

**T.C
ORDU ÜNİVERSİTESİ**



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ENFORMASYON MAHREMİYETİ VE SOSYAL
MEDYA KULLANIMI: ORDU ÜNİVERSİTESİ
ÖRNEĞİ**

ŞENGÜL KABAL

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYOLOJİ**

ORDU/2023

T.C.
ORDU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI



**ENFORMASYON MAHREMİYETİ VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI:
ORDU ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

YAZAR

Şengül KABAL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KOCA

ORDU - 2023

ONAY SAYFASI

ŞENGÜL KABAL tarafından hazırlanan “**ENFORMASYON MAHREMİYETİ VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: ORDU ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**” başlıklı bu çalışma, **17.07.2023** tarihinde yapılan sınav sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından **YÜKSEK LİSANS tezi** olarak kabul edilmiştir.

Başkan	Doç. Dr. Mustafa Bakırcı Giresun Üniversitesi	İmza
Üye	Doç. Dr. Murat Yüksel Ordu Üniversitesi	İmza
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Koca Ordu Üniversitesi	İmza

ETİK BEYANI

Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yazarın Adı Soyadı

ŞENGÜL KABAL

ÖZET

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYAL MEDYA KULLANAN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN MAHREMİYET ALGILARI ÜZERİNE BİR İNCELEME: ORDU ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

ŞENGÜL KABAL

Bu çalışmada mahremiyet, birey ve grupların kendilerine ne kadar erişim sağlanabileceğini kontrol edebildikleri bir kavram olarak görülmektedir. Çünkü birey ve gruplar kendilerine dair ne kadar bilgi paylaşımı yapıp yapmayacaklarına karar vererek mahremiyet algılarını ortaya koyarlar. Bu algıyı şekillendiren en önemli faktör de teknolojik alanda yaşanan hızlı gelişmeler ve buna bağlı olarak yaygınlaşan sosyal medya kullanımı olmuştur. Özellikle son zamanlarda üniversitede öğrenimi gören gençler arasında, yaşanan anı paylaşma ve düşüncelerini takipçilerine iletme isteği giderek artmış onlar arasında bir paylaşma kültürü meydana gelmiştir. Bu eksende bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin çevirim içi mahremiyet algıları ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkiye yer verilerek bu ilişkiyi etkileyen temel faktörlerin neler olduğunu ortaya koymaktır. Bu amaçla, nicel araştırmaya yöntemi kullanılarak, yaş, cinsiyet, aile tipi, yaşadıkları yer, öğrenim görülen fakülte ve sınıf gibi demografik değişkenler ile onların çevirim içi mahremiyet algıları arasındaki ilişki irdelenmiştir. Araştırmanın örnekleme Ordu Üniversitesi Cumhuriyet Yerleşkesi'nde lisans düzeyinde öğrenim gören 500 öğrenci dahil edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı arasındaki değişkenlerden aile tipi, en uzun yaşanan yer, sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı, kendi profil fotoğrafı ve kendi ismini kullanma değişkenleri ile çevirim içi mahremiyet algısı arasında bazı anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Gözlemlenen bu değişkenlerin enformasyon mahremiyetinin biçimlenmesinde etkili olduğu düşünülmektedir. Enformasyon toplumunda bilgi hızlı bir şekilde yaygınlaşmakta ve dolayısıyla mahremiyet algılarını da değişim ve dönüşüme uğratmaktadır. Bu nedenle bu çalışma, toplumdaki diğer farklı grupların enformasyon mahremiyeti algılarına yönelik araştırma yapılmasına ve çıkarımlarda bulunulmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, mahremiyet, enformasyon mahremiyeti, mahremiyet algısı.

ABSTRACT

AN INVESTIGATION ON THE PERCEPTIONS OF PRIVACY OF UNIVERSITY STUDENTS USING SOCIAL MEDIA: THE CASE OF ORDU UNIVERSITY

ŞENGÜL KABAL

In this study, privacy is seen as a concept that individuals and groups can control how much access can be provided to them. Because individuals and groups decide how much information they want to share about themselves and reveal their perceptions of privacy. The most important factor shaping this perception has been the rapid developments in the field of technology and the widespread use of social media accordingly. Especially among the young people studying at the university, the desire to share the moment and convey their thoughts to their followers has increased, and a culture of sharing has emerged among them. In this axis, the aim of this study is to reveal the main factors affecting this relationship by giving place to the relationship between university students' online privacy perceptions and their use of social media. For this purpose, using the quantitative research method, the relationship between demographic variables such as age, gender, family type, place of residence, faculty and class, and their perceptions of online privacy was examined. The sample of the study included 473 undergraduate students at Ordu University Cumhuriyet Campus. According to the findings obtained in the study, it was seen that there were some significant differences between the variables of university students' social media use and privacy perception such as family type, longest place of residence, duration and frequency of social media use, self-profile photo and using one's own name, and online privacy perception. . These observed variables are thought to be effective in shaping information privacy. In the information society, information is spreading rapidly and thus, it also changes and transforms the perceptions of privacy. For this reason, this study will contribute to research and inferences about the information privacy perceptions of other different groups in the society.

Key Words: social media, privacy, information privacy, perception of privacy.

TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın konusu, saha alışmaların ynlendirilmesi, sonuların değerlendirilmesi ve yazımı aşamasında yapmış olduğu büyük katkılarında dolayı tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mehmet KOCA'ya, araştırma ve yazım süresince yardımlarını esirgemeyen kıymetli hocalarım Doç. Dr. Murat YÜKSEL'e, Dr. Öğr. Üyesi Erol BULUT'a, Doç. Dr. Mustafa BAKIRCI'ya, her konuda öneri ve eleştirileriyle yardımlarını benden esirgemeyen çok değerli arkadaşlarıma teşekkür ederim. Yine aldığım bütün eğitim ve öğrenim hat boyunca araştırma boyunca maddi ve manevi desteklerinden dolayı aileme sonsuz teŐekkürler.

Yazarın Adı Soyadı
ŞENGÜL KABAL

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
TEZ KABUL	ii
ETİK BEYANI	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	ix
GÖRSELLER DİZİNİ	x
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1. Mahremiyet Kavramı.....	3
1.2. Kamusal ve Özel Alan Ayrımında Mahremiyet	7
1.3. Mahremiyetin Boyutları.....	9
1.3.1. Kişisel Mahremiyet.....	9
1.3.2. Mekansal Mahremiyet	10
1.3.3. Enformasyon Mahremiyeti	11
1.4. Medya ve Sosyal Medya Kavramı.....	13
1.5. Sosyal Ağlar ve Kullanım Alanları.....	16
1.6. Sosyal Medya ve Mahremiyet Algısının Değişmesine Yönelik Endişeler.....	19
1.7. Sosyal Medya Üzerinden Takip Edilen Standart Normlar ve Enformasyon Mahremiyeti.....	20
BÖLÜM 2:ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	22
2.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme.....	22
2.2. Veri Toplama Araçları	23
2.3. Araştırma Sürecinde Etik.....	24
2.4. Araştırmanın Hipotezleri	24
2.5. Verilerin Analizi	25
2.6. Verilerin Taranması	26

2.7. Aykırı Değerlerin Saptanması	26
2.8. Mahremiyet Algısı Ölçeği Güvenirlik ve Geçerlik Analizleri.....	26
BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN BULGULARI	32
3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	32
3.2. Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre Ortalamaların Karşılaştırılması.....	43
SONUÇ	58
KAYNAKLAR	62
EKLER	69
ÖZGEÇMİŞ	82

TABLULAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1: KMO and Barlett Test istatistikleri	28
Tablo 2: Mahremiyet algısı DFA modeli uyum indeks sonuçları	28
Tablo 3: Ölçek madde istatistikleri ve güvenirlik analizi sonuçları	30
Tablo 4: Cinsiyet değişkenine ilişkin frekans bilgileri	32
Tablo 5: Fakülte değişkenine ilişkin frekans bilgileri	33
Tablo 6: Bulunduğu sınıf değişkenine ilişkin frekans bilgileri.....	34
Tablo 7: Aile türü değişkenine ilişkin frekans bilgileri	34
Tablo 8: Sosyo ekonomik durum değişkenine ilişkin frekans bilgileri	35
Tablo 9: En uzun yaşanılan yer değişkenine ilişkin frekans bilgileri	36
Tablo 10: İkamet edilen yer değişkenine ilişkin frekans bilgileri	36
Tablo 11: Sosyal medya kullanım amacı değişkenine ilişkin frekans bilgileri	37
Tablo 12: Kullanılan uygulama değişkenine ilişkin frekans bilgileri.....	38
Tablo 13: Sosyal medya kullanım süresi değişkenine ilişkin frekans bilgileri.....	39
Tablo 14: Sosyal medyada harcanan zaman değişkenine ilişkin frekans bilgileri.....	40
Tablo 15: Kendi fotoğrafını kullanma durumu değişkenine ilişkin frekans bilgileri	40
Tablo 16: Kendi adını kullanma durumu değişkenine ilişkin frekans bilgileri	41
Tablo 17: Paylaşım türü değişkenine ilişkin frekans bilgileri	41
Tablo 18: Cinsiyet değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi	43
Tablo 19: Fakülte değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi	44
Tablo 20: Sınıf değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi.....	45
Tablo 21: Aile tipi değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi	46
Tablo 22: Sosyo ekonomik düzey değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi .	47
Tablo 23: En uzun yaşanılan yer değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi ...	49
Tablo 24: İkamet edilen yer değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi	50
Tablo 25: Sosyal medya kullanım süresi değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi.....	53
Tablo 26: Sosyal medyada harcanan zaman değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi.....	53
Tablo 27: Kendi profil fotoğrafını kullanma durumu açısından ortalamaların değerlendirmesi.....	55
Tablo 28: Gerçek ismini kullanma durumu açısından ortalamaların değerlendirmesi ...	56

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: DFA uyum indeks eşik değerleri..... 29

Şekil 2: DFA modeli yol diyagramı ve faktör yük değerleri 30

EKLER

EK 1. Normal Dağılışı Varsayımların Testi	69
EK 2. Fakülte Dağılışı Varsayımları Testi.....	69
EK 3. Sınıf Dağılışı Varsayımları Testi.....	71
EK 4. Aile Tipi Dağılışı Varsayımları Testi	71
EK 5. Sosyo Ekonomik Düzey Dağılışı Varsayımları Testi.....	72
EK 6. En Uzun Yaşanılan Yer Dağılışı Varsayımları Testi.....	73
EK 7. Şu An Yaşanılan Yer Dağılışı Varsayımları Testi.....	73
EK 8. Sosyal Medya Kullanım Süresi Dağılışı Varsayımları Testi.....	74
EK 9. Sosyal Medya Kullanım Saati Dağılışı Varsayımları Testi.....	75
EK 10. Kendi Profil Fotoğrafını Kullanlar Dağılışı Varsayımları Testi.....	76
EK 11. Gerçek Adını Kullananlar Dağılışı Varsayımları Testi	76
EK 12. Kişisel Bilgi Formu	77
EK 13. Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği	80

GİRİŞ

Modernleşme ile birlikte teknolojide meydana gelen gelişmeler bireyin hayatını derinden etkileyen gelişmelerden biridir. İnternetin ve sosyal medya araçlarının yaygın bir şekilde kullanılması toplumsal açıdan bazı dönüşümlerin yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu dönüşümlerin başında da Baudrillard (2003)'ın belirttiği üzere sanal ile gerçeğin iç içe geçmesinin beraberinde gelmesidir. Diğer yandan günümüzde yeni sosyalleşme araçları olarak nitelendirilen sosyal medya uygulamaları da, modern toplumların mahremiyet anlayışında değişim ve dönüşüme yol açmaktadır.

Bu durum bir kavram olarak mahremiyetin, kültürden kültüre, bir toplum içerisinde ise yaşanan zamana göre farklı şekillerde algılanıp tanımlanmasına yol açmıştır. Başlangıçta teknik ve teknolojik değişmelerle meydana gelen değişim ve dönüşüm toplumsal alana da yansımış ve bu durum birçok araştırmacının dikkatini çekmiştir ve mahremiyet algısını çalışmalarına konu edinmişlerdir.

Örneğin literatürde sosyal medya ve mahremiyet algısına yönelik yapılan araştırmalara bakıldığında Berkup (2015), “Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz“ adlı çalışmasında X ve Y kuşakları bağlamında sosyal medya ve mahremiyet algısını ele almıştır. Yine benzer şekilde Sarıkan (2022)'da “Mahremiyetin Dönüşümü: Yeni Medya Perspektifinden Kuşaklararası Farklar“ çalışmasında mahremiyet algısının yeni medya araçlarından kaynaklı olarak kuşaklar arasında bir değişim gösterip göstermediğini incelemiştir. Ayrıca “ Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı“ adlı çalışmasında Kaplan (2017), gençlerin sosyal medya kullanırken mahremiyet konusunda kaygı duyma derecelerini ve bu konuda hakkındaki genel eğilimlerini incelemiştir. Sığın (2019) ise, “Sosyal Medya Kullanan Gençlerin Mahremiyet Algısının İncelenmesi“ adlı çalışmasında sosyal medya kullanan gençlerin mahremiyet algısını incelemiştir. Öte yandan sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı ile ilgili yapılmış olan çalışmaları Instagram örneği üzerinden inceleyen Dalkıç-Örs (2018), yapmış olduğu “Mahremiyet ve Instagram Mahremiyetinin İnsanın Yaşam Olgusuna Etkileri“ adlı çalışmasında sosyal medya uygulamalarından biri olan Instagram'ı mahremiyet algısı özelinde ele alarak kullanıcıların bu uygulamayı ne sıklıkla ve ne zamandır kullandığını, mahremiyet kavramının ne ölçüde bilindiği üzerine yoğunlaşmıştır. Literatür çalışmaları incelendiğinde bir diğer çalışma ise Ülker (2020) tarafından yapılan “Sosyal Medya Kullanımının Kişilerarası İletişimde Bireyin

Mahremiyet Algısına Etkileri: Gümüşhane Üniversitesi Örneği“ adlı çalışmadır. Ülker bu çalışmada bireyin sosyal medya kullanımıyla mahremiyet algısında yaşanan dönüşüme odaklanmıştır.

Son olarak mahremiyet algısı ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi dijital yerliler ve dijital göçmenler üzerinden inceleyen Çetin (2021),“ Sosyal Medya İle Birlikte Değişen Mahremiyet Algısı: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlere Yönelik Bir Analiz“ adlı çalışmasında göçmenlik ve mahremiyet konusunu işlemiş, dijital göçmenlerin sosyal medyanın etkisiyle değişen mahremiyet algılarını incelemiştir.

Üniversite öğrencileri kitle iletişim araçlarından biri olan sosyal medya platformlarını en sık ve en yoğun kullanan kesimler arasında yer almaktadır. Haliyle öğrenciler değişim ve gelişime de daha hızlı adapte olmaktadır. Yaşanan teknolojik gelişmeler ve bilginin hızlı bir şekilde erişilebilir olması da öğrencileri sosyal medya uygulamalarını kullanmaya yönlendirmektedir. Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak modernleşme ile birlikte, bilgi toplumu olarak da adlandırılan enformasyon toplumunda değişim ve dönüşüme uğrayan mahremiyet algısının değişmesinde üniversite öğrencilerinin yaygın olarak kullandıkları sosyal medya uygulamalarının etkisini araştırmak amaç edinilmiştir. Çalışmada araştırma yöntemlerinden biri olan nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmanın kavramsal çerçevesinin belirtildiği birinci bölümde mahremiyet kavramı, kamusal alan-özel alan ve mahremiyetin boyutları farklı açılardan ele alınmıştır. Bu çalışmanın konusu üniversitede öğrenim gören ve sosyal medya kullanan öğrencilerin mahremiyet algılarını irdedelemektir. Bu nedenle çalışmada kişisel ve mekansal mahremiyet kavramlarına kısaca yer verildikten sonra çalışma ile doğrudan bağlantısı olan ve bu çalışmanın değişkenlerinden birini oluşturan enformasyon mahremiyeti konusu üzerinde durulmuştur. Ardından medya ve sosyal medya kavramları incelenmiş, sosyal medya araçları ve kullanım araçları hakkında bilgi verilmiştir. Ardından sosyal medya ve mahremiyet algısının değişmesine yönelik endişeler farklı perspektiflerden incelenip açıklanmıştır. Son olarak sosyal medya üzerinden takip edilen standart normlar ve enformasyon mahremiyetine yönelik boyutlar farklı açılardan ele alınmıştır.

Çalışmada kullanılan yöntem, hipotezlere, evren ve örnekleme, veri toplama tekniğine, verilerin işlenmesi ne yönelik daha geniş bilgiye yöntem bölümünde, son olarak verilerin çözümlenmesine yönelik bulgulara ise araştırmanın bulguları bölümünde yer verilmiştir.

BÖLÜM 1: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Mahremiyet Kavramı

Bir kavram olarak mahremiyetin tanımlanması oldukça zordur. Konuya birden fazla şekilde yaklaşan mahremiyet teorileri ve çerçeveleri bulunmaktadır. Bazıları bilgi türlerini hassasiyete göre sınıflandırırken bazıları ise bilginin farkındalığı ve kontrolü olarak odaklanır. Bu çeşitli yaklaşımların altında mahremiyetin nasıl kavramsallaştırıldığına ilişkin bazı temel farklılıklar yatmaktadır. Örneğin Avrupa hukukunun çoğu mahremiyetin korunması gereken temel bir insan hakkı olarak çerçevelerken Amerikan toplumu genellikle mahremiyeti alınıp satılabilen ve diğer fayda ve dezavantajlara karşı tartışılabilen bir meta olarak ele alır. Faydalar açısından mahremiyet sadece bireyler için önemli bir hak değil, aynı zamanda ifade özgürlüğü ve demokrasi için de önemlidir.

Felsefi, psikolojik sosyolojik ve hukuki bir kavram olarak mahremiyet, sosyal bilimlerin hemen hemen her alanında uzun zamandır araştırılmaktadır. Farklı alanlarda bulunan farklı bakış açılarını bir araya getirmek için sosyal ve hukuk bilginleri tarafından çok sayıda girişimde bulunulmuştur. Ancak ortaya çıkan tablo, tutarsız ve tam olarak geliştirilmemiş veya ampirik olarak doğrulanmamış kavramlar, tanımlar ve ilişkilerle parçalanmıştır. Çok eski zamanlarda ortaya çıkan, teknik, teknolojik gelişmelerle ve artan modernleşmenin etkisiyle daha fazla önem kazanan mahremiyet, her toplum ve kültürde farklı anlamlara gelebilmektedir. Özellikle teknik, teknolojik gelişmelerle bağlantılı modernleşme düzeylerinin bütün toplumlar için aynı olmaması kavramın her toplum ve kültürde farklı anlamlar ve şekillerde ortaya çıkmasına yol açmıştır. Haliyle mahremiyet kavramı yaşanan zamana, coğrafyaya ve kültüre bağlı olarak farklı boyut ve içerikler taşıyabilmektedir. Diğer bir söylemle bu etkenlere bağlı olarak kavrama yönelik algılar değişiklik gösterebilmektedir. Mahremiyet kavramının birey için temel bir ihtiyaç olarak düşünülmesi durumunda gündelik yaşamda daha farklı şekilleri ve alanları ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda mahremiyet kavramı genellikle “gizli, herkese söylenmeyen; herkes tarafından bilinmemesi gereken” anlamlarda kullanılırken, “mahremiyetine girmek” kavramı ise diğerinin özel hayatını öğrenecek kadar ona yakın olmak anlamında kullanılmaktadır (Duman, 2011: 23).

Literatüre bakıldığında hukuksal bağlamda mahremiyet kavramına yönelik ilk tanımlamanın iç savaş sonrası hızlı sanayileşme ve şehirleşme yaşayan Amerika Birleşik Devletleri’nde yapıldığı görülmüştür. Toplumda önemli bir kağıt üreticisi olan

Samuel Warren ve daha sonra Yüksek Mahkeme Yargıcı olacak olan eski hukuk ortağı Louis Brandeis, 1890 Harvard Law Review için mahremiyet üzerine bir makale yazmışlardır. Bu makalede mahremiyet için “yaşama hakkı”, “hayattan zevk alma hakkı” ve “kendi haline bırakılma hakkı” gibi ifadeler kullandıkları görülmüştür (Diffie ve Landau, 1998: 147). Mahremiyet kavramı, bireye ait özel alanlar, durumlar ve bireyin kendi iradesiyle kendisine ait olan bütün bu nitelik ya da eylemleri belirleyebilme, onları paylaşma ya da koruma hakkı ve yetisi anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle mahremiyet, bireylerin kendileri gibi olabilme ve diledikleri gibi yaşayabilme hakkına sahip olmalarıdır.

Mahremiyet, yaşam deneyimine göre değişmesi anlamında çok boyutlu, esnek ve dinamik olarak tanımlanmıştır (Altman, 1977: 33). Gizlilik, mahremiyet, anonimlik, güvenlik ve etik gibi örtüşen kavramlar karışıklığı daha da artırmıştır.

Yüksel (2003: 56)’e göre mahremiyet, bireyin kendini gizleme isteği, başkalarıyla kendi alanı arasında sınır belirleyebilme hakkı, hukuki anlamda sahip olduğu özel alana dair koruyucu yasalar, toplumsal düzeyde gizliliğe bakış gibi yönleriyle kapsamlı bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak mahremiyet hakkı, bireylerin kamu yaşamına katılıp katılmama veya hangi düzeyde katılacakları konusunda karar verme yetkisine sahip oldukları anlamına gelir. Berkup (2021: 31), çalışmasında mahremiyet kavramını; “bireyin yalnızca şahsını ilgilendiren ve yine kendine özel olanı korumak istediği, diğer bireylerle paylaşma arzusu ve gereksinimi duymadığı ve yine diğer bireyler tarafından anımsanmasını ve ulaşılmasını istemediği olguların tümü” olarak nitelendirmektedir.

Göle ise ‘Modern Mahrem’ kitabında mahrem sözcüğünü gizlilikle, aile hayatıyla, kadının alanına girmesi yasaklanmış yabancı bakışlarla ilişkilendiren mahremiyetin erkeğin ailesi anlamına geldiğini belirtmiştir (Göle, 016: 23).

Senett (2010: 22) “Kamusal İnsanın Çöküşü” adlı kitabında mahremiyeti bir görüş biçimi ve bu biçimiyle insanlar arası ilişkilerde bir beklenti olarak görmüş ve mahremiyetin insani deneyimi yerleştirdiğini ileri sürmüştür.

Arık (2018: 41), mahremiyet kavramını, bireylerin yalnız kalabilme, düşünce ve davranışlarını diledikleri gibi seçmede özgür hareket edebilme, toplumda görev alma ve etkileşimde bulunma aşamasında kendi sosyal çevresini ve sınırlarını belirleyebilme hakkına sahip olması olarak tanımlamaktadır. Ona göre mahremiyet, bireylerin kendi

hayatlarını, toplumda yaşayan diğer bireylerin hayatlarını engellemeyecek şekilde yaşama ve kişinin toplumda var olma biçimindeki egemenliğini göstermektedir.

Mahremiyet kavramını günlük deneyimlerimizi şekillendirdiği şekliyle kapsayan tek bir teori bulunmamaktadır. Farklı mahremiyet teorileri ve çerçevelerinin farkında olmak, modern mahremiyeti iletmeye yönelik ilk adımdır. Tek bir tanım mahremiyetin her yönünü yeterince yakalayamamıza sebep olacaktır. Farklı mahremiyet perspektiflerinin farkında olmak, araştırmacıların, uygulayıcıların ve politika yapıcılarının mahremiyeti bütünsel olarak ele aldıklarından ve önemli bileşenleri istemeden kaçırmadıklarından emin olmalarına yardımcı olabilir.

Modern toplumlarda mahremiyet hakkı en temel insan hakkıdır. Mahremiyet aynı zamanda kişinin kendisiyle kurduğu bireysel ilişkiyi de biçimlendirmektedir. Bireyin kendisi için kurmuş olduğu bu mahrem alan, aynı zamanda onun özel alanı, yani özgürlük alanıdır. Bireyin kurmuş olduğu bu özel alan ona kendisi olma imkanı sağlamaktadır ve her insan böyle bir özel alana ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda mahremiyet kavramı, kişinin kendisiyle kurmuş olduğu ilişkinin de en önemli parçalarından biridir. Bu duruma ek olarak mahremiyet bireyin kendi dışındaki insanları anlama ve onlarla ilişki kurmasının da önemli bir parçasıdır. Kendimize yakın bulduğumuz kişiler, bizlere mahrem alanlarını açarlar. Açılan bu alanın sınırında durma kararını da yine başkalarıyla kurduğumuz iletişimin derinliği belirlemektedir (Yılmaz, 2011: 58).

Bir kavram olarak mahremiyet hakkında ne kadar farklı tanımlamalar ortaya atılmış olsa da mahremiyet kavramı sınırları tam olarak belli olmayan bir kavramdır. Örneğin arayüz tasarımcıları mahremiyeti, bir kullanıcının bir ayarı özelleştirerek veya varsayılan bir izin seçerek doğru gizlilik seviyesinin ne olduğunu tanımladığı bireysel düzeyde bir karar olarak ele alabilmektedir. Bununla birlikte son araştırmalar aynı zamanda mahremiyetin toplumsal bir amaca hizmet ettiğini ve sistemlerin tasarımında mahremiyetin daha kolektif kavramsallaştırılmasının kullanılması gerektiğini kabul etmektedir. Bu, bir bireyin arzularını tatmin edip etmekle grupların ve hatta bir bütün olarak toplumların ihtiyaçlarını karşılamak arasında gerilimlere yol açmaktadır.

Geçmişten günümüze bazı hukuki düzenlemelerle mahremiyet sınırları belirlenmeye çalışılmış ve değişime uğramıştır. Günümüz teknoloji ve dijital çağında mahremiyet kavramı yeniden tanımlanmaktadır. Öncelikle mahremiyet kavramı bireyin “kendi haline bırakılma hakkı” olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, bireyin mahremiyet

gereksinimi gündelik toplumsal yaşamda farklı şekillerde karşımıza çıkabilmektedir. Bunlardan ilki bireyin yalnız ve tek başına olma isteği; diğer bir şekli ise bireyin yakın çevresindeki insanların tahakküm ve müdahalesinden bağımsız bir şekilde bağ kurma arzusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda mahremiyet kavramı tanımlanırken, bu kavramın çok boyutlu bir kavram olduğunu da göz önünde bulundurmak gerekir (Karagülle, 2013: 37).

Livberber (2018: 24)'e göre mahremiyet kavramsallaştırmaları dört şekilde ifade edilmektedir. Bunlar: ihtiyaç, korunma hakkı, kültürel algı ve din referansında kul hakkı olarak bilinen, haramdan sakınma ve sadakattır. Bireyden bireye farklılık gösterebilen bir kavram olan mahremiyet kavramı aynı zamanda zamana, mekana ve toplumlara göre de değişkenlik gösterebilmektedir. Bu nedenle kavrama ilişki oldukça farklı değerlendirmeler söz konusudur. Özellikle kültürel algı süreci, doğu ve batı kültürlerinin algısı anlamında oldukça dikkat çekmektedir. Toplumsal anlamda mahremiyete ihtiyaç duyulması da bu bağlamda farklı boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Yüksel (2003: 33), bu ihtiyaçları üç kategoride ele almaktadır. Bu kategorilerden ilki, bireyin yalnız kalma veya tek başına olma isteği ile ilişkilidir. İkincisi, ilişki ve iletişim içinde olduğu bireylerle arasındaki durumu diğer kimselerden uzak ve herhangi bir müdahale olmadan yaşama isteğinden ortaya çıkmaktadır. Son olarak üçüncü kategori ise kişisel olarak çok fazla dikkatleri üzerine çekmeden kamusal alana katılma isteğine yöneliktir. Her halükarda mahremiyeti koruma endişesinin temelinde, bireyin toplumla olan ilişkine dair bir anlayış ortaya çıkmaktadır.

Bir sosyal psikolog Irwin Altman (2022: 15-22), mahremiyeti, benlik durumunun diğer insanlara açıklık derecesini değiştirerek “bir birey veya grubun diğer birey veya gruplarla etkileşimini yeniden inşa ettiği kişilerarası bir sınır süreci” olarak tanımlamaktadır. Bu süreç Altman'a göre doğası gereği diyalektiktir ve diğer bireylerle sosyal etkileşimin hem sınırlandırılmasını hem de denetlenmesini dengelemektedir. Bireyler arası sınırlar Altman'a göre önemlidir çünkü kullanıcıların kendini ifade etmesine, korumasına, kişisel birikimlerini yönetmesine ve diğerleriyle daha derin ilişkiler kurmasına yardımcı olur. Sınır düzenleme aralığı, değişen düzeylerde farklılık ve benzerlik için dinamik bir ihtiyaçla birlikte geri bildirim ve yeniden inşa etmeye izin verir. Altman'a göre sınır mekanizmaları, kişinin istenen mahremiyet düzeyine ulaşmak için kombinasyon halinde kullanılan ve zaman içerisinde ayarlanan davranışlardır. Altman'ın mahremiyet kavramsallaştırmasına dayanan Petronio'nun iletişim

mahremiyeti yönetimi teorisi, açıklama sınırlarıyla beş varsayımın ana hatlarını çizmektedir. Birincisi özel ve kamusal bilgi arasında bir sınır vardır. İkincisi, ifşa mahremiyeti, özellikle özel bilgilerin ifşasıyla ilgilidir Üçüncüsü bireyler bu özel bilgilere ilişkin bir sahiplik veya kontrol duygusuna sahiptir. Dördüncüsü kural tabanlı bir sistem, bireylerin bu mahremiyet sınırlarını nasıl yönettiklerini tanımlar. Beşincisi, bu süreç doğası gereği diyalektiktir. Başka bir deyişle Petronio, Altman'ın teorisinden yararlanarak, bir bireyin bilgi gizliliği arzusunun zaman içinde değişebileceğini yinelemektedir.

Gizlilik, ağ bağlantılı gizliliğin önemli ve farklı yönlerini ortaya çıkaran yasal tanımlardan normatif tanımlara kadar çeşitli şekillerde tanımlanmış karmaşık ve çok yönlü bir kavramdır. Mahremiyetin teknik tanımları kesin fakat dar olma eğilimindeyken, mahremiyetin genel ve karmaşık doğası, sosyo-teknik bir fenomen olarak kavramın tanımlayıcı bir özelliğidir.

Mahremiyet kavramına ilişkin yukarıda yer alan bütün tanım ve açıklamalarda onun kamusal alanın ve özel alanın sınırlarıyla ilişkili olduğuna yönelik vurgular ağırlıklı olarak yer almıştır. Bu bağlamda kavrama bu iki alan ekseninde yer verilmesinde fayda vardır.

1.2. Kamusal ve Özel Alan Ayrımında Mahremiyet

Mahremiyet kavramı geçmişten günümüze kişisel haklar arasında yer aldıkça gündelik hayatımızda da görünür bir kavram haline gelmiştir. Kamusal alan ile özel alan arasındaki ayırım kabul edildiğinde yalnızca böyle bir kavramın anlam ifade ettiği bir topluluk değil, aynı zamanda bu türden bir açıklamayı da mümkün kılan kurumsal bir yapı da varsayılmaktadır. Kamusal ve özel alanın ayırımı liberalizmin temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Sennett (2019: 37)'e göre mahremiyet bir görüş biçimi ve insan ilişkilerinde bir beklentidir. Ona göre mahremiyet insani deneyimin yerleştirilmesidir; öyle ki, yaşamın dolaysız şartlarına yakın olan, en yüce olandır. Bu yerleşme devam ettiği sürece insanlar birbirlerine o kadar baskı yapmaktadır ve jest engellerini yıkmak için çalışır. İnsanların birbirlerinden beklentileri, birbirleriyle ilişkilerinin yakınlaştıkça sıcaklığın artmasıdır; onların mahrem ilişkilerinin önündeki engellerden sıyrılma çabalarıyla ulaşmak istedikleri ise yoğun bir sosyalliktir. Ancak bu beklenti eylem tarafından yenilgiye uğramaktadır.

Arendt (1994: 25)'e göre geçmişten bugüne, özel alana ait olan etkinliklerin kamusal alana geçişinden bu yana oluşan bu yeni alanın en önemli özelliklerinden biri, eski alanın özel ve siyasal alanlarını aşındırma ve yok etme yönünde engellenemez bir eğilimin ortaya çıkması olmuştur. En azından son üç yüzyıldır süratle artan bu eğilim, gücünü bizzat yaşam sürecinin toplum aracılığıyla şu ya da bu biçim altında kamuya aktarılmasından alır.

Kamusal alan konusunda görüş bildiren bir diğer isim de Sennet'tir. Ona göre, on sekizinci yüzyılın kamusal insanı, geç modern dönemde kamusal alanda bir aktör değildir. Bu noktada kamusal insan, geç modern dönemde kamusalıyı yitirmiştir. Geç modern dönemde kamusal alan erişkinler için bir oyun alanı da değildir. Dahası geç modern dönemde kamusal insandan bahsetmek mümkün değildir. Sennett, günümüzde kamusal yaşamın formel bir yükümlülüğe dönüştüğünü, çoğu yurttaşın devletle ilişkilerine teslimiyetçi ve kanıksayıcı bir ruh haliyle baktığını tespit etmektedir. Senett (2010: 8)'e göre kamunun zayıflaması yalnızca politik eylemlerle sınırlı bir alanı etkilemenin yanısıra insanların birbiriyle iletişimini de etkilemiştir.

Senett (2010: 48)'e göre geç modern dönemde yabancılarla kurulan gündelik ilişkiler mecburi ve yüzeysel yani sahte olarak nitelendirilebilmektedir. Yabancıların dünyasında kalabalık ve çok kültürlü bir şehirde yaşamaktan çok az insan hoşlanmaktadır. Bunun nedeni ise geç modern dönemde birey yabancıları kendisine bir tehdit unsuru olarak görmektedir. Ona göre kamusal alana katılım günümüzde bir oluruna bırakma haline gelmiştir. Böylelikle günümüzde kamusal yaşam şehir gibi mekanları bozulma sürecine sokmuştur. Sennett'e göre on dokuzuncu yüzyılda yaşanan kamusal yaşam krizi sonucunda birey topluma girmiş ve kamusal alanda sanayi kapitalizmiyle kesişmiştir. Bu aşamada kamusal kültürün yeni psişik sıkıntıların belirtileri doğmaya başlamıştır. Artık bireylerde, karakterin irade dışı açığa vurulmasından duyulan korku, savunma amacıyla duygulardan kaçınma ve süratle artan bir pasiflik durumu gerçekleşmektedir. Bireyde gözlemlenen bu değişim ise kamusal insanın yok olması anlamına gelmektedir. Kamusal insanın yok olduğu toplum mahrem bir toplumdur ve bu toplumda insan dışı olan toplumsal fenomenler bile anlam kazanabilmek için kişilik sorunlarına dönüştürülmektedir.

Arendt (1994: 4)'e göre ise Antik duyguda mahremiyet özelliği çok önemli bir kavram olarak sayılmaktadır ve kelimenin tam anlamıyla insanın en yüksek ve en insani kapasitelerinden mahrum olma durumu anlamına gelmektedir. Ona göre kamusal ve

özel bölgelerin modern sınırlarının çizilmesi politik ve yasal düşüncedeki krizler sonucunda ortaya çıkmıştır. 16. ve 17. Yüzyıllarda ulus-devletin ve egemenlik teorilerinin ortaya çıkışı, belirgin bir şekilde kamusal alan kavramını da meydana getirmiştir. Öte yandan modern devletin ortaya çıkışı, sosyal ve ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesi ve özel alanın tanınması bu ayrışmanın ön koşullarından biridir.

Kamusal ve özel alanda mahremiyet ile ilgili görüşler yukarıda ifade edilmiştir. Bu bağlamda mahremiyet kavramının boyutlarını incelemekte de fayda vardır.

1.3. Mahremiyetin Boyutları

Mahremiyet, geleneksel toplumlarda bireylerin özel yaşam alanları ve aile ilişkileri ile bağdaştırılırken, günümüz modern toplumlarında kapsam ve sınırlılıkları bakımından farklılaşmıştır. Örneğin çok eski zamanlarda mahremiyet kavramı ile ilişkilendirilmeyen herhangi bir değer modern toplumda ilişkilendirilebilmektedir. Mahremiyet kavramının boyutlarına bakıldığında ise birçok farklı boyutlandırmanın ortaya atıldığı ve kavrama yönelik sınıflandırmaların da farklı biçimlerde ele alındığı görülebilmektedir. Örneğin Joinson ve Pain (2006: 13)'e göre mahremiyetin dört boyutu vardır. Bunlar sırasıyla fiziksel boyut, etkileşimsel boyut, psikolojik boyut ve bilgilendirici boyuttur. Bunların dışında Çakır (2021: 32)'ın belirlemelerine göre, kişilerin içerisinde bulunduğu tüm alanlarda mahremiyet kavramı vardır ve yukarıda bahsedilen boyutlardan farklı olarak mahremiyetin kişiler için boyutları üç başlıkta altında ele alınmaktadır. Bunlar: “kişisel mahremiyet”, “mekansal mahremiyet” ve “enformasyon mahremiyeti”dir.

1.3.1. Kişisel Mahremiyet

Kişisel mahremiyet, bireyin özel alanıyla yani kendini koruyup güvence altına almasıyla ilişkilidir. Bireyler kendilerini ve bedenlerini tanıdıkça birey olma özelliklerinin farkına varırlar. Bedenleri aracılığıyla özgürleşmekte ve bedenleri üzerinde birtakım yaptırımlar yapmak amacıyla yöntemler gerçekleştirmektedirler. Bu yöntemlerin bir yönü zor ve baskı figürünü içerirken diğer bir yönü yarar ve rıza figürünü içermektedir. Bireyin küçük yaşlardan itibaren sahip olduğu mahremiyetlerden biri olan beden mahremiyeti tüm kişileri ilişkilendiren bir mahremiyet olmasına rağmen kadınla daha yakından ilişkilendirilmiştir. Ancak tüm bireyleri kapsayan beden mahremiyeti; bireylerin çocukluğundan itibaren aile ve çevresinden söylenen sözler ile şekillenmekte, küçük yaşlardan itibaren beden ve bedenin mahremiyetine ilişkin öğrendiği kurallar ve

bedenini ne derece gizleyeceği ya da gizleyip gizlemeyeceği konusunda sınırlar çizmektedir (Çakır, 2021: 18).

1.3.2. Mekansal Mahremiyet

Mekansal mahremiyet Arabacıoğlu (2007: 69)'na göre, bireylerin yaşadıkları alanı içeren ve bu yaşam alanlarına diğer insanların ne oranda erişilebilme yada erişememe durumunu ifade eder. Bir diğer ifadeyle bireylerin sahip olduğu bağımsız alanların mahremiyetidir ve bireyler bu alanlarda bir tür korunma altındadır. Bu mahremiyet de en az kişisel mahremiyet kadar önemlidir. Çünkü Arabacıoğlu (2007: 69)'a göre mekanlar oluşturulurken mahremiyet açısından kontrollü ve düzenli olarak geliştirilmesi, bu alanlarda yaşanabilecek mahremiyet ihlallerine yönelik bir önem arz etmektedir.

Mekansal mahremiyet bireylerin içerisinde yaşadığı alanı korumasıyla ilişkilidir. Günümüzde modernleşme ile birlikte mekansal mahremiyete daha fazla önem verilmektedir. Karagülle (2015: 47)'ye göre bunun örneklerinden biri günümüz modern mimari anlayışında evler odalara ayrıştırılmıştır. Böylelikle ailenin her bir üyesine ait özel alanlar oluşmaya başlamış ve bu durum da mekansal mahremiyete günümüzde çok daha fazla önem verildiğini göstermektedir. Öte yandan eski Türk mimarisinde ise evlerin pencereleri kepenkler ile kapatılırken, kapıları genellikle avluya açılırken evin sokağı gören penceresi ise mümkün olduğunca az olurdu. Buradaki temel amaç mekansal mahremiyete dikkat etmektir. Zaman geçtikçe bu evlerin yerine modernleşme ile birlikte apartmanlar tercih edilmeye başlamıştır. Bu yeni tip apartmanlar mekansal mahremiyet noktasında bazı eksikler bulundurmaktaydı. Günümüz apartmanlarında mekân mahremiyeti eskisi kadar önemsenmemekte ve evlerin görünürlüğü artmaktadır.

Toplumsal yapıda meydana gelen modernleşme hareketlerinin neden olduğu değişim ve gelişimlerle birlikte mekansal mahremiyet algısı da birtakım değişimler yaşamıştır. Önceleri bireylerin diğerleri ile etkileşim halinde olduğu fiziksel alanlar belli sınırlar barındırırken günümüzde bu alanlar da kamusallaşmaya başlamıştır. Bu kamusallaşma beraberinde bireylerin mekansal mahremiyet algılarını koruma noktasında birtakım problemler meydana getirmiştir. Günümüzde iletişimde yaşanan teknolojik gelişmelerle zaman ve mekan kavramı ortadan kalkmaya başlamıştır. Örneğin günümüzde mobil cihazlar üzerinden internet ve sosyal medya araçlarının kolay ve hızlı ulaşılabilir olması, fiziksel alanların ortadan kalkmasına ve bireylerin diğerlerinin mahrem alanları olan evlerine rahatlıkla girmelerine olanak sağlamıştır. Üstelik bu durum bireylerin

kendi istek ve rızaları doğrultusunda oluşmaktadır. Bireyler sadece evlerini değil en mahrem mekânı olarak nitelendirilebilecek yatak odalarını da gözetlemeye sunmuşlardır. Özetle iletişim alanında yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte bireylerin özel yaşamlarını oluşturan mekanlar artık kamuya mal olmuş durumdadır (Oğuz, 2019: 28).

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde çalışmamız ile doğrudan bağlantısı olan ve bu çalışmanın değişkenlerinden birini oluşturan enformasyon mahremiyeti konusu üzerinde durulacak ve ardından çalışmanın diğer bir değişkeni olan medya konusuna yer verilecektir.

1.3.3. Enformasyon Mahremiyeti

Mahremiyetin üçüncü boyutu olan enformasyon mahremiyeti, bireylerin kendilerine ait olan bilgilerin, toplanma, saklanma, işleme ve nasıl dağıtılıp dağıtılmayacağı noktasında kontrol sahibi olması ile ilgilidir. Bu kavram, mahremiyetin dijital ortamdaki halini nitelendirmektedir. Bu bağlamda mahremiyet kavramı, dijital ortamda “enformasyon mahremiyeti” veya “dijital mahremiyet” olarak kavramsallaştırılmaktadır.

Enformasyon mahremiyeti, yıllar boyunca birçok disiplinde incelenirken, enformasyon çağının gelişi, hem teoride hem de pratikte gizliliğin önemini artırmış ve enformasyon mahremiyeti literatürünün, dünyada öncü bir rol üstlenen bilgi sistemleri için önemini artırmıştır.

Enformasyon mahremiyeti konusunda birden fazla disipline dağılmış çok zengin bir literatür vardır ve enformasyon mahremiyetinin doğası, öncülleri ve sonuçları ve bilgi gizliliği endişeleri, tutumları, düzenlemeleri gibi ilgili yapılar hakkında çok sayıda görüş bulunmaktadır. 2000’li yıllara kadar etkileri süren “sanayi sonrası toplum” kavramı 1970’li yıllarda Daniel Bell’in Sanayi Sonrası Toplumun Gelişi (*The Coming of Post-Industrial Society*) isimli kitabı ile tartışılmaya başlanmıştır. “Sanayi sonrası toplum” kavramı ve bu kavram ile birlikte geliştirilen kuram, Daniell Bell ile birlikte anılmaktadır.

Kuramsal yaklaşımlar arasında enformasyon toplumu üst başlığı ile ele alabileceğimiz bazı vurgu farklılıklarından söz edilebilir. Her birinin ortak özelliği enformasyon kavramının niteliklerine temel bir önem vurgulamaktadır. Enformasyon toplumunu açıklarken, bir kavram olarak enformasyonun algılanma biçimine göre değiştiği

gözlenebilmektedir. Frank Webster (1999: 15), enformasyon tanımlarını çözümlenmeyi kolaylaştırmak adına her birinin yeni tanımlamalarla farklı özelliklere göre beşe ayrılabilirliğini söylemektedir. Bu kıstaslar ekonomik, teknolojik, uzamsal, mesleki ve kültürel kıstaslardır. Modern çağda cep telefonlarıyla bile her zaman ulaşılabilir olma durumunda iletişim içeriği geçmiş dönemden çok daha farklı ve ok daha fazla biçimde bizi sarmalamaktadır. Bu bağlamda yeni modern toplum her zamankinden çok daha fazla medya ve enformasyon yüklüdür. Modern toplumu devrimci bir dönüşüme doğru götürdüğünü amaçlayan enformasyon toplumu Bell'e göre enformasyona sahip olma, bu enformasyonu yayma ve barındırma konusunda yeni yöntemlerle yeni bir toplumdur.

Enformasyon ve dijital teknoloji alanında yaşanan yeni gelişmelerle beraber ortaya çıkan cep telefonları, televizyon, internet gibi yeni iletişim teknolojileri enformasyon toplumu görüşlerinin somutlaşması olarak incelenmiş ve bu alanda yaşanan devrim niteliğindeki gelişmeler, ekonomi, toplum, kültür ve politika gibi olanların da "yeni" biçimini yaratmıştır. Bu bağlamda 21. Yüzyıl insanı bu "yeni zaman" da yaşamaktadır. İnsan eylemlerinin tüm alanlarına dahil olması ve yayılması nedeniyle başlangıç noktası sayılan enformasyon ve teknolojiye yaşanan gelişmeler gün geçtikte daha da önem kazanır hale gelmiştir. Enformasyon toplumu ile ilgili ortaya atılan görüşlerin son dönem örneklerinde ise bu bilgi ağlarının yerellikleri bağladığı uzam ve zamanın örgütlenişinde devrim niteliğinde bir değişim yarattığını vurgulayan uzamsal ölçüt ile yaşanan enformasyon çokluğunun gündelik yaşam biçimleri üzerindeki etkileri üzerinde duran kültürel ölçüt daha fazla önem kazanmaktadır.

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmelerin en önemli dönüm noktalarından biri olan bilgisayar, zamanla iletişim sürecindeki yerini pekiştirmektedir. Küresel bağlamda birçok noktada yer alan bu bilgisayar ve bilgisayar ağları, bireyler hakkında birçok bilgiyi saklayabilmektedir. Dijital ortamda bu bilgilerin bu denli kolay erişilebilir olması ve hızla yayılabilmesi küresel bir gözlemlenme sonucunu doğurmaktadır. Esen (2018: 42)'e göre gündelik yaşamda bireylerin temel ihtiyaçları doğrultusunda izlediği her yol bir dijital veri kaynağı oluşturmaktadır. Bu veri kaynakları ise bireyler hakkındaki özel bilgilere kolayca erişimin mümkün kılınmasına olanak sağlamaktadır.

Bireylerin, gündelik hayatta birçok işlemini dijital ortamlarda gerçekleştirdiği görülmektedir. Örneğin hastane randevusu, banka işlemleri, ulaşım, alışveriş gibi birçok işlem artık dijital ortamlar üzerinden gerçekleştirilebilmektedir. Bireylerin bu işlemlerde vermiş olduğu kişisel bilgiler dijital ortamlarda birer veri kaynağı oluşturmakta ve bu

bağlamda enformasyon mahremiyetinin ihlalini doğurmaktadır. Örneğin bireyin arama motorunda yapmış olduğu bir arama daha sonrasında sıkça karşısına çıkabilmektedir. Çakır (2021: 26)'a göre bu durum birey hakkındaki bilgilerin erişildiğinin ve kolayca yayıldığıının kanıtı olarak görülebilir.

Bugünün dünyası, eskiyle karşılaştırıldığında daha teknolojik bir yapıdadır ve bireylerin önceleri uzun zaman ve emek sarf ettiği işlemler artık kolay ve ulaşılabilir bir hale dönüşmüştür. Bireyler, bu işlemlerini dijital ortamlarda daha hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirir. Ancak bu durum bazı güvenlik sorunlarını da beraberinde getirir. Örneğin bireylerin elektronik işlemleri yerine getirirken kullandığı kişisel bilgiler, siber saldırılar aracılığıyla farklı amaçlar doğrultusunda üçüncü kişilerin eline geçebilmektedir. İnternetin küresel ve açık doğası, kişisel bilgilerin hem belirli bir ekonomik mübadele içinde hem de dışında birden fazla tarafça kolayca toplanmasına, saklanmasına, işlenmesine ve kullanılmasına izin vererek, enformasyon mahremiyeti endişelerini enformasyon çağı için önemli bir sorun haline getirmektedir. Spesifik olarak, kişisel bilgilerin uygun kullanımı ile enformasyon mahremiyeti arasındaki gerilim, enformasyon çağının en ciddi etik tartışmalarından biri olarak lanse edilmiştir (Mason, 1986: 12). Ayrıca, teknolojideki ilerlemeler, enformasyon mahremiyeti endişelerini gidermek için teknik çözümlere yönelik fırsatları da büyük ölçüde genişletmiştir.

Mahremiyet, özellikle bilgi sistemleri alanında genellikle "bireylerin kendileri hakkında bilgilerin başkalarına ne zaman, ne ölçüde ve nasıl iletileceğini kontrol etme yeteneği" olarak tanımlanmaktadır.

Enformasyon çağı, ve sosyal ağların kullanımının yaygınlaşması enformasyon mahremiyeti araştırmalarını da temel bir konu haline getirmiştir. Çalışmanın bu kısmından sonra sosyal medya, sosyal ağlar ve kullanım alanları, sosyal medya ve mahremiyet algısının değişmesine yönelik endişeler ve sosyal medya üzerinden takip edilen standart normlar ve enformasyon mahremiyetine yönelik görüşlere yer verilecektir.

1.4. Sosyal Medya ve Mahremiyet İlişkisi

Sosyal ağ sitelerinin giderek küreselleşen doğası ve daha geniş bilgi ekonomisi, farklı kültürlerdeki kullanıcıların mahremiyetlerini nasıl farklı şekilde yönettiklerini incelemeye acil bir ihtiyaç olduğunu ortaya çıkarmıştır. Kişiler arası ilişkiler genel olarak dijital iletişim ortamları ve özel olarak sosyal ağlar üzerinden daha fazla

yönetilmektedir. Böylece sanal ortamda bireylerin birbirlerini karakterize etmeleri ve tanımanın bir yolu olarak tanımlanan dijital kimlikler meydana gelmektedir. Bununla birlikte bu kavram dijital iletişimin gereksinimlerinin veya hedeflerinin tanımlarını karmaşıklaştıran birçok yönüyle de belirsizliğini korumaktadır. Medya kelimesi Karagülle (2015:48)'ye göre Batı dillerinde "aracılık etme" anlamında kullanılmakta ve bu noktadan hareketle medya konusundaki araştırmalar kitle iletişim araçları üzerine yoğunlaşmaktadır. Bireylerin alıcı konumda olduğu kitlelere yönelik iletişim sağlayan araçlara da kitle iletişim araçları olarak adlandırılmaktadır. Ancak günümüzde medya araçları kitle iletişim araçlarının yapabildiği her şeyi tek başına yapabilmektedir. Sosyal medyanın ortaya çıkmasından önce, ağa bağlı mahremiyet, bireylerin hangi kişisel bilgileri başkalarından saklayacaklarını kontrol ettikleri bir bilgi ifşa biçimi olarak görülmektedir. Bu nedenle, sosyal medya, insanların fiziksel yaşamlarının özelliklerini nasıl yakaladıkları ve başkalarıyla nasıl paylaştıkları konusunda sürekli olarak ayrılmaz bir bileşen haline gelmiş durumdadır.

Bireylere internet aracılığıyla çeşitli platformlar üzerinden karşılıklı iletişimde bulunma ve haberleşme imkanı sağlayan sosyal medya ise dijital bir platformdur. Medyanın sahip olduğu ve kullanıcılara sunduğu imkanlar gündelik yaşamın her alanını etkisi altına almaktadır. Mekândan ve zamandan bağımsız olarak iletişim kurulabilmesine olanak tanıyan yeni iletişim biçimlerinin yaygınlaşmasıyla, mahremiyet yeniden tanımlanmaktadır (Karagülle, 2014: 56). Uygun bilgi akışlarını ve mahremiyet ihlallerinin meydana gelme olasılığının olup olmadığını belirtirken sosyal normlar ve değerler kritik öneme sahiptir. İnsanlar çok çeşitli bağlamlarda etkileşime girmeyi kabul eder; burada her bağlam, kimin ne tür bilgileri kime ve hangi koşullarda paylaşması gerektiğine ilişkin beklentilerle ilişkilidir. Mahremiyet yönetimi, bireyler tarafından tutulan bu sosyal normları ve varsayımları müzakere etme sürecidir.

Sosyalleşme kavramı zaman içerisinde değişime uğrayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda Büyükgaga (2022: 117)'ye göre eskiden insanların yakın çevresindekilerle ayaküstü bile olsa sohbet etmesi, birbirlerine misafirlğe gitmeleri, çocukların dışarıda yaşlıları ile oynayarak arkadaşlık kurmaları gibi durumlar bireylerin toplumda sosyal bir varlık olduğu anlamına gelmekteydi. Günümüzde ise topluma karışmak teknolojik aletlerin ve internetin kullanımından bağımsız görünmemektedir. Modern dünyada artık birey görüntülü veya sesli telefon konuşmalarıyla, anlık ileti mesajlarıyla, sanal uygulamalarla iletişim ve etkileşim halinde bulunarak toplumda sosyal

bir varlık olarak yaşamını sürdürmekte ve sosyal media kullanmak bu dünyada iletişim kurmanın ve gündemi takip etmenin en önemli araçlarından biri haline gelmiştir.

Bu kapsamda sosyal medya uygulamaları kullanıcılara kişisel profillerini oluşturma sayesinde diğer kullanıcılarla tanışma, onlara kendini gösterme, arkadaş ve ilişkilerine dair anıları sanal ortamda diğer arkadaşlarıyla paylaşma, beğeni ve tavsiyelerini yansıtan içerikler oluşturma, bu içerikleri düzenleme ve paylaşma imkanı tanıyan bir yapıdır. Bu uygulamalarda gerçekleştirilen iletişim tarzı yazı, ses, görüntü veya video seçenekleriyle aktarılmaktadır. Sosyal ağ kullanıcılarının takip ettikleri bireylerin gönderilene anlık olarak geri dönebilmesi gibi ayrıcalıkları bu ağların insan yaşamında çok fazla yer kaplamasına ve kullanıcıların ilgisini çekmesini de beraberinde getirmektedir. İnsanların diğer kullanıcılarla ilişki kurmasını sağlayanlar gibi özelliklerin tanıtılması, insanların algılarını ve ardından mahremiyet davranışlarını şekillendirebilecek yeni kolaylıklar sağlamaktadır.

Yaşanan teknolojik gelişmelerle sosyal medyanın hızlı bir şekilde gelişmesi ve sınırsız bir topluluğa ulaşabilmesi, zaman ve mekan kavramlarını da ortadan kaldırmaktadır. Bu bağlamda Castells (2004: 107)'e göre zaman "zaman dışı", mekan ise "akışkan" bir duruma gelmiştir. Castells içinde bulunduğumuz toplumu "ağ toplumu" olarak tanımlamaktadır. Ağ toplumunda internet hemen hemen her evde mevcuttur ve her bireye ulaşmıştır. İnternetin hızla yaygınlaşması toplumun her alanında değişimlerin yaşanmasına sebep olmuştur.

Sosyal medya, kullanıcılarının paylaştıkları gönderi içeriklerinin telif hakkını korumamaktadır. Bu durum ise en başından bireyin onayına sunulmakta ve sonrasında doğabilecek gizlilik ihlali ihtimallerinde ise sorumluluğu üzerinden atmaktadır. Çünkü kullanıcı eğer bu dijital platforma üye olmak istiyorsa, bu verilerinin yeni alanının paylaşılmasına izin vermek zorundadır. Dijital ortamda paylaşılan her içerik artık diğer kullanıcıların da malı haline gelir ve nerede nasıl kullanılacağına karışılmasına kişinin hakkı bulunmamaktadır. Ancak gizlilik kullanıcıların hem olumlu hem de olumsuz etkileşimlerini düzenlemeye yardımcı olan kişilerarası sınırların yönetimini de içermektedir. Buna fiziksel ve iletişimsel erişilebilirlik, duygusal ve psikolojik esenlik ve itibar ve izlenim yönetimi sınırları da dahildir. Bu nedenle bilim insanları mahremiyeti bir sınır düzenleme süreci olarak açıklamak için sosyal mahremiyet perspektifinden yararlanmaktadırlar.

Sosyal ağların kullanımındaki patlamalar beraberinde yeni tür güvenlik ve gizlilik tehditleri de yaratmaktadır. Pek çok kullanıcı kişisel verilerini ifşa edilmesiyle ilgili risklerin farkında olmamakla birlikte sosyal ağları bilinçsizce kullanabilmektedir. Ayrıca bir kişinin diğer kullanıcılarla olan bağlantıları analiz edilerek kişisel bilgiler çıkarılabildiğinden, tüm kişisel verilerin gizlenmesinin bile koruma sağlamak için yeterli olamayabileceği de bu tehditleri beraberinde getirmektedir. Sosyal medya platformları, birçok insanın yaşama, öğrenme ve başkalarıyla ilişkilerini sürdürme şeklini kademeli olarak değiştirmektedir. Aynı zamanda bu platformlar gönderiler, 'tweet'ler, paylaşımlar, beğeniler ve incelemeler yoluyla daha geniş çevrimiçi topluluklarla kendini, deneyimlerini ve duygularını ifade etmek için yeni yollar sunmaktadır.

Bu aşamada sosyal ağlar ve bu ağların kullanım alanlarından bahsetmekte fayda vardır.

1.5. Sosyal Ağlar ve Kullanım Alanları

Sosyal veya dijital ağ kavramı, kullanıcıların arkadaş, aile, iş arkadaşları veya müşterileriyle bu ağlar aracılığıyla iletişim halinde kalmak için internet tabanlı uygulamaların kullanılması anlamına gelmektedir (Büyükgaga, 2022: 23). Bu ağlar WhatsApp gibi ticari bir amaca veya Twitter, Instagram, TikTok ve Facebook gibi sosyal bir amaca veya her ikisine de birden sahip olabilmektedir. Sosyal veya dijital ağ, teknolojiyi kullanarak kişisel ve iş ilişkilerinin geliştirilmesini ve sürdürülmesini içerir. Bu siteler, insanların veya kurumların birbirleriyle bağlantı kurmasına olanak tanır ve böylece kurumlar ile bireyler ilişkiler geliştirebilir, bilgi, fikir ve mesaj paylaşabilirler. Aile üyeleri ve arkadaşlar, Facebook gibi kişisel sosyal ağ siteleri aracılığıyla yeniden bağlantı kurabilir ve bağlı kalabilir. Hayatlarındaki günlük veya önemli olaylarla ilgili fotoğrafları ve durum güncellemelerini paylaşabilirler. İnsanlar aynı ilgi alanlarını, hedefleri veya deneyimleri paylaşan bilinmeyen kişilerle de bağlantı kurabilir. Bireyler birbirlerini gruplar, listeler ve hashtag kullanımı yoluyla bulabilirler.

Başlıca sosyal ağ platformlarını inceleyecek olursak 2004 yılında Marc Zuckerberg tarafından kurulan Facebook uygulaması ile kullanıcılar güncellemeler gönderebilir ve başkalarının gönderilerine yanıt verebilirler. Fotoğrafları ve çevrimiçi içerik bağlantılarını paylaşabilirler. Kullanıcılar canlı sohbet edebilir ve video yükleyip paylaşabilir. Kullanıcılar ayrıca Facebook Messenger aracılığıyla birbirleriyle doğrudan iletişim kurabilirler. Benzer ilgi alanlarına sahip gruplara katılabilir ve arkadaşlarının aktivitelerinden ve takip etmeyi seçtikleri sayfalardan haberdar olabilirler. Facebook

açık ve sosyal olacak şekilde tasarlanan bir sosyal ağ platformudur. Bununla birlikte, platform herkese açık içeriği teşvik ederken, örneğin arkadaşlara erişimi kısıtlayabilen gizlilik kontrollerine de sahiptir.

Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kurulmuş olan Instagram, video ve fotoğraf gibi görsel medyayı paylaşmaya odaklanan bir sosyal ağdır. Kullanıcıların bir profil oluşturması ve bir haber akışına sahip olması açısından Facebook'a benzemektedir. Kullanıcıların, filtrelerle düzenlenebilen ve 'hashtag'ler ve konum etiketleme ile düzenlenebilen medya yüklemesine olanak tanımaktadır. Gönderiler herkese açık olarak veya takipçilerle paylaşılabilir. Instagram kullanıcıları, uygulama içerisindeki diğer kullanıcıların paylaşımlarına göz atabilir, gündemde olan paylaşımları görüntüleyebilir ve yine diğer kullanıcıları takip edebilir. Kişisel akışlarına başkalarının içeriğini ekleyebilirler. Zamanla Instagram, Instagram Stories, Instagram reels ve alışverişe erişim gibi yeni özellikler eklenmiştir. Facebook gibi, Instagram da kullanıcıları içeriklerini herkesin erişimine açık tutmaya teşvik eder, ancak aynı zamanda erişimi yalnızca onaylı takipçilere ayarlamalarına izin verir. Instagram'ın kendi doğrudan mesajlaşma özelliğine ek olarak, son zamanlarda Facebook Messenger, Instagram tarafından birleştirilmiştir, böylece kullanıcılar Instagram'dayken Facebook kişilerine doğrudan mesaj gönderebilmektedirler.

Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams tarafından 2006 yılında kurulmuş olan Twitter, insanların 'tweet' olarak adlandırılan kısa mesajlarla iletişim kurmasını sağlayan sosyal bir ağdır. Tweetler, sosyal platform tarafından 280 karakterle sınırlıdır. Kullanıcılar, okuyucular için yararlı, ilginç ve hatta kışkırtıcı olabilecek tweet'ler gönderir. Diğerleri çekici, önemli veya haber değeri taşıyan içerikler yayınlayan kişi ve şirketleri bulmak için Twitter'ı kullanır. Kullanıcılar ilgilerini çeken başkalarını keşfettiklerinde, onları takip edebilir ve devam eden tweet akışlarını akışlarında alabilirler.

Çinli ByteDance şirketi 2016 yılında Douyin adlı bir dudak senkronizasyonu video oluşturma uygulaması yayınlamış ve ardından Çin dışındaki pazarlar için TikTok'u piyasaya sürmüştür. TikTok, kısa sürede geniş bir kitleye ulaşmış; dünya çapında en çok indirilen ikinci Android uygulaması ve Apple mağazasından ise dünya çapında en çok indirilen beşinci uygulama olmuştur (Çiçekoğlu ve Ünal, 2021: 77). Uygulama 15 saniyelik belirlenen bir müzik ile birlikte video oluşturma imkanı sağlamaktadır. Bu uygulamayı kullanan kişiler kendi müziklerini seçebilir, efekt eklemesi yapabilir ve yine

kendi içeriklerini oluşturabilmektedirler (Zhao, ve Ma, 2019: 339). TikTok ile kullanıcılar farklı videoları düzenleyip arkadaş çevreleriyle paylaşmaktadır. TikTok, kullanıcılara kendilerinin, çevrelerinin veya harici görsel-işitsel içeriğin bir derlemesinin yaratıcı videolarını paylaşmak için yeni bir yöntem sunmaktadır. Diğer uygulamalar gibi TikTok'ta da kullanıcıların bir takipçi kitlesi vardır ve bu kullanıcı takipçileriyle iletişim halinde olabilirler. Kullanıcıların videolarında anlatmak istedikleri konuyu bir müzik ile temsil etmesi TikTok'u diğer sosyal ağlardan ayırmaktadır. TikTok kullanıcılarına çok fazla müzik türlerinden seçenekler sunmaktadır, aynı zamanda kullanıcılar kendi ses kliplerini de oluşturabilmektedir(Çiçekoğlu ve Ünal, 2021: 77).

WhatsApp 2014 yılında Facebook tarafından satın alınmış ve o günden itibaren Facebook bünyesinde yer edinen bir sosyal ağ olarak karşımıza çıkmaktadır. WhatsApp günümüzde küresel anlamda çabuk ve güvenli olarak tasarlanan bir yazılı iletişim kanalı olabilmek adına hala Facebook'tan ayrı bir sosyal olarak varlığını sürdürmektedir. Genel özellikleri itibariyle WhatsApp, küresel dünyada internete erişim sağlayabilen her bireyin ücretsiz olarak kullanabildiği, hızlı, kullanım bakımından kolay ve güvenli iletişim sunan bir ağ olarak görülmektedir. Kullanıcılarına anlık yazılı iletişim, sesli ve görüntülü arama yapabilme imkanı sunmasının yanında belge, metin, video, fotoğraf ve konum paylaşabilme imkanı da sunmaktadır. Kullanıcılar 256 kişiye kadar bir grup oluşturabilir ve aynı anda toplu mesajlaşma ve arama yapabilmektedirler. Gündelik yaşamda çok fazla uygulaması olan WhatsApp neredeyse dünyanın her ülkesinde, sınırlar olmaksızın kullanıcılarına aynı zaman diliminde iletişime geçebilmesini sağlamaktadır (<https://www.whatsapp.com/about/>).

Bir diğer sosyal ağ olan YouTube, 2006 yılında 65 milyon kullanıcıya erişmiştir (Satıl, 2011: 56). Video izlemek için kullanıcılarını üye olmak noktasında zorlu tutmayan Youtube, kendi kanalını ve videolarını paylaşabilmek adına kullanıcılarını sosyal ağa üye olmasına yönlendirmektedir Günümüzde YouTube, aylık bir milyar aktif üyeye sahiptir (Çomu, 2012: 73-76).

Sosyal ağ platformları gün geçtikçe artmakta ve yeni içerikleri barındıran platformlar geliştirilmektedir. Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması ve kolayca erişilebilir olması mahremiyet algısının değişmesine yönelik endişeleri de beraberinde getirmektedir.

1.6. Sosyal Medya ve Mahremiyet Algısının Değişmesine Yönelik Endişeler

Küresel sosyal medya çağında, internet kullanıcılarının mahremiyet hakları zayıflamış ve bireylerin mahremiyetin ifşası konusundaki iç görüleri ve uyanıklıkları azalmaktadır. Sosyal ağlar bireylere teknolojik ve erişim anlamında rahatlık sağlamanın yanında aynı zamanda pek çok mahremiyet sorununa da neden olabilmektedir. Kişisel bilgilerin siber ortamda halka açık olması ve çeşitli amaçlarla kullanılması, bireyleri kamuya açık bilgi gizliliği kavramını ve çağın gerektirdiği gerekli düzenleyici mekanizmaları yeniden incelemeye zorlamaktadır. Kişisel verilerin yanı sıra bu mecralar üzerinden yapılan iletişimler de kayıt altına alınmaktadır. Kaydedilen bu materyaller sadece saklanmamakta, aynı zamanda aktarılmaktadır. Bilginin halka açık olması ve sosyal medya aracılığıyla gözetleme sistemi, özel hayatın gizliliği hakkının ihlaline yol açan önemli bir unsurdur. Uygulamaları indirirken, sosyal medya platformlarını ve bunun gibi diğer platformları kullanırken; galeriye, mesajlara ve benzeri diğer ayrıntılara erişim için her zaman kullanıcının onayı alınmaktadır. Siber uzay, bol miktarda bilgi içeren sanal bir dünya haline gelmiştir. Tek bir tıklamayla çeşitli bilgilere ulaşmak artık çok kolaydır. Çevrimiçi olarak sunulan bilgiler, bu sanal dünyada yer alan kişilerin kişisel verilerini de içermektedir. Bu, her insanın doğal bir hakkı olduğu için bilgi gizliliği hakkı için büyük bir endişe oluşturmaktadır. Verilerin uygunsuz amaçlarla kötüye kullanılması ve bireylerin kişisel bilgilerini kontrol edememesi tehdidi büyük bir endişe kaynağıdır. Özel hayatın gizliliği hakkının korunması için yasal çerçeve şeklinde sağlam bir güvenlik mekanizmasına ihtiyaç vardır. Bunun yanı sıra sosyal medya platformlarında kullanıcıların kişisel bilgilerinin yeterli düzeyde korunması şartı bulunmaktadır. Sosyal kullanıcıların kendini ifşa etmesi, hayatını paylaşma sıklığı, gerçek bilgilerin girilme sayısı, sıradan arkadaşlara kendini ifşa etme derecesi ve kapatmak için kendini ifşa etme dahil olmak üzere gizliliği ifşa etmenin ana yollarından biri haline gelmiştir. Bu bağlamda mahremiyetin kapsamını tanımlamanın ve genişletmenin karmaşıklığı ise sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla daha zor bir hale gelmiştir. Bireyler çevrim içi sosyal medya platformlarına üye olurken gizlilik politikaları genellikle kullanıcılar tarafından gözardı edilmektedir. Sosyal medya uygulamalarındaki güvenlik önlemlerinin düşük olması mahremiyet ihlali de dahil olmak üzere belirli siber alan ihlallerine zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya, kullanıcı kişisel bilgilerini koyduğunda verilere erişme iznine sahiptir, ancak mesele, rızanın neleri kapsadığıdır. Kişisel bilgilerin kasıtsız ifşası, itibara zarar verme tehdidi, siber

alana istenmeyen izinsiz giriş, taciz, kişisel verilerin ilgili üçüncü şahıslar tarafından kullanılması ve güvenlik açığı dahil olmak üzere çeşitli gizlilik riskleri bulunmaktadır.

1.7. Sosyal Medya Üzerinden Takip Edilen Standart Normlar ve Enformasyon Mahremiyeti

Sosyal medyanın etik ve toplumsal sonuçları devlet ve ticari gözetim bağlamında sorgulandığından, gözetim çok tartışılan bir konu haline gelmiştir. Gözetim sosyal medya aracılığıyla gerçekleşebilmektedir. İlk olarak, kullanıcının sosyal medya platformundaki etkinliği, insanların kimlik inşasına yansımaktadır. Bu inşa, etiketlenmiş resimler, yorumlar ve diğer gönderiler temelinde oluşturulur. İkincisi, sosyal medya platformları, ağlarında oluşturulan profilleri izlemek için donatılmıştır. Gözetim, görünür, erişilebilir ve aranabilir kişisel bilgilerin kullanılmasıyla gerçekleşebilir. Son olarak, birçok farklı bağlamdan bilgi içeren profillerin gözetlenmesi, dijital gözetim olarak bilinmektedir (Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y., 2019: 57).

Bireyler, kişisel bilgilerin gönüllü olarak ifşa edilmesine dahil olduklarında, bilgi özel mülkiyetten ortak sahipliğe dönüşür. Bu durum da bilgilerin istismar edilme tehditlerini medyana getirmektedir. Bireyler, sosyal medyada paylaşılan kişisel bilgilerinin nasıl kullanılabileceğinden veya istismar edilebileceğinden korktuklarında gizlilik endişeleri ortaya çıkmaktadır. Kişinin mahremiyet kararları, paylaşılan bilgilerin türü, dahil olan aktörler ve bilgi paylaşımının meydana geldiği mekanizmalar ve amacı içeren bağlam dikkate alınmadan anlaşılabilir değildir.

Kişisel iletişim, teknolojinin yardımıyla ve sosyal medya faaliyetlerinin gözetimi ile kamulaştırılabilir hale gelmiştir. Sosyal medya uygulamalarının resmi gizlilik normları, her türlü kişisel bilgiyle ilgilenmek için mesleki etik, kodlar, normlar ve politikaları içermektedir. Bu politikalar genellikle, gizlilik taahhütlerini, kodları, gizlilik standartlarını vb. içeren gizliliğin nasıl düzenleneceğini içermektedir. Sosyal medya platformları, sorumluluğun yükü kullanıcıya geçtiği için sorunlu olan bir devre dışı bırakma sisteminin varsayılan gizlilik ayarına sahiptir. Sosyal medya platformları tarafından uygulanan devre dışı bırakma ilkesi, kullanıcı vazgeçmediği sürece gizliliğin ihlaline açıkça izin vermektedir. Platformdaki güvenliği artırmak için katılım yaklaşımını göz önünde bulundurmamak standart gizlilik normları için gereklidir. Bilgi gizliliği, sosyal medya platformunda bilinmezlik kavramını ortaya çıkarmaktadır. Bu fikir, şeffaflığın yanı sıra bilginin erişilebilirliği nedeniyle siber uzayda önemini

kaybetmektedir. Bu durumda hiç kimsenin internet ortamında tanınmadan kaçamayacağı sonucuna varılabilir.

Sosyal medya platformunun önemli özelliklerinden biri de bilgilerin analizidir. Sosyal medya platformu, kişisel bilgileri erişilebilir ve şeffaf hale getirmektedir. Sosyal medya takibi konusunda genellikle devlet ve ticari işletmenin anlaştığı görülmektedir. Tüm bu hususlar arka planda yer alırken, kişinin bilgi gizliliğinin her zaman tehlikede olduğunu da göstermektedir.

Güzümüz toplumsal yapılanmalarında ‘bilgi’ kavramına yönelik tanımlamalarda da değişiklikler meydana gelmiştir. Bilgi kavramı artık enformasyon kavramı olarak adlandırılmakta ve enformasyon kavramı ise en genel anlamıyla ‘ileti’ ile eşdeğer bir anlam değeri taşıyarak kullanılmaktadır (Mattelart, 2004: 49-50).

Dijital yaşamdaki gelişmeler insanların dijital araçlarla kurdukları etkileşim doğrultusunda bilgiye erişebilme anlamında da oldukça kolaylık sağlamıştır. 21. yüzyılın toplumu ile ilgili Bilgi Toplumu, Post-endüstriyel Toplum, Enformasyon Toplumu, Bilişim Toplumu şeklinde çeşitli tanımlamalar yapılmaktadır.

İletişim özgürlüğü, herhangi bir düşüncenin serbest bir şekilde yaygınlaşarak kitlelere taşınabilmesi anlamına gelmesinin yanı sıra, kitlelerin düşünce, istek ve taleplerini dile getirmesi anlamına da gelmektedir. İletişim söz konusu olduğunda halk sadece pasifize edilmiş (edilgenleştirilmiş) biçimde dinleyen kesim değil, kendisine ulaşan seslere diyalog kurarak eşlik edendir. ‘İletişim’ ile ‘iletişim özgürlüğü’ arasında işte bu tanımdan kaynaklanan bir fark vardır (Öktem, 1992-1993: 163). Kitle iletişim araçları bir anlamda geçmişi sadece kaydederler, şimdiki durumdan görünüm yansıtırlar, fakat böyle yapar- ken de geleceği etkileyebilirler. Kitle iletişim araçları, insanların inanç ve düşüncelerini temelli ya da kısmen değiştirmede çok etkili olduğu gibi, etki alanları da giderek büyümektedir. Gerçek anlamda serbest bir kamuoyu, haberlerin ve fikirlerin serbestçe yayılabildiği bir ortamda gelişebilir (Giritli, 1984).

Sonuç olarak enformasyon mahremiyeti, hem sosyal hem de çevrimiçi platformlarda bireylerin kendilerini ifşa etme süreçlerini ve kişisel bilgilerin ifşasının yanı sıra kullanıcıların mahremiyet sınırlarını da nasıl yönettiğini açıklamaktadır.

Çalışmanın bu bölümünden sonra, araştırmanın yöntemi, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, hipotezleri, verilerin işlenmesi ve çözümlenmesinin yer aldığı ikinci bölüm olan araştırmanın yöntemi bölümüne geçilecektir.

BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada yöntem olarak nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Neumann (2007: 23)'a göre, nicel araştırmalar, sayısal olarak ölçülebilen verilerin istatistiksel çözümlenmeleri aracılığıyla sosyal olguları inceleyen ve bu olgular arasındaki neden sonuç ilişkilerini ortaya koyarak sosyal düzenin kanunlarını keşfetmeyi amaçlayan araştırmalardır. Bu araştırma; iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığı ve/veya derecesini araştıran tarama modeline uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada tarama modellerinden açıklayıcı tarama modeli kullanılarak mahremiyet algısı farkındalığı ile bazı değişkenler arasında ilişkinin var olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Daha çok katılımcıya ulaşmak ve çalışmanın dış geçerliliğini yüksek tutmak için korelasyonel araştırma deseni tercih edilmiştir. Bu uygulamalı korelasyonel çalışmada, demografik özelliklerin (cinsiyetin ve öğrenim görülen alanın), sosyal medya kullanım sıklığının, yaşanılan yerin, aile biçimlerinin ve sosyoekonomik düzeyin mahremiyet algısı farkındalığı ile ilişkisi incelenmiştir.

2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini Ordu Üniversitesi Cumhuriyet Yerleşkesi'nde öğrenim gören lisans öğrencileri dahil edilmiştir. Ordu Üniversitesi Kurum İçi Değerlendirme Raporu (2023)'na göre 2022 yılında I. Öğretim ve II. Öğretim olmak üzere toplamda 9609 öğrenci bulunmaktadır. Bu araştırmanın evrenini 9609 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırmada rastgele örnekleme yönteminin alt tipi olan tabakalı rastgele örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Neumann ve Robson (2014: 97)'a göre, rastgele/gelişigüzel örnekleme yönteminde araştırma, saptanan örneklem büyüklüğüne göre herhangi bir şekilde evrenin bir parçasını seçmesidir. Bu örnekleme evren rastgele homojen tabakalara ayrılmaktadır. Ardından her tabakadan basit tesadüfi örnekleme ile ögeler seçilir, seçilen ögeler örnekleme oluşturmaları için bir araya getirilir.

Bu çerçevede üniversitenin çeşitli fakültelerinde/yüksekokullarında öğrenim gören 9609 olarak belirlenen öğrencilerin yeterli örneklem sayısını hesaplayabilmek adına %95 güven güven aralığı ve %5 hata payı ile 0,071 tabaka aralığı hesaplanmıştır. Bu durumda 500 katılımcı örnekleme alınarak araştırma gerçekleştirilmiştir. Örneklemin fakülte/yüksekokula göre dağılımı ise aşağıdaki gibi olmuştur:

Ziraat Fakültesi 32 öğrenci, Güzel Sanatlar Fakültesi 39 öğrenci, Eğitim Fakültesi 79 öğrenci, Sağlık Bilimleri Fakültesi 44 öğrenci, Fen Edebiyat Fakültesi 151 öğrenci, Diş

Fakültesi 34 öğrenci, Müzik ve Sahne Sanatları Fakültesi 20 öğrenci, Tıp Fakültesi 46 öğrenci ve son olarak Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu Fakültesi 28 öğrenci olmak üzere toplam 473 katılımcıya ulaşılmıştır. Verilerin sisteme girilme süresinde zarar gören, yırtılan ve yanlış kodlanan, eksik ve hatalı olan toplam 27 adet veri analizden çıkartılmıştır.

Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıflar incelendiğinde 115 kişi 1. Sınıf, 189 kişi 2.Sınıf, 144 kişi 3. Sınıf ve 25 kişi 4. Sınıfta öğrenim görmekte olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılara üniversitenin kütüphane, kantin gibi öğrencilerin kullanımına açık olan ortak alanlarda, ders önceleri ve sonrasında dersliklerde ulaşılmıştır.

Üniversite öğrencileri örnekleminin seçilmesinin nedeni ise öğrencilerin toplumun diğer kesimiyle kıyaslandığında sosyal medyayı kullanma düzeylerinin daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan üniversite çağındaki bireyler, aktif içerik üreticisinden pasif kullanıcıya kadar internet ve sosyal medyanın yaşamlarına yön veren nesil olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca örneklem, Türkiye'nin çeşitli illerinden gelen ve farklı sosyoekonomik ve sosyokültürel özelliklere sahip grupları içermektedir. Bunun dışında üniversite öğrencileri örneklemini hem araştırmacı için ulaşılabilirliğinin kolay hem de araştırmaya dâhil olacak çok sayıda katılımcıya ulaşma imkânı da vermektedir.

2.2. Veri Toplama Araçları

Araştırma veri toplama aracı olarak geliştirilen anket formunda katılımcıların sosyodemografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla sorulan soruların yanında Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır.

Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği; Bu ölçek, Korkmaz, Vergili ve Karadaş (2021) tarafından geliştirilmiştir. Ölçekte 17 madde yer almakta ve dikkat, güvenlik, iletişim ve paylaşım olmak üzere toplam üç alt boyut bulunmaktadır. Ölçekte dikkat ile ilgili 7 madde, güvenlik ile ilgili 5 madde, iletişim ve paylaşım ile ilgili 5 maddeyi içermektedir. 5'li likert tipine sahip olan ölçekte katılımcılara “Kesinlikle Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” ifadelerinden birini tercih etmeleri istenmiştir.

Korkmaz, Vergili ve Karadaş (2021), ölçeğin iç tutarlılık katsayılarının hesaplanması amacıyla; Cronbach's Alpha, Eş Yarılar Korelasyonu, Guttman Split-Half ile Spearman Brown güvenirlik katsayılarını kullanmışlardır. Elde edilen iç tutarlılık katsayıları .70 ve üzeri olması sonucunda ölçeğin güvenilir ölçümler yapabildiği sonucuna varılmıştır.

2.3. Araştırma Sürecinde Etik

Araştırmanın uygulama kısmına geçilmeden önce geliştirilen anket formu 14.11.2022 tarihinde Ordu Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'na sunulmuş ve kurulun 12.10.2021 ve 2021-559 nolu kararı ile formun oy birliği ile etik yönden uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir. Etik Kurul onayı alındıktan sonra araştırma öncesi 14.11.2022 tarihinde ilgili kurumdan yazılı izin alınmıştır. Veriler 15.11.2022 ve 09.12.2022 tarihleri arasında ders öncesi ve sonrasında yüzyüze görüşme ve bilgilendirme eşliğinde gönüllülük esası alınarak, yalnızca çalışmaya katılmayı kabul eden katılımcılardan toplanmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin ankete katılmak ile ilgili seçimleri için kimseye baskı yapılmamış, ve kişisel onamları alındıktan sonra çalışmaya başlanmıştır. Katılımcıların vermiş oldukları cevapların herhangi bir kişi/kurum ile paylaşılmayacağı bilgisi katılımcılara verilmiş olup doldurulan anketlerin değerlendirilmesinde de kişiler göz önünde bulundurulmadan anonim olarak değerlendirilmesi yapılmıştır. Anket çalışması sırasında gizlilik ve bilgilendirilmiş kişisel onam ilkelerine uygun olarak davranılmıştır.

2.4. Araştırmanın Hipotezleri

Üniversite öğrencileri kitle iletişim araçlarından biri olan sosyal medya platformlarını en sık ve en yoğun kullanan kesimler arasında yer almaktadır. Bundan dolayı değişim ve gelişime de daha hızlı adapte olmaktadır. Yaşanan teknolojik gelişmeler ve bilginin hızlı bir şekilde erişilebilir olması da öğrencileri sosyal medya uygulamalarını kullanmaya yönlendirmektedir. Bu bağlamda araştırmanın temel hipotezi; üniversite öğrencilerinin sosyal, ekonomik, demografik ve mekansal değişkenleri ile mahremiyet algıları arasında bir ilişki olduğu yönündedir. Araştırmanın alt hipotezleri ise şu şekilde belirlenmiştir:

H1: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin cinsiyet değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H2: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin okudukları fakülte değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H3: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin bulunduğu sınıf değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H4: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin aile tipi değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H5: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin sosyoekonomik durumu ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H6: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin hayatı boyunca yaşanan en uzun yer değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H7: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin şu an ikamet ettikleri yer değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H8: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerini sosyal medya kullanım süresi değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H9: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcanan zaman değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H10: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kendi fotoğraflarını kullanma durumu değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H11: Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerini sosyal medyada kendi adını kullanma durumu değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

2.5. Verilerin Analizi

Bu bölümde çalışmaya katılan bireylerden toplanan veriler için demografik değişkenler bazında frekans bilgileri ve çalışmada kullanılan ölçme aracına ilişkin güvenilirlik ve geçerlik analizleri yapılmıştır. Daha sonra katılımcıların ölçme aracının geneli ve alt boyutlarından elde ettikleri ortalama puanlar, demografik değişkenler açısından incelenmiştir. Değişkenler arası olası ortalama farklar veri setinin normal dağılış varsayımı ekseninde değerlendirilmiş ve iki grup arası farklar bağımsız örneklem t- testi veya Mann Whitney U testi kullanılarak, öte yandan ikiden fazla grup içinse tek yönlü Anova veya Kruskal Wallis H test istatistiği ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Normal dağılış varsayımları Shapiro Wilk test istatistiği ile sınanmış ve sonuçlar çalışmanın EK-A kısmında sunulmuştur. Öte yandan ikiden fazla gruplar için gözlenen anlamlı farklılıkların kaynağı ise çoklu karşılaştırma testleri ile Bonferroni düzeltilmiş anlam düzeyine göre belirlenmiştir. Gruplar arası farklılıklar harflendirme yöntemi kullanılarak sunulmuştur. Bu bağlamda analizlerin tümü SPSS v26 ile AMOS v24 paket

programları üzerinden sürdürülmüş ve aksi belirtilmedikçe sonuçların değerlendirilmesi istatistiksel anlamlılık değeri %5 üzerinden sürdürülmüştür.

2.6. Verilerin Taranması

İstatistiksel analiz sürecinde ileri sürülen herhangi bir hipotez hakkında doğru bir değerlendirmede bulunmak adına mevcut veri setinin eksiksiz ve tutarlı bilgiler içermesi gerekmektedir. Dolayısıyla analizlere başlamadan önce veri seti, kapsamlı bir taramaya tabi tutulmuştur. İlk olarak kayıp yahut yanlış kodlanmış verilerin varlığı araştırılmış ve herhangi bir kayıp veriye rastlanmamışken hatalı kodlanmış anketler tekrar gözden geçirilerek düzeltilmiştir. Ayrıca her bir demografik değişken bazında iki ve daha fazla çapraz tablolar kullanılarak tutarsız bilgi içerebilecek veriler incelenmiş ve katılımcıların mevcut yanıtlarının tutarlı olduğu görülmüştür. Son olarak ise çalışmanın ana teması kapsamında uygulanan mahremiyet ölçeğine verilen yanıtların standart sapmaları incelenmiş ve ilgili değerin oldukça düşük gözlemlendiği bireyler analize dâhil edilmemiştir. Zira bu bireylerin özellikle içinde ters madde bulunan ve çalışmada kullanılan ölçeği özensiz doldurdıkları (her soruya aynı yanıtı vermek gibi) anlamına gelmektedir. Bu bakımdan 4 (sıra no= 6, 9, 46, 58) aday analiz dışı tutulmuştur.

2.7. Aykırı Değerlerin Saptanması

İstatistiksel analiz süreçlerinde yanlı çıkarsamalara neden olabilecek bir diğer sorun ise veri setinde yer alan aykırı değerlerin varlığıdır. Bu tip değerler, çoğunluk verinin ortaya koyması beklenen şablona zarar verir ve ilgili tasarı üzerine kurgulanan hipotezlerin yorumlanmasında araştırmacıyı ve okuyucuyu yanıltır. Çok değişkenli istatistiksel analizlerde aykırı değerler genellikle Mahalanobis uzaklıkların karesi veya Cook uzaklıkları yardımıyla tespit edilir. Bu çalışmamızda Cook uzaklık değerleri kullanılarak aykırı değerler tespit edilmeye çalışılmış ve bu bağlamda 3 (sıra no= 10, 35, 66) katılımcıya ait yanıtların diğer katılımcıların yanıtlarına kıyasla oldukça tutarsız ve sapkın olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla ilgili gözlemler veri setinden hariç tutulmuştur.

2.8. Mahremiyet Algısı Ölçeği Güvenirlik ve Geçerlik Analizleri

Çalışmanın bu başlığı altında, katılımcılara uygulanan ve ilk olarak Korkmaz tarafından geliştirilip uygulanan Mahremiyet Algısı Ölçeği'ne ilişkin güvenirlilik ve geçerlik analizlerine yer verilmiştir. Ölçek teoride geliştiricisi tarafından belirlenmiş 3 alt boyut ile 17 maddeden oluşan 5li likert tipinde bir ölçektir.

Ölçeğe dair ölçek geliştiricileri tarafından sürdürülen güvenilirlik analizleri kapsamında ölçeğin alt boyutlarından “*Dikkat*” boyutu için iç tutarlık katsayısı Cronbach (α), .794 alt boyutu için α = .794 Cronbach’s Alpha değeri .794; Eş Yarılar Korelasyonu .630; Guttman Split-Half değeri .769; Spearman Brown değeri .773 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte faktörlerin güvenilirlik değerleri incelendiğinde Cronbach’s Alpha değeri .696 ile .776; Eş Yarılar Korelasyonu .486 ile .574; Guttman Split-Half değeri .629 ile .722; Spearman Brown değeri .661 ile .735 arasında olduğu ve ölçeğin geneline ilişkinse α = .794 şeklinde rapor edilmiş, dolayısıyla bu değerler ışığında ölçme aracının oldukça güvenilir olduğu bildirilmiştir. Ölçeğin geçerlik analizleri kapsamında değerlendirilmesi ise yapı geçerliği (Construct validity) yöntemine dayalı olarak Açıklayıcı ve Doğrulayıcı faktör analizleri kullanılarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada ise ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizlerine geçilmeden önce, ilk olarak katılımcıların mahremiyet algılarının en iyi bir şekilde betimlemek üzere geliştiriciler tarafından ileri sürülen ölçeğin 3 faktörlü yapısı Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılarak incelenmiştir. Faktör analizlerine geçilmeden önce mevcut veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliği ile Bartlett küresellik testleri kullanılarak sınanmış aynı zamanda her bir maddenin tekil açıdan faktör analizine uygunluğu ters imaj korelasyon matrisi (anti image correlation matrix) (tik) kullanılarak tespit edilmiştir. Veri setinin faktör analizi uygun bulunması için KMO değerinin 0.6 dan yüksek, Bartlett testinin anlamlı ve tik değerlerin her bir madde için en az 0.5 olması istenir.

Bu bilgiler ışığında çalışmamızda yer alan mevcut veriler için sürdürülen analiz sonuçlarına göre KMO= .77 olarak bulunmuş ve her bir maddenin ters imaj korelasyon değerlerinin [0.528, 0.879] aralığında olduğu görülmüştür. Ayrıca Bartlett küresellik testi ile maddeler arası ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p < .01$), dolayısıyla mevcut maddelerin faktör çıkarmaya elverişli olduğu gözlenmiştir (Bknz Tablo 15). Buna göre veri setinin faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: KMO and Bartlett Test istatistikleri

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem yeterliği ölçütü		<i>.767</i>
	Yaklaşık χ^2	3516.50
Bartlett Küresellik testi	sd.	136
	p	0.00

Gereken uygunluk analizleri sonrası ölçeğin teoride ileri sürülen 3 faktörlü yapısını doğrulamak üzere gerçekleştirdiğimiz doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yol diyagramı ve faktör yük değerleri Şekil 2’de sunulmuştur. Ayrıca mevcut modelin uygunluk değerleri ile birlikte yorumları Tablo 16’da da sunulmuştur. DFA model uyum indeks değerlerin yorumlanmasında ise İlhan ve Çetin (2014) çalışmasında sunulan değerlendirme tablosu kullanılmış ve ilgili tablo Şekil 1’de verilmiştir.

Tablo 2: Mahremiyet algısı DFA modeli uyum indeks sonuçları

Uyum İndeksi	Tahmin	Eşik Değer	Yorum
CMIN/DF	12.53	<3	Kötü uyum
CFI	0.62	>0.90	Kötü uyum
SRMR	0.13	<0.10	Kötü uyum
RMSEA	0.16	<0.08	Kötü uyum

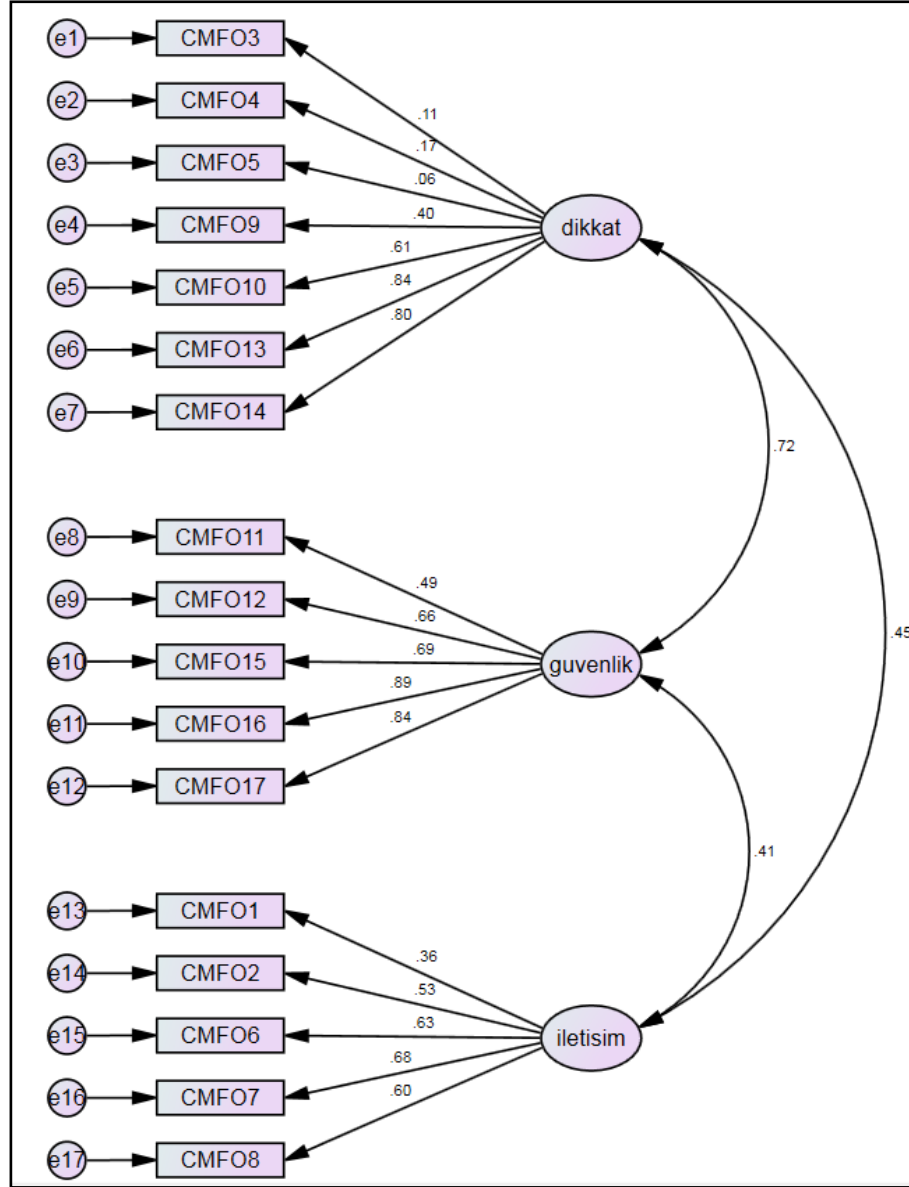
Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri
^{1,2} χ^2/sd	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$
² AGFI	$.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$.85 \leq AGFI \leq .90$
³ GFI	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	$.90 \leq GFI \leq .95$
³ CFI	$.95 \leq CFI \leq 1.00$	$.90 \leq CFI \leq .95$
³ NFI	$.95 \leq NFI \leq 1.00$	$.90 \leq NFI \leq .95$
³ NNFI (TLI)	$.95 \leq NNFI (TLI) \leq 1.00$	$.90 \leq NNFI (TLI) \leq .95$
³ RFI	$.95 \leq RFI \leq 1.00$	$.90 \leq RFI \leq .95$
³ IFI	$.95 \leq IFI \leq 1.00$	$.90 \leq IFI \leq .95$
⁴ RMSEA	$.00 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 \leq RMSEA \leq .08$
⁴ SRMR	$.00 \leq SRMR \leq .05$	$.05 \leq SRMR \leq .10$
⁵ PNFI	$.95 \leq PNFI \leq 1.00$	$.50 \leq PNFI \leq .95$
⁶ PGFI	$.95 \leq PNFI \leq 1.00$	$.50 \leq PNFI \leq .95$
⁷ AIC	Karşılaştırılan modeller arasında en küçük değere sahip olan model	
⁷ CAIC	Karşılaştırılan modeller arasında en küçük değere sahip olan model	
⁷ ECVI	Karşılaştırılan modeller arasında en küçük değere sahip olan model	

¹(Kline, 2011), ²(Schermele-Engel & Moosbrugger, 2003), ³(Baumgartner & Homburg, 1996; Bentler, 1980; Bentler & Bonett, 1980; Marsh, Hau, Artelt, Baumert & Peschar, 2006), ⁴(Browne & Cudeck, 1993), ⁵(Hu & Bentler, 1999), ⁶(Meyers, Gamst & Guarino, 2006), ⁷(Byrne, 2010)

Şekil 1: (DFA) uyum indeks eşik değerleri (İlhan ve Çetin, 2014)

DFA analizleri sonucunda elde edilen uyum indeks değerleri incelendiğinde ise ölçeğin 3 boyutlu teorik yapısı çalışmamıza söz konusu olan örneklem açısından karşılanmadığı belirlenmiştir.

Ancak araştırmamız için kurgulanan hipotezler doğrultusunda mevcut ölçme aracının yeniden geçerliliğini sağlamak veya sorgulamak yer almadığından ölçeğin geliştiricisi tarafından ileri sürülen teorik yapısına sadık kalınarak bireylerin mahremiyet algıları ölçeğin geneli ile birlikte “dikkat”, “güvenlik” ve “iletişim” alt boyutlarından elde ettikleri ortalamalar çeşitli demografik değişkenler açısından ele alınmıştır.



Şekil 2: DFA modeli yol diyagramı ve faktör yük değerleri

Ölçme aracının geneli için ve geliştiricileri tarafından ileri sürülen teorik yapısına karşılık gelen alt boyutlarına ilişkin güven katsayıları ile birlikte her bir madde için tanımlayıcı istatistikler Tablo 3'te sunulmuştur. Güven değerleri incelendiğinde ölçme aracının alt boyutları ile birlikte güvenilir ve tutarlı olduğu söylenebilir.

Tablo 3: Ölçek madde istatistikleri ve güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçeğin alt Boyutları	Genel güvenilirlik $\alpha=0.83$	M	Std.	TİK	Cronbach α
İletişim	CMFO1	4.05	1.23	0.64	$\alpha=0.7$
	CMFO2	4.07	1.29	0.72	

	CMFO6	3.37	1.29	0.81	
	CMFO7	3.61	1.24	0.68	
	CMFO8	3.89	1.44	0.65	
Dikkat	CMFO3	3.87	1.12	0.53	$\alpha=0.68$
	CMFO4	3.78	1.06	0.71	
	CMFO5	3.52	1.12	0.58	
	CMFO9	3.91	1.22	0.73	
	CMFO10	3.76	1.09	0.82	
	CMFO13	3.91	1.09	0.84	
	CMFO14	3.91	1.03	0.82	
Güvenlik	CMFO11	3.32	1.06	0.87	$\alpha=0.84$
	CMFO12	3.26	1.35	0.88	
	CMFO15	3.81	1.17	0.87	
	CMFO16	3.61	1.18	0.75	
	CMFO17	3.65	1.19	0.76	
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, TİK: Ters imaj korelasyon değeri					

BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu kısmında katılımcıların demografik özelliklerine (cinsiyet, fakülte, sınıf, aile türü, sosyoekonomik durum, en uzun yaşanan yer, ikamet edilen yer) ve sosyal medya kullanım amacına, süresine, sosyal medyada harcadıkları zamana, kendi fotoğraflarını ve adlarını kullanma durumları ile paylaşım türlerine ilişkin belirlemelere yer verilmiştir. Ardından araştırma hipotezlerine ilişkin elde edilen analiz sonuçlarına değinilmiştir. Ulaşılan bilgilerin daha anlaşılır olabilmesi için de elde edilen bulguların belirli bir düzen içinde sunulmasına dikkat edilmiştir. Örneklemin demografik özelliklerine ve paylaşım türü değişkenlerine ilişkin tespiti için gerekli istatistiksel analizler yapılmış ve konuyla ilgili hipotezleri test edecek bulgulara ulaşılmıştır.

3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çalışmanın bu kısmında veri tarama süreci sonrası kalan n=473 (480-7) katılımcıya dair çalışmanın amacı doğrultusunda belirlenen bazı demografik değişkenlere göre frekans dağılımları sunulmuştur. Kişisel Bilgi Formu'nda sorulan "Cinsiyetiniz nedir?" sorusuna verilen cevapların dağılımı aşağıda yer alan Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 4: Cinsiyet değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Kadın	271	57.3	57.3
Erkek	202	42.7	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların cinsiyet değişkenine göre frekansları incelendiğinde kadın katılımcı oranı %57.3 iken, erkek katılımcı oranı %42.7 olarak gözlenmiştir. "Fakültenizi/Bölümünüzü belirtiniz" sorusuna verilen cevapların dağılımı ise aşağıda yer alan Tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5: Fakülte değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Ziraat	32	6.8	6.8
GSF	39	8.2	15.0
Eğitim	79	16.7	31.7
Sağlık bil	44	9.3	41.0
Fedb	151	31.9	72.9
Diş fak	34	7.2	80.1
Mssf	20	4.2	84.4
Tıp fak	46	9.7	94.1
Besyö	28	5.9	100.0
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların fakülte değişkenine göre frekansları incelendiğinde Ziraat Fakültesi katılımcı oranı %6.6, Güzel Sanatlar Fakültesi %8.2, Eğitim Fakültesi %16.7, Sağlık Bilimleri Fakültesi %9.3, Fen Edebiyat Fakültesi %31.9, Diş Fakültesi %7.2, Müzik ve Sahne Sanatları Fakültesi %4.2, Tıp Fakültesi %9.7 ve Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu katılım oranı ise %5.9 olarak gözlenmiştir. “Öğrenim gördüğünüz sınıfı belirtiniz” sorusuna verilen cevapların dağılımı aşağıdaki gibi Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: Bulunduğu sınıf değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
1. Sınıf	115	24.3	24.3
2. Sınıf	189	40.0	64.3
3. Sınıf	144	30.4	94.7
4. Sınıf	25	5.3	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların bulunduğu sınıf değişkenine göre frekansları incelendiğinde 1. Sınıf katılım oranı %24.3, 2. Sınıf katılım oranı %40.0, 3. Sınıf katılım oranı %30.4 ve son olarak 4. Sınıf katılım oranı ise %5.3 olarak gözlenmiştir. “Yaşadığımız aile tipi aşağıdakilerden hangisidir?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7: Aile türü değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Geniş	57	12.1	12.1
Eksik/Parçalanmış	63	13.3	25.4
Çekirdek	353	74.6	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların bulunduğu aile türü değişkenine göre frekansları incelendiğinde geniş ailede yaşayan öğrencilerin katılım oranı %12.1, eksik/parçalanmış ailede yaşayan öğrencilerin katılım oranı ise %13.3 olduğu görülmüştür. Buna karşılık çekirdek ailede yaşayan öğrencilerin katılım oranı da %74.6 olarak gözlemlenmiştir. “Ailenizin sosyo-ekonomik düzeyi nedir?” sorusuna verilen cevapların dağılımı aşağıdaki gibi Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8: Sosyo ekonomik durum değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Düşük	24	5.1	5.1
Ortanın altında	46	9.7	14.8
Orta	330	69.8	84.6
Ortanın üzerinde	73	15.4	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların bulunduğu sosyo-ekonomik durum değişkenine göre frekansları incelendiğinde gelir ortalaması düşük olan katılımcıların oranı %5.1, ortanın altında olan katılımcıların %9.7, orta olan katılımcıların %69.8 iken ortanın üzerinde olan katılımcıların oranı %15.4 olarak gözlenmiştir. “Hayatınızın en uzun süresi aşağıdakilerden hangisinde geçti?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9: En uzun yaşanan yer değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Köy	94	19.9	19.9
Kasaba	50	10.6	30.4
Küçük şehir	167	35.3	65.8
Metropol	162	34.2	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların hayatı boyunca yaşanan en uzun yer değişkenine göre frekansları incelendiğinde köyde yaşayan öğrencilerin katılım oranı %19.9, kasabada yaşayan öğrencilerin katılım oranı %10.6, küçük şehirde yaşayan öğrencilerin katılım oranı %35.3 iken metropolde yaşayan öğrencilerin katılım oranı %34.2 olarak gözlenmiştir. “Şu an yaşadığınız yer” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10: İkamet edilen yer değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Yurt	255	53.9	53.9
Öğrenci evi/apartı	129	27.3	81.2
Aile yanı	77	16.3	97.5

Diğer	12	2.5	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların şu an ikamet ettikleri yer değişkenine göre frekansları incelendiğinde yurttan yaşayan öğrencilerin katılım oranı %53.9 iken, öğrenci evi/apartında yaşayan öğrencilerin katılım oranı %27.3 olduğu gözlenmiştir. Aile yanında yaşayan öğrencilerin katılım oranı %16.3 iken, diğer seçeceğini işaretleyen katılımcıların katılım oranı %2.5 olarak gözlenmiştir. “Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11: Sosyal medya kullanım amacı değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek	156	17.3	18.8
Gündemdeki gelişmelerden haberdar olmak	286	31.7	50.5
Arkadaşlarıyla iletişim kurmak	233	25.8	76.3
Fotoğraf, video, hikaye paylaşmak	62	6.9	83.2
Düşüncelerimi Paylaşmak	95	10.5	93.7
Diğer	70	7.8	101.5
Toplam (Çok seçmeli soru tipi)	902	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların sosyal medya kullanım amacına göre frekansları incelendiğinde katılımcıların %17.3'ü arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %31.7'si gündemdeki gelişmelerden haberdar olmak seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %25.8'i arkadaşlarıyla iletişim kurmak seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %6.9'u fotoğraf, video, hikaye paylaşmak seçeneğini işaretlemiştir. Katılımcıların %10.5'i düşüncelerini paylaşmak seçeneğini işaretlerken, diğer seçeneği işaretleyen katılımcıların oranı %7.8'dir. "Sosyal medya uygulamalarından hangisini kullanıyorsunuz? (Birden fazlasına cevap verebilirsiniz)" sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo 12: Kullanılan uygulama değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Facebook	71	5.0	5.0
Instagram	355	24.8	29.8
Twitter	235	16.4	46.3
TikTok	75	5.2	51.5
WhatsApp	354	24.8	76.3
YouTube	315	22.0	98.3
Diğer	24	1.7	100.0
Toplam (Çok seçmeli soru tipi)	1429	95	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların kullanılan uygulama değişkenine göre frekansları incelendiğinde Facebook kullanan katılımcıların oranı %5.0, Instagram kullanan katılımcıların oranı %24.8, Twitter kullanan katılımcıların oranı %16.4, TikTok kullanan katılımcıların oranı %5.2, WhatsApp kullanan katılımcıların oranı %24.8, Youtube kullanan katılımcıların oranı %22.0 iken son olarak diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %1.7 olarak gözlenmiştir. “Ne zamandan beri sosyal medya kullanıyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13: Sosyal medya kullanım süresi değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
1 yıldan az	12	2.5	2.5
1-3 yıl arası	107	22.6	25.2
4-6 yıl arası	173	36.6	61.7
7 yıldan fazla	181	38.3	100.0
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre frekansları incelendiğinde 1 yıldan az seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %2.5, 1-3 yıl arası seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %22.6, 4-6 yıl arası seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %36.6 iken 7 yıldan fazla seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %38.3 olarak gözlenmiştir. “Sosyal medyada günde kaç saatinizi geçirirsiniz?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 14’te gösterilmiştir.

Tablo 14: Sosyal medyada harcanan zaman değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
1 saatten az	91	19.2	19.2
1-3 saat arası	204	43.1	62.4
4-6 saat arası	159	33.6	96.0
7 saatten fazla	19	4.0	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların sosyal medyada harcanan zaman değişkenine göre frekansları incelendiğinde 1 saatten az seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %19.2, 1-3 saat arası seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %43.1, 4-6 saat arası seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %33.6 iken 7 saatten fazla seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %38.3 olarak gözlenmiştir. “Sosyal medya uygulamalarında kendi profil fotoğrafınızı kullanıyor musunuz?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15: Kendi fotoğrafını kullanma durumu değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Evet	420	88.8	88.8
Hayır	53	11.2	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların kendi fotoğrafını kullanma durumu değişkenine göre frekansları incelendiğinde evet seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %88.8 iken hayır seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %11.2 olarak gözlenmiştir. “Sosyal medya uygulamalarında gerçek adınızı mı kullanıyorsunuz?? (Birden fazlasına cevap verebilirsiniz)” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo 16: Kendi adını kullanma durumu değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Evet	441	93.2	93.2
Hayır	32	6.8	100
Toplam	473	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların kendi adını kullanma durumu değişkenine göre frekansları incelendiğinde evet seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %93.2 iken hayır seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %6.8 olarak gözlenmiştir. “Sosyal medyada ne tür paylaşımlar yapıyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibi Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17: Paylaşım türü değişkenine ilişkin frekans bilgileri

n=473	frekans	yüzde	bileşik yüzde
Kendi fotoğrafımı çekip paylaşıyorum.	314	26.3	26.3
Fotoğraf çektirip paylaşıyorum.	215	18.0	44.4

Ailemle fotoğrafımı paylaşıyorum.	131	11.0	55.4
Arkadaşlarımla fotoğrafımı paylaşıyorum.	204	17.1	72.5
Gittiğim mekanlarda yer bildirimini yapıyorum.	82	6.9	79.4
Ülke gündemine ait görüşlerimi paylaşıyorum	53	4.4	83.8
Okuduğum, dinlediğim, izlediğim bir eser hakkında paylaşım yapıyorum	115	9.6	93.5
Siyasi görüşüme ve dini inancıma göre paylaşım yapıyorum	37	3.1	96.6
Satın ya da hediye olarak aldıklarımla birlikte duygu ve düşüncelerimi paylaşıyorum	6	0.5	97.1
Diğer	35	2.9	100.0
Toplam (Çok seçmeli soru tipi)	1192	100	

Çalışmaya dâhil olan katılımcıların paylaşım türü değişkenine göre frekansları incelendiğinde kendi fotoğrafımı çekerek paylaşıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %26.3, fotoğraf çektilip paylaşıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %18.0, ailemle fotoğrafımı paylaşıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %11.0, arkadaşlarımla fotoğrafımı paylaşıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %17.1, gittiğim mekanlarda yer bildirimini yapıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %6.9, ülken gündemine ait görüşlerimi paylaşıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %4.4, okuduğum, dinlediğim, izlediğim bir eser hakkında paylaşım yapıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %9.6, siyasi görüşüme ve dini inancıma göre paylaşım yapıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %3.1, satın ya da hediye olarak aldıklarımla birlikte duygu ve düşüncelerimi paylaşıyorum seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %0.5

iken son olarak diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların oranı %2.9 olarak gözlenmiştir.

3.2. Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre Ortalamaların Karşılaştırılması

Bireylerin gönüllü ya da gönülsüz bir şekilde, özne veya nesne olarak dahil oldukları enformasyon toplumunda, mahremiyet olgu ve algısında büyük dönüşümlere neden olmaktadır. Bu dönüşümün sosyal, kültürel, dini, ekonomik ya da güvenlik açısından pek çok farklı boyutu bulunmaktadır.

Çalışmanın bu başlığı altında katılımcıların Mahremiyet algısı ölçeğinin geneli ve 3 alt boyutundan elde ettikleri toplam ortalama puanlar demografik değişkenler açısından incelenmiştir. Üniversite öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18: Cinsiyet değişkeni açısından ortalamaların değerlendirilmesi

Ölçeğin geneli ve Alt boyutları	Cinsiyet	N	M	Std.	M-W	p-
Dikkat	Kadın	271	3.80	0.66	26958	0.78
	Erkek	202	3.82	0.63		
Güvenlik	Kadın	271	3.50	0.96	26817	0.71
	Erkek	202	3.56	0.88		
İletişim	Kadın	271	3.85	0.87	25390	0.18
	Erkek	202	3.72	0.89		
Genel	Kadın	271	3.73	0.61	27256	0.94
	Erkek	202	3.72	0.62		

Cinsiyet değışkeni bağlamında katılımcıların Mahremiyet Algısı Ölçeği geneli ve alt boyutlarından elde ettikleri ortalamalar arasında olası farklılıklar Mann Whitney U test istatistiği kullanılarak sınanmış ve katılımcıların ortalamaları arasından cinsiyet değışkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. ($p > .05$).

Emin Ulum, 2021 yılında yapmış olduğu “Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığının Mahremiyet Sorunlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmasında 1386 kişilik bir örneklem grubuna ortaokul öğrencileri ve ebeveynlerine mahremiyet algısı ve sosyal medya kullanımına yönelik anket uygulaması yapmış ve sonuçları analiz etmiştir. Emin Ulum çalışmasında sosyal medya kullanımında cinsiyetler arasında bir fark elde edememiştir. Benzer şekilde çalışmada da sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı bağlamında cinsiyetler arası bir fark bulunmamıştır.

Benzer şekilde Sarıkan, 2022 yılında yapmış olduğu “Mahremiyetin Dönüşümü: Yeni Medya Perspektifinden Kuşaklararası Farklar” adlı çalışmasında mahremiyet algısının yeni medya kaynaklı olarak kuşaklar arası değışim gösterip göstermediğini incelemiştir. Sarıkan çalışmasında cinsiyete yönelik sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı arasında anlamlı bir fark bulamamıştır. Bu çalışmada da benzer şekilde cinsiyete yönelik sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı arasında bir fark bulunmamamıştır. Fakülte değışkenine göre öğrencilerin ortalama değeri aşağıdaki gibi Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19: Fakülte değışkeni açısından ortalamaların değeri

		Dikkat		Güvenlik		İletişim		Genel	
Gruplar	N	M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
ZF	32	3.90	0.65	3.70	0.83	3.64	0.94	3.76	0.63
GSF	39	3.82	0.60	3.25	0.89	3.88	0.73	3.67	0.56

EF	79	3.88	0.60	3.64	0.89	3.72	0.82	3.76	0.59
SağlıkBF	44	3.66	0.77	3.50	1.06	3.82	0.93	3.66	0.65
FEF	151	3.81	0.64	3.48	0.96	3.85	0.91	3.73	0.64
DF	34	3.85	0.65	3.82	0.65	3.82	0.86	3.84	0.59
MSSF	20	3.81	0.75	3.32	1.19	3.84	0.81	3.67	0.70
TF	46	3.73	0.67	3.50	0.94	3.83	0.87	3.69	0.62
SporBF	28	3.77	0.54	3.56	0.74	3.61	1.02	3.66	0.58
K-W		6.471		9.945		3.606		4.084	
p-		0.595		0.269		0.891		0.85	
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatiksel anlamlılık									

Katılımcıların mahremiyet farkındalığı bu kez fakülteler bazında değerlendirilmiş ve sürdürülen Kruskal Wallis H test istatistiği sonucunda ortalamalar arası istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. ($p > .05$). Üniversite öğrencilerinin okudukları sınıf değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20: Sınıf değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi

		Dikkat		Güvenlik		İletişim		Genel	
Gruplar	N	M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
1. Sınıf	115	3.83	0.70	3.65	0.98	3.86	0.96	3.79	0.69

2. Sınıf	189	3.84	0.61	3.50	0.85	3.85	0.84	3.74	0.58
3. Sınıf	144	3.76	0.63	3.43	0.95	3.72	0.86	3.65	0.60
4. Sınıf	25	3.79	0.70	3.74	1.02	3.58	0.87	3.71	0.67
K-W		4.77		8.69		5.18		8.13	
p-		0.19		0.053		0.16		0.054	
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatistiksel anlamlılık									

Katılımcıların mahremiyet algıları okuduğu sınıf düzeyine göre değerlendirildiğinde benzer şekilde ortalamalar arası istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p > .05$). Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve mahremiyet algıları arasında yaş faktörünün bir etkeni bulunmamaktadır. Üniversite öğrencilerinin aile tipi değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21: Aile tipi değişkeni açısından ortalamaların değerlendirilmesi

		Dikkat		Guvenlik		İletişim		Genel	
Gruplar	N	M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
Geniş	57	3.87 ^a	0.41	3.59 ^a	0.60	3.86 ^a	0.71	3.78 ^a	0.37
Eksik/Parçalanmış	63	3.81 ^a	0.59	2.68 ^b	1.07	3.45 ^b	1.06	3.37 ^b	0.70
Çekirdek	353	3.80 ^a	0.69	3.67 ^a	0.86	3.85 ^a	0.86	3.78 ^a	0.61
K-W		0.07		45.11		8.1		23.39	

p-	0.97	0.00	0.02	0.00
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatiksel anlamlılık Üst indis ortak harfi bulunmayan ortalamalar arasında farklılık vardır.				

Katılımcıların bu kez aile tipi değişkeni üzerinden mahremiyet farkındalıkları incelenmiş ve ölçeğin “dikkat” başlıklı alt boyutu hariç diğer alt boyutları ile genelinde istatistiksel olarak farklılık olduğu saptanmıştır ($p < .05$). Sonuçların içerildiği tablo verileri incelendiğinde mahremiyet ölçeğinin “güvenlik” ve “iletişim” alt boyutları ile genelinden elde edilen ortalamalarda gözlenen farklılığın kaynağı ikili karşılaştırmalar analizi ile belirlenmiştir. Buna göre farklılığın kaynağı, eksik/parçalanmış aile tipine sahip katılımcıların ortalamalarının (sırasıyla $M=2.68 \pm 1.07$, $M=3.45 \pm 1.06$ ve $M=3.37 \pm 0.70$) diğer aile tipinde yer alan katılımcılar ile kıyaslandığında istatistiksel olarak anlamlı ve düşük olmasına dayanmaktadır ($p < .05$). Bu durum çekirdek aile ve geniş ailede yaşayan öğrencilerin mahremiyet algılarının ekik/parçalanmış ailede yaşayan öğrencilere kıyasla yüksek olduğu, buna kıyasla eksik/parçalanmış ailede yaşayan üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve mahremiyet algısının ise çekirdek aile ve geniş ailede yaşayan öğrencilerin mahremiyet algılarının düşük olduğu anlamına gelmektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyo-ekonomik durum değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22: Sosyo ekonomik düzey değişkeni açısından ortalamaların değerlendirilmesi

Gruplar	N	Dikkat		Güvenlik		İletişim		Genel	
		M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
Düşük	24	3.71 ^{ab}	0.32	3.49 ^{ab}	0.58	3.44 ^a	0.38	3.57 ^{ab}	0.28
Ortanın altında	46	3.69 ^a	0.48	3.22 ^a	0.82	3.62 ^{ab}	0.72	3.53 ^a	0.48
Orta	330	3.78 ^{ab}	0.69	3.54 ^{ab}	0.95	3.88 ^b	0.89	3.74 ^{bc}	0.64

Ortanın üzerinde	73	4.02 ^b	0.56	3.69 ^b	0.96	3.65 ^{ab}	0.98	3.82 ^c	0.63
K-W		1.19		0.89		1.73		1.82	
p-		0.01		0.03		0.00		0.00	
<p>M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatiksel anlamlılık</p> <p>Üst indis ortak harfi bulunmayan ortalamalar arasında farklılık vardır.</p>									

Bireylerin mahremiyet algısı sosyo ekonomik değişken kapsamında incelendiğinde, ölçek alt boyutları ile birlikte genel ortalamaların gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklı olduğu saptanmıştır ($p < .05$). Elde edilen sonuçlar Tablo 23’de verilmiştir. Bu sonuçlara göre ölçeğin “dikkat” ile “güvenlik” alt boyutlarında saptanan farklılık (sırasıyla $\chi^2(3)=1.19$ ve $\chi^2(3)=0.89$, $p < .05$), gelir düzeyi ortanın altı grupta yer alan katılımcıların ortalamasının (sırasıyla $M=3.69 \pm 0.48$ ve $M=3.22 \pm 0.82$), orta üstü gelire sahip katılımcıların ortalamalarına (sırasıyla $M=4.02 \pm 0.56$ ve $M=3.69 \pm 0.96$) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı ve düşük olmasından kaynaklanmıştır ($p < .05$). Diğer taraftan “iletişim” boyutunda saptanan ortalamalar arası fark bu kez düşük gelir grubunda yer alan bireylerin ortalamasının ($M=3.44 \pm 0.38$), orta gelir grubunda yer alan katılımcıların ortalamasına ($M=3.88 \pm 0.89$) göre anlamlı düşük olmasına dayanmaktadır ($p < .05$). Son olarak ölçeğin genel ortalamaları için saptanan fark, orta üzeri gelire sahip bireylerin ortalamasının ($M=3.88 \pm 0.89$), hem düşük hem de orta gelir altında yer alan katılımcıların ortalamalarına (sırasıyla $M=3.57 \pm 0.28$ ve ($M=3.53 \pm 0.48$)) kıyasla istatistiksel açıdan anlamlı yüksek olması ile açıklanmaktadır. Ayrıca bir diğer farklılık kaynağı ise orta altı bireylerin ortalamasının aynı zamanda orta gelir düzeyine sahip olduğunu bildiren adayların ortalamasına ($M=3.74 \pm 0.64$) kıyasla anlamlı düşük olmasına dayanmaktadır ($p < .05$). Bu sonuçlara göre ölçeğin “dikkat” ile “güvenlik” alt boyutlarında gözlenen farklılık, gelir düzeyi ortanın altı grupta yer alan katılımcıların ortalamasının, orta üstü gelire sahip katılımcıların ortalamalarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı ve düşük olmasından kaynaklanmıştır. Bu durum gelir düzeyi ortanın altında olan üniversite öğrencilerinin mahremiyet algıları ve sosyal medya kullanımının düşük olduğu anlamına gelmektedir. Bu bağlamda gelir düzeyi orta

seviyede olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algılarının, gelir düzeyi düşük olan öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Son olarak ölçeğin genel ortalamaları için gözlenen fark, orta üzeri gelire sahip bireylerin ortalamasının, hem düşük hem de orta gelir altında yer alan katılımcıların ortalamalarına kıyasla istatistiksel açıdan anlamlı yüksek olması ile açıklanmaktadır. Bu durum gelir düzeyi ortanın üzerinde olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algılarının gelir düzeyi ortanın altında ve düşük öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

T. Veblen (2005), toplumsal tabakanın farklı katmanlarındaki insanların, toplum nezdinde daha çok itibar elde etmek için bir statü göstergesi olarak gösterişçi tüketimde bulunma eğilimi taşıdıklarını söylemektedir. Sosyal sınıflar arasındaki sınır çizgilerinin giderek belirsizleştiği modern toplumlarda, iyi bir isim kazanmanın ve bunu sürdürmenin, gösterişçi tüketime bağlı olduğuna dair algı yaygınlaşmaktadır. Bu noktada üst tabakadakiler, toplumsal itibar göstergesi olarak lüks tüketimde bulunurken, orta ve alt tabakadakiler, üst katmanın modaya dönüşen hayat tarzını, kendi görgü idealleri olarak kabul ederler ve toplumsal açıdan daha fazla prestij elde etmek arzusuyla buna göre yaşamaya çalışırlar.

Üniversite öğrencilerinin en uzun yaşanan yer durum değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 23'te verilmiştir.

Tablo 23: En uzun yaşanan yer değişkeni açısından ortalamaların değerlendirilmesi

		Dikkat		Güvenlik		İletişim		Genel	
Gruplar	N	M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
Köy	94	3.74	0.44	3.66	0.78	3.72	0.85	3.71	0.43
Kasaba	50	3.82	0.61	3.31	1.09	3.59	1.12	3.60	0.82
Küçük şehir	167	3.82	0.66	3.52	0.92	3.94	0.81	3.77	0.64
Metropol	162	3.83	0.74	3.53	0.95	3.75	0.86	3.72	0.61

K-W	7.40	2.69	4.83	3.24
p-	0.06	0.44	0.18	0.36
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatiksel anlamlılık				

Katılımcıların mahremiyet algıları yaşamlarını en uzun geçirdikleri yer değişkenine göre değerlendirildiğinde ortalamalar arası istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p > .05$) Simmel'e (1971:331-2) göre modern insanın belirleyici özelliklerinden biri genelde birbirlerini tanıdıkları kırsal yaşam formunun aksine, kentteki yaşam biçimi, güvensizlik hissiyatına neden olmaktadır ve bu durum da kentte yaşayan insanlardan ihtiyatlı davranma eğilimini arttırmaktadır. Tanış olma hali dolayısıyla birbirlerine karşı ihtiyatlı olma halinin daha arka planda olduğu kırsal yaşamın aksine, gündelik yaşamlarında sayısız insanla karşılaşan modern kent sakinleri arasında, mahremiyet barındıran denetleyici bir sosyallik ya da karşılıklı bir yabancılık halinin var olduğuna dikkat çeker. Gittikçe kalabalıklaşan modern kentlerde, fiziksel ve mekansal yakınlığın artmasına zıt olarak, zihinsel mesafe de artar). Katılımcıların yaşamlarının büyük bir kısmını geçirdikleri köy, kasaba, küçük şehir, büyük şehir veya metropol gibi yerler ile sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin ikamet yeri değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 24'te verilmiştir.

Tablo 24: İkamet edilen yer değişkeni açısından ortalamaların değerlendirmesi

Gruplar	N	Dikkat		Güvenlik		İletişim		Genel	
		M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
Yurt	255	3.86 ^a	0.65	3.69 ^a	0.93	3.93 ^a	0.78	3.83 ^a	0.61
Öğrenci evi/apartı	129	3.67 ^b	0.57	3.37 ^b	0.87	3.44 ^b	1.04	3.51 ^b	0.66

Aile yanı	77	3.79 ^{ab}	0.73	3.43 ^b	0.84	3.80 ^{ab}	0.67	3.69 ^b	0.51
Diğer	12	4.31 ^c	0.30	2.37 ^c	0.87	4.80 ^c	0.69	3.88 ^{ab}	0.25
K-W		22.12		31.10		39.63		20.86	
p-		0.00		0.00		0.00		0.00	
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatiksel anlamlılık Üst indis ortak harfi bulunmayan ortalamalar arasında farklılık vardır.									

“Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı“ adlı çalışmada Kaplan (2017), gençlerin sosyal medya kullanırken mahremiyet konusunda kaygı duyma derecelerini ve bu konudaki genel eğilimlerini incelemiştir. Kaplan çalışmada özellikle büyük şehirlerde mahremiyetin gittikçe zorlandığı sonucunu elde etmiştir. Bu çalışmada ise yaşanan yer ile mahremiyet algısı arasında anlamlı bir fark elde edilememiştir.

Katılımcıların hali hazırda ikamet ettikleri yer değişkenine göre mahremiyet algıları değerlendirildiğinde ölçeğin her bir boyutu ile birlikte geneli için gruplar arası ortalamalarda istatistiksel olarak anlamlı farklar saptanmıştır ($p > .05$). Katılımcıların hali hazırda ikamet ettikleri yer değişkenine göre mahremiyet algıları değerlendirildiğinde ölçeğin her bir boyutu ile birlikte geneli için gruplar arası ortalamalarda istatistiksel olarak anlamlı farklar gözlenmiştir. Ölçeğin “dikkat” alt boyutu ile “iletişim” alt boyutu için ortalamalar arası farklılıklar benzer temellere dayanmaktadır. Bu her iki alt boyut için ortalamalar gözlenen farklar, ilk olarak ikamet yerini -diğer- olarak bildiren katılımcıların ortalamalarının “iletişim” için ve “güvenlik” için diğer gruplara kıyasla istatistiki açıdan oldukça yüksek bulunmasından kaynaklanmıştır. İlgili alt boyutlar için bir diğer farklılık kaynağı ise ikamet yeri öğrenci evi/apart olan katılımcıların ortalamalarının, yurttan kalan katılımcıların ortalamalarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düşük olmasına dayanmaktadır. Bu bağlamda ikamet yeri öğrenci evi/apart olan öğrencilerin sosyal medya ve mahremiyet algıları yurttan ikamet eden öğrencilere kıyasla daha düşüktür. Ölçme aracının “güvenlik” alt boyutu içinse ortalamalarda gözlenen

farklılıklar gruplar bazında hemen hemen paralellik gösterse de ortalama değerler açısından tamamen tersi bir durum ile karşılaşmıştır. Öyle ki ilgili boyut için ortalamalar arası farklılığın en temelinde, ikamet yerini –diğer- olarak bildiren katılımcıların ortalamasının, öteki grup ortalamalarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı ve oldukça düşük çıkması yatmaktadır. Ayrıca yurtda kalan öğrencilerin ölçeğin “güvenlik” alt boyutundan elde ettikleri ortalama ile diğer grupların ortalamalarına göre istatistiksel açıdan anlamlı ve yüksek bulunmuştur. Ölçeğin geneli için gözlenen farklılık ise yine yurt ortamında ikamet eden katılımcıların genel ortalamasının, ikamet yeri sırasıyla öğrenci evi/apart olan ve aile yanında kalanların ortalamalarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı yüksek olması üzerinedir. Öğrenci yurtları güvenlik açısından ev ve apartlara kıyasla daha fazla olduğu için kendi evlerinde yaşayan öğrencilerin mahremiyet algıları daha düşüktür.

Ölçeğin “dikkat” alt boyutu ile “iletişim” alt boyutu için ortalamalar arası farklılıklar benzer temellere dayanmaktadır. Bu her iki alt boyut için ortalamalar gözlenen farklar, ilk olarak ikamet yerini -diğer- olarak bildiren katılımcıların ortalamalarının “iletişim” için $M=4.31 \pm 0.30$ ve “güvenlik” için $M=4.80 \pm 0.69$ ile diğer gruplara kıyasla istatistiksel açıdan oldukça yüksek bulunmasından kaynaklanmıştır ($p<.05$). İlgili alt boyutlar için bir diğer farklılık kaynağı ise ikamet yeri öğrenci evi/apart olan katılımcıların ortalamalarının, yurtda kalan katılımcıların ortalamalarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı düşük olmasına dayanmaktadır ($p<.05$).

Ölçme aracının “güvenlik” alt boyutu içinse ortalamalarda gözlenen farklılıklar gruplar bazında hemen hemen paralellik gösterse de ortalama değerler açısından tamamen tersi bir durum ile karşılaşmıştır. Öyle ki ilgili boyut için ortalamalar arası farklılığın en temelinde, ikamet yerini –diğer- olarak bildiren katılımcıların ortalamasının ($M=2.37 \pm 0.69$), öteki grup ortalamalarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı ve oldukça düşük çıkması yatmaktadır ($p<.05$). Ayrıca yurtda kalan öğrencilerin ölçeğin “güvenlik” alt boyutundan elde ettikleri ortalama $M=3.69 \pm 0.93$ ile diğer grupların ortalamalarına göre istatistiksel açıdan anlamlı ve yüksek bulunmuştur ($p<.05$).

Ölçeğin geneli için gözlenen farklılık ise yine yurt ortamında ikamet eden katılımcıların genel ortalamasının ($M=3.83 \pm 0.61$), ikamet yeri sırasıyla öğrenci evi/apart olan ve aile yanında kalanların ortalamalarına kıyasla istatistiksel olarak anlamlı yüksek olması üzerinedir ($p<.05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süresi değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 25’te verilmiştir.

Tablo 25: Sosyal medya kullanım süresi değişkeni açısından ortalamaların değerlendirilmesi

Gruplar	N	Dikkat		Güvenlik		İletişim		Genel	
		M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
1 yıldan az	12	3.27 ^a	0.47	2.80 ^a	1.36	2.45 ^a	0.94	2.89 ^a	0.80
1-3 yıl arası	107	3.40 ^a	0.68	3.45 ^a	1.06	3.49 ^b	0.89	3.44 ^a	0.66
4-6 yıl arası	173	4.09 ^b	0.58	3.61 ^a	0.93	4.11 ^c	0.71	3.96 ^b	0.55
7 yıldan fazla	181	3.82 ^c	0.54	3.54 ^a	0.77	3.76 ^d	0.87	3.72 ^c	0.52
K-W		80.64		6.25		53.35		52.65	
p-		0.00		0.10		0.00		0.00	
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatistiksel anlamlılık Üst indis ortak harfi bulunmayan ortalamalar arasında farklılık vardır.									

Katılımcıların sosyal medya kullanım geçmişinin mahremiyet algısına olası etkileri incelendiğinde, ölçeğin geneli ile beraber “dikkat” ve “iletişim” alt boyutlarından elde edilen ortalamalarda gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmıştır ($p < .05$). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcanan zaman değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 26’da verilmiştir.

Tablo 26: Sosyal medyada harcanan zaman değişkeni açısından ortalamaların değerlendirilmesi

	Dikkat	Güvenlik	İletişim	Genel
--	--------	----------	----------	-------

Gruplar	N	M	Std.	M	Std.	M	Std.	M	Std.
1 saatten az	91	3.52 ^a	0.75	3.19 ^a	1.21	3.21 ^a	0.90	3.33 ^a	0.74
1-3 saat arası	204	3.88 ^b	0.63	3.76 ^b	0.78	3.89 ^b	0.77	3.85 ^b	0.59
4-6 saat arası	159	3.91 ^b	0.58	3.47 ^a	0.85	3.94 ^b	0.88	3.79 ^b	0.51
7 saatten fazla	19	3.54 ^a	0.28	3.07 ^a	0.69	4.34 ^b	0.63	3.64 ^{ab}	0.28
K-W		31.02		26.18		51.12		41.51	
p-		0.00		0.00		0.00		0.00	
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, K-W: Kruskal Wallis H test değeri, p: İstatiksel anlamlılık Üst indis ortak harfi bulunmayan ortalamalar arasında farklılık vardır.									

Gün içinde sosyal medyada geçirilen zamanın katılımcılarda mahremiyet algısına nasıl etki ettiği incelendiğindeyse, ölçeğin geneli ile beraber “dikkat” ve “iletişim” alt boyutlarından elde edilen ortalamalarda gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmıştır ($p < .05$). Gün içinde sosyal medyada geçirilen zamanın katılımcılarda mahremiyet algısına nasıl etki ettiği incelendiğindeyse, ölçeğin geneli ile beraber “dikkat” ve “iletişim” alt boyutlarından elde edilen ortalamalarda gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmiştir. Bu durumda gün içerisinde 7 saatten fazla zaman geçiren öğrencilerin diğer öğrencilere kıyasla daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Emin Ulum 2021 yılında yapmış olduğu çalışmasında sosyal medya kullanım süresi ile mahremiyet algısı arasında anlamlı bir fark bulamamıştır. Bu çalışmada ise sosyal medya kullanım süresi ile mahremiyet algısı arasında farklılıklar bulunmaktadır. Sosyal medya kullanım süresi ile mahremiyet algısı ters orantılı olduğu tespit edilmektedir. Öğrencilerin sosyal medya uygulamalarında kendi profil fotoğrafını kullanma değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 27’de verilmiştir.

Tablo 27: Kendi profil fotoğrafını kullanma durumu açısından ortalamaların değerlendirilmesi

Ölçeğin geneli ve Alt boyutları	Gruplar	N	M	Std.	M-W	p-
Dikkat	Evet	420	3.81	0.60	99425.0	0.90
	Hayır	53	3.77	0.94		
Güvenlik	Evet	420	3.53	0.90	98942.5	0.52
	Hayır	53	3.49	1.15		
İletişim	Evet	420	3.83	0.83	10868.0	0.07
	Hayır	53	3.50	1.16		
Genel	Evet	420	3.74	0.56	99515.5	0.98
	Hayır	53	3.61	0.97		
M: Ortalama, Std.: Standart sapma, M-W: Mann Whitney U test değeri, p: İstatiksel anlamlılık						

Katılımcıların mahremiyet algısı, sosyal medyada gerçek profil fotoğraflarını kullanıp kullanmamalarına etkisi bu başlık altında incelenmiş ve ortalamalar arasından bu değişkene karşılık istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p > .05$). Katılımcıların mahremiyet algısı, sosyal medyada gerçek profil fotoğraflarını kullanıp kullanmamalarına etkisi bu başlık altında incelenmiş ve ortalamalar arasından bu değişkene karşılık istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu durum sosyal medya uygulamalarında kendi profil fotoğrafları yerine farklı bir fotoğraf kullanmayı tercih eden öğrencilerin mahremiyet algısı ile, hesaplarında kendi profil fotoğraflarını

kullanmayan öğrencilerin mahremiyet algısı arasında bir fark olmadığını göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin gerçek isin kullanma değişkenine göre ortalama değerleri aşağıdaki gibi Tablo 28’da verilmiştir.

Tablo 28: Gerçek ismini kullanma durumu açısından ortalamaların değerlendirilmesi

Ölçeğin geneli ve Alt boyutları	Gruplar	N	M	Std.	M-W	p-
Dikkat	Evet	441	3.84	0.61	5148.0	0.00
	Hayır	32	3.32	0.87		
Güvenlik	Evet	441	3.59	0.89	3833.5	0.00
	Hayır	32	2.63	0.99		
İletişim	Evet	441	3.87	0.83	3541.5	0.00
	Hayır	32	2.86	1.00		
Genel	Evet	441	3.78	0.57	3622.0	0.00
	Hayır	32	2.98	0.78		

M: Ortalama, Std.: Standart sapma, M-W: Mann Whitney U test değeri, p: İstatiksel anlamlılık

Son olarak mahremiyet algısının kişilerin sosyal mecrada gerçek isimlerini kullanıp kullanmamaları bakımından değerlendirildiğinde, ölçeğin 3 alt boyutu ile beraber genelinden elde edilen ortalamalar gerçek isin kullanım durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir ($p < .05$). Ölçeğin 3 alt boyutu ile beraber genelinden elde edilen ortalamalar gerçek isin kullanım durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı

farklılık göstermiştir. Buna göre her bir birim için karşılık gelen ortalamalarda, sosyal medyada gerçek adını kullanan katılımcıların, diğer kullanıcılara kıyasla daha yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda sosyal medya hesaplarına gerçek isimleri ile üyelik oluşturan öğrencilerin mahremiyet algılarının gerçek isimleri ile üyelik oluşturan öğrencilere kıyasla daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Buna göre her bir birim için karşılık gelen ortalamalarda, sosyal medyada gerçek adını kullanan katılımcıların, diğer kullanıcılara kıyasla daha yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir.

SONUÇ

Günümüz toplumlarında sosyal medya ve teknolojik gelişmeler yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Toplumdaki her birey en az bir adet sosyal medya uygulamasını aktif olarak kullanmaktadır ve hatta bunu bir zorunluluk olarak görmektedir. Yaşanan teknolojik gelişmeler, bireyin profilini sergilediği, arkadaşlıklar kurduğu, günün büyük bölümünü bu ağlarda geçirdiği bir süreç oluşturmuştur. Bu bağlamda dijital ağlar kendi kültürünü oluşturmuştur. Sosyal medya uygulamaları, yaşanan teknolojik gelişmeler toplumu yeniden inşa etmiş ve oluşan enformasyon toplumu yeni yapılar ve yeni sistemler getirmiştir. Bu sistemlerin başında da mahremiyet davranışları ve mahremiyet farkındalığı düzeyleri gelmektedir. Sosyal medyanın yaygınlaşması, bireylerin sosyal ağlarla kurdukları iletişimin artmasını da beraberinde getirmiştir. Daha fazla içerik sunmak, görür olmak, beraberinde getiren paylaşım kültürünü de pekiştirerek sürekli bu ağlarda vakit geçirmelerine sebep olmaktadır.

Bir kavram olarak mahremiyet din, hukuk, psikoloji gibi farklı alanlarda farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bilginin hızla üretildiği ve erişildiği bilgi toplumu/enformasyon toplumunda mahremiyet algısı ise kişinin mülkiyet hakkı olarak tanımlanmaktadır. Enformasyon çağında birey internet ve dijital ortamlardaki uygulamaları özgürce kullanabilmekte ve bu platformlar üzerinde kurmuş oldukları kendilerine ait sanal kimlikler üzerinde ise özgürce söz sahibi olabilmektedir. Sanal ortamın kullanıcılara sağladığı bu özgürlükler zaman içerisinde mahremiyet algısının da değişmesine sebep olmuştur.

Bireyler ayrıca, gizlilik kararlarını ve çevrimiçi olarak başkalarıyla etkileşimlerini önemli ölçüde etkileyen bağlamsal faktörlerden etkilenen farklı gizlilik tercihlerine de sahip olabilmektedir. Bir bireyin dijital mahremiyet davranışı ve tercihleri, kullanılabilir zaman, yaş, cinsiyet, kişilik, ağ gibi kişisel faktörlerden etkilenebilmektedir. Bununla birlikte, yeni teknolojiler, nasıl çalıştıklarına dair eksik anlayışlara sahip olduğumuzda ve bilgi uygunluğu ve iletimi kuralları hala sosyal olarak tartışılırken mahremiyete zarar verme potansiyeli de yaratabilmektedir. Bu noktada üniversite öğrencileri paylaşım kültüründen diğer gruplara kıyasla daha fazla etkilenmektedir. Sosyal medyanın artan kullanımı mahremiyet algısının değişim ve dönüşümüne etki edip etmemesi de merak edilen bir konu haline gelmektedir. Yapılan bu çalışmada üniversite öğrencilerinin

sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algıları arasındaki değişime ve sosyal medyanın bu konudaki etkilerine odaklanılmıştır.

Bu algının değişmesini etkileyen çeşitli faktörleri incelediğimizde ilk olarak mahremiyet denildiğinde akla gelen cinsiyet faktörüne baktığımızda bu çalışmada kişilerin sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Böylelikle “*Sosyal medya kullanan bireylerin cinsiyet değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır*” başlıklı H1 hipotezi doğrulanamamıştır. Bu durum da toplum tarafından cinsiyetlere atanan roller ve mahremiyet algısı arasında bir fark bulunmadığı anlamına gelmektedir.

Ardından bir diğer faktör olan öğrenim görülen fakülte ve bölüm faktörü incelendiğinde ise yine mahremiyet algısı ve fakülteler arasında anlamlı bir fark gözlemlenmemiştir. Bu durumda üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri bölüm ve fakülte ile mahremiyet algıları arasında bir fark bulunmadığı anlamına gelmektedir. Bu durumda “*Sosyal medya kullanan bireylerin okudukları fakülte değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.*” başlıklı H2 hipotez doğrulanamamıştır.

Öte yandan bir diğer faktör olan öğrenim görülen sınıf faktörü incelendiğinde ise yine sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı arasında anlamlı bir fark tespit edilememektedir. Bu durum da üniversitede öğrenim gören gençlerin yaşları arasında fark olsa bile sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı arasında bir fark bulunmadığını göstermektedir. “*Sosyal medya kullanan bireylerin bulunduğu sınıf değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.*” başlıklı H3 hipotez doğrulanamamıştır.

Mahremiyet algısının değişmesinde önemli bir etkisi olan aile faktörü incelendiğinde bu sefer bazı farklılıkların tespit edildiği gözlemlenmiştir. Üniversite öğrencilerinden parçalanmış ailede yaşayan bireylerin mahremiyet algılarının geniş ve çekirdek aileye sahip bireylere göre daha düşük olduğu gözlemlenmektedir. Bireyin mahremiyet eğitimi ilk olarak aile kurumunda verilmektedir. Bu durumda parçalanmış bir aileye sahip olan gençlerin mahremiyet algılarının çekirdek veya geniş bir aileye sahip olan gençlere göre daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. “*Sosyal medya kullanan bireylerin aile tipi değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.*” başlıklı H4 hipotez doğrulanmıştır.

Gelir düzeyi ve mahremiyet algısı incelendiğinde yine bazı farklılıkların tespit edildiği gözlemlenmiştir. Gelir düzeyi orta ve üzeri olan üniversite öğrencilerinin mahremiyet algılarının gelir düzeyi düşük olan öğrencilere göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum da gelir düzeyi ile mahremiyet algısı arasında doğru bir orantı olduğunu göstermektedir. *“Sosyal medya kullanan bireylerin sosyoekonomik durumu ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.”* başlıklı H5 hipotez doğrulanmıştır.

En uzun yaşanan yer ve mahremiyet algısı incelendiğinde ise öğrencilerin yaşadıkları yerler ile mahremiyet algısı arasında anlamlı bir fark elde edilememiştir. Bu durumda metropol, büyük şehir, kasaba, köy gibi yerleşim yerlerinde ikamet etmek ve mahremiyet algısı arasında bir ilişki bulunmamaktadır. *“Sosyal medya kullanan bireylerin hayatı boyunca yaşanan en uzun yer değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.”* başlıklı H6 hipotez doğrulanamamıştır.

Bir diğer faktör olarak öğrenim gördükleri dönemde ikamet edilen mekan ve mahremiyet algısı incelendiğinde bazı farklar tespit edilmiştir. Örneğin yurt gibi güvenlik hizmetleri yüksek olan ve konaklama kurallarına tabii olan mekanlarda konaklayan öğrencilerin daha özgür bir yaşam alanı olarak adlandırılan öğrenci evi/apartı gibi konaklayan öğrencilere kıyasla mahremiyet algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda mekan ve mahremiyet algısı arasında bir ilişki bulunmaktadır. *“Sosyal medya kullanan bireylerin şu an ikamet ettikleri yer değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.”* başlıklı H7 hipotez doğrulanmıştır.

Öğrencilerin sosyal medya uygulamalarını kullanım süreleri yıl bazında incelendiğinde bazı anlamlı ilişkiler gözlemlenmiştir. Sosyal medya kullanım yılı ve mahremiyet algısı arasında ters orantı bulunmaktadır. Uygulamaları kullanım yılı arttıkça mahremiyet algısı aynı oranda düşmektedir. *“Sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medya kullanım süresi değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.”* başlıklı H8 hipotez doğrulanmıştır.

Gün içerisinde sosyal medya kullanım süresi ve sosyal medyayı kullandıkları zaman dilimi ve mahremiyet algısı ilişkisi incelendiğinde anlamlı ilişkiler gözlemlenmiştir. Kullanım süresi ve zaman dilimi ile mahremiyet algısı arasında ters orantı bulunmaktadır. Kullanım süresi ne kadar artar ise mahremiyet algısının da o kadar düştüğü tespit edilmiştir. *“Sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medyada harcanan*

zaman değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.“ başlıklı H9 hipotez doğrulanmıştır.

Mahremiyet algısı ve gizlilik faktörü incelendiğinde kullanıcılarının sosyal medya platformlarında kendi profil fotoğraflarını kullanmamaları ile mahremiyet algıları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. *“Sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medyada kendi fotoğraflarını kullanma durumu değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.*“ başlıklı H10 hipotez doğrulanamamıştır.

Ancak bir diğer faktör olan gerçek isimleri ile kimlik oluşturma bağlamında incelendiğinde bu sefer kendi isimleri ile sosyal medya uygulamalarına üyelik oluşturan öğrencilerin anonim isimlerle üyelik oluşturan öğrencilere kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda bireyler kendi kişisel verilerini paylaşmadıkları ve anonim isimlerle üyelik oluşturdıklarında mahremiyet algıları düşmektedir. *“Sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medyada kendi adını kullanma durumu değişkeni ve mahremiyet algıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.*“ başlıklı H11 hipotez doğrulanmıştır.

Öğrenciler sosyal medya uygulamaları aracılığıyla, yakın çevreleri ve arkadaşlarıyla belirli aralıklarla paylaşımlar gerçekleştirmektedirler. Enformasyon toplumunda bilgi hızlı bir şekilde yaygınlaşmakta ve dolayısıyla mahremiyet algılarını da değişim ve dönüşüme uğratmaktadır. Enformasyon toplumu ve onun yeni teknolojileri sayesinde, bireyler ile toplum daha önce hiç olmadığı kadar şeffaf ve savunmasız bir yapıya kavuşmuştur.

Bu çalışma sonucunda enformasyon çağında sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin aile yapısı, sosyoekonomik durum, şu an ikamet ettikleri yer, en uzun yaşanan yer, sosyal medya kullanım süresi, gün içerisinde sosyal medyada geçirilen zaman ve sosyal medyada kendi adını kullanma arasında bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak bu çalışmadaki birçok bölüm üniversite çağındaki gençlerin yaş, cinsiyet, eğitim gördükleri bölüm, yaşadıkları mekan gibi değişkenler açısından mahremiyet dahil olmak üzere göze çarpan bireysel farklılıkları ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- Algül, A. (2018). Sosyal Ağ Kullanıcılarının Abartılı Paylaşım, Benlik Sunumu Ve Mahremiyet Tüketimleri. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, Cilt:13 Sayı:49.
- Arabacıoğlu, B.C. (2017). "Ofis Mekânı Tasarımında Mahremiyet Kavramı", *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt: 2 Sayı: 8.
- Arendt, H. (1994). *İnsanlık Durumu*. (B. S. Şener, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arendt, H. (2012). *Devrim Üzerine*. (B.S. Şener, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arık, E. (2008). *Dijital Mahremiyet Yeni Medya ve Gözetim Toplumu*, Konya: Literatürk Academia.
- Asan, A. (2012). *Eğitimde Yeni Bir Yönelim Alanı: Sosyal Medya*, Edibe Sözen (Ed.), Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz içinde, İstanbul: Alfa Yayınları, 127- 146.
- Aslan, A. ve Ünlü D. G. (2016). "Instagram fenomenleri ve reklam ilişkisi: instagram fenomenlerinin gözünden bir değerlendirme." *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 41-65.
- Aslan, Ö. (2018). "Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Instagram Kullanımı Üzerine Bir İnceleme". İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi. Cilt 6, Sayı 13, 41 - 65.
- Balcı Ş. Ve Koçak M. (2017), "Sosyal Medya kullanımı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki", 1st International Conference on New Trends in Communication/1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, s. 36.
- Baran, G. A. (1997). *İletişim Sosyolojisi*. Ankara: Afşar Matbaaları
- Baudrillard., J. (2003). *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Bauman, Z. (2006) *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. & Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim*, Çev. Elçin Yılmaz, Ayrıntı, İstanbul.
- Ben-Ze'ev, A. (2003). Privacy, emotional closeness, and openness in cyberspace. *Computers in Human Behavior*, 19(4), 451-467.

- Berkup, S.B. (2015). “*Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X Ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz*” Yüksek Lisans Tezi. Ocak.
- Biçer Olgun, H. (2017). *Jürgen Habermas, Hannah Arendt ve Richard Sennett’in Kamusal Alan Yaklaşımları*. Araştırma Makalesi.
- Büyükaga, P. (2022). *Dijital Gözetim Ve Mahremiyetin Dönüşümü: “The Circle Örneği”*, Yüksek Lisans Tezi.
- Castells, M. (2004), “*Ağda Küreselleşme, Kimlik ve Toplum-Calhoun, Lyon ve Touraine’e Cevap!*”, Küresel Kuşatma Karşısında İnsan (Ed. Mustafa Armağan, Çev. Şahabettin Yalçın), Ufuk Kitap Yayınları, İstanbul, ss.107-139.
- Choi, H., Park, J., & Jung, Y. (2018). *The role of privacy fatigue in online privacy behavior. Computers In Human Behavior*, 81, 42-51.
- Cılızoğlu, G., Y. & Çetinkaya, A. (2016). Sivil Toplum Örgütlerinin Instagram Kullanımı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27, 161-181.
- Çakır, E. (2021). *Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı Bir Uygulama Örneği*, Yüksek Lisans Tezi.
- Çiçekoğlu A. ve Ünal R. (2021). “*Haber Üretimi Ve Dağıtım Bağlamında TikTok Uygulaması Ne Vaat Ediyor?*” İler Dergisi Özel Sayı:Güz. 2021 (<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>)
- Dacheux, E. (2012). “*Kamusal Alan: Demokrasinin Anahtar Bir Kavramı*”. Kamusal Alan (iç.). Der. Eric Dacheux. Çev. Hüseyin Köse. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Diffie W., Landau S. (1998). *Privacy on the Line: The Politics of Wiretapping and Encryption*, Cambridge, Massachusetts, The MIT Pres.
- Dolgun, U. (2008) *Şeffaf Hapishane yahut Gözetim Toplumu*, İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Duman, E.K. (2011) “Talk Showlarda Mahremiyet ve ‘Oprah Winfrey Show’un Başarısının Sırrı: Tür, Anlatı, Format”, *Medya Mahrem*, ed. Hüseyin Köse, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Emin Ulum, Ş. (2021). “*Sosyal Medya Kullanım Alışkanlığının Mahremiyet Sorunlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma*”, Yüksek Lisans Tezi.
- Eraslan, Levent ve Ç. Eser (2015). *Sosyal Medya Toplum Araştırma: Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. Pozitif Matbaacılık: Ankara.

- Esen, A. (2018) *Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası: Namık Kemal Üniversitesi Akademisyenleri Üzerine Yapılan Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı, Kayseri.
- Foucault, M. (2000). *Hapishanenin Doğuşu*, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Yayınları, Ankara.
- Foucault, M. (2007). *İktidarın Gözü*, Çev. Işık Ergüden, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Garnham, N. (2006). *Medya ve Kamusal Alan*, (in “HabermasandThePublic Sphere”, Ed. byCraigCaulhon), (Çev. S. Alankuş, H. Tuncel): <http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=795>.
- Goffmann, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Göle, N. (2016). *Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme*, 13.b. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Grame, B. (1995). *Görünenden Fazlası*, (Çev: Nefin Dinç.), Alan Yayıncılık, İstanbul.
- Güngör, N. (2013). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar* (2. b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*. Çev. Mustafa Tüzel, İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Habermas, J. (2002). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*. Çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2004). “*Kamusal Alan*”. *Kamusal Alan* (iç.). Der. ve Çev. Meral Özbek. İstanbul: Hil Yayın.
- Hazır, M. (2019). Siber Toplumda Mahremiyetin Dönüşümü. N. Şişman (Ed.), *Mahremiyet: Hayatın Sırları ve Sınırları*, İstanbul: İnsan Yayınları.
- Horkheimer, Max ve Theodor W. Adorno (2014) *Aydınlanmanın Diyalektiği*, çev: Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan, İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Irak, D., ve Yazıcıoğlu, O. (2012) *Türkiye ve Sosyal Medya*, İstanbul: Okuyan Yayıncılık.
- İlhan M ve Çetin B (2014). LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 5 (2), s. 31.
- Kalaman, S.(2017). Yeni medya ve mahremiyetin dönüşümü: Facebook Türkiye örneği. *Uluslararası Hakemli İletişim Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 14(1),1-19

- Karagülle, A.E. (2014) “X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı”, International Trends and Issues in Communication & Media Conference, ed. Aydın Ziya Özgür vd. Dubai UAE.
- Karaoğlu, G. (2010). *Kamusal ve Özel Alan Ekseninde Medya Ve Mahremiyet*, Yüksek Lisans Tezi.
- Kerestecioğlu, İ. (2011). “Feminizm Tartışmaları 8”. *Amargi İstanbul Feminizm Tartışmaları*. İstanbul: Amargi Yayınevi.
- Kırık, A. M. (2017). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyala Medya Bağımlılığı. A. Büyükaslan, & A. Kırık (Ed.) içinde, *Sosyal Medya Araştırmaları I : "Sosyalleşen Birey"* (s. 69-102). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Koç, G. (2011). *Yeni İletişim Ortamlarında Yeni Kamusalılık: "Facebook" Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2011, s. 31.
- Koçak, N.G. (2012). “Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Ve Motivasyonlarının Kuramlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama”, Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Reklamcılık Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Korukcu, A. (2015). “Sosyal Medya Ve Din: Facebook Örneğinde Dini İçerikli Paylaşımlar Üzerine Bir Değerlendirme”, *Geçmişten Geleceğe Ahlak*, ed.Asife Ünal, Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.
- Lewis, K., Kaufman, J., & Christakis, N. (2008). The taste for privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network. *Journal of ComputerMediated Communication*, 14(1), 79-100.
- Livberber, T. (2018). *Sosyal Medyada Mahremiyet: Gözetim, Teşhir ve Dikizleme Kültürü*. Konya: Nüve Kültür Merkezi.
- Livingstone, S. (2016). Gençliğe İlişkin İçerik Oluşturmada Riskli Fırsatları Değerlendirmek – Ergenlerin Mahremiyet, Gizlilik Ve Kendilerini İfade Etmek İçin Sosyal Ağ Sitelerini Kullanmaları. Himmet Hülür & Cem Yaşın (Edited by.), İçinde, *Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi* (s.s. 87-99), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Lull, J. (2001). *Medya İletişim Kültürü*. (Çev: N.Güngör). Ankara: Vadi Yayınları.
- Lyon, D. (2006) *Günlük Hayatı Kontrol etmek: Gözetlenen Toplum*, çev: Gözde Soykan, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

- Lyon, D. (2006) *Ağ, Benlik, Gelecek, Küresel Kuşatma Karşısında İnsan içinde*, Mustafa Armağan (Ed.), İstanbul: Ufuk Kitap, 87-105.
- Mason, R. (1986). "Four Ethical Issues of the Information Age," MIS Quarterly (10:1), 4-12.
- Melucci, A. (2014). Süreç Olarak Kolektif Kimlik. F. Mollaer (Dü.) içinde, *Kimlik Politikaları: Özdeşlik, Tanınma ve Farklılık* (Ö. Mollaer, Çev., s. 79-104). Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- McCharty, T. (2004). "Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü'nün 1989 İngilizce Baskısına Giriş", Kamusal Alan (iç). Der. ve Çev. Meral Özbek İstanbul: Hil Yayın.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*, TRT Yayınları, Ankara.
- Neumann, W. L. (2007). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar.* S. Özge (çev.). Yayınodası, İstanbul.
- Neumann, W. L. & Robson, K. (2014). *Basics Of Social Research*. Pearson, Canada. Toronto.
- Nacakcı, B. (2022). "Sosyal Medya Platformlarında Benlik Sunumu Taktikleri Ve Mahremiyetin Dönüşümü: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı, Konya.
- Olçay, O. (2019). "Periscope (Scope) Canlı Yayın Uygulamasının Kullanım Motivasyonlarının Mahremiyet Bağlamında İncelenmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Sinema Televizyon Anabilim Dalı Radyo Sinema Televizyon Bilim Dalı, Kayseri.
- Öztürk, A. (2015). "Yeni Medya Araçlarının Mahremiyet Algısındaki Dönüşüme Etkisi" Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı, Sakarya.
- Öztürk, E. (2016). Gül Şener, H. Kemal Süher, "Sosyal Medya Çağında Ürün Yerleştirme: Instagram ve Instabloggerlar Üzerine Bir İçerik Analizi", Bahar, *Global Media Journal TR Edition*.
- Öztürk, Ş. (2015) "Sosyal Medyada Etik Sorular", Selçuk İletişim, 2015, C. 9, S.1.
- Paine Carina B., Joinson Adam N. (2006). *Self-disclosure, Privacy and the Internet*, Institute of Educational Technology The Open University United Kingdom.
- Quan-Hasse, A., Young, A. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. Bulletin of Science, Technology & Society 30(5) 350-361. Sage Publications. Erişim 13.05.2015. bst.sagepub.com.

- Sağbaşı, İ. (2020). "Sosyal Medyada Vergi Algısı", *Maliye Araştırmaları Dergisi*, Mart.
- Sarıkan, Ü. (2022). "Mahremiyetin Dönüşümü: Yeni Medya Perspektifinden Kuşaklararası Farklar". Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Muğla.
- Satıl, E. (2011). "Yeni Medya ve Sosyalleşme". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Senett, R. *Kamusal İnsanın Çöküşü*, Çeviri Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Severin, W. J. ve Tankard, J.W. (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları*. Ali Atıf Bir ve Serdar Sever (çev.), Anadolu Üniversitesi. Yayınları, Eskişehir.
- Sözen, Edibe (Ed.) (2012) *Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Suman, D. (2000) *Feminizm İslam ve Kamusal Alan, İslamın Yeni Kamusal Yüzleri* içinde, Nilüfer Göle (Ed.) İstanbul: Metis Yayınları, 67-92.
- Şimşek, S. (2021). "Yenilenen Whatsapp Gizlilik Politikası ve Kişisel Verileri Koruma Kurumu İncelemesi." *Bilişim Hukuku Dergisi* 3, no. 2 (2021): 494-548.
- Şişman, N. (2020). "Mahremiyet Hayatın Sırları ve Sınırları". İstanbul: İnsan Yayınları.
- Türkoğlu, H., S. (2018). Sosyal Medya Üzerinden Mahremiyet Farkındalığı ve Değişimin Ölçülenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 163-189.
- Üçer, N. (2016). "Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Media Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma". *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12) Bahar/Spring 2016.
- Wu, K. W., Huang, S. Y., Yen, D. C., & Popova, I. (2012). The effect of online privacy policy on consumer privacy concern and trust. *Computers in human behavior*, 28(3), 889-897.
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). *Analysis of the Reasons and Development of Short Video Application-Taking Tik Tok as an Example 2019*
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Dipnot Yayınları, Ankara.

Yılmaz, A. (2012). “Sosyal Medya Kullanımında Güncel Tartışmalar: Üniversite Öğrencileri Örneğinde Mahremiyet - Kamusal Alan İlişkisi”. *Global Media Journal*, 3(5), 246-264.

Yüksel, M. E., Yüksel, A. S. ve Zaim, A. H. (2013). “A reputation-based privacy management system for social networking sites”. *Turkish Journal of Electrical Engineering & Computer Sciences*, 21, 766-784.

Yüksel, Y.D. (2003). “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*.

Zengin, M. (2015). “Sosyal Medya Ve Değişen Mahremiyet “Facebook Mahremiyeti”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Eylül.

Elektronik Kaynaklar

<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (Erişim Tarihi: 16.11.2022)

“WhatsApp Hakkında,” WhatsApp, (<https://www.whatsapp.com/about/>). (Erişim Tarihi 19.11.2022)

<https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp> (Erişim Tarihi 22.11.2022)

EKLER

EK 1. Normal Dağılım Varsayımların Testi

Cinsiyet		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
iletisim	Kadın	0.94	271.00	0.00
	Erkek	0.95	202.00	0.00
Dikkat	Kadın	0.93	271.00	0.00
	Erkek	0.94	202.00	0.00
Guvenlik	Kadın	0.94	271.00	0.00
	Erkek	0.96	202.00	0.00
GenelOrtalama	Kadın	0.95	271.00	0.00
	Erkek	0.94	202.00	0.00

EK 2. Fakülte Dağılım Varsayımları

Fakülte		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
iletisim	ZF	0.91	32.00	0.01
	GSF	0.96	39.00	0.17
	EF	0.96	79.00	0.01
	SağlıkBF	0.92	44.00	0.00
	FEF	0.94	151.00	0.00
	DF	0.94	34.00	0.06
	MSSF	0.95	20.00	0.38
	TF	0.95	46.00	0.03
	SporBF	0.93	28.00	0.06
Dikkat	ZF	0.88	32.00	0.00

	GSF	0.86	39.00	0.00
	EF	0.91	79.00	0.00
	SağlıkBF	0.92	44.00	0.00
	FEF	0.96	151.00	0.00
	DF	0.96	34.00	0.33
	MSSF	0.91	20.00	0.05
	TF	0.94	46.00	0.01
	SporBF	0.91	28.00	0.02
Guvenlik	ZF	0.89	32.00	0.00
	GSF	0.96	39.00	0.23
	EF	0.92	79.00	0.00
	SağlıkBF	0.93	44.00	0.01
	FEF	0.95	151.00	0.00
	DF	0.92	34.00	0.01
	MSSF	0.89	20.00	0.03
	TF	0.95	46.00	0.07
	SporBF	0.96	28.00	0.27
GenelOrtalama	ZF	0.89	32.00	0.00
	GSF	0.93	39.00	0.01
	EF	0.94	79.00	0.00
	SağlıkBF	0.92	44.00	0.01
	FEF	0.94	151.00	0.00
	DF	0.96	34.00	0.17
	MSSF	0.94	20.00	0.26
	TF	0.96	46.00	0.13
	SporBF	0.93	28.00	0.06

EK 3. Sınıf Dağılım Varsayımları Testi

Sınıf		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
iletisim	1. Sınıf	0.91	115.00	0.00
	2. Sınıf	0.93	189.00	0.00
	3. Sınıf	0.95	144.00	0.00
	4. Sınıf	0.94	25.00	0.18
Dikkat	1. Sınıf	0.91	115.00	0.00
	2. Sınıf	0.90	189.00	0.00
	3. Sınıf	0.95	144.00	0.00
	4. Sınıf	0.90	25.00	0.02
Güvenlik	1. Sınıf	0.91	115.00	0.00
	2. Sınıf	0.93	189.00	0.00
	3. Sınıf	0.96	144.00	0.00
	4. Sınıf	0.90	25.00	0.02
GenelOrtalama	1. Sınıf	0.93	115.00	0.00
	2. Sınıf	0.90	189.00	0.00
	3. Sınıf	0.97	144.00	0.00
	4. Sınıf	0.93	25.00	0.07

EK 4. Aile Tipi Dağılım Varsayımları Testi

Aile Tipi		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
iletisim	Geniş	0.91	57.00	0.00
	Eksik/Parçalanmış	0.94	63.00	0.00
	Çekirdek	0.94	353.00	0.00
Dikkat	Geniş	0.93	57.00	0.00

	Eksik/Parçalanmış	0.92	63.00	0.00
	Çekirdek	0.93	353.00	0.00
Guvenlik	Geniş	0.95	57.00	0.01
	Eksik/Parçalanmış	0.86	63.00	0.00
	Çekirdek	0.93	353.00	0.00
GenelOrtalama	Geniş	0.92	57.00	0.00
	Eksik/Parçalanmış	0.93	63.00	0.00
	Çekirdek	0.94	353.00	0.00

EK 5. Sosyo Ekonomik Düzey Dağılım Varsayımları Testi

Sosyo Ekonomik Düzey		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
Dikkat	Düşük	0.78	24.00	0.00
	Ortanın altında	0.89	46.00	0.00
	Orta	0.93	330.00	0.00
	Ortanın üzerinde	0.93	73.00	0.00
Guvenlik	Düşük	0.79	24.00	0.00
	Ortanın altında	0.90	46.00	0.00
	Orta	0.93	330.00	0.00
	Ortanın üzerinde	0.94	73.00	0.00
iletisim	Düşük	0.66	24.00	0.00
	Ortanın altında	0.91	46.00	0.00
	Orta	0.93	330.00	0.00
	Ortanın üzerinde	0.91	73.00	0.00
GenelOrtalama	Düşük	0.77	24.00	0.00

	Ortanın altında	0.94	46.00	0.02
	Orta	0.93	330.00	0.00
	Ortanın üzerinde	0.88	73.00	0.00

EK 6. En Uzun Yaşanılan Yer Dağılımı Varsayımları Testi

En Uzun Yaşanılan Yer		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
Dikkat	Köy	0.96	94.00	0.00
	Kasaba	0.93	50.00	0.01
	Küçük şehir	0.89	167.00	0.00
	Metropol	0.91	162.00	0.00
Güvenlik	Köy	0.93	94.00	0.00
	Kasaba	0.86	50.00	0.00
	Küçük şehir	0.94	167.00	0.00
	Metropol	0.95	162.00	0.00
İletişim	Köy	0.90	94.00	0.00
	Kasaba	0.90	50.00	0.00
	Küçük şehir	0.93	167.00	0.00
	Metropol	0.92	162.00	0.00
Genel Ortalama	Köy	0.93	94.00	0.00
	Kasaba	0.85	50.00	0.00
	Küçük şehir	0.93	167.00	0.00
	Metropol	0.95	162.00	0.00

EK 7. Şu An Yaşanılan Yer Dağılımı Varsayımları Testi

Yaşanılan Yer Suan	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.

Dikkat	Yurt	0.92	255.00	0.00
	Öğrenci evi/apartı	0.94	129.00	0.00
	Aile yanı	0.89	77.00	0.00
	Diğer	0.47	12.00	0.00
Guvenlik	Yurt	0.93	255.00	0.00
	Öğrenci evi/apartı	0.90	129.00	0.00
	Aile yanı	0.96	77.00	0.01
	Diğer	0.49	12.00	0.00
iletisim	Yurt	0.95	255.00	0.00
	Öğrenci evi/apartı	0.95	129.00	0.00
	Aile yanı	0.91	77.00	0.00
	Diğer	0.33	12.00	0.00
GenelOrtalama	Yurt	0.94	255.00	0.00
	Öğrenci evi/apartı	0.90	129.00	0.00
	Aile yanı	0.95	77.00	0.00
	Diğer	0.60	12.00	0.00

EK 8. Sosyal Medya Kullanım Süresi Dağılım Varsayımları Testi

Süre		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
Dikkat	1 yıldan az	0.82	12.00	0.02
	1-3 yıl arası	0.88	107.00	0.00
	4-6 yıl arası	0.90	173.00	0.00
	7 yıldan fazla	0.92	181.00	0.00
Guvenlik	1 yıldan az	0.79	12.00	0.01
	1-3 yıl arası	0.91	107.00	0.00

	4-6 yıl arası	0.93	173.00	0.00
	7 yıldan fazla	0.97	181.00	0.00
iletisim	1 yıldan az	0.91	12.00	0.19
	1-3 yıl arası	0.95	107.00	0.00
	4-6 yıl arası	0.92	173.00	0.00
	7 yıldan fazla	0.94	181.00	0.00
GenelOrtalama	1 yıldan az	0.85	12.00	0.04
	1-3 yıl arası	0.93	107.00	0.00
	4-6 yıl arası	0.94	173.00	0.00
	7 yıldan fazla	0.94	181.00	0.00

EK 9. Sosyal Medya Kullanım Saati Dağılımı Varsayımları Testi

ToplamZamanSaat		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
Dikkat	1 saatten az	0.91	91.00	0.00
	1-3 saat arası	0.93	204.00	0.00
	4-6 saat arası	0.89	159.00	0.00
	7 saatten fazla	0.78	19.00	0.00
Güvenlik	1 saatten az	0.93	91.00	0.00
	1-3 saat arası	0.94	204.00	0.00
	4-6 saat arası	0.93	159.00	0.00
	7 saatten fazla	0.72	19.00	0.00
İletisim	1 saatten az	0.95	91.00	0.00
	1-3 saat arası	0.93	204.00	0.00
	4-6 saat arası	0.90	159.00	0.00
	7 saatten fazla	0.85	19.00	0.01
Genel Ortalama	1 saatten az	0.93	91.00	0.00
	1-3 saat arası	0.97	204.00	0.00
	4-6 saat arası	0.86	159.00	0.00

	7 saatten fazla	0.71	19.00	0.00
--	-----------------	------	-------	------

EK 10. Kendi Profil Fotoğrafını Kullananlar Dağılım Varsayımları Testi

Kendi Profil Fotoğrafını Kullananlar		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
Dikkat	Evet	0.92	420.00	0.00
	Hayır	0.89	53.00	0.00
Güvenlik	Evet	0.96	420.00	0.00
	Hayır	0.83	53.00	0.00
İletişim	Evet	0.95	420.00	0.00
	Hayır	0.91	53.00	0.00
GenelOrtalama	Evet	0.95	420.00	0.00
	Hayır	0.88	53.00	0.00

EK 11. Gerçek Adını Kullananlar Dağılım Varsayımları Testi

GerçekAd		Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
Dikkat	Evet	0.93	441.00	0.00
	Hayır	0.90	32.00	0.01
Güvenlik	Evet	0.95	441.00	0.00
	Hayır	0.87	32.00	0.00
İletişim	Evet	0.95	441.00	0.00
	Hayır	0.92	32.00	0.02
GenelOrtalama	Evet	0.95	441.00	0.00
	Hayır	0.90	32.00	0.00

EK 12. Kişisel Bilgi Formu

Sayın katılımcı, aşağıda sosyal medya ve mahremiyet algısı ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek amacıyla yaptığımız bu çalışmada, sizin de görüşlerinizi almak istiyoruz. Size soracağımız soruların hiçbir doğru ya da yanlış yanıtı yoktur; önemli olan, sizin düşünceleriniz, görüş ve değerlendirmelerinizdir. Samimi cevaplar vermeniz, araştırmanın sonuçlarının sağlıklı olabilmesi açısından çok önemlidir. Kağıtlara, kimliğinize ait herhangi bir bilgi yazmayınız. Katkılarınız için şimdiden çok teşekkür ederim. Şengül KABAL.

1. Cinsiyetiniz?

1- Kadın 2- Erkek

2. Fakülteniz/ Bölümünüzü belirtiniz.....

3. Öğrenim gördüğünüz sınıfı belirtiniz.....

4. Yaşadığınız aile tipi aşağıdakilerden hangisidir?

1- Geniş aile (Anne, baba ve çocuklarının, büyükanne, büyükbaba ve diğer birinci derece akrabaların birlikte yaşadığı aile)

2- Eksik/Parçalanmış aile (Ebeveynlerin birinin veya herhangi birinin, ya da her ikisinin olmama durumu, ya da ayrı olmaları)

3- Çekirdek aile (Anne, baba ve evlenmemiş çocuklarının bir arada yaşaması)

5. Ailenizin sosyo - ekonomik düzeyi nedir?

1- Düşük 2- Ortanın altı 3- Orta 4- Ortanın üstü 5- Üst düzey

6. Hayatınızın en uzun süresi aşağıdakilerden hangisinde geçti?

1- Köy 2- Kasaba 3- Küçük şehir 4- Büyük şehir/Metropol 5- Yurtdışı

7. Şu anda yaşadığınız yer?

1- Yurt 2- Öğrenci evi/apartı 3- Aile yanı 4- Diğer (belirtiniz).....

8. Sosyal medya kullanıyor musunuz?

1- Evet 2- Hayır

9. Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?

- 1- Arkadaşlarımın paylaşımlarını takip etmek
- 2- Gündemdeki gelişmelerden haberdar olmak
- 3-Arkadaşlarımla iletişim kurmak
- 4- Fotoğraf, video, hikaye ve paylaşmak
- 5- Düşüncelerimi paylaşmak
- 6-Diğer

10. Sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- 1- Facebook 2- Instagram 3- Twitter 4- TikTok 5- WhatsApp 6- Youtube
- 7- Diğer (yazınız).....

11. Ne zamandan beri sosyal medyayı kullanıyorsunuz?

- 1- 1 yıldan az
- 2- 1-3 yıl arası
- 3- 4-6 yıl arası
- 4- 7 yıldan fazla

12. Sosyal medyada günde kaç saatinizi geçirirsiniz?

- 1- 1 saatten az
- 2- 1-3 saat arası
- 3- 4- 6 saat arası
- 4- 7 saatten fazla

13. Sosyal medya uygulamalarında kendi profil fotoğrafınızı kullanıyor musunuz?

- 1- Evet 2- Hayır

14. Sosyal medya uygulamalarında gerçek adınızı mı kullanıyorsunuz?

- 1- Evet 2- Hayır

15. Sosyal medyada ne tür paylaşımlar yapıyorsunuz?

- 1- Kendi fotoğrafımı çekip paylaşıyorum.
- 2- Fotoğraf çektirip paylaşıyorum.
- 3- Ailemle fotoğrafımı paylaşıyorum.
- 4- Arkadaşlarımla fotoğrafımı paylaşıyorum.

5- Gittiğim mekanlarda yer bildirimini yapıyorum.

6- Ülkem gündemine ait görüşlerimi paylaşıyorum

7- Okuduğum, dinlediğim, izlediğim bir eser hakkında paylaşım yapıyorum

8- Siyasi görüşüme ve dini inancıma göre paylaşım yapıyorum

9-Satın ya da hediye olarak aldıklarımla birlikte duygu ve düşüncelerimi paylaşıyorum

10- Diğer

EK 13. Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Arkadaşlarımla veya yakınlarımla yaptığım yazışmaların ekran görüntülerini izin almaya gerek duymadan paylaşıyorum.					
2	Başkalarına ait bilgi, resim, video vb. içerikleri çevrimiçi ortamlarda izin almaya gerek duymadan paylaşıyorum.					
3	Çevrimiçi ortamlarda kullandığım parolaların güçlü olmasına (büyük-küçük harf, rakam, özel karakterler ve en az 8 karakter kullanımıyla) dikkat ederim.					
4	Çevrimiçi ortamlarda paylaştığım bilgilerin şirketler, devlet kurumları veya bilgisayar korsanları tarafından kullanılabilmesinin farkındayım.					
5	Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerden gelen mesaj veya e-postaların güvenlik riski oluşturup oluşturmadığını anlarım.					
6	Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerin beni takip etmesine veya arkadaş olmasına izin veririm.					
7	Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle iletişim kurarım.					
8	Çevrimiçi ortamlarda tanımadığım kişilerle kişisel bilgilerimi (adres, doğum tarihi, yaş, iş, telefon vb.) paylaşıyorum.					

9	Çevrimiçi platformlarda paylaştığım bilgilerin kötü niyetli kişiler tarafından kullanılabilceğinin farkındayım.					
10	E-posta veya sosyal ağlardan aldığım mesajların içeriğinin güvenilir olup olmadığını anlarım.					
11	İnternet sitelerinin kullandığı çerez (cookies) dosyaları hakkında bilgim vardır.					
12	İnternet sitelerinin ve mobil uygulamaların güvenlik sertifikalarını ve veri şifreleme yöntemlerini kontrol ederim.					
13	Kullandığım çevrimiçi ortamlarda (sosyal ağlar, alışveriş siteleri, oyunlar vb.) hesabımın gizlilik ayarlarını yaparım.					
14	Kullandığım çevrimiçi platformların gizlilik ayarlarını ve bildirimlerini kontrol ederim.					
15	Mobil cihazıma uygulama yüklerken uygulamanın hangi izinleri talep ettiğine dikkat ederim.					
16	Web tarayıcımdaki eklentilerin hangi bilgilere erişeceğine dikkat ederim.					
17	Ziyaret ettiğim web sitelerinin güvenliğini kontrol ederim.					

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı	Şengül KABAL
Yabancı Dili	İngilizce
Orcid Numarası	0000-0002-4737-6924
Ulusal Tez Merkezi Referans Numarası	
Lise	Eskişehir Şeyh Edebali Anadolu Lisesi
Lisans	Ordu Üniversitesi Sosyoloji Bölümü
Yüksek Lisans	Ordu Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı
Mesleki Deneyim	AEGON Hayat ve Emeklilik - Yönetici Asistanlığı 2020-2021 TrendyolGO Flexible Customer Support Specialist Webchat 2022-2023 Atölye Serüven Proje Koordinatörü 2022- Devam Ediyor
Akademik Çalışmalar	Harriet Martineau'nun Müdahaleci Sosyoloji Anlayışı Ve Liberal Düşünceleri (Sözlü Sempozyum Bildirisi)

