

## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN INSTAGRAM'DA MAHREMİYET ALGILARI ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Fatih BARİTÇİ<sup>1</sup>

### ÖZ

#### Araştırma Makalesi

#### Research Article

<sup>1</sup> Arş. Gör. Dr.  
Aksaray Üniversitesi İletişim  
Fakültesi, Aksaray, Türkiye

E-Posta  
fatihbaritci@aksaray.edu.tr  
ORCID  
0000-0002-1283-821X

**Başvuru Tarihi / Received**  
15.04.2022

**Kabul Tarihi / Accepted**  
02.12.2022

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sadece iletişim kurma pratiklerini değiştirmekle kalmamakta, aynı zamanda toplumsal ölçüde de bazı dönüşümlere yol açmaktadır. Bu çalışma kapsamında ele alınan yeni medya ve mahremiyet ilişkisi de bu çerçevede değerlendirilmesi gereken bir konudur. Mahremiyet uzun zamandır sosyal bilimcilerin üzerinde çalıştığı ve farklı bakış açılarıyla tanımladıkları bir konudur. Ancak yeni medyanın ve özellikle sosyal medya araçlarının bireyler tarafından gündelik yaşamdaki kullanım pratikleri, mahremiyet tartışmalarını bu mecralara çekmektedir. Bu noktada özellikle teşhire, dikizlemeye ve merakı giderme gibi ihtiyaçları görsellik üzerinden gideren Instagram ön plana çıkmaktadır. Instagram, herkesin ücretsiz bir şekilde hesap açarak fotoğraflarını ve videolarını çeşitli yollarla paylaşabilmesine olanak sağlamaktadır. Bunun yanı sıra kullanıcıların takip ettiği kişilerin fotoğraflarını ve videolarını görüntüleyebildikleri bir platformdur. Dolayısıyla Instagram'ın bu yapısıyla mahremiyet konusunun merkezinde yer alması şaşırtıcı değildir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin mahremiyet yönelimleri tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde eğitim gören tüm bölümlerdeki birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerini kapsayan bir saha araştırması yapılmıştır. Uygulanan 329 anket sonucunda katılımcıların mahremiyet konusunda fikir sahibi oldukları ve Instagram'da mahremiyet kaygısı duydukları anlaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin sahip oldukları kaygıya rağmen, bu mecrada günün önemli bir kısmını geçirdikleri görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet, Mahremiyet Algısı, Yeni Medya, Instagram, Üniversite Öğrencileri.

## A SURVEY ON PRIVACY PERCEPTION OF UNIVERSITY STUDENTS ON INSTAGRAM

### ABSTRACT

The developments in communication technologies not only change the communication practices, but also cause some transformations in the social dimension. The new media and privacy relationship discussed in the context of this study should be evaluated within this framework. Privacy is a subject that social scientists have studied and defined from different perspectives. However, the usage of new media and especially social media in daily life draw privacy discussions to these channels. At this point, Instagram, which satisfies needs such as exposure, peeping and curiosity through visuality, comes into prominence. Instagram allows anyone to share their photos and videos in various ways by opening an account for free. It is also a platform where users can view photos and videos of the people they follow. Therefore, it is not surprising that Instagram by this structure is at the centre of privacy issue. In this study, it is aimed to determine the privacy orientations of university students. For this purpose, a field study was conducted in the first and fourth year students of all departments studying at the Faculty of Communication at Selçuk University. As a result of 329 surveys, it was understood that the participants have an idea about privacy, and they are concerned about privacy on Instagram. In addition, despite the concern of the students, it was observed that they spend a significant part of the day in this medium.

**Keywords:** Privacy, Privacy Perception, New Media, Instagram, University Students.

### GİRİŞ

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sadece iletişim kurma pratiklerini değiştirmekle kalmamakta, aynı zamanda toplumsal ölçüde de bazı dönüşümlere yol açmaktadır. Bu çalışma kapsamında ele alınan yeni medya ve mahremiyet ilişkisi de bu çerçevede değerlendirilmesi gereken bir konudur. Ancak öncelikle medyanın kendisinin bireylerin mahremiyet anlayışlarının farklılaşmasında ne gibi etkilerinin olduğu üzerinde durmakta fayda vardır. Tabii bu noktada etki kavramını kullanmak ne derece doğrudur bilinmez. Çünkü medyanın tek tek bireyleri nasıl etkilediğini açıklamaya çalışmak pek mümkün değildir. Yine de medya içerikleri üzerinden birtakım öngörülerde bulunmak olasıdır. Özellikle Biri Bizi Gözetliyor programı ile başlayan, daha sonra evlilik programları, yemek programları, taşıdıkları ahlaki değerler tartışma konusu olan diziler ve yarışma programları gibi televizyon içerikleri göz önüne alındığında bireylerin gözetleme eylemi aracılığıyla bir çeşit rahatlama yaşadığı söylenebilir. Bu türden televizyon içerikleri ile zamanını geçiren bireylerin mahremiyet anlayışında değişiklikler olması şaşırtıcı değildir. Çakır’ın (2018: 17) da ifade ettiği gibi medyanın sunduğu içerikler neticesinde bireylerin

başkalarının hayatını merak etmesi ve kendi mahremiyetini diğerleri ile paylaşma fikri normalleşmektedir.

Mahremiyet uzun zamandır sosyal bilimcilerin üzerinde araştırmalar yaptığı ve farklı bakış açılarıyla tanımladıkları bir konudur. Ancak yeni medyanın ve özellikle sosyal medya araçlarının bireyler tarafından gündelik yaşamdaki kullanım pratikleri, mahremiyet tartışmalarını bu mecralara çekmektedir. Özellikle Instagram, görselliği ön plana çıkaran yapısı sayesinde bireylerin kendilerini teşhir etme, başkalarını dikizleme ve merak duygusunu giderme gibi ihtiyaçlarını karşılamasıyla ön plana çıkmaktadır. Instagram, herkesin ücretsiz olarak hesap açıp fotoğraflarını ve videolarını çeşitli yollarla paylaşabildiği; aynı şekilde takip ettiği kişilerin fotoğraflarını görüntüleyebildiği bir platformdur. Dolayısıyla, mahremiyet tartışmalarının merkezinde yer alması son derece olağandır.

Çalışmada mahremiyet kavramının bir çerçevesi çıkarılmış, dijital çağda mahremiyette yaşanan dönüşümler ele alınmış, sosyal medyada ve Instagram'da mahremiyet konuları değerlendirilmiştir. Ayrıca yeni medya ve mahremiyet ilişkisi Instagram özelinde tartışılmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında ise Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde eğitim gören farklı bölümlerdeki birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerine Instagram'a yönelik mahremiyet algılarını ortaya koyabilmek için anket soruları yöneltilmiştir. Dijital yerliler olarak ifade edilen yaş grubunda yer alan üniversite öğrencilerinin cinsiyete göre mahremiyet yönelimlerinin anlaşılması; eğitim görülen sınıfa göre mahremiyet yönelimlerinin anlaşılması ve son olarak Instagram kullanımları ile mahremiyet kaygıları arasındaki ilişki tespit edilmek istenmiştir.

## 1. Mahremiyet Kavramı

Mahremiyet kavramını kesin çizgilerle tanımlamak oldukça zordur. Çünkü mahremiyet farklı zamanlarda ve toplumlarda farklılık göstermektedir. Hatta bireyden bireye göre bile mahremiyet anlayışı değişmektedir (Çakır, 2018: 15). Dolayısıyla mahremiyetin doğasında öznelliğe gönderme söz konusudur. Ancak insan ruhu diğerlerinin bakışlarından uzak, yalnız kalabileceği alanlara ihtiyaç duymaktadır. İnsan ruhu sahip olduğu geçirgenlikten yoksun olma özelliği itibariyle

tamamen göz önüne serildiğinde yanmaya ve ruhsal anlamda tükenmeye başlayacaktır (Han, 2018: 17). Bu sebeple her ne kadar mahremiyeti bir çerçeveye oturtmak zor olsa da mahremiyetin insan ruhu için bir ihtiyaç olduğu ifade edilebilir.

İnsanoğlunun mahremiyete sahip olduğu oranda değerini de artırdığını ifade eden Kahraman (2018: 56) ise kavramı şu şekilde tanımlamaktadır:

Mahremiyet, insana ait bir duygu olup, özellikle insanın kendisini koruma alanı olarak gördüğü, tamamen kendisine ait kıldığı, kendisine ait olmasını istediği, başkalarının görmesinden rahatsızlık duyduğu, başkaları müdahale ettiği oranda saldırıya uğradığını hissettiği ve kendi hakkı olan bir şeye tecavüz olarak yorumladığı ve özelinde kalmasını istediği her türlü duygunun genel adıdır.

Üç tür mahremiyetten söz edilebilir: Mekân mahremiyeti, kişi mahremiyeti ve bilgi mahremiyeti. Mekân mahremiyeti, fiziki mekâna gönderme yapmakta ve bireyin kimi dâhil edip etmeyeceğine karar verdiği alanı işaret etmektedir. Kişi mahremiyeti, bireyin kendisine yönelik yapılabilecek haksızlıklar karşısında sahip olduğu haklardır. Son olarak bilgi mahremiyeti ise gelişen teknolojiyle bilginin kısa bir sürede milyonlarca insana ulaşabildiği günümüz koşullarında, bireye ait bilgilerin kimler tarafından toplanabileceği, düzenlenebileceği, kullanılabileceği ve yeniden kullanıma sokulabileceği gibi konuları kapsamaktadır. Bilgi mahremiyeti aynı zamanda sosyal medya mahremiyeti ve çevrim içi mahremiyet kavramlarıyla da anılmaktadır (Çakır, 2018: 16). Cho and LaRose (1999: 425-428) ise fiziksel, bilgi, psikolojik ve etkileşimli şeklinde dört çeşit mahremiyetten bahsetmektedirler. Fiziksel mahremiyet kişilerin istenmeyen izinsiz giriş veya gözlemlerden arınmış olduğu mahremiyet halidir. Burada yalnızlığa bir vurgu söz konusudur. Bilgi mahremiyeti kişisel verilerin yayınlanma koşulları üzerinde kontrol sahibi olma isteğidir. Psikolojik mahremiyet, birinin bilişlerini ve etkilerini korumak için kişisel bilgilerin serbest bırakılması veya saklanması üzerindeki kontrol olarak tanımlanır. Etkileşimsel mahremiyet (yakınlık olarak da bilinir), bireyler arasında ve grup üyeleri arasında anlamlı iletişimi koruduğundan sosyal birimlerdeki ilişkilerle ilgilidir.

Mahremiyet genellikle bir hak olarak kabul edilmektedir, ancak hak kavramının kendisi de çok boyutludur. Bir hak etik, sosyal ya da yasal bir kavram olabilir. Dolayısıyla psikolojiden hukuka kadar farklı disiplinlerdeki araştırmacılar tarafından yürütülen çalışmalar arasından genel itibariyle kabul edilmiş bir tanım

bulmak zordur (Dinev ve Hart, 2005: 8). Yukarıda da belirtildiği üzere mahremiyet kavramı hangi açıdan ele alınır, alınırsa tanımı olarak üzerinde bir uzlaşmaya varılamamaktadır. Ancak Yüksel’in (2003: 182) “özel yaşam ya da mahremiyet, genel olarak, kişilerin yalnız başına kalabildikleri, istedikleri gibi düşünüp davranabildikleri, başkalarıyla hangi yer, zaman ve koşullarda ne ölçüde ilişki ve iletişim kuracaklarına bizzat kendilerinin karar verebildikleri bir alan ve bu alan üzerinde sahip olunan hakkı ifade eder” sözleri mahremiyetin kapsamını ortaya koyması bakımından yol göstericidir.

Bir başka görüşe göre ise mahrem sözcüğü “gizliliğe, aile hayatına, kadının sahasına, yabancıların bakışlarına yasaklanan” şeyi ifade etmektedir (Göle, 2016: 20). Tüm bu ifadeler çerçevesinde, gündelik hayat içinde önemli bir yere sahip olan mahremiyet hakkı, toplumdaki diğer bireyleri dışlamak ya da ilişkileri sonlandırmak değil; daha ziyade bireyin kendi hayatını diğerleriyle ne ölçüde paylaşacağına karar verebilmesi anlamına gelmektedir (Yüksel, 2003: 182).

## 2. Dijital Çağda Mahremiyetin Dönüşümü

Toplumsal, ekonomik ve teknolojik birtakım gelişmelerden ötürü uzamsal olan zamanı farklı şekillerde isimlendirilmektedir. İnsanoğlunun şu an içinde yaşadığı dönemin tam olarak nasıl isimlendirildiğini söylemek kolay değildir. Hala postmodern dönem geçerli mi yoksa dijimodern bir döneme geçiş yapıldı mı sorularına kesin yanıtlar vermek zordur. Postmodernizm, açık bir modernizm eleştirisidir. Postmodernizm, modernizmin savunduğu akılcılığa yani aklın her alanda insanlığın sahip olduğu tüm sorunları çözebilecek bir mutlak otorite olmasına karşı çıkan bir anlayıştır (Cevizci, 2016: 667). Ancak modernizm ve postmodernizm arasındaki anlayış farklılığı bir yana, günümüzde dijitalleşmenin etkisiyle tüm insanlık için yeni bir sayfanın açıldığını söylemek gerekir. Bu sebeple içinde yaşadığımız çağ dijital modernizm ya da dijimodern dönem olarak isimlendirilmektedir. Kirby (2009: 1) yeni teknolojilerin itici gücü altında 1990’lı yılların ikinci yarısında ilk kez ortaya çıkışından beri dijimodernizmin, kendisini yirmi birinci yüzyılın yeni paradigması olarak kabul ettirmek için postmodernizmin yerine kesin olarak geçtiğini belirtmektedir. Dijimodern dönem birçok araştırmacı

tarafından ise “dijital çağ” olarak isimlendirilmektedir (Chatfield, 2013; Schmidt ve Cohen, 2014; Goldie, 2016).

Dijital ya da dijimodern çağda mahremiyeti mekânsal sınırlar içinde tutmak ve bu doğrultuda anlamlandırmak zor bir meseledir. Çünkü dijital çağ, bireyler arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmakta ve klasik anlamda mahremiyet anlayışını da değiştirmektedir. Göle (2014: 80) bu çağda mahremiyetin artık söz konusu olmadığını, herkesin evindeki internet ve sahip olduğu cep telefonlarıyla birbirlerine bağlanabiliyor olması nedeniyle sınırların giderek erozyona uğradığını ifade etmektedir. Dolayısıyla internet ve onunla ilişkili teknolojilerin olmadığı dönemlerde diğerlerinden fiziki olarak kendini saklayabilen bireylerin bugün mahremiyeti koruma noktasında aynı başarıyı gösterebilmesi zordur. Nitekim Woo’nun (2006: 953) da işaret ettiği gibi bilgisayar teknolojisi ve dijital medya kişisel bilgilerin toplanması, işlenmesi ve kullanılması için kapasitesini artırmakla kalmamış, aynı zamanda kişisel bilgileri ve mahremiyet korumasını içine alan dinamikleri de kökten değiştirmiştir. Jarvis (2012: 127) de bilgisayarların ve veri tabanlarının herkesle ilgili bilgileri toplayabilmesi nedeniyle rahatsızlık duyulduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla güncel mahremiyet tartışmaları teknolojik gelişmelerin ışığında şekillenmektedir.

Mahremiyet konusundaki tartışmaların bir kısmı gözetim amaçlı dijital teknolojilerin kullanımı etrafında gerçekleşmektedir. Dijital teknolojiler sayesinde devletler<sup>1</sup> ve özel şirketler farklı amaçlar dâhilinde kullanıcıların bilgilerine ulaşabilmektedirler. Üst veri (metadata), büyük veri (big data), çerezler (cookies), akıllı telefonlarda yer alan uygulamalar, internet sayfalarındaki birçok içeriğin görüntülenmesi için kişisel bilgileri istemesi ve çeşitli uygulamalar aracılığıyla kullanıcıların kişisel verilerine erişilebilmekte ve reklamdan gözetime birçok amaçla kullanılabilir (Baritci, 2019). Bu teknolojiler neticesinde gözetimin küreselleştiği görüşü de mevcuttur (Livberber, 2018: 45). Hatta internet kullanan herkesin bir şekilde izlendiği genel bir kabul haline gelmiştir (Turow, 2015). Bu

<sup>1</sup> Siyasal iktidarlar, toplumsal denetimi sağlayabilmek amacıyla teknolojinin verdiği gözetim imkânlarından yararlanmaktadırlar. Detaylı okuma için Bkz. (Fidan Baritci, 2020).

sebeple bugün artık mahremiyetin ölmüş olduğu inancını taşıyanlar söz konusudur (Jarvis, 2012: 130).

Bugün artık mahremiyet tartışmalarının temel odağı kadının giyimi, başörtüsü ya da özel hayatın korunması gibi noktaların ötesinde neredeyse tamamen dijital dünya olmuştur. Çünkü insanoğlu dijitalleşmenin hiç olmadığı kadar arttığı ve bireylerin dijital dünyadaki her adımının takip edildiği bir çağın içinde yaşamaktadır. Lokke (2018: 12) dijital dünyada bireylerin sürekli olarak arkalarında elektronik izler bırakmasının birçok açıdan mahremiyet ihlaline neden olabileceğini ve bu sebeple birçok kişi tarafından bu çağda mahremiyetin gerçekten mümkün olup olamayacağını sorgulandığını belirtmektedir.

Dijital çağda mahremiyeti korumak adına ortadaki temel sorun gözetleniyor ya da izleniyor olmak gibi görünse de internet kullanıcılarının –özellikle sosyal medya araçlarını kullananların- kendilerini bir şekilde görünür kılmak için mahremiyetlerini alenileştirdikleri de meselenin bir başka boyutudur. Bu noktada bireylerin gündelik hayattaki sosyal medya kullanım pratikleri tartışmaların merkezine gelmektedir. Özellikle görselliğin ön planda olduğu sosyal medya araçlarını mahremiyet açısından incelemek bir gereklilik haline gelmiştir.

### 3. Sosyal Ağlarda Mahremiyet

Sosyal ağlar bireyler için günlük yaşamın bir vazgeçilmez unsuru ve çokça vakit harcadığı uygulamalar olarak görünmektedir. Sayıları milyarları bulan kullanıcı sayıları da bu ifadenin kanıtı niteliğindedir. Milyarlarca insanın farklı ihtiyaçlarını gidermek amacıyla bu uygulamaları kullanması ve buralarda kendisini var ediyor olması sosyal ağları dijital çağdaki mahremiyet algısını anlamak açısından özel bir yere koymaktadır. Çünkü bu uygulamalar birçok insanın kendisini var ettiği, diğerlerine gösterdiği yani kamusalılaştırdığı bir alana dönüşmüşlerdir. Bu sebeple mahremiyet söz konusu olduğunda artık sosyal medya üzerinde durulması gereken ilk şey olarak ortaya çıkmaktadır. Arık'ın (2018: 15) vurguladığı gibi sosyal medyanın doğası bireye başkalarının hayatlarına istediği gibi dahil olma olanağı verirken, diğerleri tarafından kendi hayatına gelecek müdahaleler karşısında da onu korumasız bırakmaktadır.

Güntsche (2017: 229) dijital dünyada akıllıca davranmanın yollarını ifade ettiği listede mahremiyetle ilgili olarak kullanıcıların akıllı telefonlardaki, uygulamalardaki ve sosyal ağlardaki veri ayarlarını kullanmayı öğrendikleri takdirde sürekli olarak takip edilmekten kurtulabileceklerini söylemektedir. Teknik önlemler almak bir tedbir olarak görünüyorsa da Şişman (2019: 8) bireylerin daha önce özel olduğunu düşündükleri birçok bilgiyi paylaşmaktan çekinmediklerini; bu duruma ise yeni mecraların mahremiyetin tanımını değiştirmesi ve bu mecralarda bireylerin kendilerini sergilemelerini normalleştirdiğini belirtmektedir. Şişman’ın ifadelerinden yola çıkarak özellikle sosyal ağlarda mahremiyet konusu ele alınırken sadece bireylerin mahremiyetine dışarıdan gelecek muhtemel tehditleri değil, aynı zamanda bireylerin kendi mahremelerini teşhir etmedeki motivasyonları da göz önünde bulundurmak konunun anlaşılması açısından önemli bir husus olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya olumlu ve olumsuz birçok özelliğe sahiptir. Olumsuz özelliklerinin başında ise bağımlılık gelmektedir. Hatta bu bağımlılık durumu o denli ileri gitmiştir ki “fear of missing out” olarak ifade edilen bir hastalıktan bahsedilir olmuştur. Bu hastalık sosyal medya kullanıcılarının sürekli olarak bu mecralarda bulunmalarına ve aksi bir durum söz konusu olduğunda orada neler olup bittiğini kaçıracakları kaygısına sahip olmalarına neden olmaktadır. Bu durum devamında ise özellikle gençler arasında beğenilme arzusuna dönüşmektedir. Dolayısıyla daha çok beğenilmek için mahrem olanı ifşa etmekten kaçınmamaya başlamışlardır (Çakır, 2018: 13).

Bireyler her geçen gün daha küçük yaşlarda sosyal medya hesaplarına sahip olmakta ve bu sanal ortamlardaki yaşam biçimleri daha fazla yaygınlık kazanmaktadır. Bireylerin kendi sosyal medya hesaplarında özel hayatları hakkında paylaşımlarda bulunması, bu paylaşımlara takipçilerinden gelecek tepkileri takip etmesi ve dolayısıyla diğerlerini takip etmesi dijital dünyada sıradan bir durum haline gelmektedir (Anık, 2019: 120). Sosyal medya kullanımının 2000’li yılların ilk on yılından itibaren hızla artmasının sonucunda teşhirci mahremiyetin yükselişine şahitlik edilirken; aynı zamanda devletlerle gizli anlaşmaları olsun ya da olmasın özel şirketlerin kişisel bilgilere erişip kullandıklarına dair endişeler de duyulmaya



başlamıştır (Vincent, 2016: 213). Söz konusu endişelerin merkezinde ise sunduğu görsel ağırlıklı dünyayla Instagram gelmektedir.

#### 4. Yeni Medyada Mahremiyet Tartışmalarının Odağında Instagram

Her geçen gün kullanıcıların sosyal medyada geçirdikleri süre artmakta ve bu mecralar kullanıcıların günlük yaşamlarında çok daha önemli bir konuma yükselmektedir. Hatta birçok sosyal medya kullanıcısı -Michael J. Seidlinger’in (2018) *En Yabancı* adlı romanında oluşturduğu Zachary Weinham karakteri gibi kendilerini gerçek dünyadan ziyade dijital dünyada ifade edebilir hale gelmişlerdir. Güncel sosyal medya kullanım rakamları göz önünde bulundurulduğunda ise durumun ciddiyeti daha da gözler önüne serilmektedir. Sosyal medyada harcanan süre geçen yıla oranla az da olsa artış göstermiştir. GlobalWebIndex’e göre 2019 yılının başı itibariyle ortalama bir sosyal medya kullanıcısı, sosyal platformlarda 2 saat 16 dakika geçirmektedir. Bu rakam toplam internet kullanımının üçte birine ve uyanık olunan zamanın yedide birine denk gelmektedir. Aylık aktif kullanıcı sayılarına bakıldığında ise Facebook’un iki milyarı aştığı, Youtube’un iki milyara yaklaştığı ve Instagram’ın da bir milyarı bulduğu görülmektedir (Kemp, 2019).

Bazı sosyal medya platformları kullanıcılarının sadece fotoğraf paylaşımlarına izin vermektedir (Penrose, 2018: 488). Her ne kadar anlık mesajlaşma ve diğer birtakım özelliklere de sahip olmasına rağmen, Instagram fotoğraf paylaşımı açısından en önemli platformdur. Hu vd. (2014: 595) çalışmalarında Instagram fotoğraflarını içerikleri bakımından sekiz ayrı kategoriye ayırmışlardır: Selfie<sup>2</sup>, arkadaşlar, aktiviteler, başlıklı fotoğraflar (içinde metin gömülü resimler), yiyecek, küçük aletler (gadgets), moda ve evcil hayvanlar. Ancak özellikle ilk altı kategori çok daha popüler durumdadır.

Bireyler sosyal medyanın büyümesine kapılmaktadırlar. Bu bireyler daha sonra kendi büyülerine kapılacak ve sanal cemaatlerine katılacak diğer bireylere ulaşabilmek adına mahremlerini paylaşmaktan kaçınmamakta ve bu konudaki geleneksel sınırları yok etmektedir (Anık, 2019: 127). Instagram tam olarak bu durumların yaşandığı içerik paylaşım sitesidir. Bireyler günün önemli bir kısmını

<sup>2</sup> Yazarlar burada “self-portraits” ifadesini kullanmışlardır.

Instagram’da arkadaşlarını ya da tanımadıkları ünlü/ünsüz kişileri takip ederek, onların paylaştıkları fotoğrafları, videoları izleyerek ya da kendileri çeşitli paylaşımlar yaparak geçirmektedirler. Bu durum ise bireylerin merak duygusunu gidermek, diğerlerini gözetlemek gibi eylemleri yapısı itibariyle Instagram’da gerçekleştirdiğinin bir işaretidir. Ayrıca Hu vd. (2014: 595), Instagram’ın derinlikli bir şekilde anlaşıldığında, bireylerin paylaştıkları fotoğraflar aracılığıyla sosyal, kültürel ve çevresel konulardaki aktiviteleri hakkında kapsamlı bir görüşe sahip olunabileceğini belirtmektedirler. Bu yorumlardan hareketle, Instagram’da yapılabileceklerin tamamının güncel mahremiyet tartışmalarına kaynaklık ettiği söylenebilir.

Instagram’ı diğer sosyal medya araçlarından ayıran en temel özellik görselliğin ön planda olduğu bir yapının söz konusu olmasıdır. Diğer birçok sosyal medya aracında da görsel paylaşımı yapıyor olmasına rağmen, bu özelliği öncelmesi ve kullanıcı sayısının bir milyara ulaşması bakımından Instagram ön plana çıkmaktadır. Instagram ve mahremiyet konusunu yan yana getiren temel nokta ise bu mecrada yaşanabilecek mahremiyet ihlallerinin ötesinde bireylerin Instagram kullanım pratikleridir. Bireyler Instagram uygulamasının verdiği olanaklar dâhilinde her anlarını canlı yayınlar, fotoğraflar ve hikâyelerle aracılığıyla diğerleriyle paylaşabilmekte; bunun karşılığında ise hem beğenilme arzusunu hem de benzer pratikleri uygulayan diğer kullanıcıları dikizleyerek merak arzusunu tatmin edebilmektedirler. Bunun yanı sıra Anık’ın (2019: 130) da ifade ettiği gibi bireyler sosyal medyada kitlesel beğeni alabilmek adına kendi özel hayatlarını abartılı bir şekilde sunmaları ve mahremiyetlerini ifşa etmeleri kıskançlık ve haset gibi duyguların da yaygınlaşmasına neden olmaktadır.

Mahremiyet söz konusu olduğunda özellikle sosyal ağlarda fotoğraf paylaşımını ön plana çıkarması sebebiyle Instagram tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Bu sebeple, ulusal ve uluslararası literatürde konuyla ilgili farklı çalışmalarda farklı sonuçlara rastlanmaktadır. Buna göre yapılan çalışmalarda Instagram’da mahremiyet kaygısı duyulmasına rağmen, bu platformun ideal benlik (ideal self) sunumu için kullanıldığı (Choi ve Sung, 2018); alınan eğitime bağlı olarak sosyal medyada gündelik hayat hakkında fazla paylaşım yapmayanların da

mahremiyet konusunda kaygılı oldukları (Türten, 2018); kişisel nitelikte bir mahremiyet anlayışının olmasına rağmen kurumsal veri gözetiminin (corporate dataveillance) göz ardı edildiği (Serafinelli ve Cox, 2019); ünlülerin kendi mahremelerini gösteren fotoğraflar paylaşma eğiliminde olmalarına rağmen takipçilerinin bunları takip etme eğiliminde olmadığı (Akyazı, 2019); öğrencilerin sosyal medyada çok fazla vakit geçirdikleri ve gelir düzeylerindeki artış ile mahremiyet ihlalleri arasında doğru orantı olduğu (Akgül ve Hekimoğlu Toprak, 2019); ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını paylaşmalarında mahremiyet kaygısının kayda değer bir rolünün olmadığı (Ranzini vd., 2020); Instagram’ın çok kullanıldığı, özellikle öğrencilerin burada fazla vakit geçirdikleri ve kullanıcıların mahremiyet hakkında bilgilerinin olmasına rağmen paylaşım yapmayı sürdürdükleri (Kütükoğlu, 2021) gibi çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

## 5. Metodoloji

### 5.1. Araştırma Yöntemi

Üniversite öğrencilerinin mahremiyet yönelimlerini tespit etmek amacıyla Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde eğitim gören tüm bölümlerdeki birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerini kapsayan bir saha araştırması yapılmıştır. Araştırma 2019 yılının Nisan ve Mayıs aylarında gerçekleştirilmiştir. Örneklem olarak ise yüz yüze anket uygulanan 329 üniversite öğrencisinin cevapları değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada özellikle cinsiyet ve sınıf dağılımında dengenin olmasına dikkat edilmiştir.

2018-2019 eğitim öğretim yılının bahar döneminde Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde kayıtlı olan birinci ve dördüncü sınıf öğrencilerinin toplam sayısı 1670’dir. Araştırmanın örneklemi belirlemek için Yazıcıoğlu ve Erdoğan’ın (2004: 50) geliştirdiği örneklem büyüklüğü hesaplama tablosundan yararlanılmıştır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan’ın geliştirdiği örneklem tablosuna göre 1000 kişilik bir evreni yüzde 5 hata payıyla temsil edecek örneklemin 278 kişiden; 2500 kişilik bir evreni yüzde 5 hata payıyla temsil edecek örneklemin ise 333 kişiden oluşması gerekmektedir. Bu çalışmada geçerli sayılan 329 adet anket, çalışmanın evrenini temsil eden örneklem sayısına ulaşıldığının göstergesidir.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin Instagram’da mahremiyet algılarını ölçmek için, iki bölümde toplam 27 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda, aşağıda tanımlanan ölçeklerden yararlanılmıştır:

- (Çok Boyutlu) Mahremiyet Yönelimi Ölçeği: Çalışmada bireylerin mahremiyet yönelimlerini ölçmek amacıyla geliştirilmiş “(Çok Boyutlu) Mahremiyet Yönelimi” ölçeği kullanılmıştır. Baruh ve Cemalcılar (2014) bu ölçeği farklı ölçeklerden (Buchanan vd., 2006; Malhotra vd., 2004; Stieger vd., 2013) yararlanarak oluşturmuşlardır. Yapılan analiz sonucunda ölçeğin dört faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu araştırmada faktör analizinden düşük puan alan üç yargı analiz aşamasında çıkartılmıştır. Dolayısıyla faktör analizi, geçerlilik ve güvenilirlik testleri yeniden yapılmıştır. Buna göre çalışmada kullanılan ölçeğin Cronbach’s Alpha değeri 0,839 olarak belirlenmiştir.
- Kişisel Bilgi Formu: Bu kısımda yaş ve cinsiyet gibi demografik değişkenlerin yanı sıra, katılımcıların Instagram kullanımlarına yönelik olarak; günlük Instagram kullanım süresi, günlük Instagram kullanım sıklığı, Instagram hesabını ne zaman oluşturduğu, Instagram’da paylaşım yapma sıklığı ve mahremiyet tanımlarını sorgulamaya yönelik sorular bulunmaktadır.

Saha araştırması 2019 yılının Nisan ve Mayıs aylarında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde yüz yüze olarak gerçekleştirilmiş ve çalışmanın verileri SPSS 25.0 istatistik programına elektronik olarak girilerek analiz edilmiştir. Katılımcıların cinsiyetine ve eğitim gördükleri sınıfa göre mahremiyet yönelim boyutlarına katılımlarının anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere Bağımsız Örneklem T-Testi; Instagram kullanım davranışlarını belirlemek üzere Frekans Analizi; katılımcıların mahremiyet yönelim boyutlarını belirlemek üzere Faktör Analizi ve mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere Korelasyon Analizi yapılmıştır.

İncelenen literatür sonucunda yanıtı aranan araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir: (1) Katılımcıların cinsiyete göre mahremiyet yönelim boyutlarına katılımları anlamlı bir farklılık gösterir mi? (2) Katılımcıların eğitim gördükleri sınıfa göre mahremiyet yönelim boyutlarına katılımları anlamlı bir farklılık gösterir

mi? (3) Katılımcıların Instagram kullanım davranışları nedir? (4) Katılımcıların mahremiyet yönelim boyutları nelerdir? (5) Mahremiyet yönelim boyutları arasında nasıl bir ilişki vardır?

## 6. Bulgular ve Yorum

Bu araştırma kapsamında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencisi olan ve Instagram hesabına sahip olan 329 öğrenciyle anket yapılmıştır. Anket çalışması yapılırken öğrencilerin bölümleri göz ardı edilmiş, sadece birinci ve dördüncü sınıflar seçilmiştir. Böylece hem iletişim fakültesi öğrencilerinin mahremiyet algısı ölçmek hem de iki grup arasında anlamlı farklılaşmalar olup olmadığı görmek amaçlanmıştır.

Frekans analizi sonuçlarına göre araştırmaya katılan 329 öğrencinin 180'i (yüzde 54,7) kadın, 149'u (yüzde 45,3) ise erkektir. Oranlar arasında yakınlık söz konusu olması bakımından karşılaştırma yapmaya elverişlidir. Araştırmaya katılanların yaşları anket formu üzerinde açık uçlu bırakılmıştır. Buna göre ankete katılanların yaş ortalaması 21,61'dir. Ayrıca kadınların yaş ortalaması 21,53 iken; erkeklerin yaş ortalaması 21,71'dir. Sınıflara göre yaş ortalamalarına bakıldığında ise 1. sınıf öğrencilerinin yaş ortalamasının 20,29, 4. sınıf öğrencilerinin yaş ortalamasının ise 23,03 olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılanların aylık ortalama harcamaları incelendiğinde 0-500 TL yüzde 28,8, 501-1000 TL yüzde 47,1, 1001-1500 TL yüzde 15,8, 1501-2000 TL yüzde 7,6 ve 2001 TL ve üzeri yüzde 3,6 olduğu görülmüştür. Buna göre öğrencilerin neredeyse yarısının 501-1000 TL arasında harcama yaptığı ve sadece yüzde 3,6'lık bir kesimin 2001 TL ve üzeri harcama yaptığı anlaşılmaktadır.

Üniversiteye gelmeden önce katılımcılar yüzde 4,9'u köyde, yüzde 2,4'ü kasabada, yüzde 21,9'u ilçede, yüzde 51,4'ü şehirde ve yüzde 19,5'i metropolde yaşadıklarını belirtmişlerdir. Buna göre toplamda yüzde 70,9 ile katılımcıların büyük kısmının şehirlerden ve metropollerden geldiği görülmektedir.

Katılımcıların yüzde 51,7'si birinci sınıf ve yüzde 48,3'ü dördüncü sınıf öğrencisidir. Ayrıca katılımcıların yüzde 30,4'ü halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü,

yüzde 27,1'i gazetecilik bölümü, yüzde 19,5', radyo, televizyon ve sinema bölümü ve yüzde 23,1'i reklamcılık bölümü öğrencisidir.

Instagram hesabının ne zaman oluşturulduğu sorusuna alınan yanıtlara göre katılımcıların yüzde 38,9'unu oluşturan 128 kişinin 4 yıldan daha fazla bir süredir Instagram hesabına sahip oldukları görülmektedir. Bunu sırasıyla yüzde 24,9 ile 3-4 yıl önce, yüzde 17,3 ile 2-3 yıl önce, yüzde 10,6 ile 1-2 yıl önce ve yüzde 8,2 ile 1 yıldan önce cevapları takip etmektedir.

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise Instagram hesabına ne sıklıkla girdikleridir. Bu soruya katılımcıların yüzde 45,6'sını oluşturan 150 kişi çoğu zaman yanıtını vermiştir. Bunu sırasıyla yüzde 32,5 ile her zaman, yüzde 17,6 ile ara sıra ve son olarak yüzde 4,3 ile nadiren yanıtı takip etmektedir. Katılımcıların çok büyük kısmının Instagram hesabını her zaman ya da çoğu zaman kullanıyor olması üniversite öğrencilerinin zamanlarını ne şekilde geçirdiklerinin görülmesi açısından önemli bir göstergedir.

Instagram'da sıklıkla fotoğraf, video, hikâye vs. paylaşma sıklıkları sorulduğunda katılımcıların yüzde 46,8'ini oluşturan 154 kişinin ara sıra yanıtını verdikleri görülmüştür. Bunu sırasıyla yüzde 33,4 ile nadiren, yüzde 14 ile çoğu zaman, yüzde 4,6 ile hiç ve yüzde 1,2 ile her zaman yanıtı takip etmektedir. Burada dikkat çeken nokta ise katılımcıların neredeyse tamamı Instagram'da bir şekilde paylaşım yapıyor olmasıdır.

Katılımcıların mahremiyeti nasıl tanımladıklarını görmek amacıyla yöneltilen soruya büyük oranda yüzde 70,2 özel hayat yanıtı verilmiştir. Bunu sırasıyla yüzde 22,8 ile gizlilik, yüzde 4,3 ile ihtiyaç, yüzde 1,5 gizlilik, ihtiyaç ve özel hayat, yüzde 0,3 ile hayat çizgisi, yüzde 0,3 ile namus, yüzde 0,3 özdeğer ve yüzde 0,3 ile özgürlük yanıtları takip etmektedir.

**Tablo 1. Katılımcıların Instagram Kullanım Sürelerinin Cinsiyete Göre Farklılık İstatistikleri**

| Günlük Ortalama Instagram Kullanımı | En Az | En Çok | $\bar{X}$ | SD     |
|-------------------------------------|-------|--------|-----------|--------|
|                                     | 30    | 960    | 185,56    | 168,81 |

| Cinsiyete Göre Instagram Kullanımı | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$     | SD     | t-value | Sig.        |
|------------------------------------|----------|-----|---------------|--------|---------|-------------|
|                                    | Kadın    | 180 | <b>208,83</b> | 176,91 | 2,776   | <b>,006</b> |
|                                    | Erkek    | 149 | <b>157,44</b> | 154,43 |         |             |

Katılımcıların günlük ortalama Instagram kullanımlarının en az 30 dakika en çok 960 dakika olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların günlük ortalama Instagram kullanım süresi ise ortalama 185,5 dakikadır. Cinsiyete göre analiz yapıldığında kadınların günlük ortalama 208,8 dakika, erkeklerin ise günlük ortalama 157,4 dakika Instagram kullandıkları ve bu oranların cinsiyete göre anlamlı farklılık taşıdığı tespit edilmiştir ( $t=2.77$ ;  $p< .01$ ). Ayrıca kadınların erkeklere göre ortalama olarak yaklaşık 52 dakika daha fazla Instagram'da vakit geçirdikleri anlaşılmaktadır.

**Tablo 2. Instagram'da Mahremiyete Dair İfadelerin Merkezi Eğilim İstatistikleri**

| Mahremiyete Dair İfadeler  | En Az | En Çok | $\bar{X}$   | SD   |
|--|-------|--------|-------------|------|
| Mahremiyet (gizlilik) ile ilgili yasalar, kişilerin özel yaşamlarını koruyacak şekilde güçlendirilmelidir.                               | 1     | 5      | <b>4,66</b> | 0,76 |
| İnsanlar kişisel verilerin suiistimal edilmesine karşın yasal olarak korunmalıdırlar.  | 1     | 5      | <b>4,60</b> | 0,87 |
| Kendimin mahremiyeti kadar diğer insanların mahremiyetine de değer veriyorum.  | 1     | 5      | <b>4,50</b> | 0,76 |
| Kendileri dikkat etmiyorsa bile, başkalarının mahremiyetine saygı göstermek benim için önemlidir.  | 1     | 5      | <b>4,38</b> | 0,90 |
| Eğer bugün bir anayasa yazacak olsaydım büyük ihtimalle kişisel mahremiyeti temel hak olarak eklerdim.                                   | 1     | 5      | <b>4,22</b> | 0,92 |
| Başkalarının özel hayatlarına karışmamak için her zaman elimden geleni yaparım.  | 1     | 5      | <b>4,17</b> | 0,87 |
| Bir kişi kendi mahremiyetini korumaya özen göstermiyorsa bile, ben elimden geldiğince o kişinin özel yaşamına burun sokmamaya çalışırım. | 1     | 5      | <b>4,08</b> | 0,98 |
| Kendi özel hayatını korumaya özen göstermeyen kişilerin benim özel hayatıma saygı göstereceğine güvenmiyorum.                            | 1     | 5      | <b>4,05</b> | 1,06 |
| Özel hayatımın mahremiyetinin güvende olması için, arkadaşlarımın da kendi özel hayatları hakkında dikkatli olması gerekir.              | 1     | 5      | <b>4,00</b> | 0,97 |
| Kendi özel yaşamları hakkındaki detayları herkesle paylaşan birine sırdaş olarak güvenemem.  | 1     | 5      | <b>3,87</b> | 1,15 |
| Kişisel bilgilerimi istediğimden daha fazla kişi ile paylaşmış olmak beni kaygılandırıyor.   | 1     | 5      | <b>3,81</b> | 1,11 |
| Kişisel bilgilerimin detaylarını birisiyle paylaştığım zaman diğer insanlarla bunları paylaşacağı hakkında endişe duyarım.               | 1     | 5      | <b>3,55</b> | 1,17 |

|   |   |   |             |      |
|---|---|---|-------------|------|
| Etrafımdakilerin özel hayatım hakkında gereğinden fazla bilgiye sahip olduklarından kaygılıyım. | 1 | 5 | <b>3,38</b> | 1,11 |
|---|---|---|-------------|------|

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların Instagram’da mahremiyete dair en çok “mahremiyet (gizlilik) ile ilgili yasalar, kişilerin özel yaşamlarını koruyacak şekilde güçlendirilmelidir” ( $\bar{X}=4,66$ ) ve “insanlar kişisel verilerin suiistimal edilmesine karşın yasal olarak korunmalıdırlar” ( $\bar{X}=4,60$ ) ifadelerine katıldıkları görülmektedir. Bunun yanı sıra katılımcıların en az “kişisel bilgilerimin detaylarını birisiyle paylaştığım zaman diğer insanlarla bunları paylaşacağı hakkında endişe duyarım” ( $\bar{X}=3,55$ ) ve “etrafımdakilerin özel hayatım hakkında gereğinden fazla bilgiye sahip olduklarından kaygılıyım” ( $\bar{X}=3,38$ ) ifadelerine katıldıkları anlaşılmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların Instagram kullanırken kendi mahremiyetlerinin yasalar tarafından korunmasını istedikleri ve kendi mahremiyetleri konusunda diğer insanlardan gelecek tehlikelerden çok fazla çekinmedikleri çıkarımı yapılabilir.

**Tablo 3. Mahremiyet Yönelimi Boyutlarının Faktör Analizi**

|   | Faktörler |   |   |             |
|---|-----------|---|---|-------------|
|   | 1         | 2 | 3 | 4           |
| <i>(1) Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı</i>   |           |   |   |             |
| Bir kişi kendi mahremiyetini korumaya özen göstermiyorsa bile, ben elimden geldiğince o kişinin özel yaşamına burun sokmamaya çalışırım |           |   |   | <b>,784</b> |
| Kendimin mahremiyeti kadar diğer insanların mahremiyetine de değer veriyorum  |           |   |   | <b>,749</b> |
| Başkalarının özel hayatlarına karışmamak için her zaman elimden geleni yaparım  |           |   |   | <b>,745</b> |
| Kendileri dikkat etmiyorsa bile, başkalarının mahremiyetine saygı göstermek benim için önemlidir  |           |   |   | <b>,723</b> |
| <i>(2) Bir Hak Olarak Mahremiyet</i>  |           |   |   |             |
| Mahremiyet (gizlilik) ile ilgili yasalar, kişilerin özel yaşamlarını koruyacak şekilde güçlendirilmelidir                               |           |   |   | <b>,877</b> |
| İnsanlar kişisel verilerin suiistimal edilmesine karşın yasal olarak korunmalıdırlar  |           |   |   | <b>,867</b> |
| Eğer bugün bir anayasa yazacak olsaydım büyük ihtimalle kişisel mahremiyeti temel hak olarak eklerdim                                   |           |   |   | <b>,668</b> |
| <i>(3) Diğer İhtimalli Mahremiyet</i>   |           |   |   |             |
| Kendi özel hayatını korumaya özen göstermeyen kişilerin benim özel hayatıma saygı göstereceğine güvenmiyorum                            |           |   |   | <b>,857</b> |
| Kendi özel yaşamları hakkındaki detayları herkesle paylaşan birine sırdaş olarak güvenemem  |           |   |   | <b>,791</b> |



|  |             |
|--|-------------|
| Özel hayatımın mahremiyetinin güvende olması için, arkadaşlarımla da kendi özel hayatları hakkında dikkatli olması gerekir | <b>,743</b> |
| <i>(4) Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı</i>   |             |
| Etrafımdakilerin özel hayatım hakkında gereğinden fazla bilgiye sahip olduklarından kaygılıyım                             | <b>,860</b> |
| Kişisel bilgilerimi istediğimden daha fazla kişi ile paylaşmış olmak beni kaygılandırıyor                                  | <b>,734</b> |
| Kişisel bilgilerimin detaylarını birisiyle paylaştığım zaman diğer insanlarla bunları paylaşacağı hakkında endişe duyarım  | <b>,718</b> |

Anket çalışmasında 1-16 arasındaki sorular başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı, bir hak olarak mahremiyet, diğer ihtimalli mahremiyet ve kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı olmak üzere dört faktöre göre tasarlanmıştır. Yapılan faktör analizi neticesinde yine dört faktör elde edilmiştir, ancak değerleri düşük bulunan üç ifade çıkarılmıştır. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine yapılan saha araştırmasında “kimlik bilgilerini paylaşmanın sonuçları hakkında kaygılıyım”, “başkalarının mahremiyetine saygı, sosyal ilişkilerde önemli bir öncelik olmalıdır” ve “çevremdeki insanların kendi hayatlarının mahremiyetine (gizliliğine) ne kadar özen gösterdikleri benim özelimin ne kadar korunabileceğini etkiler” ifadeleri düşük oranlara sahip oldukları için analizden çıkartılmışlardır.

**Tablo 4. Mahremiyet Yönelimi Faktör Özdeğerleri, Açıklanan Varyansları ve Güvenilirliği**

| Faktörler  | Özdeğer | Açıklanan Varyans | Güvenilirlik |
|--|---------|-------------------|--------------|
| Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı   | 4,663   | 19,70             | ,798         |
| Bir Hak Olarak Mahremiyet  | 1,996   | 18,03             | ,823         |
| Diğer İhtimalli Mahremiyet   | 1,262   | 16,23             | ,772         |
| Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı  | 1,109   | 15,49             | ,739         |
| <b>Toplam</b>  |         | <b>69,46</b>      | <b>,839</b>  |
| <b>KMO Measure of Sampling Adequacy: ,815</b><br><b>Barlett’s Test of Sphericity: <math>X^2= 1699,218</math>; <math>df=78</math>; <math>p=,000</math></b><br><b>Cronbach Alpha: ,839</b> |         |                   |              |

Mahremiyet yönelimi faktörlerinin özdeğerleri, açıklanan varyansları ve güvenilirliği belirlenmiştir. Buna göre başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygının özdeğeri “4,66”, açıklanan varyansı “19,70” ve güvenilirliği “0,798” olarak belirlenmiştir. Bir hak olarak mahremiyetin özdeğeri “1,99”, açıklanan varyansı “18,03” ve güvenilirliği “0,823”tür. Diğer ihtimalli mahremiyetin özdeğeri “1,26”, açıklanan varyansı “16,23” ve güvenilirliği “0,772”dir. Son olarak kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygının özdeğeri “1,10”, açıklanan varyansı “15,49” ve güvenilirliği “0,739” olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 5. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi**

| Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sınıflara Göre Değerlendirilmesi | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$   | SD   | t-value | Sig. |
|--|----------|-----|-------------|------|---------|------|
| Bşkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı                          | Kadın    | 180 | <b>4,34</b> | 0,61 | 1,627   | ,105 |
|  | Erkek    | 149 | <b>4,21</b> | 0,79 |         |      |
| Bir Hak Olarak Mahremiyet  | Kadın    | 180 | <b>4,47</b> | 0,73 | -,510   | ,611 |
|  | Erkek    | 149 | <b>4,52</b> | 0,73 |         |      |
| Diğer İhtimalli Mahremiyet                                       | Kadın    | 180 | <b>3,96</b> | 0,93 | -,249   | ,804 |
|  | Erkek    | 149 | <b>3,99</b> | 0,82 |         |      |
| Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı                  | Kadın    | 180 | <b>3,67</b> | 0,83 | 1,921   | ,056 |
|  | Erkek    | 149 | <b>3,48</b> | 1,00 |         |      |

Mahremiyet yönelim boyutlarının cinsiyete göre değerlendirilmesi sonucunda boyutlar arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak sonuçlara göre hem kadınların hem de erkekler açısından bir hak olarak mahremiyet boyutu en yüksek oranlara sahipken; kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı boyutu en düşük oranlara sahip olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 6. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sınıflara Göre Değerlendirilmesi**

| Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sınıflara Göre Değerlendirilmesi | Sınıf   | N   | $\bar{X}$   | SD   | t-value | Sig.        |
|--|---------|-----|-------------|------|---------|-------------|
| Bşkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı                          | 1.sınıf | 170 | <b>4,29</b> | 0,72 | ,222    | ,541        |
|  | 4.sınıf | 159 | <b>4,27</b> | 0,68 |         |             |
| Bir Hak Olarak Mahremiyet  | 1.sınıf | 170 | <b>4,47</b> | 0,77 | -,610   | ,699        |
|  | 4.sınıf | 159 | <b>4,52</b> | 0,69 |         |             |
| Diğer İhtimalli Mahremiyet                                       | 1.sınıf | 170 | <b>3,99</b> | 0,88 | ,430    | ,628        |
|  | 4.sınıf | 159 | <b>3,95</b> | 0,88 |         |             |
| Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı                  | 1.sınıf | 170 | <b>3,46</b> | 1,01 | -2,568  | <b>,001</b> |
|  | 4.sınıf | 159 | <b>3,72</b> | 0,78 |         |             |

Katılımcıların okudukları sınıflara göre mahremiyet yönelimlerinin boyutlarına bakıldığında, 4. sınıf öğrencilerinin 1. sınıf öğrencilerine göre kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı ( $t = -2,56; p < .01$ ) boyutunda anlamlı farklılık saptanmıştır. Buna göre 4. sınıf öğrencileri, 1. sınıf öğrencilerine oranla kendi enformasyonel mahremiyetlerine ilişkin daha fazla kaygı duymaktadırlar. Bunun sebebi olarak müfredatlarında yer alan medya okuryazarlığı ve eleştirel yaklaşımlar gibi dersler gösterilebilir.

**Tablo 7. Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları (Pearson r)**

|   | 1      | 2      | 3      | 4 |
|---|--------|--------|--------|---|
| Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı        | 1      |        |        |   |
| Bir Hak Olarak Mahremiyet                       | ,531** | 1      |        |   |
| Diğer İhtimalli Mahremiyet                      | ,279** | ,260** | 1      |   |
| Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı | ,285** | ,346** | ,425** | 1 |

**Not:** \*\* $p < .01$

Mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre en güçlü pozitif anlamlı ilişkinin bir hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin boyutları arasında olduğu dikkat çekmektedir ( $r = ,531; p < .01$ ). Bir başka anlatımla katılımcıları mahremiyeti bir hak olarak gördüklerinde, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygılarında da bir artış yaşanmaktadır. Bununla birlikte, diğer boyutların tümünde de birbiri arasında düşük ya da orta düzeyde pozitif anlamlı ilişki bulunması dikkat çeken diğer bir noktadır.

## SONUÇ

Mahremiyet, içinde barındırdığı öznellik sebebiyle herkes tarafından farklı tanımlanan ve asırlardır insanlığın gündemini bir şekilde meşgul eden bir kavramdır. Ancak genel itibarıyla mahremiyet hem özel alana, özel hayata ve gizliliğe gönderme

yapmakta hem de birçok açıdan ihtiyaç olarak kabul edilmektedir. Geniş bir anlam yelpazesine sahip olan kavram, özellikle internet teknolojisi ve onun getirdiği diğer yeniliklerle beraber insanlığın gündemine farklı şekillerde gelmeye başlamıştır. Artık birçokları için dijital çağda mahremiyet konusu ilgi odağı olmaya başlamış, hatta bazıları için dijital çağ çoktan mahremiyetin sonunu getirmiştir. İşte bu tartışmalar mahremiyet konusunun uzunca bir süre daha tartışmaların merkezinde olmasına neden olacak gibi görünmektedir.

Mahremiyet ve sosyal medya araçları söz konusu olduğunda özellikle Instagram görselliği ön plana taşıyan yapısı itibariyle akla ilk gelen içerik paylaşım sitesidir. Çünkü mahremiyet tartışmalarının merkezinde teşhir, gözetim, dikizleme, beğenilme arzusu ve merak gibi unsurlar yer almaktadır. Instagram bunlar için ideal bir ortam sunmaktadır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin seçilmesinin asıl sebebi ise dijital yerliler olarak Instagram’ı dijital göçmenlere oranla daha çok ve aktif kullandıklarının kabul edilmesidir.

Çalışma kapsamında yanıt aranan ilk soru cinsiyete göre mahremiyet yönelim boyutlarının arasındaki ilişkidir. Yapılan analiz sonucunda cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Ancak hem kadınların hem de erkeklerin sırasıyla bir hak olarak mahremiyet, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı, diğer ihtimalli mahremiyet ve kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarına oldukça yüksek oranda katıldıkları görülmüştür.

Çalışmanın bir diğer araştırma sorusu ise eğitim görülen sınıfa göre mahremiyet yönelim boyutları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığıdır. Analiz sonucunda kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda sınıflara göre anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre dördüncü sınıf öğrencileri birinci sınıf öğrencilerine oranla kendi enformasyonel mahremiyetlerine ilişkin daha fazla kaygı duymaktadırlar. Bunun temel sebebi dört yıl boyunca fakülte bünyesinde alınan medya okuryazarlığı ve eleştirel yaklaşımlar gibi dersler olabilir. Ayrıca iki grup da diğer mahremiyet yönelim boyutlarına yüksek oranda katılmaktadırlar.

Yapılan analiz sonucunda elde edilen önemli bulgulardan birisi de üniversite öğrencilerinin günün önemli bir kısmını Instagram’da geçirmeleridir. Bir öğrencinin

günlük ortalama Instagram kullanım süresi 185,5 dakikadır. Bunun anlamı yirmi dört saatlik bir günün sekizde biri Instagram'da geçmektedir. Bu rakam dünya ortalamasının yaklaşık 50 dakika üzerindedir. Nitekim başka çalışmalarda da öğrencilerin Instagram başta olmak üzere sosyal medyada çok fazla vakit geçirdikleri tespit edilmiştir (Akgül ve Hekimoğlu Toprak, 2019; Kütükoğlu, 2021).

Literatürden hareketle, bireylerin Instagram gibi mecralarda uzun süre vakit geçirerek hem merak duygularını gidermek için başkalarını gözetledikleri hem de beğenilme arzularını tatmin etmek için paylaşımlarda buldukları anlaşılmaktadır. Nitekim katılımcıların Instagram'da geçirdikleri vakit ve paylaşım yapma sıklıkları göz önüne alındığında bu çıkarım desteklenmektedir. Bu duruma rağmen anket formunda yer alan ve analize dâhil edilen on üç ifadeye katılma oranları oldukça yüksektir. Diğer bir ifadeyle, katılımcılar genel itibariyle Instagram'da mahremiyetleri için kaygı duymaktadırlar. Bu noktada Instagram kullanım pratikleri ve mahremiyet algıları arasında bir çelişki söz konusudur. Çünkü mahremiyete yönelik tehditler sadece diğer kullanıcılardan değil, bu mecralarda veri toplayan birçok kurum/kuruluş tarafından da gelebilmektedir. Dolayısıyla özellikle Instagram'da mahremiyet kaygısı duyan ve kendi kişisel bilgilerinin güvenliğinden şüphe eden bireylerin Instagram'ı bu şekilde kullanmamaları beklenmektedir.

Sonuç olarak, katılımcıların mahremiyet konusunda fikir sahibi oldukları ve Instagram'da mahremiyet kaygısı duydukları ancak buna rağmen bu mecrada günlük hayatlarının kayda değer bir kısmını geçirdikleri anlaşılmaktadır. Bu çelişkili durumun nedenleri dijital yerliler olarak üniversite öğrencileri tarafından mahremiyet konusuna yeterince önem verilmemesi ya da başta Instagram'ın günlük yaşamın vazgeçilmezi olarak kabul edilmesi olabilir. Ayrıca Serafinelli ve Cox'un (2019) çalışmalarında olduğu gibi kullanıcılar Instagram kullandıklarında verilerinin farklı şekillerde kullanılabileceğinin farkında olsalar bile, ücretsiz bir hizmetten yararlanmanın karşılığında mahremiyet kaybını normal kabul edebilmektedirler.

Bu çalışma üniversite öğrencilerinin mahremiyet algılarını ortaya kaymayı amaçlayan bir çalışma olarak nitelendirilebilir. Bu konuyla ilgili olarak daha sonra yapılacak çalışmalarda örneklem çeşitliliği artırılarak farklı kuşakların mahremiyet yönelim boyutları ortaya konmaya çalışılabilir. Instagram kullanım

motivasyonlarının arkasında yatan psikolojik etmenlere odaklanan çalışmalar ile dijital çağda mahremiyet konusu ele alınabilir. Ayrıca bireylerin mahremiyet yönelimlerini ortaya çıkarabilmek için nitel araştırma yöntemlerine de müracaat edilebilir.

#### **KAYNAKÇA**

AKGÜL, Mahmut ve HEKİMOĞLU TOPRAK, Hande (2019). “Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği”, AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 10(38), s.75-114.

AKYAZI, Ayşenur (2019). “Mahremiyetin Dönüşümü: Ünlülerin Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma”, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 18(1), s.197-216.

ANIK, Mehmet (2019). Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası: Georg Simmel Ekseninde Eleştirel Bir Değerlendirme, (Editör), Nazife Şişman. Mahremiyet: Hayatın Sırları ve Sınırları, İstanbul: İnsan Yayınları, s.119-133.

ARIK, Emel (2018). Dijital Mahremiyet, Konya: LiteraTürk Academia.

BARİTCİ, Fatih (2019). Dijital Dünyada Mahremiyetin Geleceği: Mahremiyet Mümkün Mü?, (Editör), Oğuz Göksu. İletişimin Dijital Boyutu, Konya: LiteraTürk Academia, s.225-248.

BARUH, Lemi ve CEMALCILAR, Zeynep (2014). “It is More Than Personal: Development and Validation of a Multidimensional Privacy Orientation Scale”, Personality and Individual Differences, 70, s.165–170.

BUCHANAN, Tom; PAINE, Carina; JOINSON, Adam N. ve REIPS Ulf-Dietrich (2006). “Development of Measures of Online Privacy Concern and Protection for Use on the Internet”, Journal of the American Society for Information Science and Technology, 58(2), s.157–165.

CEVİZCİ, Ahmet (2016). Felsefenin Kısa Tarihi, (4. Baskı), İstanbul: Say Yayınları.

CHATFIELD, Tom (2013). Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız, (Çev: Levent Konca), İstanbul: Sel Yayıncılık.

BARİTCİ, Fatih (2023). Üniversite Öğrencilerinin Instagram’da Mahremiyet Algıları Üzerine Bir Saha Araştırması. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 280-304.

CHO, Hyunyi ve LAROSE, Robert (1999). “Privacy Issues in Internet Surveys”, *Social Science Computer Review*, 17(4), s.421–434.

CHOI, Tae Rang ve SUNG, Yongjun (2018). “Instagram versus Snapchat: Self-expression and Privacy Concern on Social Media”, *Telematics and Informatics*, 35(8), s.2289-2298.

ÇAKIR, Hamza (2018). Sosyal Medya ve Kaybedilen Mahremiyet, (2. Baskı). Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, s.11-19.

DINEV, Tamara ve HART, Paul (2005). “Internet Privacy Concerns and Social Awareness as Determinants of Intention to Transact”, *International Journal of Electronic Commerce*, 10(2), s.7-29.

FİDAN BARİTCİ, Zühal (2020). Gözetim Bağlamında Siyasal İktidarların Denetim Aracı Olarak Teknolojiyi Kullanımı, (Editör), Mahmut Akgül ve Murat Başarır. Siyasal İletişim Yazıları, Konya: Palet Yayınları, s.73-92.

GOLDIE, John Gerard Scott (2016). “Connectivism: A Knowledge Learning Theory for The Digital Age?”, *Medical Teacher*, 38(10), s.1064-1069.

GÖLE, Nilüfer (2014). Mahremin Göçü, (2. Baskı), İstanbul: Hayy Kitap.

GÖLE, Nilüfer (2016). Modern Mahrem, (13. Baskı), İstanbul: Metis Yayınlar.

HAN, Byung-Chul (2018). Şeffaflık Toplumu, (3. Baskı), (Çev: Haluk Barışcan), İstanbul: Metis Yayınları.

HU, Yuheng, MANIKONDA, Lydia ve KAMBHAMPATI, Subbarao (2014). “What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types”, *Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, p.595-598, June 2014, Michigan.

JARVIS, Jeff (2012). E-Sosyal Toplum: Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi, (Çev: Çağlar Kök), İstanbul: MediaCat Kitapları.

BARİTCİ, Fatih (2023). Üniversite Öğrencilerinin Instagram’da Mahremiyet Algıları Üzerine Bir Saha Araştırması. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 280-304.

KAHRAMAN, Abdullah (2018). Nas’lar Çerçevesinde Mahremiyet: Tanımlar ve Sınırlar, (2. Baskı), Mahremiyet Bağlamında Sosyal Medya ve Aile, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, s.55-61.

KEMP, Simon (2019). Digital 2019: Global Internet Use Accelerates. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>, Erişim Tarihi: 22.04.2019.

KIRBY, A. (2009). Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture, New York/London: The Continuum International Publishing Group Inc.

KÜTÜKOĞLU, Elif (2021). Karantina ve Etkileri: Covid-19 Pandemisi Sosyal Medyada Mahremiyet Algısını Değiştirdi mi?, (Editör), Elif Kütükoğlu. Mahremiyetin Medyası, Konya: Eğitim Yayınevi, s.123-150.

LİVBERBER, Tuba (2018). Sosyal Medyada Mahremiyet: Gözetim, Teşhir ve Dikizleme Kültürü, Konya: LiteraTürk Academia.

LOKKE, Eirik (2018). Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat, (Çev: Dilek Başak), İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

MALHOTRA, Naresh K; KİM, Sung S. ve AGARWAL, James (2004). “Internet Users’ Information Privacy Concerns (IUIPC): The Construct, The Scale, and a Causal Model”, Information Systems Research, 15(4), s.336–355.

PENROSE, Mary M. (2018). Social Media, (Editor), Christopher T. Anglim. Privacy Rights in The Digital Age, Amenia, NY: Grey House Publishing, s.488-492.

RANZINI, Giulia, NEWLANDS, Gemma E. ve LUTZ, Christoph (2020). “Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram-Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom”, Social Media+ Society, 6(4), s.1-13.

SEIDLINGER, Michael. J. (2018). En Yabancı, (Çev: Başak Karal), İstanbul: The Kitap.



BARİTCİ, Fatih (2023). Üniversite Öğrencilerinin Instagram’da Mahremiyet Algıları Üzerine Bir Saha Araştırması. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 11 (1), 280-304.

SERAFINELLI, Elisa ve COX, Andrew (2019). “‘Privacy does not Interest Me’. A Comparative Analysis of Photo Sharing on Instagram and Blipfoto”, Visual Studies, 34(1), s.67-78.

STIEGER, Stefan; BURGER, Christoph; BOHN, Manuel ve VORACEK, Martin (2013). “Who Commits Virtual Identity Suicide? Differences in Privacy Concerns, Internet Addiction, and Personality between Facebook Users and Quitters”, Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 16(9), s.629–634.

ŞİŞMAN, Nazife (2019). Sunuş, (Editör), Nazife Şişman. Mahremiyet: Hayatın Sırları ve Sınırları, İstanbul: İnsan Yayınları, s.7-20.

TÜRTEEN, Elif (2018). “Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği”, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (30), s.143-161.

WOO, Jisuk (2006). “The Right Not to Be Identified: Privacy and Anonymity in The Interactive Media Environment”, New Media and Society, 8(6), s.949-967.

VINCENT, D. (2016). Mahremiyet: Kısa Bir Tarih, (Çev: Deniz Cumhur Başaraner), Ankara: Epos Yayınları.

YAZICIOĞLU, Yahşi ve ERDOĞAN, Samiye (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Detay Yayıncılık.

YÜKSEL, Mehmet (2003). “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 58(1), s.181-213.

Çalışma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.