

Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği¹

Elif Türten²

Öz

Mahremiyet, insanların temel ihtiyaçlarından biridir. “Kişisel gizlilik” anlamı taşıyan mahremiyet, gerek toplumlar gerekse insanlar için oldukça önemli olan sosyokültürel bir olgudur. Telgrafla başlayan, radyo ve televizyonla gelişim gösteren iletişim ise, yeni teknolojilerin gelişmesi ile değişime uğramıştır. Hayatımıza girerek sosyal yaşamımızın merkezine yerleşen dijital medya, dönüşen iletişimin en belirgin türlerinden biridir. Sosyal medya, yeni iletişim teknolojileri ile birlikte pek çok şeyi değiştirmiştir. Kültürel anlamda önemli bir işlevi olan mahremiyet de dijital medyadan etkilenmiştir. Facebook, Twitter, Instagram, Swarm vb. sosyal medya ağlarında kişisel hesabı olan insanlar doğumdan ölüme, yaşadıkları evden iş yerlerine kadar pek çok alanı kişisel hesaplarına taşımaya başlamışlardır. Artık sosyal medya hesabı olan bireylerin ne zaman evlendiği, tatile nereye gittiği, hangi okulu kazandığı, nerede çalıştığı, çocuğuna ne isim koyduğu gibi pek çok mahrem bilgisi bilinmektedir. Böylesi bir değişime uğrayan mahremiyet ise, her geçen gün farklı bir boyuta taşınmaktadır. İnsanlar sosyal medya üzerinden mahremiyetlerini teşhir ederek hem kimliklerini ifşa etmekte hem de kendilerine yeni kimlikler oluşturmaktadır. Bu çalışma ise kimliklerin yansıtılarak sosyal medyada mahremiyet algısının ne denli değiştiğini bilimsel anlamda ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın evrenini Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü yüksek lisans öğrencileri oluşturmaktadır. 5 kız, 5 erkek öğrenci olmak üzere toplam 10 lisansüstü öğrenciye yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. 2018 yılı Mart, Nisan ve Eylül aylarında yapılan yarı yapılandırılmış görüşme sonucunda, deneklerin sosyal medya hesaplarında günlük yaşamlarına dair çok fazla paylaşım yapmadıkları, mahremiyetlerine dikkat ettikleri, buna rağmen mahremiyet kaygısı taşıdıkları tespit edilmiştir. Deneklerin lisans ve yüksek lisans eğitimi boyunca aldıkları eğitim ile sosyal medya ve mahremiyet hakkında bilgi sahibi oldukları ve bunun sosyal medya kullanımlarına yansıdığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Mahremiyet, İletişim.

Atıf: Türten, Elif. (2018) Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (AKİL) Kasım (30) s. 143-161

1 Bu çalışma, 1-3 Kasım 2018 tarihleri arasında Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen 3. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

2 Arş. Gör. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, elifturten@gmail.com

Perception Of Mastersstudents' Social Media Privacy: Gümüşhane University Faculty Of Communication Example

Abstract

Privacy is one of the basic needs of people. Privacy, meaning “personal privacy,” is a socio-cultural phenomenon that is important to both people and society. Communication, which started with telegram and developed with radio and television, has changed with the development of new technologies. Digital media, which is at the center of our social life by entering our life, is one of the most obvious types of transforming communication. Social media has changed many things with new communication technologies. Confidentiality, an important function in the cultural sense, has also been influenced by digital media. Facebook, Twitter, Instagram, Swarm etc. people with social media accounts have begun to carry out many areas of personal account, from birth to death, from home to work. No longer, many intimate knowledge is known, such as when the individuals with social media accounts get married, where they go for a vacation, what schools they attend, where they work, what they name their children. Such a change of privacy is changing day by day. By exposing their privacy through social media, people both reveal their identities and create new identities for themselves. This study aimed to describe how the perception of privacy in the social media changed. The study's universe constitutes graduate students of the Public Relations and Publicity Department of the Communication Faculty of Gümüşhane University. 5 girls, 5 boys students, ie a total of 10 graduate students semi-structured interview technique applied. As a result of the semi-structured interview conducted in March, April and September 2018, it was determined that the subjects did not share much of their daily lives in social media accounts, they paid attention to their privacy, but still had privacy concerns. It was revealed that the subjects received information about their education and social media and privacy during their undergraduate and graduate education and this was reflected in their social media usage.

Keywords: Social Media, Privacy, Communication.

Giriş

İletişim süreci tarihsel anlamda farklı aşamalardan geçmiştir. Telgraf, telefon, film, televizyon gibi teknolojik gelişmeler, yavaş bir şekilde yayılmıştır. Ancak internet teknolojisinde görülen gelişmeler, insanlara çok hızlı ulaşmış, bu hıza bağlı olarak gelişim göstermiştir. İnternet teknolojisinin sonuçlarından biri olarak insanların hayatına giren sosyal medya, pek çok olumlu gelişmeye sahne olmuştur. Sosyal medya sayesinde insanlar dünyanın diğer ucundaki bireylere rahatlıkla ulaşır hale gelmiş, karşılıklı iletişim kolaylaşmış, insanlar dünyadan haberdar olmaya başlamıştır. Tüm bu olumlu gelişmelerin yanı sıra olumsuz durumlar da söz konusudur. Mahremiyetin kaybı bu olumsuz durumlara örnek verilebilmektedir.

Mahremiyet kavramı, toplumdan topluma değişmesine rağmen literatürde kişiye özel olan gizli bilgi anlamı ile yer almaktadır. İnternet teknolojisi ile birlikte kişiye özel olan bilgiler sosyal medya hesaplarına taşınmaya başlamıştır. Kullanıcılar artık sosyal medya hesaplarında gezmekte, eğlenmekte, alışveriş yapmaktadır. Kişilerin hangi işte çalıştığından nereye tatile gittiğine, ne zaman evlendiğinden çocuğuna ne isim verdiğine kadar pek çok bilgi sosyal medya hesaplarından öğrenilmektedir. Üstelik kullanıcılar tüm bu içerikleri paylaşırken kendilerine yeni bir kimlik oluşturmakta, paylaşımlarını bu sosyal kimlik etrafında yapmaktadır.

“Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği” adlı çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Kuramsal bölüm olarak ifade edilebilecek ilk bölümde sosyal medya kavramına genel çatı altında yer verilmiştir. Kavramın literatürde nasıl tanımlandığı, hangi özelliklere sahip olduğu, sosyal medyanın farkı açıklanmıştır. Bu bölümde ayrıca mahremiyetin sosyal medya ile birlikte uğradığı değişim tartışılmıştır. İkinci bölüm ise, çalışmanın araştırma kısmını oluşturmaktadır. Bu bölümde çalışmanın amacı, önemi, yöntemi, araştırma soruları gibi metodoloji kısmı açıklandıktan sonra çalışmanın bulgularına yer verilmiştir.

Araştırmanın amacı ise, sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yönleri konusunda gerekli eğitimleri alan ve örnekleme oluşturan deneklerin sosyal medyadaki mahremiyet algısını ortaya koymaktır. Bu amaçtan hareketle deneklerin sosyal medya hesaplarında ne tür paylaşımlar yaptıkları, mahremiyet kaygısı taşıyıp taşımadıkları, kişisel bilgilerin korunması yönünde ne tür önlemler aldıkları, mahremiyetlerini korumak adına herhangi bir içerik silip silmedikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. 5 kız, 5 erkek olmak üzere toplam 10 kişiden oluşan denek grubuna 2018 yılı Mart, Nisan ve Eylül aylarında yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmıştır. Yüz yüze yapılan görüşmelerde deneklere, kişisel bilgilerin açık şekilde yer almayacağı, isimlerin kodlanarak verileceği bilgisi verilmiştir. Alanyazında sık çalışılan konulardan olan sosyal medya ve mahremiyet konusu daha önce bu şekilde çalışılmaması nedeniyle önemlidir.

1. Sosyal Medya Kavramına Genel Bir Bakış

Telgraf ile başlayıp film, telefon, radyo ve televizyon ile devam eden iletişim teknolojisindeki gelişim süreci, iletişimi dönüşüme uğratmıştır. İletişim teknolojisinde görülen gelişim ile iletişim eş zamanlı özelliğe sahip olmuş ve sınırlar ortadan

kalkmıştır. İnternet imkanı ile akıl, enformasyon ve ileri teknoloji, çağı yakalayabilmenin ve bu çağda kalabilmenin temel şartı olmuştur. 3G teknolojisi, akıllı telefonlar ve tabletler iletişim hızını saliselere indirmiştir. Geleneksel medyanın iletişim, eğitim ve eğlenmek gibi temel işlevlerine eklenen yapı sayesinde, “sosyal medya” denen yeni bir medya hayatımıza girmiştir (Peltekoğlu, 2012: s. 4). Böylesi bir gelişim sürecinin sonuçlarından olan sosyal medya, günümüzün en çok konuşulan, tartışılan ve çalışılan konularının başında yer almaktadır. Bilişim ve iletişim teknolojileri kapsamına giren, bilgisayar, yazılım, internet, mobil telefon, tablet, uygulama, sosyal paylaşım siteleri, blog ve mikrobloglar yaş farkı gözetmeden günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir (Sütçü, 2012: s. 74). Sosyal medya ağları genel olarak bireylerin yakınlarda tanıştıkları kişiler ile ya da daha önce tanıştıkları bireyler ile ilişki kurdukları mekânsal alana dayanmaktadır (Jurgens, 2013: s. 273).

Sosyal medya kullanıcılara, diğer kullanıcılar ile temas kurabilme imkanı tanımaktadır. Aynı zamanda kullanıcının hoşuna giden herhangi bir içeriği diğer kullanıcılarla paylaşabilmesini olanaklı hale getirmektedir. Genel olarak sosyal medya, web 2.0 altyapısı ile duygu, düşünce ve bilginin kullanıcılar arasında paylaşılmasına olanak veren platformlar olarak tanımlanmaktadır. Sosyal iletişim ortamları ya da sosyal ağlar olarak da ifade edilebilecek sosyal medya, kullanıcıların dijital bir kimlik oluşturarak, fotoğraflarını, videolarını, katıldıkları etkinlikleri arkadaşları ile paylaşmasına, aynı zamanda arkadaşlarının profillerini takip etmesine imkan vermektedir (Gündüz ve Engin, 2016: s. 44-45). Sosyal medyanın gelişimi ile bilginin ve haberin dolaşımı hız ve boyut kazanmıştır (Gündüz ve Pembecioğlu, 2015: s. 55).

Yeni iletişim teknolojileri bireylere duygu, düşünce ve eserlerini paylaşacakları imkanlar sunmakta, bunun yanı sıra paylaşım ve tartışmanın yer aldığı, geribildirim esas olduğu bir medya ortamı sağlamaktadır. Sosyal medya olarak tanımlanan bu sanal ortam, kullanıcı tabanlıdır. Yapılan araştırmalar insanların sosyal medyada fazla vakit harcadıklarını, sanal dünyada gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve bu dünyada yeni bir dünya kurup burada yaşadıklarını göstermektedir. Çoğu kişi bunu gerçek kimliği ile yapmaktadır. Birçok insan da sahte bir kimlik oluşturarak sanal dünyada yer almaktadır. Bu iki kimliğin çatıştığı da görülmektedir. Sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki sınırlar belirsizleşmektedir (Özutku vd., 2014: s. 77). Sosyal medya, hayatımızda var olan gerçekliklere bakış açımızı değiştirmiştir. Ayrıca daha önce tanışmadığımız ya da farkına varmadığımız gerçeklik, düşünme ve yaşama biçimlerini yaratmaktadır (Altan, 2015: s. 83-84).

Sosyal medya şimdiye kadar hayatımızda olan ve günlük yaşantımızı kolaylaştıran elektronik iletişimden farklıdır. Sosyal medya bildirimleri, bildirim kimden geldiğini, bildirim gelen kişinin profil resmini kullanıcılara göstermektedir (Vishwanath, 2017: s. 73). Sosyal medya, hem bilgi alışverişi hem de düşüncelerin ifade edilebilmesi açısından bireylere yepyeni bir alan açmıştır. Sadece kamuoyu açısından değişiklik yapmaz. Aynı zamanda toplumsal değişimi teşvik eden önemli bir güce sahiptir (Dong vd., 2017: s. 726-732).

Sosyal medya, Besim Dellaloğlu'na göre, modernliğin klasik toplumsallaşma ortamlarını yepyeni hale getirmektedir. Sosyal medya, öznelerin ötekiler ile olan ilişkilerinin yeniden

düşünümlerini, tanımlanmasını ve kavramsallaştırılmasını sağlayan önemli bir ortam değişikliği sunmaktadır (Dellaloğlu, 2015: s. 22). Tüm bu açıklamalardan hareketle sosyal medyanın geleneksel medyadan ayrılan ve kendi özelliklerini oluşturan maddeleri sıralamak gerekmektedir (Özutku vd., 2014: s. 83-84):

- Sosyal medyada içerik kullanıcılar tarafından üretilmekte, yine kullanıcılar tarafından tüketilmektedir.
- Sosyal medyada çift yönlü bir iletişim mevcuttur.
- Kullanıcı olan sosyal medyada herkesin söz hakkı bulunmaktadır.
- Sosyal medyada bilgi paylaşımı hiçbir maliyet içermezken, geleneksel medyada maliyetlidir. Bu nedenle sosyal medya daha geniş kitleye ulaşmaktadır.
- Sosyal medya hem haberlerin ulaşmasında hem de algının oluşmasında geleneksel medya ile kıyaslanamayacak kadar hızlıdır.
- Sosyal medyaya erişim imkanları daha kolaydır. Bu nedenle geleneksel medyaya kıyasla daha geniş kitlelere ulaşmaktadır.
- Herhangi bir filtre, sansür ve engel söz konusu olmadığı için sosyal medya daha özgürdür.
- Sosyal medyada ciddi bir güvenlik boşluğu vardır. Bu durum geleneksel medyaya kıyasla daha olumsuz değerlendirilebilmektedir.

2. Sosyal Medyada Mahremiyetin Kaybı

İnternetin her geçen gün daha fazla kullanılması ile insanlar, bilgisayar ve mobil cihazlarda vakit geçirmeye başlamışlardır (Taşdelen ve Çataldaş, 2017: s. 827). Bu gelişmeler ile ortaya çıkan sosyal medya pek çok alanda yenilik getirmiştir. Geleneksel iletişim araçlarının global hale getirdiği dünyayı sınırsızlaştırmıştır. Ancak tüm bu olumlu gelişmelerin yanı sıra olumsuz sonuçlar da meydana gelmiştir. Sosyal medyada mahremiyet kaybı, bu olumsuz gelişmelerin başında gelmektedir. Hatta en önemli sonuçları arasında yer aldığı söylenebilmektedir.

Sosyal medyadaki mahremiyet kaybını açıklamadan önce mahremiyet kavramına kısaca değinmek gerekmektedir. Mahremiyet kavramı, “gizlilik ya da özel” kavramları ile birlikte tanımlanmaktadır. Mahremiyet bu açıklaması ile, bireyin kendisine ait olan her şeyin üzerinde denetim yetkisine sahip olmasını ifade etmektedir (Dalgaldere ve Kılıç, 2015: s. 216). Baumann da mahremiyeti gizlilik üzerinden tanımlamaktadır. Ona göre gizlilik, bireyin kendisine ait olan bir alan oluşturması için kendini davetsiz misafirlerden, rahatsızlık verdiği için hoş karşılanmayan tanıdıklardan uzaklaştırmak için kullandığı bir mahremiyet aracı olarak görülmemelidir. Aksine mahremiyet, insanlar arasındaki bağların kuvvetlendirilmesi için gerekli olan en sağlam birliktelik aracıdır (Baumann, 2011: s. 38).

Bu açıklamalardan hareketle mahremiyetin birey, kişiler arası ilişkiler ve toplum açısından oldukça önemli bir hak olarak ele alınıp incelenmesi gerekmektedir. Çünkü mahremiyet, bireyselliğin gelişmesine katkı sağlarken, aynı zamanda kişilerin özerkliğini de korumaktadır. Tüm bunların yanı sıra mahremiyet kişilerin birey olmalarına, farklı ortamlarda uygun rollerde yer almalarına fayda sağlamaktadır. Mahremiyetin en büyük sonuçlarından biri de insanların arkadaşlık, evlilik ve aşk gibi yakın ilişkileri geliştirebilmeleridir (Kuyucu, 2015: s. 30).

Böylesi öneme sahip olan mahremiyete yüklenen anlamlar kitle iletişim araçlarında görülen çeşitlilik ve yaygınlık sonucunda değişime uğramıştır (Diker, 2015: s. 95). İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile birlikte mahremiyet algısının değişmesi, kişinin sanal dünyadaki davranışlarını da etkilemektedir. Facebook, Twitter, Instagram, Swarm gibi sosyal medya ağlarında bir şey mahrem olmaktan çıktığında paylaşılması kolaylaşmaktadır (Duran Okur, 2016: s. 316). Medya, özellikle de sosyal medya bireylerin özel hayatını, fotoğraf ve video gibi teknolojik kayıtlarını izin almadan ifşa etmektedir. Kimi zaman bu verilerin yayınlanması kamusal alandaki bireyin güvenliğini tehlikeye sokmaktadır (Dalgaldere ve Kılıç, 2015: s. 213).

Sosyal medya araçlarında nerede olduğunu ve düşüncelerini paylaşan, bağlantı kurduğu insanların paylaşımlarını beğenen bireyler, kimliğine ve kişiliğine dair birçok izi sosyal ortamlarda bırakmaktadır. Sosyalleşme ile birlikte görülen özel alanın bir nevi ifşa edilmesi ile mahremiyet sorunsalı doğmaktadır (Tokgöz Bakıroğlu, 2013: s. 6). Mehmet Yüksel'e göre mahremiyete yönelik ihlaller, bir kişinin kendi doğrularını sürdürmesine müdahale etmektedir. Sosyal medya ile mahremiyete yönelik ihlallerin, bireyin özsaygısını ve kendi değerini zayıflattığı söylenebilmektedir (Yüksel, 2003: s. 283).

Bu bağlamda sosyal medya kullanıcılarının günlük hayatlarına dair her şeyi sosyal medya hesaplarında paylaştıkları söylenebilmektedir. Kullanıcılar sosyal medya hesaplarında evlenmekte, iş görüşmesine katılmakta, doğum yapmakta, tatile çıkmaktadır. Çeşitli ağlardaki hesaplarına bakılan bireylerin sevgilisi ile ne zaman ayrıldığı, çocuğuna ne isim verdiği, iş arkadaşıyla ne problem yaşadığı, kaç çocuğunun olduğu gibi pek çok bilginin sahibi olunmaktadır. Sosyal medyada insanlar bu paylaşımları yaparken ya gerçek kimlikleriyle ya da yeni bir kimlik oluşturarak yapmaktadır. Bu durum mahremiyet kaybının yanı sıra kişilerin kimliksizleştiğini de göstermektedir. Bu açıklamaların yanı sıra son dönemde artan çocuk kaçırma, tecavüz ve çocuk istismarına karşı çocuklarının fotoğraflarını, isim bilgilerini sosyal medya hesaplarından paylaşmamaları konusunda aileler uyarılmaya başlanmıştır. Yaşanan bu olumsuz gelişmeler durumun tehlikeli boyutunu ortaya koymaktadır.

3. Yüksek Lisans Öğrencilerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısının Değerlendirilmesi

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sosyal medya ve mahremiyet konusu son dönemin popüler konularındandır. Sosyal medya gelişen teknolojiler ile birlikte geri planda kalsa da mahremiyet açısından önemini korumaktadır. "Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği" başlıklı çalışmanın amacı ise, gerek lisans gerek yüksek lisans eğitimleri boyunca gerekli eğitimleri alan ve örnekleme oluşturan deneklerin sosyal medyadaki mahremiyet algısını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan çalışmanın, daha önce yapılmamış olması ve literatürdeki eksiği kapatacak olması nedeni ile önem taşıdığı söylenebilmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanan araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

Araştırma Sorusu 1: Denekler sosyal medya hesaplarında mahremiyetlerini teşhir eden paylaşımlar yapmakta mıdır?

Araştırma Sorusu 2: Denekler sosyal medya ağları üzerinde mahremiyet kaygısı taşımakta mıdır?

Araştırma Sorusu 3: Cinsiyet açısından paylaşım ve mahremiyet kaygısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesinde Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü yüksek lisans programı bulunmaktadır. Bu nedenle araştırmanın evrenini Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü yüksek lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem belirleme noktasında ise cinsiyet ön planda tutulmuştur. Cinsiyet arasındaki farkı görmek adına 5 kız, 5 erkek denek olmak üzere toplam 10 katılımcıya yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden sık tercih edilen yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmıştır. Görüşme, sözlü iletişim yoluna başvurarak yapılan veri toplama tekniği olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak yüz yüze tercih edilen görüşme yöntemi, telefon, görüntülü konuşma gibi alternatif şekillerde de yapılabilmektedir. Görüşme yönteminde söylenenlerin hem yüzeysel anlamları hem de derinliği ortaya çıkarılabilmektedir. Cevapların gerçek dışı ifadelerden ya da sahte ifadelerden oluşup oluşmadığı anlaşılabilir. Görüşme tekniği özellikle, zaman sıkıntısı olan yöneticilerden, yazışmanın zor olduğu çocuklardan ya da okuma yazma bilmeyen bireylerden veri toplamak için en ideal yöntemdir (Karasar, 2017: s. 210-211). Görüşme yönteminde kullanılacak sorular tek kelimedenden oluşan cevapların verileceği şekilde hazırlanmamalıdır. Hikaye anlatımı tarzında gerçekleştirilmeli, konu kısır kalmamalıdır. Örneğin, «En çok neden korkarsınız?» yerine, «Korktuğun bir zamandan bahsedermisin?» tarzında sorular sorulmalıdır (Holloway ve Jefferson, 2008: s. 308).

Görüşme yöntemi, yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Bu görüşme türleri, konunun içeriğine, kiminle görüşüleceğine, incelenecek olguya göre araştırmacı tarafından belirlenmektedir (Demir, 2017: s. 291). Yapılandırılmış görüşme tekniğine başvuran araştırmacı, araştırmada yer alan her katılımcıya aynı soruları aynı sözcükleri kullanarak aynı şekilde sormaktadır. Katılımcının verdiği cevaplar kapalı uçludur. Kişi, kendisine sunulan seçeneklerden seçim yaparak yanıtını vermektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin ise, yapılandırılmış görüşme yöntemine kıyasla daha esnek olduğu söylenebilmektedir. Bu teknikte, araştırmacı sormayı planladığı soruları içeren görüşme formunun yanı sıra görüşmenin akışına bağlı olarak farklı sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir. Bu şekilde katılımcının yanıtını ayrıntılı hale getirmesini sağlayabilmektedir (Türnüklü,

2000: s. 546-547). Kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan yapılandırılmamış görüşmede ise araştırmacı, herhangi bir sistem içinde olmadan katılımcılara soru sormaktadır. Araştırmacı, görüşme yaptığı katılımcıyı sorularıyla yönlendirebilir, ancak katılımcının cevaplarına sınırlama getirilemez (Demir, 2017: s. 292).

Yukarıda bahsedilen açıklamalar araştırma için en uygun yöntemin görüşme yöntemi olduğunu göstermektedir. Deneklerin konu ile ilgili bilgilerin daha detaylı alınması için yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi tercih edilmiştir.

Çalışmada yer alan ve örnekleme oluşturan 10 denek ile yarı yapılandırılmış görüşme 2018 Mart, Nisan ve Eylül aylarının çeşitli günlerinde yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeye başlanmadan önce katılımcılara isimlerinin açık şekilde yer almayacağı, isimlerinin kodlanacağı bilgisi verilmiştir. Buna göre katılımcıların isim-soy isim ve cinsiyetinin baş harfi ile yaşı göstermek için bir kodlama yapılmıştır. Metin içerisinde katılımcıların verdiği cevaplar aktarılırken “AY, K, 25” şeklinde kodlamadan yararlanılmıştır. Katılımcıların verdiği cevaplar alfabetik olarak sıralanmıştır.

3.4. Bulgular ve Yorum

“Yüksek Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği” başlıklı çalışmada deneklerin cinsiyetini, yaşını, hangi sosyal medya araçlarını kullandıklarını ve bu araçlarda ortalama ne kadar zaman geçirdiklerini aktaran bilgilerin yer aldığı Tablo 1 aşağıdaki gibidir.

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Bilgileri, Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

İsim	Cinsiyeti	Yaşı	Kullandığı Sosyal Medya Araçları	Sosyal Medya Araçlarında Geçirdiği Zaman
AN	E	26	Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn	Günde 1.5-2 Saat
AY	K	25	WhatsApp, Instagram	Günde 2 Saat
DÇ	E	28	WhatsApp, Instagram	Günde 3-4 Saat
GF	K	23	Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter, Tumblr	Günde 2 Saat
KD	K	23	WhatsApp, Instagram	Günde 15-20 dakika
ÖC	E	24	Facebook, Twitter, Instagram, Swarm, LinkedIn, Youtube, WhatsApp	Günde 4-5 Saat
ÖM	K	23	Facebook, Twitter, Instagram, Swarm, WhatsApp, Youtube, Snapchat, LinkedIn, Google Plus	Günde 1.5-2 Saat
TM	E	26	Instagram, Facebook, Swarm, WhatsApp	Günde 1.5 Saat
UF	E	23	Facebook, Instagram, WhatsApp, Swarm	Günde 3 Saat
ÜA	K	22	WhatsApp, Instagram	Günde 1-2 Saat

Tablo 1’de katılımcıların cinsiyet ve yaş gibi demografik özellikleri, kullandıkları sosyal medya aracı ve bu araçlarda günlük geçirdikleri zamana ait bilgiler verilmektedir. Tabloda görüldüğü gibi en fazla sosyal medya hesabı olan kullanıcı ÖM, K, 23 kodlu denektir. Sosyal medya ağında en az üyeliği olan denekler ise AY, K, 25; DÇ, E, 28; KD, K, 23 ve ÜA, K, 22’dir. Sosyal medya hesaplarında geçirilen zamana bakıldığı zaman en fazla zaman geçiren katılımcı ÖC, E, 24 (günde 4-5 saat) olurken, en az KD, K, 23 (günde 15-20 dakika) zaman geçirmektedir.

3.4.1. Sosyal Medya Hesaplarında Paylaşılan İçerik

Araştırmada en az bir sosyal medya hesabı olan denekler örneklem olarak seçilmiştir. Katılımcıların kullandıkları sosyal medya hesaplarında (bir ya da birkaç) ne tür içerikler paylaştıklarının bilinmesi, mahremiyet kavramına dikkat edip etmediklerini ortaya koymak adına faydalı olacaktır. Sosyal medya hesaplarında yapılan paylaşımın içeriği ile ilgili sorulan soruya verilen cevaplar aşağıda yer almaktadır:

“Kendime ait fikir ve düşünceleri, başkalarının görüşlerini, hoşuma giden müzik veya video kesitlerini paylaşıyorum. Fotoğraf çok nadir paylaşıyorum.” (AN, E, 26).

“Daha çok güzel geçen zamanlarımı, kendimi başarılı hissettiğim zamanları paylaşıyorum. Güzel, anlamlı bir günde çekilmiş bir fotoğraf varsa ya da anı olarak biriktirmek istediğim bir fotoğraf varsa onları paylaşıyorum.” (AY, 25, K).

“Genelde ilgi alanlarım doğrultusunda paylaştığım şeyler oluyor, yani hobilerimle ilgili. Mesela fotoğraf çekmeyi çok seviyorum. Instagram’da da çekmiş olduğum fotoğrafları paylaşıyorum. Biraz da şiire, edebiyata ilgim, merakım var. Sesimi kullanarak şiir okuma tarzındaki paylaşımları yapıyorum.” (DÇ, E, 28).

“En çok müzik videoları paylaşıyorum. Hikayelerimde ise daha çok okuduğum kitabı, gezdiğim yeri paylaşıyorum. Hikayelerim içinde bulunduğum durumla alakalı oluyor genelde.” (GF, K, 23).

“Belge, bilgi paylaşımı yapmak ya da mesaj atmak için kullanıyorum. Onun dışında pek kullanmıyorum. Bu yüzden WhatsApp’ı daha çok kullanıyorum. WhatsApp durum bölümünde ise çok nadir fotoğraf paylaşıyorum. Kitap okurken onlarla ilgili hoşuma giden cümleler varsa, yorumlarımı yazarak paylaşıyorum.” (KD, K, 23).

“Daha çok yaptığım işleri paylaşmaya gayret gösteriyorum. Okulda yapılan etkinlikler oluyor. Onları paylaşıyorum. Arkadaşlarımın, yakınlarımla, dostlarımla doğum günlerini kutlamaya çalışıyorum elimden geldiğince.” (ÖC, E, 24).

“Özel bir organizasyon olduysa onu paylaşıyorum. Erkek arkadaşımın, kardeşimle olan fotoğraflarını paylaşıyorum. Doğum günleri, düğün kına organizasyonlarında yer alırsam onları konser gibi etkinlikleri paylaşıyorum.” (ÖM, K, 23).

“Spor ağırlıklı paylaşımlar yapıyorum. Mizah ağırlıklı yazıları ve fotoğrafları paylaşıyorum. Kendi siyasi görüşümü belli etmeden, tüm siyasi görüşleri içine alan yazıları ortak bir yorum etrafında paylaşıyorum.” (TM, E, 26).

“Genel olarak özel bir günümü ölümsüzleştirmek istediğim için özel günüme dair fotoğrafları paylaşıyorum. İlgimi çeken haberleri, hocalarıma ya da arkadaşlarıma destek amaçlı anketleri paylaşıyorum.” (UF, E, 23).

“Kitap okurken beğendiğim kısımları paylaşıyorum daha çok. Hikayelerimde çok özel bir gün varsa o günü paylaşıyorum.” (ÜA, K, 22).

Katılımcıların verdikleri cevaplarda en fazla anılarını paylaştıkları görülmüştür. Bunun dışında kitap paylaşımları, spor ve siyaset gibi gündem ile alakalı paylaşımlar ve etkinlik paylaşımı yaptıkları tespit edilmiştir. Bu anlamda sosyal medyanın amacına uygun paylaşımlar yaptıklarını söylemek mümkündür.

3.4.2. Mahremiyet İle İlgili Bilgiler

Çalışmanın ana konusu olan sosyal medya ve mahremiyet ile alakalı sorular katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcılara mahremiyet ve sosyal medyada mahremiyet denilince akıllarına ne geldiği sorulmuştur. Bu sayede sosyal medya hesaplarında paylaşım yaparken mahremiyet kavramına dikkat edip etmedikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların cevapları aşağıdaki şekildedir:

“Mahremiyet, kendime ait olan bir şeyin başkaları tarafından bilinmemesi demek. Aynı zamanda kişinin kendisinden başkasına söylemeyeceği şeylerdir. Mesela giydiğim atletin renginin bilinmesine ya da ailenizle konuştuğunuz şeyleri kimsenin bilmesine gerek yoktur. Tüm bunlar mahremiyettir.” (AN, E, 26).

“Açık konuşmak gerekirse, mahremiyet dendiği zaman insanın aklına direkt cinsellik, bir insana ait olan özel hayat geliyor. Mahremiyet kapsamına şu anki konuşmalarımız bile giriyor mesela. Dışarıdan bir insanın bizi gizlice dinlemesi de mahremiyet kaybı olur.” (AY, K, 25).

“Mahremiyeti, tamamıyla kişinin özel çevresini ilgilendiren bir alan olarak tarif edebilirim. Dolayısıyla burada mahremiyet dediğimiz olgu, kişinin vücut bütünlüğünden özel hayatına, yeme içmesinden gitmiş olduğu mekanlara kadar olan kısımlardır. Diyelim ki bir trafik kazası oldu. Olay yerinde muhabir görevini yaparken ben oradan geçiyorsam, vücut bütünlüğümün haberde kullanılmasını istemem. Bunu çok doğru bulmam. İçinde yaşamış olduğumuz teknoloji çağında mahremiyete dair birtakım endişelerim var.” (DÇ, E, 28).

“Mahremiyeti bir örnekle anlatmak isterim. Bir arkadaşımın arama bir soğukluk girerse ve bunu çevreme yansıtırsam mahremiyetimi yansıtmış olurum. Aynı şekilde, bir sitede gezdikten sonra bilgilerimin alınıp bana reklam gelmesi de mahremiyetimle alakalı olan bir şey. Bunlar dışında kişisel bilgiler ve aile de mahremiyettir.” (GF, K, 23).

“Bana göre mahremiyet, gizlilik demek. Gizli kalması gereken her şey anlamına geliyor. Kişisel bilgilerimiz, duygularımız, dini anlamda düşünürsek bedenimiz, özel yaşantımız bizim mahremiyetlerimiz.” (KD, K, 23).

“Mahremiyet aslında kültürle alakalı bir kavram. Çünkü başka kültürde mahremiyete fazla önem verilmezken, bizim gibi muhafazakar toplumlarda insanlar bu kavramı tam

olarak bilmeseler de az çok bilgiye sahiptirler. Aile mahremiyetin içine girer. Anne, baba ve çocukların yaşayış biçimi mahremiyettir. Bir evde herkesin kendine göre bir yaşayışı vardır aslında. Aile içinde bile herkesin bir mahremiyeti var.” (ÖC, E, 24).

“Mahremiyet bana kalan, kimsenin görmesini istemediğim, o an orada kalması gereken özel şeylerdir. Sadece bana özel kalması gereken her şey mahremiyet kapsamına girer.” (ÖM, K, 23).

“Mahremiyet dediğimiz şey, kişinin sadece kendine has olan, kimseyi değil kendisini ilgilendiren durumlardır. Aynı zamanda kişinin kendi içinde yaşaması gereken şeyler olarak değerlendirilebilir.” (TM, E, 26).

“Mahremiyet, insanın kendine ait olan şeylerdir. Benim özel hayatım, en fazla eşimin bileceği özel bilgilerim, sırlarım, iş yaşantım mahremiyet kapsamına girer. Özel hayat, sırlar tamamen halka açık hale geldiği için mahremiyet, insana özel olan hayatı daha anlamlı kılıyor.” (UF, K, 26).

“Mahremiyet kişide saklı olması gereken durumlar. Aile ortamındaki sohbet ortamı, konuşulan özel şeyler, bir araya geldiğimiz kişilerle her türlü paylaşımımız. Aynı şekilde sevgilinle ya da arkadaş ortamında konuştukların, yaptıkların. Bunların her biri mahremiyete giriyor. Tüm bunların taşınmaması gereken kişilere ulaşmaması gerekiyor.” (ÜA, K, 22).

Görüldüğü gibi katılımcılar, mahremiyet kavramını literatürde kullanıldığı şekliyle, “kişinin kendine ait özel bilgi” olarak açıklamışlardır. Kavramı, çeşitli örnekler ile açıklayarak zengin hale getirmişlerdir. Ayrıca sosyal medyada mahremiyet kavramının kalmadığını, insanların kendileri ile ilgili her bilgiyi paylaştığını söyleyen katılımcıların sosyal medyanın mahremiyet üzerindeki boyutuna dikkat çektiği söylenebilmektedir.

3.4.3. Sosyal Medyada Mahremiyet İle İlgili Bilgiler

Çalışmanın temel noktası olan sosyal medya ve mahremiyet ilişkisi ise bu başlığın konusunu oluşturmaktadır. Deneklerden sosyal medya ve mahremiyet ile ilgili ne görüşlerini, bu iki kavramı birbiri ile ilişkilendirerek açıklamaları istenmiştir. Verilen cevapları şu şekilde belirtmek mümkündür;

“Sosyal medyada mahremiyet tehlike altında. Bu yüzden sosyal medyada benim adıma kullanılabilir, beni mağdur edecek herhangi bir şey paylaşmamaya özen gösteririm. Sosyal medyadaki mahremiyet bu şekilde korunabilir. Kendimi topluluğa karşı bir şey ispatlamak istemiyorum. Alacağım beğenin bir önemi yok. Sosyal medyada tanıdığım kişiler, normal hayatta da tanıdığım kişiler.” (AN, E, 26).

“Bazı insanlar ise sosyal medya profillerini herkese açık yapıyor. Onlar paylaşıyor, diğer insanlar da bakıyor. Herkese kapalı olan bir hesaba gizlice bakmak da mahremiyet ihlaline giriyor bence.” (AY, K, 25).

Sosyal medyada mahremiyet kavramının sıkıntılı olduğunu düşünüyorum. Neticede

sosyal medya kişinin gönüllü olarak kendini aleni ettiği bir alan. Dolayısıyla mahremiyet duygusunu temele oturttuğumuz zaman zaten bireyin sosyal medyayı kullanmaması gerekiyor. İnsanlar sosyal medyada gönüllü olarak mahremiyet kavramını ihlal ediyor. Kendilerini öne çıkararak, yayınlarak, göstererek Maslov'un kendini gerçekleştirme kuramındaki eylemi gerçekleştiriyor. Birini hesabına bakarak onun neleri sevdiğini, hangi siyasi görüşte olabileceğini, nerede yaşadığına dair bilgileri elde edebilirsiniz. Bu nedenle mahrem kavramının günümüzde olduğuna dair inancım yok açıkçası." (DÇ, E, 28).

"Sosyal medyada kendimle ilgili şeyleri önceden çok paylaştım. Fotoğraflarımı, arkadaşlarımla birlikte gezdiğim yerleri, o anki duygumu paylaştım. Bunların hepsi mahremiyetti ve ben paylaşım yaparak mahremiyetimi paylaşıyordum." (GF, K, 23).
"Sosyal medya nedeni ile bahsettiğimiz mahremiyetin ortadan kalktığını düşünüyorum. Çünkü insanlar istediği her şeyi paylaşıyor." (KD, K, 23).

Sosyal medyada mahremiyet deyince de kafamda kendi yaşayış tarzımızın sosyal medyaya yansımaları canlanıyor. Ailemizde, arkadaşlıklarımızda yaşadıklarımızı sosyal medyada muhafaza edebiliyorsak orada mahremiyeti koruyabiliyoruzdur. Muhafaza edemiyorsak orada mahremiyet diye bir şey yoktur. Bir aile toplandığında orada konuşulanların orada kalması gerekirken, bunlar sosyal medyaya taşınıyorsa aslında mahremiyet kaybediliyor. Sosyal medya yoluyla mahremiyet ortadan kalkıyor." (ÖC, E, 24).

"Erkek arkadaşım ile aynı ortamdaysam sosyal medya hesaplarımda onunla ilgili fotoğraf paylaşmam. Canlı yayın yapmam. Arkadaşlarımla evlerine gittiğimde de paylaşım yapmam, ev ortamını paylaşmam. Özel hayatımın bana kalmasını istiyorum. Beni ilgilendiren şeyleri sosyal medyada çok fazla paylaşmıyorum." (ÖM, K, 23).

"Sosyal medyada artık insanların gündelik hayatta ne yaptığını, kişinin yanında olmasak bile yanındaymış gibi öğrenebiliyoruz. Kişi özelini sosyal medya aracılığıyla paylaşarak bize sunuyor. En uygunsuz fotoğraflar bile paylaşılır hale gelmiş. Bu da mahremiyeti yok ediyor." (TM, E, 26).

"Günümüzde sosyal medyada mahremiyet denen bir şey yok. İnsanlar sürekli gözetlenmek istiyor. İnsanların günlük yaşamlarında aktiviteleri az olduğu için sosyal medyada kendilerine bir kimlik yaratıyorlar. Bu yoldan var olma çabası içine giriyorlar." (UF, E, 23).

"Sosyal medyada mahremiyet diye bir şey olduğunu düşünmüyorum. İnsanlar her anını paylaşmaya başladı. Çevremdeki insanlara bakıyorum. 3 öğün yemek yiyorsa üçünü de paylaşıyor. Bir yere gidiyorsa, aynı fotoğrafı üst üste paylaşıyor. Çok özel şeylerini en ince ayrıntısına kadar paylaşıyor. Bunların her biri aslında mahremiyete giriyor. O güzel anı yaşamayıp, sadece videosunu ya da fotoğrafını paylaşanlar da var." (ÜA, K, 22).

Deneklerin sosyal medya ve mahremiyet ile ilgili yaptıkları açıklamalarda, mahremiyetin sosyal medya nedeniyle değer kaybettiğini belirttikleri görülmüştür. Çalışmanın literatüründe anlatılan bilgiler ile doğru orantılı gösteren veriler, deneklerin verdiği cevaplar ile desteklenmiştir.

3.4.4. Kişisel Bilgilerin Korunması

Deneklerin kişisel bilgilerini nasıl koruduklarını ve kişisel bilgilerin korunmasının neden önemli olduğunu ortaya koymak çalışmanın temel konularından biridir. Kişisel bilgilerin korunması ile ilgili önemli hususları bilmeyen bireylerin mahremiyetlerini koruyamadıkları söylenebilmektedir. Bu nedenle katılımcılara kişisel bilgilerini korumak ile alakalı bir soru yöneltilmiştir. Katılımcıların kişisel verilerin korunması ile ilgili görüşleri şu şekildedir:

“Kişisel bilgilerimle ilgili önlemler alıyorum. Lise yıllarımdan beri siber suçlarla ilgili gelişmeleri takip ediyorum. Konuyla ilgili bilgim olduğu için sosyal medya kullanırken bunlara fazlasıyla dikkat ediyorum. Mahremiyet bu konuda önemli. Sizin mahrem olarak görmediğiniz bir şeyi başka biri sizin açınızdan kullanabilir. Bu anlamda programlar kullanıyorum. Mesela FreeFox. Bu program izlenme koruması sağlıyor.” (AN, E, 26).

“Sosyal medya hesaplarımda mahremiyetime dikkat ediyorum. Çünkü iyi niyetli olmayan insanlar var. Hesabım gizli mesela. ‘Bunu herkes görse benim için sıkıntı olmaz’ dediğim fotoğrafları paylaşıyorum. Bir kere Instagram hesabım herkese kapalı olduğu halde çalındı. O yüzden gizlenmesi gerektiğini düşünüyorum bilgilerin.” (AY, K, 25).

“Mahremiyetimle, kişisel bilgilerimle alakalı olarak mümkün olduğunca dikkat ediyorum. Sosyal medya içerisinde isim soyisim hariç, doğum tarihim ve nerede doğduğum gibi bilgilerimi kullanmaktan çekinirim. Onun dışında cv anlamında ne yapıyor, nerede okudu tarzındaki bilgilerimi paylaşabilirim. Facebook bazı bilgilerin üçüncü kişilere satıldığına dair bir şey paylaşmıştı. Ben bu durumdan sonra Facebook hesabımı kapattım. Fake hesapların çoğaltılıp insanlardan para istenmesi durumuyla karşılaştım bir kez. Belki de içinde yaşamış olduğumuz enformasyon çağında en büyük sorunlardan, tehlikelerden bir tanesi güven sorunu.” (DÇ, E, 28).

“Bazı uygulamalar kişisel bilgilerinizi vermeden kullanamıyorsun. Bu uygulamaları kullanmayarak önlem almaya çalışıyorum. Her türlü bilgimi paylaşmıyorum. Çünkü bu bilgilerin aleyhime kullanılacağını düşünüyorum. Kişisel bilgilerin korunması maalesef imkansız hale geldi. Geçtiğimiz günlerde bir haber okudum. Biz hiçbir hesaba girmesek bile konuştuğumuz, sohbet ettiğimiz bir konuyla ilgili reklam mesajının telefonumuza geldiğini anlatıyordu. Bununla farkında olmasak bile bilinçaltımıza girerek bizi etkilediklerini düşünüyorum. Benim açımdan korkunç bir duruma gelebiliyor.” (GF, K, 23).

“Kişisel bilgilerimle ilgili herhangi bir paylaşım yapmıyorum. Özellikle kimlik bilgileri çok önemli. WhatsApp’tan kişisel bilgilerimle ilgili bir şey paylaşmam gerektiğinde bir yerlerde karşıma çıkar mı diye düşünüyorum. Mesaj olarak gönderirken tedirgin oluyorum. Çünkü aleyhime kullanılacak ya da başkalarıyla paylaşılacak gibi düşünüyorum. Telefon numarasını bir yerde paylaştığımız zaman bunun geri dönütleri oluyor. Reklam mesajları gibi. Bilgilerim başkasının eline geçtiğinde benim adıma başka hesaplar açılabilir. Haberlerde duyuyoruz, bir kişinin bilgileri ile yatırım yapıyor ama kişinin bundan haberi yok.” (KD, K, 23).

“Mahremiyetime dikkat ettiğimi düşünüyorum. Çünkü annemden babamdan öğrendiklerim var kültürümüzle alakalı. Mesela bunu yanlış mı yapıyorum acaba diye düşünüyorum. Bir kontrol içindeyim. Mesela güvenlik açısından çok özel bilgilerimi paylaşmıyorum. Ama doğum tarihim her hesabımda var. Sadece bu bilgiyle mahremiyeti kaybettiğimi düşünmüyorum. Bilgilerimiz başkasının eline geçerse tam anlamıyla mahremiyetin kaybı olur. Bizim üzerimizde şantaj uygulayabilir. Bizden zorunlu olarak bir şeyler isteyebilir. Yapmayacağımız şeyleri yapmak zorunda kalabiliriz.” (ÖC, E, 24).

“Kişisel bilgilerimle ilgili bir önlem almıyorum. Facebook’ta doğum tarihim var. Nerede okuduğum, yaşadığım yer yazıyor. Twitter ve Instagram hesaplarım gizli. Swarm’ım da öyle. Arkadaşım olmayan hiç kimseyi kabul etmiyorum. Ona göre de profil fotoğraflarımı sadece görebileceği şekilde ayarlıyorum. Çevremizdeki insanlar bilgilerimizi kötü yönde kullanabilirler. Böyle düşünüyorum ama herhangi bir önlem almıyorum. Yine de duruyor bilgilerim.” (ÖM, K, 23).

“Mahremiyetini açan, her şeyini paylaşan bir insan değilim. Arkadaşlarımla ortak bir paylaşım olduğu için, sonuçta herkes var. Bu da benim mahremiyetime zarar vermiyor. Arkadaş listemi herkes göremez. Cep telefonu bilgimi vs paylaşmam. Bazı arkadaşların hesabında görüyorum. Telefon bilgisi yer alıyor. Bunu herhangi tanımadığım bir insan da alabilir. Rahatsız edebilir. Hacker’lık durumları oluyor ve bu durum birçok kişinin başına geliyor. Çevremde de birkaç arkadaşımın başına geldi. O bilgilerin başkalarının eline geçmesi durumunda uygunsuz fotoğrafların paylaşımına denk geldim.” (TM, E, 26).

“Bazı sosyal medya hesaplarını açarken mecburen kişisel bilgilerimizi paylaşıyoruz. Ancak bu bilgiler arkadaşlarıma açık değildir. Çünkü daha önce numaram başka sitelerde kullanıldı. Sürekli rahatsız edildim. Sürekli mesaj geliyordu. Telefon numaram üzerinden farklı mail adresleri açıldı. Bu mail adresleriyle de alışveriş yapıldı. Dolandırıcılığa giren bir sistem yaratmışlar. Domain alınarak bir e-ticaret sitesi kurulmuş. Buradan vatandaşlar dolandırılmış. Bunun sonuçlarına da ben katlanmak zorunda kaldım.» (UF, E, 23).

“Mahremiyetime dikkat ediyorum. Çünkü bende gizli kalmasını istediğim şeyler var. Ben bunu paylaşacaksam sosyal medyada değil, özel alanımda paylaşırım. Benim için özel olan da orada kalmalıdır. En başta hesabımı güvenliye getiriyorum, yani dışarıdan kimse görmüyor. Bunun dışında hesaplarımda kendimle ilgili çok fazla bilgi paylaşımı yapmıyorum. WhatsApp ve Instagram’ın kurucusu aynı ve bilgilerin satıldığını kabul etti. O yüzden güvenemiyorum. Ablam Facebook kullanıcıydı. Bir arkadaşının hesabını hacker’lar ele geçirdiler. ‘Çekiliş yapıyorum. Sen de bir katılın, bana bir yardımın olsa’ diye mesaj geldi. Ablamın kredi kartından 250 TL çektiler. Ablam bunların hacker olduğunu sonra anladı. O anda kredi kartı bilgisi ele geçmiş oldu.” (ÜA, K, 22).

Verilen cevaplara göre katılımcıların kişisel bilgilerin korunması ile ilgili gerekli bilgilere sahip olduğu görülmüştür. Gündemi talip eden katılımcılar, kişisel bilgilerin korunmadığı takdirde ne tür sonuçların doğacağı hakkında bilgiler vermişlerdir. ÖM, K, 23 kodlu katılımcının dışındaki katılımcılar, kişisel bilgilerini korumak adına çeşitli önlemler aldıklarını belirtmişlerdir. Bu önlemlerin başında hesaplarını gizli tutmak gelmektedir.

Katılımcılar, kendileri ile ilgili her türlü bilgiyi paylaşmamanın da bir önlem olduğunu dile getirmişlerdir.

3.4.5. Sosyal Medya Hesabından Silinen İçerikler

Çalışmanın örneklemini oluşturan deneklerin hesaplarından sildikleri herhangi bir içeriğin olup olmadığını açıklamak, araştırma açısından önemli bir veri sunacaktır. İçeriği neden sildiklerini tespit etmek, mahremiyet konusuna vurgu yapabilmektedir. Bu nedenle kullanıcılara “Sosyal medya hesabında paylaşmaktan vazgeçtiğin ya da paylaştıktan sonra sildiğin şeyler oldu mu? Sildiysen sebebi neydi?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevaplar aşağıdaki gibidir:

“Sildiğim paylaşımlarım oldu. Bu durum çevrenizdeki insanların size karşı tavır almasıyla alakalı. Sosyal medyada yatay bir iletişim yok. İnsanlar üstten konuşuyor. Benim en sevmediğim şeyler. İnsan normalde nasılsa sosyal medyada da o olmalı. İnsanların bu tavırlarına bir şeyler yazmıştım. Daha sonra kırılacaklarını düşünerek sildim.” (AN, E, 26).

“Sildiğim şeyler oldu. Çünkü çok gereksiz olduğunu düşündüm. İnsanların onu görünce ‘Bunu paylaşmasında ne amaç var’ diye düşünmüşlerdir diye düşündüm. Başkalarını düşünerek sildim. Bana hediye gelen birkaç şey vardı. Çok mutlu olmuştum o an. Çok güzel bir yazı yazıp paylaşmıştım hediyeleri. Sonradan “sana gelen hediyeleri başka insanlarla paylaşmana ne gerek var” diye düşündüm ve sildim.” (AY, K, 25).

“Çok kez oldu. Özellikle Facebook kullanmış olduğum dönemde çok sildim. Siyasi konulardaki fikirlerimi sildim. Yanlış anlaşılma korkusu, gelecek kaygısı, aileme zarar gelmesin gibi düşüncelerden dolayı.” (DÇ, E, 28).

“Daha önce siyasi paylaşım yapmıştım ve bunu sildim. Sonuçta paylaşımlarımız bir şekilde hesaplarımızda kalıyor. Daha sonra bunların mesleki anlamda aleyhime kullanılacağını düşündüğüm için korktum ve sildim. İşe girememe endişesi yaşadım diyebiliriz. Fotoğraflarımda da sildiklerim oldu. Daha sonra beğenmeyip sildiğim olmuştu. Başka bir nedeni yoktu.” (GF, K, 23).

“Çok fazla paylaşım yapmadığım için silmek zorunda da kalmadım. Sildiğim zaman da hoş çıkmadığım fotoğrafları siliyorum. Özellikle WhatsApp durum bölümünde. Yorumlar olumsuz olursa ve silmem gereken bir şey olduğunu da anlarsam siliyorum.” (KD, K, 23).

“Sildiğim şeyler çok oldu. Çünkü yanlış bir şey yaptığımı düşünüyordum. ‘Şunu paylaşayım’ diyorum, aklıma bir şey geliyor. Sonra da ‘Herkesin bilmesine gerek var mı?’ diyorum. Bu yüzden de paylaşmaktan vazgeçiyorum.” (ÖC, E, 24).

“Fotoğraflarda kötü çıktıysam silmişimdir ya da yemek fotoğraflarını silerim. Bir hevesle atıyorum, sonra gerek yok diyorum. Tam atacakken geri döndüğüm de oluyor. Genelde yemek fotoğrafları ile ilgili paylaşımları sildiğim oldu. Onun dışında silmedim. Paylaşımı yaptım. Ondan sonra her paylaşımında olduğu gibi birkaç kez paylaşımına bakarken

orada adresimin açık bir şekilde olduğunu fark ettim. Bundan rahatsız olduğum halde paylaşımı silmedim. Herkesin görmesini istedim. Bu da kişisel bir bilgi sayılabilir.” (ÖM, K, 23).

“Genellikle siyasi paylaşımlar oluyor. Bununla ilgili bir şey paylaştığın zaman insanlar hemen seni eleştirmeye başlıyor. Sen niye bu görüşü savunuyorsun gibi tepkiler geliyor. Haliyle insanlarla tartışmamak için genellikle siyasi paylaşımları daha az yapmaya, yapıyorsam mizah yoluyla aktarmaya çalışıyorum.” (TM, E, 26).

“Sildiğim paylaşımlar oldu. Bunlar da siyasi paylaşımlardı. Arkadaşlarımın ve benim düşüncemde olmayan insanların bana karşı soğuk davrandığını hissettim. O yüzden siyasi paylaşımlarımı kaldırdım. Kişisel fotoğraflarımı silmişliğim de var. Birkaç defa yurt dışına gitme durumum olmuştu. Özel bir şirkette çalışıyordum. Promosyon kazanıp gidiyordum. Fotoğrafları da reklam yapmak için paylaşıyordum. Fakat yanlış anlaşıldı. ‘Bu şahsın parası var, yurt dışına gidiyor. Bize de hava atıyor’ diye izlenim yaratılmaya çalışıldı. Bu yüzden sildim.” (UF, E, 26).

“Normalde herhangi birinin sözünü paylaşmam. İyi niyetle bir söz paylaşmıştım. Sonra baktım ki birileri üzerine alınabilir. O yüzden silmiştim. Onu da Instagram’da paylaşmıştım.” (ÜA, K, 22).

Verilen cevaplara göre, katılımcıların paylaşımlarını farklı sebeplerden dolayı sildiği belirlenmiştir. Silinen içerikler de birbirinden farklılık göstermektedir. Silme nedenleri arasında, yanlış anlaşılma düşüncesi sık tercih edilmiştir. Kullanıcılar yanlış anlaşılacakları, paylaşımın gereksiz olduğunu düşündükleri, kendilerini beğenmedikleri paylaşımları hesaplarından sildikleri tespit edilmiştir.

3.4.6. Sosyal Medyada Mahremiyet Kaygısı

Sosyal medya hesaplarında paylaşım yapan katılımcıların, paylaşımlarından sonra mahremiyetlerinin kaybolduğunu düşünüp düşünmediklerini belirlemek amacıyla mahremiyet kaygısı ile alakalı soru sorulmuştur. Katılımcıların mahremiyet kaygıları ile ilgili cevapları şu şekilde sıralanmaktadır:

“Kendimle ilgili şeyleri kayıt altına almadığım için mahremiyet kaygım yok. Ancak fikir beyan etmekte çekindiğim şeyler var. Çünkü bunun sonuçlarının nereye gideceğini bilemiyorum.” (AN, E, 26).

“Şu an kaygı taşımıyorum. Çünkü kodlama aldım. Herhangi biri şifremi çalmaya çalıştığı zaman ya da profilime girmeye çalıştığı an telefonuma kod geliyor. Ben o kodu girmeden de Instagram’ıma girilmiyor.” (AY, K, 25).

“Paylaşımlarıma dikkat ettiğim halde mahremiyetimle ilgili hala kaygım var. Kullanıcı olarak dikkat etmiş olduğum için en aza indirgemeye çalışıyorum. Arka planda da şunu düşünebiliyorum, kullanmış olduğumuz telefon ya da bilgisayarlardan neleri izlediğimiz, beğendiğimiz görülebiliyor. Bunlar öğrenilip değerlendirilir diye de komple teorileri geçiyor aklımdan.” (DÇ, E, 28).

“Mahremiyetimin ne kadar ihlal edildiğini bilsem de kaygı duysam da bir noktaya kadar sosyal medyayı kullanıyorum. Bu da sanırım bağımlılıkla ilgili bir durum. Bir şeyin zararını bilirsiniz yine kullanırsınız, sigara içmek gibi. Onun gibi bir şey oluyor sosyal medya kullanmak da.” (GF, K, 23).

“Sosyal medyayı çok kullanmak istemiyorum. Kaygı duyduğum için de paylaşımlarıma ve kişisel bilgilerime dikkat ediyorum.” (KD, K, 23).

“Mahremiyet kavramı benim için çok önemli. Bu nedenle mahremiyetimle ilgili kaygı taşıyorum. Bir şeyleri değerli görmemiz ve bu değerleri saklamamız lazım. 10 yıl sonrasını düşündüğümde ne durumda olacağımızı tahmin bile edemiyorum. Sosyal medya ile ilgili kim bilir nasıl uygulamalar çıkacak karşımıza. Bunlar neler yaptırarak bize?” (ÖC, E, 24).

“Kaygı taşıyorum. Bu nedenle paylaşımlarımda da dikkat ediyorum.” (ÖM, K, 23).

“Genellikle yazı ağırlıklı şeyler paylaştığım için mahremiyetimle ilgili endişe duymuyorum. Birinin benim hesabımdan paylaşım yapması durumunda endişe duyuyorum. Sosyal medyanın kontrolü bende olduğu için endişe ikinci planda kalıyor.” (TM, E, 26).

“Sosyal medya bir virüs gibi. İlk önce insanlara ilaç niteliğinde verilirken, daha sonra etkisini gösterdi. İnsanlar sosyal medyanın tiryakisi oldu. Sosyal medyada birey sonunun geleceğini biliyor. Mahremiyetimiz ve kişisel bilgilerimiz istesek de istemesek de bir şekilde kullanılıyor. Çünkü bir enformasyon çağında yaşıyoruz. Bu nedenle de mahremiyet kaygım var.” (UF, E, 23).

“Mahremiyet kaygısı en çok WhatsApp'ta çıkıyor. Buna rağmen WhatsApp'ın Instagram'a göre biraz daha güvenli olduğuna inanıyorum.” (ÜA, K, 22).

Görüldüğü gibi katılımcılar mahremiyet kaygısı konusunda farklı görüşler belirtmişlerdir. Verilen cevaplara göre, katılımcıların yarısının kaygı taşıdığı, diğer yarısının ise kaygı taşımadığı tespit edilmiştir. Kaygı taşıma sebebi olarak güvenlik önlemlerinin yeterli olmadığı gösterilirken, kaygı taşımayanlar bu durumu paylaşımlarına dikkat ettiklerini belirterek açıklamıştır.

Sonuç

Sosyal medyanın hem olumlu hem de olumsuz yönleri konusunda gerekli eğitimleri alan deneklerin sosyal medyadaki mahremiyet algısını ortaya koymayı amaçlayan araştırmanın örneklemini Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü öğrencileri oluşturmuştur. Örnekleme oluşturan denekler ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşme yönteminin sonuçlarına göre; katılımcıların en az 2, en fazla 9 sosyal medya aracı kullandığı tespit edilmiştir. En fazla sosyal medya hesabı olan kullanıcı ÖM, K, 23 kodlu kullanıcıdır. Sosyal medya ağında en az üyeliği olan katılımcılar ise AY, K, 25; DÇ, E, 28; KD, K, 23 ve ÜA, K, 22'dir. Sosyal medya hesaplarında geçirilen zamana bakıldığı zaman en fazla zaman geçiren katılımcının ÖC, E, 24 olduğu, en az KD, K, 23 zaman geçirdiği belirlenmiştir.

Sosyal medya hesaplarında yapılan paylaşımların içeriklerine bakıldığı zaman en çok anıların, özel günlerin paylaşıldığı görülmektedir. Bunun dışında kitap paylaşımları, spor ve siyaset gibi gündem ile alakalı paylaşımlar ve sosyal aktiviteler de sosyal medya hesaplarında yer almıştır. Bu anlamda araştırma sorusu 1'in cevabı verilmiştir. Denekler sosyal medyanın amacına uygun paylaşım yapsalar da mahremiyetlerini teşhir etmemektedir.

Mahrem ve sosyal medyada mahremiyet kavramlarına yönelik sorulan soruda, kullanıcıların mahremiyet kavramını literatürde kullanıldığı şekliyle açıkladığı tespit edilmiştir. Katılımcıların mahremiyeti, "kişinin kendine ait özel bilgi" olarak açıkladığı belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medyada mahremiyet kavramının kalmadığını, insanların kendileri ile ilgili her bilgiyi paylaştığını söyleyen katılımcıların sosyal medyanın mahremiyet üzerindeki sonuçlarını belirttikleri söylenebilmektedir.

Sosyal medyada mahremiyetin en önemli sonuçlarından biri olan kişisel verinin korunması noktasında katılımcıların çeşitli önlemler aldıkları belirlenmiştir. Kişisel bilgilerin korunması noktasında güncel bilgileri ve yaşanan gelişmeleri takip eden katılımcılar, bilgilerin korunmadığı takdirde ne tür sonuçların doğacağı hakkında bilgi sahibidirler. ÖM, K, 23 kodlu katılımcının dışındaki katılımcılar, kişisel bilgilerini korumak adına çeşitli önlemler almaktadır. Hesaplarını gizli tutarak, her bilgiyi paylaşmayarak, çeşitli programlar kullanarak kişisel bilgilerini korumaktadırlar.

Katılımcıların hesaplarından silinen içeriklere bakıldığı zaman ise, farklı sebepler olduğuna ulaşılmıştır. Silme nedenleri arasında, yanlış anlaşılma düşüncesi ile karşılaşılmasıdır. Kullanıcıların yanlış anlaşılacakları, paylaşımın gereksiz olduğunu düşündükleri, kendilerini beğenmedikleri paylaşımları hesaplarından sildikleri tespit edilmiştir. Sosyal medyada mahremiyet kaygısı ise, kullanıcılar açısından farklılık göstermektedir. Katılımcıların 7 tanesi kaygı taşıırken, 3 kişi de kaygı sahibi değildir. Kaygı taşıma sebebi olarak güvenlik önlemlerinin yeterli olmadığı gösterilirken, kaygı taşımayanlar bu durumu paylaşımlarına dikkat ettiklerini belirterek açıklamıştır. Cinsiyet açısından bakıldığı zaman kız deneklerin erkek deneklere kıyasla daha fazla kaygı taşıdığı tespit edilmiştir. Bu anlamda araştırma sorusu 2 ve 3'ün de cevabı verilmektedir.

Sonuçlara genel olarak bakılacak olursa, deneklerin sosyal medyada mahremiyet konusunda bilinçli oldukları, paylaşım yaparken kişisel bilgilerini paylaşma noktasında dikkatli davrandıkları, her türlü önlemi almalarına rağmen mahremiyetleri konusunda kaygı taşıdıkları tespit edilmiştir. Bu noktada hem lisans hem de yüksek lisans eğitimlerinin etkili olduğu görülmektedir.

Kaynakça

Altan, H. Z. (2015). Sosyal Medyanın "Kullanımlar ve Doyumlar" Haritası: Youtube, Facebook ve Twitter. Ali Büyükaslan & Ali Murat Kırık (Ed.). *Sosyal medya araştırmaları 2* (77-117). Konya: Çizgi Kitabevi.

- Bakıroğlu, C.T. (2013). Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları. *Akademik Bilişim*. 20.05.2018 tarihinde <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/228.pdf>, adresinden alınmıştır.
- Baumann, Z. (2014). *Akışkan modern dünyadan 44 mektup* (2. Baskı). (Çev. Pelin Sıral). İstanbul: Habitus Kitap.
- Dalgalıdere, S. & Kılıç, E. (2015). Büyük Veri ve Mahremiyet Sorununa Eleştirel Bir Bakış. Ramazan Çelik & Sertaç Dalgalıdere (Ed.). *Yeni ve geleneksel medya okumaları* (201-219). İstanbul: İskenderiye Kitap.
- Dellaloğlu, B. (2015). Mesafeli Yakınlık: Facebook ve Twitter Çağının Yeni Toplumsallığı. Özlem Oğuzhan (Ed.), *İletişimde sosyal medya sosyal medyada iletişim* (21-29). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Demir, O. Ö. (2017). Nitel Araştırma Yöntemleri. Kaan Böke (Ed.). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (286-319). İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- Diker, E. (2015). Gazete Reklamlarında Kadın ve Mahremiyet Anlayışı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi e-gifder*, 3(1), 95-109.
- Dong, T., Liang, C. & He, X. (2017). Social Media and Internet Public Events. *Telematics and Informatics*, 34(3), 726-739, <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.05.024>.
- Duran Okur, H. (2016). Sosyal Ağların Gençliğin Değerlerine Etkisi. Çağlar Deniz ve Banu Hülür (Ed.), *Yeni medya ve toplum* (289-321). Konya: Literatürk Academia.
- Gündüz, U. & Engin, Y. (2016). Sosyal Medya ve Dijital Kimlik Olgusu. Ali Büyükarıslan & Ali Murak Kırık (Ed.), *Sosyal medya araştırmaları 3* (43-60). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gündüz, U. & Pembecioğlu, N. (2015). Sosyal Medya: Mizah, Muhalefet ve Direniş Pratikleri. Ali Büyükarıslan & Ali Murat Kırık (Ed.). *Sosyal medya araştırmaları 2* (55-77). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Hollway, W., & Jefferson, T. (2008). The free association narrative interview method. In L. Given (Ed.), *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*, 286-315. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jurgens, D. (2013). That's what friends are for: Inferring location in online social media platforms based on social relationships. In *Proceedings of the 7th International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM 2013)*, 273–282, Boston, USA.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (32. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kuyucu, M. (2015). Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye'de Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı. Ali Büyükarıslan & Ali Murat Kırık (Ed.). *Sosyal medya araştırmaları 2* (21-55). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Özutku, F., Copur, H., Sığın, İ., İter, K., Küçükyılmaz, M. & Arı, Y. (2014). *Sosyal medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Basım.
- Peltekoğlu, F. (2012). Sosyal Medya Sosyal Değişim. Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.), *sosyal medya akademi* (3-8). İstanbul: Beta.
- Sefa, C. S. (2012). Sosyal Medyaya Girmeden Önce Bilinmesi Gerekenler. Deniz Yengin (Ed.), *Yeni medya ve...* (74-90). İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Taşdelen, B. & Çataldaş, İ. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve mahremiyete

yönelik görüşleri: Lefke Avrupa Üniversitesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi e-gifder*, 5 (2), 826-844.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Ölçme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 6(24), 543-559.

Vishwanath, A. (2017). Getting phished on social media. *Decision Support Systems*, 103, 70–81.

Yüksel, M. (2003). Mahremiyet hakkına ve bireysel özgürlüklere felsefi yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(1), 276-298.