti Yeniden Tanımlamak: Kuşaklararası Bir Araştırma" (Erişim 09 Kasım 2021).

<sup>40</sup> "Turkish Online Journal of Design Art and Communication » Submission » Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma" (Erişim 08 Kasım 2021).

## KAYNAKÇA

- Atsız, Hasan. “Yavuz Ünal Yusuf Bahri Gündoğdu”, 20.
- Barış Özcan. “Web 3.0 + Metaverse”. Yayın Tarihi 2021.  
<https://www.youtube.com/watch?v=YuIQQ6Ce08Y>
- Barkuş, Fatma - Koç, Mustafa. “Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme”, 11.
- Ersoy, Hasan. “Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri – 2021”.
- Hasan Ersoy (blog), 26 Nisan 2021. <https://ersoyhasan.com/2021/04/26/turkiyede-internet-ve-sosyal-medya-kullanim-istatistikleri-2021/>
- Gün, Matematik Öğrt Özge. “Eğitim ve Öğretim Nedir? Aralarındaki Farklar Nelerdir? | Bilgiklavuzu.com”. Bilgiklavuzu (blog), 02 Temmuz 2020.  
<https://www.bilgiklavuzu.com/egitim-ogretim-nedir-aralarindaki-farklar-nelerdir/>
- Karagülle, Ayşegül Elif. “Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi”.  
<http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/handle/11467/2163>
- Karagülle, Ayşegül Elif - Çaycı, Berk. “X Kuşuğundan Z Kuşuğuna Değişen Mahremiyet Algısı”. <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/handle/11467/2644>
- Kocagöz, Elif vd. “Mahremiyet ve Dindarlık Perspektifinden Sosyal Medya Platformlarında Görsel Paylaşımının İncelenmesi: KSÜ Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama”, 19.
- Seymen, Ahmet Ferda. “Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülleri ile İlişkilendirilmesi” 10/4 (2017), 23.
- Ünal, Yenal. “Bilgi Toplumunun Tarihçesi”, 22.
- “A’râf Suresi 22-23. Ayet Tefsiri - Diyanet İşleri Başkanlığı”. Erişim 13 Kasım 2021.  
<https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/A'r%C3%A2f-suresi/976/22-23-ayet-tefsiri>
- Webrazzi. “Commencis 2021 Sosyal Medya Raporu’ndan öne çıkan başlıklar”. 19 Nisan 2021. Erişim 14 Kasım 2021.  
<https://webrazzi.com/2021/04/19/commencis-2021-sosyal-medya-raporundan-one-cikan-basliklar/>
- “Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences » Submission » Düşünümsel Modernitede Mahremiyeti Yeniden Tanımlamak: Kuşaklararası Bir Araştırma”. Erişim 09 Kasım 2021.  
<https://dergipark.org.tr/en/pub/connectist/issue/38035/439114>
- “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Bir Değer Simgesi Olarak Beden ve Mahremiyeti görünümü”. Erişim 09 Kasım 2021.  
<https://www.marife.org/marife/article/view/483/483>

“Influencer Marketing | Türkiye’nin Influencer Ajansı”. Erişim 14 Kasım 2021.  
<https://www.influencerman.com/influencer-marketing>

Webtekno. “Influencer Ne Demek? Türkiye’nin En Etkili 10 Influencer’ı”. Erişim 14 Kasım 2021. <https://www.webtekno.com/influencer-ne-demek-h91000.html>

“Inonu University E-Journal of Faculty of Communication » Submission » Dijital İletişim ağında Teknolojinin Açığa ıkardıkları: Gözetim ve Mahremiyet”. Erişim 13 Kasım 2021

<https://dergipark.org.tr/en/pub/inifedergi/issue/45222/566363>

“Journal of Erciyes Communication » Submission » Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Dijital Paydaşları; Sosyal Medya Fenomenleri”. Erişim 14 Kasım 2021.

<https://dergipark.org.tr/en/pub/erciyesiletisim/issue/38659/421085>

Çekiç, Sevdegül-Ayengin, Tevhit “Mütefekkir » Submission » Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fıkhî Yansımalarına Dair”. Erişim 09 Kasım 2021

<https://dergipark.org.tr/en/pub/mutefekkir/issue/62819/939267>

“Nr Suresi 27-29. Ayet Tefsiri - Diyanet İşleri Başkanlığı”. Erişim 13 Kasım 2021

<https://kuran.diyamet.gov.tr/tefsir/N%C3%BBr-suresi/2818/27-29-ayet-tefsiri>

Avukat Baran Doğan. “TCK Madde 116 Konut Dokunulmazlığının İhlali Suçu”. Erişim 13 Kasım 2021.

<https://barandogan.av.tr/blog/mevzuat/tck-madde-116-konut-dokunulmazliginin-ihlali-sucu.html>

“Turkish Online Journal of Design Art and Communication » Submission » Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma”. Erişim 08 Kasım 2021.  
<https://dergipark.org.tr/en/pub/tojdac/issue/13016/156815?publisher=deniz-yengin>

“Türkiye’de niversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşümü - ProQuest”. Erişim 13 Kasım 2021.

<https://www.proquest.com/openview/e779934e12b882fa0d0f0306ae89cbbf/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>

“Web 2.0”. Erişim 13 Kasım 2021. <https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/08/web-2.0>

Kütükoğlu, Elif. Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları zerinde Bir Araştırma. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2019.

<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=Pb7Ua7zLyx9I4rO8nyUAcQ&no=OvYIRObwYKJR2eO-903KOA>

Barış zcan, “WEB 3.0 + METAVERSE”. Erişim 19 Kasım 2021.

<https://youtu.be/YuIQQ6Ce08Y>

# SOSYAL MEDYA İCAT OLDU MAHREMİYET ORTADAN KALKTI (Z KUŞAĞI VE MAHREMİYET ANLAYIŞI)

Selma Kılıç\*

## ÖZET

Sosyal medyanın, kişilerin problemlerine anında çözümler üretmesi, haberleşme ve iletişimde sunduğu sınırsız imkanlar kullanıcılarından pek çoğunu kendine bağımlı hale getirmektedir. Teknolojinin hızlı ilerlemesi toplumsal alanda kişilerin sosyal, kültürel ve ahlaki değerlerinde olumsuz yönde bir takım değişikliklere yol açmaktadır.

Son yıllarda adlarını sık sık duyduğumuz Z kuşağı olarak nitelendirilen dijital çağın çocukları bu değişimlerden en çok etkilenen kuşağı oluşturmaktadırlar. Toplumda, arkadaşlıktan ziyade bireyselliğin ön plana çıktığı ve kişinin daha da yalnızlaştığı bir dönemde gelişen Z kuşağı kendisine öncelikler geliştirmiştir.

Teknolojinin içine doğan Z kuşağı, ergenlik dönemlerinde sosyal medya ile tanışmışlardır. Günlük hayatlarına dijital ve sanal kavramların egemen olması, kişisel gelişimlerinde etkili olmuştur. Sosyal medya ile iç içe büyüyen Z kuşağının zihinsel ve sosyal becerileri, beklentileri ve algıları da bunlar üzerinden şekillenmiş durumdadır.

İnsanlar kendileri için özel olan ve gizli kalması gerektiğini düşündükleri şeyler konusunda çok hassastırlar. Elbette toplumlara göre kişilerin gizli kalmalarını istedikleri şeyler farklılar arz edebilir, ancak yine de her toplum için kişiye özel hususların varlığı ve bunların gizliliğinin sürdürülmesi söz konusudur.

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

Bireylerin veya toplumların kendileri için gizli kalmasının önemli olduklarını düşündükleri konular, dijital dilde “kişisel gizlilik” olarak tanımlanmaktadır. İslam kültüründe ise kişilerin özeline, gizli kalması gereken hususlarına mahremiyet denilmektedir. İslam dini, mahremiyete saygı üzerinde önemle durmaktadır. Mahremiyetin sınırları dini kurallarla belirlendiği için bu sınırlara herkesin uyması istenmektedir. İslam dini, mahremiyetin korunmasını teşvik ederken ihlal edilmesini de büyük suç saymaktadır. Dolayısıyla bu dine inanan insanlar mahremiyeti korumaya özen gösterirler.

İnsanların içinde yaşadıkları evleri mahrem alanlarıdır. Şahısların diğer insanlarla yaptıkları gizli konuşmalarının başkaları tarafından bilinmesini istememeleri de mahremiyet alanına girmektedir. Bireylerin özel eşyaları, hatıra defterleri, özel günlere ait fotoğrafları da kişiye ait mahremleridir.

Medya araçlarının ve içeriklerinin artan çeşitliliği Z kuşağının sosyal medya kullanımında mahremiyet kavramına yaklaşım biçimlerinin şekillenmesinde etkili olmaktadır.

Yapılan araştırmalar z kuşağının gerçek yaşamda mahremiyete ne kadar önem veriyorsa, sosyal medyada da o kadar önemseydiğini göstermektedir.

Z kuşağı gerçek hayat ve sanal dünya arasında bir ayrım yapmamaktadır. Bu kuşaktakiler, dijital ortamları gerçek yaşamda var olan kamusal bir alan gibi görmektedirler. Sosyal medyada kişisel kimliklerini paylaşmakta her hangi bir sakınca görmeyen bu kişilerden bazıları, kişisel bilgilerini sosyal medya ortamlarında paylaşımlarından kaynaklanabilecek güvenlik risklerine karşı ise sahte hesaplar oluşturmaktadır. Sahte hesaplar bir yandan kişinin kendi mahremiyetini koruma noktasında kullanılırken diğer taraftan ise başkalarının kişisel bilgilerini, gizli durumlarını tespit etmeye, onları takip etmeye ve böylece bunlara ulaşma noktasında da kullanılmaktadır.

Makalede sosyal medya organlarında mahremiyetin yani kişiye özgü kalması gereken bilgilerin korunması veya paylaşılması hususunda kendilerine özgü özellikleri olan ve sosyal medyayı sadece boş vakitleri-

ni geçirmek için kullanmayan, pek çok amaç için bu platformlarda bulunan z kuşığı için ne anlama geldiği konusu üzerinde durulmuştur.

**Anahtar Kelime:** Sosyal Medya, Mahremiyet, Z Kuşığı.

### **ABSTRACT**

The fact that social media produces instant solutions to people's problems, and the unlimited possibilities it offers in communication and communication make many of its users self-dependent. The rapid progress of technology leads to some negative changes in the social, cultural and moral values of people in the social field.

The children of the digital age, who are described as the Z generation, whose names we have heard frequently in recent years, are the generation most affected by these changes. Generation Z, which developed at a time when individuality came to the fore rather than friendship and the person became even more lonely, has developed priorities for itself.

Generation Z, born into technology, met with social media in their adolescence period. The dominance of digital and virtual concepts in their daily lives has been effective in their personal development. The mental and social skills, expectations and perceptions of the Z generation, who grew up intertwined with social media, have also been shaped by these.

People are very sensitive about what is private to them and what they think should be kept private. Of course, the things that people want to keep confidential may differ according to the societies, but still, there are private matters for each society and their confidentiality is maintained.

Issues that individuals or societies consider important to be kept confidential are defined as "personal privacy" in digital language. In Islamic culture, the privacy of individuals and the matters that should be kept confidential are called privacy. The religion of Islam places great emphasis on respect for privacy. Since the limits of privacy are determined by religious rules, everyone is required to abide by these limits. While the religion of Islam encourages the protection of privacy, it also

considers its violation as a major crime. Therefore, people who believe in this religion take care to protect their privacy.

People give importance to the issue of protecting and hiding their own privacy, with their upbringing and cultural understanding from history. People who are sensitive about protecting or hiding their private privates do not see any harm in sharing this information with anyone they wish, whenever they want and as much as they see fit. On the other hand, they see the sharing of matters that should remain confidential for them, namely their privacy, as a violation of their rights.

It can be stated that social media is misused by some segments to protect the privacy of individuals. At this point, in our study, instead of focusing on how social media is used by which segments in violation of privacy, we will try to deal with the attitude of generation z in this regard.

The Child Exploitation and Online Protection Command of the UK's National Crime Agency released a short film called Beck's Story in 2009. In the movie, the behavior of a female student named Becky on social media is described with a social experiment. In the film, the student was asked to do things he would never do in real life (such as leaving the door of his house open, revealing his address to everyone, sharing his photo album).

The increasing diversity of media tools and content is effective in shaping the approach to the concept of privacy in the use of social media by Generation Z.

Studies show that generation z cares as much in social media as they care about privacy in real life.

Generation Z does not distinguish between real life and virtual world. Those in this generation see digital environments as a public space that exists in real life. Some of these people, who do not see any harm in sharing their personal identities on social media, create fake accounts against the security risks that may arise from sharing their personal information on social media. On the one hand, fake accounts are used to protect one's own privacy, on the other hand, they are also used to detect



the personal information and confidential situations of others, to follow them and thus to reach them.

In the article, it is focused on what it means for the z generation, who have their own characteristics in terms of protecting or sharing privacy, that is, information that should remain private to the individual, and who do not use social media only for spending their free time, but who use these platforms for many purposes.

**Keywords:** Social Media, Privacy, Generation Z.

## GİRİŞ

Sosyal medya, ortaya çıkışı ve sağladığı kullanım kolaylıkları ile artık hayatın vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Kullanım kolaylıkları her türlü bilgiye hızlı ve rahat bir şekilde erişebilme imkânı sağlarken, paylaşılmasından hoşlanmadığımız özel bilgilerimiz için de güvenlik riski oluşturmaktadır. Örneğın yıllar önce yazı ile kayıt altına alınan günlük ve hatıra defterlerini kilitli sandıklarda ve dolaplarda saklamak mümkündü. Bu bilgiler yakın çevremizdeki sınırlı kişilerle paylaşılırdı. Gerektiğinde yakarak ve yırtarak imha edilebilmekteydi. Fakat günümüzde bu tür veriler dijital ortamlarda paylaşıldıktan sonra, tamamen silinse bile bütünüyle ortadan kaldırmak mümkün olmamaktadır. Yabancı kişiler tarafından bazı siteler aracılığıyla bu bilgilerin geri dönüşümü mümkün olabilmektedir.

Toplumlara göre değişiklik göstermekle birlikte her kültürde gizlilik olarak ifade edilebilecek “mahremiyet” anlayışı vardır.

İnsanlar, yetişme tarzları, tarihten gelen kültürel anlayışları ile kendi özellerini koruma, gizleme konusuna önem verirler. Mahremi olan özellerini koruma veya gizleme noktasında hassas davranan insanlar, bu bilgileri diledikleri kişilerle, arzu ettikleri zaman ve uygun gördükleri kadarıyla paylaşmakta her hangi bir şekilde sakınca görmemektedirler. Bununla birlikte kendileri için gizli kalması gereken hususların yani mahremiyetlerinin istemleri dışında paylaşılmasını ise hak ihlali olarak görmektedirler.

Kişilerin mahrem durumlarının korunması konusunda sosyal medyanın bazı kesimler tarafından yanlış kullanıldığı ifade edilebilir. Bu noktada biz çalışmamızda, sosyal medyanın mahremiyeti ihlal konusunda hangi kesimler tarafından nasıl kullanıldığı üzerinde durmak yerine özellikle z kuşağının bu husustaki tavrı konusunu ele almaya çalışacağız.

İngiltere'nin Ulusal Suç Ajansı'na (National Crime Agency) bağlı Çocuk İstismarı ve Çevrimiçi Koruma Birimi (Child Exploitation and Online Protection Command) 2009 yılında Beck'nin Hikâyesi (Becky's Story) adlı kısa bir film yayınladı. Filmde Becky adlı bir kız öğrencinin sosyal medyadaki davranışları, sosyal bir deneyle anlatılmaktadır. Filmde öğrenciden, gerçek yaşamda asla yapmayacağı şeyleri (evinin kapısını açık bırakmak, adresini herkese bildirmek, fotoğraf albümünü paylaşmak gibi) yapması istenilmiş, neticede söz konusu öğrencinin normal hayatta yapmayacağı şekilde, sosyal medyayı yeteri kadar tanımayıp güvenlik endişesi taşımadan bilinçsizce paylaşımlarda bulunduğu gözlemlenmiştir.

Sosyal medya özelinde ele alınan mahremiyet konusunda yapılan araştırmalar ve gözlemler, sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet, özellikle de "sosyal medyadaki mahremiyet" algılarının, endişelerinin, güvenlik tedbirlerinin sorgulanması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Sosyal paylaşım ağlarında neden başkalarını takip etme ihtiyacı hissedilmektedir? Gerçek dünyada mahrem olarak kabul edilen özel bilgiler dijital ortamlarda neden paylaşıma açık hale getirilir? Sosyal medyada kişisel bilgilerin paylaşılması güvenlik riski oluşturur mu? Dijital ortamdaki kişisel hesapların uygulama yöneticileri tarafından kontrol edilmesi güvenlik endişesi doğurur mu? gibi sorularla kullanıcıları bilinçlendirmek gerekmektedir. Özellikle sosyal medyada paylaşımlarda bulunurken uymamız gereken kuralları, gerçek hayat ve sanal alemdeki mahremiyet sınırlarını, kişisel bilgilerin güvenliğine dair alınan tedbirleri yeniden gözden geçirmek gerekmektedir.

Mahremiyetle ilgili yukarıda sözü edilen sorulara cevap vermek önem arz etmektedir. Böylece sosyal medya ve mahremiyet kavramının birbirlerini nasıl etkilediklerini tespit etmek mümkün olabilecektir. Dolayısıyla biz, sosyal medya ve mahremiyet konusunu ele almanın önemli olduğunu düşünerek böyle bir çalışmayı yapmak istedik.

### **Sosyal Medya Kavramına Bir Bakış**

Sosyal medya kavramı, günlük yaşantımızdaki alışkanlıklarımızı değiştirerek hayatımıza girmiştir. Sosyal medyayı son sürüm web uygulamalarının ortaya çıkışı ve beraberinde getirdiği kullanım kolaylıkları olarak tanımlayabiliriz (Kırık, 2013).

Temel noktası katılım ve paylaşımdan oluşan sosyal medya, zaman ve mekan kavramı olmadan kullanıcılarının fikir alışverişinde bulunabilecekleri ortak alanlar olarak da adlandırılabilir (Kırık, 2013).

Sosyal medya, internet kavramı gibi yeni olması sebebiyle, değişip gelişmeye elverişli bir dijital ortamdır. Kullanıcılar, sosyal medyayı birbirleriyle iletişim kurmak, karşılıklı paylaşımlarda bulunarak içeriklere ulaşmak için kullanmaktadırlar (Tufan, 2017).

Sosyal Medya gündemini kendi oluşturan, kendine özgü kuralları ve iletişimi olan sayısız katılımcı ve çok hareketli bir yeni medya türü olarak karşımıza çıkması sebebiyle, dayatmacı ve belli güçlerin ötesinde, tamamen bir sivil toplum hareketi ve sosyal sorumluluk olarak algılanmaya başlamıştır (Gündüz, 2013).

Sosyal medya araçlarını farklı sınıflara ayırabiliriz. Nitekim Lon Safko- David K. Brake “*The Social Media Bible (Sosyal Medya İncili)*” adlı kitabında (Safko, 2010), Sosyal medyayı amaçlarına göre aşağıdaki şekilde sınıflandırmıştır:

### **SOSYAL MEDYA KATEGORİLERİ**

1. Sosyal Ağlar
2. Yayıncılık
3. Fotoğraf Paylaşımı
4. Ses
5. Görüntü
6. Microblogging
7. Canlı Yayın
8. Sanal Dünya
9. Oyunlar
10. Üretim Uygulamaları
11. Bilgi Toplayıcılar
12. RSS
13. Arama Yapma
14. Mobil
15. Kişiler Arası

(Safko, 2010)

Temelinde tek yönlü iletişim, mesajı kitleye dağıtmak ve ulaştırmak olan Geleneksel Medyanın, yazılı ve görsel medyanın (Gazete, dergi, televizyon vb.) aksine sosyal medya, kullanıcısı ile etkileşimde bulunan ve iletişimin iki yönünü kullanan bir alternatiftir. Facebook, YouTube, Twitter ve benzeri uygulamaların kullanıcılardan üyelik için bir ücret talep etmemesi, geleneksel medyaya göre hızlı oluşu, geniş grupları etkileme gücüne sahip olması sosyal medyayı cazibeli hale getirmiştir (Özutku, 2014).

### **Mahremiyetin Tanımı ve Önemi**

Arapça “haram” kelimesinden türetilen Mahremiyet, kavram olarak “Yapılması yasaklanmış olan, özel alana ait kutsal” gibi anlamlara gelmektedir. Aynı kavram, Türkçe’de de kullanılmakta olup Türk Dil Kurumu sözlüğünde, “gizli olma durumu, gizlilik” (www.tdk.gov.tr.) anlamlarına gelmektedir.

İslam'a göre mahrem, haram kelimesinden türemiştir. Mahrem kelimesi lügatte, “evlenilmesi yasak olan, nikahlanması kendisine haram kılınan kişiler” anlamına gelmektedir. (Develioğlu, 1970) Ayrıca “hürmet”, “ihtiram” gibi anlamlarda da kullanılmaktadır (Erdoğan, 2013).

Sınırlarını Allah'ın vahiy ile belirlediği, kişinin sadece kendine ait olan, başkalarının vakıf olmasını istemediği, sır olarak tanımlanan özel bilgilerinin ifşasından hoşlanmadığı hususların tamamı “mahremiyet” olarak açıklanmaktadır. (Kahraman, 2015).

Mahrem bilgileri, kişisel sırlar ve başkasına ait olan sırlar olarak ikiye ayırabiliriz. Kişisel sırlar sadece kendisine ait olup, başkasıyla paylaşılmasının kişiyi üzdüğü bilgilerdir. Ruhsal ve bedensel rahatsızlıklar buna örnek verilebilir. Başkasına ait olan sırlar ise toplumsal hayatta isteyerek veya istemeyerek zorunlu öğrenilen şeylerdir. Karı- koca, aile içi olaylar, öğretmen- öğrenci, arkadaş, doktor- hasta münasebetleri gibi.

Mahremiyet kavramı, “özel hayat ve özel hayatın gizliliği” kavramında yer alan “dokunulmazlık” ve “gizlilik” unsurlarını da kapsamaktadır.” Gizlilik, kişinin kendine ait olan bilgilerinin başkaları tarafından bilinmesini istemediği ve gizlediği hususlar olarak açıklanmaktadır. Bu

hususların ayıp olması veya olmaması önemli değildir. Örneğin, yeni doğum yapmış bir annenin bebeğinin resimlerinin paylaşılmasını istememesi gibi.

“Kim bir Müslümanın gizli kalması gereken durumunu açığa vurmazsa Allah da kıyamet gününde onun gizliliklerini açığa vurmaz” hadisiyle Hz. Peygamber (sav), özel hayattaki mahremiyetin önemine dikkat çekmiştir (Ebû Dâvûd, “Edeb”,38, 60; Tirmizî, “Hudud”, 3, “Birr”, 19; İbn Mâce, “Mukaddime”, 17).

İslam dini sırra ve sır saklamaya çok önem vermektedir. Aynı zamanda sır saklamayı ahlaki bir erdem saymaktadır. “Verdiğiniz sözü ve yaptığınız anlaşmayı yerine getirin. Çünkü verilen söz, sorumluluğu gerektirir” (İsrâ,17/34)

Nur suresi 27 ayetinin “isti’zân” (izin isteme) diye adlandırılmasına sebep olan hadiseyi Adıyy b. Sâbit şöyle anlatıyor: “Ensardan bir kadın Hz. Peygamber'e geldi ve “Ey Allah'ın elçisi! Ben evde bazen kimsenin beni o halde görmesini istemiyorum. Ben bu durumda iken babam geliyor yanıma giriyor, ailemden bir erkek geliyor, yanıma giriyor. Ne yapayım? diye sordu, bunun üzerine “Ey iman edenler! Kendi evlerinizden başka evlere sakinlerinden izin almadan, onlara selam vermeden girmeyin.” Mealindeki âyet indi. (Taberî, “Câmi’u'l-beyân”,18, 147) Yüce Allah kişilerin en yakınlarının bile giremeyeceği mahrem alanlarının olması gerektiğine işaret etmektedir. Bu ayetlerle meskenlerin mahremiyeti ve dokunulmazlığı, bireyin ve ailenin saygınlığı korunmak istenmektedir.

### **Z Kuşığı ve Sosyo Demografik Özellikleri**

Uzun yıllar boyunca Türkçemizde yer alan “kuşak” kelimesi, herkesin günlük hayatta ve sosyal medyada yararlandığı ve kullandığı sözcüklerden birisi olarak öne çıkmaktadır. Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre kuşak kelimesi; yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle hükümlü olmuş kişiler topluluğudur. Yaklaşık yirmi beş otuz

yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon olarak tanımlanmıştır.

Kuşaklar arası çatışmalar toplumda eskiden beri süregelen bir sorundur. Eski kuşakların yeni kuşakları anlamaya çalışması toplumun geleceği açısından önem taşımaktadır.

Belirli bir dönemde doğmuş kişilerin dönem içerisinde tecrübe ettikleri ekonomik, siyasi ve kültürel olaylar kişileri farklılaştırmaktadır. Bireyler topluluğunun yaşam biçimleri, kavramlar üzerindeki algıları kuşakları oluşturmaktadır (Bayar, 2015).

Araştırmacılar dönemleri belirli tarihsel aralıklara göre kategorize ederken X kuşağı (1965- 1980), Y kuşağı (1981- 1999), Z kuşağı (1999 ve sonrası) olarak sınıflandırmaktadır. Bu kuşakların tanımları ve özellikleri aşağıda yer alan alt başlıklarda açıklanmıştır.

### **X Kuşağı (1965- 1980)**

Günümüzde Türkiye nüfusunun, %22'sini oluşturan bu dönemin kuşağına mensup olanların yaşamlarının büyük bir kısmı, petrol krizleri ve ekonomik sıkıntılarla (benzin sıkıntısı, tüp, yağ kuyruğu vb.) geçmiştir. Bu dönemde, "68 kuşağı" gelişmeleri yaşanmış, Türkiye'de üniversite olayları ve sağ sol çatışması artarken, televizyonun değeri tartışılmaz olmuştur. (Adıgüzel vd., 2014) Yaşanan bu karışıklıklar sebebiyle X kuşağı daha çok çalışmaya ve para kazanmaya odaklanmıştır. Bu kuşağın üyeleri kararlı, sadık, azimli ve iş hayatında istikrarlı bireyler olarak bilinmektedir. X kuşağının teknolojideki gelişmelerin hızına yetişemeyip onunla uğraşmaktan vazgeçtiği söylenebilir (Akdemir vd., 2013).

Dönem içerisinde Walkman (1979) ve IBM Bilgisayarlar (1981) gibi bazı teknolojiler yeni yeni gelişmeye başlamıştır (Çaycı vd, 2014).

### **Y Kuşağı (1981-1999)**

Y kuşağının en önemli özelliği, X kuşağının aksine, teknoloji ile şekillenen bir kuşak olmasıdır. Boşanmaların arttığı, doğum kontrolünün yaygınlaştığı dönemlerde doğdukları için ebeveynleri tarafından çok

değer verilen çocuklardır. Y Kuşığı yetiştirme tarzları sebebiyle bencil ve kibirli bireylerden oluşmaktadır (Çemberci vd., 2014).

Teknolojik hızın hayatlarına girmesiyle sabırsız, gelecek kaygısı olmayan, değişme kolay uyum sağlayan, yaptıklarının hesabının sorulmasından hoşlanmayan bir nesil olma özelliğini göstermektedirler. Y Kuşığı, daha çocukluk çağlarından itibaren PlayStation, internet, e-posta, DVD, SMS, iPad gibi yeni nesil teknolojiler ile tanışmış ve bunları adeta yaşamlarının bir parçası haline getirmişlerdir.

### **Z Kuşığı (1999 ve sonrası)**

21. yüzyılın ilk nesli ve milenyum çocukları olarak tanınan kuşağa Z kuşığı denilmektedir. Z Kuşığı, teknoloji kullanımının zirvede olduğu bir çağda dünyaya gelmişlerdir. Teknolojinin içine doğmaları sebebiyle teknoloji çağı olarak nitelendirilebilecek çağa uyum sağlamakta zorlanmamışlardır.

Hızlı internetin yardımıyla istedikleri zaman geniş bir bilgi ağına kolayca erişim sağlamaları, çeşitli materyaller ve teknolojik yenilikler nedeni ile erken yaşlarda eğitilebilmekte ve daha çabuk büyüyüp gelişebilmektedir. (Akdemir vd., 2013)

Z kuşığı; yaptığı işten çabuk sıkılan, hızlı tüketen, hızlı yaşayan bir kuşak olduğu için onların ilgisini çekecek yeniliklere ihtiyaç vardır. Teknolojik gelişmeleri yakından takip eden bu nesil, eğitim ve sosyal statüye önem vermektedirler. İletişim araçları, sosyal medyadır. Kendilerine ait sanal bir sosyal hayatları vardır. Teknoloji ve lüks onlar için temel bir ihtiyaçtır. Kendilerine olan özgüvenleri sayesinde hayatta daima başarılı olabileceklerine inanmaktadırlar.

Z kuşığı dijital değişim başta olmak üzere Suriye savaşı, doğal afetler, 15 Temmuz Darbe Girişimi, salgın hastalıklar, Gezi Parkı gibi sosyal medya üzerinden örgütlenen sivil toplum hareketlerine tanık olmuştur. Z kuşağının temsilcileri Facebook, YouTube ve Twitter gibi sosyal ağlar aracılığı ile iletişim kurmaktadırlar. Z kuşağının hayatında sosyal medya, akıllı telefonlar ve internetin sağladığı olanaklar vazgeçilmez hale gelen unsurlardır (Çaycı vd., 2014).

### **Z Kuşağının Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısı**

Z kuşağının sosyal medyadaki sosyal paylaşım sitelerinde kurmuş olduğu iletişimde mahremiyet algılarının olumlu ve olumsuz yönleri ile nasıl farklılığa sahip olduğu, alan araştırması (Kozan, E.(2021).“Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımında Mahremiyet Algısının Boyutları Üzerine Bir Araştırma”) ile incelenmiştir. Araştırmada katılımcılara şu sorular sorulmuştur:

1. Sosyal medyada takip ettiğiniz kişilerin özel hayatları hakkındaki bilgiler sizin için nasıl bir mahremiyet algısı ifade etmektedir?
2. Sosyal ağlarda kendiniz, aileniz ve yakınlarınızla ilgili paylaşımlarda bulunma sebepleriniz nelerdir?
3. Sosyal medyada özel bilgilerinizi kendi kimlikleriniz ile paylaşmanın bir güvenlik riski var mıdır? Güvenlik riski olduğunu düşünüyorsanız ne gibi önlemler almaktasınız?

Katılımcılar kendilerine yönlendirilen sorulara verdikleri cevaplardan hareketle Z kuşağının mahremiyetle ilgili düşünce ve tutumlarını aşağıdaki şekilde ifade etmek mümkündür:

#### **1. Kişilerin özel hayatlarını takip etme nedenleri**

Katılımcıların bazıları, kişilerin özel hayatlarını takip etmede merak dürtüsünün etkili olduğunu düşünmektedirler. Sosyal medya sayesinde merak edilen şeylerin sınırları oldukça genişlemiştir. İlgilerini çeken kişilerin hayatlarını, nerelerde gezdiklerini, kılık kıyafet tarzlarını, ortak düşünce ve zevklerini merak ettiklerini söylemişlerdir.

Bazı katılımcılar da kişinin kendi özel hayatına dair paylaşımlarından rahatsızlık duyduklarını belirtmişlerdir. Böyle düşünmelerinde gerçek dünyada tanıdıkları insanların sanal dünyada kendilerini farklı göstermelerinin etkili olduğunu ifade etmektedirler. Paylaşımında bulunanlar, paylaşımlarda bulunurlarken kendilerini doğal halleriyle değil, olmak istedikleri şekilde göstermeye çalışmaktadırlar.

Katılımcılar ünlü kişilere ulaşmanın zor olduğunu düşündükleri için bu kişileri sosyal medya hesaplarından takip etmektedir. Onların özel hayatlarını zaman farkı olmadan takip etmenin kendilerine mutluluk verdiğini ve tatmin ettiğini düşünmektedirler.



Bu kuşaktaki bazı bireylerin, kişisel gelişimlerine katkı sunacak kişilerin paylaşımlarına öncelik verdiklerini ifade ettikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca bunlardan bazıları da takip edilen paylaşımların ilham ve motivasyon konusunda kendilerini olumlu yönde etkilediğini düşünmektedirler.

### ***2. Katılımcıları sosyal medyada kendi özel hayatlarına dair paylaşımında bulunmaya sevk eden sebepler***

Z kuşığı olarak nitelendirilecek kişilerden pek çoğunun, sosyal medyada paylaşımında bulunmalarının en önemli sebeplerinin başında takipçilerinin kendilerini fark etmesi ve bu hayatta var olduklarını kanıtlamak olarak değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.

Z kuşığı katılımcılarından bazıları da özel günlerin sosyal medya ortamlarında paylaşarak, o anların kayıt altına alınmasını, ileriki dönemler için hatıra kalmasına yaradığından önemsemektedirler. Bununla birlikte yine aynı kuşaktan bazı bireylerin ise özel günlerde paylaşım yapmayı samimi bulmayıp, bu tür paylaşımların sadece gösteriş amacıyla yapıldığını düşünenlere de rastlanılmaktadır.

Z kuşağındakiler, takipçiler tarafından paylaşımların beğenilmesi ve güzel yorumlarda bulunulmasından mutluluk duyduklarını ifade etmişlerdir.

Yalnızlık modern hayatın en önemli sorunudur. Sosyal medya ağları yalnızlığın giderilmesinde kişilere alternatif çözümler sunarak onları rahatlattığını ifade etmişlerdir. Özellikle aile ve yakınlarının fotoğraflarının paylaşılmasını depresyon ve yalnızlık durumunun göstergesi olarak düşünenler de vardır.

### ***3. Sosyal medyada katılımcıların kimlik bilgilerinin paylaşılmasına dair temel fikirleri ve aldıkları önlemler***

Katılımcıların çoğu sosyal medya hesaplarında güvenlik ayarlarını bildiğini ve sınırlı tedbirlerle paylaşımında bulduklarını belirtmektedir.

Yine aynı araştırmada, sosyal medya ağlarında kimlik bilgilerinin paylaşılmasının çok büyük güvenlik riski oluşturduğunu düşünen katılımcılar, kişisel hesapların uygulama yöneticileri tarafından kontrol edilmesinden endişe duyduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılardan ba-

zıları sosyal medya hesaplarında bulunan aktivasyon kodunu kendi e-posta adreslerine yönlendirmenin hesaplarının çalınma riskine karşı önlem olabileceğini düşünmektedirler. Şifreler oluşturulurken doğum tarihi, ardışık sayılar gibi kolay şifrelerin kullanılmaması ve şifrelerin sık sık güncellenmesi gerektiği de ifade etmiştir. Bu amaçla hesapların güvenliğini sağlamak için güvenlik ayarlarının tamamen kişiselleştirip, sosyal medya hesabını telefona tanımlamak ve ilgili hesaba sadece doğrulama kodu ile giriş imkanı sağlanmalıdır. Kullanıcılara göre profillerin gizli hesap olarak ayarlanması ile takipçilerin seçilebilmesi mümkün olacaktır.

Sosyal ağlarda durumlarla birlikte paylaşılan yer ve mekan bilgileri hırsızlara davetiye çıkarmaktadır. Paylaşılan resim ve videolarda hassas verilerin (kimlik numarası, araç plakası, pasaport numarası) olup olmadığına dikkat etmek gerekmektedir. Kredi kartı bilgi ve fotoğraflarını en yakınımız bile olsa mesaj ve e-posta ile göndermemek gerektiğini bu bilgilerin kötü niyetli kişilerin eline geçme ihtimalinin yüksek olduğunu düşünmektedirler.

## SONUÇ

İnternetin ortaya çıkışı ve iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmeler, insanların yaşam tarzlarında önemli değişikliklere yol açmıştır. Sosyal ağlar ve mobil veri teknolojisi ile değişen iletişim ve sosyalleşme biçimleri, insanların mahremiyet algılarını da dönüşüme uğratmıştır. Kullanıcıların gerçek kimliklerinden sıyrılarak, yeni bir sanal kimlikle ahlaki ve hukuki sorumluluklardan uzaklaşmasına sebep olmuştur.

Sevap- günah, doğru- yanlış, güzel- çirkin, iyi- kötü gibi kavramlar gerçekte olduğu gibi sanal ortamlarda da geçerlidir. Hayatın her alanında kul olmanın bilincine eren bir müminin, Allah'a karşı olduğu gibi, ailesine, akrabasına, komşularına, çevresine ve tüm insanlığa karşı da yükümlülükleri vardır. İnsanlar için benzer durum, sanal ortamlarda da söz konusudur. Sosyal medya insanın kendisine ve çevresine olduğu kadar yaratıcısına karşı da sorumluluklarını ortadan kaldırmamaktadır.

Kullanıcılar sosyal medyayı, toplumsal olaylar hakkında bilgi sahibi olmaktan ziyade insanların nerede, ne zaman, ne yaptığını gözetlemek amacıyla kullanmaktadırlar. Kimi zaman da kendileri hakkında bilgi sunarak gözetlenmek istemektedir. Çünkü sanal ağların temeli, beğenilme gözetleme ve gözetlenmeye dayanmaktadır. Dijital hayat, gözetim merkezi olup, kişinin mahremiyetini ihlal eden durumların meşrulaştığı, kullanıcıların birer röntgenci, teşhirci ve muhbir olmayı başardığı ve bundan motive ve mutlu olduğu sanal bir yaşam ortamıdır.

Z kuşağı, sosyal medyayı ayrı bir gerçeklik alanı olarak görmemektedir. Bu nedenle Z kuşağı mahremiyetini gerçek hayatta ne kadar paylaşıyorsa, sosyal medyada mahremiyetini o düzeyde paylaşmaktadır”.

Sosyal bir varlık olan insanın ilgi ve beğenilme arzusunu, gerçek yaşamdaki yalnızlıklarını sosyal ağlar aracılığıyla gidermeye çalıştığı sonucuna ulaşmıştır.

Katılımcıların sosyal medya ağlarında kendi kimliklerine ait paylaşımda bulunmalarının güvenlik riski oluşturup oluşturmadığına dair yapılan araştırmalardan da anlaşıldığı üzere bu ağlarla ilgili güvenlik endişeleri yersiz de değildir. Güvenlik risklerine karşı önleyici tedbirlere başvurmaları mahremiyet duyguları ve güvenlik kavramına verdikleri önemin göstergesidir. Ancak bu ağlara üyelikte üçüncü kişilerle verilerin paylaşılması zorunluluğu, alınan bu önlemlerin yeterli olup olmadığı konusundaki şüpheleri kuvvetlendirmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Orhan. vd. “Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 1/ 19 (2014), 165-82.
- Akalın, Şükrü Halûk vd. *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu, 2011.
- Akbaş, B. “Sanal Ortamda Mahremiyet”. *Diyanet Dergisi* 287, (2014), 48-50.
- Akdemir, A. vd. “Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması”. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2/2, (2013), 11-42.
- Başgözde, P. - Bayar, N.A. “Eko otellerden hizmet satın alımında kuşaklar arası farklılaşmalar üzerine bir çalışma”. *Sosyo Ekonomi*, 23 /24, (2015), 118-130.

- Çaycı Berk, Karagülle, Ayşegül Elif. “X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı”, *International Trends and Issues in Communication & Media Conference*. (2014), ss. 190-96.
- Çemberci, M. vd. “Y neslinin Örgüt Ortamındaki Davranış Farklılıklarının Analizi”. *Online Academic Journal of Information Technology*, 5/15, (2014), 57-74.
- Ebû Davud, Süleyman b. el-Eş’as es-Sicistânî. *Sünenü Ebû Davud*, İstanbul: 1413/1992.
- Erdoğan Mehmet. *Fıkıh ve Hukuk Terimleri Sözlüğü* 4.bs İstanbul: Ensar Yayınları, 2013.
- Gündüz, U. “Toplumsal Hareketler, Sivil İtaatsizlik ve Sosyal Medya Yansımaları”, *Sosyalleşen Birey Sosyal Medya Araştırmaları 1*. Ed. Büyüksalan, Ali. Konya: Çizgi Kitabevi, 2013.
- İbn Mâce. *Sünen*, İstanbul: 1413/1992.
- Kahraman, Abdullah. “Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı”, *Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*. ed. Yavuz Ünal vd. 1/30-45. Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayınları, 2015.
- Kırık, A. M. *Yeni Medya Çağı Çerçevesinde Türkiye’de Televizyondan İnternete Dönüşüm ve Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2013
- Kozan, E. (2021). “Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımında Mahremiyet Alımlamasının Boyutları Üzerine Bir Araştırma”. *International Social Sciences Studies Journal*, (e-ISSN:2587-1587) 7/83, 2492-2507.
- Lon Safko, Brake, David K. *The Social Media Bible (Sosyal Medya İncili)*. yay. John Wiley & Sons, 2010.
- Özutku, F., vd. *Sosyal Medya’nın ABC’si*. İstanbul: Alfa Yayınları, 2014.
- et-Taberî, el-Hafız Ebu Abdullah Muhammed bin Yezid İbn Cerîr. *Câmî’u’l-beyân fî tefsîri’l-Kur’ân*, 18, 147.
- et-Tirmizî, Muhammed b. İsa. *es-Sünenü’t-Tirmizî*. İstanbul: 1413/1992.
- Tufan, Nagihan Yeniçikti. *Sosyal Medya Facebook ve Twitter Motivasyonları*. Konya: Literatürk Akademi, 2017.

# Z KUŞAĞI ÖZELİNDE SOSYAL MEDYADA DEĞİŞEN VE DÖNÜŞEN MAHREMİYET KIRILMASI

Adil Koyuncu\*

## ÖZET

Değişen, dönüşen ve küreselleşen dünyada bazı olgu ve olaylar da değişime ve dönüşüme uğradı. Bunlardan en önemlisi de “mahremiyet” olgusu üzerine oldu. Mahremiyet yani haram olan olgu, realitede azda olsa aynı kalsa da dijital dünyada büyük oranda dejenere oldu. “Z Kuşağı” olarak isimlendirilen nesil, sanal alemde ve bilhassa sosyal medyada mahremiyetin dejenere olmuş hali ile karşılaştı. Küresel sosyal medya platformları da öncelik olarak bu dejenerasyona ön ayak oldular aslında. Mezkur kuşak, bu dejenere dolayısıyla gerçek alemdeki mahremiyet ile sanal alemdeki mahremiyet olgusunu ayırt edemez bir noktaya geldi. Bunun üzerine bir çözüm olarak kendisine sanal alemde ideal bir benlik inşa etti. Bu benlik üzerinden sosyal dünyada tüm mahrem olgu ve olaylarını inşa etmeye başladı. Yapılan inşa faaliyetinde daha çok “ifşa, teşhir ve görünme” kendini gösterdi. Netice olarak bu, kuşak adına bir sosyal medya krizine dönüştü. Bu kriz dijital ortamda gün geçtikçe büyüyecek din, hukuk ve ahlak alanlarını aşan bir noktaya geldi.

Tebliğimizde yukarıda değinmiş olduğumuz krizin ana noktaları ve çözüm önerileri yakalanmaya çalışılmıştır. Mesele Z kuşağı özelinde irdelenmiştir. Çünkü Z kuşağı kendinden önceki kuşaklardan çok fazla noktada farklılaşmış olup bu farklılaşmanın en önemli noktası da dijitalizmdir. Dijitalizm, küresel dünyayı kasıp kavururken en etkili noktasını sosyal medya aracılığı ile Z Kuşağı üzerinde yapmaktadır. Neslin korunmasının

---

\* Arş. Gör. Sivas Cumhuriyet Üniv. İlahiyat Fak., [adilkoyuncu@cumhuriyet.edu.tr](mailto:adilkoyuncu@cumhuriyet.edu.tr)

önemine binaen Z Kuşağını, sanalla olan bu etkilenim ve etkileşimden azami olarak korumak yükümlülüğüne sahibiz. Dolayısıyla yapılacak her tür faaliyet yine sanal alemde bu kuşak üzerine olacaktır. Kuşak, ötelenecek ve sosyal medya hiçe sayılarak mezkur krizden çıkma imkanı asla yoktur. Siber güvenlik önlemleri, gerçek olgu ve olayların sanalda da aynen korunması, din, hukuk ve ahlak kurallarının da aynı şekilde sanal ortamlarda geçerli kılınması yoluyla bu kriz yönetilebilir. Kuşak adına düzenlenen sempozyum, panel, toplantı vb. faaliyetlerde hep bu krizi yönetme üzerine yürütülmektedir zaten. Z kuşağı böyle bir krizi belirtilen çözüm önerileri nispetinde atlatabilirse eğer ardından gelen Alfa kuşağına da mahremiyet odaklı sanal bir evren miras bırakmış olacaktır.

## GİRİŞ

Tarihin bazı belirli periyotları birtakım isimlendirmelere sahne olmuştur. Bu isimlendirmeler genelde (farklı görüşlerde göz ardı edilmeksizin) on beş yıllık dönemleri kapsayacak şekilde verilmiştir. Bunlar; X, Y, Z ve Alfa gibi ifadeler için söz konusu olduğunda ise ilgi ve alaka daha da artmaktadır. Çünkü bu ifadeler belirli toplumsal kesimlere denk düşmektedir. Örneğin, X kuşağı; 1965-1979 aralığını, Y kuşağı; 1980-1995 aralığını, Z kuşağı; 1996-2010 aralığını ve son olarak ise Alfa kuşağı; 2010-2025 aralığını kapsayacak şekilde isimlendirilmiştir. Tabi ki bu isimlendirmelerin Alfa'dan sonra Beta kuşağı ve Gama kuşağı olarak devam edeceği öngörülebilir.<sup>1</sup>

Meselemiz açısından asıl söz konusu olan ise bu isimlendirmelerin teknoloji ve bilhassa sosyal medya ile etkileşimidir. Bu kuşağın ardından gelen Alfa kuşağında ise bu etkileşimin daha da fazla hissedileceği akıldan uzak kalmamaktadır. Sempozyumumuzun başlığı olan Z kuşağı işte bu etkileşimin ana merkezinde bulunmakta ve bu kuşak "İnternet Kuşağı"<sup>2</sup> olarak ifade edilmektedir. Bu kuşağın sosyal medyadaki rolünün

<sup>1</sup> Bilimgenç Tubitak, "X,Y,Z Kuşağı...Peki ya ötesi?" (Erişim 1 Ocak 2021)

<sup>2</sup> Ersin Kozan, "Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımında Mahremiyet Alımlamasının Boyutları Üzerine Bir Araştırma", *International Social Sciences Studies Journal*, 7/83 (2021), 2494.

önemine ve bu etkileşimine binaen üzerine çok sayıda akademik çalışmalar yapılmıştır.<sup>3</sup> Tabii ki burada akıllara ilk önce “Bu etkileşimde ne vardır? Ya da ne gibi bir zararı vardır?” gibi sorular gelmektedir. İşte bildirimizin de cevap vermeye çalıştığı asıl sorular bunlardır. Ne gibi bir zararı dokunacağı sorusuna verilebilecek en baş cevabı şimdiden: “mahremiyet (privacy) ihlali” olarak ifade etmekteyiz.

### 1-Mahremiyetin Dijitalleşmesi

Kişinin sosyal medya mahremiyeti sosyal iletişim adına sanalda “siber güvenlik açıkları”, “veri ihlalleri”, “veri madenciliği” ve “dijital gözetim” gibi etik olmayan yollarla ihlal edilmektedir.<sup>4</sup> Yani sosyal iletişim adına kullanılan platformlar yukarıdaki faaliyetleri ile mahremiyet olgusunun tüm sınırlarını ve duvarlarını kaldırdı.<sup>5</sup> Bu yüzden mezkur ihlaller ve mahremiyet kırılması durumu büyük çoğunlukla “Z Kuşağı”nu etkilemektedir.

Z kuşağının bazı bilerek ya da bilmeyerek yaptığı veyahut hiçbir dahli olmadan sosyal medya hesapları üzerinden kendi üzerlerine yapılan işlemler mahremiyet konusunu ihlal ettiği gibi aynı zamanda hukuki sonuçlar<sup>6</sup> da doğurmaktadır. Örneğin; hiç düşünülmeden yapılan ama hukuki sonuç doğuran faaliyetlerden olan başkası adına fake hesap açmak<sup>7</sup>, hasta kişinin görselleri kullanılarak bu görseller üzerinden dua istemek,<sup>8</sup> vefat eden kişinin görselleri üzerinden paylaşım yapmak,<sup>9</sup> başlı-

<sup>3</sup> Örnek bir çalışma için bk. Rukiye Nur Fetullahoğlu, *Sosyal Medyada Mahremiyet: X ve Y Kuşağı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, (Bursa: Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021)

<sup>4</sup> Yunus Ergen, “Büyük Veri, Sosyal Medya ve Etik: Facebook Örneğinde Bir Değerlendirme,” *Yeni Düşünceler Dergisi*, 10 (2018), 58.

<sup>5</sup> İbrahim Sığın, *Sosyal Medya Kullanan Gençlerin Mahremiyet Algısının İncelenmesi*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, (2019), 40.

<sup>6</sup> Ayrıntılı bilgi için bk. Onur Sarı, *Uluslararası Hukuk ve Türk Ceza Hukuku Bağlamında Siber Güvenlik ve Bilişim Sistemine Yönelik Suçlar*, (İstanbul: Harp Akademileri, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013)

<sup>7</sup> Duran Hukuk, “Adıma Sahte Hesap Açılması Suç Mudur?” (Erişim: 1 Aralık 2021)

<sup>8</sup> Sevdegül Çekiç, “Sanal Dünyada Mahremiyet ve Özel Hayat”, *TEVİLÂT Dergisi*, 1/2 (Yaz 2021), 52. Bk. Sevdegül Çekiç- Tevhit Ayengin, “Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fıkhî Yansımalarına Dair”, *Mütefekkir Dergisi*, 8/15 (Haziran 2021)

ca mahremiyet ihlallerindedir. Bu ihlallerin dinen de günah olarak sonuç doğuran yönleri vardır. Şöyle ki: Kur’ân-ı Kerîm’de günah olduğu açıkça bildirilen teccüs yani kişilerin gizli kalması gereken hallerinin irdelenmesi ve didiklenmesi<sup>10</sup>, yine kişinin ölü ya da diri farkı olmaksızın gıybetinin yapılması,<sup>11</sup> “sanal halvet”<sup>12</sup> yerleri olarak da adlandırabileceğimiz “chat odaları” gibi zinaya götüren platformların normal karşılanması, önceleri “kutsal” olarak kabul edilen ve dahi üzerine konuşularak iması bile yapılmayan meselelerin aleni tartışılması<sup>13</sup>, “irtidad” anlamına gelebilecek paylaşımların yapılması,<sup>14</sup> ve son olarak yalan beyanatta bulunulması<sup>15</sup> gibi. Mesele bu şekilde düşünüldüğünde konunun ne denli önemli olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

Mahremiyet aslında haram olan, mahrem olan demektir. En başta “yasaklanan”dır.<sup>16</sup> Yani; özel olan, girilmeyen ve müdahale edilmeyen bir yerdir. Mesele böyle olunca sanki sosyal medya alanı kişilerin özel alanına rahatça giriş yapılabilecek bir yer olarak gözükmektedir. Bu platformlar genelde de Z kuşağının aktif olarak kullandığı; Youtube, Metaverse, Facebook, Twitter, İstagram, Whatsapp, Telegram, TikTok, Snapchat ve Twitch’tir. Burada asıl dikkatimizi çeken bu platformların hemen hepsinin yabancı kaynaklı olması ve sıklıkla yukarıda da aktardığımız üzere “kişisel veri ihlali” konusunda gündeme gelmeleridir.<sup>17</sup> Yerli ve milli platformların ise bunların yanında küresel konjoktürde is-

<sup>9</sup> Çekiç, “Sanal Dünyada Mahremiyet ve Özel Hayat”, 53.

<sup>10</sup> Nilüfer Sena Çalık, “Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fıkhî Açıdan Değerlendirilmesi”, *TARR Dergisi*, 3/1 (2018), 35.

<sup>11</sup> Çalık, a.g.e., 36.

<sup>12</sup> Çalık, a.g.e., 37.

<sup>13</sup> Mustafa Derviş Dereli, “Gözetim Toplumunda Sosyal Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü”, *Din ve Gelenek Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd. (Ordu: Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, 2016), 531.

<sup>14</sup> Çalık, a.g.e., 39.

<sup>15</sup> Çalık, a.g.e., 40.

<sup>16</sup> Salim Öğüt, “Mahrem”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Ankara: TDV Yayınları, 2003), 27/388.

<sup>17</sup> Sputniknews, “İstagramda Veri İhlali Ayda 1 milyon İstagram Kullanıcı Bilgisi Dev Şirketlere Pazarlandı” (Erişim 3 Ocak 2021); Kaspersky, “İstagram Hijack New Wave”, (Erişim: 18 Aralık 2021) ; CNNTürk, “Twitter Kişisel Veri İhlali ile Gündeme Geldi (Erişim: 17 Aralık 2021)



tenildiği kadar yerinin olmaması ve Z kuşuğu tarafından aktif olarak kullanılmaması yabancı platformlara olan ilgi ve alakayı daha da artırmaktadır. Bu ilgi ve alakanın neticesinde de mahremiyet ihlalleri, siber güvenlik açıkları, hukuki suç unsurları ve merkezi denetimin yapılamaması gibi durumlar kaçınılmaz olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında aslında bu platformların yapmak istediği dinin, hukuki kuralların ve ahlaki normların olmadığı özgür ve bağımsız bir sanal evren oluşturmaktadır. İşte Z kuşuğunu bekleyen asıl ve en önemli tehlike de tespitlerimize göre budur.

## 2-Mahremiyetin Korunması

Mahremiyet alanı gerek gündelik gerekse de dijital ortamlarda en fazla istismar edilen konuların başında gelmektedir. Gündelik yaşantıda yapılan ihlaller yasa normları ile koruma altındayken dijital ortamda bu durum zorlaşmaktadır. Dijital ortamdaki verilerimizin korunma durumu aslında en başta “Kişisel Verilerin Korunma Kanunu”<sup>18</sup> ve “Kişisel Verileri Koruma Kurumu”<sup>19</sup> tarafından koruma altındadır. Lakin işte burada asıl zor olan yapılan mahremiyet ihlalinin tespit edilebilme durumudur. Z kuşuğunun en çok kullandığı sosyal medya platformları yabancı kaynaklı olduğu için merkezi denetim yapılabilmesi çok zordur. Bu örneğin, en basitinden kişinin mahremiyetine karşı yapılan bir veri ihlalinde yapılan paylaşımın silinmesiyle denetimin imkansız hale gelmesiyle sonuçlanmaktadır. Bu denetim ve tespit işlemi için bazı çalışmalar yapılmaktadır. Hatta devlet nezdinde de büyük faaliyetler yürütülmektedir. Akademik çalışmalar yapılarak,<sup>20</sup> programlar yazılarak<sup>21</sup>, ka-

<sup>18</sup> Mevzuat, “Mevzuat Metin”, (Erişim 15 Aralık 2021); KVKK, “6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanununun Amacı ve Kapsamı”, (Erişim:15 Aralık 2021) daha ayrıntılı bilgi için bk. Kemal Atasoy, “Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medyada Kişisel Verilerin Korunması ve Veri Sahibinin Rızası”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22/2 (2016)

<sup>19</sup> KVKK, “KVKK”, (Erişim: 16 Aralık 2021)

<sup>20</sup> Bk. Cihan Ataç, *Ulusal Siber Güvenlik Stratejisi Oluşturma Sürecine Bir Bakış*, (Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019)

<sup>21</sup> Bk. Boğaziçinde Bilim, “Sosyal Medyada Mahremiyete Yeterince Önem Vermiyoruz”, (Erişim: 21 Aralık 2021)

nun değişiklikleri yapılarak<sup>22</sup>, web siteleri kurularak<sup>23</sup>, parasal cezalar kesilerek<sup>24</sup> ve büyük sosyal medya platformları için temsilcilik açılması faaliyetleri oluşturularak<sup>25</sup> bu ihlallerin önüne geçilebilmesi öngörülmektedir.

### 3-Mahremiyet-Benlik-Z Kuşağı

Mahremiyetin gerçek dünyada öneminin yanında yukarı anlattığımız üzere sanal dünyada daha da önemli olduğu görülmüştür. Çünkü modern dönemde yapılan çalışmalar “ahlaki kayıtsızlık” halinin aşırı sosyal medya kullanımıyla orantılı olduğunu göstermektedir.<sup>26</sup> Bu tür aşırı kullanımlar artan bir şekilde hiç farkında olunmadan genç kuşağın mahremiyete dönük farkındalığını elinden almaktadır.<sup>27</sup> Dolayısıyla Z kuşağını bu mecralara hapsedip bu kuşağı mahremiyet adına kaybetmeme vazifemiz de şu halde üzerimizde olduğu gün gibi açıktır.<sup>28</sup>

Bu mecralarda çoğunlukla yapılmak istenen özellikle Z kuşağına realiteden uzak sanal bir kimlik oluşturmak, ona sanal bir benlik inşa etmek<sup>29</sup> ve bunlarla kendisini ifade etmesini sağlamaktır.<sup>30</sup> Bu sanal yollarla kişi artık kolaylıkla kendi benliğini üretebilecek, değiştirebilecek ve ortaya koyabilecektir.<sup>31</sup> Dahası da varlığının büyük çoğunluğunu sanal-

<sup>22</sup> Bk. Resmi Gazete, “Eskiler”, (Erişim: 22 Aralık 2021)

<sup>23</sup> Bk. Güvenli Web, “Güvenli İnternet”, (Erişim: 20 Aralık 2021); Güvenli Net, “Güvenli Web”, (20 Aralık 2021)

<sup>24</sup> Bk. NTV, “Facebook’a 1 Milyon 600 Bin Liralık Veri İhlali Cezası”, (Erişim: 21 Aralık 2021)

<sup>25</sup> Bk. TRT Haber, “Sosyal Medya Düzenlemesi Yasalaştı”, (Erişim: 21 Aralık 2021)

<sup>26</sup> Hızır Hacikeleşoğlu, “Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlaki Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 21/2 (Eylül 2021), 886.

<sup>27</sup> Turan Şimşek, “Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası ‘Instagram Örneği’”, *Sosyolojik Düşün Dergisi*, 4/1 (Haziran 2019), 21.

<sup>28</sup> Hamza Çakır, “Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile”, *Sosyal Medya ve Kaybedilen Mahremiyet*, (Ankara: DİB Yayınları, 2018), 12.

<sup>29</sup> Emel Karayel Bilbil-Didem Atalay, “Sosyal Medya Ekseninde Mahremiyetin Dönüşümü ve Benlik İnşası”, *Global Media Journal*, 10/20 (Bahar 2020), 178.

<sup>30</sup> Çakır, “Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile”, 17.

<sup>31</sup> Hülya Semiz Türkoğlu, “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlemesine Yönelik Bir Araştırma”, *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54 (2018), 173.

da sürdürmesi istenmektedir ki Platon'un ideaları misali idealize edilen sanal-“ideal bir kimlik”<sup>32</sup> ama aslında olmayan bir gerçek kimlik karşımıza çıkmaktadır.<sup>33</sup> Bu ideal kimlik aşamasında modern öğretinin kuşağa salık verdiği düşünce ise sanalda motto olarak “özgür ve kendin ol!”<sup>34</sup> dur. ve bu öğretille de Z kuşığı kendisini sosyal ortama adapte etmekte ve kendisine orada aidiyet kazanmaktadır. Elbette bu aidiyette bir problem yoktur. Ancak asıl problem mezkur kuşağın bu ortamları mahremiyet çerçevesinde kullanmamasıdır. Bu anlamsız bir tekno-sosyal müptela oluş halidir.<sup>35</sup> ve bu hal olumlu ya da olumsuz yönde kullanılan durum, olay, hikaye, gönderi, fotoğraf, video vs. gibi şeylerde meydana gelen “teşhir, deşifre ve seyircilik”<sup>36</sup> faaliyeti ise kuşak adına oldukça büyük bir tehlike arz ettiği ortadadır.

Bu müptela oluş halini daha çok sosyal medyada “hassas içerik” olarak ifade edilen ve cinsel içerik barındıran şeylere karşı olan bir tutum olarak gözlemlemekteyiz.<sup>37</sup> Açıkçası bu bir dijital bağımlılıktır. Gençler gönüllü olarak bu bağımlılığa kapılmakta ve kendilerini bu platformlarda her türlü faaliyetleriyle tehlikeli bir “gönüllü gözetime”<sup>38</sup> açmaktadır. Bu müptela oluş hali Z kuşığı adına bir sosyal medya krizidir. Bu kriz ancak kuşağın kullandığı tüm platformlar legal ve etik çer-

<sup>32</sup> Seçil Utma, “Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyetin Serüveni”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11/59 (2018), 1194.

<sup>33</sup> Filiz Çömez Polat-Gökdemir, “Sosyal Medyada Müslüman Kimlik Algısı İslami Fenomenler ve Twitter Örneği”, *MEDİAD*, 3/2 (Aralık 2020),167.

<sup>34</sup> Ali Öztürk, *Yeni Medya Araçlarının Mahremiyet Algısındaki Dönüşüme Etkisi*, (Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015), 39.

<sup>35</sup> Geert Lovink, *Sosyal Medyanın Dipsiz Kuyusu*, Çev. Deniz Esen, (İstanbul: Otonom Yayıncılık, 2016), 62.

<sup>36</sup> Hatice Budak, “Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7/1 (2018), 152. Daha fazla bilgi için bk. Müberra Hacıbekiroğlu, *Sosyal Medya Kullanımına Bağlı Değişen Mahremiyet Algısı ve Dindarlık İlişkisi*, (Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019)

<sup>37</sup> Anthony Giddens, *Mahremiyetin Dönüşümü*, Çev. İdris Şahin, (İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010), 164.

<sup>38</sup> Bermal Aydın, “Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Algısının Dönüşümü”, *İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3/5 (2014), 139.

çevrede ele alınarak aşılabilir düşüncesindeyiz.<sup>39</sup> Bu durumu da Z kuşağının bir handikabı olarak görmekteyiz.

#### 4-Mahremiyetin Değişimi ve Dönüşümü

Tekno-bağımlılık kültürü daha önce ele aldığımız üzere din, hukuk ve ahlakın olmadığı bir yere doğru gençleri sürüklemektedir. Aslında yapılmak istenen de budur kısaca. Artık bu ortamlarda mahremiyetin şiarı olan “gizli alanı” afişe etmek popüleritesi yaygınlaştırılmaktadır. Bu durum yukarıda adı geçen küresel, dijital ve sosyal piyasayı elinde tutan kurucular tarafından da sık sık dile getirilmekte ve teşvik edilmektedir.<sup>40</sup> Sosyal medya dünyasının siber nehirlerinin önüne Z kuşağını kapatıp götürdüğü bu platformlarda nehrin yanındaki banklara oturup kayıtsız bir şekilde kalamayız.<sup>41</sup> Dolayısıyla “siber güvenlik” ve “dijitalde mahremiyet” konularına çok daha fazla önem vermeli ve bu genç kuşağı mahremiyetin doğasında olduğu sosyal platformlarda buldurmalı ve buluşturmalıyız.

Sosyal medyanın yaptığı en büyük değişim ve dönüşüm küreselleşmedir aslında. Çünkü küreselleşme en büyük araç olarak iletişim kanallarını kullanmaktadır. Bu kanallarda da en büyük pay sosyal iletişim platformlarıdır. Bu küreselleşme aslında Z kuşağı ile Yeni bir Dünya Düzeni kurma projesidir. Bu projede küreselleşme yukarıda da geçtiği üzere tamamen bağımlılık ve bağımlılık üzere kuruludur.<sup>42</sup> İşte tam da bu noktada dijital ortamların küresel mahremiyeti(!) içinde kişinin mahremiyeti erimektedir. Kişi artık mahremiyet olarak dijital ortama ayak uydurmaktadır. Bu anlayış türünün egemen olduğu yerde de dinden, hukuktan ve ahlaktan bahsedilememektedir.

Modern düşünce yapısının ilk devirlerinde pozitivizmin ve sekülerizmin bilgiye olan yaklaşım tarzının güçlenmesiyle dini düşüncenin ve

<sup>39</sup> Gülşah Aydın, “Sosyal Medya ve Kriz İletişimi”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 13/3 (2020), 1208.

<sup>40</sup> Saniye Vatandaş, “Mahremiyetin Dönüşümü ve İletişim Araçları”, *Humanitas Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/16 (2020), 451

<sup>41</sup> Lovink, *a.g.e.*, s.63.

<sup>42</sup> Mehmet Emin Balacan, *Sosyal Medya ve Gençlik*, (İstanbul: Bir Yayıncılık, 2017), 68.

dini bilginin ortadan kalkacağı öngörülmekteyken<sup>43</sup> bilhassa “Metaverse” olarak başı çeken sosyal medya platformları bunu “bağımlılık” ekseninde çok kolay bir şekilde çözmüştür. Artık tabiri yerindeyse sanal ve ferdiyetçi bir din oluşturulmakta, “dini tapınaklar” yerini “dijital tapınak”lara<sup>44</sup> bırakmakta ve toplum için “dijital ebeveynler”<sup>45</sup> ve “öğretmenler” oluşturulmaktadır. Bu yüzden de Z kuşağının sosyal medya kullanımını en büyük imtihanıdır.<sup>46</sup>

## SONUÇ

“Z kuşağı” üzerinde çok sayıda yazılan, çizilen ve konuşulan bir kuşaktır. Bunun da böyle devam edeceği konusunda hiç şüphe yoktur. Sanki bu kuşak “sanal”ın vücut bulmuş halidir. Ancak bu nesil kanımızca sloganlaştırılmadan ve ötekileştirilmeden kazanılmalıdır. Kuşağın bulunduğu sosyal platformlar “mahremiyet” ekseninde yeniden dizayn edilmelidir. Kuşağı bu mecralara haps etmeden, içine düştükleri sosyal medya krizinden kurtarmalı, bu mecralarda bulunmalı ve onlarla tüm sanal ve sosyal kanallar kullanılarak iletişime geçilmelidir. Kuşağı büyük planda tehdit eden “siber güvenlik” konusunda devlet nezdinde tüm tedbirler ele alınıp uygulanmalıdır. Yaşamış oldukları benlik krizinden gereken bilinçlendirme faaliyetleri (sempozyum, forum, panel, konferans vb.) yapılarak kurtarılmalıdır. Yaptıkları her türlü sanal faaliyette gerek dinen gerek hukuken gerekse de ahlaken sorumlu oldukları bilinci bu gençlere aşılmalıdır.

Son olarak kuşak adına mahremiyet kırılması son derece tehlikeli bir noktaya gelmiş bulunmakta olup kuşak kazanımı yine sosyal medyanın varlığı çerçevesinde, sosyal medyanın legal ve etik kullanımıyla olacaktır.

<sup>43</sup> Balacan, *Sosyal Medya ve Gençlik*, 71.

<sup>44</sup> Haluk Özdil, *Dijital Tapınak*, (İstanbul: Destek Yayınları, 2020), 7.

<sup>45</sup> Mustafa Bostancı, “Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı”, *Online Academic Journal of Information Technology*, 10/38 (Yaz 2019), 120.

<sup>46</sup> Abdülaziz Kıranşal, *Gençler İçin Sosyal Medya İlmihali*, (Ankara: MGV Yayınları, 2015), 31.

## KAYNAKÇA

- Ataç, Cihan. *Ulusal Siber Güvenlik Stratejisi Oluşturma Sürecine Bir Bakış*, Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019
- Atasoy, Kemal. “Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medyada Kişisel Verilerin Korunması ve Veri Sahibinin Rızası,” *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22/2 (2016), 270-301.
- Aydın, Bermal. “Sosyal Medya Mecralarında Mahremiyet Algısının Dönüşümü”, *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3/5 (2014), 131-146.
- Aydın, Gülşah. “Sosyal Medya ve Kriz İletişimi”, *Selçuk İletişim Dergisi*, 13/3 (2020), 1202-1230.
- Balacan, Mehmet Emin. *Sosyal Medya ve Gençlik*, İstanbul: Bir Yayıncılık, 2017
- Bilbil, Karayel Emel-Atalay, Didem. “Sosyal Medya Ekseninde Mahremiyetin Dönüşümü ve Benlik İnşası”, *Global Media Journal*, 10/20 (2020), 176-195.
- Bilingenç Tubitak, “X,Y,Z Kuşağı... Peki ya ötesi?” (Erişim 1 Ocak 2021). <https://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/x-y-z-kusagi-peki-ya-otesi>.
- Budak, Hatice. “Sosyal Medya İletişiminde Mahremiyetin Serüveni”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7/1 (2018) 146-170.
- Bostancı, Mustafa. “Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı”, *Online Academic Journal of Information Technology*, 10/38 (2019), 116-128
- Boğaziçinde Bilim, “Sosyal Medyada Mahremiyete Yeterince Önem Vermiyoruz”, (Erişim: 21 Aralık 2021). <https://bogazicindebilim.boun.edu.tr/content/sosyal-medyada-mahremiyete-yeterince-onem-vermiyoruz>
- CNNTürk, “Twitter Kişisel Veri İhlali ile Gündeme Geldi (Erişim: 17 Aralık 2021). <https://www.cnnturk.com/teknoloji/twitter-kisisel-veri-ihlali-ile-gundeme-geldi>
- Çakır, Hamza. “Sosyal Medya ve Kaybedilen Mahremiyet”, *Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile*, Ankara: DİB Yayınları, 2018,
- Çalık, Nilüfer Sena. “Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fıkhî Açından Değerlendirilmesi”, *TARR Dergisi*, 3/1 (2018), 25-44.
- Çekiç, Sevdegül-Ayengin, Tevhit. “Sosyal Medyadaki Mahremiyet İhlallerinin Bazı Fıkhî Yansımalarına Dair”, *Mütefekkir Dergisi*, 8/15 (2021), 71-93.
- Çekiç, Sevdegül. “Sanal Dünyada Mahremiyet ve Özel Hayat”, *TEVİLÂT Dergisi*, 1/2 (2021), 45-65.
- Dereli, Mustafa Derviş. “Gözetim Toplumunda Sosyal Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü”, *Din ve Gelenek Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyu-*

- mu, Samsun: Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, ed. Yavuz Ünal vd., 2016, 530-544.
- Duran Hukuk, “Adıma Sahte Hesap Açılması Suç Mudur?” (Erişim: 1 Aralık 2021). [https://www.duranhukuk.com/adima-sahte-hesap-acilmasi-suc-mudur/\(erişim: 01.11.2021\)](https://www.duranhukuk.com/adima-sahte-hesap-acilmasi-suc-mudur/(erişim: 01.11.2021))
- Ergen, Yunus. “Büyük Veri, Sosyal Medya ve Etik: Facebook Örneğinde Bir Değerlendirme”, *Yeni Düşünceler Dergisi*, 10 (2018), 53-64.
- Fetullahoğlu, Rukiye Nur. *Sosyal Medyada Mahremiyet: X ve Y Kuşığı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Bursa: Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2021.
- Giddens, Antony. *Mahremiyetin Dönüşümü*, Çev. İdris Şahin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2010.
- Güvenli Web, “Güvenli İnternet”, (Erişim: 20 Aralık 2021). <https://www.guvenliweb.org.tr/>
- Güvenli Net, “Güvenli Web”, (20 Aralık 2021). <https://www.guvenlinet.org.tr/>
- Hacıbekiroğlu, Müberra. *Sosyal Medya Kullanımına Bağlı Değişen Mahremiyet Algısı ve Dindarlık İlişkisi*, Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Hacıkeleşoğlu, Hızır. “Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlaki Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 21/2 (2021), 877-907.
- KVKK, “KVKK”, (Erişim: 16 Aralık 2021). <https://kvkk.gov.tr/>
- KVKK, “6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanununun Amacı ve Kapsamı”, (Erişim:15 Aralık 2021). <https://www.kvkk.gov.tr/Icerik/4185/6698-Sayili-Kisisel-Verilerin-Korunmasi-Kanununun-Amaci-ve-Kapsami> (erişim: 21.12.2021)
- Kaspersky, “İnstagram Hijack New Wave”, (Erişim: 18 Aralık 2021). <https://www.kaspersky.com.tr/blog/instagram-hijack-new-wave/5782>
- Kıranşal, Abdülaziz. *Gençler İçin Sosyal Medya İlmihali*, Ankara: MGY Yayınları, 2015.
- Kozan, Ersin. “Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanımında Mahremiyet Alımlamasının Boyutları Üzerine Bir Araştırma”, *International Social Sciences Studies Journal*, 7/83 (2021), 2492-2507.
- Lovink, Geert. *Sosyal Medyanın Dipsiz Kuyusu*, Çev. Deniz Esen, İstanbul: Otonom Yayıncılık, 2016
- Mevzuat, “Mevzuat Metin”, (Erişim 15 Aralık 2021). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6698.pdf> (erişim:21.12.2021)
- NTV, “Facebook’a 1 Milyon 600 Bin Liralık Veri İhlali Cezası”, (Erişim: 21 Aralık 2021), <https://www.ntv.com.tr/teknoloji/facebooka-1-milyon-600-bin-liralik-veri-ihlali-cezasi,Ap96Ctbbfky3gKe-1w9J9w>

- Öğüt, Salim “Mahrem”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 27/388. Ankara: TDV Yayınları, 2003.
- Özgül, Haluk. *Dijital Tapınak*, İstanbul: Destek Yayınları, 2020.
- Öztürk, Ali. *Yeni Medya Araçlarının Mahremiyet Algısındaki Dönüşüme Etkisi*, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.
- Polat Çömez, Filiz-Tekdemir, Göklem. “Sosyal Medyada Müslüman Kimlik Algısı İslami Fenomenler ve Twitter Örneği”, *MEDİAD*, 3/2 (2020), 165-180.
- Resmi Gazete, “Eskiler”, (Erişim: 22 Aralık 2021).  
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200731-1.htm>
- Sarı, Onur. *Uluslararası Hukuk ve Türk Ceza Hukuku Bağlamında Siber Güvenlik ve Bilişim Sistemine Yönelik Suçlar*, İstanbul: Harp Akademileri, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, 2013.
- Sığın, İbrahim. *Sosyal Medya Kullanan Gençlerin Mahremiyet Algısının İncelenmesi*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019
- Şimşek, Turan. “Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası ‘Instagram Örneği’”, *Sosyolojik Düşün Dergisi*, 4/1 (2019), 10-24.
- Sputniknews, “Instagramda Veri İhlali Ayda 1 milyon Instagram Kullanıcı Bilgisi Dev Şirketlere Pazarlandı” (Erişim 3 Ocak 2021).  
<https://tr.sputniknews.com/20190808/instagramda-veri-ihlali-ayda-1-milyoninstagram-kullanici-bilgisi-dev-sirketlere-pazarlandi-1039879687.html>
- TRT Haber, “Sosyal Medya Düzenlemesi Yasalaştı”,  
<https://www.trthaber.com/haber/gundem/sosyal-medya-duzenlemesi-yasalasti-505405.html>
- Türkoğlu Semiz, Hülya. “Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçümlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *İstanbul University Journal of Communication Sciences*, 54 (2018), 163-189.
- Utma, Seçil. “Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyetin Serüveni”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11/59 (2018), 1194-1204.
- Vatandaş, Saniye. “Mahremiyetin Dönüşümü ve İletişim Araçları”, *Humanitas Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/16 (2020), 437-458.



# DİJİTAL ÇAĞ VE AHLAKİ DEĞERLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

Betül Özden\*

## ÖZET

Teknolojik gelişmeyle birlikte, mobil iletişim teknolojileri aracılığı ile veri ve enformasyon erişiminin zaman ve mekandan bağımsız hale gelmesi kısa zamanda daha çok bilgiye ulaşım sağlamıştır. Ana teması iletişim olan, gelişen teknolojiye paralel olarak artan sosyal medya platformları ile günümüzde olumlu, olumsuz pek çok değişim yaşanmaktadır. İnsanda tabi olarak bulunan öğrenme ve taklit etme gibi özelliklerin ahlaki değerlere aykırı şekilde sosyal medya ile karşılanmış olması bazı tehlikeler arz etmektedir. Özellikle günümüzde 20'li yaş ve öncesini kapsayan yani teknolojinin içine doğan bir kuşak olan Z kuşağının, sosyal medyaya olan kontrolsüz ilgisi, ahlaki değerlerimizde istenmeyen değişimler meydana getirmiştir. Aile ve toplumun yaşam standartlarının da değişmesi ile yalnızlığa itilen gençlerin özgürlüğü teşvik eden sosyal medya platformlarında kendilerini bulmalarına sebep olmuştur. Gerçeklik algısının değişimi ile dijital paylaşımlara karşı bağımlılığın geliştiği bu döneme dijital çağ diyoruz. Bu dönemde artan sosyal medya platformlarının yanlış kullanımı zamanla insanda, temelde var olan temiz duyguların ve toplumda saygı ve değer atfedilen kavramların algı değişimine sebep olmuştur. Özellikle dijitalden beslenen Z kuşağı kendisine çizmiş olduğu sanal bir profil ile zihninde kurguladığı gerçek dışı bir dünya yaşamaktadır. Ancak toplumsal bir yaşantısı olan insan gerçekteki kimliği ile uyuşmadığında etik olmayan davranışlarda bulunabilmek-

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Temel İslam Bilimleri, Tefsir Bölümü  
Yüksek Lisan Öğrencisi

tedir. Psikotrop madde etkisi yaratan sosyal medya ile tek tipleştirilen insan dejenere olmuş bir figür olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanda doğal olarak bulunan haya, edep ve iffet gibi duygular ahlaki eylemlerin belirleyicisidir. Ancak sosyal medyanın karanlık yönü ile bu meziyetlerin tahrip edilmesi kişisel, ailevi ve toplumsal mahremiyete dair yapılan paylaşımların artmasına sebep olmuştur. Zamanla yapılan bu paylaşımlar ahlaki değerlerin yok olmasına neden olmuştur. Nitekim geçmiş milletlerin tarihini incelediğimiz de medeniyetlerin varlıklarını sürdürdürebilmeleri ve ilerlemeleri ahlaki değerler ile paralellik arz etmiştir. Bu çalışma da dijital çağın getirmiş olduğu teknolojinin gelişimi ile artan sosyal medya platformlarının genç kuşak üzerindeki etkisinden bahsedilecektir. Mahremiyet ilkesinin de ihlal edilmesi sonucu, ahlaki değerlerin bozulmaya uğradığına dair farkındalık kazandırılıp, Kur'an ve hadis ışığında bazı çözüm önerilerine değinilecektir.

### **ABSTRACT**

With the technological development, the fact that data and information access through mobile communication technologies has become independent of time and space has provided access to more information in a short time. Today, many positive and negative changes are experienced with social media platforms, the core of which is communication and increasing in parallel with the developing technology. The fact that features such as learning and imitation, which are inherent in human beings, are met with social media contrary to moral values presents some dangers. Especially today, the uncontrolled interest of the Z generation, which covers the 20s and before, that is, a generation born into technology, has brought undesirable changes in our moral values. The change in the living standards of the family and society has caused the young people who are pushed to loneliness to find themselves on social media platforms that promote freedom. We call this period when the addiction to digital sharing develops with the change in the perception of reality, the digital age. The misuse of social media platforms, which has increased in the digital age, has led to a change in perception of the basic feelings of people and

the concepts attributed to respect and value in the society. Especially the generation z, fed by digital, lives in an unreal world that they have created in their minds with a virtual profile they have drawn for themselves. However, a person who has a social life can engage in unethical behaviors when it does not match with his real identity. The human being, who is standardized by social media, which creates the effect of psychotropic substances, appears as a degenerate figure. Emotions such as modesty, decency and chastity naturally found in humans are the determinants of moral actions. However, the dark side of social media and the destruction of these virtues have led to an increase in the sârin of personal, family and social privacy. These sharings over time have caused the destruction of moral values. As a matter of fact, when we examine the history of past nations, the survival and progress of civilizations were parallel to moral values. In this study, the effect of social media platforms, which has increased with the development of technology brought by the digital age, on the younger generation will be mentioned. It will raise awareness about the deterioration of moral values as a result of the violation of the principle of privacy, and some solution suggestions will be mentioned in the light of the Qur'an and hadith.

## GİRİŞ

İletişim toplumun esas unsurlarındandır. Gelişim ve teknoloji ancak iletişim varsa mümkün olur. Bilim, sanat, sağlık, sanayi veya spor alanlarında yaşadığımız tüm gelişmelerin temelinde iletişim vardır. Günümüzde radyo, televizyon veya bilgisayar sayesinde tüm dünyadaki ilerlemeleri takip edebiliyoruz. Bir yerde yeni bir icat olsa, salgın olsa veya yeni bir tedavi bulunsa bunu öğrenebiliriz. İletişim zaman içerisinde çok ciddi gelişim göstermiştir. İlk olarak matbaanın bulunması ile basılı olan iletişim sonrasında analog ve dijital teknoloji şeklinde ilerleme göstermiştir. Johannes Gutenberg 1450 yılında matbaayı keşfedip tarihin en önemli buluşuna imza atmıştır.<sup>1</sup> Sonrasında telgrafın icadı ile analog

<sup>1</sup> Mehmet Emin Begtimur, "İlk Matbaanın Mucidi", *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi* 12 (29 Aralık 2018), 160-168.

dönemine geçilmiştir. Bu dönemde sırasıyla telefon, telsiz, radyo, gramofon, fotoğraf ve sinema gibi görsel ve işitsel ses iletimini sağlayan yeni buluşlar ile geleneksel medya dönemi tamamlanmıştır. Bilgisayar ve ağ teknolojilerinin kullanılmasıyla iletişim teknolojilerinin dijital çağ dönemi başlamıştır. Çeşitli kullanım alanlarıyla günümüze hakim iletişim teknolojisi haline gelmiştir. Gelişen cep telefonu ve ağ teknolojisi, medya platformlarının çok ve çeşitli hale gelmesine yol açmıştır.

Günümüzde medya platformları sosyal yaşamın ana kaynağı gibi gösterilmiş ve yeni adını almıştır. Yeni ve daha çok ilgi gören adı ile *sosyal medya* web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin yapılanmalarının, kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren, internet tabanlı uygulamaların bütününe denilmektedir.<sup>2</sup> Instagram, twitter, facebook, snapchat veya pinterest gibi uygulamalar sosyal medya platformlarıdır. Kullanıcılar istedikleri paylaşımları özgürce yapabilmektedir. Kullanıcının paylaştığı verilerin doğru kabul edilmesi ve kullanıcının isteğine göre şekillenmesi nedeniyle yaş sınırı, paylaşım kısıtlaması veya ahlaki bir ölçütü yoktur. Sosyal medya masrafsız hızlı ve daima erişime açıktır. Paylaşımında bulunmak için bir lisansa ihtiyaç yoktur. Anında etki ve tepki mevcuttur. Herhangi bir baskı söz konusu değildir. Herkese eşit fırsatlar verilmiştir. Esas olan özgürlüktür. Dolayısı ile eşitliği savunan ve özgürlüğüne düşkün olan dijital çağın yıldızları gençlerin sosyal medyayı kullanmaları kaçınılmaz olmuştur. Özellikle tarihi konusunda henüz net bir bilgi olmamakla birlikte 1997 veya 2000 yılından günümüze kadar olan zamanda doğan kişiler olup, küçük yaşlardan itibaren internet ve dijital teknoloji ile iç içe büyüyen *Z kuşağı* olarak adlandırılan nesil, tamda bu çağın merkezindedir. Bu nedenle sosyal medyanın içine doğan bu gruba dijital yerliler denilmiştir. Z kuşağı nüfusunun, Türkiye nüfusuna olan oranına göre yapılan bir çalışmada %16-17 aralığında olduğundan bahsedilmiştir.<sup>3</sup> Ancak ku-

<sup>2</sup> Andreas M. Kaplan - Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons* 53/1 (01 Ocak 2010), 59-68.

<sup>3</sup> Ahmet Ferda Seymen, "Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülleri ile İlişkilendirilmesi", *Kent Akademisi* 10/32 (15 Aralık 2017), 467-489.

şağın dönem aralığı henüz tamamlanmadığı için nüfus artış oranına göre bu kuşaktakilerin sayısının değişiklik göstermesi beklenmektedir.

Teknolojinin kullanımında ahlak önemli bir kavramdır. Ahlak insan davranışları ve onun en iyi biçimi şeklinde yorumlanabilir. Alışkanlık, karakter veya huy gibi özellikleri yansıtır. İnsanın gelişimi sırasında ihtiyacı olan değişimi anlatır. Ahlaki değerler denilince toplumda kabul edilebilir, inancın getirdiği doğru yaşam şekilleri anlaşılır. Ahlak paylaşım, saygı, sevgi, hoşgörü ve dürüstlük gibi erdemlerin bütünüdür. Ahlaki değerleri olan toplumlar kalıcı ve huzurludur. Aksi halde zorbalık, haksızlık, hırsızlık ve arsızlık olur. Üzerinde durmak istediğimiz temel ahlaki değer olan mahremiyet, kişinin sahip olduğu gizlilik ilkesine bağlı olan bir meziyettir. Sosyal medyanın yanlış kullanımı ile kullanıcıların mahremiyetinde zafiyet göstermesi ahlaki bozulmalara sebep olmaktadır.

### **Ahlaki Değerler ve Kişisel Sorumluluk Bilincinin Dijital Çağa Etkisi**

Ahlak, Arapça bir kelime olup yaratma, yaratılış ve yaratılmış anlamlarına gelen hulk ve huluk kelimelerinin çoğuludur. Türkçe’de ise tekil olarak kullanılmaktadır. Ahlak, insan ve diğer bütün canlıların yaratılış durumunu ifade eder. Ahlakın iki yönü vardır.

**Fıtri/tabii ahlak:** İnsan tabiatında mevcut olan iç kuvvetler yani yeteneklerdir. Bunlar cömertlik, ihtiras, şehvetle ilgili arzular, öfke, iffet, haya, huy, mizaç ve karakter gibi kabiliyetlerdir.

**Kazanılmış/kesbi ahlak:** İnsan da fitraten olan ahlakının çevre etkisi veya eğitim yoluyla şekil almış olması ya da pratiğe dökülmesidir.<sup>4</sup>

Bu tanımlara bakarak bizim kıstas olarak ileri sürdüğümüz ahlaki değer insanda temelde var olan, iç donanımı ile davranışlarının uygunluk arz etmesidir. Yani çağın sonradan getirdiği değişimlerin insan üzerindeki etkileri, iyi ya da kötü ahlaklı olmayı belirler. Ahlaki değerler olmadan sadece bilimin ve teknolojinin ilerlemesi insanlar için tehlike

<sup>4</sup> Hüsamettin Erdem, *Ahlak Felsefesi* (Konya: Hü-Er Yayınları, 2003).

arz eder. Bu nedenle dijital çağı ahlaki değerlere paralel olarak ele almak gerekir. Ahlaki değerler kişilerin ve toplumların güvenli, huzurlu ve mutlu bir şekilde yaşamalarına yardım eder.<sup>5</sup> İnsanı maddi ve bedeni hazlara karşı aşırı düşkünlükten korumayı ifade eden iffet<sup>6</sup> ile nefsin çirkin davranışlarından rahatsız olup onları terk etmesi anlamına gelen haya<sup>7</sup> birbirini tamamlayan önemli bir ahlaki değer olan mahremiyeti oluşturur. Mahrem, Arapça haram kelimesinden gelmekte olup Allah-u Teala'nın bizler için koyduğu yasaklardır. Mahremiyet ise aynı kökten gelip 'bir şeyin gizli hali' anlamına gelmektedir.<sup>8</sup>

Mahremiyet kavramının içeriği her topluma göre farklılaşmaktadır. Ancak herkesin kendi mahremiyet çizgisini sadece kendisinin belirleyebileceği anlamına gelmez. Bu sınırı belirlemede asıl olan ölçü ilahi ölçüdür. Mahremiyetin korunmuş olması insandaki haya ve iffet duygusunun korunmasının bir göstergesidir. İslam devletlerinde mahremiyete önem verilmiştir. Örneğin; Anadolu evlerinde kapılara iki tokmak takılırdı, bunlardan üstte olup kalın ses çıkararı erkek misafirler kullanırdı. Alttaki ince sesli olanı ise kadın misafirler ve ev halkı kullanırdı. Böylece ev halkı hazırlıksız yakalanmamış olurdu. Ancak günümüzde ev ve aile mahremiyetinin ihmal edilmesi İslam ahlakından uzaklaşmaya ve sosyal medyanın da etkisi ile gayri Müslümlere benzemeye sebep olmuştur. Allah-u Teala'nın gazap ettiği kimselere gizli ve açık benzerlik; Fatıha Suresi'ndeki "gazaba uğramışların ve sapmışların yoluna değil"<sup>9</sup> mealindeki ayetin içeriğine ters düşmektedir. Hz. Muhammed (sav) bir hadisi şerifinde "herhangi bir topluluğa benzemeye çalışan onlardandır" buyurmuştur.<sup>10</sup>

<sup>5</sup> Mustafa Şengün, "Ahlaki Gelişimin Psiko-Sosyal Dinamikleri", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 23/23 (01 Haziran 2007), 201-221.

<sup>6</sup> Mustafa Çağrı, "İffet", *TDV İslâm Ansiklopedisi* (İFAV yayınları, 1989), 506.

<sup>7</sup> Râgıb el-İsfahânî, "ez-Zerî'a ila Mekârimi's-Şerî'a", *el-Müfredât* (Kahire, 1405), 288-290.

<sup>8</sup> Abdullah Yeğin vd., *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Büyük Lûgat* (İstanbul: Türdav, 1993).

<sup>9</sup> "Fatıha", 7/17.

<sup>10</sup> Ebû Dâvûd Süleymân b. el-Eş'as b. İshâk el-Ezdî es-Sicistânî, *Sünenü Ebî Dâvûd* (Beyrût: Müessesetü'l-Kütübî's-Sekafiyye, ts.).

İffet ve mahremiyetin temeli olan haya duygusu, eğitim ve terbiye yoluyla geliştirilir. Dini eğitim ve terbiye bu anlamda çok önemlidir. Bu duyguların kökeninde imân olduğunu görürüz. Hz. Peygamber (sav), “her dinin bir ahlakı vardır, İslam ahlakının özü de hayadır”<sup>11</sup>, “iman yetmiş küsur şubedir haya da onlardan bir tanedir”<sup>12</sup> buyurarak iman ile hayanın bir bütün olduğunu söyler. Bu nedenle gençlerimize hayır ve iyiliğe sevk eden, kötülükten alıkoyan ahlaki değerlerin eğitimi verilmedir. İffet, haya, edep ve mahremiyet gibi kavramlar kadın/erkek herhangi bir ayırım olmadan herkesi ilgilendirmelidir. Bu dijital çağ döneminde sosyal medya platformlarının artması ile mahremiyet ilkesinden bağımsız, ölçüsüzce ve sınır tanımadan kullanımı kişisel ailevi ve toplumsal pek çok ahlaki çöküntülere sebep olmaktadır. Gençlerimizi sanal dünyaya mahkûm eden bu çağda bilinçlendirilmeye ihtiyacımız var. Hz. Muhammed (sav) gençlere değer vermiş ve onlara sorumluluklar yüklemiştir. Muaz b. Cebeli henüz 21 yaşında iken yemene kadı ve öğretmen olarak tayin etmiş ve 18 yaşında olan Hüsame b. Zeydi Rumlarla savaşı için ordunun başına geçirmiştir.<sup>13</sup> Sorumluluk duygusu ile mahremiyet arasında da sıkı bir ilişki vardır. Sorumluluk sahibi kimsenin üzerine düşeni yapması, başkalarının haklarına saygı göstermesi ve kendi davranışlarının sonuçlarını üstlenebilmesi anlamına gelmektedir.<sup>14</sup> Bu şekildeki sorumluluk sahibi gençlerin aynı zamanda mahremiyet ilkesine riayet ettiklerini görmekteyiz.

Dijital çağ, yaşam alanımızda birçok kolaylıklar sunduğu gibi gelişen teknolojisi ile artan sosyal medya platformlarının yanlış kullanımına bağlı olarak ahlaki değerlerimizde bir algı değişimine neden olmaktadır. Özellikle Z kuşağında bu değişimler net bir şekilde gözükmektedir. İnsanın yaratılıştan sahip olduğu doğal ahlak duygusuna bağlı olarak gelişen iffet ve haya duygusu her insanda olan fitri bir duygudur. Hz. Âdem ve Hz. Havva yaratıldıklarında cennetteydiler ve avret yerleri cennet elbi-

<sup>11</sup> İbn Mâce, (nşr. M. Mustafâ el-A‘zamî), *es-Sünen* (Riyad, 1403).

<sup>12</sup> Ebü'l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc Müslim, “İman”, *el-Câmi‘u’s-şâhih* (Kahire, 1955).

<sup>13</sup> Said Abdülazim, *Çocuk Yetiştirmede Nebvi Yöntem (10 yaş ve üzeri)* (İstanbul: Polen, 2007).

<sup>14</sup> Rukiye Karaköse, *Ailede Sorumluk Eğitimi* (İstanbul: Timaş, 2010).

seleriyle örtülüydü. Allah-u Teala'nın kendilerine yasaklamış olduğu ağacın meyvelerinden yemeleri üzerine avret yerleri açıldı ve birbirlerinin avret yerlerine şahit oldular. Panikle orada buldukları yapraklarla avret yerlerini örtmeye ve birbirlerinden gizlemeye çalıştılar.<sup>15</sup> Bu olay, Şeytan'ın ilk vesvesesi ile insanlığın yapmış olduğu ilk günah oldu.

Herhangi bir telkin olmadan üzerlerini örtmek istemeleri, insanda haya duygusunun fitrattan geldiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte vücudun dinen uygun olmayan ölçüde teşhir etmeninde doğal ahlak duygusuna aykırı olduğu kanıtlanmaktadır. Yine Kur'an'ı Kerim'de bir iffet örneği olan Hz. Yusuf'tan bahsedilir. Güç ve makam sahibi güzel bir kadının yapmış olduğu uygunsuz teklif karşısında Hz. Yusuf'un rahatsız olduğu, Allah'a sığındığı ve orayı terk etmek istediği anlatılır.<sup>16</sup> Hz. Yusuf nefesine yenik düşmeyerek doğru olanı yapmıştır. Yine Yusuf Sure-sinde Allah (cc) Hz. Yusuf'un bu davranışını mükâfatlandırdığından bahsedilir. "Yusuf ergenlik çağına erişince ona isabetle hükmetme yeteneği ve ilim verdik. İşte güzel davrananları biz böyle mükâfatlandırırız".<sup>17</sup> Allah-u Teala fitraten erkek ve kadını birbirine meyilli olarak yaratmıştır. Kur'an'ı Kerim, Yusuf (as)'ın bu sınavı geçmesi ile insanın cinsellikteki meyil ve arzularının dizginlenebileceğinin nebevi bir örneğini sunmuştur. Günümüzde sosyal medyanın yalnızlığa sevk etmesi ve dijital kuşağında yalnızlığı, özgür olmayı ve kendi kurallarını kendisinin koymasının gerekliliğini savunması bazı hataların daha kolay yapılmasına neden olmuştur. Haya duygusunun zamanla kaybolmasına sebep olmuştur. Küçük veya büyük bütün günahların yalnız ortamlarda işlenmesi daha kolaydır. Günümüzde çevre baskısı, anne/baba kontrolü ve toplumun geleneksel koruma güdülerinin de bu dijital çağa paralel olarak zamanla azalmış olması, gençlerin ahlakını olumsuz etkilemiştir. Gençlerin ahlaki değerlerden uzak sanal bir dünya kurmalarına sebep olmuştur.

---

<sup>15</sup> "A'râf", 7/19-22.

<sup>16</sup> "YusuF", 12/23-25.

<sup>17</sup> "YusuF", 12/22.



Sosyal medyanın yanlış kullanımı ahlaki değerlere zarar vermektedir. Gençlerimizin gerçekte olan bağlarını kopartarak, özendikleri ben merkezli dünyayı kurgulamalarına sebep olmaktadır. Zaman içerisinde dijital yerliler dediğimiz yeni nesil onaylamadığı yanlış olan şeyleri yapmaya başlamıştır. Amaçları doğrultusunda yapılanın mübah olduğu düşüncesi ahlaki kayıplara neden olmaktadır. Z kuşığı ilk başta tanık oldukları görsel ve işitsel uyaranların psikotrop etkisi ile daha fazla zevk almakta ve sosyal medya bağımlılığı gelişmektedir. Bireysel paylaşımları zaman içerisinde mahremiyeti zedeleyici bir hale dönüşmektedir. Geleceğimiz olan gençlerin sosyal medyadaki paylaşımlardan etkilenerek kendi vücutlarına zarar vermeleri, çeşitli madde kullanımı ve ahlaki değerlerimize aykırı yaşam sürmeleri cazip hale gelmiştir.<sup>18</sup> Sosyal medya platformlarında kırmızı rengin ağırlıklı olması dikkat çekicidir. Kırmızı renk bilindiği üzere enerjiyi simgeler. Duyguları uyandırarak harekete geçme hissi uyandırır. Vücutta gözler en yoğun veri girişi sağlayan organdır. Sosyal medyanın kullanıcılarını bağlamasındaki en etkin yol, göz ile algılanan dikkat çekici materyalleri kullanmasıdır. Sosyal medya çok yönlü bir olaydır. Bir kısım kullanıcı masumane paylaşım yaparken, bir kısım kullanıcı ise para kazanabilmek için sosyal medyayı çekici hale getirmektedir. Mevcut paylaşımların bir sınırının olmayışı bozulmaların temelini oluşturmaktadır. Normal bir kullanıcının da zaman içerisinde değişimine ve ahlaki değerlerinin kaybolmasına neden olmaktadır.

Sosyal medyada oluşturulan sanal dünyada kişiler zaman içerisinde gerçeklik algısını kaybetmektedir. Gerçekle bağdaşmayan ahlaki değerlerin bozuk olduğu bu farazi yaşamda gençlerimiz gerçek sevgiyi, aşkı, muhabbeti ve dostluğu kaybetmektedirler. Mevlana hazretlerinin şu sözleri bu konuya tercümandır “insaf et aşk iyi bir şeydir onu zedeleyen ise senin kötü huylarıdır sen şehvete aşk adını koymuşsun ah bir bilsen şehvetle aşk arasında ne uzun bir mesafe var”.<sup>19</sup> Bu sanal dünya birçok

<sup>18</sup> Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, “2014-2017 uyuşturucu ile mücadele faaliyet raporu”, Ankara: .

<sup>19</sup> M. Nuri Gençosman, *Mevlânâ'nın Rubaileri I-II* (İstanbul: MEB, 1988).

ahlaki değerimizi zedelemektedir. Mahremiyetin bozulması da bunun en önemli göstergesidir.

Ebu Zer'in bir rivayetine göre; Hz. Muhammed (sav) buyurdu ki; "Kim izinsiz birinin evindeki perdeyi aralar bakarsa haddi aşmış olur bu davranış caiz değildir, hatta bu esnada ev sahibi bu adamın gözünü çıkarsa diyet ödemesi gerekmez. Ancak bir adam açık kapıdan içeri bakar da evdekilerin mahrem yerlerini görürse bu yüzden günaha girmez. Hatta ve günah kapısını açık bırakan mahremiyete dikkat etmeyen ev sahibine aittir".<sup>20</sup> Bu hadisten de anlaşıldığı üzere mahremiyeti korumak bizi sorumluluğumuzdadır ve asla kaybetmememiz gereken değerler arasındadır. Demokratik toplumlarda mahremiyet kazanılmış bir haktır. Bozulması halinde hak talep edilebilirken, sosyal medya bu mahremiyetin bozulmasını teşvik etmektedir. Nitekim kişisel, ailevi ve toplumsal mahremiyete dair yapılan paylaşımlar aynı zamanda muhatapların hasedini ve nazarını celbetme riski arz etmektedir. Hadisi şerifte "ihtiyaçlarınızı elde etmede gizlilikten istifade edin çünkü her nimet sahibine haset edilir"<sup>21</sup> buyrulmuştur. Yediğimiz, giydiğimiz veya kullandığımız bütün nimetlere onlardan mahrum olanların gözlerinin takılı kalmasına mahal vermemek adına mahremiyeti esas almak inanan/inanmayan her insanın ahlaki bir sorumluluğudur. Her kuşak yaşadığı çağın izleyicisi ve şekillendiricisidir. Bu nedenle genç kuşağın kişisel mahremiyetini koruması da büyük önem arz etmektedir. Kişinin mahremiyetini koruyabilmesi Allah'a topluma kendisine ve eşyaya karşı sorumluluklarını bilmesi ile mümkündür. Yani yanlış ve kötülüğe mahal vermemek adına kişiler mahrem bilgilerini korumakla yükümlüdür.

## SONUÇ

Teknolojinin getirdiği imkanların iki uçlu bir bıçak gibi hayra da şerre de kullanılabilmesi unutulmamalıdır. Sosyal medyanın ruhsal ve fiziksel sağlığımızı olumsuz etkileyen zararlarından korunulmalıdır. Kötülüklerin daha da örgütlendiği ve çeşitli istismara sebep olan boyutun-

<sup>20</sup> Ebü'l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc Müslim, "Âdâb", *el-Câmi'u's-şâhîh* (Kahire, 1955).

<sup>21</sup> Abdurrahman Suyuti, *el-Câmiu's-Sağîr fî Ehâdîsi'l-Beşîri'n-Nezîr* (Beyrut, 1990).

dan korunmalı sanal dünyanın yalnızlaştırdığı gençlerin, inançlarına ve zihin dünyalarına hükmetmesine fırsat verilmemelidir. Sosyal medya kullanımında imanımızın hudutları ölçü alınmalıdır. Kaleyi içten fethetmek isteyen sosyal medya platformlarının, gençlerimizin zihinsel faaliyetlerinin yönetimini ele geçirmesi ile inancımızın ve ahlaki değerlerimizin bozulmasına engel olunmalıdır. Sosyal medyayı kullanırken de ahlaki prensiplere uyulmalıdır. Her nimet gibi bunlarında uhrevi mesuliyeti vardır. Haramlara geçiş köprüsü gibi kullanılan ya da aileler için aslını yitirme nedenlerini taşıyan teknoloji bir alkol işlevi görmektedir. Müslüman bir ülke olarak imanımızın koymuş olduğu hudutları aşmamak bizim görevimizdir. Bir mü'min olarak yeniliklere açık olunmalıdır. Ancak ahlaki değerlerimizi ve insani reflekslerimizi yok etmesine izin verilmemelidir. Yenilikler kendi potamıza çevirilmeli sınırlar ahlaki ölçüde belirlenmelidir. Hz. Muhammed (sav) " Salih bir adam için mal ne güzel bir nimettir" <sup>22</sup> sözleri de bu konuya bir işarettir. Bu hadisten de hareketle bu dijital çağda sosyal medyayı hayra da şerre de dönüştüren insanın kendisidir. Çünkü ahlak teknolojiye değil insana ait bir niteliktir. Tek tıkla günaha da sevaba da sebep olunabilecek bu dijital çağdan kopmak mümkün değildir. İnsan yaptığı her fiilin hesabını verebilme bilincinde olmalıdır. İmam Şafi'nin "kendini Hakk ile meşgul etmezsen bati seni işgal eder" <sup>23</sup> nasihatı düstur edilmelidir.

### KAYNAKÇA

- Abdülazim, Said. *Çocuk Yetiştirmede Nebevi Yöntem (10 yaş ve üzeri)*. İstanbul: Polen, 2007.
- Ahmed b. Hanbel, Ebû Abdillâh Ahmed b. Muhammed b. Hanbel eş-Şeybânî. *el-Müsned*. Beyrut, 1405.
- Begtimur, Mehmet Emin. "İlk Matbaanın Mucidi". *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi* 12 (29 Aralık 2018), 160-168.
- Çağrı, Mustafa. "İffet". *TDV İslâm Ansiklopedisi*. 21/506. İFAV yayınları, 1989.
- Erdem, Hüsamettin. *Ahlak Felsefesi*. Konya: Hü-Er Yayınları, 2003.

<sup>22</sup> Ebû Abdillâh Ahmed b. Muhammed b. Hanbel eş-Şeybânî Ahmed b. Hanbel, *el-Müsned* (Beyrut, 1405).

<sup>23</sup> Osman Nuri Topbaş, *Aklın Cinneti Deizm* (Yüzakı, ts.).

- Gençosman, M. Nuri. *Mevlânâ'nın Rubaileri I-II*. İstanbul: MEB, 1988.
- İbn Mâce, (nşr. M. Mustafâ el-A'zamî). *es-Sünen*. Riyad, 1403.
- Kaplan, Andreas M. - Haenlein, Michael. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53/1 (01 Ocak 2010), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karaköse, Rukiye. *Ailede Sorumluk Eğitimi*. İstanbul: Timaş, 2010.
- Müslim, Ebû'l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc. "Âdâb". *el-Câmi'u's-şâhih*. Kahire, 1955.
- Müslim, Ebû'l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc. "İman". *el-Câmi'u's-şâhih*. Kahire, 1955.
- Râgıb el-İsfahânî. "ez-Zerî'a ila Mekârimi's-Şeri'a". *el-Müfredât*. 288-290. Kahire, 1405.
- Seymen, Ahmet Ferda. "Y ve Z Kuşak İnsanı Özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 Stratejik Programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülleri ile İlişkilendirilmesi". *Kent Akademisi* 10/32 (15 Aralık 2017), 467-489.
- Suyuti, Abdurrahman. *el-Câmiu's-Sağîr fi Ehâdisi'l-Beşîri'n-Nezîr*. Beyrut, 1990.
- Süleymân b. el-Eş'as b. İshâk el-Ezdî es-Sicistânî, Ebû Dâvûd. *Sünenü Ebî Dâvûd*. Beyrût: Müessesetü'l-Kütübi's-Sekafiyye, ts.
- Şengün, Mustafa. "Ahlaki Gelişimin Psiko-Sosyal Dinamikleri". *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 23/23 (01 Haziran 2007), 201-221. <https://doi.org/10.17120/omuifd.23424>
- Topbaş, Osman Nuri. *Aklın Cinneti Deizm*. Yüzakı, ts.
- Türkiye Halk Sağlığı Kurumu. "2014-2017 uyuşturucu ile mücadele faaliyet raporu", 2017. Ankara:
- Yeğîn, Abdullah vd., *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Büyük Lûgat*. İstanbul: Türdav, 1993.

# DİJİTAL YERLİLERİN SOSYAL MEDYADAKİ MAHREMİYET ALGISI

Zehra Dere\*

## ÖZET

Bu çalışmanın amacı içinde bulunduğumuz ve her an etkileşim halinde bulunduğumuz teknolojik gelişmelerin içerisinde büyüyen sosyal medya ağlarında Z kuşağının ne şekilde konumlandığını araştırarak kişisel dokunulmazlık adına mahremiyet olgusunun ne şekilde korunduğunu ortaya koymaktır. İçinde büyüdüğümüz İslam dini gönderdiği kitap ve peygamberle toplumda huzur ve refahın sağlanması adına kişilerin temel hak ve özgürlükleri için çeşitli hadler getirmiştir Bu sebeple çalışmada teknoloji çağında din ve kültürün topluma nasıl yön verdiği yer almaktadır. Teknolojinin olumlu ve olumsuz birçok yanı olması ile beraber konuyu burada sınırlandırarak nesillerin mahremiyet algısı çerçevesinde sınırlandırdık. Konunun farklı yönlerine değinilmiştir. Çalışmada konu ile ilgili çeşitli gözlem ve öneriler bulabilirsiniz.

**Anahtar Kelimeler:** Z kuşağı, Sosyal Medya, Mahremiyet, Dijital Nesil, Mürüvvet

## ABSTRACT

The aim of this study is to investigate how the social generation Z is positioned in the technological developments that we are in and interact with at all times, and to reveal how the phenomenon of privacy is protected in the name of personal immunity. The religion of Islam, in which we grew up, brought various limits for the fundamental rights and freedoms of individuals in order to ensure peace and prosperity in the society with

---

\* Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tefsir Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi

the book and prophet it sent. For this reason, this study focuses on how religion and culture shape society in the age of technology. Although technology has many positive and negative aspects, we have limited the subject here within the framework of the perception of privacy of the generations. Different aspects of the subject are mentioned. In the study, you can find various observations and suggestions about the subject.

**Keywords:** Generation Z, Social Media, Privacy, Digital Generation, Mürüvve

## GİRİŞ

Bir makale veya kitap yazarken bile interneti kullandığımız ve masa başında uzun saatler geçirildiği ve bir türlü masa başından kalkılmadığı bu çağda akla gelebilecek çoğu şey sanal ortamda yapılabilmektedir. Bu ya karşılıklı insanlarla ya da cihazın akıllı tasarımı ile gerçekleşir. Alışveriş, pazarlama, tasarlama, reklam, tartışma, ders, sunum, tanışma, sohbet, dünyayı gezme, sinemaya gitme gibi birçok iş ve aktiviteyi gerçekleştirdiğimiz sanal âlem birçok kişinin mesleği haline gelmiştir. Bu sebeple insanlar ortalama günlerinin 1/3'ünü internette geçirmektedirler. Bu makalede inceleyeceğimiz kısım ise 1/3'lik kısımdan sosyal medya yani kişilerarası ilişkileri kapsayan alan ve bu alanda mahremiyet algısının ne şekilde tezahür ettiğini ortaya koymak olacaktır. Güncel bir inceleme olacağından teknolojinin içine doğmuş ve beraber büyümüş bir kuşaktan bahsedeceğiz. Z kuşağı sosyal medyayı kullanan ve yönlendirip geliştiren en önemli kuşaktır. Bu sebeple z kuşağını tanımak ve kendinden önceki kuşaklardan ne şekilde etkilendiklerini görmek çok önemlidir. Çünkü mahremiyetle beraber bütün olgular aktarılma ile başka nesillere geçer. Başka nesillerde bu olguları yaşar, dener, test eder, büyütür, geliştirir ve bir sonraki nesile aktarır. Ya da bu olgularla savaşıyor zamanla yok eder.

Her asır ve nesilde kültürel değişimler yaşanmıştır ama teknolojinin gelişmesi ile beraber bu takip edilmesi zor bir hıza ulaşmıştır. X ve Y kuşağı ortak özelliklerini çok fazla değişime uğramadan sürdürürken Z kuşağı kendi zaman dilimi içerisinde dil ve kültürel olarak başkalaşım ve değişime uğramıştır ve değişmeye de devam etmektedir. Bu çalışma-

da da değişimin kişilerde nelere sebebiyet verdiği yer alır. Araştırmada z kuşağının mahremiyet eğitiminden sınıfta kalıp kalmadığı ve sosyal ortamda bu olgunun uygulanıp uygulanmamasının ne gibi sonuçlar doğurduğu incelenmeye çalışılmıştır.

### **Z Kuşığı ve İslam'ın Mahremiyet Anlayışı**

2012 yılında ABD'de yayınlanan USA Today gazetesinde okuyuculardan online platformda gelecek neslin ismini seçmek adına bir yarışma düzenlendi. Birçok ismin önerildiği platformda gen Z olarak da geçen Z kuşağı ismi seçildi. Z kuşağı, 1996 ve 2012 yılları arasında doğan kişilere verilen isimdir. Kendisinden önce anne- babaları olan X kuşağından ve ablaları abileri gibi büyükleri olan Y kuşağından sonra gelen nesildir. Z jenerasyonu olarak da isimlendirilen bu nesil dijital çağın ve teknolojinin son gelişmelerine şahit olan ve içinde doğup büyüdülerinden dolayı “dijital yerliler” olarak da adlandırılır.<sup>1</sup>

Her kuşakta kişiler arası temel ve ortak olan bazı karakteristik özellikler ön plana çıkmaktadır. Z kuşağının karakteristik özellikleri ise iyi huylu, pervasız ve tüm olanakları değerlendirerek karar vermeleridir. Yüksek farkındalıklarından dolayı detaylı düşündüklerinden zihinsel sağlık sorunları ve uykusuzluk problemleri diğer kuşaklara kıyasla daha fazladır. Kitap okuma oranı az olmasına rağmen küçük yaştan itibaren bilgiye çabuk ulaşırlar ve bu bilgiyi hızlı kullanabilirler. Geçmiş kuşakların yaşamlarında fazlasıyla ders alan Z kuşağı aynı hatalara düşmemek için farklı yollar dener.

Mahremiyet kelimesi ise, Arapça “h-r-m” kökünden if'al babının ismi faili olarak “mahrem”den gelir. Türkçede “iyet” eki masdar manasındadır. Bu sebeple “mahremiyet”, saygı ve gizlenmeye değer şey manasındadır. İslam hukukunda en kapsamlı olarak can, akıl, din, ırz ve malın korunması olarak tanımlanır.<sup>2</sup>Özelden genele gidecek olursak mahremiyet kişinin temelde sahip olduğu bedeninin görüntü ve hakkında

<sup>1</sup> Z kuşağı, Wikipedia, Erişim: 20.11.2021

<sup>2</sup> Zülal Duru, “Mahremiyet Kavramının Dilsel İncelemesi” Öğrenci Kozası Kavram Çalışma Grubu Kavram Raporu Mahremiyet, Hayat Vakfı, Nisan 2017, Ankara, 1

konusulması üzerine dokunulmazlığıdır. Sonrasında o kişinin kendi ve çevresi hakkındaki özel yaşantıların gizliliği ve bu gizliliğin korunmasıdır. Kişinin sahip olduğu mal ve hanesinin korunması ve tecessüslükten korunmasıdır.<sup>3</sup> Çünkü her birey özeldir ve yaşama hakkına sahiptir. Bu haklarından en temeli ise kendisinin izni olmayan durum ve şeylerin paylaşılmamasıdır. İslam dini de kişilerin bu temel hakkını koruyacak kurallar getirmiştir.

Mahremiyet birçok faktörden oluşmaktadır. Bunlar Modernleşme, küreselleşme, toplumsal cinsiyet, yaş, sınıfsal konum, eğitim düzeyi, toplumsal statü, dini ve siyasi kimlik ile kişilerin ilişki tercihleridir. Mahremiyetin boyutları ise 4 şekilde kategorize edilebilir. Beden, kadın-erkek ilişkileri ve cinsellik, dini ve siyasi görüş ile ev- aile yaşantısı mahremiyetidir. Bu boyutları sosyal medya için inceleyecek olursak beden mahremiyet algısı en çok kadınlar üzerinde etkisini göstermektedir<sup>4</sup>. Reklam, pazarlama gibi işlerde görsel ve işitsel olarak kadınlar dikkat çekici unsur olarak kullanılmaktadır. Yeni dönemde ise küçük kız çocuklarının makyaj ve yaşlarından büyük elbiselerle reklam amaçlı kullanılması yaygınlık kazanmıştır. Bu da y ve z kuşağı ailelerin mahremiyet algısını gözler önüne sermektedir. Eskiden erkekler İslam'ın emaneti olarak evlendikleri hanımlarını her türlü etkiden korurdu. Ama günümüzde eşlerini her türlü şekilde sosyal medyaya kendileri atan ve hiçbir kiskanma ve koruma belirtisi göstermeyen bireyler oluşmaya başladı. Bu ailede yetişen çocuklar daha özgür ve bağımsız büyüyerek kendilerini bekleyen tehlikelere karşı bilgisizce paylaşımlarda bulunabilmekte ve ya paylaşılabilirler.

Sosyal medyada mahremiyet algısının zamanla değişmesinde batı kültürünün etkisi çoktur. Gelen yeni teknolojiyi ve trendleri ilk kullanıp yaygınlaştıran batı toplumu olduğundan bir şey orada nasıl başlayıp şekillenmişse Türkiye'de de aynı şekilde devam ettirilmeye çalışılmıştır. Batı ve Türkiye toplumunu birbirinden ayıran temel fark dindir. Batı

<sup>3</sup> Duru, "Mahremiyet Kavramının Dilsel İncelemesi", 2

<sup>4</sup> M. Umut Tuncer, "Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi", Atatürk İletişim Dergisi Sayı 10 / Ocak 2016, 37



Hristiyanlık başta olmak üzere çoğu şeyin mubah olduğu farklı dinleri benimserken Türkiye büyük çoğunlukla İslam dini üzerine yaşamaktadır. Tabii bu durum Z kuşağından önceki nesiller için daha çok geçerlidir. Çünkü Y kuşağı X kuşağını izleyip örnek alırken Türkiye'deki Z kuşağı bebeklikten başlayarak teknolojik aletlerden batıyı izleyerek örnek almıştır. Buda kültürel ve zihin yapısı olarak batı tarafından şekillenmelerine yol açmıştır.

Mahremiyet konusunun bir hak olarak tanınması ve bu kadar önemli görülmesinin sebebi aslında dünyada yaşanan kargaşa ve sorunların birçoğunun buradan kaynaklanmasıdır. Çünkü İslam dininin Kutsal kitabında incelenmesi üzerine mahremiyetin temel amacı kişinin maddi ve manevi kendini dış etkenlerden korumasıdır.<sup>5</sup> Bunlar korunmayıp başkaları tarafından ihlal edilince sonu hüsrana olan tablolarla karşılaşmaktadır. Ayetlerle Müslüman erkek ve kadınlara uyarılarda bulunulmuş ve bazı zorunluluklar getirilmiştir. Bunların başında kişinin tedbir alarak kendine özel mahremlerini kapatması gelir. Araf suresi 26.ayette "Ey insan oğulları, size ayıp yerlerinizi örtecek ve süslenmenizi sağlayacak elbiseler gönderdik." buyruluyor. Bayanlara en çok dikkat çeken bölgelerini ve kendine has ziynetlerini göstermeyerek başörtü ve dış örtüsü takmaları Ahzap suresi 59 ve Nur suresi 31.ayette emrediliyor.

İnsanların harekete geçmesini ve herhangi bir faaliyette bulunmasına yardımcı olmasını sağlayan en önemli organ gözdür. Göz bir şeyi gördüğü zaman, zihin idrak eder, düşünmeye başlar ve tasarlama yapar. Mahremiyetin yerle bir olmasını ve ihlal edilmesini sağlayan organların başında göz geldiğinden, yaratıkları kendilerinden daha iyi tanıyan Rabbimiz Nur suresi 30.ayette erkek ve kadınlara sırasıyla gözlerini haramdan sakınmalarını ve ırzlarını korumalarını emreder. Çünkü göz gördü mü duygular harekete geçer ve aciz olan insanı tuzağa düşürmek isteyen nefis ve şeytanın adımlarına uymaya başlar. Sonrasında önü alınamayan tehlikeler sadır olur. Allah-u Teâlâ bu sebeple tedbir alınmasını ve gözlerin dikkatli kullanılmasını emreder.

<sup>5</sup> Duru, "Mahremiyet Kavramının Dilsel İncelemesi",3

Peygamber Efendimiz mahremiyet algısını toplumda oturtabilmek için insanlara bu konuda çeşitli emirler vermiş ve uyarmıştır. Ebu Hureyre'den nakledildiğine göre, Hz. Peygamber (sav) şöyle buyurmuştur: “Zandan sakının. Çünkü zan, yalanın ta kendisidir. Birbirinizin konuştuğuna kulak kabartmayın, birbirinizin özel hallerini araştırmayın...”buyurmuştur.<sup>6</sup>Başka bir hadiste Sevban'dan nakledildiğine göre, Hz. peygamber (sav) şöyle buyurmuştur: "Hiç kimsenin izinsiz olarak bir başkasının evinin içine bakması helal değildir. Eğer bakarsa (eve) girmiş demektir.<sup>7</sup> Mahremiyeti koruyan en önemli özelliklerden biri “Hayâ” duygusudur. Kişilerde hayâ Allah korkusu olmadığı zaman çekinecek bir şeyleri kalmayacaktır. Hayâ daha çok toplum içinde açıktan yapılacak olan konusunda kendini engellemek ve sakınmaktır. Ama sosyal medya mahremiyeti için en önemli kavram “Mürüvvet’tir”.<sup>8</sup> Kelime manası olarak Mürüvvet, “açıktan yapıldığında hayâ duyulan bir işi gizli olarak da yapmamak” demektir. Allah kişileri kimsenin olmadığı ortamlarda da imtihan eder. Bu ortamlardan en tehlikelisi sanal ortamlardır. Kişi ve ekran arasında kimse yoktur ve önünde binlerce seçenek ile kişi baş başadır.

X-Y ve Z kuşağı arasındaki temel çatışma ve farklılığın sebebi Z kuşağının önceki kuşaklar tarafından değil teknolojik alette anne- baba yerine koyarak izlediği kişiler tarafından eğitilmiş olmasıdır. Çalışan ya da çalışmayan anne babalar bebekken çocuklarını zapt edebilmek için açtıkları video ve oyunlarla farkında olmadan kendileriyle aralarında uçurumsal fark olacak çocuklarını yetiştirmeye başladılar. Oradan gördüklerini taklit ederek büyüyen çocuklar izlediklerine özenerek onlar gibi hayat stillerini kurmaya başlamışlardır. Sokağa çıktığımız zaman yolda gördüğümüz Z kuşağı bize ekranda gördüklerimizi çağrıştırmakta ve içsel kınamalara sebep olmaktadır. Bu çağ öyle bir çağdır ki x ve y kuşağının kınadığı ama yine de izlediği şeyleri z kuşağının ise gururla yaptığı ve bunda cesur olduğu bir çağdır. Z kuşağının sosyal medyadan ne şekilde etkilendiğini biraz daha açacak olursak:

<sup>6</sup> B6064 Buhari, Edeb, 57; M6536 Müslim, Birr, 28

<sup>7</sup> T357 Tirmizi, Salat, 148; HM22779 İbn Hanbel, V, 280

<sup>8</sup> Duru, “Mahremiyet Kavramının Dilsel İncelemesi” 12

Kapalı annelerin yanında batı tarzı giyinmiş ve saçına bandajını takan kızlar görürüz yolda. Ya da erkek çocukların saç rengi ve tarzı olarak klasik model dışında bir tarz sergiledikleri ve iki cinsiyetinde vücut hatlarını belli edecek kısa ve dar giyindiklerini görürüz. Bu tarz giyimler anlatılan ve uygulanan İslam dininin emrettiği vücut hatlarını belli etmeyen ve kişilerin mahrem yerlerini kapatan giyim tarzından çok uzaktır. Kuşakların çatışma sebebi ise yetiştirmeyi hedefledikleri ve olmasını istedikleri nesli değil de batıdan her türlü etkilenen nesli karşılarında cesurca konuşurken görmelerinden kaynaklanır.

### **Z Kuşığı ve Sosyal Medyada Mahremiyet**

İletişim kurmak insanoğlunun en temel gereksinimlerinden olduğu için bunu her türlü alternatifler ile gerçekleştirebilir. Önce zihinde gerçekleşen duygu ve düşüncenin olması gerekir. Zihinde hâsıl olan, ses tellerimiz ve hava aracılığı ile çıkardığımız sesler ile konuşma yoluyla karşı tarafa maksadımızı anlatmamızı sağlar. İç sesimiz dışarıya sadece konuşarak aktarılmaz. Aynı zamanda yazarak, işaret ederek, jest ve mimiklerimizi kullanarak bunu gerçekleştirebiliriz. Dijital ortam ise daha çok zihinde geçen bilgi, fikir ve duyguyu bizzat görüntülü konuşarak, yazarak, çizerek karşıya ilettiğimiz ve her yere yayabildiğimiz bir mecradır.

Sanal ortamın en dikkat çeken ve gittikçe şaşırtan özelliği ise 3 boyutlu dünyada hayal edip tasarladığımız şeylerin sanal ortamda da 2 boyutlu şekilde gerçekleştirebilmemizdir. Açıklamalarda ne kadar 3 boyutlu olduğu söylene de bu resimlerin birleşerek oluşturduğu bir simülasyondur. Bu tasarımlara örnek verecek olursak: Gerçek hayatta bilgiyi paylaşmak için kurduğumuz sınıfları sanal ortamda bir tıkla binlercesini kurabiliriz. Sınıflarda kişiler buluşup bir konuyu konuşup ayrılabilir. Sınıfa girmek için kapıyı açmamız gerektiği gibi oluşturulmuş sınıflara girmek içinde yol gösteren belli adresleri tıklayıp açmak gerekir. Gerçek ortamda konuşmak ve muhabbet etmek için toplanılan kafeler, sinema salonları sanal ortamda uygulamalarla birebir veya grupça kurulan sitelerde gerçekleşmektedir. Paylaşılmak istenen bir

bilgi ya görüntülü olarak, ya yazılı metin olarak ya da ses kaydı olarak paylaşılabilir. Sonuç olarak söylemek gerekirse kendi benliğimiz ve zihin dünyamız ile farklı bir gezegende farklı bir hayatta yaşamak gibi bir durum ortaya çıkıyor. Bu durumda gerçek hayatta geçerli olan kurallar, temel insanlık ilkelerinin sanal ortamda ne şekilde işlediğini ve ne ölçüde dikkat edildiğini inceleyeceğiz.

Sanal âlem içerisinde kişilerin gerçek hayatta kimliklerini gösteremediği ve ön plana çıkmak isteyip çekindikleri konularda kendilerini aşacakları ortamlar kurulmaya başladı. İstenilen isim veya takma adla karşıya kendini tanıtan kişiler sanal âlemde istedikleri ile iletişim kurabilecekleri sosyal medya ağlarını kurdular yâda kurulu ağlarda yerlerini aldılar. Sosyal medya adı üstünde bürünmek istenilen karakterle karşıya kendini tanıtan karakterle sosyal bir etkileşim içinde olmak ve paylaşımlarda bulunmaktır. Aslında sosyal medyanın temel amacı mesafe sorununu ortadan kaldırarak iletişim hızını en üst seviyeye çıkarmaktır. Sosyal medyada kişi kendi tanınan kimliği ile mesafelerden kaynaklı iletişim sorununa çözüm bulup buradan insanlarla iletişime geçebilir. Cumhurbaşkanı, profesörlere, doktorlardan öğretmenlere her meslek ve daldan tanınan kişiler geçmişte medyanın aracılık ederek insanlara ulaştırdığı haberleri çeşitli uygulamalarda kendileri dile getirip insanları bilgilendirebilmektedirler. Bu sebeple bir mevzuyu incelerken çeşitli yönleriyle incelemek gerekir. Dünyada kullanılan her şey iyi niyetle ve kötü niyetle kullanılabilir. Dozu insan ayarlamalıdır ve bu konuda imtihan edilmektedir. Su bile fazla ve ya az kullanılıncı kişiye zarar vermekteyken sosyal medyanın da hem kaçınılmayacak hem de dikkat edilecek hususları vardır.

Sosyal medya teknolojileri blogları, iş ağları, kurumsal sosyal ağlar, forumlar, mikrobloglar, fotoğraf paylaşımı, ürün/hizmet değerlendirmeleri, sosyal imleme, sosyal oyunculuk, sosyal ağlar, video barındırma ve siber kültür gibi birçok farklı şekli olabilir<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Sosyal Medya, Vikipedi, Erişim: 20.11.2021

Aşağıda Sosyal medya için yapılan bazı değerlendirmeler verilmiştir.

1. Twitter'ın geçtiğimiz yıl için büyüme oranı: %1.500.
2. Dünya üzerinde her üç kişiden ikisi sosyal ağları ziyaret etmektedir.
3. Her gün Facebook üzerinde 8 milyar dakika geçirilmekte ve 285 milyon adet içerik paylaşılmaktadır.
4. 350 milyon aktif kullanıcısı ile Facebook bir ülke olsaydı Çin ve Hindistan'dan sonra dünyanın en kalabalık 3. ülkesi olurdu.
5. Twitter'a açıldığı günden bu yana 6.7 milyar tweet gönderildi.
6. İnternet kullanıcılarının sadece % 65.1'i e-posta kullanmakta, sosyal ağları kullananlar ise %68'dir.
7. 14 milyondan fazla kullanıcıyla Türkiye Facebook'ta en aktif 3. ülke
8. Friendfeed'in Dünya'da en popüler olduğu ülke Türkiye.
9. Türkiye, Avrupa'nın internette en çok zaman geçiren ülkesi durumundadır.<sup>10</sup>

İnternet ağlarının iletişim sektöründe gelişmesi ve farklı amaçlar için kullanımının yaygınlaşması ile “yeni medya” ismini almıştır. Yeni medya ile internet araç olmaktan öte vakit geçirilen ve “sörf” kavramı kullanılacak kadar oyalanılıp eğlence amaçlı kullanılan bir mecra olmuştur. Araştırma sonuçlarından biride bazı kişilerin video paylaşmaktan kaçınsa da fikirlerini paylaşmak adına yorum yazmaktan, linç etmekten veya övgülerini bildirmekten kaçınmadıklarıdır. Sosyal medya da özgürlük sistemi vardır. Bir ürün hakkında, şahıs hakkında ya da olay hakkında kişiler istedikleri gibi düşüncelerini ifade edebilirler. Bir şeyin marka haline gelmesi, gündem olması da yapılan yorumlarla olmaktadır. Bir kişi bir ürün alacağı zaman önce başka kişilerin yorumlarını okuyarak ön bilgiye sahip olur ve ona göre alıp almama konusunda kararını verir.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Z. Beril Akıncı Vural, Mikail BAT, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Journal of Yasar University 2010 20(5), 3353

<sup>11</sup> Vural, Mikail BAT, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, 3373

Ortak bir alanda fazla duran insanlar bir süre sonra ortak şeyler biriktirerek kendi iletişim dilini kurmaya başlarlar. Sosyal medyanın farklı ağlarında ise oranın kullanıcılarına özel bir dil gelişir ve farklı bir kültürlenme olur. Normalde kullanılması hoş olmayan kelimeler bu ortamlarda mubah olarak görülebilmektedir. Kültürün değişimi yavaş ve sürekli gerçekleşirken<sup>12</sup> sosyal medyada bu çok hızlı gerçekleşmektedir. Burada kullanıcıların belli bir yaş aralığı yoktur. Eli telefon tutan her birey bu ortak sanal alanı paylaştığından hızla değişen ve çoğu şeyi mübah gören bu ortak alana zamanla adapte olmaktadır. X ve Y kuşağı içinde kalmış duyguları ya da görerek özendiği şeyleri bu ortamlarda farklı isimlerin arkasına sığınarak gerçekleştirebildiğinden id ve nefsi isteklerin fazla ön planda olduğu sosyal medya Z kuşağının zamanla çoğu şeyi normal karşılamasına sebep olacaktır. Bu normalleşme çoğu mahremiyet algını ve çekinme duygusunu ortadan kaldıracaktır.

Aşağıda Z Kuşağının sosyal medyaya yönelik algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi verilmektedir.

**Tablo 1.** Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları

Motivasyon	(%)
Arkadaşlarının ne yaptığını takip etmek	41
Haberler ve olayları takip etmek	40
Boş zaman değerlendirmek	39
Eğlenceli ve komik içerik bulmak	37
Diğer insanlarla bağlantı kurmak	33
Fotoğraf ve video paylaşmak için	32
Pek çok arkadaş sosyal medyada olduğu için	32
Satın almak için ürün aramak/araştırmak için	30
Görüşlerini paylaşmak için	29
Yeni insanlarla tanışmak için	27 <sup>13</sup>

<sup>12</sup> Tüba Karahisar, "Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe", İstanbul Gelişim Üniversitesi GSF, 2013 Yaz, Cilt/Vol: 4 - Sayı/Num: 12, 72

<sup>13</sup> Karahisar, "Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe", 148

Analizlere göre Z kuşuğındaki bireylerin %91'i sosyal medyayı kullanmakta ve ortalama 2 saat 43 dakika aktif şekilde vakit geçirmektedirler.<sup>14</sup>Yukarıdaki tabloda da en yüksek yüzdeliğe sahip olan kısım başkalarının ne yapıp ettiğini merak edildiğinden saatlerce başkalarının hayatlarının içine dâhil olma durumu söz konusudur. Merak duygusunun giderilmesi için sosyal medyayı hızlı ve her an kontrol etme ihtiyacı doğmaya başlamıştır. Bunun en büyük sebeplerinden biri ise “hikâye” paylaşımıyla anlık görüntüler ve yer bildirimlerinin yapılması ve bunun süresinin 24 saat olmasıdır. İnsanlar kendilerini nasıl tanımamızı istiyorlarsa öyle gösterdiklerinden ve takipçi kitlesini zihnen yönlendirebildiklerinden güzel ve olumlu taraflarını paylaşıyorlar. Z kuşuğının %41'i ise internette geçirilen bu zamanın kendilerinde stres ve kaygıya yol açarak depresyona soktuğunu belirtmiştir.<sup>15</sup> Çünkü paylaşılanları izledikçe ve insanların şaşalı hayatını gördükçe kendisinin bunları neden yapamadığını ve bunlara neden sahip olarak onlar gibi mutlu olamadığını zihnen sorgulamaya başlar. İçlerinden bir kısmına ise bu isteklendirme olur ve o hayatı elde etmek için çaba gösterir. Ama bunu yapabilenler az bir kesimdir. Bu sebeple Sosyal Medya Kavramına Yönelik Geliştirilen Metaforlara baktığımızda il sırada “kuyu” kelimesini kullandıklarını görürüz.<sup>16</sup>İçine girdikleri zaman oradaki çekici hayatları seyrettikçe daha çok seyretmek ve kendi boğucu yaşamlarından biraz daha uzak durmak isteyeceklerdir.

Z kuşuğunu internetle bu kadar çok haşır neşir eden durum her şeyden çabuk sıkılma ve hayatta bir amaç uğruna yaşamaktan ziyade dünyada hayatları son bulana kadar bir oyalanma ve zaman geçirme isteğidir. Bu zaman geçirme bazı kişilerce had safaya ulaşmış ve yemek yerken, müzik dinleyip biryandan facebook ve instagramdaki akışı takip edip diğer taraftan da yediği yemeğin fotoğrafını paylaşmaktadırlar. Her şey bir tık ile parmaklarının ucundadır.<sup>17</sup>

<sup>14</sup> Karahisar, “*Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe*”, 148

<sup>15</sup> Karahisar, “*Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe*”, 148

<sup>16</sup> Karahisar, “*Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe*”, 150

<sup>17</sup> Tuncer, “*Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşuğunun Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi*”, 35-36

Sanal ağlarla kazanılan dijital kimlikler sanal ortamda belli bir yaşam sunmaktadır. Kişiler kazandıkları dijital kimliklerden sorumlu olmakta ve bu sorumlulukları ihlal durumunda çeşitli yasalar devreye girebilmektedir. Bu sebeple bilinçli bir kullanıcı olabilmek için en temelde mahremiyet becerisini geliştirmek gerekir.<sup>18</sup> Çünkü eskiden gizli ve önemli şeyler şifreli kutularda ve duvarlar arkasında saklanırken şimdi hackerlerin ve çeşitli uygulamaların rahatlıkla ulaşabildiği bir cipte saklıyoruz önemli verilerimizi. Depolayarak saklamak istediğimiz ya da belli kişilerle paylaşmak istediğimiz veriler resim, video, dosya, mesaj ya da kişisel bilgiler olabilir. Kişilerin bu paylaşımları mahremiyetin ihlaline sebep olur. Bu konu günümüzde dijital mahremiyet ismini alarak çeşitli incelemelere tabi tutulmuştur. Dijital mahremiyetteki bilinçsiz davranışlarla alakalı 2009 yılında İngiltere'nin Ulusal Suç Ajansı'na (National Crime Agency) bağlı Çocuk İstismarı ve Çevrimiçi Koruma Birimi (Child Exploitation and Online Protection Command) Beck'in hikâyesi adlı kısa bir film yayınlamıştır.<sup>19</sup> Dijital mahremiyetle alakalı farkındalık uyandıracak ve kişileri bilinçlendirecek faaliyetlerin artması gerekmektedir.

Sosyal medya hesapları olmayan kişilerin bile teknolojik aletleri olması ile her anlarının başkaları tarafından izlendiği endişesi gündeme gelmiştir. Telefon, tablet ve bilgisayarlarda selfi kamerası ile kişilerin izlendiği hatta bu sebeple Facebookun kurucusu Mark Zuckerberg'in bilgisayar ön kamerasına ve ses kayıt yerine bir bant yapıştırdığı dikkat çekmiştir. Bu konu ile ilgili kesin bir bilgi bulunmasa da kişilerin mahremiyetine zarar verecek cinsten bir durumdur. Başka bir merak edilen ve endişe duyulan konu ise akıllı teknolojik aletlerin kişilerin zihinlerinden geçen düşüncüyü anlayabildiğidir. Çünkü üzerinde kafa yorulan bir nesne Google'da karşımıza reklam olarak çıkabilmektedir. Ya da arkadaşlarımızla hakkında konuştuğumuz bir yer internette herhangi bir sayfada karşımıza çıkabilmektedir. Kişilerin düşüncelerinin dahi saklı

<sup>18</sup> Tuncer, "Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi" 35

<sup>19</sup> Tuncer, "Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi",<sup>36</sup>



kalamadığı teknoloji çağında mahremiyetin ne derece korunabileceği soru işareti taşımaktadır.

Sosyal medyada mahremiyet konusunda önemli olan husulardan birisi “apps” yani mobil uygulamalarıdır. Telefona indireceğimiz herhangi bir mobil uygulama telefona inmeden önce kişiden bazı şartları kabul etmelerini istemektedir. Bu şartlar arasında telefondaki kamera-ya, fotoğraflara ve diğer dosyalara erişim istenmektedir. Kişiler uygulamayı indirmek için bu şartları kabul etmek durumunda kalmaktadır. Böylece telefonlarında başkaları ile paylaşmadan duran dosyalarını erişime açık hale getirmiş olmaktadır. Kendilerinden izinsiz bu dosyaları bir yerlerde kullanıp kullanmayacakları konusunda bir güvence vermemektedirler. Bu sebeple paylaşılsın paylaşılsın dijital ortama yüklenen her veri erişime açık hale gelmektedir. Oradan silinse bile geri yüklendiğinden dosyayı tümünden kaldırmak imkânsız hale gelmektedir.<sup>20</sup>

Sosyal medya platformları ne kadar görünmezlik ve gizlilik kuralları koyarak insanlara güven vermeye çalışsa da bu platformlardaki temel amaç görmek, göstermek, gözetlenip, gözetlemektir. Kişiler kendilerini ve yaşayışlarını paylaşarak hayattaki varlıklarını ortaya koyma, bende yaşıyorum duygusunu sergileme psikolojisi taşımaktadırlar. Takip etme ve takip edilme isteği, sosyal medyada tanınma ve meşhur olma isteğinden dolayı kişiler başkaları tarafından en çok izlenen şeylere yönelerek kendilerini daha çok teşhir edeceklerdir. Bu teşhir etme iç huzursuzluk verse de bilerek ve isteyerek gerçekleşmektedir. Bu kadar emek verip kendinden taviz vermeler istenilen takip ve izlenme sayısı almayınca depresyon ve intihara teşebbüse kadar gidebilmektedir.

## SONUÇ

İnsanlar kendi benliklerini karşı tarafa istedikleri gibi tanıtamadıkları zaman ya karşı tarafa küser iletişimi keserler ya da kendilerine küsüp hayata küserler. Geçmiş kuşaklarda bu tür bireyler öz güvensiz ve içe kapanık olarak yaşamlarını sürmüşler ve başkası tarafından keşfe-

<sup>20</sup> Tuncer, “Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi”, 37

dilmeyi beklemişlerdir. Ama Z kuşağı olarak adlandırdığımız neslin kendini gösterebileceği birçok alan bulunmaktadır. Ailesinde, okul çevresinde, akraba çevresinde kabul görmeyen bireyler dijital ortamda kurdukları çevreyle istedikleri gibi iletişim kurma imkânı bulmaktadırlar. Sanal ortamlara sosyal medya denmesinin temel nedeni kişilerin buralarda sosyalleşmesi ve her ülkeden kendilerine çevre bulmalarıdır. Sanal âlemde ülkeler, şehirler, ordular kurarak kendilerini istedikleri vasıf ve karaktere sokabilecekleri platformlara dâhil oluyorlar. Sosyal medyada kurdukları arkadaşlık ortamında özgürlüğü hissederek mahremiyeti ihlal edebilecek boyutta video, resim ve dosya paylaşıyor ya da başkalarının mahremine girebiliyorlar. Mahremiyet olgusu kimi için umursanmaz bir konu olsa da herkesin sahip olduğu bu hak kullanılmayı hak etmektedir.

İnternette para kazanıldığını öğrenerek kendine bir şeyler paylaşarak takipçi toplamayı meslek edinen insanlar mahremiyet algısı olmayan diğer Avrupa ülkelerini taklit ederek istediği seviyeye gelebilmektedir. Kendi topluluğumuzun temel algıları ile çatışan durumların zaman içinde alışlageldiği ve herkes tarafından yapılmaya başlandığı gözlenmektedir. Daha fazla para kazanabilmek için kendinden taviz veren insanlar hem kendi mahremiyet algılarını hem de toplumun algılarını yıkmaya başlamışlardır. Yavaş yavaş bunların ne tür kötü sonuçlar doğurduğu ve toplumu nasıl ifsada sürüklediği aşikârdır. Bu sebeple dijital akıllı aletlerin kullanımı için bir sonraki kuşaklar gelmeden kişilerin bilinçlendirilmesi ve çeşitli eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. İslam dini kişinin özel haklarını korumaya çalışırken İslam karşıtı insanlar insanları huzursuzluk dolu bir topluma doğu sürükleyecek platformlar oluşturmaktadırlar. Bu platformlarda kişilerin birbirlerini rahatlıkla kandırarak yalan söyledikleri görülmektedir. Gerçek hayatta yanlış ve hoş karşılanmayan şeylerin sosyal medyada yanlış ve günah olmadığı algısı insanların zihinlerinde vardır. Ama gerçek ya da sanal ortam olsun biz ne düşünüp faaliyete geçirirsek dünya ve ahirette hesap verip bunun sonuçlarına katlanacağız.

## KAYNAKÇA

- Duru, Zülal, “Mahremiyet Kavramının Dilsel İncelemesi” Öğrenci Kozası Kavram Çalışma Grubu Kavram Raporu Mahremiyet, Hayat Vakfı, Nisan 2017, Ankara, 1-2
- Tuncer, M. Umut, “Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşuğunun Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi”, Atatürk İletişim Dergisi Sayı 10 / Ocak 2016, 35-37
- Akncı VURAL, Mikail BAT, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, Journal of Yasar University 2010 20(5), 3353-3373
- Tüba Karahisar,” Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe”, İstanbul Gelişim Üniversitesi GSF, 2013 Yaz, Cilt/Vol: 4 - Sayı/Num: 12
- Z kuşuğu, Vikipedi, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Z\\_ku%C5%9Fa%C4%9F%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/Z_ku%C5%9Fa%C4%9F%C4%B1), Erişim: 20.11.2021
- Sosyal Medya, Vikipedi, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_medya](https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya), Erişim: 20.11.2021

