

## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİSİ SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ MAHREMİYET ALGISI

A. Halûk YÜKSEL<sup>1</sup>

İsmail KAPLAN<sup>2</sup>

### ÖZET

Mahremiyet kavramı, insanlığın topluluk hâlinde yaşamaya başladığı günden itibaren konuşulan ve tartışılan bir konudur. Tarihsel süreç boyunca kültüre ve zamana göre bağlamı değişen mahremiyet kavramı, günümüzde gerçek hayatın yanında sanal ortamlarda da önem taşımaktadır.

20. yüzyılın sonlarından itibaren kullanımı yaygınlaşan internet tabanlı iletişim teknolojileri, sanal ortamda yeni bir dünyanın inşasını beraberinde getirmiştir. Gerçek dünyanın kişi ve kurumları günümüzde sanal ortamda da temsil edilmektedir. Dolayısıyla gerçek dünyaya ait normların bir bölümü, sanal ortamdaki yaşantıyı da etkilemektedir. Mahremiyet ve kişisel verilerin güvenliği bu bağlamda tartışılan konulardır.

Dünyanın geri kalanında olduğu gibi Türkiye’de de sosyal medya araçlarını yoğun olarak kullananlar genç bireylerdir. Peki, gençler mahremiyet kavramını nasıl anlamlandırmaktadır? Gençler sosyal medya araçlarını kullanırken mahremiyet konusunda bir kaygı duymakta mıdır ve bu konudaki genel eğilimi nasıl yorumlamaktadır? Bu ve benzeri sorulara cevap bulmak adına hazırlanan bu çalışmada 18 lisans ve yüksek lisans öğrencisi ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılarak görüşleri alınmış ve bu görüşler yorumlanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Mahremiyet, Kişisel veri, Sosyal medya, Yeni medya

## PRIVACY PERCEPTION OF UNIVERSITY STUDENTS ON SOCIAL MEDIA

### ABSTRACT

Privacy is a term that had been debating since the people started to live together. In the historical process, privacy's context has been changed depending to culture and time and now it have importance also in virtual space.

Internet based communication technologies grew up since the end of 20th century and bring along a new world. People and foundations of the real world is also representing on virtual space. So, some kind of norms of the real world affects the life in virtual spaces. Privacy and security of personal informations are some issues in this context.

Like the rest of the world, most of the social media users are young people in Turkey. So, what is privacy for these young people? Do the youth worry about privacy when using social media and how they think about the tendency? In this study, semi structured interviews has been

<sup>1</sup> Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Eskişehir, Türkiye, ahyuksel@anadolu.edu.tr

<sup>2</sup> Araş. Gör., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Eskişehir, Türkiye, ismailkaplan@anadolu.edu.tr

made with 18 undergraduate and master students, then these interviews were interpreted to answer these questions.

**Keywords:** Privacy, Personal data, Social media, New media

## 1. GİRİŞ

21. yüzyılın ilk çeyreği geride kalmak üzereyken, geleneksel yaşam tarzlarından, üretim ilişkilerinden, iletişim alışkanlıklarından ve daha birçok alandaki geleneksel yapılanmalardan uzaklaşan yeni bir dil oluşturulmakta, yeni bir hayat tarzı kurgulanmaktadır. Küreselleşen dünyada internetin dönüştürücü özelliğine maruz kalan ve bu hızlı akışa kapılan bireyler, geleneksel yaşantılarından ve bu yaşantılara ait kalıplardan da hızla uzaklaşmaktadır. Fakat bu yeni düzende, geleneksel dünyanın kavramlarının birçoğu hâlâ kullanılmakta, üstelik geleneksel dünyada ifade ettiği anlamlar dışında farklı anlamları da işaret edebilmektedir.

Mahremiyet kavramı da hem geçmişte hem de günümüzde üzerinde durulan kavramlardan birisidir ve bugün hâlâ önemini korumaktadır. Ne var ki özellikle sanal ortamlarda yürütülen iletişim süreçlerinin çeşitliliğinin artması ve her içerik tüketicisinin aynı zamanda birer üreticiye dönüşmesi ile birlikte gelişen durumda mahremiyet kavramına yeni sınırlar çizmek gerekmektedir. Günümüzde hızla dijitalleşen dünyada mahremiyet kavramı, geleneksel yaklaşımlardan hareketle, yeni iletişim ortamları da göz önünde bulundurularak yeniden tanımlanmalıdır. Buna yönelik olarak sosyal medya araçlarını en yoğun kullanan yaş grubunun nasıl bir mahremiyet algısına sahip olduğu, bu çalışmanın problemi oluşturmaktadır.

Mahremiyetin korunamaması, bireyin karar alma süreçlerini de kendi başına tasarlayıp yürütememesi anlamına gelir. Bu durum, bireyin toplum içindeki var oluşunu kısıtlar ve birey, ayrılaşan ve homojen hale gelen toplumun önemsiz bir parçasına dönüşür.

Bu çalışmanın temel amacı, üniversite öğrenimi görmekte olan gençlerin sosyal medya hesaplarında özel hayatlarına dair paylaşımlarda bulunurken mahremiyet kaygısı duyup duymadığının araştırılmasıdır. Bunun yanında bazı alt amaç sorularına da bu çalışmada cevap aranacaktır:

## 2. MAHREMİYET KAVRAMI

Mahremiyet kavramının bugün daha fazla önem kazanmasının başlıca sebebi, özellikle teknolojik gelişmeler ve yoğun şehirleşme ile birlikte mahrem alanın sınırlarının daralmış olmasıdır. Bu durum bireyin mahremiyetinin sıklıkla ihlal edilmesini beraberinde getirmektedir (Berkup, 2015, s. 6).

Arapça “haram” kelimesinden türetilen (Devellioğlu, 1970, s. 680) “mahrem” ve “mahremiyet” kavramını doğru şekilde tanımlayabilmek için, hem kelimenin kendisini, hem de kökünü araştırmak gerekir.

Türk Dil Kurumu mahremiyete “gizlilik” anlamını vermektedir (1998, s. 1487). Bir diğer kaynak eser olan Kubbealtı Sözlüğü de benzer bir ifade ile mahremiyeti “Mahrem olma durumu, bir kimsenin gizli özelliği” olarak tanımlamaktadır (2005, s. 1907). Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Lugat'ta da mahrem kelimesi “şeriatın yasak ettiği şey”, “gizli olan, herkese söylenmeyen”, “herkesçe bilinmemesi icab eden” şeklinde tanımlanmaktadır (Devellioğlu, 1970, s. 680). Ötüken Türkçe Sözlük'te ise mahremiyet kavramı, “bir şeyin gizli yönü, bir kişinin özel yaşamına ilişkin gizlilik” şeklinde ifade edilmektedir (Çağbayır, 2007, s. 3019).

Tüm bu tanımlamalara rağmen, mahremiyet kavramı soyut ve değişken bir kavramdır. Dolayısıyla mahremiyete net sınırlar çizmek olanaksızdır (Berkup, 2015, s. 35). Fakat genel

hatlarıyla mahremiyet üç ana başlık altında toplanabilir. Bunların ilki, bireyin içerisinde yaşadığı alanın gizliliğini ifade eden “mekânsal mahremiyet”, ikincisi bireyin dış müdahalelere karşı korunmasını tanımlayan “bireysel mahremiyet” ve üçüncüsü de kişisel bilgilerin toplanmasını, saklanmasını ve dağıtılmasını tanımlayan “bilgi mahremiyeti”dir (Rosenberg, 1992, s. 197-198).

Mahrem, aynı zamanda “samimi, içli dışlı, herkesçe bilinmemesi icap eden, söylenmeyen, gizli” demektir (Göle, 2014). Mahrem kelimesinin günlük dilde kullanımı daha çok bu anlamını işaret eder.

Diğer kişisel alanlar gibi, özel hayat da kişilik hakları arasında yer almaktadır. Bireyin bu özel yaşam alanına ilişkin iki temel ilke, bağımsızlık ve gizlilik. Bağımsızlık kişinin kendi tercihlerini özgürce yapabilmesini tanımlar. Gizlilik ise bireyin, üçüncü kişilerin merak alanı dışında kalabilmesini, dış müdahalelere karşı mahremiyetini koruyabilmesini ifade eder. Bu sayede bireyler başkalarının bakışlarından uzakta, kendi tercihleri çerçevesinde bir hayat tarzı oluşturabilme imkânı elde ederler. Bu özel yaşam alanının korunması, uluslararası hukuk alanında da güvence altına alınmıştır. Örneğin 1948 yılında Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi”nin 12. maddesinde; “Kimsenin özel yaşamı, ailesi, konutu ya da haberleşmesine keyfi olarak karışılmaz, şeref ve adına saldırılmaz. Herkesin bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunma hakkı vardır” denilmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın da 17. maddesinde “ Herkes, özel ve aile hayatına, konutuna ve haberleşmesine saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir” denilirken, 20. Maddede ise “Herkes, özel hayatına ve aile hayatına saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir. Özel hayatın ve aile hayatının gizliliğine dokunulamaz” denilmektedir (Yüksel, 2003, s. 187-188).

Mahrem alanın sınırlarının belirlenmesi, kültür ile doğrudan ilgilidir. Birey, içerisinde yaşadığı toplumun değer sistemi çerçevesinde kendisine bir mahrem alan belirler. Aynı zamanda mahremiyetin ahlaki normlarla da doğrudan ilişkisi vardır (Karagülle, 2015, s. 7). Öztekin H. ve Öztekin A. ise mahrem alanı, “sınırlarını ve kurallarını kişinin kendisinin belirlediği, kendisiyle ya da yine kendisinin belirlediği insanlarla baş başa kaldığı, içerisinde istediği biçimde davrandığı görece dar bir yaşam alanı” şeklinde tanımlamaktadır (Öztekin & Öztekin, 2010, s. 530).

Chingnell, Gwizdka ve Quan-Haase’ye göre mahremiyete karşı tutumları birbirinden farklı üç tip insan bulunmaktadır. Birinci grup, kişisel bilgilerinin ve görüntülerinin korunması konusunda kaygılı, fakat izlenme ve korunma ihtiyacı konusunda nispeten umursamaz insanlardan oluşur. İkinci gruptaki insanlar mahremiyet konusunda nispeten umursamazdır, üçüncü grup ise mahremiyet konusunda en fazla endişe taşıyanlardan oluşmaktadır (Acılar & Mersin, 2015, s. 105).

Mahremiyet, sosyal faktörlerin, içinde yaşanan toplumun ve toplumsal kabullerin etkisiyle şekillenen ve anlam kazanan bir kavramdır. Özellikle günümüzde hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri de mahremiyetin anlamlandırılması üzerinde etkilidir (Çelikoğlu, 2007, s. 177).

Batı kültüründe mahremiyet genel anlamda insan bedeninin kamusal alandaki dokunulmazlığını ifade ederken, Doğu kültürlerinde insanın mahrem olana görünmemesini, diğer bireylerin bakışlarından sakınmasını ifade eder. Kısaca Batı’da mahremiyet “dokunulmazlık” ile özdeşleştirilirken, Doğu’da ise “görünmezlik” ile anlam kazanmaktadır (Çelikoğlu, 2007, s. 178). Doğu ve Batı kültürlerinde mahremiyete bakış konusunda keskin bir ayrım vardır. Batı kültürleri mahremiyeti daha çok dokunulmazlık üzerinden tanımlarken, doğu kültürleri gizlilik ve görünmezlik üzerinden yorumlamıştır (Karagülle, 2015, s. 8).

Mahremiyet kavramının gelişebilmesi için öncelikle topluluk içerisinde bulunmak gerekmektedir. Tek başına veya çok küçük gruplar halinde yaşayan insanlarda mahremiyet konusunda bir tanımlama yapılması beklenemez. Zira bu tarz yapılarda bireyin gizlemek isteyeceği çok fazla şey olmamakla birlikte, bir şeyleri kendisinden gizleyeceği başka bireyler de pek fazla bulunmaz (Berkup, 2015, s. 16). Arendt'e göre bugün "özel" olarak tanımladığımız şey, geç Roma dönemine kadar dayandırabileceğimiz bir "mahremiyet" alanını ifade eder. Fakat bu kavramın çeşitliliği modern zamanların bir getirisi (Yüksel, 2003, s. 196).

Tarım toplumunda yaşantıyı etkileyen en önemli unsur dindir. Dinin getirdiği emirler ve yasaklar, tarım toplumunda normların şekillenmesini sağlamıştır. Dolayısıyla mahremiyet kavramı da dinin çizdiği sınırlar içerisinde tanımlanmaktadır. Geleneksel toplumlarda kişi, bir cemaatin veya sınıfın içine doğar. Böyle bir ortamda şahsiyetini çatışmacı bir yapıda değil, dayanışmacı bir yapı içerisinde inşa eder. Etrafındaki diğer bireyler de kendisine benzerdir ve bir öteki yoktur. Dolayısıyla kişi bir kimlik problemi yaşamaz, "ben kimim" diye sorma ihtiyacı hissetmez, içine doğduğu toplumun kimliğini kendiliğinden edinir. Günümüz toplumlarında ise kozmopolit şehirlerde yaşayan birey kendisini sürekli olarak ötekine göre konumlandırma ihtiyacı hissetmektedir (Barbarosoğlu, 2015, s. 19). Geleneksel toplumda bireyin önemi, toplum içerisinde taşıdığı rol ve bu rolün getirdiği etkinliklerden ibaretti. Mahremiyet kavramının bugünkü haline gelmesi, bireyin kendi başına bir değer olarak görülmeye başladığı Rönesans ve Aydınlanma süreçlerinden sonrasına tekabül eder. Bu süreçler, sonuç olarak kentleşmeyi ve sanayileşmeyi, yani toplum yapısında köklü değişiklikleri beraberinde getirmiştir (Yüksel, 2003, s. 190).

Mahremiyetin anlamlandırılması konusunda sanayi toplumuna geçişte ciddi değişiklikler yaşanmıştır. Özellikle aydınlanma döneminden sonra dini düşünce ve yaşantının bireyin üzerindeki etkisi azalmış, bu da beraberinde seküler düşüncenin öğretilerine göre şekillendirilen yeni yaşam tarzları getirmiştir. Diğer yandan tarım toplumunun zorunlu kıldığı insanlarla yakın ilişkiler kurmanın yerine sanayi toplumunda yalnızlaşmış bir birey görüntüsü öne çıkmaktadır. Sanayi toplumunda birey, bu yalnızlaşmanın sonucu olarak özel alanına kapanmakta ve mahremiyetini bu şekilde sürdürmektedir. Sanayi toplumu ile birlikte devlet aygıtı da güçlenmiş ve birey üzerindeki kontrolünü artırmıştır. Bu durum, "kamusal alan" ve "özel alan" ayrımını meydana getirmiştir. Kamusal alanda bireyin görevleri vardır. Birey ise bu alandan kurtuluşu, özel alanında kurallarını kendi koyduğu hayatı yaşamak istemektedir (Karagülle, 2015, s. 23).

Daniel Bell'in Sanayi Sonrası Toplumun Gelişi isimli kitabında değindiği üzere, evlerde, okullarda ve iş yerlerinde bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ile birlikte toplumda önemli değişimler meydana gelmektedir. Bu durum toplumu yeni bir sisteme dahil etmekte, bu sistem de enformasyon aracılığıyla şekillenmektedir. Bilgiye ulaşım imkânlarının bu kadar artması ve kolaylaşması, beraberinde daha özgürlükçü ve güvenli bir ortam beklentisi getirmiştir. Fakat beklenenin tam aksine, günümüzde insanlığın bir "elektronik panotisizm (gözetim)" içerisinde gözetime tabi tutuluyor olması, sosyal teori içerisinde gündeme gelmektedir. Dolayısıyla bir "özgürlükler çağı" olması beklenen günümüzde, teknolojinin yol açtığı mahremiyet ihlalleri ile birlikte yeni iktidar yapıları oluşmaktadır (Dolgun, 2004).

20. yüzyılın ikinci yarısından sonra ortaya çıkan ve bugün de gelişmeye devam eden bilişim teknolojileri, mahremiyeti de doğrudan etkilemiştir. Bentham'ın "panoptikon"undan ve Orwell'in "tele-ekran"larından daha gelişmiş bir gözetim aracı olarak bilişim teknolojileri bugün hayatımızın ayrılmaz bir parçasıdır. Hemen her köşe başında yerini alan gizli kameralar tüm adımlarımızı takip etmekte, kimi zaman birey kendisini ana haber bülteninin aktörü veya en azından bir figüranı olarak bulabilmektedir.

Günümüzde insanın özel hayatına dair her türlü bilgi, belge ve içerik internette, özellikle sosyal paylaşım sitelerinde, bizzat kullanıcıların kendi elleriyle rahatça dolaşabilmektedir. Bu yüzden artık kamusal ve özel alanın sınırları silikleşmiştir ve özel alana ait olanlar, kamusal alanda yer edinmeye başlamıştır. Bunun başlıca sebebi ve göstergesi ise medyanın özel hayatı teşhir edici yayınlar yapması ve mahremiyet kavramının içini boşaltan bu yayınların büyük oranda reyting almasıdır. Medya, özel hayatın alenileşmesini normalleştirmektedir. Diğer yandan yeni iletişim teknolojileri ile birlikte birey bu teşhircilik kültüründe sadece edilgen bir figür olmaktan çıkmış, kendi mahrem alanını da başkalarına sergileyen bir aktör hâline gelmiştir (Karaoğlu, 2010, s. 37-39).

### 3. KAMUSAL ALAN KAVRAMI

Kamusal alan kavramı, özel alanın karşiti olarak konumlanmaktadır. Arapçada “mahrem” ve Latincedeki “privatus”un karşılığı olarak İngilizcede “private” olarak tanımlanan “özel” kavramı, “kamusal görevi olmayan”ı temsil eder. Yani “özel”, devlet aygıtının dışındadır, kamusal ise topluma ve dolayısıyla devlete ilişkindir. “Umum” (kamusal topluluk, the public) özel olanın ve dolayısıyla mahrem olanın zıddını tanımlar. Örneğin devlet memurları kamusal şahıslardır, zira görevleri ve yaptıkları işler kamuya aittir (Habermas, 1997, s. 71).

Özel alan ve kamusal alan ayrımı, 18. yüzyıldan itibaren birey ve özne kavramlarının dönüşmesi ile yakından alakalıdır. Bu ayrım, bireyin yalnızca kendisini ilgilendiren konularla toplumun genelini ilgilendiren meseleler arasındaki farkı tanımlamaktadır (Özgül, 2012, s. 4530).

Mahremiyet gibi kamusal alan kavramının da günümüzdeki şeklini alması, modernleşme sonucu ortaya çıkan birey düşüncesinin bir ürünüdür. Modern öncesi dönemde kamusal alan, (Batı’da) feodal yöneticinin şahsında varlığını sürdürmekteydi. Reform süreci ile birlikte, o döneme kadar bireyin hayatını şekillendiren en önemli unsurlardan birisi olan din, özel alana ait bir mesele hâlini almıştır. Modernleşme ile birlikte özel alana ait olan konular kesin şekilde belirlenmiş, farklılıkların, farklı düşüncelerin ve yaşayışların kamusal alana yansımaması gerektiği kanaatine varılmıştır. Özel alanında özgür ve biricik olan birey, kamusal alana çıktığı andan itibaren herkes gibi olmak ve herkes gibi görünmek zorundadır (Özgül, 2012, s. 4532).

Bu çalışmanın kapsadığı anlamıyla kamu ya da kamusal alan, Falay’ın tanımladığı şekliyle “herkese açık” anlamına gelmektedir (Falay, 2014, s. 55). Sosyal medya da internete erişimi olan herkesin eşit olarak kullanımına açık bir mecradır. Türkiye’de hanelerin %90.7’sinde internet bağlantısının bulunduğu ve toplumun %75.3’ünün internet kullanıcısı olduğu (TÜİK, 2020), toplam nüfusun %64’ünün aktif olarak sosyal medya araçlarını kullandığı ve bununla birlikte toplumun halihazırda %21’ini, yasal olarak sosyal medya araçlarını kullanamayan 13 yaş altındaki çocukların oluşturduğu düşünülürse (We Are Social, 2020), sosyal medyaya erişim konusunda önemli bir eşitsizlik söz konusu değildir. Bu yönüyle sosyal medya, her bireyin katılarak görüşünü ifade edebildiği bir kamusal alan özelliği taşımaktadır. Varol’a göre geçmişte salonlarda ve davetlerde meydana gelen kamusal alan, bugün kimliksiz ve mekânsız olarak sanal ortamda ortaya çıkmaktadır (Varol, 2010, s. 127).

Bu noktada dikkat edilmesi gereken nokta, toplumu ilgilendiren konuların konuşulup tartışıldığı bu alanda, bireysel içeriklerin paylaşılabilir olmasıdır. Özel alana dair bilgilerin paylaşıldığı kişisel profiller birer özel alan mıdır yoksa Habermas’ın diğer medya araçlarını nitelediği şekliyle (Habermas, 1997, s. 59) bu sayfalar da kamusal alanın birer parçası mıdır?

### 4. SOSYAL MEDYA, MAHREMİYET VE KAMUSAL ALAN

“Sosyal medya” kavramı, akademik alan yazına yeni giren bir kavramdır ve tartışmalıdır. Bazı araştırmacılar medyanın bizatihi sosyal olduğunu ve “sosyal medya” gibi bir tanımlamanın

yanlış olduğunu, bunun yerine “yeni medya” kavramının kullanılmasını gerektiğini savunmaktadır. Fakat “sosyal medya” kavramının gerek günlük dile gerekse akademik dile yerleşerek sıklıkla kullanılıyor olması, bir galat-ı meşhur olmasına rağmen “sosyal medya” kavramının kullanımına da meşruiyet sağlamaktadır. Bu çalışmada her iki kavram da birbirinin yerine kullanılmaktadır.

Yeni medya, bilgisayar aracılığıyla gerçekleşen her türlü üretim, dağıtım ve iletişim biçimini ifade eder. Bu bağlamda yeni medya, “medyalar üstü” olan bir medyayı tanımlamaktadır. Lev Manovich’e göre yeni medya, “grafiklerin, hareketli görüntülerin, seslerin, şekillerin, mekânların ve metinlerin bilgisayar verisi haline gelmesi”ni tanımlamaktadır (Özgül, 2012, s. 4528).

#### 4.1. İnternet

İnternet 1989 yılına kadar sadece metin tabanlı iletişime imkân sağlıyordu. 1989’da Tim Berners-Lee hipermetin (metin-üstü, metin-ötesi) tabanlı bir sistem projesini önerdi. Bu yolla ses ve görüntü gibi diğer içeriklerin de ağ üzerinden paylaşımı öngörülüyordu.

İnternetin ilk dönemi, diğer kitle iletişim araçları gibi daha çok tek yönlü bir iletişime olanak tanımaktadır. Bu dönemde çeşitli kişi ve kurumların hazırladığı internet siteleri, ilgili kullanıcının erişimine ve bilgisine sunulmaktaydı. Fakat kullanıcının hızlı bir şekilde geri bildirimde bulunabilmesi, dahası, kendi profillerini oluşturarak internet ortamında aktif rol alması, 2000’li yılların başında gündeme gelen Web 2.0 ile birlikte olmuştur.

1990’lı yıllar boyunca Web 1.0 genel olarak kablolu ağlarla birbirine bağlı bilgisayarlardan oluşan yeni bir “baskı tekniği” olarak tanımlandı, zira internet sitelerinde geribildirim ve eleştiri imkânı bulunmuyordu (Kreps & Kimppa, 2015, s. 734).

Web 2.0 kavramı, internetin tanımlanmasında pek çok farklı noktaya işaret etmektedir. Cormode ve Krishnamurthy’ye (2008) göre Web 2.0 kavramı, AJAX gibi web teknolojilerini, yoğun sosyal içerikler, kullanıcı profilleri ve arkadaşlık ortamları barındıran web sitelerini veya kullanıcıların ürettiği fotoğraf, video gibi içerikleri barındıran platformları işaret ediyor olabilir. Her halükarda internetin ortaya çıkışından itibaren süregelen kullanım alışkanlıklarının değiştiği gözlenmektedir. Web 2.0 araçlarıyla birlikte kullanıcılar internet ortamında daha aktif şekilde yer almaya başlamıştır (Ahmed, AbdelAlmuniem, & Almabhouh, 2016, s. 180).

#### 4.2. Yeni Medya

Yeni medya araçları ile geleneksel medya araçları arasındaki en temel fark, içeriği kimin oluşturduğudur. Geleneksel medyada içerikler belli bir yayıncı tarafından oluşturulurken, yeni medyada içerik oluşturucu rolünde bizzat kullanıcının kendisi bulunmaktadır. Dolayısıyla içerik miktarı ve çeşitliliği geleneksel medyaya göre daha hızlı artmaktadır.

**Tablo 1:** Sosyal Medya ile Geleneksel Medya Arasındaki Farklar. **Kaynak:** (Kuyucu, 2015, s. 152)

Sosyal Medya (Yeni Medya)	Geleneksel Medya
İki yönlü konuşma	Tek yönlü konuşma
Açık sistem	Kapalı sistem
Şeffaf	Opak
Birebir pazarlama	Kitle pazarlama
Hakkınızda birincil bilgiler	İkincil bilgi

Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik	Profesyonellerin kurguladığı içerik
Aktif kullanım	Pasif kullanım
Gerçek zamanlı	Önceden üretilmiş/planlanmış
Yapılandırılmamış sistem	Kontrollü sistem
Gayri resmi dil	Resmi dil

Yeni medya kavramı, genellikle medya araçlarındaki yeniliğe vurgu yapsa da, içerik ve kullanım yöntemleri olarak da yeni medya ve geleneksel medya birbirinden ayrılmaktadır. Sosyal medya araçlarını önemli yapan şey, bu platformlarda paylaşımın kolaylaştırılmış olmasıdır. Kullanıcılar, bu ağlarda karşılaştığı içerikleri, paylaşım yoluyla diğer kişilere daha kolay ve hızlı aktarabilmekte, yorum yapma ve beğenme gibi özellikler sayesinde de içeriklere kolay bir şekilde geri bildirimde bulunabilmektedir (Zengin, Zengin, & Altunbaş, 2015).

#### 4.3. Teknolojik Gelişmeler Karşısında Mahremiyet

Yeni iletişim teknolojilerinin en önemli özelliklerinden birisi, mekân ve zaman sınırlılıklarından bağımsız olmasıdır. Özellikle bilgisayar ve internetin yaygınlaşması ile birlikte birey, hareketli (mobil) bir kimliğe bürünmüştür. Bir akıllı cihaza sahip olan herkes, tabir yerindeyse her zaman her yerde bulunabilmektedir. Poster'a göre internet sadece yeni bir iletişim teknolojisi değil, aynı zamanda toplumsal bir mekândır ve bu mekânda yeni iletişim ve sosyalleşme biçimleri ortaya çıkmaktadır. Görüntü, ses, yazı gibi tüm analog içeriğin dijital ortamda yeniden üretimi ile genişleyen bu yeni toplumsal mekân, aynı zamanda yeni bir kültürü de doğurmuştur (Karagülle, 2015, s. 72). Bu kültür, bir yönüyle hiçbir şeyin ve hiç kimsenin gizli kalma hakkına sahip olmadığı, her şeyin görünür olmak zorunda olduğu bir kültürdür.

Her şeyin kayıt altına alındığı ve kitle iletişim araçlarında anında yayınlanabildiği günümüzde, neyin mahrem ve neyin kamusal olduğu konusu da belirsizdir. Eskiden açığa vurulmayan her şey gizli kabul edilirken, günümüzde gizlemek için özellikle çaba harcanmayan her şey kamusal olarak tanımlanabilmektedir. Alan yazında mahremiyet hâlâ benliğin inşası ve bireysel özgürlüğün korunması açısından önemli bulunsa da, yaşanan teknolojik ve toplumsal gelişmelerin bir sonucu olarak mahremiyet, korunması ve muhafaza edilmesi gereken bir değer olarak değil, şöhret ve bilinirlik karşısında kolayca verilebilecek bir bedel olarak görülebilmektedir. Bunun somut kanıtı, eskiden istihbaratçıların büyük emekler vererek elde edebildikleri bilgilerin, bugün bireyin sosyal medya hesabında, hem de kendisi tarafından kolaylıkla paylaşılabilir olmasıdır. (Şişman, 2016, s. 20-21).

##### 4.3.1. Televizyon ve magazin kültürü

Televizyonun, iletinin kendisini nasıl dönüştürdüğü üzerine çalışma yapan Marchall McLuhan, "araç, mesajın kendisidir" diyerek bu etki üzerine sorgulamalar yapmıştır. McLuhan'ın ardından pek çok araştırmacı da bu görüşü benimseyerek yeni teknolojilerin mesajı ve kültürü nasıl dönüştürdüğünü eleştirel bir dille sorgulamaya başlamıştır (Şentürk, 2010, s. 174-175).

Televizyonda en fazla kullanılan program türleri, magazin programları ve dizilerdir. Bu programlar aynı zamanda televizyonun genel yayın politikasını da şekillendirmektedir. Öyle ki diğer televizyon programları da gün geçtikçe magazinleşmektedir. Televizyonlardaki bu magazinleşmenin temelleri, 1950'li yıllardaki "reklam odaklı yayın" düşüncesine dayanmaktadır. 50'li yıllardan itibaren televizyonlarda yayınlanacak programlar, reklam

gelirlerine göre planlanıp yayınlanmaya başlamıştır. Bu “magazin planlaması”nın mucidi olan Pat Weaver, ticari başarıyı hedefleyen televizyon kanalları için popüler, ucuz, eğlendirici ve kısa süreli programlar önermiştir. Bu girişimler, televizyon programlarının magazinleşmesini beraberinde getirmiştir (Şentürk, 2010, s. 178).

Televizyonun yaygınlaşması ile birlikte daha da popülerleşen magazin kültürü, sıklıkla mahremiyet ihlallerine de yol açmıştır. 2000’li yıllarda Hollanda’dan başlayarak tüm dünyaya yayılan “Big Brother” temalı televizyon programları, televizyonda görülen mahremiyet ihlallerinin önemli bir örneği olmuştur. Türkiye’de de 2000 yılından itibaren “Biri Bizi Gözetliyor” ismiyle yayınlanan aynı formattaki televizyon programı, geniş bir kesim tarafından tepkiyle karşılanırsa da, azımsanmayacak sayıda seyirci programı ilgiyle takip etmiştir. Altunay’a göre programa olan bu ilginin nedeni, programın toplum karşısında bir ayna görevi görmesidir. Diğer programlarda kurgusal gerçekliklere maruz kalan seyirciler, Big Brother temalı programlarda kendileri bir aynadan seyrediyor gibi hissedebilmektedir. Çünkü bu programlarda yer alan kişiler ve olaylar, beyaz camda görünmek için fazladan hiçbir özelliğe sahip değildir. Böylelikle izleyici, kendi yansımasını beyaz camda bulmaktadır, dolayısıyla hem gözetleyen, hem de gözetlenen konumuna gelmektedir (Altunay, 2003, s. 134-137). Bütün bunlar gerçekleşirken, Big Brother kavramının isim babası olan Orwell’in ve meşhur romanı 1984’ün neredeyse hiç konuşulmaması ise ironik bir durumdur.

#### **4.3.2. Sosyal medyada benliğin sunumu ve kimlik inşası**

İnternetin ve yeni medya araçlarının yaygınlaşması bireye, geleneksel medyanın aksine, görünürlük imkânı sağlamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak birey zamanla hem kendini bu mecralar üzerinden ifade etmeye başlamış, hem de kimliğini bu ağlar üzerinde şekillendirmeye başlamıştır (Özdemir, 2015, s. 113).

Kimlik değişiminin bu kadar kolay ve olağan olduğu bir toplumsal düzen, Debord’un (2014) tanımladığı hâliyle bir “gösteri toplumu”dur. Bu toplum yapısında birey gerçeklikten uzaklaşarak, sanal ve yeniden üretilmiş olanla kendisini tanımlamakta ve çevresini de bu kimlikle yorumlamaktadır. Bu toplumda Baudrillard’ın (2014) tanımladığı haliyle simülasyon, gerçekliğin yerini almaktadır. Birey, “-mış gibi” yaparak toplum içerisinde düşlediği kimliğe ulaşma gayreti göstermektedir.

Bu yönüyle bakıldığında sosyal medya, Goffman’ın “kişisel vitrin” (Goffman, 2009, s. 34-35) olarak tanımladığı şeye tekabül etmektedir. Bu kişisel vitrinde birey; cinsiyetini, yaşını, tahsilini, görünüşünü, beden dilini sunmaktadır ve yapısı itibarıyla sosyal medyada bütün bunlar manipülasyona açık kavramlar haline gelmektedir. Yine yapısı itibarıyla sosyal medya, Goffman’ın “maskelerin çıkarıldığı alan” olarak tanımladığı sahne arkasını değil; aksine en güzel fotoğrafların seçilerek paylaşıldığı, en güzel sözlerin yazıldığı, bir imaj çalışmasının ürünü olan profillerin sunulduğu “sahne önü” olarak görülmektedir (Sütüoğlu, 2015, s. 127). Dolayısıyla birey, sahnedeki performansı sonucu daha fazla beğeni almak için izleyicilerini memnun edecek içerikler sunmalıdır.

#### **4.3.3. Akıllı telefonların yaygınlaşmasının oluşturduğu etkiler**

1990’lı yıllarda kişisel bilgisayarların ev ve ofislerde kullanımının yaygınlaşması dijital devrimi başlatmış, bu devrimi perçinleyen teknoloji ise akıllı telefonlar olmuştur. 2000’li yılların ortalarından itibaren geliştirilen akıllı telefonlar, kendisinden önce geliştirilen telefonların aksine sadece uzak mesafeler arası aramalar yapmaya yaramamakta, bunun yanında kamera, müzik çalar, video oynatıcı, oyun konsolu ve bilgisayar gibi pek çok işlevi yerine getirebilmektedir. Akıllı telefonların taşıdığı bu özellikler, kullanım oranlarını kısa sürede artırmıştır (Bulduklı & Özer, 2016, s. 2964).



Akıllı telefonlarda mahremiyet bağlamında incelenen asıl konu, üçüncü tarafların kullanıcının içeriklerine ulaşma imkânı bulunmasıdır. Akıllı telefonlarda kullanılan işletim sistemleri, operatörler ve yazılımlar, farklı içeriklere erişim imkânına sahip olmaktadır. Yazılımlar, genellikle telefonların konum bilgisi başta olmak üzere, birçok içeriğini ve özelliğini kullanmak için kurulum esnasında kullanıcıdan izin istemektedir. Telefon operatörleri, arama ve mesajlaşma geçmişi ile internet gezintilerinin bilgisine sahiptir. İşletim sistemleri ise, satın alındığı anda telefon üzerinde kurulu olan ve kullanıcı tarafından silinemeyen uygulamalar yoluyla birçok kullanıcı verisine erişebilmektedir. Akıllı telefonlar, güvenlik gerekçesiyle kullanıcının cihazdaki tüm içeriklere erişimine izin vermemektedir. Bunu sağlayacak “root” işleminin kullanıcı tarafından gerçekleştirilmesi ise, cihazın garanti kapsamı dışında kalmasına sebep olmaktadır (Karaarslan, Demir, & Fetah, 2016).

## 5. YÖNTEM

Bu araştırma, nitel araştırma yönteminin bir türü olan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme; kuralların katı olup ne tür soruların sorulup ne tür verilerin toplanacağına ayrıntılı biçimde ele alındığı ve görüşme planının dışına çıkılmadığı yapılandırılmış yöntem ile, görüşmeciye geniş bir hareket alanı sağlayıp görüşmedeki gelişmelere göre yeni soruların üretilebildiği yapılandırılmamış yöntem arasında yer alır. Yapılandırılmış yöntemde elde edilen verilerin çözümlenmesi kolaydır fakat katılımcıların değinmek isteyip değinemediği ayrıntılar gözden kaçabilir. Yapılandırılmamış yöntemde ise katılımcılara geniş söz hakkı verilirken, çalışma bitiminde verilerin çözümlenmesi güçtür (Karasar, 1998, s. 167-168). Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanılmasındaki amaç; katılımcıların, her toplumda ve her bireyde farklı anlamlandırılıp yorumlanabilen mahremiyet kavramına dair görüşlerini serbestçe ifade edebilmelerini sağlamak, bunu yaparken de verilerin çözümlenmesi noktasında daha sağlıklı sonuçlar elde edebilmektir.

Katılımcıların hepsiyle yüz yüze görüşme yapılmıştır. Mülakattan önce katılımcılara bir görüşme formu verilmiş ve mülakat sırasında katılımcının görüşme formunda verdiği cevaplar doğrultusunda sorular yöneltilmiştir. Gerekli noktalarda yarı yapılandırılmış mülakat tekniğine uygun olarak, konuyu derinlemesine anlamak amacıyla görüşme formundaki soruların dışına çıkmış, katılımcının düşüncelerini daha iyi yansıtacağı düşünülen açık uçlu sorular yöneltilmiştir.

Araştırmada, Eskişehir’de yaşayan, Anadolu Üniversitesi ile Eskişehir Osmangazi Üniversitesi’nde lisans veya yüksek lisans öğrenimine devam eden 18 öğrenci ile mülakatlar yapılmıştır. Çalışmada toplumun farklı kesimlerinin görüşlerini yansıtabilmesi adına, farklı fakültelerde öğrenim gören öğrenciler katılımcı olarak seçilmiştir. Örneklem seçiminde “kartopu” örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kartopu yönteminde ilk olarak ilgili alana ait özelliklere sahip olan birkaç kişi bulunur, arkasından bu katılımcıların sahip olduğu özellikleri taşıyan başka katılımcılara da yine ilk seçilen katılımcıların yönlendirmesi ile ulaşılır. “Zincirleme örnekleme”, “katılımcı yönlendirmeli örnekleme” gibi isimlerle de tanımlanan bu yöntem, genel olarak hassas konularda ve ulaşılması zor kitlelere ulaşmakta kullanılmaktadır (Berg & Lune, 2015, s. 70-71). Bu çalışmada kartopu yöntemine başvurulmasının sebebi, sosyal medya araçlarını sık kullanan katılımcılara daha kolay ulaşabilmektir.

Çalışma kapsamında;

- Sanat eğitimi veren Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ile Güzel Sanatlar Enstitüsü,

- Sosyal bilimler alanında eğitim veren Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi ve Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde iletişim alanında eğitim veren ana bilim dalları,
- Din bilimleri alanında eğitim veren Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi ve
- Fen bilimleri alanında eğitim veren Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi'nden öğrenciler araştırmaya katılmıştır.

Çalışmada 18-30 yaş arasındaki lisans veya yüksek lisans öğrenimi gören öğrenciler ile görüşülmüştür. Diğer yandan araştırmada Türkiye'de öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilere de yer verilerek, mahremiyet algısının farklı kültürlerde nasıl yorumlandığı da incelenmiştir. Araştırma 18 katılımcı ile yapılmıştır.

Mülakatlar 2017 yılının mart ve nisan ayları içerisinde yapılmıştır. Mülakattan önce her bir katılımcıdan randevu alınmıştır. Mülakata başlamadan önce her katılımcıya "gönüllü katılım formu" sunulmuş, çalışmanın amacı ve elde edilen bilgilerin gizliliği konusunda açıklama yapılmıştır. Yapılan görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, aynı zamanda mülakat süresince kısa notlar tutulmuştur. Çalışmada katılımcıların kendi isimleri kullanılmamış, "Katılımcı 1", "Katılımcı 2" şeklinde numaralar isim yerine kullanılmıştır.

Görüşmelerde elde edilen cevaplar konularına göre sınıflandırılıp, katılımcıların belli konularda verdikleri cevaplar arasındaki benzerlik veya farklılıklar ele alınmıştır.

Bu çalışma, "üniversiteli gençlerin sosyal medya hesaplarında özel hayatlarına dair paylaşımlarda bulunurken mahremiyet kaygısı duyup duymadığı" sorusundan yola çıkılarak yapılmıştır. Bunun yanında bazı alt araştırma sorularına da çalışma boyunca cevap aranmıştır:

- i. Birey, sosyal medyayı kamusal alan olarak mı yoksa özel alan olarak mı görmektedir?
- ii. Bireyin üniversite öğrenim süreci boyunca edindiği tecrübeler, mahremiyet algısını değiştirmekte midir?
- iii. Yurtdışından gelerek Türkiye'de eğitim gören bireyler ile Türkiye Cumhuriyeti uyruklu bireylerin mahremiyet algısı arasında bir fark var mıdır?

## 6. BULGULAR

Katılımcılar, 18-30 yaş aralığında, lisans veya yüksek lisans öğrenimi gören öğrencilerden oluşmaktadır. Farklı toplum kesimlerinin görüşlerini yansıtması amacıyla katılımcılar farklı fakülte ve enstitülerden seçilmiştir. Bu bağlamda Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nden 6, Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi'nden 3, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi'nden 2, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden 1, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nden 2 ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nden 4 öğrenci ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların günlük internet kullanım süreleri çeşitlilik göstermektedir. Tablo 2'de katılımcıların verdikleri cevaplara göre gün içerisinde ortalama kaç saat internete bağlı oldukları gösterilmiştir.

**Tablo 2:** Katılımcıların günlük internet kullanım süreleri

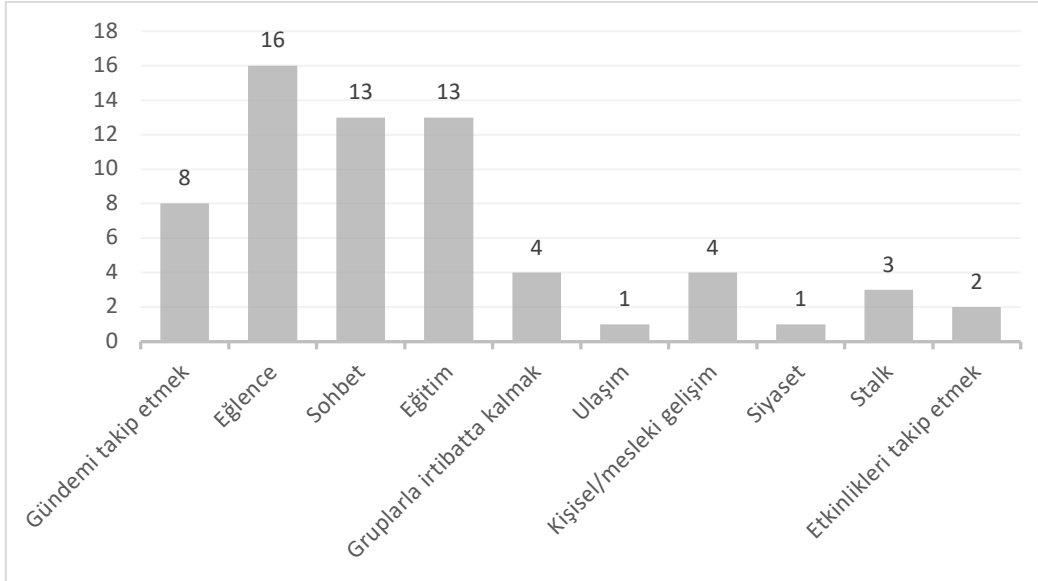
Katılımcı No	İnternete Bağlı Olunan Yaklaşık Süre (saat)
Katılımcı 1	5
Katılımcı 2	1
Katılımcı 3	4
Katılımcı 4	10
Katılımcı 5	12-16 arası
Katılımcı 6	4
Katılımcı 7	5-6 arası
Katılımcı 8	7-8 arası
Katılımcı 9	5-6 arası
Katılımcı 10	5-7 arası
Katılımcı 11	3
Katılımcı 12	5
Katılımcı 13	10
Katılımcı 14	3
Katılımcı 15	15
Katılımcı 16	1
Katılımcı 17	10
Katılımcı 18	6

Katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçları çeşitlilik göstermektedir. Her bir katılımcının aktif olarak kullandığı sosyal medya araçları Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3:** Katılımcıların kullandıkları sosyal medya araçları

Katılımcı No	Kullanılan Sosyal Medya Araçları
Katılımcı 1	Facebook, Twitter, Instagram, Swarm
Katılımcı 2	Facebook, Instagram
Katılımcı 3	Facebook, Instagram
Katılımcı 4	Facebook, Twitter, Instagram, Swarm, Pinterest, Blogger
Katılımcı 5	Facebook, Twitter, Instagram
Katılımcı 6	Facebook, Twitter, Instagram, Swarm, Whatsapp
Katılımcı 7	Twitter, Instagram, Pinterest, Whatsapp
Katılımcı 8	Facebook, Instagram, Pinterest
Katılımcı 9	Twitter, Instagram, Whatsapp
Katılımcı 10	Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Whatsapp, Viber
Katılımcı 11	Facebook, YouTube
Katılımcı 12	Instagram, Swarm, Scorp
Katılımcı 13	Facebook, Instagram, Pinterest
Katılımcı 14	Twitter, Instagram, Swarm
Katılımcı 15	Instagram
Katılımcı 16	Facebook, Instagram, Snapchat
Katılımcı 17	Facebook, Twitter, Instagram, Swarm, Whatsapp, YouTube, Snapchat, Spotify
Katılımcı 18	Instagram, Pinterest

Katılımcılar sosyal medyayı birbirinden farklı amaçlarla kullandıklarını ifade etmişlerdir. Her katılımcının birden fazla amaç belirtebildiği açık uçlu soruda katılımcıların 16'sı "eğlence" amacıyla sosyal medyayı kullandığını ifade ederken, 13 katılımcı sohbet amacıyla, 13 katılımcı eğitim amacıyla, 8 katılımcı gündemi takip etmek amacıyla, 4 katılımcı "gruplarla irtibatta kalmak" amacıyla, 4 katılımcı "kişisel/mesleki gelişim" amacıyla, 3 katılımcı "stalk" amacıyla, 2 katılımcı "etkinlikleri takip etmek" amacıyla, 1 katılımcı "siyaset" amacıyla, 1 katılımcı da ulaşım amacıyla sosyal medyayı kullandığını belirtmiştir.



**Şekil 1:** Katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçları (yoğunluğa göre)

Katılımcılardan ilk olarak mahremiyet kavramını tanımlamaları istenmiştir. Katılımcılardan herhangi bir tanıma bağlı kalınmaksızın, mahremiyet kavramının kendilerinde yaptığı çağrışımları söylenmesi beklenmiştir.

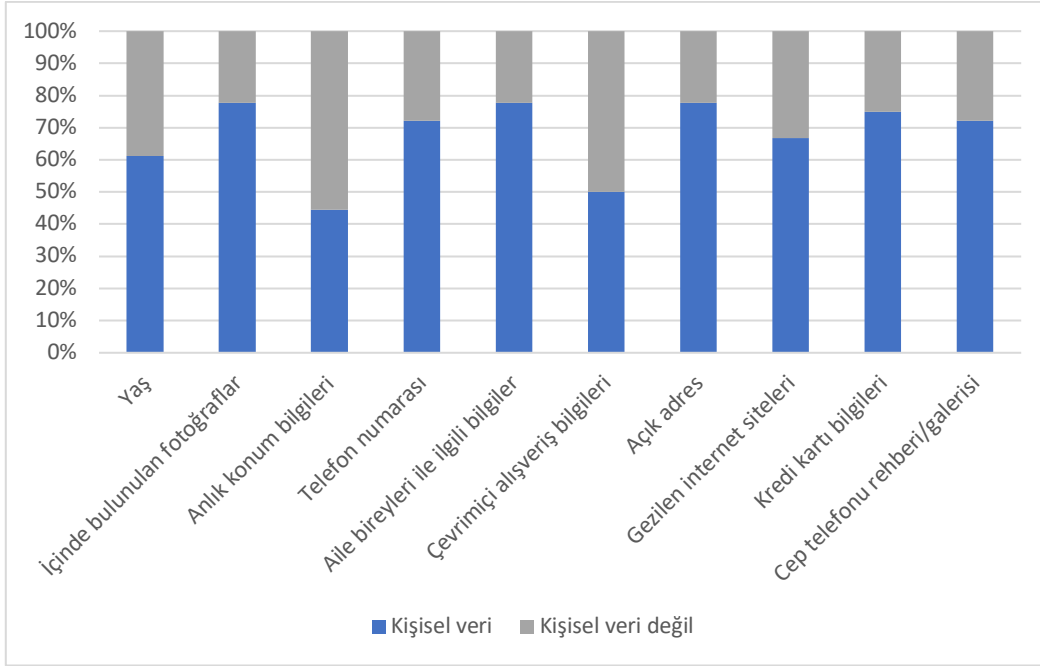
Katılımcılardan sekiz tanesi, mahremiyeti, “kişiyeye özel şeyler şeklinde tanımlamıştır”. Buna ek olarak “başkasının duymasını istemediğim şeyler” (Katılımcı 3), “hiç kimseye paylaşmak istemediğim şeyler” (Katılımcı 12) cevapları da mahremiyetle ilişkilendirilerek dile getirilmiştir.

Araştırmada katılımcılardan beş tanesi, mahremiyetin kendi rıza ve tercihleri ile alakalı olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla mahremiyete dair paylaşımların da ancak kendi rızalarıyla gerçekleşebileceğini ifade etmişlerdir. Bu durum aynı zamanda neyin mahrem olarak görülüp, neyin görülmediğini de belirtmektedir. Katılımcılar mahremiyetin sınırlarının kendileri tarafından çizildiğini, “yayılsa da sıkıntı olmayacak” (Katılımcı 17) kişisel bilgilerinin bulunduğunu belirtmiştir.

Yine katılımcılardan üç tanesi, ailevi bilgileri de mahremiyetin bir unsuru olarak tanımlamıştır. Çekirdek aile içerisinde yaşanan olaylar (Katılımcı 1) ve aile bireylerine ait bilgiler de (Katılımcı 16) mahrem bilgi kapsamında değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgular, katılımcılar arasında mahremiyet konusunda mevcut bir algının var olduğunu göstermektedir.

Katılımcılara görüşme öncesinde verilen ön görüşme formunda kişisel verilere örnek olarak 10 farklı içerik belirtilmiş ve bunlardan hangilerini kişisel veri olarak gördükleri sorulmuştur. Ayrıca kişisel veri olarak gördükleri diğer içerikler ve bunların öneminin daha detaylı öğrenilmesi amacıyla açık uçlu olarak “neleri kişisel veri olarak görmektesiniz?” sorusu da katılımcılara görüşme esnasında yöneltilmiştir. Katılımcıların hangi seçeneği kişisel veri olarak gördüğü ve hangilerini kişisel veri olarak görmediği, Şekil 2’de görselleştirilmiştir.



**Şekil 2:** Katılımcıların cevaplarına göre kişisel verilerin değerlendirilmesi

Ön görüşme formunda belirtilen seçenekler dışında katılımcılar farklı içerikleri de kişisel veri olarak belirtmiştir. Katılımcıların kişisel veri olarak tanımladıkları arasında kişisel harddiskte bulunan fotoğraf, müzik, video gibi içerikler (Katılımcı 4), yaş, telefon numarası ve kişisel beğeniler (Katılımcı 17) ve hatta ayakkabı numarası (Katılımcı 3) sayılabilir.

Katılımcılar bazı noktalarda ön görüşme formunda işaretledikleri içerikler hakkında daha ayrıntılı görüşlerini belirtmiştir. Yaş ve fotoğrafların kişisel bilgi olması konusunda katılımcılar arasında farklı görüşler bulunmaktadır. Katılımcı 2 aynı yaş grubunda olduğu karşı cinsten bireylerin duygusal beklentilerle kendisi ile iletişime geçebileceğini ve bu yüzden yaşını gizleme gereği duyduğunu belirtmekteyken, Katılımcı 14 ise yaşının başka birisi tarafından bilinmesinin sorun oluşturmayacağı kanaatinde.

Araştırmada 18 katılımcının 16'sı, mahremiyet ihlallerinin yol açacağı sorunları doğrudan tanımlamıştır. Araştırmada dile getirilen tehditler; dolandırıcılık, kişisel içeriklerin manipüle edilerek tekrar yayınlanması, verilerin üçüncü taraflara satılması, fiziksel ve psikolojik tehditler ve iş hayatına dair tehditler olarak sınıflandırılabilir. T.C. Kimlik numarası kullanılarak yapılan dolandırıcılık yöntemleri (Katılımcı 15), çeşitli fotoğraf düzenleme uygulamaları ile fotoğrafların manipüle edilmesi (Katılımcı 8), kişisel fotoğrafların olduğu gibi alınıp sahte hesaplarda kullanılması (Katılımcı 14), çeşitli kişisel verilerin pazarlama amacıyla üçüncü taraflara satılması (Katılımcı 3 ve Katılımcı 5) katılımcıların daha önce karşılaştıkları ya da gelecekte karşılaşmaktan korktukları mahremiyet ihlali sorunları olarak öne çıkmaktadır. İki katılımcı ise bu kaygıların yersiz olduğunu ifade ederek "ben kendi halinde biriyim, kim neden bana sataşsın?" (Katılımcı 12) ve "zaten herkes bunu yapıyor" (Katılımcı 17) argümanlarıyla görüşlerini desteklemişlerdir.

Araştırmada, 18 katılımcıdan 15 tanesi internet ortamında verilerinin güvende olmadığını düşündüğünü ifade ederken, yalnızca 3 katılımcı internet ortamında verilerinin güvende olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Bu doğrultuda katılımcılara internet ortamında mahremiyetlerini ve kişisel verilerini korumak adına ne gibi önlemler aldıkları sorulmuştur. Katılımcıların kişisel bilgilerinin korumak adına aldıkları tedbirler arasında gizlilik ayarlarının

doğru şekilde yapılması (Katılımcı 1, Katılımcı 11), önemli bilgilerin sosyal medyada hiç paylaşılmaması (Katılımcı 7), sosyal medyada yalnızca gerçek hayatta tanışılan kişilerle etkileşimde bulunmak (Katılımcı 16, Katılımcı 18) sayılabilir. Bununla birlikte katılımcılarda yaygın şekilde gözlemlenen bir diğer söylem, ne kadar önlem alınsa da sosyal medyada paylaşılan verilerin korunmasının çok zor olduğudur (Katılımcı 1, Katılımcı 4, Katılımcı 8, Katılımcı 14).

Araştırma kapsamında görüşlerine başvurulmuş üç katılımcı ise, sosyal medyada güvende olmadıklarını fakat bilgilerinin ele geçirilmesinin kendilerine bir zararı olmayacağını belirtmektedir.

Ön görüşme formunda katılımcıların sosyal medya araçlarını hangi amaçlar için kullandıkları da sorulmuş ve elde edilen veriler Şekil 1'de paylaşılmıştır. Derinlemesine görüşme esnasında bu amaçlar katılımcılara tekrar sorulmuş ve yapılan paylaşımların içeriklerini ve amaçlarını anlamaya yönelik sorular yöneltilmiştir. Bu konuda alınan cevaplar; politik paylaşımlar, eğlence amaçlı paylaşımlar, haber alma amaçlı paylaşımlar, insanlarla iletişim halinde kalma ve fotoğraf paylaşımları başlıkları altında değerlendirilmektedir.

Araştırmaya katılan 4 katılımcı, sosyal medya araçlarını eğlence amaçlı paylaşımlar için kullandığını belirtmiştir. Eğlence amacının yanında fotoğraf paylaşımı da sosyal medya kullanım amaçları arasında sıklıkla dile getirilmiştir. Kendi çektiği fotoğraflar (Katılımcı 3) ile çizimlerini ve illüstrasyonlarını (Katılımcı 8) paylaştığını belirten katılımcıların yanında, ailesi ve arkadaşları ile birlikte çekildiği fotoğrafları paylaşmayı tercih eden katılımcılar da bulunmaktadır (Katılımcı 10, Katılımcı 12, Katılımcı 15, Katılımcı 16). Burada dikkat çeken bir nokta, Katılımcı 15'in fotoğraf paylaşımının nazara sebep olacağını düşünerek kaygılarını dile getirmiş olmasıdır.

Araştırma kapsamında bir katılımcı sosyal medya araçlarını haber kaynaklarına ulaşma amacıyla kullandığını ifade ederken, bir katılımcı da duygularını paylaşmak amacıyla sosyal medyayı kullandığını belirtmiştir.

Görüşmelerin gidişatına göre katılımcılara sosyal medya kullanımının günümüzde bir tercih mi yoksa zorunluluk mu olduğu sorusu sorulmuş ve her iki görüşü de destekleyen cevaplar alınmıştır. Sorunun yöneltildiği 5 katılımcıdan 3 tanesi günümüzde sosyal medya kullanımının çeşitli sebeplerle zorunlu hâle geldiğini savunmaktadır. Bunu destekleyen en önemli argüman olarak derslerin sosyal medya yardımıyla işlenmesi üç farklı katılımcı tarafından ifade edilmektedir (Katılımcı 3, Katılımcı 6, Katılımcı 11). Katılımcı 13 ise sosyal medyanın hayatı devam ettirme konusunda bir zorunluluk olarak görülemeyeceğini düşünmektedir.

Katılımcılara yöneltilen sorulardan birisi de mobil cihazlarına yükledikleri uygulamaların istediği erişim izinleri konusundaki davranışları olmuştur. Katılımcılarda var olduğu tespit edilen iki tutum; erişim izinlerini doğrudan kabul etmek ve erişim izinlerine göre uygulamaları seçerek kabul etmek şeklindedir.

Katılımcılardan 9 tanesi, uygulama erişim izinlerini doğrudan kabul ettiğini söylemiştir. Burada dikkat çekici bir diğer nokta da, bu cevabı veren katılımcılardan 3 tanesinin "okumadan kabul ediyorum" şeklindeki ifadesidir. Bu izinleri kabul etme nedenleri sorulduğunda katılımcılar "izin vermeden uygulamayı kullanma imkanı olmaması" (Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 16) ve "uzun metinleri okumanın zor olması (Katılımcı 18) gibi sebepleri dile getirmektedir.

Katılımcılardan 5 tanesi, erişim izinlerini her uygulama için farklı şekilde değerlendirmekte ve erişim izinleri konusunda riskli olarak gördüğü uygulamaları mobil cihazına yüklememektedir. Katılımcıların riskli gördükleri erişim izinleri arasında konum bilgileri (Katılımcı 3) ve galeri (Katılımcı 6, Katılımcı 12) öne çıkmaktadır.

Katılımcılardan 10 tanesi, sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet konusundaki tutum ve davranışları üzerine yorumda bulunmuştur. 3 katılımcı, genel tutumu “çok rahat” bulurken, katılımcılardan 6 tanesi de bunun kişiden kişiye değişen bir durum olduğunu ifade etmiştir. En yaygın gözlem ise birçok kişinin sosyal medyada ailevi sırlarını ve bilgilerini ölçsüzce paylaştığı (Katılımcı 2) ve gösteriş amacıyla paylaşımlar yapıldığıdır. (Katılımcı 2, Katılımcı 12, Katılımcı 14),

Araştırma kapsamında mahremiyet ihlalleri yaşanmaması adına ne gibi çözüm önerileri sunulabileceği sorusu katılımcılara sorulmamıştır fakat katılımcılardan 3 tanesi bu konuda çeşitli görüşler bildirmiştir. Bu konuda Katılımcı 2 kişisel içerikler yerine farklı içeriklerin paylaşılmasını önermekteyken, Katılımcı 11 okullarda sosyal medya kullanımına dair eğitimler verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcı 12 ise bu duruma farklı bir noktadan yaklaşarak, sosyal medyanın bir özel alan olduğunu söylemiş ve oradaki davranışları yargılayamamamız gerektiğini ifade etmiştir.

## 7. ARAŞTIRMA BULGULARININ YORUMLANMASI

Çalışmanın bulgular bölümünde, araştırmaya katılan katılımcılara ait bilgilere ve katılımcıların sosyal medya ve mahremiyet bağlamında düşüncelerine yer verilmiştir. Bu bölümde yaş, cinsiyet, öğrenim görülen fakülte, uyruk gibi değişkenler ile verilen cevaplar arasında bir bağ olup olmadığı tartışılacak, aynı konuda verilen farklı cevaplar üzerinden sosyal medya ve mahremiyet kavramları yorumlanacaktır.

Araştırmanın sınırlılıklarından birisi, lisans veya yüksek lisans düzeyinde eğitim görüyor olmaktır. Araştırmada kartopu örneklem modeli kullanıldığından dolayı araştırma öncesinde bir yaş sınırı belirlenmemiş, katılımcılar yalnızca öğrenim durumuna göre seçilmiştir. Bunun bir sonucu olarak araştırmada katılımcılar 19 ile 28 yaş aralığında yer almaktadır.

Araştırmaya başlarken kadın ve erkek katılımcı sayılarının eşit olması öngörülmüş, kartopu örneklem modeli ile katılımcılar seçildiğinden dolayı cinsiyet dağılımında istenen oran yakalanamamıştır. Araştırmaya katılanların 13'ünün kadın, 5'inin erkek olması, kadınların araştırma konusuna daha fazla ilgi duyduğu göstermekte, bu sebeple kendilerinden önceki katılımcıların da araştırmacıyı bir başka kadın katılımcı ile görüşmeye yönlendirdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Araştırma kapsamında katılımcılara günde yaklaşık olarak kaç saat internete bağlı olduğu sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 2’te paylaşılmıştır. Bu tabloya göre çalışmaya katılan erkek katılımcılar, kadın katılımcılara oranla daha fazla süre çevrimiçi olmaktadır. 13 kadın katılımcının günlük internete bağlı geçen sürelerinin aritmetik ortalaması 5,77 saattir. Erkek katılımcıların internete bağlı olarak geçirdiklerini söylediği sürenin aritmetik ortalaması ise 9 saattir.

Kadın katılımcıların benzer cevaplar verdiği bir soru, sosyal medyada mahremiyet ihlalinin yol açabileceği sonuçlarla ilgilidir. Dört kadın katılımcı, sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafların manipüle edilerek farklı ortamlarda paylaşılması konusunda kaygı duyduğunu belirtmiş, bir erkek katılımcı ise bir başka kadın arkadaşının başına bu tür bir olay geldiğini anlatmıştır. Dolayısıyla araştırma sonucunda kadınların sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafların manipüle edilmesi ve başka ortamlarda paylaşılması konusunda bir kaygı duyduğu sonucuna varılmıştır. Erkek katılımcılar ise bu konuda olumlu ya da olumsuz bir ifade kullanmamıştır.

Araştırma kapsamında sosyal medyada paylaştıkları içeriklerinin başkalarının eline geçmesini istemeyen fakat geçerse de bunun kendilerine çok fazla zararı olmayacağını savunan üç katılımcıdan ikisi erkektir. Alınan cevaplar, her iki cinsiyetin de sosyal medyada bazı



tehlikelerle karşılaşabileceğini düşünürken, erkeklerin bu konuda kadınlara göre daha rahat olabileceğini göstermektedir.

Katılımcıların sosyal medya araçlarında kendi fotoğraflarını paylaşmaları konusunda kadın ve erkek katılımcılar arasında farklılık bulunmaktadır. 5 erkek katılımcıdan 1'i sosyal medyayı kendi fotoğraflarını paylaşmak amacıyla kullandığını ifade ederken, 13 kadın katılımcıdan 6'sı sosyal medyayı kullanım amaçlarından birisi olarak kendi fotoğraflarını paylaşmayı görmektedir. Araştırmada elde edilen bu bulgu, kadınların sosyal medyada kendi fotoğraflarını erkeklere oranla daha fazla paylaştığını göstermektedir.

Diğer fakültelerde öğrenim gören katılımcılardan farklı olarak İlahiyat Fakültesi öğrencisi iki katılımcı, sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların "nazar"a sebep olabileceğini ifade etmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bir başka veri, katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçları ile ilgilidir. İletişim Bilimleri Fakültesi ile Güzel Sanatlar Fakültesi'nde öğrenim gören toplam 3 katılımcı, meslekleriyle bağlantılı olarak sosyal medya araçlarını kullandığını belirtmiştir.

## 8. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Araştırmanın başında dört araştırma sorusu ele alınmıştır. Bu bölümde Araştırma soruları, katılımcılardan alınan cevaplarla birlikte değerlendirilecek ve yorumlanacaktır.

Çalışmanın ana araştırma sorusu olan "Üniversiteli gençlerin sosyal medya hesaplarında özel hayatlarına dair paylaşımlarda bulunurken mahremiyet kaygısı duyup duymadığı" sorusunun cevabı, mahremiyet kaygısı duyulduğu yönündedir. Katılımcılar arasında sosyal medya kullanımı sırasında mahremiyetin önemsiz bir kavram olduğunu söyleyen veya mahremiyet ihlali konusunda kaygı taşımayan kimse bulunmamaktadır. Bunun yanında katılımcıların mahremiyet ihlali konusundaki tutum ve davranışları oransal olarak farklılık göstermektedir.

Diğer yandan katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları, mahremiyet kaygıları ile ters orantılı bir davranışı işaret etmektedir. Diğer bir deyişle, katılımcılar arasında kişisel bilgilerini sosyal medya ortamında paylaşmamaya dikkat edenler olduğu gibi, bilgilerinin güvende olduğundan emin olmamasına rağmen paylaşan katılımcılar da bulunmaktadır. Buna örnek olarak, sosyal medyada paylaşılan fotoğraflarının manipüle edilerek farklı ortamlarda yayınlanmasından kaygı duyanların tamamının kadın katılımcılardan oluşmasına rağmen, 13 kadın katılımcının 6'sının sosyal medyayı kullanım amaçlarından birisinin kişisel fotoğraflarını paylaşmak olması gösterilebilir.

Elde edilen veriler bağlamında, katılımcıların mahremiyet konusunda duydukları kaygıların davranış değişikliği oluşturmadığı tespit edilmiştir. Bu duruma sebep olarak, katılımcıların verdikleri "ben kendi halinde ilahiyat okuyan biriyim. Bana kimse gelip de sataşmaz herhâlde diye düşünüyorum." ve "bunları bir yerden sonra 'zaten herkes yapıyor, zaten herkes fotoğrafını paylaşıyor' diye kendi içimizde tolere edebiliyoruz." cevapları gösterilebilir. Katılımcılar, günümüzde çok fazla sayıda bireyin sosyal medyayı kullandığını, dolayısıyla herkesin içinde bulunduğu bir ortamda kendilerine zarar gelmeyeceğini düşünmektedirler.

Diğer yandan katılımcılardan 3'ünün belirttiği üzere günümüzde sosyal medya kullanımı bazı noktalarda zorunluluk hâlini almaktadır. Ders notları ve bilgileri sosyal medyada oluşturulan gruplar üzerinden paylaşmakta, işe alım süreçleri sosyal medya hesapları kontrol edilerek gerçekleştirilmektedir. Günümüzde herhangi bir sosyal medya hesabına sahip olmamak, Katılımcı 6'nın belirttiği üzere "var olmamak" ile eşdeğer görülebilmektedir. Bu durum, kullanıcıların her ne kadar çeşitli kaygılar duysalar da sosyal medya araçlarını kullanmaya devam etmesine sebep olmaktadır.

Çalışmanın alt amaç sorularından biri, kullanıcıların sosyal medyayı kamusal alan olarak mı yoksa özel alan olarak mı gördüğü ile ilgilidir. Katılımcılar cevapları arasında bu konuya doğrudan değinmemiştir fakat verdikleri cevaplar sosyal medyayı bir kamusal alan olarak kurguladıklarını göstermektedir. Katılımcı 7'nin belirttiği üzere sosyal medyada özel içeriklerini paylaşmayan katılımcılar olduğu gibi, Katılımcı 16 gibi sadece gerçek hayatta tanıdığı kişilerden gelen takip ve arkadaşlık isteklerini kabul eden kullanıcılar da bulunmaktadır. Kimi zaman ise Katılımcı 2 ve Katılımcı 18'in belirttiği gibi kullanıcılar, sosyal medya hesaplarını kapatmakta ve bu durumda kişisel verilerini üçüncü taraflardan koruduklarını düşünmektedirler. Katılımcılar arasında baskın eğilim ise, gizlilik ayarı gibi güvenlik önlemlerini aldıktan sonra sosyal medya araçlarını kullanmaya devam etmektir.

Burada, sosyal medyanın kamusal alan ile özel alan arasında hangi noktada bulunduğu, önemli bir tartışma konusudur. Sosyal medya, bireyin her türlü kişisel bilgisini paylaşmasına imkân sunan ve bunu çeşitli biçimlerde teşvik eden yapıyla bir özel alan izlenimi vermekteyken, kişisel bilgilerin korunmasını garanti etmemektedir. Diğer yandan sosyal medya teorik olarak her bireyin eşit söz hakkında sahip olduğu ve fikirlerini ifade edebildiği bir kamusal alan olarak görülebilse de, filtre balonları ile propagandanın da yoğun olarak görüldüğü bir alandır.

Çalışmanın bir diğer alt amaç sorusu, bireyin üniversite öğrenimi boyunca edindiği tecrübelerle mahremiyet algısı arasında bir ilişki olup olmadığıyla ilgilidir. Farklı yaşlarda ve farklı düzeylerde eğitim gören katılımcılar arasında bu konuda bir fark bulunmamaktadır.

Çalışmanın üçüncü alt amaç sorusu ise, yabancı uyruklu öğrenciler ile Türkiye Cumhuriyeti uyruklu öğrenciler arasında mahremiyet algısı bakımından bir fark olup olmadığıdır. Çalışmaya katılan 3 yabancı ve 15 Türkiye Cumhuriyeti uyruklu öğrenci arasında mahremiyet algısı bakımından bir farklılık görülmemiştir.

2020'de TÜİK tarafından yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar, Türkiye'de her on haneden dokuzunun internet erişimine sahip olduğunu göstermektedir (TÜİK, 2020). TÜİK'in 2007 yılından itibaren her yıl tekrarladığı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'nda internet kullanım nedenleri en son 2016 yılında açıklanmıştır. 2016 yılı verilerine göre internet kullanım nedenleri arasında ilk sırada %82,4 ile "sosyal medya araçlarına ulaşma" bulunmaktadır (TÜİK, 2016). Sosyal medya kullanımının bu kadar yoğun olduğu günümüz ortamında, gerçek hayatta karşılaşılan sorunların benzerleriyle sanal ortamlarda da karşılaşılmaktadır. Bu sorunlardan birisi de mahremiyetin korunması sorunudur.

Gerçek hayatta toplumsallaşma sayesinde öğrenilen normlar, internetin nispeten yeni bir teknoloji sayılması sebebiyle sanal ortamda tam olarak uygulanamamaktadır. Bunun yanı sıra internet kullanımının asgari düzeyde teknoloji kullanım bilgisi gerektirmesi de, bilinçsiz olarak bazı normların dışına çıkılabilmesine sebep olmaktadır. Bu konuda, sosyal medyada paylaşılan kişisel içeriklerin gizlilik ayarlarının doğru yapılamaması örnek olarak gösterilebilir. Araştırma kapsamında örnekleme oluşturan 18 katılımcının tümünün 1989 ve sonrası tarihlerde doğduğu göz önüne alınırsa, tüm katılımcıların dijital yerli olduğu söylenebilir. Dolayısıyla katılımcıların karşılaştıkları tehditlerin teknolojiyi kullanım zorlukları sebebiyle değil, bireysel tercihler sebebiyle ortaya çıktığı varsayılmaktadır.

Her ne kadar katılımcıların tümü Prensky'nin sınıflandırmasına göre dijital yerli olarak görülse de, Türkiye'ye bilgisayar ve internet teknolojilerinin batılı ülkelere göre daha geç gelmiş olması sebebiyle 1970-1999 arasında Türkiye'de doğan nesil "dijital melez" olarak da adlandırılmaktadır (Yıldız, 2012, s. 821). Bu noktadan hareketle, katılımcıların sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanıp küresel internet kültürünün normlarına göre hareket ederken, içinde yaşadıkları toplumun normlarından ve değerlerinden de tam anlamıyla kopmadıkları

söylenbilir. Araştırmada mahremiyet ve gizliliği önemsiz olarak gören herhangi bir katılımcı olmamasına rağmen, internet ortamına güvenmediğini dile getirip aynı zamanda sosyal medya hesaplarında kişisel içeriklerini sıklıkla paylaşan katılımcıların varlığı bu görüşü desteklemektedir.

Günümüzde mahremiyet yalnızca internet ve sosyal medya araçlarının kullanımı ile ihlal edilmemekte, başka teknolojik gelişmeler de mahremiyet ihlallerini beraberinde getirmektedir. Güvenlik amacıyla şehirlerin önemli noktalarına yerleştirilen MOBESE kameralarının yanı sıra, ticari işletmelerde, konutlarda ve daha birçok yerde kullanılan güvenlik kameraları sürekli bireyleri izlemektedir. Bu kameraların kaydettiği görüntülerin yasal durumu hakkında yeterli düzenleme olmadığı için kamera kayıtları televizyon kanallarında ve özellikle de sosyal medya araçlarında serbestçe yayınlanabilmektedir. Bu çalışmada daha önce değinilen “Kardan Adamın İntikamı” başlıklı video bunun tipik örneğidir. İstem dışı olarak mahremiyetin ihlal edilmesinin bir başka örneği, biyometrik kimlik tanıma sistemleridir. Kullanımı hızla artan parmak izi, avuç içi, göz retinası okuma sistemleri ve benzeri teknolojik gelişmeler, bireyin kendine ait ve değiştirilemez özellikleri kopyalamakta, çoğaltmakta ve dağıtmaktadır. Günümüzde bu teknolojileri kullanan devlet kurumları ve ticari işletmelerin elinde büyük biyometrik kimlik verileri bulunmaktadır. Bu verilerin depolanması ve korunması konusunda alınan önlemler ise belirsizdir. Dolayısıyla günümüzde özellikle büyük şehirlerde bireyin mahremiyetini koruması gittikçe zorlaşmaktadır.

Araştırmada Katılımcı 6'nın belirttiği “sosyal medya kullanmayanların var olmuyor gibi düşünmesi” öngörüsü, günümüzdeki sosyal medya kullanım alışkanlıklarını açıklar niteliktedir. Görünürlük kavramı yeni popüler olan bir kavram değildir. Çalışmanın daha önceki bölümlerinde değinildiği üzere, fotoğrafın ve hareketli görüntünün ortaya çıkışı, “görünenin iktidarını” beraberinde getirmiştir. Önceki dönemlerde herkesi gören ama hiç kimseye görünmeyen kişi imajı gücü temsil ederken, günümüzde birey ne kadar fazla görünür ise o kadar çok güçlü olduğunu düşünmektedir. Bunun geleneksel medyadaki temsili magazin kültüre ile ortaya çıkmıştır. Nihayet sadece ünlü kişilerin değil, her bireyin görünür olmasına imkân sağlayan sosyal medya araçları, görünürlük ve var olma bağlantısını günümüzdeki hâline getirmiştir. Bu görünürlüğün bedeli ise mahremiyet ihlali ile ödenmektedir. Görünürlük ile var olma arasında olumlu bir ilişki gören birey, popülerliği için mahremiyetini ihlal edebilmektedir. Son yıllarda yayınlaşan “YouTuber” veya “Vlogger” olarak isimlendirilen kitle bunun tipik bir örneğidir. Günlük yaşantısını, ilişkilerini, duygularını ve daha birçok kişisel içeriğini video kaydına alıp sosyal medya sitelerinde yayınlayan birey, bu şekilde görünür ve popüler olduğunu düşünmekte, bir nevi var olduğunu ispat etmektedir.

Mobil cihazların, özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması ile birlikte her birey, kendi gözetim aracını yanında taşı hâle gelmiştir. Assange'ın ifadesi ile “cep telefonu aslen bir izleme cihazıdır, ara sıra görüşme yapmanıza da izin verir” (2013, s. 50). Telefonların dinlenmesi gibi teknik konuların yanında sosyal medya araçlarının özellikle konum bilgilerine erişim izni istemesi, aslında gözetimin sadece devlet tarafından değil, şirketler tarafından da yapıldığının kanıtıdır. Diğer yandan tüketim toplumunun ve kültür endüstrisinin dayattığı malların ve duyguların sürekli tüketimi düşüncesi için de akıllı telefonlar iyi birer araçtır. Mobil internet kullanım ücretlerinin ve akıllı telefon fiyatlarının düşmesi ile birlikte toplumun daha büyük kesimleri bu imkâna kavuşmaktadır. Facebook'un uygulamaya koyduğu Internet.org projesi de, birer gözetim aracı sayılabilecek akıllı telefonların çok düşük maliyetlerle, bu teknolojilere ulaşma şansı düşük olan yerlere pazarlanmasını kapsamaktadır.

Sosyal medyanın yol açtığı toplumsal değişimler, birçok farklı boyutta ve farklı zamanlarda incelenmesi gereken bir konudur. Mahremiyet algısında ve davranışında sosyal medya kullanımı ile birlikte yaşanan değişimler de hem yeni ortaya çıkan sosyal medya araçlarına,

hem de yeni yetişen internet kullanıcılarına göre farklı zamanlarda yeniden ölçülmesi ve değerlendirilmesi gereken bir konu olarak araştırılmayı beklemektedir.

## KAYNAKÇA

- Acılar, A., & Mersin, S. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ile Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 103-114.
- Ahmed, A. M., AbdelMuniem, A., & Almabhouh, A. A. (2016). The Current Use of Web 2.0 Tools in University Teaching from the Perspective of Faculty Members at the College of Education. *International Journal of Instruction*, 9(1), 179-194.
- Akgül, A. (2015). Kişisel Verilerin Korunması Bağlamında Biyometrik Yöntemlerin Kullanımı ve Danıştay Yaklaşımı. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*(118), 199-222.
- Altunay, A. (2003). Biri Bizi Gözetliyor Programı ve Elektronik Gözetim. *Kurgu Dergisi*(20), 133-141.
- Aslanoğlu, H. N. (2016, Ağustos 7). Muhafazakâr Genç Kuşağın Instagram Profilleri: Mahremiyet, Moda ve Ahlakilik İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. Mart 2, 2017 tarihinde <http://www.ilem.org.tr/blog/wp-content/uploads/2016/09/Muhafazak%C3%A2r-Gen%C3%A7-Ku%C5%9Fa%C4%9F%C4%B1n-Instagram-Profilleri.pdf> adresinden alındı
- Assange, J. (2013). *Şifrepunk*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Barbarosoğlu, F. (2015). *Şov ve Mahrem* (4 b.). İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2014). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Berg, B. L., & Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (H. Aydın, Çev.) Konya: Eğitim Yayınevi.
- Berkup, S. B. (2015). *Sosyal ağlarda bireysel mahremiyet paylaşımı: X ve Y kuşakları arasında karşılaştırmalı bir analiz (Yayımlanmamış Doktora Tezi)*. İzmir.
- Bulduklu, Y., & Özer, N. P. (2016). Gençlerin Akıllı Telefon Kullanım Motivasyonları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 2963-2986.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi (Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt)*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cormode, G., & Krishnamurthy, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*, 13(6). Aralık 28, 2016 tarihinde <http://firstmonday.org/article/view/2125/1972> adresinden alındı
- Çağbayır, Y. (2007). *Ötüken Türkçe Sözlük* (Cilt 3). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Çelikoğlu, N. (2007). *Türkiye'de Üniversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşümü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu* (5 b.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dede, M. B. (2004). *İnternet*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Devellioğlu, F. (1970). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat*. Ankara: Aydın Kitabevi Yayınları.

- Dolgun, U. (2004). Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(3).
- Falay, N. (2014). Kamusal Alanın Oluşumu, Dönüşümü ve İktisadi Boyut. *Journal of Life Economics*, 51-69.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (1 b.). (B. Cezar, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Göle, N. (2014). *Modern Mahrem* (12. Basım b.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Habermas, J. (1997). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü* (1 b.). (T. Bora, & M. Sancar, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- İlhan, S. (2013). Akışkan Toplumda Kimlik İnşası: Geçişken, Eklektik, Ben Odaklı Kimlikler. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 233-246.
- Karaarslan, E., Demir, M., & Fetah, V. (2016). Akıllı Telefonlarda Gizlilik ve Mahremiyet: Durum Saptaması ve Öneriler. 18. *Akademik Bilişim Konferansı*. Aydın.
- Karagülle, A. E. (2015). *Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul.
- Karaoğlu, G. (2010). *Kamusal ve Özel Alan Ekseninde Medya ve Mahremiyet (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Erzurum.
- Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (8 b.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kreps, D., & Kimppa, K. (2015). Theorising Web 3.0: ICTs in a changing society. *Information Technology & People*, 28(4), 726-741.
- Kuyucu, M. (2015). Web 2.0 Haçlı Seferleri: Twitter ile Ana Akım Medyanın Erişim Savaşı. *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter* (s. 145-181). içinde Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Lyon, D., & Bauman, Z. (2013). *Akışkan Gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Misalli Büyük Türkçe Sözlük* (Cilt 2). (2005). İstanbul: Kubbealtı Neşriyat. Kubbealtı Lugatı adresinden alındı
- Özdemir, Z. (2015). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112-131.
- Özgül, G. E. (2012). Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkânının Araştırılması. *Journal of Yasar University*, 26(7), 4526-4547.
- Öztekin, H., & Öztekin, A. (2010). Modernleşme-Mahremiyet İlişkisi ve Siber Mekânda Mahremiyetin Aleniyete Dönüşmesi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 526-540.
- Rosenberg, R. S. (1992). *The social impact of computers*. Londra: Academic Press, Inc.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Süreçleri: Facebook Örneği. *Folklor/Edebiyat*(83), 125-147.
- Şen, C. (2016). İslam Hukuku Açısından Mahremiyet-Zaman İlişkisine Mukayeseli Bir Bakış. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 927-946.
- Şentürk, R. (2010). Televizyon ve Magazin Kültürü. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(2), 174-190.

- Şişman, N. (2016). Yeni Medya Yeni İlmihal. *Nihayet*(14), 20-23.
- TÜİK. (2016). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması 2016*.
- TÜİK. (2020). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2020*.
- Türkçe Sözlük* (Cilt 2). (1998). Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Varol, A. (2010). Bilgi Toplumunda Kamusal Alan. *Sosyal Bilimler Dergisi*(4), 121-129.
- We Are Social. (2020). *Digital 2020*.
- Yıldız, A. K. (2012). Dijital Yerliler Gerçekten Yerli mi Yoksa Dijital Melez mi? *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(7), 819-833.
- Yüksel, M. (2003). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(1), 181-213.
- Zengin, M., Zengin, G., & Altunbaş, H. (2015). Sosyal medya ve değişen mahremiyet "Facebook mahremiyeti". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 112-136.