T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

TOPLUMSAL YAŞAMDA BİREYLERİN MAHREMİYET YÖNELİMLERİ: SOSYAL AĞ KULLANICILARI ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Tuba LİVBERBER GÖÇMEN

DOKTORA TEZİ

Danışman Prof. Dr. Bünyamin AYHAN

Bu çalışma S.Ü. BAP Birimi tarafından 17103003 proje numarasıyla desteklenmiştir.

Konya-2018

T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin

Adı Soyadı	TUBA LİVBERBER GÖÇMEN
Numarası	154122001002
Ana Bilim / Bilim Dalı	GAZETECİLİK/GAZETECİLİK
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ■
Tez Danışmanı	PROF. DR. BÜNYAMİN AYHAN
Tezin Adı	Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması

ÖZET

Mahremiyet algısı geçmişte de günümüzde de toplumsal yaşamda var olmaktadır. Ancak modern dönemle başlayan ve günümüzde de artarak devam eden teknolojik gelişmeler karşısında mahremiyet algısı, oldukça geniş bir yelpazede değişim yaşamaktadır. Bu değişimin günümüzde en çarpıcı örneğini de sosyal medya ve buna bağlı olarak sosyal ağ araçları oluşturmaktadır. Özel alan ile kamusal alan sınırlarını daha fazla bulanıklaştıran sosyal ağlar, görünürlük üzerine kurulu olduğu için özel alanın deşifresine ve aleniyetin artmasına yol açabilmektedir.

Sosyal ağlarda var olmaya çalışan bireyin kendini teşhir etmesi, mahremiyete ilişkin ilk tehditi oluşturmaktadır. Bu tehditten anlaşılacağı üzere, mahremiyet her zaman saldırıya maruz kalarak değil aynı zamanda, bizzat kişi tarafından da ihlal edilebilmektedir. Mahremiyete ilişkin ikinci önemli tehdit ise merak duygusu kaynaklı röntgenciliktir. Merak eden kişi merak edilen kişinin sosyal ağlarda neler yaptığını ya da nelerin onun ilgisini çektiğini öğrenmek için onu gözetleyip röntgenlemektedir. Görüldüğü üzere, tüm bu müphem durumlar içinde sosyalleşme sürecinde merkezi bir konuma sahip olan sosyal ağlar, mahremiyet algısını bir şekilde dönüştürmekte ve şekillendirmektedir.

Bu kaygılarla yola çıkılan çalışmanın uygulama bölümünde, mevcut çalışmayı destekleyecek bir araştırmaya yer verilmiş, bunun için İzmir ve Konya şehirlerinde 815 kişilik bir örnekleme yüz yüze görüşmeye dayalı saha araştırması uygulanmıştır. Çalışma sonucuna göre kadınların, yaşın, sosyal ağları arkadaşlarla iletişimde bulunma, olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma ve kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma amacıyla kullanmanın değerleri arttıkça mahremiyet yönelimi değerleri de artmaktadır. Öte yandan Facebook arkadaş sayısı, röntgencilik düzeyi ve sosyal ağları insanların iletişim bilgilerine ulaşma amacıyla kullanmanın değerleri arttıkça mahremiyet yönelimi değerleri azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet, Mahremiyet yönelimi, Sosyal Ağ, Röntgencilik, Kendini Teşhir, Gözetim.

T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin		
	Adı Soyadı	TUBA LİVBERBER GÖÇMEN
	Numarası	154122001002
	Ana Bilim / Bilim Dalı	GAZETECİLİK/GAZETECİLİK
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ■
	Tez Danışmanı	PROF. DR. BÜNYAMİN AYHAN
	Tezin İngilizce Adı	Individuals' Privacy Orientation in Social Life: A Field Survey on Social Network Users

SUMMARY

The sense of privacy has existed in social life in the past and today. However, in the face of technological developments which started in the modern era and continue to increase today, the sense of privacy has been changing in a wide range of fans. The most striking example of this change today is social media and social networking tools accordingly. Social networks that blur the boundaries of private space and public space can lead to increased privacy and publicity as they are based on visibility.

The self-exposition of the individual trying to exist in social networks constitutes the first threat to privacy. As understood from this threat, confidentiality can not always be attacked, but it can also be violated by the person himself. The second major threat to privacy is voyeurism originating from curiosity. The curious person observes and radiates to find out what the curious person is doing in social networks, or what he is interested in. As can be seen, social networks, which have a central position in the socialization process in all these subtle situations, are transforming and shaping the perception of privacy.

A survey to support the current study was given in the application section of the study which was started with these concerns. For this purpose, a sampling survey of 815 persons in İzmir and Konya cities was conducted. According to the results of the

study, the values of privacy orientation are increasing as the values of women, age, social networks, communication with friends, information about events and persons, and sharing personal presentation and profile information. On the other hand, as the number of Facebook friends, the level of voyeurism and the value of using social networks to reach people's contact information increases, the values of privacy orientation decrease.

Keywords: Privacy, Privacy orientation, Social Networking, Voyeurism, Self-disclosure, Surveillance.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI ..... **i**

DOKTORA TEZİ KABUL FORMU ..... **ii**

ÖZET ..... **iii**

SUMMARY ..... **v**

İÇİNDEKİLER ..... **vii**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **xii**

ÖNSÖZ ..... **xxii**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM: MAHREMİYET VE DEĞİŞİM **5**

1.1. Mahremiyet Kavramsallaştırması **5**

1.2. Mahremiyetin Gelişimi ve Dönüşümü **12**

1.2.1. Modern Dönem 13

1.2.2. Postmodern Dönem 19

1.2.3. Dijimodern Dönem 24

1.3. Mahremiyetin Boyutları **31**

1.4. Bir "Kültür Meselesi" Olarak Mahremiyet **36**

1.4.1. Kimlik ve Mahremiyet İlişkisi 36

1.4.2. Bireycilik ve Mahremiyet İlişkisi 40

1.4.3. Mekân ve Mahremiyet İlişkisi 42

1.4.4. Aile ve Mahremiyet İlişkisi 46

1.4.5. Yabancı ve Mahremiyet İlişkisi 51

1.4.6. Beden ve Mahremiyet İlişkisi 54

1.4.7. Din ve Mahremiyet İlişkisi 58

İKİNCİ BÖLÜM: SOSYAL AĞLAR VE MAHREMİYET YÖNELİMLERİ **63**

2.1. Sosyal Medya Kavramına Genel Bakış **63**

2.2. Sosyal Ağlar **66**

2.2.1. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook 72
2.2.2. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak Instagram 78
2.2.3. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak Twitter 82
2.2.4. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak YouTube 85
2.2.5. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak LinkedIn 87
2.3. Sosyal Ağ Kullanım Amaçları 88
2.3.1. İletişim Kurma ve Devam Ettirme 90
2.3.2. Kişisel Sunum ve Narsizm 92
2.3.3. İçerik Oluşturma ve Paylaşma 95
2.3.4. Eğlence ve Boş Zaman Değerlendirme 96
2.3.5. Bilgi Arama 97
2.4. Mahremiyet Algısı İnşasında Sosyal Ağların Etkisi 97
2.5. Mahremiyet ve Gözetim Sorunsalı 100
2.6. Mahremiyet, Teşhir ve Röntgencilik Sorunsalı 106
2.7. Mahremiyet Yönelimi Üzerine Yapılan Araştırma Bulguları 112
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SOSYAL AĞ KULLANICILARININ MAHREMİYET YÖNELİMLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ 116
3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ 116
3.1.1. Araştırmanın Sorunu 116
3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi 117
3.1.3. Araştırmanın Modeli 117
3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi 118
3.1.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları 119
3.1.6. Soru Formu ve Ölçüm Araçları 119
3.1.7. Güvenilirlik ve Geçerlilik 122
3.1.8. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler 123
3.1.8.1. Faktör Analizi 123
3.1.8.2. Bağımsız Örneklem T-Testi 124
3.1.8.3. Ki-Kare (χ 2) Testi 124
3.1.8.4. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) 125
3.1.8.5. Korelasyon Analizi 125

3.1.8.6. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi 126
3.1.9. Araştırmanın Hipotezleri 126
3.2. BULGULAR VE YORUM 128
3.2.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri 128
3.2.2. Sosyal Ağ Kullanım Amaçları 131
3.2.3. Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığı 133
3.2.4. Sosyal Ağlarda Özel Alanın Sınırları 135
3.2.5. Sosyal Ağlarda Gizlilik Politikasının Okunma Düzeyleri 145
3.2.6. Röntgencilik Düzeyleri 147
3.2.7. Kendini Teşhir Düzeyleri 149
3.2.8. Gruplandırılmış Temel Faktörler, Mahremiyet Yöneliminin Boyutları ve Alt Boyutları 156
3.2.9. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Değerlendirme 159
3.2.9.1. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Yaşanılan Yere Göre Değerlendirmesi 159
3.2.9.2. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Cinsiyete Göre Değerlendirmesi 160
3.2.9.3. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Yaşa Göre Değerlendirmesi 161
3.2.9.4. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Değerlendirmesi 162
3.2.9.5. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Meslek Durumuna Göre Değerlendirmesi 163
3.2.9.6. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Gelir Durumuna Göre Değerlendirmesi 166
3.2.9.7. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Amacına Göre Değerlendirmesi 167
3.2.9.8. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Sıklığına Göre Değerlendirmesi 183
3.2.9.9. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Süresine Göre Değerlendirmesi 190
3.2.9.10. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısına Göre Değerlendirmesi 192

3.2.9.11. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağlarda Özel Alanın Sınırlarına Göre Değerlendirmesi 193
3.2.9.12. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Değerlendirmesi 200
3.2.9.13. Mahremiyet Yönelim Boyutları ile Röntgencilik Düzeyleri Arasındaki Farklılık 201
3.2.9.14. Mahremiyet Yönelim Boyutları ile Kendini Teşhir Düzeyleri Arasındaki Farklılık 207
3.2.10. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Değerlendirmesi 221
3.2.10.1. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Yaşanılan Yere Göre Değerlendirmesi 221
3.2.10.2. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Değerlendirmesi 222
3.2.10.3. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Yaşa Göre Değerlendirmesi 223
3.2.10.4. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Değerlendirmesi 224
3.2.10.5. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Meslek Durumuna Göre Değerlendirmesi 225
3.2.10.6. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Gelir Durumuna Göre Değerlendirmesi 226
3.2.10.7. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Amacına Göre Değerlendirmesi 228
3.2.10.8. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Sıklığına Göre Değerlendirmesi 238
3.2.10.9. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Süresine Göre Değerlendirmesi 243
3.2.10.10. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısına Göre Değerlendirmesi 245
3.2.10.11. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağlarda Özel Alanın Sınırlarına Göre Değerlendirmesi 246

3.2.10.12. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Değerlendirmesi 249
3.2.10.13. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları ile Röntgencilik Düzeyleri İlişkisi 250
3.2.10.14. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları ile Kendilerini Teşhir Düzeyleri İlişkisi 251
3.2.11. Mahremiyet Yöneliminin Belirleyicilerine İlişkin Regresyon Analizi.... 255

SONUÇ 257

KAYNAKÇA 271

EKLER 307

ÖZGEÇMİŞ 310

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri 129

Tablo 2. Katılımcıların Arkadaş Sayıları 130

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Ağ Arkadaş Sayılarının Merkezi Eğilim İstatistikleri 131

Tablo 4. Katılımcıların Sosyal Ağ Kullanım Nedenlerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri 131

Tablo 5. Cinsiyete Göre Sosyal Ağ Kullanım Nedenleri Arasındaki Farklılık..... 132

Tablo 6. Katılımcıların Haftalık Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığının Merkezi Eğilim İstatistikleri 133

Tablo 7. Cinsiyete Göre Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığındaki Farklılık 134

Tablo 8. Şehre Göre Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığındaki Farklılık 135

Tablo 9. Katılımcıların Sosyal Ağlarda Paylaştığı Profil Bilgilerinin Yüzdelik Dağılımı 136

Tablo 10. Cinsiyete Göre Gerçek Adın Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 137

Tablo 11. Cinsiyete Göre Doğum Tarihinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı .. 137

Tablo 12. Cinsiyete Göre Yaşanılan Yerin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 138

Tablo 13. Cinsiyete Göre Eğitim Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 138

Tablo 14. Cinsiyete Göre İlişki Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 139

Tablo 15. Cinsiyete Göre Mesleğin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 139

Tablo 16. Cinsiyete Göre İletişim Bilgilerinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 140

Tablo 17. Cinsiyete Göre Siyasi Görüşün Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı..... 140

Tablo 18. Yaşanılan Şehre Göre Gerçek Adın Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 141

Tablo 19. Yaşanılan Şehre Göre Doğum Tarihinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 141

Tablo 20. Yaşanılan Şehre Göre Yaşanılan Yerin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 142

Tablo 21. Yaşanılan Şehre Göre Eğitim Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 142

Tablo 22. Yaşanılan Şehre Göre İlişki Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 143

Tablo 23. Yaşanılan Şehre Göre Mesleğin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 143

Tablo 24. Yaşanılan Şehre Göre İletişim Bilgilerinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 144

Tablo 25. Yaşanılan Şehre Göre Siyasi Görüşün Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı 144

Tablo 26. Katılımcıların Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okumalarının Yüzdelik Dağılımı 145

Tablo 27. Katılımcıların Cinsiyete Göre Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okumalarının Yüzdelik Dağılımı..... 146

Tablo 28. Katılımcıların Yaşadığı Şehre Göre Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okumalarının Yüzdelik Dağılımı 146

Tablo 29. Katılımcıların Röntgencilik Düzeylerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri 147

Tablo 30. Cinsiyete Göre Röntgencilik Düzeylerindeki Farklılık 148

Tablo 31. Yaşanılan Şehre Göre Röntgencilik Düzeylerindeki Farklılık 149

Tablo 32. Katılımcıların Kendileri Hakkında Hoşlandığı ve Hoşlanmadığı Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı 150

Tablo 33. Katılımcıların Hayatında Önemli Olan Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı 150

Tablo 34. Katılımcıların Yaptığı İçin Kendini Suçlu Hissettiği Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı 151

Tablo 35. Katılımcıların Yaptığı İçin Gurur Duyduğu Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı 151

Tablo 36. Katılımcıların Korkularını Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı 152

Tablo 37. Katılımcıların Diğer İnsanlarla Yakın İlişkilerini Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı 152

Tablo 38. Katılımcıların Kamuya Açık Alanlarda Yapamayacakları Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı 153

Tablo 39. Cinsiyete Göre Kendini Teşhir Düzeylerindeki Farklılık 154

Tablo 40. Yaşanılan Şehre Göre Kendini Teşhir Düzeylerindeki Farklılık..... 155

Tablo 41. Mahremiyet Yönelimi Boyutlarının Faktör Analizi 156

Tablo 42. Mahremiyet Yönelimi Faktör Özdeğerleri, Açıklanan Varyansları ve Güvenilirliği 158

Tablo 43. Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları (Pearson r) 158

Tablo 44. Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları..... 159

Tablo 45. Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık 160

Tablo 46. Cinsiyete Göre Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık .. 161

Tablo 47. Yaşa Göre Mahremiyet Yönelimi Faktörleri Arasındaki Farklılık..... 162

Tablo 48. Eğitim ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık 163

Tablo 49. Meslek ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık 164

Tablo 50. Aylık Gelir ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık ... 167

Tablo 51. Arkadaşlarla İletişimde Bulunma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 168

Tablo 52. Tanıdıkların Fotoğraflarına Bakma ya da Fotoğraf Yükleme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 170

Tablo 53. Eğlenme ve Rahatlama Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 172

Tablo 54. Boş Zamanları Değerlendirme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 173

Tablo 55. Olaylar ve Kişiler Hakkında Bilgi Sahibi Olma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 175

Tablo 56. Tanıdıkların Duvarına Yazma ya da Duvarına Yazılanları Okuma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 177

Tablo 57. Mesaj Gönderme ya da Mesaj Alma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 178

Tablo 58. İnsanları Daha İyi Tanıma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 180

Tablo 59. İnsanların İletişim Bilgilerine Ulaşabilme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 182

Tablo 60. Kişisel Sunum Ve Profil Bilgilerini Paylaşma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 183

Tablo 61. Facebook Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 184

Tab**lo 62.** Instagram Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 185

Tablo 63. Whatsapp Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 186

Tablo 64. Twitter Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 187

Tablo 65. Snapchat Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 188

Tablo 66. LinkedIn Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 189

Tablo 67. Sosyal Ağ Kullanım Süresi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 191

Tablo 68. Facebook Arkadaş Sayısı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 192

Tablo 69. Instagram Arkadaş Sayısı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 193

Tablo 70. Gerçek Adın Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 194

Tablo 71. Doğum Tarihinin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 195

Tablo 72. Yaşanılan Yerin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 195

Tablo 73. Eğitim Durumunun Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 196

Tablo 74. İlişki Durumunun Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 197

Tablo 75. Mesleğin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 198

Tablo 76. İletişim Bilgilerinin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 199

Tablo 77. Siyasi Görüşün Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 199

Tablo 78. Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık 201

Tablo 79. İnsanların Özel Anlarının İzlendiği Sosyal Ağlardan Hoşlanma Düzeyi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 203

Tablo 80. İnsanların Normalde Görmediği Yüzünü Gösterdiği Sosyal Ağlardan Hoşlanma Düzeyi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık..... 205

Tablo 81. İnsanların Sakladıkları Şeylere Erişim İmkânı Sağlayan Sosyal Ağlardan Hoşlanma Düzeyi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 206

Tablo 82. Kamuya Açık Alanlarda Yapılamayacak Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 208

Tablo 83. Diğer İnsanlarla Yakın İlişkilerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 210

Tablo 84. Korkuların Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 212

Tablo 85. Yapıldığı İçin Gurur Duyulan Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 214

Tablo 86. Yapıldığı İçin Suçluluk Hissedilen Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 216

Tablo 87. Hayatında Önemli Olan Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 218

Tablo 88. Kendi Hakkında Hoşlandığı ve Hoşlanmadığı Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık 220

Tablo 89. Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 221

Tablo 90. Cinsiyete Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 222

Tablo 91. Yaşa Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 224

Tablo 92. Eğitim Düzeyine Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 225

Tablo 93. Mesleğe Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 226

Tablo 94. Gelir Durumuna Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık..... 227

Tablo 95. Arkadaşlarla İletişimde Bulunma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 228

Tablo 96. Tanıdıkların Fotoğraflarına Bakma ya da Fotoğraf Yükleme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 229

Tablo 97. Eğlenme ve Rahatlama Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 230

Tablo 98. Boş Zamanları Değerlendirme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 231

Tablo 99. Olaylar ve Kişiler Hakkında Bilgi Sahibi Olma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 232

Tablo 100. Tanıdıkların Duvarına Yazma ya da Duvarına Yazılanları Okuma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 233

Tablo 101. Mesaj Gönderme ya da Mesaj Alma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık..... 234

Tablo 102. İnsanları Daha İyi Tanıma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 235

Tablo 103. İnsanların İletişim Bilgilerine Ulaşabilme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık..... 236

Tablo 104. Kişisel Sunum ve Profil Bilgilerini Paylaşma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 237

Tablo 105. Facebook Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 238

Tablo 106. Instagram Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 239

Tablo 107. Whatsapp Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 240

Tablo 108. Twitter Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 241

Tablo 109. Snapchat Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 242

Tablo 110. LinkedIn Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 243

Tablo 111. Sosyal Ağ Kullanım Süresi ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 244

Tablo 112. Facebook Arkadaş Sayısına Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 245

Tablo 113. Instagram Arkadaş Sayısına Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 246

Tablo 114. Sosyal Ağlarda Paylaşılan Bilgiler ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık (ANOVA) 247

Tablo 115. Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 249

Tablo 116. Röntgencilik Düzeyleri ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık 250

Tablo 117. Kendini Teşhir Düzeyleri ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık..... 252

Tablo 118. Mahremiyet Yöneliminin Belirleyicilerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları..... 255

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, sosyal ağlarda bireylerin mahremiyet yönelimleri incelenmiştir. Mahremiyet yönelimi ile anlatılmak istenen, bireylerin sosyal ağlarda mahremiyete ilişkin özellikle karmaşık durumlarda edindiği tutumlardır. Bireylerin sosyal ağlarda mahremiyet yönelimleri incelenirken öncelikle kavramsal ve tarihsel gelişimi, ilişkileri, mahremiyet algısında sosyal ağların etkisi, röntgenleme, gözetleme ve kendini teşhir etme gibi konular dikkate alınmıştır.

Çalışmanın her aşamasında bilgilerini, tecrübelerini, desteklerini, değerli zamanlarını esirgemeyen ve benim için çok kıymetli bir yere sahip olan insanlara teşekkürü bir borç bilirim.

GİRİŞ

Günümüzde en önemli kişisel ve toplumsal sorunları belirleyebilmek için, içinde bulunduğumuz dönemin özellikleri hakkında ipucu verecek olan değerler olarak nelerin benimsendiği ve bu değerlerden hangilerinin tehdide uğradığını ortaya koymak gerekmektedir (Mills, 2001: 90). Bu nedenle, "ne yapmalıyım? nasıl davranmalıyım? nasıl biri olmalıyım? bu hayatı nasıl yaşamalıyım? ben kimim?" gibi tüm bu sorular geç modern çağda yaşayan tüm bireyler için merkezi öneme sahiptir (Giddens, 2014: 98). Bu soruların en pratik çözümü ise çoğunlukla başkalarının hayatına bakmaktan geçmektedir (Kete, 2011: 66-69). Bunun nedeni, günümüzde mahremiyetin çözülüşü karşısında insanların nasıl bir hayat yaşayacaklarına dair toplumsal ortak kod ve değerlerin kaybolmasıyla ilgilidir.

Mahremiyet kavramını tanımlamak oldukça zordur. Çünkü mahremiyet kavramına ilişkin fikir birliğine varılan ve evrensel olarak kabul gören bir tanım bulunmamaktadır. Kavram, toplumdan topluma, kültürden kültüre ve dönemden döneme değişiklikler göstermektedir. Bauman'ın belirttiği gibi (2001: 10, 46), toplumların hepsi birer anlam fabrikası olma işlevine sahiptir. Toplum, onaylama ve paylaşmanın diğer ismidir. Ancak aynı zamanda onaylananı ve paylaşılanı yüceltilmiş hale getiren bir güçtür de. Sonuçta Aristo'nun da dediği gibi insan varolduğu toplumun ürünüdür ve şeylere –mahremiyete- ilişkin düşüncesi, algısı ya da yönelimi topluma göre değişmektedir. Benzer şekilde kültür de sınıflandırma, ayırma, sınır çizme ve böylece bireyleri benzerlikle içsel bir biçimde birleştiren ve farklılıkla dışsal bir biçimde kategorilere ayıran bir etkinliktir. Mahremiyette bu benzerlik ve farklılık kategorileri arasında kültürden kültüre göre değişim göstermektedir. Toplum ve kültürler arasında farklılık içeren mahremiyete yönelik bakış açıları aynı zamanda, dönemler için de geçerlidir. Çünkü mahremiyet, yeni ortaya çıkmış bir kavram olmamakla birlikte, çok eski dönemlerden beri varolan bir olgudur. Ancak bu kavramın modern dönemle birlikte önem kazanmaya ve kullanılmaya başlandığı söylemek mümkündür.

Modern dönemde özel ve kamusal alan ayrımının görünür kılınması, beraberinde mahremiyetin sınırlarının belirsizliğini de getirmiştir. Özellikle bu

dönemde baskı teknolojisinin gelişimiyle bilgiler hızlı bir şekilde yaygınlaşmış, bireyler özel konuları tanımaya başlamış ve gösteri temelli popüler medya yükselişe geçmiştir. Bu gösteri mantığı hayatın pek çok alanını etkilemiş ve gündelik yaşamda giderek daha yaygın bir hal almıştır. Yaygınlaşan gösteri durumu ise gözetimin yaygınlaşmasını da beraberinde getirmiştir. Hatta gözetim bu dönemde sistematikleşmeye başlamıştır. Sistematikleşen gözetim ise, bireyin özel/mahrem alanını çoğu zaman hiçe sayarak mahremiyet yitimine daha farklı şekillerde neden olmuştur. Kısaca modern dönem temel koşul olarak bireysel hak ve özgürlükleri ön planda tutmayı amaçlayan bir yaşam oluşturmaya çalışsa da, bireylerin nesneleşerek gösteri unsuruna dönüşmesine ve gözetime maruz kalmasına da sebebiyet vermiştir.

Günümüzde ise yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, mahremiyet yeniden tanımlanmaya çalışılmaktadır. Ancak yapılan tanımlamalar, sınırların belirsizliğinden ziyade, sınırların birbirine girmesi ve ihlallerin önüne geçilememesine işaret etmektedir. Castells'in "fiziki uzamın yerini hareketlerin uzamının alması", Mosco'nun "kapitalizmin zaman ve mekânı ele geçirmesi", Giddens'ın "zaman-uzam bağımlılığının azalması", Harvey'in "zaman-uzamın daralması" ve Bauman'ın "zaman/mekân kenetlenmesi" (Cheviron, 2014: 67) ifadelerinde de belirtildiği gibi, teknolojinin zaman ve uzam arasındaki klasik ilişkiyi değiştirdiği savı, mahremiyetin de sınırlarını dönüşüme uğratmıştır.

Bu dönüşüme neden olan elektronik veri yönetimi ve enformasyon toplumuna geçişle birlikte veri toplama, işleme ve saklama işlevlerinin olağanüstü bir biçimde arttığı görülmektedir. Kişisel verilerin toplanması, saklanması ve yönetilmesi, mahremiyet sorununu gün geçtikçe daha önemli hale getirmektedir (Tataroğlu, 2013: 263). Çünkü elektronik medya, uzaktaki oluşumların yakındaki oluşumlar ve benliğin mahrem yönleri üzerindeki etkisinin giderek yaygınlaşmasında temel bir rol oynamaktadır. Nitekim günümüzde içinde yaşadığımız dünya, insanların önceki dönemlerde yaşadıkları yerden tamamen farklı bir konumdadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri elektronik iletişim araçlarının hem merkezi hem de inşa edici bir role sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu yüzden hem yerel hem de küresel etkileşim noktasında mahremiyetin dönüşümü kaçınılmazdır (Giddens, 2014: 15-17). Bu dönüşüm kapsamında aynı zamanda, derin bir anlamlandırma ve yorumlama

sorunu bulunmaktadır. Dolayısıyla gelip geçicilik ne kadar fazlaysa, hakikati keşfetme ya da imal etme ihtiyacı da o kadar büyük olmaktadır (Harvey, 2014: 326).

Görüldüğü üzere birey, biçimleri ne olursa olsun koşulların etkisinden kaçamamaktadır (Bauman, 2001: 16). Bu doğrultuda, özellikle sosyal ağların yaygınlığı düşünüldüğünde, günümüzde mahremiyetin ihlaline yönelik pek çok tehditin de bulunduğu açıktır. Hatta dijital ayak izleri oluşturan her eylem, bireyin mahremiyetini tehdit etmektedir. Ancak mahremiyete yönelik tehdit yalnızca başkaları tarafından gelmemektedir. Bu tehditi oluşturan en önemli etmenlerden biri de bireylerin bizzat kendileridir. Popülerleşen sosyal ağlarda varolmaya çalışan bireyler, sürekli bağlantıda kalarak kendilerini gönüllü bir şekilde teşhir etmekte ve çoğu zaman mahremiyet sınırlarını kendileri ihlal etmektedir. Hatta sosyal ağlarla birlikte mahremiyet, öyle bir hale gelmiştir ki artık, bir bilim-kurgu fantezisi [1] olarak görülmektedir. Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, Çakır'ın da (2015: 350) altını çizdiği üzere, günümüzde özel alan özel olmaktan, kamusal alan kamusal olmaktan, topluluklar da topluluk olmaktan giderek uzaklaşmaktadır. Özel alan, özelin teşhiri ve gösterisi ile kamusal alana, kamusal alan da bireylerin röntgenciliğine ve gözetimine açılmıştır. Dolayısıyla özel alan da kamusal alan da birbirinden ayırt edilemez hale gelmiş, mahremiyetin yaşanma biçimi de algısı da değişime uğramıştır.

Bu kaygılarla yola çıkarak, araştırmanın birinci bölümünde, mahrem, mahremiyet gibi kavramların tanımlamaları yeniden yapılmış, bu kavramların değişen sınırlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, mahremiyetin dönüşümü, tarihsel izlekte modern, postmodern ve dijimodern dönemler olarak ele alınmıştır. Ardından mahremiyetin boyutları olarak nitelendirilen bireysel, mekânsal ve enformasyon mahremiyeti gibi pek çok boyut açıklanmaya çalışılmıştır. Son olarak mahremiyetle ilişkileri açısından kimlik, bireycilik, mekân, aile, yabancı, beden ve din unsurları ele alınmıştır. Bu bölümde mahremiyetin günümüzde geçmişe oranla daha az mı yoksa daha çok mu olduğu konusunda bir tartışma yapılmayıp bunun yerine mahremiyet anlayışındaki farklılıklara odaklanılmıştır.

---

[1] Konu hakkında Paul Venezia'nın "The Deep End" isimli blogunda daha fazla ayrıntı bulmak mümkündür http://www.infoworld.com/article/2619875/security/your-privacy-is-a-sci-fi-fantasy.html (Erişim Tarihi: Mart 2017).

Çalışmanın ikinci bölümünde, sosyal ağlar ve mahremiyet ilişkisine yer verilerek sosyal ağların kullanım amaçları ve mahremiyet algısı inşasında sosyal ağların etkisi ele alınmıştır. Ardından sosyal ağlarla ilişkili olarak; mahremiyet gözetim, teşhir ve röntgencilik sorunsallarıyla tartışılmış ve mahremiyet yönelimi üzerine yapılan araştırma bulguları üzerine odaklanılmıştır.

Çalışmanın uygulama bölümünde ise, mevcut çalışmayı destekleyecek bir araştırmaya yer verilmiş, bunun için İzmir ve Konya şehirlerinde sosyal ağlarda mahremiyet yönelimlerine dair ipuçlar yakalayabilmek için 815 kişilik bir örnekleme anket uygulanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM: MAHREMİYET VE DEĞİŞİM

1.1. Mahremiyet Kavramsallaştırması

Mahremiyet olgusuna çok eski dönemlerden beri rastlanılmaktadır. Ancak mahremiyetin temel unsuru olan özel hayat alanından söz edebilmek için her şeyden önce "birey" kavramının öne çıkmış olması gerekmektedir. Modern öncesi ya da geleneksel toplumsal yapılarda bugünkü anlamıyla bir "birey" den ve bireyin "özel yaşam alanı" ndan ya da "mahrem alanı" ndan bahsetmek zordur (Yüksel, 2003: 182-183). Giddens'ın (2014: 25) belirttiği gibi, bireysel yaşantılar toplumsal koşullardan, toplumsal koşullarda bireysel yaşantılardan bağımsız değildir. Bu sebeple toplumsal koşullar dikkate alındığında mahremiyetin modernleşme süreciyle birlikte önem kazandığını söylemek mümkündür. Devam eden süreçte liberalizm mahremiyet alanı sınırlarının "nerede olacağına, bu sınırların hangi ilkelere göre çizileceğine, müdahalelerin nereden kaynaklandığına ve nasıl denetleneceğine ilişkin bir temellendirme" (Lukes, 1973: 69) oluşturmuştur.

Mahremiyet öznel bir kavramdır. Bu yüzden farklı bireylerin farklı mahremiyet anlayışı vardır. Bazılarına göre mahremiyet içeren, özel olarak görülen bilgiler başkası için önemsiz olabilmektedir (Lu vd., 2015: 3; Rule, 2010: 502). Bu yüzden mahremiyet deneyimi şüphesiz derin kişisel bir deneyimdir (Epstein, 2016: 28) ve toplumunun genel olarak toplumsal psikolojisini göstermektedir (Lu vd., 2015: 3). Görüldüğü gibi mahremiyet kavramını hem çok anlamlılığı hem de sınırlarının belirsizliği sebebiyle tanımlamaya çalışmak pek çok zorluğu da beraberinde getirmektedir. Bu sebeple ilk olarak, mahremiyet sözcüğünün türediği mahrem sözcüğünden bahsetmek faydalı görünmektedir. Arapça ḥrm kökünden gelen mahrem[2], "yasak, tabu, kutsal, özel alana veya hareme ait olan" sözcüğünden alıntıdır. Benzer şekilde, mahrem sözcüğünü Türkçe Sözlük[3], "yakın akrabadan olduğu için nikâh düşmeyen (kimse)", "başkalarına söylenmeyen, gizli" ve "sırdaş" olarak tanımlanmaktadır. Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, mahrem sözcüğü kişisel, özel, gizli, sır, saklanan, korunan ya da yasaklanan anlamına gelen

[2] http://www.etimolojiturkce.com/
[3] http://www.tdk.gov.tr/

kavramların birleşiminden oluşmaktadır. Ancak mahremi kavramaya çalışırken gözden kaçırılmaması gereken şey Colomina'nın da (2011: 28) belirttiği gibi, mahrem olanın sadece bir mekândan değil, aynı zamanda mekânlar arasındaki bir ilişkiden[4] kaynaklanmasıdır da. Çünkü mekânlar arasındaki ilişki aracılığıyla mahrem olarak görülen şeyin açığa çıkması ya da görünür olması durumu söz konusudur. Bu yüzden, mekânlar arasında yaşanan ilişkinin boyutları mahremiyet açısından anahtar bir rol oynamaktadır.

Mahremiyete yönelik pek çok kavramsallaştırma bulunmaktadır. Ancak bu kavramsallaştırmalara geçmeden önce mahremiyet neden önemlidir sorusuna yanıt aramak önemlidir. Margulis (2005: 5) bu sorunun yanıtını Westin'in (1967) çalışmasında aramakta ve temel hatlarıyla dört maddede yanıtlamaktadır. Bunlar; "kişisel özerklik ve manipüle edilmekten kaçınma arzusu", "duygusal rahatlama ve psikolojik mahremiyet yönetimi", "kişinin kendi kendini değerlendirmesi" ve "hem kişilerarası ilişkiler hem de güvendiğimiz başkalarıyla bilgi paylaşımının sınırları kapsamında belirli miktarda iletişimin korunması" olarak nitelendirilmektedir. Daha genel bir ifadeyle kişisel bilgilerin, kişisel alanların ve kişisel tercihlerin, özgürlüğün ve özerkliğin liberal demokratik bir toplumda korunması kapsamında mahremiyetin neden önemli olduğuna dair fikir birliği bulunmaktadır (DeCew, 2013). Dahası mahremiyet "özgürlük, özerklik, benlik, insan ilişkilerinin geliştirilmesi ve özgür bir toplumun varlığının geliştirilmesi" gibi işlevleri sebebiyle merkezi bir öneme sahiptir (Gavison, 1980: 347). Kısaca hem Altman'ın vurguladığı toplumsal etkileşimi hem de Westin'in vurguladığı kişisel bilgiyi kapsaması (Margulis, 2005: 4) mahremiyetin neden önemli olduğu sorusuna gereken yanıtı vermektedir.

Bu çerçevede mahremiyet kavramsallaştırmalarını ana hatlarıyla dört şekilde ifade etmek mümkündür. Bunlardan birincisi kişiler arası duygusal iletişimi düzenleme ve duyguların ifade süreci kapsamında bir "ihtiyaç", ikincisi yalnız kalma, kişisel sınır ve ulaşılabilirlik kapsamında bir "korunma hakkı", üçüncüsü bir "kültürel algı", dördüncüsü ise din referansında kul hakkı, haramdan sakınma ve

[4] Bu nedenle bu çalışma, mahrem ve mahremiyet kavramsallaştırmalarına salt bir mekân alanı olarak değil mekânlar arası ilişkilerden kaynaklanan alanlar olarak bakmakta ve nitelemelerini bu yönde yapmaktadır.

sadakat olarak konumlandırılabilir. Mahremiyet, kültüre özgün olduğundan her kültürde mahremiyetin algılanması, düzenlenmesi ve pratikleri farklılık göstermektedir. Bu sebeple üçüncü tanımlama kültürden kültüre farklılık göstermekle birlikte çoğunlukla aile hayatı, kadının sahası ve yabancının bakışlarına yönelik yasakları kapsamaktadır. Bu kapsamda, bu başlık altında mahremiyete yönelik bu kavramsallaştırmalara yer verilecektir.

İlk kavramsallaştırma mahremiyetin bir ihtiyaç olarak ele alınmasıdır. Trepte ve Reinecke'nin (2011) belirttiği gibi, mahremiyet her şeyden önce temel bir insan ihtiyacıdır. Hatta toplumsal ilişkilerin düzenlenmesinde bir gerekliliktir (Roessler ve Mokrosinsk, 2013: 775). Bu yüzden mahremiyeti, kişiler arası eşitlik bağlamında, diğer insanlarla ve benlikle duygusal iletişim kurma meselesi olarak görmek mümkündür (Giddens, 2010: 123). Çünkü mahremiyet kavramı, sıcaklık, güven ve duyguların açık bir şekilde ifade edilmesi gibi bir şeyleri çağrıştırmaktadır (Yörükan, 2012: 288; Sennett, 2013: 18). Bu sebeple insan ilişkilerinin mahremiyete olan ihtiyacı sıcaklık ve güven duygularını içeren ilişki arayışında kendini göstermektedir. Bunun dışında, sağladığı rahatlık gerekçesiyle mahremiyet, kişisel değerlendirme yapma fırsatı yakalama açısından da ihtiyaç duyulan bir şeydir (Yörükan, 2012: 289). Ancak Yüksel'in de (2003: 182) üzerinde durduğu gibi, mahremiyete olan ihtiyaç yalnızca kişiler için geçerli değil, aynı zamanda toplum için de geçerlidir. Toplumsal yaşamda mahremiyete duyulan ihtiyaç, farklı görünümlerde ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyaçları metnin devamında yer alan diğer mahremiyet kavramsallaştırmaları içinde görmek mümkündür.

İkinci kavramsallaştırma mahremiyetin bir korunma hakkı olarak ele alınmasıdır. Altman (1977: 67), geleneksel açıdan mahremiyetin, bireylerin başkalarıyla etkileşim kurmaktan kaçınmaya çalıştığı tek yönlü bir çekilme süreci olarak görüldüğünü söylemektedir. Ayrıca başkalarıyla diyalektik ve dinamik bir etkileşim olarak ele almaktadır. Bu nedenle mahremiyet, insanların kimi zaman kendilerini açık ve başkaları tarafından erişilebilir duruma getirmesi kimi zaman da başkalarına kendilerini kapatıp sınırlı bir kontrol süreci sağlamaları noktasında anahtar rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, kişilerin yalnız başlarına kalabildikleri,

istedikleri gibi düşünüp davranabildikleri, başkalarıyla hangi yerde, hangi zamanda, nasıl ve hangi ölçüde ilişki ve iletişim kuracaklarına tamamen kendilerinin karar verebildikleri bir alanı ve bu alan üzerinde sahip olunan hakkı ifade etmektedir (Soffer ve Cohen, 2014; Turn, 1985: 28; Yüksel, 2003: 182; Zeldin, 2010: 409). Bunun yanı sıra samimiyet (Balleys ve Coll, 2016: 2; Coll, 2012: 19; Flaherty, 1989: 3; Smith, 1997: 11; Tang ve Dong, 2006: 287), yalnızlık (Flaherty, 1989: 3; Laudon ve Laudon, 2011: 131; Smith, 1997: 2; Spinello, 2014: 154; Tang ve Dong, 2006: 287; Yörükan, 2012: 287) ve anonimliği yaşama hakkı (Flaherty, 1989: 3; Smith, 1997: 8; Yörükan, 2012: 288) olarak nitelendirmektedir.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, mahremiyet, bireylerin başkalarıyla olan ilişkilerini de düzenlemektedir. Bir yandan bireyin başkalarıyla olan etkileşimini yönetmesine imkân tanırken bir yandan da kişisel sınırlarını inşa etmesini sağlamaktadır (Altman ve Chemers, 1984: 77-78; Margulis, 2003: 246; Yörükan, 2012: 252). Benzer şekilde mahremiyet, bireyin başkaları tarafından ne ölçüde tanınıp bilindiği, başkalarının fiziksel olarak bireylere ne ölçüde ulaşabilir oldukları, bireylerin başkalarının ilgi ve dikkatinin ne ölçüde "nesnesi" olduğu hususlarıyla da yakından ilişkili bir kavramdır (Yüksel, 2009: 278). Bu sebeple mahremiyeti, hayatımızda benimsediğimiz ve belirlediğimiz gizli-saklı olan alanın mesafesi olarak görmekte mümkündür (Aktaş, 2011: 174). Bu bağlamda Warren ve Brandeis (1984), mahremiyete, istenmeyen bilgi yayılımına karşı bireylerin korunma hakkı olarak, Fried (1968: 209), Westin (1967: 7), Laufer ve Wolfe (1977), Margulis (1977: 12), DeCew (1997), Stefanick (2011: 36), Tavani (2011: 136–137) ile Dolgun (2015: 209) kendimiz hakkındaki bilgilerimiz üzerindeki kontrolümüz olarak bakmaktadır. Bu açıdan mahremiyet, bireyi özgürleştiren ve diğerlerine karşı koruyan bir alan açmaktadır (Yılmaz, 2011: 132). Benzer şekilde Baghai'de (2012: 952) "The Right to Privacy" (Mahremiyet Hakkı) çalışmasını referans göstererek mahremiyetin kişinin dokunulmazlığına işaret ettiğini söylemektedir. Örneğin, sokakta gördüğümüz kişilerin cinsiyeti ve yüzü genellikle görülebilir ve bilinir. Bu bilgiler "kamusal"dır. Buna karşılık, kişilerin siyasal ve dini inançları genellikle görünmez ve bilinmez. Mahremiyeti bu noktada, görünmezlik-görünürlüğü ve ulaşılmazlığı içeren

erişilebilirlik ve mecazi mekânsal terimlerle düşünmek mümkündür (Marx ve Muschert, 2009: 223).

Üçüncü kavramsallaştırma mahremiyetin bir kültürel algı olarak ele alınmasıdır. Mahremiyetten kültürel bir algı olarak söz eden Yılmaz (2011: 131) bunun nedenini mahrem alanın sınırlarının kültürel bir kavrayış içinde şekillenip belirlenmesine bağlamaktadır. Göle de (2014a: 20) kültürel algı çerçevesinde, mahremiyet için, "gizliliğe, aile hayatına, kadının sahasına, yabancının bakışlarına yasaklanan şeye ilişkindir. Aynı zamanda Müslüman bir toplumda gizlilik, cinsel ayrım ve kamu ahlakı gibi konuların anlaşılmasında anahtar bir sözcüğe dönüşmektedir" yorumlamalarında bulunmaktadır.

Dördüncü kavramsallaştırma mahremiyetin bir din referansı olarak ele alınmasıdır. Buna göre, "haram, şeriatın yasak ettiği şey, gizli olan, herkese söylenmeyen, herkesçe bilinmemesi icabeden" (Devellioğlu, 2008: 569) bir duruma işaret etmektedir. Dini kaynaklara bakıldığında da, mahremiyet kavramı, "kul hakkı" (Duman, 2011: 153), gözleri haramdan sakınma endişesi, kendi hakikatine sadık olma konusunda bir özen ve bir ihtimam olarak nitelendirilmektedir (Aktaş, 2011: 294). Örneğin İslam'da özel alanın/mahremiyetin bireyselliğine yapılan vurgu, kamusalın kuşatıcılığına karşı bireyin korunması amacını taşımaktadır (Bağlı, 2008: 257).

Görüldüğü üzere mahremiyet tek bir şey değil, çok şeydir (Laufer vd., 1973: 353). Mahremiyet açıklamaları ilk elde toplumsal değerlerle gerçekleşmekte (Bağlı, 2008: 258) ve "sözlü içerik ve yapı", "sözsüz davranış (beden dili)", "kıyafetler, kişisel alan, çevredeki alanların ve nesnelerin kullanımı", "kültürel temelli normlar ve gelenekler" (Margulis, 1977: 13) ya da "cinsiyet" gibi dengelerde değişmektedir (Petronio, 2015: 170). Dolayısıyla mahremiyetin esas ilgi alanı insan, özelde ise kadındır. Bu yüzden, mahremiyeti kavramak adına yapılan özel/kamu alanı ayrımı öncelikli olarak bu bağlamda değerlendirilmelidir (Ormanlı, 2011, 264). Çünkü bugünkü mahrem olanı/mahremiyeti anlamanın önkoşulu özel/kamu ayrımındaki özel alanı kavramaktan geçmektedir (Çetinkaya, 2011: 26). Ancak Kete'ye (2011: 63) göre, özel/kamu ayrımından bahsetmek demek bu iki alanın tamamen birbirinden

farklı olduğunu söylemek değildir. Çünkü bu iki alan her şeyden önce birbirini besleyen, destekleyen ve etkileşim içinde olan alanlar olarak düşünülmelidir. Kömeçoğlu (2012: 96) ise kamusal ve özel alan kavramsallaştırmalarını birbirine karşıt iki ayrı alan olarak konumlandırmaktadır. Ona göre ancak ayrı ve kaşıt alanlar olarak okumak anlamın daha doğru anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Keza kamusal ya da özelin ne ifade ettiğini anlayabilmek için neyin neyle karşıt konumda olduğunu ve bu karşıtlıkların hangi zeminde oluşturulduğunu anlamak gerekmektedir.

Özel/kamu ayrımındaki 'özel alanı' kavramak amacıyla tarihsel dönemlere bakıldığında, özel/kamu ayrımının uzun bir geçmişe sahip olduğu ve günümüze kadar toplumsal gelişmeler, değişmeler ve koşullara bağlı olarak değişimler geçirdiği görülmektedir. Tarihsel izlekte özel/kamu ayrımına bakabileceğimiz ilk durağı, Antik Yunan kentindeki "polis sahası" ile "hane/aile sahası" ikiliği oluşturmaktadır. Polis sahası, kamusal etkinliğin alanı olup özgürlük, karar verme ve erkekle özdeştir. Hane/aile sahası ise, hanenin, kadınların ve kölelerin yaşam alanı olup mahremiyetin alanı olarak görülmektedir (Arendt, 2003: 65-71). Zaten özel alan, adı itibarıyla da eve bağlı bir kavramdır (Habermas, 2014: 60). Öte yandan ahlak dışı bir alan olarak nitelendirilen kamu, kadın ve erkek için de farklı anlamlara gelmektedir. Kadınlar için kirlilik, kargaşa, girdap, rezalet anlamlarına gelen kamu, erkekler için alttan alta bir özgürlük alanı şeklinde yorumlanmaktadır. Bu doğrultuda kamu alanı herkesin denetimine açık bir alan anlamına gelirken, özel alan kişinin ailesi ve arkadaşlar ile sınırlanan saklı bir yaşam bölgesi anlamındadır (Sennett, 2013: 32, 41). Ancak bu durum moderniteyle birlikte değişmiş ve özel alan zamanla kamusallıkla örtüşmeye başlamıştır (Colomina, 2011: 9). Arendt (2003: 71) bunun nedenini önceleri hanenin yani ailenin özel alanına dâhil olan bütün meselelerin 'kolektif' bir mesele haline gelmiş olmasına bağlamaktadır. Ancak zaman içerisinde kamu yaşamı aşınmış, mahrem duygular dünyası sınırlarını yitirmiş, toplumun insan ifadesini kavrayış biçimi de takdimden temsile dönüşmüştür (Sennett, 2013: 20, 66).

Açık bir şekilde görüldüğü gibi, mahremiyet kavramının görünür olması topluma nazaran bireyin ön plana çıkmasıyla mümkün olmuştur. Bireyin ön plana

çıkmasıyla birlikte bireyin özel yaşamı ile kamusal yaşamı arasındaki sınırlar keskinleşmiş ve bireyin mahremiyet hakkı, yasal güvence altına alınma ihtiyacı doğurmuştur. Bireysel özgürlük kapsamında ele alınmaya başlanan kavram, bireysel özgürlük alanlarının kısıtlanmasına yönelik önlemler doğrultusunda yeni ihtiyaçlara gereksinim duymuştur. Fakat bu dönüşümler tüm kültürlerde aynı zamanda ve aynı şekilde olmamıştır. Hatta Anthony Giddens'ın (2010) tabiriyle, doğu ve batı kültürlerinde, mahremiyetin dönüşümüne ilişkin radikal farklılıklar bulunmaktadır. Doğu toplumları "görünmezlik", batı toplumları ise "dokunulmazlık" üzerine mahremiyeti inşa etmektedir.

Genel olarak bir kavramsallaştırma yapıldığında mahremiyeti,

- Kişilerarası duygusal iletişimi kapsayan bir ihtiyaç,
- Yalnız kalma, kişisel sınır ve ulaşılabilirliği kapsayan bir korunma hakkı,
- Aile hayatı, kadının sahası ve yabancının bakışlarını kapsayan bir kültürel algı,
- Kul hakkı, haramdan sakınma ve sadakati kapsayan bir din referansı olarak görmek mümkündür.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, mahremiyet kavramsallaştırmaları yeterli değildir (Spinello, 2014: 154). Mahremiyet, esnek (Allen, 1988) bir anlayışa sahip olduğu için ne olduğuna ve niteliklerine dair oldukça tartışmalı bir durum söz konusudur. Karmaşaları sonlandırmak ve yeni bir tanım yapmak zordur. Kavram ve nitelikleri tarihsel süreçte farklı aşamalardan geçmiştir. Ancak bu durum, kavramın yeni bir yorumu getirildiğinde eski tanımların ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. Her dönem yaşanan gelişim ve değişimler sonucunda kavrama duyulan ihtiyaçta da farklılıklar oluşmaktadır. Miles (2015: 277) ve Woo'nun (2006: 952) verdiği örnek gibi, bireycilikle kapitalizmin yükselişi bireyin yalnız kalma ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Benzer şekilde, günümüzde de yeni teknolojik uygulamalar tarafından sunulan seçenekler yeni enformasyon teknolojilerinin gündelik hayata bu denli dâhil olmasıyla birlikte bugünkü mahremiyet anlayışını değiştirmektedir. Kavram, gelecekteki teknolojik gelişmeler ışığında tekrar değişecek

ve yeni ihtiyaçlar doğuracaktır. Bu sebeple mahremiyet kavramını tarihsel gelişim süreci içinde incelemek zorunlu görünmektedir.

1.2. Mahremiyetin Gelişimi ve Dönüşümü

Yaygın bir kanaate göre gökten üç elma düşmüş ve dünyayı değiştirmiştir. Bu üç elma metaforu; Âdem ve Havva'nın yasak elması, Newton'un yerçekimi elması ve Steve Jobs'un Apple'ıdır. İlk yasak elma metaforu, Adem ve Havva'nın cennetten kovulmasına, ikinci metafor Newton'un başına düşen elma, bilime yeni bir boyut kazandırmasına ve üçüncü metafor ise Apple'ın kurucusu Steve Jobs'un elması olup teknoloji alanında gerçekleştirilen yeniliklerin ortaya çıkmasına imkan tanımıştır. Mahremiyetin dönüşümü açısından tarihsel izlekte insanlığın yaşamını derinden etkileyen bu elmalardan Newton'un elmasını modern dönem, Steve Jobs'un elmasını postmodern ve devamında dijimodern dönem kapsamında değerlendirmek mümkündür. Ancak geleneksel dönemin tarıma ve feodal yapıya dayanması sebebiyle o dönemde mahremiyet alanını kapsayacak özel mülkiyet, özel alan ya da bireycilik gibi anlayışlardan bahsetmek zordur. Bu yüzden, mahremiyetin gelişimi ve dönüşümü bu tür anlayışları kapsayan modern dönemden itibaren ele alınmıştır. Ancak her bölümde mahremiyetin dönüşümünü okumaya geçmeden önce dönemin dinamiklerinin daha iyi anlaşılması açısından modern, postmodern ve dijimodernin ne olduğu üzerine odaklanılmıştır. Dönemin dinamiklerinin ardından mahremiyet anlayışının değiştiği ve dönüştüğü noktalara yer verilmiştir. Değişim ve dönüşümden kastedilen, önceki dönemlerde mahremiyet kapsamında değerlendirilen konuların artık bu kapsamda ele alınmaması ya da tartışmalı bir konu haline gelmesidir.

Bununla birlikte, temelde unutulmaması gereken, tüm dönemlerin esasen Batı toplumlarındaki kültürel değişimin mahiyetine ve bunun diğer toplumlara sirayetine işaret etmekte olduğudur. Bu dönemler ister birbirinin uzantısı, ister birbirinden kopuş olarak ele alınsın; her hâlükârda bir değişimin vuku bulduğu açıktır. Her dönemde yaşanan değişimlerle birlikte dünya çapında yeni bir hayat tarzı ve sosyal örgütlenme biçimi yaşanmaktadır (Sarıbay, 2001: 5-6, 85). Ancak bu değişimler tüm dünya için aynı zamanda yaşanmamaktadır. Bu yüzden, dönemlerin okunmasında

toplumlar arasındaki zaman farklılıklarının göz önünde bulundurulması faydalı olacaktır.

1.2.1. Modern Dönem

Modern dönemin ne olduğu ve ne zaman başladığına ilişkin fikirler, düşünürlere göre farklılık göstermektedir. Modern dönem, kimine göre yaklaşık olarak 17. yüzyıl felsefi rasyonalizminin[5] doğuşunda (Odabaşı, 2014: 15; Santrac, 2009: 1), kimine göre 19. yüzyılın sonlarında (Kumar, 2005: 91), kimine göre ise 20. yüzyıl başlarında batıda başlayan kültürel bir hareket olup 20. yüzyılın sonlarına kadar olan dönemi kapsamaktadır (Featherstone, 2013: 29).

Modern dönemin neleri içerdiğine geçmeden önce modern sözcüğünü ve modernleşme terimini açıklamak faydalı olacaktır. "Modernus" sözcüğüne dayanan modern sözcüğü (Bolay, 1997: 317) ilk kez Hıristiyanlık ile pagan kültürünü birbirinden ayırmak için kullanılmıştır. Bu görüşe göre, eski dünya karanlıkla kuşatılmış bir yer olarak tarif edilirken, yeni dünya Hıristiyan modern dünyadır (Kumar, 2005: 1). Geertz'e (2011: 201) göre modern, kiminin olduğunu düşündüğü, kiminin olmayı istediği, kiminin olmaktan umudunu kestiği, pişman olduğu, olmaktan korktuğu ya da aşmayı dilediği şeydir. Bir anlamda evrensel bir sıfattır. Modernleşme terimi ise iktisadi gelişmelerin geleneksel toplum yapıları ve değerleri üzerindeki etkilerine işaret etmek ve toplumsal gelişme aşamalarından söz etmek amacıyla kullanılmıştır (Featherstone, 2013: 27). Eisenstadt (1966: 1) gibi toplumbilimciler de benzer şekilde modernleşmeyi, geleneksel toplumların, modern toplum özelliklerini kazanma süreci olarak tanımlarken, modernleşme sürecini ise, geleneksel toplumlarda yaşanan değişme ve gelişmelerle modern toplum haline geçiş olarak nitelendirmektedir. Yani modern dönem, özünde gelenek ötesi bir düzen olup (Giddens, 2014: 35) aydınlanma düşüncesi ile toplumda köklü değişimlerin meydana geldiği sürece işaret etmektedir. Ortaçağın, dini merkeze alan yapısı yerine, aklı merkeze alan yapıya doğru yaşanan süreci kapsamaktadır. Turner'a göre (1996: 3), bu süreçte ilk olarak filozofların, ardından politikacıların 'aklın' hakikat, bilgi,

[5] Aydınlanma çağının temel yapısı 17. yüzyıl felsefesi (matematik ve fizik ağırlıklı) kapsamında oluşmuştur. Bu dönemin önemli düşünürleri Descartes, Hobbes, Leibniz ve Spinoza'dır.

özgürlük ve mutluluğa yol açacağı inancı gütmesinden dolayı bu inanç, yaşamın birçok alanında ütopyan modernizmin temelini oluşturmuştur. Böylelikle aklın egemenliği doğrultusunda, dini temel alan açıklamalardan ziyade bilim, akıl ve insanı odak noktasına koyan bir döneme geçilmiştir.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, Ortaçağ'dan modern zamanlara geçişte en belirleyici unsur, modern bilimin doğuşu ve bilimsel yöntemin kaydettiği gelişme olmuştur. Modern bilimin etkisiyle, öncelikle Batı'nın genel dünya görüşünde ve özellikle de bilgi anlayışında büyük bir değişiklik olmuştur. Bilim artık, değişimin ve ilerlemenin tek ve en büyük motoru, modernliğin özü sayılmaktadır (Cevizci, 2009). Ancak modernlik sadece salt değişim ya da olaylar silsilesi olarak da görülmemelidir. Aynı zamanda akılcı, bilimsel, teknolojik ve yönetimsel etkinliğin ürünlerinin yaygınlaştırıldığı (Touraine, 2000: 23), söylemsel göndermelerin ötesinde farklı toplumsal bağlamlar arasında çapraz ilişkilerin okunduğu (Göle, 2014b: 166), büyük söylemlerin, kuramların, evrensel yasaların, ideolojilerin, ütopyaların, bilimsel ve akılcı perspektiften bakıldığı bir dönemdir de (Odabaşı, 2014: 17).

Modernliğin bir belirtisi olarak görülen özel yaşamla kamusal yaşam ayrışmasını (Touraine, 2000: 308) Habermas (2014: 269) ile Gürbilek (2014: 60-63) 19. yüzyıla dayandırmaktadır. Bu dönemde, özel alan ile kamusal alan farklılığı belirginleşerek aralarındaki mesafe artmıştır. Hatta özel alan kamusal alana göre daha önemli bir konuma sahip olmuş, özel alan sınırları içerisine giren aile kurumu hayatın ve kişilik oluşumunun merkezi haline gelmiş, biz ve diğerleri arasında yapılan ayrım daha da görünürlük kazanmıştır. Oluşan bu ayrışma aynı zamanda mekânsal bir ayrışmadır da. Şehirlerde yoksul ve zengin semtlerinin ayrılmasıyla semtler, mahalleler daha homojen bir niteliğe bürünmüştür. Bu görünümler sonucunda ise, mahremiyetin gelişmesine ve görünürlük kazanmasına uygun bir ortam oluşmuştur. Çünkü mahremiyetin gelişebilmesi için kamunun gevşemesi, kamusal alan ile özel alanın birbirine yabancı ve mesafeli alanlar olarak tarif edilmesi gerekir. Benzer şekilde, Giddens da (2010: 30) kamusal alan ile özel alan ayrışmasını romantik aşkın ortaya çıkmasıyla açıklar. Buna göre 19. yüzyıl boyunca, toplumdaki birçok grup için evlilik bağlarının oluşumu, ekonomik değer

yargılarından ziyade farklı düşüncelerle temellendirilmiştir. Bu dönemde, romantik aşkın kavramları toplumsal düzenin çoğuna sızmış ve evlilik bağını daha geniş akrabalık ilişkilerinden koparıp ona özel bir anlam veren etken olmuştur. Ev işten ayrı bir çevre haline gelmiş ve bireylerin duygusal destek almayı umabilecekleri bir yer olmuştur. Bir önceki dönemden farklı olarak ev daha çok manevilikle ilişkilendirilmiştir. Bu da bireyler için evin duygusal/içsel/manevi bir destek/ilgi alanı olma durumunu bu dönemde güçlendirmiş ve sabitlemiştir. Dolayısıyla bu iki alan arasındaki ayrım da bu etken sayesinde daha belirgin olmaya başlamıştır. Görüldüğü üzere 19. yüzyılın mahremiyet algısı, insanların kendi özel alanları üzerinde kontrolü ve dış güçlere karşı yaşamı ile ilgilidir. Dolayısıyla yalnız kalma hakkı (temel olarak pasif özgürlüktür), mahremiyetin ilk modern yasal konsepti olarak ortaya çıkmıştır. Kendi özel alanlarını kontrol altına almak için insanlar, bu dönemde ilk olarak yalnız kalmayı talep etmişlerdir (Miles, 2015: 277; Woo, 2006: 952).

Ardından mahremiyetin belirli konularda dönüşümler yaşanmasında Feminist hareketler belirleyici rol oynamıştır. Feminist hareketlerin tarihi izleğinde, ilk olarak geleneksel kadın rollerinin ortadan kaldırıldığı görülmektedir. Daha sonra çocukla ve erkekle olan ilişki yeniden kurgulanmış, böylelikle kadın hareketi, üremeyle cinsel hazzın ayrı tutulmasını sağlamıştır. Bu hareketler sonucunda, kadın özel yaşamdaki üreme ve mirasın aktarılması taşıyıcılığından ziyade kamusal alana çıkarılmıştır (Touraine, 2000: 250). Hatta Foucault'ya göre, "Hiçbir toplum cinsellikten bu kadar çok, yani sonunda cinselliğin bu şekilde nesneleştirilmesiyle bağdaştırılacak olan pek çok bilimsel girişime çağrıda bulunacak kadar çok söz etmemiştir" (akt., Touraine, 2000: 188).

Bununla birlikte basının 17. yüzyılda ortaya çıkmasıyla toplumsal değişimin hız kazandığı görülmektedir. Ancak 20. yüzyılda teknolojinin gelişmesine paralel olarak kitle iletişim araçları kapitalizmle birlikte gelişme göstermiş ve ilk gazete Batı Avrupa'da gelişen ticari ilişkilerin sonucunda ortaya çıkmıştır. Ticaretin gelişmesi sonucunda habere olan ihtiyaç artmış ve zaman içinde basın etkili bir güç haline gelmiştir (Özdemir, 2003: 52). Baskı teknolojisinin bilgileri hızlı bir şekilde

yaygınlaştırılması birçok kişi için mahremiyet kaygısını beraberinde getirmiştir. Baskı teknolojisinin gelişimiyle halk, özel konuları tanımaya başlamış, gösteri temelli popüler medya yükseliş göstermiştir (Lefebvre, 2013: 76; Woo, 2006: 951). Çakır'a (2015: 52-54) göre, modern dönemden itibaren gösteri mantığı[6] pek çok alanı etkilemiş, kültür ve toplumun çok farklı alanlarına sızmış ve gündelik yaşamda giderek daha yaygın bir hal almıştır. Adorno için gösteri, kültürün ve giderek kültür içinde baskın konumuna gelen eğlencenin yöneldiği bir formdur. Aynı zamanda bu form eğlence tanımını değiştirmiştir. Debord'a (1996: 13, 23, 113) göre gösteri, sermayenin bir imaj haline gelecek şekilde birikmesidir. Modern üretim koşullarının hâkim olduğu toplumların tüm yaşamı devasa bir gösteri birikimi olarak görünür. Dolaysız olarak yaşanmış olan her şey yerini bir temsile bırakarak uzaklaşmıştır. Yani her koşulda gösteriye dönüşen bir sermaye bulunmaktadır. Bunun yanı sıra gösteri, öncelikle ideolojiyi barındırır çünkü kendi bütünlüğü içinde, bütün ideolojik sistemlerin özünü sergiler ve gösterir: yoksullaşma, köleleşme ve gerçek yaşamın yadsınması. Gösteride yoğunlaşmış olan "sahtekârlığın yeni gücü'nün temeli ise bu üretimde yatmaktadır.

Gösteri tarihsel süreç içinde çok farklı amaçlar için kullanılmıştır. Tarihsel izlekte en dikkat çekici gösteri örneklerinden biri Ortaçağ Avrupa'sında Hıristiyan kilise ruhban sınıfının, keyfi bir biçimde dinsiz, büyücü, suçlu ya da şeytan olarak ilan ettiği özellikle kadınları, meydanlarda büyük ateşler yakarak diri diri yakmasıdır. Bu gösteriler kilisenin ve papalığın halkın üzerindeki korku salma, sindirme ya da eleştirilere izin vermeme anlayışının bir uzantısıdır. Bu tip öldürmeye dayalı gösteriler yalnızca Batı toplumlarında değil, Doğu toplumlarında da uygulanmaktaydı. İdam ve ölüm, başını ya da bedenini sergileme gibi kullanılan yöntemler de korku salmak amaçlı kullanılmaktaydı. Bunlar dışında gösteriler, taç giydirme törenlerinde, papa seçilme törenlerinde, özel ve dini günlerde törenler ile yapılmaktaydı. Gösteri bu örneklerdeki gibi ilk zamanlarda dış mekânın parçası olarak nitelendirilirken tarihsel süreç içinde dışsal ortamlardan koparak içsel mekâna

[6] Gösteri kavramını ilk kullanan ve dikkatleri üzerine çeken Max Horkheimer ile birlikte Theodor Adorno'nun Kültür Endüstrisi kavramıdır. Daha sonra Guy Debord Gösteri Toplumu kitabını yazarak gösteri mantığını daha ileri bir kuram düzeyine taşımıştır. Debord'un gösteri kuramı büyük oranda kültürle bağlantılı yaşam alanları ile ilişkilidir ancak temellerini ekonomi politikten almaktadır (Çakır, 2015: 53, 59).

yönelmiştir. Bu süreç modern dönemde belirginleşmiştir. Dış dünya giderek kaygı, tedirginlik ve güvenilmezliğin dünyası olmaya, içsel yaşam ise bir sığınağa, dışarıdan kaçılan özel bir alana, mahremiyet alanına ve bir korunma alanına dönüşmeye başlamıştır (Çakır, 2015: 72-75). Modern toplumda iç mekânda geçirilen zamanın artışı ile yoğunlaşan mahremiyet, bir anlamda diğer insanlardan ve toplumdan yalıtılmışlığı göstermekte ve ev ahlaksal bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. İç mekân ile dış mekânın bu denli ayrılması bireyler üzerinde karakter bölünmesini de beraberinde getirmiştir. Topluluktan kopan ve kamusallığını yitiren birey yalnızlaşarak hem gösterilerin izleyicisi hem de gözetimin malzemesine dönüşmüştür. Teknolojik aletler gösteriyi de gözetimi de evin içine taşımıştır (Çakır, 2015: 78-80). Richard Sennett (2013) bu yaşanan süreci 'kamusal insanın çöküşü' olarak nitelendirmektedir.

Bu dönemde göz ardı edilemeyecek olan unsurlardan biri de gözetimdir. Gözetim kavramı sosyal ilişkilerin oluştuğu dönemden beri varolan bir kavramdır. Ancak resmi olarak yazının bulunmasıyla başladığı bilinmektedir. Matbaanın bulunmasıyla kırılma noktası yaşamış ve mutlakıyetini ilan etmiştir (Giddens, 2005, 237). Görüldüğü üzere gözetim elbette ki her dönemde vardı ancak çağdaş kentlerin oluşumuyla birlikte hayatın neredeyse her alanına sızmaya başlamıştır. Çünkü kentlerin oluşumu beraberinde anonimliği, anonimlik ise yoğun bir gözetim çemberini getirmiştir. Modernitenin bir aracı olarak görülen gözetim (Bauman ve Lyon, 2013: 67; Lyon, 2006: 43) hem merak gidermek hem de denetim altında tutmak amacıyla yapılmaktadır. Bu sebeple her iki amaç doğrultusunda da mahremiyet ikinci plana atılmaktadır. Gözetim, bireyin özel/mahrem hayatını kimi zaman doğrudan kimi zaman ise dolaylı yollardan ihlal etmektedir. Yine bu dönem geleneksel gözetim tekniklerinden ziyade teknolojinin sağladığı imkânlar doğrultusunda gözetimin sistematikleşmeye başladığı dönemi kapsamaktadır. Ancak gözetimin vardığı son noktayı günümüzde daha net bir şekilde görmek mümkündür.

Mahremiyet anlayışının değişim sürecine Türk modernleşmesi kapsamında bakıldığında, Göle'ye göre (2014a: 26-32), Türk modernleşmesi, kadının geleneksel İslami yaşam biçiminden bağımsızlaştırılmasıyla şekillenmiştir. Bu süreçte,

bireylerin vatandaşlık ve insan haklarının ön plana çıkarılmasından ziyade kadınların kamunun parçası vatandaşlar haline getirilmesi ve kadın haklarının temin edilmesi durumu söz konusudur. Bu durum, İslami ahlakın "kadının iffeti ve görünmezliği" üzerine kurduğu yapı için radikal bir değişiklik anlamına gelmektedir. Çünkü modernleşmeyle birlikte kadınların görünürlükleri ve erkeklerle kadınların toplumsal kaynaşması beraberinde kamusal alanda kadının varlığını da doğurmaktadır. Dini inanç ve değerler Türk toplumunun milli kültürünü oluşturan önemli unsurlar olduğundan (Türkdoğan, 1996: 191) bu sürecin sosyal düzeni sarstığı, mevcut problemlerin çözülmesinden ziyade sosyal bunalımları ortaya çıkardığı görülmektedir. Yine bu dönemde geleneksel yapılarda -ahlaki ve dini alanlar dâhil- önemli değişmeler yaşandığı, geçmişe, tarihe ve geleneğe karşı bir tepki oluştuğu da gözden kaçmamaktadır (Akdoğan, 2002: 71-72).

Bu bilgilerden hareketle mahrem olana ilişkin yapılandırılmış tarihsel süreci hem dinsel, teolojik ve sanatsal hem politik kavrayışın uğradığı kırılmalar hem de 19. yüzyılın başlarında gelişen teknolojik eklentilerle düşünmek kaçınılmaz görünmektedir (Köse, 2011: 19). Bu açıdan, modernitenin teknolojik bir eklentisi sayılan kitle iletişim araçlarından bağımsız olarak ele alınamayacağı açıktır. Çünkü hem modern kurumların gelişmesi ve yayılması doğrudan iletişim araçlarıyla bağlantılıdır (Giddens, 2014: 40) hem de iletişim araçlarıyla birlikte mahremiyet ve aleniyet tamamen birbirine girmiştir (Aslan, 2011: 122). Bu yüzden, modernitenin değişmesinin ardında da, Lyotard'ın da belirttiği gibi iletişimin teknik ve toplumsal koşullarının değişmesinin yattığını söylemek yanlış olmayacaktır (Harvey, 2014: 65).

Özetle, modern dönemde temelde bireysel hak ve özgürlükleri ön planda tutmaya çalışan bir yaşam oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu sebeple bu dönem, bireylerin kendi iradeleri dışında söz konusu olan her türlü durumu reddetmesi ile aydınlanma, rasyonalizm ve pozitivizm doğrultusunda bireycilik kavramının oluşmasını kapsamaktadır. Bu dönemde özel alan ile kamusal alan ayrımı belirginleşmiş ancak bu belirginlik beraberinde daralmayı da getirmiştir. Baskı teknolojisinin gelişimiyle bilgilerin hızlı bir şekilde yaygınlaştırılması durumu söz konusu olmuş, bireyler özel konuları tanımaya başlamış ve gösteri temelli popüler

medyada yükseliş yaşanmıştır. Bu gösteri mantığı hayatın pek çok alanını etkilemiş ve gündelik yaşamda giderek daha yaygın bir hal almıştır. Çağdaş kentlerin oluşumuyla birlikte oldukça yoğun bir gözetime maruz kalınmıştır. Yine bu dönem gelişen teknolojinin sağladığı imkânlar altında gözetimin sistematikleşmeye başladığı dönemi kapsamaktadır. Gözetim, bireyin özel/mahrem alanını çoğu zaman hiçe saymakta ve mahremiyeti yok etmektedir. Türk modernleşmesi sürecine bakıldığında ise bireysel hakların görünür kılınmasından ziyade kadının görünürlüğü üzerinden işlevselleştirildiği görülmektedir. Böylelikle kadının görünmezliği üzerine kurulan İslami ahlak ile kadının görünürlüğü üzerine kurulan Türk modernleşmesi arasında sürüp giden bir dilemma başlamıştır. Dolayısıyla bu karmaşık durumlar bireylerin mahremiyet algılarında da pek çok değişim ve dönüşüme neden olmuştur. Bireyler toplumsal olmaktan ziyade daha çok kendilerine yönelmiş, hayatlarını kendileri istedikleri gibi inşa etmeye başlamışlardır. Ancak zamanla kendilerini nesneleştirerek bir gösteri unsuruna dönüştüren bireyler, zaten sınırları belirgin olmayan mahremiyet sınırlarını daha da içinden çıkılmaz hale getirmiştir. Teknolojinin gelişimi sürecinde yaşanan bu dönüşümler, bireylerin yaşam biçimlerini derinden etkilemiş ancak aynı zamanda sınırları ihlal eden bir yaşamı da inşa etmiştir.

1.2.2. Postmodern Dönem

Postmodern dönem temelde 1940 ve 1950'lerde yeni mimari ya da şiir biçimlerini betimlemek için kullanılmış ancak 1960-1970'lerde kültürel paradigmanın değişmesiyle dünya sahnesine çıkmıştır (Foucault, 2005: 96; Kellner, 2011: 411; Santrac, 2009: 1). Bazı düşünürlere göre ise 1989 yılındaki Berlin duvarının yıkılışı yeni bir dönemin yani "Postmodern dönemin" sembolik bir başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Santrac, 2009: 1).

Yeni bir döneme geçme gereksinimi, 20. yüzyılda aklın etkinliği ve aydınlanma projesine ilişkin şüphelerin büyümesinden kaynaklanmaktadır. Çünkü akıl çağı döneminde vaat edilen barış söylemleri yerini savaşlara, açlığa, yoksulluğa, işsizliğe, çevre kirliliğine ve ölüme bırakmıştır. Böylelikle "tek yol, tek gerçek, tek şehir" söylemini benimseyen modern çağ, Turner'ın (1996: 5-10) deyimiyle, öldü ve gitti. Bu söylem yerine ise "her şey gider" söylemini ilke edinen postmodernist

döneme[7] geçildi. Kavramlardan değerlere, kurumlardan kurallara ve kalıp davranışlara kadar yerleşik ne varsa sarsılmış, yeni anlam arayışlarına yönelim her toplumda dalga dalga yayılmıştır (Sarıbay, 2001: 3). Modern düşüncenin aklı ve bilimi yüceltmesine karşın postmodernizm bunları bir ideolojiden ibaret olarak görmüş ve onu diğer ideolojilerle birlikte değerlendirmiştir (Soykan, 1993: 137).

Postmodernizm sözcüğü, çoğunlukla çağdaş kültürün bir biçimine gönderme yapmakta ve dünyanın olumsal, temelsiz, çeşitli, istikrarsız ve belirlenmemiş nitelikte olduğuna dair izler taşımaktadır. Aynı zamanda bir dizi dağınık kültür ya da yorumlamalara vurgu yapmaktadır (Eagleton, 2015: 9). Postmodern dönem ise teknolojide büyük atılımların olduğu, üretimin sınırsız hale geldiği, kol gücü yerine beyin gücünün kullanıldığı, bilgisayar teknolojisinin baskın olduğu, bilgi üreten ve dağıtan iş alanlarının genişleyip geliştiği bir dönemi ifade etmektedir (Odabaşı, 2014: 25).

Geleneksel ve modern figürleri, kitle kültürü içinde yeniden tanımlayarak ilerleyen postmodernizm (Kömeçoğlu, 2012: 22), karşıt birlikteliklere[8] olanak tanımakta (Odabaşı, 2014: 20), nesnel gerçeklik ihtimaliyle (Santrac, 2009: 4) otoriteleri reddetmekte (Bauman, 1992: 31), uyum sağlamayı imkânsız (Bauman, 2001: 59), değerler ve bağlılıkları geçici görmekte (Watson, 2006: 46), yerelin, bölgeselin ve kendine özgü olanın gücünü açığa çıkarmaktadır (Eagleton, 2015: 48). Dahası gelip geçicilik, parçalanma, süreksizlik, kargaşa (Harvey, 2014: 60), çoğulluk ve çokkatlılığı bütünüyle benimsemektedir (Bauman, 1992: 31). Bu açıdan postmodernizmi bir kültürel imaj, evrenselleştirici kavramların ötesinde yer alan bir çözülme, görecelik ve parçalanma imajları yansıtan bir kavram (Featherstone, 2013: 221), hatta Lyotard'ın deyimiyle yeni bir "bilgi biçimi" ya da Baudrillard'ın deyimiyle bir "toplum durumu" olarak düşünmek mümkündür (Sarıbay, 2011: 87).

[7] Bu sözcüğün türevleri olan postmodernite, postmodernleşme ve postmodernizmden oluşan sözcükler sık sık birbirinin yerine kullanılmaktadır (Featherstone, 2013: 36). Bu çalışmada da bu sözcükler birbirinin yerine kullanılmıştır.

[8] Karşıt birliktelik (Juxtaposition of opposites) kavramı, modernitenin tutarlı, katı ve sıkı yapılarından ziyade postmodernitede varolan çoğulculuk ve hoşgörüye vurgu (Odabaşı, 2014: 61) amaçlı kullanılmıştır.

Bununla birlikte, postmodernizme yönelik fikirlerin her düşünür açısından olumlu olduğunu söylemek mümkün değildir. Jameson gibi düşünürler postmodernizmin geç kapitalizm çağının kültürel mantığından başka bir şey olmadığını söyleyerek (Harvey, 2014: 80; Sarıbay, 2011: 104) postmodern kültürü, taklit ve şizofreniyle eş tutmakta ve eleştirel çözümlemelerini en uç noktadan yapmaktadır (Touraine, 2000: 214).

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, postmodernlikten bahsetmek kimileri için bir çağ değişikliği ya da modernlikten kopuşu ileri sürmek anlamına gelirken (Featherstone, 2013: 23) kimileri için yalnızca radikalleşmiş bir modernliğin sonucu (Giddens, 1991: 149) kimileri içinse postmodernliği reddetmek ve modernliği tamamlanmamış bir proje (Habermas, 1996) olarak görmektir. Kısaca postmodernliğin ne olduğu hakkında henüz bir fikir birliği bulunmamaktadır. Zaten postmodernizmin savunduğu mutlak hakikate ulaşılamayacağı, her şeyin belirsiz ve değişken olduğu gibi yaklaşımlarından dolayı bu kavramın kesin bir tanımını yapmak ironik görünmektedir.

Bu dönemde, önceki dönemden farklı olarak postmodern özne (birey), bedeni kimliğini tamamlayan bir öznedir (Eagleton, 2015: 99). Keza, beden modern dönemde toplumsal bir denetime tabi tutulmak üzere bastırılırken postmodern dönemde tüm çıplaklığıyla teşhir edilmek üzerine kuruludur (Köse, 2011: 12). Bu açıdan beden, kimlik inşasının odak noktası olup 'yaşanan deneyim'e, 'tüketim deneyimi'ne ve 'arzulanan deneyim'lere daha çok önem vermektedir. Esas ve geçerli olan şey kişisel hazlar, zevkler, kişisel ilgiler, arzular, beğenilerdir. Hiçbir şey kesin olmamakla birlikte her şey belirsizdir (Odabaşı, 2014: 48). Bu noktada her şey arzu nesnesi haline dönüşmektedir. Bauman'ın (2012: 87) dediği gibi arzu, tatmini arzulamamakta tam tersine, arzu yine arzuyu arzulamaktadır. Pek çok alanda geçerli olan bu yaklaşım, insanların insanlarla ya da eşyalarla ilişkilerinde de tüketim kültürünün argümanı olan 'kullan at' şeklinde ve arzu nesnesi olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu kapsamda, günümüzde postmodernizmin en görünür alanlarından birini de kadın modasının yanı sıra erkek modası oluşturmaktadır. Erkek bedeni geçmişte

olduğu gibi yalnızca işlevsel bir kapasiteyle değil aynı zamanda, dekoratif bir kapasiteyle de kullanılmaktadır. Tüketici pazarında artık, arzunun merkezinde yer alan erkekler, cinselleşmiş süreçlere bağlanan erkek kimliği versiyonlarıyla inşa edilmektedir (Watson, 2006: 48-49). Oysa modern dönemde kadın-erkek ayrımı bulunmaktaydı. Bu ayrıma göre kadın tüketmeyi, erkek üretmeyi temsil etmekteydi. Ancak postmodern döneme gelindiğinde kadın-erkek, kent-kırsal, kamu-özel gibi ikili karşıtlıklar, sınıflandırmalar ve sıralamalar geçerliliğini yitirdi (Odabaşı, 2014: 109).

Elbette bu değişim ve dönüşümlere Türkiye özelinde bakıldığında, "24 Ocak 1980 kararları"nın etkisini yadsımak mümkün görünmemektedir. "24 Ocak kararları"yla birlikte neoliberal bir yaklaşım modeli gündeme gelmiş ve batı dünyasıyla entegrasyona başlangıç adımı atılmıştır. Bu sebeple bu kararlar sadece ekonomik ve sistematiklikte değil aynı zamanda pek çok alanda değişim ve dönüşümlerin öncüsü olarak görülmektedir (Özgen, 2004: 467). Serbest pazar uygulamaları doğrultusunda 1980'lerden sonra uydu yayıncılığı gelişmiş, televizyonlar coğrafi ve siyasal sınırları ortadan kaldırmıştır (Özdemir, 2003: 52). Ancak "24 Ocak kararları" bu dönemde özellikle yazılı basını ekonomik açıdan zora sokmuştur. "24 Ocak kararları" sonrasında kâğıda yapılan zamla birlikte gazeteler reklamlara ve bu doğrultuda büyük sermaye sahiplerine yönelmiştir (Dündar, 2016: 129). Bu yönelimin tekelleşmenin yanı sıra magazinleşmeyi de beraberinde getirdiği görülmektedir. Magazin içerikli yazıların artması ise kavramların içinin boşalmasına ve yozlaşmaya sebebiyet vermektedir.

Modern dönemde dini, merkeze alan yapı yerine aklı merkeze alan yapıya doğru bir süreç yaşanmıştı. Postmodern dönemde ise dinden arınmadan ziyade "dine dönüş" imkânı tanınmaktadır. Modernitenin parçalayıp kırılgan hale getirdiği toplumlarda ortaya çıkan "manevî bütünlük" ihtiyacını karşılamanın yolu dini ve parçalanmışlığı izole edecek bir "toplumsal bağ" oluşturmak olarak değerlendirilmiştir (Kılavuz, 2002: 201). Yani bir anlamda postmodernite modernitenin evrensel mahiyetini bozmuş ve bireyci toplumsal düzenlemelere olanak

sağlamıştır. Bu yüzden bu dönemde İslam'ın "yeniden canlanışı"[9][10] önemli bir olgu olarak Türkiye'nin toplumsal ve siyasal gündemini oluşturmaktadır (Sarıbay, 2011: 24, 51). Bu dönemde geleneksel dönemdeki manevi bütünlüğü kapsayan gelenekler, görenekler ya da din tam anlamıyla yeniden canlanmasa bile üzerinde en çok durulan, işlenen konular haline gelir ve bu kavramlar sık sık öne çıkar.

Modern dönemde mahremiyet kavramının görünür olması topluma nazaran bireyin ön plana çıkmasıyla mümkün olmuştu. Bu doğrultuda bireyin özel yaşamı ile kamusal yaşamı arasındaki sınırları da belirgin hale gelmeye başlamıştı. Postmodern dönemle birlikte bu sınırlar yitirilmeye başlanmış her şey göreceli ve geçici hale gelmiştir. Bu kapsamda bu dönem, keskin sınırlardan ziyade çoğulculuk, çeşitlilik, belirsizlik, süreksizlik, görecelik, kendine özgülük ya da yerellik gibi olgulara işaret etmektedir. Sınırların bu denli yitirilmesi mahremiyet anlayışında da dönüşümlere neden olmuştur.

Mahremiyetin okunduğu en önemli alanlardan biri de bedendir. Beden, kimliğin tamamlayıcısı olarak konumlandırılmış yani kimlik inşasının odak noktası olmuştur. Modern dönemde beden, toplumsal bir denetim bünyesince kontrol altında tutulurken bu dönemde tam tersine tamamıyla teşhir edilmesi üzerine kuruludur. Arzu ve tüketim deneyimi ön plana çıkarılarak kişisel hazlar, zevkler, beğeniler görünür kılınmıştır. Yapay ihtiyaçlar popülerlik kazanarak gerek kadın gerekse erkek bedeni üzerinde plastik cerrahiye hizmet eden silikon gibi bedensel değişimler, tatil fikrine hizmet eden bronzlaşma anlayışı ya da spor salonlarına hizmet eden kas yapma, sıfır beden olma gibi durumlar ortaya çıkmıştır. Bu tarz yapay ihtiyaçlar mahremiyet sınırlarının dönüşümünü de beraberinde getirmiştir.

Özetle kadın-erkek, kent-kırsal, kamu-özel gibi ikili sınıflandırmaların geçerliliğini yitirdiği dönem bu dönemdir. Gösteriden ibaret haline gelen mahremiyet anlayışının içi boşaltılmış, yalnızca şekilci niteliğine odaklanılmıştır. Keza mahremiyetin bu denli yitirildiği bir dönemde, kavram üzerinde bu kadar çok konuşulması şekilci özelliğini kanıtlar niteliktedir. Türkiye açısından bu değişim ve

[9] http://www.necdetsubasi.com/calisma/makale/126-gunumuz-turkiye-sinde-dinin-halk-katindaki-goruntuleri

[10] https://www.kokludegisim.net/100.Sayi/efsaneden-gercege-islam-tehlikesi.html

dönüşümlerde 24 Ocak kararları da etkili olmuştur. Hayatta kalabilmek adına büyük sermaye sahipleri ve reklamlara yönelen basın, magazinleşmeyi ve beraberinde kavramların içinin boşaltılmasına sebebiyet vermiştir. Bunlar dışında, postmodernitenin dine dönüşe imkân tanıdığı iddia edilmektedir. Modernitenin dini unsurları parçalayıp kırılgan hale getirmesiyle değişen mahremiyet anlayışı, bu dönemde dine dönüşü dünyevileştirerek şekilciliğini bu alanda da devam ettirmiştir.

1.2.3. Dijimodern Dönem

Yeni teknolojilerin ışığı altında, ilk kez 1990'lı yılların ikinci yarısında ortaya çıkan dijimodernizm, 21. yüzyılda bu yüzyılın yeni kültürel paradigması olarak postmodernizmin yerini almıştır. Postmodernizmin sona erdiğini savunan birçok teorisyen, bunun temel nedenini teknolojiye bağlamaktadır (Mulady, 2010: 14). Dijital modernizmin kısaltılmasıyla şuanki halini alan dijimodernizm dönemine (Kirby, 2009: 1) ayrıca, "dijital çağ" (Schmidt & Cohen, 2014), "app kuşağı" (Gardner ve Davis, 2013: 18), post-postmodernism (Turner, 1996: 3), "pseudomodernism" (Kirby, 2009: 4), "altermodernism" (Bourriaud, 2009), "automodernism" "transmodernism", "avantpop", "performatism", "new sincerity", ve "hypermodernism" gibi isimler de verilmektedir (Bunnell, 2015: 2-3).

Modern dönem akılcı, modernist ve ütopyacı, postmodern dönem planlama karşıtı bir dönem olarak nitelendirilmekteydi. Dijimodern dönem ise geleneklerin yeniden keşfedildiği ve doğal yaşam alanı doğrultusunda tekillikten ziyade çoğulluğun tercih edildiği bir dönem olarak betimlenmektedir (Turner, 1996: 9). Ancak dönemler arasında yapılan ayrımlar, dönemlerin ortak paydalarının olmadığı anlamına gelmemektedir. Tersine, dönemler arasında birçok benzerliğin olduğu açık bir şekilde görülmektedir. Dijimodernizm ile postmodernizm arasındaki ilişki çoğu zaman postmodernizm ile modernizm arasındaki ilişkiyle benzerlik göstermektedir. Bunlardan birincisi, postmodernizm nasıl ki modernizmin özelliklerine tepki verip eleştiriyorsa aynı şekilde, dijimodernizm de postmodernizmin özelliklerine tepki verip eleştirmektedir (Santrac, 2009: 3). İkincisi, postmodernizm nasıl ki modernizmin ardılıysa dijimodernizm de postmodernizmin ardılıdır. 1990'ların ortalarında ortaya çıkarak postmodernizmin, zamanla egemen kültürel, teknolojik,

sosyal ve politik ifade olarak örtmüştür. Sonuncusu ise, ikisi arasındaki ilişkinin birbiriyle uyumsuz değil, fakat son derece karmaşık ve çoklu kimlikleri yansıtıyor olmasından kaynaklanmaktadır (Kirby, 2009: 2).

Teknolojik gelişmeler insan doğasını temelden değiştirip dönüştürebilmektedir (Gardner ve Davis, 2013: 30). Bu doğrultuda Kirby (2009: 32), dünyanın değiştiğini ve teorinin de onunla birlikte değişmesi gerektiğini söylemekte ve dijimodernizmi "kültürel bir değişim, iletişimsel bir devrim, sosyal bir organizasyon" (Kirby, 2009: 50) olarak görmektedir. Bu değişimi Mulady (2010: 25) ise tamamen teknolojiyle ilişkilendirmektedir. Ona göre, teknolojinin karşı konulamaz etkisi ve günlük hayatımıza entegrasyonu nedeniyle, dijimodernizmin geçici bir safhasına taşınılmıştır. Bu durumda teknoloji, hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş ve artık, medya "geleneksel" yöntemlerle tüketilmemektedir. Bu durum en iyi medya metinlerinin dönüşümünde görülmektedir. Metnin bilgisayarlaştırılmasına bağlı olarak yeni bir metin biçimiyle ortaya çıkan dijimodernist metin, salt biçiminde okuyucuya ya da görüntüleyene, metin oluşturmak, görünür içerik eklemek ya da anlatı gelişimini somutlaştırmak için metin yoluyla müdahale etmesine izin vermektedir. Başka bir deyişle, dijimodernizm, metinselde kırılmanın yanı sıra, yeni bir metinsel biçim, içerik ve değer, yeni tür kültürel anlam, yapı ve kullanım getirmektedir (Kirby, 2009: 1)

Toplumu radikal bir biçimde değiştiren bu dönemde (Mulady, 2010: 15) yeni nesil iletişim teknolojilerinin bireyin gündelik yaşamının her alanına sızdığı görülmektedir. Bireyin yaşamında zamanla yerini genişleten ve bağımlılık yaratan bu teknolojiler özellikle internet, cep telefonu ve bilgisayar oyunları aracığıyla yaşamın her alanına nüfuz etmektedir. Göle (2014b: 80), gündelik yaşamda her an karşılaştığımız bu dijital araçların, ulaşılabilirlik kavramı üzerinden işlediğini söylemektedir. Bireyler itiraf etme ya da günah çıkarmaya yönlendirilerek kendilerini bu şekilde ifade etmeleri sağlanmaktadır (Göle, 2014b: 80). Bu yüzden bireyler artık, gündelik yaşamlarında tecrübe ettikleri şeyleri internet, özellikle sosyal medya aracılığıyla sadece anlık olarak paylaşmamakta aynı zamanda paylaşılanları da tüketmektedirler. Başka bir ifadeyle bireyler artık, sadece bir içerik tüketicisi değil

aynı zamanda içerik üreticisidirler de. Bireyler arasında yaşanan yoğun etkileşimler sonucunda, gönüllü olarak yapılan bu ifşalar, mahremiyetin de tekrar sorgulanmasına neden olmaktadır. Çünkü bilgisayar teknolojisi ve dijital medya yalnızca kişisel bilgileri toplama, işleme ve kullanma kapasitesini artırmakla kalmamış aynı zamanda kişisel bilgileri ve mahremiyet korumasını çevreleyen dinamikleri de derinden değiştirmiştir. Bilgisayarlar birbirine bağlandığında ve etkileşimli hale geldiğinde, etkileşimli iletişim için bu yeni yetenek, mahremiyetle ilgili bir başka kaygıyı da beraberinde getirmektedir. Her iletişim ağda iz bırakır. Bu yüzden bir kişi web'de gezindiğinde, site sunucusu 'çerez' yazılımını kullandığında ziyaret ettiği tüm web siteleri hakkında - ne zaman, nerede, ne süre ve sırayla, vb. - ilgili bilgiler geri bildirilmektedir (Woo, 2006: 953-954). Kayıt altına alınan bu bilgiler gözetim sorunsalının vardığı noktaya işaret etmektedir.

Geçmişten itibaren her toplumun gerek merak gerekse kontrol amaçlı gözetim yaptığı, bu dönemi özel kılan özelliğin, geleneksel gözetim tekniklerinden ziyade teknolojinin sağladığı imkânlar doğrultusunda gözetimin sistematik bir biçimde yapılmasından kaynaklandığı modern dönem için de değinilmişti. Günümüzde yeni teknolojiler doğrultusunda gözetimin küreselleşmesi ile birlikte bireylere ait tüm veriler daha yoğun ve hızlı bir şekilde dolaşmaktadır. Virilio'ya (2002: 19-20) göre küreselleşen dünyada ekranlar, geçmişte görüş alanı kapsamı dışında kalan her şeyi, herkesi, her yeri tüm yönleriyle göstermektedir. Dünya aşırı şekilde teşhir ve ifşa edilmekte, gölgeli alanlar yok edilmeye çalışılmaktadır. Gözlem mekanizmaları sayesinde, bireylerin tutumları üzerinde daha etkin olunmakta, daha fazla nüfuz olanağı sağlanmaktadır (Bozkurt, 2000: 2). Mahremiyet pelerinini kaldırarak pek çok şeyi şeffaflaştıran gözetim pratikleri artık, bireylerin ve toplumun güvenlik gerekçesiyle ve kendi rızalarıyla izlenmeleri anlamını taşımaktadır. Başka bir ifadeyle enformasyon teknolojileri hayatın her alanına sızmış ve mahremiyet alanını yok etmiştir. Kişisel bilgilerin sürekli artması doğrultusunda, kalabalık kitleler görünmeksizin ve bilinmeksizin izlenmektedir (Dolgun, 2005: 3, 125).

Yeni mekân, sibernetik[11] mekândır. Bauman (2012: 24-26) Paul Virilio'ya atıfta bulunarak dediği gibi, bu mekânın ögeleri mekânsal boyutlardan yoksundur ve anlık bir yayılmanın bireysel zamansallığı içine kazınmıştır. Bu noktadan sonra, insanları artık, fiziksel engeller ya da zamansal uzaklıklar ayıramaz. Bilgisayar terminalleri ile video monitörlerinin birbirine bağlanmasıyla birlikte, yakın ile uzak arasındaki ayrım artık anlamsız hale gelmiştir. Sibernetik mekânda bedenlerin önemi yoktur ama bedenlerin hayatında sibermekânın kesin ve vazgeçilmez bir önemi vardır.

Tüketim toplumu olarak da nitelendirilebilecek bu sibernetik dönemde, gerçeğin sonsuz sayıda yeniden üretimi simülasyonla mümkün olmaktadır. Bir köken ya da gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek yani simülasyon denmektedir (Baudrillard, 2011: 13). Baudrillard'a göre, hipergerçeklik evresine geçişin belirli evreleri bulunmaktadır. Ona göre beşeri kültürde göstergeler, dört evrede gelişir. Birinci evre, göstergelerin, yani sözcüklerle imgelerin gerçekliğin yansımaları olarak geliştirildiği evreye karşılık gelir. İkinci evrede, göstergeler artık, hakikati süslemeye, abartmaya ve hatta çarpıtmaya başlarlar ama buna rağmen gerçeklikten mutlak bir kopuş söz konusu olmadığı için göstergeler gerçekliği yansıtmaya ve sembolleştirmeye bir şekilde devam ederler. Fakat üçüncü ve dördüncü evrelere geçildiğinde, göstergeler ve simülasyon bundan böyle gerçekliğin yerini alır ve en nihayetinde sembolik bir topluma geçilir. Bu toplum, sembollerle göstergelerin gerçek olan şeylerle hiçbir ilişkisinin kalmadığı, insan ilişkilerinin bile sadece sembolik ilişkiler olup çıktığı bir taklitler toplumudur. Onun bahsettiği bu toplumda epistemolojik bir hakikat veya gerçeklikten bahsetmek artık mümkün değildir. "Ele geçirilebilecek" tek gerçeklik biçimi artık, hipergerçekliktir (Güzel, 2015: 69). Çünkü Smart'ın Baudrillard'dan aktardığına göre (2011: 382-383), bu dönemde dünya kaygısız, tesadüfi, belirlenmemiş ve narsistik bir dünyadır. İçinde yaşanılan dünya gün geçtikçe hiç tepki göstermeyen bir dünya olmaktadır ve kitleler anlam yerine gösteri istemektedirler (Baudrillard, 2013: 17). Bağlılıklar ve ortalıklar üretilecek bir şey değil tersine tüketilecek bir şey olarak görülmektedir (Bauman, 2001: 194). Hatta artık, bu dünya gerçeğin yerini

[11] Bilgisayar kontrollü

simülasyonlara, kodlara ve hipergerçeğe bıraktığı bir dünyadır. Anlam, anlamlandırma, ileti ve göndergenin çok hızlı bir şekilde dolaşıma girdikleri için gözden kayboldukları yerdir. Bu dünyada, gerçeğin öncelikleri tersine çevrilmekte ve her şey o ölçüde kültürün dolayımından geçmektedir (Baudrillard, 2001: 132; Baudrillard, 2005: 211-219; Jameson, 1979: 139). Kuralsızlaşmış bir toplum özelliği taşıyan bu dönemde uyumsuzluk, müphemlik her zamankinden daha fazla bir niteliğe bürünmüştür (Bauman, 2001: 89).

Disneylveörneği bu dönemi yansıtmak ve temel dinamiklerini anlamak açısından iyi bir örnektir. Çünkü Disneylvebütün simülakr düzenlerinin iç içe geçmiş olduğu kusursuz bir model sayılmaktadır. Her şeyden önce; Korsanlar, Geleceğin Dünyası vb. şeylerden oluşan bir illüzyon ve tasarım oyunudur. Bu düşsel evren kendine düşen görevi başarıyla yerine getirmektedir. Aslında kalabalıkları buraya çeken şey çelişkileri ve güzellikleriyle gerçek Amerika'nın minyatürleştirilmiş toplumsal bir ufak evrene benziyor olması ve bundan alınan kolektif keyiftir (Baudrillard, 2011: 28). Bir nevi burada gerçeklik bir simülakr haline gelmekte, asıl gerçeği gizlemektedir. Bunun dışında bakılması gereken en önemli etmenlerden biri de kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları oldukça önemli bir oranda sahte bir gerçeklik üretmekte ve bunu sürekli dolaşıma sokmaktadır. Bu yüzden 'toplumsal[12]'ın bu dönemdeki yaşamını ve sistem içindeki anlamını sorgulayan Baudrillard'ı kavramların içinin boşaltılması noktasında okumak önemlidir. Ancak kavramların içinin boşaltılması yalnızca kullanılan dilde aranmamalı aynı zamanda beden tüketimi ya da boş zaman tüketimi gibi çeşitli olgularda da aranmalıdır.

Bununla birlikte, yeni bir gerçekliğin yani hipergerçekliğin türetimi, gerçeklikten kopuşa ve yeni bir sembolik gerçekliğin yaratımına neden olmaktadır. Sembolik gerçeklik ise sembolik ilişkileri beraberinde getirmektedir. İlişkiler artık,

[12] Baudrillard'a (2013) göre, "toplumsal" denince anlam ifade eden olgunun kendisi ciddi bir yanılgıyı içermektedir. Toplumsal olarak algılanan şey temelde "simüle edilmiş" bir toplumsallıktan başka bir şey değildir. Gerçekler simüle edilmiş yani hipergerçekleştirilmiştir. Postmodern kültürle birlikte Baudrillard'ın hipergerçeklik olarak ifade ettiği bir kolektif deneyime geçiş yapılmıştır. Bu yeni yaşam deneyiminde toplumsallık tüm aktivizmini ve dinamizmini yitirmiş, sessiz ve edilgen kitleleri doğurmuştur. Artık sessiz ve edilgen çoğunluk temsil edilemeyecek bir durumda yani kitle durumundadır. Bu kapsamda Baudrillard, toplumsalın sonunun geldiğini ve kitlenin ortaya çıktığını söylemektedir.

üretilecek bir şeyden ziyade tüketilecek bir şey olarak görülmektedir. Benzer şekilde ilişkilerde olduğu gibi anlam, anlamlandırma sistemleri de müphemlik içermekte, anlam yerine tüketimi niteleyen sembolik bir gösteri tercih edilmektedir. Kavramların içinin boşaltıldığı bu hipergerçeklik türetiminde, mahremiyet anlayışı da sembolik ve şekilci bir hale bürünmektedir.

Bu dönemde yine göz ardı edilemeyecek bir hususta akıllı telefon ya da tablete sıralanmış, bireyin alışkanlıklarını, ilgi noktalarını ve sosyal bağlantılarını içeren aplikasyonlardır. Bu aplikasyonlar bireyin kimliğine dair pek çok şeyi açıklamaktadır. Bireyin aplikasyon kimliği kişisel olduğu gibi aynı zamanda dışa dönüktür de. Aplikasyona boğulmuş bireyler hem kişisel kimliklerine ilişkin bilgiler vermekte hem de bireyi baştan sona paketleyen bir benlik duygusuna itilmektedir (Gardner ve Davis, 2013: 71-72). Paketli kimlikleri yansıtan aplikasyonlar kendi amaçlarından ziyade yaşam tarzı, değerler ve genel kimliği temsil etmektedir (Gardner ve Davis, 2013: 83).

Açık bir şekilde görüldüğü gibi, önceki dönemlerdeki mahremiyet anlayışı kuşkusuz günümüzde olduğundan daha önemliydi. Bu dönemde evler, iş yerleri, alışkanlıklar, sosyal yaşam, ilişkiler, duygular, düşünceler vb. şeffaflık üzerine kurulu bir haldedir. Daha özelde bireylerin fotoğrafları, videoları, mailleri, konum bilgileri, kredi kartı ya da hastane bilgileri gibi kişisel bilgiler de mahremiyet açısından kaygı verici bir durumdadır. Üstelik bu verilerin saklanıp işlenmesi sonucunda bireyler sosyal medya paylaşımları yüzünden soruşturma ya da ceza alabilmektedir. Bilginin bu denli hızlı yayıldığı ve alenileştiği bir ortamda özel hayatın gizliliği ya da mahremiyet ilkesinden bahsetmek gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Gözetimin sınırları aşıp küreselleşmesi beraberinde tüm kişisel bilgilerin daha hızlı bir biçimde dolaşması ve yayılmasını getirmiştir. Gözetim pratikleri güvenlik gerekçesiyle bireyin yaşamında neredeyse her alanı şeffaf hale getirmiştir. Teşhir ve ifşanın moda olduğu bu dönemde gölgeli herhangi bir alan kalmamış, mahremiyet pelerini ortadan kalkmıştır. Öyle ki Facebook'un kurucusu olan Mark Zuckerberg (2010), Technorati'nin kurucusu ve CEO'su Dave Sifry

(Niedzviecki, 2010: 265) ve Francis'in (2014) mahremiyet çağının bittiğini söylemesi durumun ciddiliğini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Özetle, modern dönemle başlayan gösteri anlayışının ardından kavramların içinin boşaltılmasıyla birlikte günümüzde tamamen derinliği olmayan, şekilci bir yüzeysellik durumu hâkimdir. Bireyin her an ve farklılık içinde bulunduğu bu dönemde gerçek ve hakikat kavramları da mutlak bir şekilde kabul edilmemektedir. Bu kavramların yeniden üretimi ve türetimi simülasyonla yapılmaktadır. Gerçek ve hakikatin gerçeklikten yoksun bir biçimde yeniden türetilmesi anlamına gelen hipergerçek yani simülasyon kavramıdır. Asıl gerçekliğin gizlendiği ve kavramların içinin boşaltıldığı bu dönemde, mahremiyet anlayışı da kültürel değerlerden ayrı düşünülemeyeceğinden benzer durumlarla karşı karşıya kalmaktadır. Modern dönemle birlikte başlayan gösteri, artarak bu dönemde de devam etmiş tüketim ve hipergerçeklik çerçevesinde mahremiyetin sınırlarını değiştirmiştir. Her dönemde mevcut yapılar sonucunda yaşandığı gibi bu dönemde de teknolojinin beklenmedik hızda gelişmesi, varolan mahremiyet anlayışının yitimine neden olmuştur. Bir anlamda, teknolojinin gelişmesi ve mevcut kullanım şekliyle mahremiyetin yitiminin doğru orantıda olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu mahremiyet kaybı, neredeyse her alana eklemlenen sosyal medya hizmetleri, bilgisayar, cep telefonu ya da tabletler vb. aracılığıyla gerçekleşmektedir. Akıllı telefon ya da tabletlerde bulunan ve bireyin kimliğine yönelik pek çok şeyi barındıran aplikasyonlarda bireylerin paketlenmiş kimliğe doğru sürüklenmesinde önemlidir. Bu aplikasyonlar bireylerin değerleri, yaşam tarzları gibi genel kimliğini açığa çıkaran bilgileri temsil etmektedir. Görüldüğü gibi bu dönemde bireyler kamusal ve özel/mahrem sınırlardaki aşınmayla yeniden şekillenmektedir. Başka bir deyişle teknoloji, mahremiyeti yeniden tanımlamaktadır. Bunun dışında, kamusallık olgusunun siber mekân üzerinden okunması da yeni tartışmaları beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla özel ve kamusal hayatın sınırlarının belirsizleşmesinden ziyade artık, bu sınırların neredeyse varolmaması durumu –bu çalışma dâhil- tartışmaların odak noktasını oluşturmaktadır.

1.3. Mahremiyetin Boyutları

Mahremiyet kavramı üzerinde fikir birliğine varılmamış olması kavram üzerinde düşünmeyi zorunlu kılmaktadır. Keza mahremiyet, toplumdan topluma, dönemden döneme ya da bireyden bireye göre farklılık göstermektedir. Bu noktada, mahremiyetin boyutlarını da keskin sınırlarla çizmek mümkün görünmemektedir. Ancak gerek sınıflandırma yapabilme gerekse sınırları görünür kılabilme adına farklı açılardan yapılan boyutlamalar bulunmaktadır.

Yaygın olarak kabul edilen mahremiyetin boyutları; mekânsal mahremiyet, kişi mahremiyeti ve bilgi mahremiyetidir. Birincisi, kişiyi çevreleyen yakın fiziksel alanı korumayı, ikincisi kişiyi haksız müdahalelere karşı korumayı, üçüncüsü kişisel verilerin toplanma, saklanma, işlenme ve dağıtımının nasıl yapılacağını veya yapılmayacağını kontrol etmeyi gerektirmektedir (Dolgun, 2005, 210; Fischer-Hubner, 2000).

Mahremiyetin kabul edilen başka bir boyutsal ayrımı; mekân, ilişkisel, karar ve bilgilendirme boyutlarından oluşmaktadır. Birinin evinin mahremiyeti mekân boyutu, samimi ilişkilerin mahremiyeti ilişkisel boyutu, bir kişinin aile hayatıyla ilgili kendi kararlarını vermenin mahremiyeti karar boyutu, kişisel verilerin ve bilgilerin mahremiyeti ise bilgilendirme boyutu olarak nitelendirilmektedir (Vedder, 2011: 19; Steijn ve Vedder, 2015: 624).

Mahremiyetin boyutlarına dair yapılan bir başka ayrım, "fiziksel, sosyal, psikolojik ve bilgilendirici erişimi kontrol edebilme ve sınırlandırabilme" şeklindedir (Burgoon, 1982: 210-232; Burgoon vd., 1989; Karyda ve Kokolakis, 2008: 258):

Fiziksel boyut, bir kimsenin diğerleri için fiziksel olarak ulaşılabilirliğinin boyutudur. Bu boyut, kişisel alan için biyolojik insani ihtiyaç temellidir. Fiziksel mahremiyet ihlaline örnek olarak gözetleme, kişisel alana girilmesi ve fiziksel temas verilebilir. Sarikakis ve Lisa Winter (akt., 2017: 2) ise fiziksel mahremiyeti, bir kişinin evinde ya da vücudunda belirli koruma ve dokunulmazlıklara sahip olduğu fikriyle ilişkilendirmektedir. *Sosyal boyut,* bireyin toplumsal sözleşmelerini kontrol etme yeteneği ve çabasıdır. Bu boyutun unsurları, bir etkileşimin katılımcılarının,

sıklığının, uzunluğunun ve içeriğinin kontrolü olarak özetlenir. Sosyal mahremiyetin sözlü olmayan ihlalleri arasında, yakın konuşma mesafesi ve sevginin aleniyete dökülmesi vardır. Sözlü örnekler de konuşma kurallarının ihlali ve istenmeyen bir konuşmanın başlatılmasını kapsar. *Psikolojik boyut,* insanların bilişsel ve duygusal girdi ve çıktılarını, değer oluşturma ve düşüncelerin hangi koşullarda paylaşılacağını veya özel bilginin açıklanacağını kontrol etme haklarıyla ilgilidir. Bu nedenle psikolojik mahremiyet insan gelişimini geliştirebilir veya sınırlandırabilir. Psikolojik mahremiyetin ihlali, küçük düşürücü isim takılması ve ikna etme gibi unsurları içermektedir. *Bilgilendirici boyut,* bir bireyin kendi benliği hakkında başka bir kişiye ya da bir kuruluşa nasıl, ne zaman ve hangi düzeyde bilgi paylaşacağını belirleme hakkına ilişkindir. Bu boyut psikolojik mahremiyetle yakından ilişkilidir. Ancak kişisel kontrolün ötesine geçtiği için psikolojik mahremiyetle farklılık gösterir. Başka bir kişinin e-postalarını araştırmak ve kişisel bilgisini başkalarıyla paylaşmak bu boyuta örnek olarak verilebilir. Kısaca Scoglio'dan (1998) aktaran Sarikakis veLisa Winter'ın (2017: 2) belirttiği gibi bilgilendirici mahremiyet, bir kişinin kendisi hakkındaki bilgilere ilişkin kontrolüne yöneliktir.

Mahremiyetin çok boyutlu doğasına ilişkin bir diğer ayrım da; bilgilendirici boyut, ulaşılabilirlik boyutu ve dışavurumcu boyut şeklindedir (akt., Joinson ve Paine, 2006: 16-17). *Bilgilendirici boyut,* örneğin kişisel yaşam biçimi, mali durum, tıbbi geçmiş ve akademik başarı gibi kişisel bilgileri içermektedir. Bu, birey tarafından açıklanmaması ve bu bilginin herhangi bir alıcı tarafından korunması gereken bir bilgi olarak görülebilir. Bilgilendirici mahremiyetin korunması, bireyleri hem ihlallerden hem de ihlal korkusundan korumaktadır. Ayrıca kimlerin bilgiye erişimi olduğuna karar vermede bireylerin kontrolünü sağlamakta ve hangi amaçla bilgiye erişebileceği hakkında da karar verme yetkisi vermektedir. *Ulaşılabilirlik boyutu,* bilginin edinilmesinin ya da edinme girişiminin bir bireye erişim içerdiği koşullarda bilgisel mahremiyetle örtüşmektedir. Bununla birlikte, fiziksel erişimin tehlikede olduğu durumları da içermektedir. *Dışavurumcu boyut,* "kişilerin kendine özgü kimliklerini ya da birey olma durumlarını" bir konuşma veya etkinlik yoluyla ifade etmeleri için korunan bir alanı içermektedir. Söz konusu etkinlik, bireylerin

kendilerini bir kişi olarak ifade etmesini, davranışlarını değiştirmesini ya da davranışlarına devam etmeye karar vermesini korumaktadır.

Laufer ve arkadaşları (1973: 355-367) ise mahremiyetin boyutlarını daha farklı şekilde, "öz-benlik, etkileşim, yaşam döngüsü, biyografik-tarihi, kontrol, ekolojik-kültürel, görev yönelimi, ritüel ve fenomenolojik boyutlar" olarak ele almıştır.

Öz-benlik boyutu: Benliğin gelişimi, bireyin toplumsal ve fiziksel çevreden ayrılması sürecidir. Bu ayrım mutlaka çocuğun yalnız kalmasını ve yalnızlık içinde işlev yapma yeteneğini geliştirmesini gerektirir. Bu sebeple bu boyut hem kendini geliştirmek hem de korumak amacı taşımaktadır. *Etkileşim boyutu:* Gruptaki veya daha büyük sosyal sistemlerde, "mahremiyet, mahremiyet özgürlüğü, mahremiyet işgali, işgalin sonucu" gibi unsurlar doğrultusunda, insanlar arasındaki rolü tanımlayan hak ve ayrıcalıkların tüm unsurlarıdır. *Yaşam döngüsü boyutu:* Mahremiyeti anlamanın anahtarı belki de insanın doğum ve ölümünü anlamaktan geçmektedir. Çünkü mahremiyet hiçbir zaman sabit bir yapıda değil tersine dinamik yapıdadır. Teknoloji, sosyokültürel yapı ya da tarihsel çevre de aynı şekilde dinamik yapıda ve değişime açıktır. Bu yüzden insanların davranışları ve deneyimleri de yaşam döngüsü içinde değişmektedir. Bu boyutu anlamak için zamanın koşullarına göre değerlendirme yapmak gerekmektedir. *Biyografik-tarihi boyut:* Bireylerin kendileri hakkında bilgilerini kendilerinin yönetmeleri yani "bilgi yönetimi" temel koşuldur. *Kontrol boyutu:* Bireyin kendi ve diğerleri arasındaki sınırı kontrol etmesini işaret etmektedir. Bu sınır kontolü ise seçim kontrolü, erişim kontrolü ve uyarım kontrolünü kapsamaktadır. *Ekolojik-kültürel boyutu:* İnsan davranışlarını sınırlayan fiziksel ortamların özelliklerini ekolojik ve yapısal açıdan anlamayı içermektedir. Bir anlamda fiziksel ortamda varolan ve sürdürülen davranışlar ile tecrübeler söz konusudur. *Görev yönelimi boyutu:* Örneğin bir senfoni yazılacaksa başka kişiler, varlıklar veya sesler dikkat dağıtıcı olabilir. Önemli olan nokta bu durumda kişinin mahremiyetini anlamak ve kabul etmektir. *Ritüel boyutu:* Bu boyut görev yönelimi boyutuyla kısmen aynı özelliklere sahiptir. İnsanların kamusal alanda yapmadıkları üzüntü duyma, hayal kurma ya da cinsellik gibi mahremiyet içeren bazı ritüelleri kapsamaktadır. *Fenomenolojik boyutu:* Mahremiyet, analitik olarak

amaçların, niyetlerin, işlevlerin sıraya konulmasını yani bilişsel yapıları da içermektedir. Benliğini savunma ve devam ettirme gibi örnekler de buna dâhildir.

Mahremiyetin boyutlarına yönelik yapılan sınıflandırmalara bakıldığında, farklılıklardan ziyade benzerliklerin daha baskın olduğu görülmektedir. İlk olarak fiziksel alanın sınırlarını korumayı amaçlayan boyut, yukarıdaki dört sınıflandırma kapsamında da "mekânsal", "mekân", "fiziksel", "ulaşılabilirlik" ve "öz-benlik" üzerinden açıklanmıştır. Fiziksel alanın sınırlarını korumayı amaçlayan bu boyutu, başka canlılarda da görmek mümkündür. Örneğin bazı ağaç türlerinin de mahremiyet alanı olduğuna inanılır. Bazı ağaçların üst dalları ve yaprakları birbirine kesinlikle dokunmamaktadır. "Taç utangaçlığı" denilen bu fenomen ilk olarak 1920'lerde gözlenmiş, sebebine yönelik kimi teoriler ortaya atılmıştır. Ancak sebebi günümüzde hâlâ tam olarak anlaşılamamıştır[13].

İkincisi, bilginin korunmasına dair yapılan sınıflandırmalar, üç boyutta "bilgilendirici", bir boyutta "biyografik-tarihi" mahremiyet üzerinden yapılmıştır. Üçüncü olarak kişiyi toplumsal sözleşmeleri kapsamında haksız müdahalelere karşı korumayı, ihlalleri önlemeyi ve bireyin kendini ifade edebilmesini kapsayan boyut; "kişi", "ilişkisel", "sosyal", "etkileşim" ve "dışavurumcu" boyutlarda kendini göstermektedir. Bu boyut, toplumların ahlaki, manevi, sosyal, ekonomik ve hukuki kurallarının ayrılmaz bir parçası olduğundan mahremiyetin ihlali bu kurallardan sapma ve suç sayılmaktadır (Tanılır, 2002: 1). Çünkü bu boyut, bireysel çıkarların ötesine geçerek farklı toplumsal etkileşim biçimlerinin korunması anlamına da gelmektedir (Roessler ve Mokrosinsk, 2013: 772). Aynı zamanda, ulaşılabilirlik boyutunun içerdiği bazı konuları da bu boyutta değerlendirmek mümkündür. Dördüncü olarak "fenomenolojik" ile "psikolojik" boyut bu sınıfta değerlendirilebilir. Diğer boyutlara orana daha özele indirgenen bu boyut, bilişsel ve duygusal girdi-çıktılar ile değerleri kapsadığından diğerlerinden farklılık göstermektedir. Çünkü Westin'in (1967) de belirttiği gibi psikolojik mahremiyet, kişisel tercih ve başkalarının gönüllü sağduyusu ile korunmaktadır.

[13] https://www.cnnturk.com/yasam/agaclarin-yuksek-dallari-neden-birbirine-degmez?page=1

Farklılık yaratan boyut kapsamında bir değerlendirme yapıldığında karşımıza son kategoride yer alan "yaşam döngüsü", "kontrol", "ekolojik-kültürel", "görev yönelimi", "ritüel" boyutları çıkmaktadır. Her şeyin değişmesi üzerine odaklanan yaşam döngüsü boyutu mahremiyet algısının da zamana göre değişeceği ve bunun dikkate alınması üzerine kurulmuştur. Kontrol boyutu bir anlamda fiziksel alanın sınırlarını korumayı amaçlamaktadır. Ancak bu koruma yalnızca fiziksel alanı kapsamamaktadır. Benzer şekilde fiziksel alanı kapsayan ekolojik-kültürel boyut insan davranışlarını bu ortamlarda anlamaya çalışmaktadır. Görev yönelimi ile ritüel boyutları da benzer özellikler sergilemektedir. Ancak biri daha çok anlayışa ve kabule dayalıyken diğeri ise özel alanın mahremiyetini savunmaktadır.

Açık bir şekilde görüldüğü üzere, mahremiyetin boyutlarını kategorize etme sorunsalı farklılık gösterse de –son kategorilendirme dışında- temelde benzer sorunlar üzerine odaklanmıştır. Yeni nesil iletişim teknolojileriyle birlikte bu boyutlar arasından özellikle bilgilendirici mahremiyet boyutu daha önemli bir konu hale gelmiştir. Bu kapsamda mahremiyet sınırlarına yönelik yapılan ya da yapılabilecek olan müdahaleler ve ihlallere odaklanılmıştır. Özellikle Regan'ın (2002), yaptığı çalışmada bireylerin bilgi mahremiyetini çoğunlukla "kendileri hakkındaki bilgileri kontrol etme hakları" açısından tanımlandığını söylemesi bu durumun ciddiyetini ortaya koymaktadır. Çünkü Köse'nin de (2011: 10) belirttiği gibi, günümüzde aşırı bir şekilde enformasyona yönelik suistimalci uygulamaların sayısı gün geçtikçe artmakta ve buna engel olmak her geçen gün zorlaşmaktadır. Sırra yönelik bu aşırı ilgi enformasyonun ahlaksal bir boyutu olduğu kadar aynı zamanda kültürel, politik, ticari ve ideolojik boyutları da bulunmaktadır. Özellikle kullanıcıları korumaya yönelik uluslararası bir gözetim mekanizması olmayışı mahremiyet risklerini de bünyesinde bulundurmaktadır. Kullanıcılara ait şahsi veriler, dünyanın her tarafında izlenebilir duruma gelmiştir (Tanılır, 2002: 40). Bu sebeple gerek sınıflandırma yapabilme gerekse sınırları görünür kılabilme adına farklı açılardan yapılan boyutlamalar mahremiyetin korunması noktasında önemli bir konumdadır.

1.4. Bir "Kültür Meselesi" Olarak Mahremiyet

'İnsanın dünyadaki konumu' varlığının ve davranışlarının her boyutunda her an iki sınır arasında bulunuyor olmasıyla tanımlanmaktadır. Bu sınırlar insan hayatında sayısız şekillerde tezahür etmektedir. Her düşüncenin "daha akıllıca" ve "daha aptalca" arasında, sahip olunan her şeyin "daha kapsamlı" ile "daha sınırlı" arasında, her fiilin "daha yüksek" ve "daha alçak" derecede anlam, yeterlilik ve ahlak arasında olduğunu hissederiz. Kendi yönümüzü bulma amacıyla çizdiğimiz ve kendi gerçekliğimizi, eğilimimizi, fikirlerimizi yansıtan bu sınırlar (Simmel, 2009: 279) kültürel kodlar tarafından şekillendirilmektedir. Bu noktada, kültürel kodlardaki toplumsal sorunları tartışmak mahremiyet sorunsalına yönelik gerçekliğimizi, eğilimimizi ve fikirlerimizi ortaya koymak açısından ufuk açıcı görünmektedir. Bununla birlikte kültürel kodlar, bir toplumu var eden değerler olduğundan eski ve yeni arasındaki kültürel ögeleri açığa çıkarmak toplumun yansıtılmasında belirgin bir rol oynamaktadır. Bu sebeple mahremiyetle ilişkileri açısından "kimlik", "bireycilik", "mekân", "aile", "yabancı", "beden" ve "din" unsurlarını bu başlık çerçevesinde ele almak zorunlu görünmektedir.

1.4.1. Kimlik ve Mahremiyet İlişkisi

"Mahremiyet anlayışı kimlik inşasında nasıl bir işlev görür?" ya da "kimlik mahremiyet anlayışında nasıl bir işlev görür?" gibi sorulara yanıt arayabilmek için öncelikle kimliğin ne olduğuna bakmak gerekmektedir. Bu kapsamda Bilgin (1994: 18), kimlik konusuna soyut insanın olmadığını söyleyerek başlamaktadır. Çünkü her birey bir tarihin, bir geleneğin, bir kültürün ve ırkın ürünüdür. Bireyin kökleri bunlardır ve çok derindir. Bu kimlikler bireyleri konumlamakta ve meşrulaştırmaktadır. Bir anlamda kimlik, bir kurguya, tarihsel olarak oluşturulmuş, inşa edilmiş bir temsiller sistemine dayanmakta olup (Bilgin, 1994: 65) bireyi konumlayan ve konumlanan farklı durumlara verilen isimlerdir, geçmişin öyküleridir (Hall, 1998: 177). Bu sebeple kimliklerin dışarıda değil içeride inşa edildiği göz ardı edilmemeli, söylemsel oluşumlar ve uygulamalar çerçevesinde tarihsel olarak kurulduğu unutulmamalıdır (Hall, 1996: 4).

Kimlik, bireylerin anlam ve tecrübe kaynağı olup (Castells, 2006: 12) bugünün dünyasında en çok ilgi çeken kavramlardan biridir. Özellik ve nitelik belirtisi gösteren kimlikler her şeyden önce farklılıkları ortaya koymaktadır (Aşkın, 2007: 213; Connolly, 1995: 9). Kimlik, karşıtlık yaratılarak ötekine göre tanımlanmakta (Sözen, 1999: 23-24) ve toplumsal olarak kabul edilmiş bir dizi farklılıkla olan ilişkisi yoluyla oluşturulmaktadır. Çünkü kimlik denilen olgu, kendini "farklı olan" üzerinden inşa etmektedir (Connolly, 1995: 92-93). Dolayısıyla varlığının ilk koşulu farklılıklardan beslenmesidir. Bu noktada sınıflama işlemini üstlenen kimlik, en geniş anlamıyla bireyin tüm özelliklerini kapsamaktadır. Buna ilaveten hem kişinin kendisini nasıl gördüğü hem de toplum tarafından nasıl görüldüğü kimlik kavramıyla ilgili konulardır. Bu bağlamda birey, kimlikler aracılığıyla toplumsal çevreye uyum sağlamaktadır (Aşkın, 2007: 213).

Kimlik, başkaları tarafından bilinen "benliğimizin" bir parçası olduğundan (Altheide, 2000: 2), kimliği nitelemede en sık kullanılan kavram benlik kavramıdır. Benlik, bireyin kendisinin saydığı ve ona bir değer atfettiği özellikler bütünü olarak bireyin "kim olduğunu" tanımlama biçimidir. Bir anlamda kimlik niteliği taşımaktadır. Birey, kimliğini oynadığı rollere, inanç ve değerlerine, diğerlerinin ve kendi gözünde kim olduğuna dayandırmaktadır. Bununla birlikte birey, kendisini düşünürken iki farklı sorunun yanıtını arayabilir. Bu sorulardan biri "Ben nasıl bir insanım?", diğeri ise "Ben kimim?" olabilir. Bu sorulardan ilki benlik, ikincisi ise kimlikle ilgilidir. Benlik bireyin özelliklerine göre tanımlanması, diğerinden ayırt edilmesiyken, kimlik ise bireyin toplum içinde belirli bir konumlandırmaya sahip olmasıdır. Ancak bu noktada, iki kavramın da dinamik bir yapısı olduğu ve bireyin benliği ile kimliğinin toplumsal ortamdan bağımsız olarak tanımlanamayacağı gözden kaçırılmamalıdır. Çünkü bireylerin toplumsal konumları ve üye oldukları çeşitli gruplar içindeki rolleri onların kimliğini etkilemektedir (Hortaçsu, 2007: 11-21). Bu sebeple kimlik sorunsalı, zorunlu olarak bireyler arası ilişki bağlamında ele alınmaktadır (Bilgin, 1994: 208-209). Çünkü toplumsal bir varlık olarak nitelenen bireyin kimliğini, toplumdan yalıtılmış bir şekilde düşünmek mümkün değildir.

Kimlik bir anlamda belirli bir toplumsal çevrenin sonucudur (Zhao et al., 2008: 1831). Başka bir deyişle bireyin kimliğinin ortaya çıkmasında ve şekillenmesinde organizmanın iç dinamiklerinin yanı sıra, sosyal yaşamın da belirleyici fonksiyonları

bulunmaktadır (Aşkın, 2007: 214). Bu kapsamda bireyin, içinde yaşadığı toplumun mahremiyet anlayışı, kimlik inşasında merkezi bir konuma sahiptir. Keza, mahremiyet anlayışının kimlik inşası sürecindeki yeri de önemli bir oranda toplum tarafından şekillendirilmektedir. Bireyin toplum tarafından şekillenen mahremiyet anlayışı benzer şekilde, mahremiyet yöneliminde de etkili olmaktadır. Mahremiyetin kültürden kültüre, toplumdan topluma ya da dönemden döneme farklılık göstermesi bu yüzdendir. Ancak bu durum, bir toplumun tamamen aynı mahremiyet anlayışına sahip olduğunu da göstermemektedir. Burada vurgulanmak istenen, kimlik oluşumunda temel dinamiklerin benzer olması ve kimliği etkilemesidir. Aynı toplumda farklı mahremiyet anlayışına sahip pek çok birey bulunmaktadır. Çünkü bireyler, ait oldukları toplumun ya da kültürün –sabit, kapalı ya da tutarlı- çıplak yansımaları değildirler. Bir topluluğun oluşumu, üyelerinin kendi yorumlama becerilerine dayanan inançlar ve kurallar yapısından meydana gelmektedir. Bu yüzden belirli bir toplumda yaşayan bireylerin sadece bu sebeple aynı şekilde biçim almaları gerekmez (Üskül, 2003: 279). Gündüz (2015: 307-312), her sosyal yapının kendine ait mahremiyet anlayışı, eşiği, ölçüsü olduğu gibi toplumun içindeki her toplumsal birimin de kendine özgü bir mahremiyet sınırı olduğunu söylemektedir. Bir anlamda, kendini öteki karşısında farklı kimliklerle tanımlayan bireyler, farklı mahremiyet anlayışlarına sahiptir ve mahremiyet, toplumsal yapı içinde önemli ölçüde başkalarının tutum ve davranışlarını bilmeyi varsaymaktadır. Bu varsayım doğrultusunda mahremiyet, bu yapının içinde toplumsal uzlaşının kabul edildiği sınırlar çerçevesinde benimsenip sergilenmektedir. Yüksel'in (2003: 107) belirttiği gibi bu doğrultuda mahremiyet, kimlik duygusunun gelişmesi ile kimlik özdeşimi sağlamak açısından da büyük önem taşımaktadır.

Bireylerin kimlik algıları günlük yaşamlarının neredeyse her alanını etkilediği gibi yüz yüze ilişkilerde ve sosyal ağlarda iletişim kurma şekillerini de etkilemektedir (Fernback ve Papacharissi, 2007: 1253). Dolayısıyla günümüzde teknolojik araçların çoğalması, özellikle internet kullanımının yaygınlaşması, toplumsal değişme üzerinde oldukça ivme kazandırıcı bir etki sağlamıştır (Gündüz, 2015: 307). İnternetin ortaya çıkışı, geleneksel kimliğin üretim koşullarını değiştirmiştir (Zhao vd., 2008: 1817). Özellikle bireylerin bilgilerini içeren dosyaların kimi otoritelerce kaydedilmesi, günah ya da ahlaki kusurlar olarak

yorumlanan sapkınlıkların psikolojik kusurlar biçiminde yeniden oluşturulması ve en önemlisi bireyin eylemlerinin gelecekte lehine ya da aleyhine kullanılmak üzere kayıt altına alınması (Connolly, 1995: 117) mahremiyetin yönünü değiştirmiştir. Bu kapsamda günümüz toplumlarında mahremiyet bağlamında kimlik kavramına yönelik ele alınması gereken önemli bir konu da sanal kimlik oluşumudur. Çünkü kimlik artık, bireylerin üzerine giydirilmiş bir şey değil, sanal ortamlarda yeniden inşa edilebilen bir strateji (Uğur ve Bilici, 1998: 494) haline gelmiştir. Sosyal ağlar aracılığıyla inşa edilen sanal kimlikler, yine bu ağlar aracılığıyla şekillenmektedir. Bireylerin sosyal ağlardaki profilleri sanal kimlik bilgilerini içermektedir. Bunun da ötesinde, oluşturulan profilde bulunan bilgiler ve paylaşımlar bireyin sanal kimliğinin bir parçası olarak görülmektedir.

Görüldüğü gibi sosyal ağlarla birlikte kimlik-kişilik inşa etme ve geliştirme kaygısı yerini giderek profil oluşturma çabasına bırakmıştır. Bu profiller, kullanıcının isteği doğrultusunda yapılandırılmaktadır. Diğer yandan, bireyin kendini internet ortamında bu şekilde var etmesi, gerçek dünyadan bir anlamda kopmasına ve yaşadığı gerçekliği dışarıda bırakmasına yol açabilmektedir (Özdemir, 2009: 373). Sanal dünyanın tek parçalı olmaması, farklı kişisel sunumlara dayanması (Zhao vd., 2008: 1817) ve fiziksel bir bedeni kapsamaması nedeniyle bireyler kimliklerini farklı şekillerde yansıtabilmektedir. Hatta bu bedensiz kimlikler, bireyin çevrimdışı hayatındaki kimliğiyle tutarlı olmayabilmektedir de. Durağan değil, aksine dinamik bir özelliğe sahip olan bu sanal kimlikler, bir anlamda istenilen kimliklerin kurgulanmasını da beraberinde getirmektedir.

Kişisel bilgilerin gerçek ya da gerçek dışı şekillerde sanal ortama aktarılmasıyla birlikte, bu bilgiler üzerindeki kontrolün ve mahremiyetin yitimi tartışmaları söz konusu olmuştur. Bilgilerin sanal ortama aktarımı sonucunda bireye yönelik tehditler ve mahremiyetin ihlali daha kolay şekillerde gerçekleşmeye başlamıştır. Aynı zamanda kişisel bilgilere kolay ulaşım beraberinde siyasi, cinsel, dini, ulusal ya da etnik kimliklerin ifşa edilmesi ve etiketlenmesini de getirmiştir. Bu anlamda, bireyin sanal ortamda yaşadığı bir ya da birden fazla kimliği sadece sanal ortamda kalmamış, aynı zamanda, çevrimdışı hayatına da yansımıştır. Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi özgürlük alanı olarak düşünülen alanlar, bireylerin

mahremiyetlerini tamamen yitirmesi ile "bir kontrol alanına" dönüşme tehlikesini de içerisinde barındırmaktadır.

Tüm bunlardan hareketle -Sözen'in de (1999: 9-12) söylediği gibi-, sosyolog Bourdieu tarafından görünür kılınan habitus[14] kavramı kimlik denilen şeyi açıklamakta ve ilişkili olduğu kavramlara yönelik ipuçları taşımaktadır. Habitus, insanlar tarafından bilinçsiz olarak paylaşılan özellikleri ifade ettiğinden mahremiyet ile kimlik ilişkisini anlamak noktasında merkezi bir konuma sahiptir. Yine Alman filozof Martin Heidegger'in de dediği gibi, "insan varlığı yalnızca varolmakla kalmak istemez, bir yandan da kim olduğunun bilgisine ve sorumluluğuna sahip olmak ister." Bu ifade kimlikle mahremiyet ilişkisine dair söylenebilecek her şeyin kısa fakat anlamlı bir özetini oluşturmaktadır. İnsanın kim olduğunun bilgisine yönelik sorumluluğa sahip olmak istemesi beraberinde sahip olduğu değerlerin sorumluluğunu da yüklemektedir. Ancak kimlikler yani insanın kim olduğunun bilgisi, tarihsel süreç içerisinde gelişen, değişen, dönüşen ve semboller aracılığıyla bütünleşmeleri sağlayan kavramsal oluşumlara işaret etmektedir. Bu sebeple bireylerin kimlikleri doğrultusunda edindikleri mahremiyet anlayışları ve yönelimleri de tarihsel süreçte sürekli farklılık göstermiştir ve gelecekte de başka farklılıklar göstererek dönüşümüne devam edecektir.

1.4.2. Bireycilik ve Mahremiyet İlişkisi

Bireycilik adı verilen büyük toplumsal dönüşümün doğuşu modernizmle mümkün olmuştur (Corcuff, 2009: 5; Üskül, 2003: 127; Sennett, 2002: 229). Hatta bireycilik, pek çok kişiye göre modern uygarlığın en büyük kazanımıdır (Taylor, 2011: 10). Geleneksel dönemde dini yapı üzerine kurulu kimlikler, modern

[14] Habitus fikrini Aristotelesçi-Thomasçı düşünceden ve Maurice Merleau-Ponty gibi yirminci yüzyıl toplum düşünürlerinden alıp geliştiren Bourdieu için bu kavram teorik açıdan onun alamet-i farikası haline gelmiştir (Emirbayer, 2014: 58). Yaşam tarzı, kişinin habitusuna karşılık gelir (Arun, 2014: 180). Wacquant'a (akt., Çelik, 2014: 268) göre Habitus özel toplumsal koşullara maruz kalınarak, algıladığımız ve içersinde hareket ettiğimiz dünyanın aracılığıyla oluşan eğilimler/ yatkınlıklar sistemini anlatır. Gündelik hayatın sıradanlaşan pratiklerinin farkında olmadan yapılan bir şeyin sonucu değil, "pratik bir sezgi"nin ürünüdür (Bourdieu, 2013: 44). Bourdieu'nün habitus tanımlamaları kesin bir içeriğe sahip olmasa da, algı-eylem-yorumlama şemaları, yatkınlıklar sistemi, pratik duyu, bilinçsel yapılar gibi anlamlara sahiptir (Etil, 2014: 340). Habitus, bireyin doğuştan itibaren edindiği, öğrendiği yatkınlıklardan olu şan dinamik bir yapıdır. Bir şeyi neden beğendiğimiz de bizde bulunan, çocukluktan itibaren edindiğimiz, sonrasında öğrendiklerimizle şekillenen bir tepkidir aslında (Şahin, 2014: 419).

dönemden itibaren birey etrafında şekillenmeye başlamıştır. Bu bağlamda, modern bireyin tarihi XV. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Birey, kaderi üzerinde belirleyici rol oynayan geleneksel güçlerden sıyrılmış ve "ben" demeye başlamıştır. Geçmiş dönemlerde varoluşu tamamen sosyal grubu tarafından şekillenen birey, kendi konumunu değiştirmiş ve birey haline aşamalı bir şekilde geçmiştir (Corcuff, 2009: 13; Dumont, 1983). İlk olarak mevcut düzene yönelik bir kopma hareketi şeklinde başlamış ve "İnsan Hakları düşüncesi" (Hobbes, Locke, Rousseau, Smith, Descartes vb) ile "Aydınlanma felsefesi" içerisinde gelişmiştir. Bu süreçte, bireyleri cemaatlerin hâkimiyetinden kurtaran sekülerleşme de önemli rol oynamıştır (Bilgin, 2007: 57). Yaşanılan dönüşümlerle birlikte bireyler, kendi yaşam tarzlarını saptamış, benimseyecekleri inançları bilinçli olarak seçmiş yani yaşam biçimlerini kendileri belirler olmuştur (Taylor, 2011: 10). Bu noktada, kendi seçme özgürlüğünü elde eden birey için aynı zamanda, sorumluluk alma durumu da söz konusu olmuştur (Bilgin, 1994: 106; Taylor, 2011: 64). Çünkü modern toplumun en belirleyici özelliği, üyelerini birer birey olarak kodlamasında ve inşa etmesinde yatmaktadır (Bauman, 2001: 61). Bu açıdan bireycilik kavramı da temelde bireyin toplumsal karakterinin mirasla ya da doğuştan kazanılarak belirlenme durumundan kurtarılması (Bauman, 2001: 178) ve sınırsız çeşitlilikteki bireyleri kapsaması anlamına gelmektedir. Avrupa'da bireyciliği İtalyan Rönesansı çağının yarattığı konusunda genel bir mutabakat vardır (Simmel, 2009: 211; Taylor, 2011: 52). Ancak kavram ilk olarak Alexis de Tocqueville tarafından 1830 yılında, Amerika'da servet ve görgü sahibi, kitlelerden yalıtılmış bireyler gibi yaşayan burjuva beyefendilerini tanımlamak için kullanılmıştır (Elliott ve Lemert, 2011: 10). Bu anlamda Tocqueville modern bireyciliğin ilk sözcülerinden sayılmaktadır (Üskül, 2003: 87).

Temelde bireyciliğe yönelik iki anlam ön plana çıkmaktadır. Tocqueville'e göre bunlar eşitlik ve hiyerarşiye karşı bireylerin başkaldırısıdır (Üskül, 2003: 87). Simmel'e (2009: 214, 248) göre ise bunlardan birincisi geniş ve akışkan ortamdan gelen özgürlük ve bireyin kendi varoluşunun bütün yükünü kendi başına yüklenmesi yani kendi kendinden sorumlu olma halidir. Diğer anlamı ise daha çok nitelikseldir. İnsanın kendini tüm insanlardan ayırt etmesi, varlığının ve davranış tarzının sadece ona uygun olması ve farklı olmanın bir değeri olmasıdır. Ancak bu anlamlar yeni bilgi teknolojileri ve kapitalizmin etkisiyle günümüzde manipüle, yalıtılmışlık ve

küreselleşme kavramlarıyla ilişkilendirilmektedir (Elliott ve Lemert, 2011: 75). Küreselleşme sürecinde bireysel kimlikler patlamış ve siyasallaşmış (Sarıbay, 2011: 209), geleneklerin altı oyulmuş ve bağlam yok olmuştur (Elliott ve Lemert, 2011: 75). Örneğin göçmen ailelerinde görülen, zor ve acılı geçen kuşaklararası çatışmanın kaynağı da çoğu zaman bu bireycilik kültürüdür (Taylor, 2011: 65). Bunun sonucunda ise ortaya çıkan yeni bireyin kimliği yalnızca bir tane değil, her zaman birkaç tane haline gelmiştir (Elliott ve Lemert, 2011: 59). Bu sebeple temelde de mutlak ve sabit olması beklenemeyen kimlikler, zamanla daha geçirgen, değişken ve çoklu hale gelmiştir.

Bununla birlikte modern dönemin merkezinde yer alan bireycilik ile mahremiyet kavramları arasında oldukça sıkı bir ilişki vardır. Liberal anlayışta modern birey özgürlük taraftarı, kendi kişisel yaşamını kendi kuran, yaşamına dair kararları kendi alan aktif bir özne olarak kurgulanmaktadır. Bu aktif özne, özel yaşamına dair bilgileri paylaşıp paylaşmayacağına kendi karar vermektedir (Çakır, 2015: 346). Yani bir anlamda mahremiyetin sınırlarını kısmen bireyin kendisi çizmektedir. Günümüze kadar gelinen süreçte de, bireylerin yine kendi kararlarını veren, kişisel yaşamını kurgulayan ve özel alan sınırlarını kendi belirleyen birer özneler olarak konumlandırıldığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle bireyin diğerleri ile sınırlarını belirlemesi ve denetlemesi durumu söz konusudur. Görüldüğü gibi kimlik arayışının bir sonucu olan bireyciliği etkileyen ve şekillendiren birden fazla unsur bulunmaktadır. Bu sebeple bireyciliğin mahremiyet anlayışına ya da mahremiyet anlayışının bireyciliğe olan etkisi müphemlik içermektedir. Ancak bu müphemlik çerçevesinde sorunsallaşan kimlikler hiçbir zaman sabit kalmamakta, sürekli yeniden üretilmekte ve şekillendirilmektedir. Dolayısıyla birey ile mahremiyet ilişkisi de sürekli yeniden şekillenmektedir.

1.4.3. Mekân ve Mahremiyet İlişkisi

Mekân kavramı Türkçe Sözlükte, “yer, bulunulan yer”, “ev, yurt”, “uzay” olarak tanımlamaktadır. Bu kapsamda, mekân ve mahremiyet ilişkisini daha iyi değerlendirebilmek adına öncelikle fiziksel ortamdan ve ortamın özelliklerinden bahsetmek faydalı görünmektedir. Temelde kamusal alanı da mahremiyet

bağlamında düşünmek gerektiğinden (Okumuş, 2015: 40) fiziksel ortam ile bu ortamın özelliklerini kavramak açısından akla gelen ilk yer kentlerdir. Kent, karakteristik bir ahlaki düzene sahip homojen bir toplumun içinde yaşadığı tabii alanlarla belirlenmiş ve ortak-yaşarlık temeli üzerine bir arada toplanmış insanların birlikte yaşadıkları yerdir (Yörükan, 2012: 22). Her kentin kendi tarihi olmasına rağmen insanlığın tarihi büyük ölçüde kentlerin ve kent yaşamının tarihi olarak görülmektedir. Kent, tarihsel süreçte bireylerin yaşamına pek çok yenilik getirmiştir (Hatt ve Reiss, 2002: 27). Bireyin yaşamına giren en önemli yeniliklerden birisi de mimaridir.

Fiziksel ortamı yansıtan mimari, insan ile varlık arasındaki ilişkiyi düzenlemektedir (Cansever, 1997: 95). Bu yüzden başarılı bir mimari, kültürel oluşumun temel bir göstergesi sayılmaktadır. Yapılar, yaşam düzeninin çerçevesini oluştururken, yaşam tarzlarını da biçimlendirmektedir (Cansever, 2014: 7). Bu sebeple şehrin planlanma tarzını belirleyen şey, hem nesnel fiziksel mekân, araç ve gereçler hem de içinde yaşanılan gelenekler ve genel kabul görmüş değer yargılarıdır. Söz konusu yapıda yakınlık durumu "mahremiyetle", uzaklık durumu "anonimlikle" tanımlanmaktadır. Mahremiyet ilişkilerine dâhil bireyler, birbirlerinin yaşam alanlarına girme özgülüğüne ve güvenine sahip olduklarından birbiri hakkında pek çok şeyi bilmekte ya da bildiğini varsaymaktadır. Diğer taraftan anonimlik ilişkilerine dâhil olan bireyler, bir mesafeden söz edilemeyecek kadar toplumsal mekânın ötesinde olduğundan, hakkında hemen hemen hiçbir şey bilinmemektedir. Bu iki ayrım bireyleri bütün toplumsal ve kişilerarası ilişkilerin rengini belirleyen iki genel sınıfa kategorize etmekte; mahremiyet ilişkisinde olanlar "biz", anonimlik ilişkisinde olanlar "onlar" olarak konumlandırılmaktadır. Güvenilir ilişkiler yakınlıkla, buna karşılık tehlikeli ilişkiler uzaklıkla ilişkilendirilmektedir (Adugit, 2013: 10-11). Bir anlamda, mahremiyetle mekân ilişkisinde önemli olan nokta mekândan ziyade mekânlar arası ilişkidir. Çünkü bu ilişki biçimi yakınlıkla uzaklığı belirlemektedir.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı üzere, mahremiyet mimari ile yakından ilişkilidir ve tarihsel olarak mahremiyetin sınırlarını çoğunlukla mimari belirlemektedir. Bu

kapsamda mekânsal mahremiyet, bireyin yakın çevresini oluşturan özel alanını, dışarıdan gelecek müdahalelere karşı korumayı amaçlamaktadır. Bu alan, kişisel olabileceği gibi aynı zamanda bir grubu da kapsayabilmektedir. Mahremiyet tanımında da yer verildiği gibi, kişinin tek başına olabilmesi ya da istedikleriyle yalnız kalabilmesi gibi nitelendirmeler bu alanı içermektedir. Hatta Toprak ve arkadaşlarının (2014: 140) vurguladığı gibi korunma, 'kapalılık', güvenlik, rahatlık ve özgürlük sunmaktadır. Bu sebeple insanlar, yapılı mekânlar oluşturarak, mekânlar içinde bölmeler yaparak ilişkileri kontrol altına alabileceğini ve mahremiyetini bu yolla daha iyi sağlayabileceğini düşünmektedir. Ancak mahremiyetin yalnızca pencereler, kapılar, duvarlar ya da evin odalarını bölümlere ayırma ile sağlanmış olacağını da söylemek mümkün değildir (Sennett, 1999: 46; Yörükan, 2012: 295, 316, 320). Çünkü bir mekân olarak ev, yalnızca dört duvarla çevrilmiş bir alandan öte bir şeydir (Bağlı, 2008: 280). Söz konusu bu alan sadece mekânla ilişkili değildir. Bu sebeple mekân kavramı aynı zamanda, zaman-mekân bütünlüğüyle değerlendirilmelidir.

Örneğin tarihsel izleğe bakıldığında Osmanlı şehirlerinde, kişilerin aidiyetlerinin mahalleleri bazında yani mekânlarına göre belirlendiği bilinmektedir. Gayrimüslimler, Müslümanlar, farklı etnisite ya da meslekten olanlar bir mahallede buluşabiliyordu. Aynı mahallede yaşamanın temel belirleyicisi ise rıza ve şükrandı. Bu mekânda bulunanların birbirinden hoşnut olmaları ve birbirine şükran duymaları gerekiyordu. Bu, mahallenin bir mekân içinde mahremiyet alanı olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Bu alan her girenin nüfuz edemeyeceği ve doğrudan giremeyeceği bir mahremiyet alanı olarak görülmektedir. Bir anlamda mahalle, içinde yaşayanları rahat ettiren bir mekândır ama bu kadar da değildir. Mahallenin içinde ev kümeleri ve ev kümelerinden de eve kadar inen bir alan bulunmaktadır. Bu bölüm içinde de evler vardır. Evler, başlı başına mahrem ilişkilerin dışarıdan hiçbir şekilde müdahale edilemediği bir alan olarak görülmektedir (Ergen, 2015: 16-17). Bu sebeple evler çoğunlukla tek katlıdır ve geniş avlulara sahiptir (Can, 1995: 150).

Yine tarihsel izlekte mekânsal mahremiyetin dönüşümüne Türk modernleşmesi temelinde bakıldığında, geleneksel bir özelliğe işaret eden haremlik-selamlık uygulamasının büyük oranda kalkarak mekânsal mahremiyetin sınırlarının değiştiği gözlenmektedir. Yeni mimarinin getirdiği modern ve batılı ev içi düzenlemeleri, geleneksel mahremiyet algısını değiştirmiş ve yeni sınırların oluşmasına neden olmuştur (Bozdoğan, 2002: 213-214). Aydın'a (2015: 287-290) göre, bu değişimlerden birini özellikle gençler arasında, evin mahrem bir alan olarak görülmemeye başlaması oluşturmuştur. Ona göre bireyler –özellikle gençler- artık ev içlerinin başkaları tarafından görülmesinden rahatsızlık duymamaktadır. Hatta haremlik-selamlık uygulamasının kalkmasıyla birlikte perde kapama alışkanlığı azalmaya başlamış, insanlar evin dışarıdaki parçasını oluşturan balkonlarda geçmişe oranla daha rahat bir davranış kalıbı sergilemeye ve etraflarındaki insanları herhangi bir çekinceye girmeksizin izlemeye başlamışlardır. Bu sebeple geleneksel olarak mahremiyeti sağlama, sığınma, korunma ve gizlenme mekânı olarak görülen ev algısında müphemlikler yaşanmaktadır. Bir anlamda Habermas'ın (2014: 272-273) söylediği gibi ailenin mahremiyet alanının gizliden gizliye oyulması mimari yapı içinde kendini göstermektedir.

Söz konusu müphemlik durumunun artmasına neden olan yapılardan biri de bireylerin hayatlarını idame ettirdikleri toplu konutlardır. Çok sayıda konut biriminden oluşan bir yapılanmaya işaret eden toplu konutlar birey ve bireyin mahremiyeti üzerinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Bu sebeple toplu konutlara Aktaş'ın da (1992: 279) işaret ettiği gibi "insan siloları", "hücre", "kafes" ya da "kümes" gibi isimlerin takılması boşuna değildir. Zamanla ailenin özel yaşamıyla topluluk arasındaki ilişkileri belirleyen mahremiyetin yerini bu konutlarla birlikte ev hayatının dış dünyaya büyük bir duyarsızlık ve umursamazlıkla kapalılığı anlamına gelen yalıtılmışlıkla içe dönüklük almıştır. Özellikle bu modern aile biçiminde ev içerisinde harcanan vaktin ve birey sayısının azalmasından dolayı doğrudan ilişkiler de söz konusu olmaya başlamıştır (Sözen, 1999: 95). Bu -küçük- konutlar içinde hem birbiriyle içli dışlı hem de birbirlerine tahammülsüz bireyler yaşar hale gelmiştir. Bu tarz mimarlık sorunları ise kültürel kimlik bunalımını beraberinde getirerek dengesizlik ve karmaşaya sebebiyet vermiştir (Aktaş, 1992: 280-289).

Unutulmamalıdır ki, içinde yaşadığımız mekân yalnızca eylemlerimizin cereyan ettiği bir alan değil aynı zamanda, eylemlerimize de şekil veren bir alandır. Mekânın bizim üzerimizde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Belirlenimci teoriye göre yaşanılan mekânlar, bireylerin sosyal yaşamlarına doğrudan etkide bulunarak onların kişiliklerini belirlemektedir. Ayrıca kalabalık sayısı arttıkça daha fazla mahremiyet isteği de ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden mekân ve mimari kullanımıyla mahremiyetin dolaylı olarak sağlanacağı düşünülmektedir (Yörükan, 2012: 20, 55, 242, 252).

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi temelde fiziksel mekânlarda mahremiyetin düzenlenmesi dönem, toplum ve kültür açısından farklılık göstermektedir. Günümüze bakıldığında açık bir şekilde görülmektedir ki, teknolojik gelişmelerin abartılı kullanımı ile birlikte mahremiyet alanları gün geçtikçe daha çok aleniyet alanına dönüşmektedir. Özellikle zaman ve mekân arasındaki klasik ilişkinin değişmesiyle birlikte mekânsal mahremiyet yalnızca fiziksel bir alan olarak değil aynı zamanda, sanal ortamda kişiye ait bir alan olarak görülmeye başlamıştır. Özel yaşamı kamusal bir niteliğe büründüren sanal ortam ise sınırların daha da muğlaklaşmasına neden olmuştur. Bu sebeple gelişen teknolojilere bağlı olarak bu ilişkinin değişimine ve sınırlarına yönelik tartışmalara her geçen gün yenisi eklenmektedir.

1.4.4. Aile ve Mahremiyet İlişkisi

Aile sözcüğü Arapça kökenlidir ve birincil ilişki anlamını öncelemektedir. Daha genel bir ifadeyle evsel/ailesel alana işaret etmektedir. Batı dillerinde "family" olarak bizde ise "ev, hane, yuva" gibi kavramlarla kullanılmaktadır (Sarı, 2013: 17-18). Yaygın bir görüşe göre de aile, toplumun en küçük birimi olarak nitelendirilmektedir.

Toplum üzerinde belirleyici unsurlar olan din, gelenek, örf, norm, değer sistemi gibi pek çok öge, bireyin sosyalleşme sürecindeki kazanımlarına referans oluşturmaktadır. Bu yapının birey tarafından edinildiği ilk yer ailedir. Sosyalleşme süreci toplumsal yapının fark edilmesinde, o yapı içinde yürürlükte olan düzenleyici

kuralların neler olduğunun öğrenilmesinde önemli bir dönemdir. Özellikle çocukluk dönemi bu sürecin en etkin olduğu evredir. Aile içinde kazanılan bilgiler mahremiyetin de belirli ölçülerde verildiği bir eğitim dönemidir. Bunu okul ve sosyal çevre izler (Gündüz, 2015: 313). Bir anlamda mahremiyetin ne olduğunun, uygulamalarının ya da korunma biçimlerinin ilk öğrenildiği yer ailedir (Görgülü, 2015: 1). Bunun sebebi mahremiyetin, aile gibi özel grupların üyeleri tarafından istenilen, aranılan bir şey olmasından kaynaklanmaktadır (Yörükan, 2012: 274).

Habermas'a (2014) göre aile, bir taraftan mahremiyetin sözü edilen özelliklerinin yaşandığı yer olarak idealize edilmekte ve diğer taraftan normatif ilkeler çıkarılmasına olanak sağlayacak bir kurum olarak resmedilmektedir. Bu kapsamda kutsal değerlerle temellenen ailenin sırları, sorunları, değerleri kamusal alana taşınmayıp aile, en temel mahremiyet alanı olarak görülmüştür. Bir anlamda mahremiyet kültürünün en güçlü biçimde sergilendiği yer aile olarak konumlandırılmaktadır (Canatan ve Yıldırım, 2016: 99, 123). Benzer şekilde Weber ve Tönnies, mahrem ilişkilerin söz konusu olduğu cemaatin en uygun örneğinin aile olduğunu düşünmektedir (Kaplan, 2003: 61). Hatta Roessler ve Mokrosinsk'e (2013: 775) göre aile, korunan ve samimi ilişkilerin bulunduğu özel bir alandır ve başarılı olabilmesi mahremiyetin korunmasına bağlıdır.

Yukarıdaki bilgilerden de anlaşılacağı gibi, kimi insanlar ailenin toplumun hatta medeniyetin temeli olduğunu varsaymaktalar (Gittins, 2011: 14). Aile, kültür, davranış kalıpları gibi toplumsal değerleri bireye aktardığından (Güngör, 2000: 215; Birekul, 2013: 276) toplumun sosyo-ekonomik, siyasi ve ideolojik yapılarının ayrılmaz bir parçası (Gittins, 2011: 15) olarak görülmektedir. Aile doğasının heteroseksüellik üzerine kurulu olduğunun düşünülmesinden dolayı pek çok kişiye göre aile tanımını kadın ve erkek oluşturmaktadır (Can, 2013b: 216; Güngör, 2000: 206). Bununla birlikte uzun zaman geçerli olan aile tanımı paterfamilias'ın (aile babası/reis) hanehalkının diğer üyeleri üzerindeki otoritesi olmuştur (Gittins, 2011: 52). Çünkü patriyarka, tüm çağdaş toplumların temel yapı taşı olarak görülmektedir (Castells, 2006: 251). Aileye işlevsel olarak bakıldığında ise beraber yaşama, ekonomik işbirliği, üreme ve cinsellik (Gittins, 2011: 81) gibi kavramlar söz konusu

olmaktadır. Ancak düşünüldüğünde bu genellemeleri karşılayacak tek bir aile tipi yoktur, aksine, pek çok aile tipi bulunmaktadır (Güngör, 2000: 208; Gittins, 2011: 15, 203). Bunlar çözülmüş aile tipi (Özbay, 2015: 87) olarak nitelendirilmekte ve geniş, çekirdek, tekil, çok eşli, evli çiftlerin ayrı evlerde yaşadığı, tek ebeveynli ya da eşcinsellerin birlikteliğine dayalı gibi aile türleri olarak sıralanmaktadır (Aktaş, 1992: 8). Bu yüzden tek tip aile tanımlamalarına 19. yüzyılın sonlarından itibaren karşı çıkılmaya başlanmıştır (Gittins, 2011: 78).

Tarihsel izleğe bakıldığında görülmektedir ki, "mahrem aile ilişkilerinin yaşandığı hane hayatı, modern Batı toplumlarında cinsiyete bağlı işbölümünün belirmesi ve burjuvazi ile orta-sınıfın yükselişiyle birlikte ortaya çıkmış yeni bir fenomendir, bu yüzden premodern toplumlarda ne sıradan insanlar ne de soylular böyle bir ayrımdan haberdardır" (akt., Kılıçbay, 2006: 115). Yaygın bir anlayışa göre ailenin oluşum sürecinde aile kavramı, çoğunlukla sanayi öncesi ve sonrası olarak kesin bir ayrıma tabi tutulmuştur. Ancak bu görüşün tamamen doğru olduğunu söylemek mümkün görünmemektedir. Çünkü ailenin sanayi öncesindeki karakteristik özelliklerin bazılarının sanayi sonrasında da devam ettiği bilinmektedir (Gittins, 2011: 22).

Sanayi öncesinde evlilikler çoğunlukla ekonomik bir alışveriş olarak görülüyordu. 18. yüzyılın sonuna kadar aile kavramı bugünkü kullanılan aile biçiminde ele alınmaktaydı (Gittins, 2011: 96, 191). Sanayileşme ve moderniteyle birlikte ailenin işlevlerinde dönüşümler yaşandığı görülmektedir (Sarı, 2013: 23-24). 18. yüzyılda romantik aşkın önemi artmış (Gittins, 2011: 109), 19. yüzyılda artık, çocukların da ayrı odaları olması gerektiği görüşü yaygınlaşmıştır (Gittins, 2011: 68). 20. yüzyıldan itibaren ise aile içinde kadınların işi gittikçe artan bir biçimde üretken etkinliklerden ayrılarak hane içine ve aile bakımına yönelmiştir. Kadınların alanı ev ve komşuluk birimi olarak biçimlenmiştir (Mackenzie, 2002: 252).

Türk aile yapısının değişimine bakıldığında ise "Türk ailesinin değişim motorunu, kırdan kente göçün oluşturduğunu ve kentteki yaşamın, kadının aile içi ve dışı rollerini ve beklentilerini değiştirdiğini" söylememiz mümkündür (Ayata, 1998: 63). Söz konusu bu durumlar beraberinde ciddi bir oranda sosyal, kültürel ve

ekonomik değişimleri de getirmiştir. Kültürel uyuşmazlık, aile içi çözülmeler ve çatışmalar bunlardan bazılarıdır. Bu süreçte kadının rol ve beklentilerinin değişmesi ise daha çok kültürel odaklıdır. Özellikle geniş aile, diğer akraba üyelerinin etkisi ve akraba evliliklerinin azalması beraberinde erkek egemen yapının baskınlığının azalmasına (Can, 2013a: 85) ve kadının rol ve beklentilerinin değişmesine neden olmuştur.

Modern dönemle birlikte ailenin mahremiyet kimliği de doğal olarak önemli ölçüde dönüşüm geçirmiştir. Canatan ve Yıldırım'ın da (2016: 123-124) söylediği gibi modernleşmenin toplumsal bağlamı, modern aileyi icat etmiştir. Bu süreçte ailenin yapısı küçülmüş, kadın-erkek ilişkilerindeki mahremiyet dönüşüme uğrayarak özgürleşmiş, karı ve koca bir eş haline gelerek özneleşmiştir. Yine bu süreçte aile alenileşmiş ve kamusal bir olguya evirilmiştir. Okullar, işyerleri, oyun bahçeleri, sinema, tiyatro, turistik geziler gibi faaliyetlerle beraber ailenin ev, mahalle, avlu ile çevrili alanları yok olmuştur. Devamında aileyle ilgili mahrem konular televizyon, gazete gibi kitle iletişim araçları aracılığıyla konuşulmaya başlanmış, aile bir anlamda kamusallaşmıştır. Aile içi şiddet, boşanma, aşk ilişkileri ve hatta evlilik konusu kamuoyu önünde tartışılır olmuş, Giddens'ın "mahremiyetin dönüşümü" dediği olgu, küresel dönemde mahremiyet patlamasına dönüşmüştür. Geleneğin sıkı mahremiyet kuralları yerini gevşek ilişkilere, kuralsızlıklara bırakmıştır.

Günümüzde çağdaş aile ideolojisi kapsamında aile kurma, birbirini seven kadın ile erkeğin eşit ortaklık kurması olarak sunulmaktadır (Gittins, 2011: 117). Bugünün yaygın aile tipi kadın, erkek ve çocuklardan oluşan çekirdek ailedir. Kapitalizm öncesi dönemde çok güçlü olan patriyarkal aile tipi (Özbay, 2015: 43) zayıflamış, erkek yine ailenin reisi sayılmakla birlikte pek çok konuda kadın ve erkek eşitliği sağlanmıştır (Güngör, 2000: 213; Gittins, 2011: 193). Ancak hala çağdaş olarak nitelendirilen toplumlarda kız ve erkek çocukları doğduğu andan itibaren farklı değer görmekte (Gittins, 2011: 138; İnceoğlu ve Kar, 2010: 46) ve kadınlar, erkeklerin beklentileri etrafında şekillenen düşünce ve pratiklerle tanımlanmaktadır (Özbay, 2015: 126). Örneğin eğer bir kadın, evi temiz tutmaz ya da çocuklarına gereken ilgiyi göstermezse "kötü" anne ya da eş olarak etiketlenebilmektedir (Gittins, 2011: 163).

Bu bilgilerden de anlaşılacağı üzere aile, zaman içerisinde sürekli olarak sosyal ve ekonomik güçler tarafından etkilenmiş ve değiştirilmiştir. Ancak ailenin temel işlevi ve yapısındaki değişimler tarihin hiçbir döneminde kapitalizmin gelişmesi ve hızlanmasından etkilendiği kadar değişmemiştir. Büyük kırılmaların yaşandığı 1980'lerden itibaren yaşanan hızlı sosyal değişim sonucunda evliliklerin daha geç bir yaşa ertelenmesi, çocuk sayısındaki ciddi düşüş, boşanmaların, yalnız yaşayanların ve evlenmeden yaşayanların sayısının artması gibi değişimler söz konusu olmuştur (Özbay, 2015: 17, 33, 109).

Özetle büyük kırılmaların yaşandığı modern dönemle birlikte ailenin yapısında ve işlevlerinde dönüşümler yaşandığı görülmektedir. Bugünkü anlamda aile oluşmaya başladıktan sonra patriyarkal yapı uzun zaman yoğun bir biçimde etkisini göstermiş, ardından ailenin küçülmesi, ekonomik nedenlerden ziyade romantik aşkın etkili olması, kırdan kente göç gibi nedenlerle patriyarkanın etkisi bir nebze kırılmış, aile yapısı kapsamında kadına yönelik tutum ve davranışlarda iyileşme yaşanmıştır. Ancak günümüzde çoğunlukla hâlâ aile reisi erkek/baba olarak konumlandırılmaktadır.

Ailenin yapısında yaşanan değişim ve dönüşümler günümüzde de devam etmektedir. Kişiye ait özel alanların gönüllü ifşa ve teşhiriyle birlikte kamusal alan ile özel alan arasındaki sınırları içinden çıkılmaz hale gelmektedir. Aynı zamanda, bireyler arasındaki sınırlar ve ilişkiler de özel/mahrem olmaktan çıkmakta ve kamusal niteliğe bürünmektedir. Özellikle evin içini gözetleyen televizyon programlarıyla birlikte bu alanlar önemli oranda bir anlam kaybı yaşamıştır. Müphemlik içeren bu ilişki biçimleri, aile üyelerini derinden etkilemiş, varolan sınırları yerle bir etmiştir. Sonuç olarak Birekul'un da (2013: 288) söylediği gibi ailenin yapısal özellikleri toplumsal değişimle orantılı olarak farklılaşım yaşamakta, bu kapsamda da aile, toplumun genel yapısını yansıtmaktadır.

1.4.5. Yabancı[15] ve Mahremiyet İlişkisi

İnsanı, bilinmeyenin dokunuşundan daha fazla korkutan hiçbir şey yoktur. İnsanların etraflarında yarattıkları tüm mesafelerin nedeni yabancı olan bu korkudur der Canetti (2006: 15). Yabancı, kaçınılmaz olarak çoğuldur; farklı tür sıfatlarla, farklı koşullarda ve farklılık içeren ilişkiselliklerde inşa edilendir. Bir ilişki biçimini niteleyen yabancı, temelde hem içeride hem de dışarıdadır (Ünsaldı, 2016: 7-8). Başka bir ifadeyle mahremiyet kutbundan uzak olan, ama anonimlik kutbuna da dâhil olmayan kişiler yabancılar olarak nitelendirilmektedir. Yabancılar mahremiyet kutbundan uzaktırlar, ancak anonimlik kutbuna dahil olacak kadar uzak da değildirler (Adugit, 2013: 11). Yani basit bir deyimle bilinmedik değildirler. Hatta onların en kayda değer özelikleri büyük oranda bilindik olmalarıdır (Bauman, 2013b: 66). Bu sebeple tüm toplumlar yabancılarını kendi yaratmakta ve bunu da kendine has yollarla yapmaktadır (Bauman, 2013a: 30). Hangi durumlarda nasıl davranılması gerektiği içinde yaşanılan toplumdan öğrenildiğinden (Güngör, 2000: 16) bilişsel, ahlaki ya da estetik haritaya uymayan insanlar yabancılar olarak nitelendirilmektedir (Bauman, 2013a: 30). Özellikle şehirler, yabancıların büyük oranda karşılaştıkları ortamlardır. Bu mekânlarda 'yabancı' iki farklı şahsiyet olarak görülebilmektedir. İlk olarak kendisine benzemeyen biri olarak onu bir yere koyabilir. Bu durumdaki yabancı "dışarlıklı" ile aynı anlama sahiptir. İkinci olarak kişiyi zihninde nereye koyacağını kestiremediği biri olarak nitelendirebilir. Bu nitelendirme daha çok kendi kimliğinden emin olmayan, geleneksel imgelerini yitiren ve henüz belirgin bir etiketi olmayanlara aittir (Sennett, 2013: 75). Yani bir anlamda toplumsal mekânda yabancıyla bir ilişki yaşanmakta, ancak bu ilişki yabancının dışsallığıyla sınırlı kalmaktadır (Adugit, 2013: 16).

Simmel (2016), yabancıyla ilişkiyi dört değişken üzerinden kurgulamaktadır. Bunlardan ilki, yakınlık-uzaklıktır. Genellikle yabancıyla soğuk ve mesafeli bir ilişki yürütülür. İkincisi, hareketliliktir. Yabancı herhangi bir köke sahip olarak görülmez. Üçüncüsü, objektifliktir. Yabancı, gruba ait olmayan biri olarak grubun kural ve

[15] Yabancı aslında ne yakın ne de uzak olandır. Ne "biz"dirler ne de "onlar"dırlar (Bauman, 2013b: 66). Ancak bu metinde bir ilişki biçimine işaret eden ve kimi zaman birbiri yerine kullanılan öteki, onlar, dış grup gibi kavramlar yabancı kapsamında ele alınmıştır.

normlarına, inanç ve değerlerine diğerlerine oranla daha az bağımlıdır. Dördüncüsü, soyutlamadır. Yabancı, gruptakilere oranla daha genel ve soyut niteliktedir. Bu kapsamda yabancı, diğer insanlarla ilişkilerinde herhangi bir kökene sahip olmayan, gruba bağımlılığı en az düzeyde olan, soyut nitelikli, soğuk ve mesafeli olarak görülmektedir.

İnsanlar tek tek izole bir şekilde değil gruplar içinde yaşadıklarından grupların içinde sosyalleşmekte ve ona göre şekillenmektedir (Bilgin, 2007: 127). Gruplar arası ilişkileri konu alan araştırmalar bireylerin iç grubun lehine, dış grubun aleyhine eğilimli olduğunu ortaya koymaktadır (Bilgin, 1994: 64). Buradan hareketle yabancılara yönelik önyargı ve stereotiplerin beslenmekte ve üretilmekte olduğu açıktır (Bilgin, 1994: 183). Başka bir deyişle birey karmaşık ya da aşina olmadığı bir yabancı durumla karşı karşıya kaldığında hızla onu toplumsal stereotiplere dayalı basit ve genel kategorilere ayrılan imgeler halinde düzenlemeye çalışmaktadır. Bu sebeple insanlar sokakta yabancıların kendileriyle konuşmasına mahremiyetlerin ihlali olarak bakmaktadır (Sennett, 2002: 309, 328). Bu noktada, yabancıya atfedilen anlayışları "biz" tanımlanması üzerinden okumak önemlidir (Bilgin, 1994: 61). Çünkü dünya "biz ile "öteki" arasındaki ilişki üzerine kuruludur ve bu ikisi arasında derin ve büyük bir boşluk bulunmaktadır (Sözen, 1999: 29). Bu yüzden kendini "biz" üzerinde konumlandıran ve ortak algıya sahip olan bireyler, kendi yabancılarını yaratarak onlara yönelik önyargı ve stereotipler oluşturmaktadır. Bir anlamda "biz" üzerinden okunan yabancı, aslında kurgulanmış bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yabancı denince çoğunlukla savunmaya geçilmekte, herkes tedirginlikten payını almaktadır. Yabancı, duyumsanabilir bir beden olarak görülmektedir. Ama şaşırtıcı, tuhaf hatta gizemli olan, özü gereği gözle görülmeyen, salt mahremiyet olan bir bedendir. Başka bir ifadeyle yabancı, belirsizlik içeren ve sadece bedeninden ötürü varolduğu bilinendir. O halde bir beden, mahremiyetin belirtisi ise bu bedenin *ten* olmasından kaynaklanmaktadır. Tenin mahremiyeti belirtme işlevine "anlatım" denir. Ten sadece ağırlık taşıyıp kımıldamaz aynı zamanda bir şeyler de anlatır. Beden son derece verimli bir anlatım alanıdır, mahremiyetin anlatım alanıdır. Yani yabancının bedeni, mahremiyetin belirtilerini, göstergelerini, ipuçlarını vermektedir

(Gasset, 1995: 99-117). Bu sebeple bedenin anlatımsallığı dışında hiç tanımadığımız öteki, meçhul insanın bize nasıl davranacağını bilmediğimizden en kötü olasılığı hesaba katarız. Çünkü öteki olan yabancı, doğası gereği biçimsel olarak tehlikelidir (Bauman, 2013b: 72; Gasset, 1995: 160). Bunun nedeni kimliklerin hem kişisel hem de toplumsal yapıda belirli bir dinsel, ahlaki, yasal, bilimsel gibi temellerde olumsuz, sakıncalı, tehlikeli ya da anormal olarak sınıflandırılmasından kaynaklanmaktadır (Keskin, 2015: 14). Tarih boyunca insanların yabancı kabul ettikleri kimselerden korunmak ve özel hayatını korumak için evler inşa etmeleri (Kahraman, 2008: 140) bu durumu daha açık bir biçimde göstermektedir.

Levinas'ın ahlak dünyası ben/biz ve öteki/yabancı arasında konumlandırılmaktadır (Bauman, 2013a: 70). Çünkü birey kendi kimliğini tanımlamak için yabancıya ihtiyaç duymaktadır (Hall, 1996: 4; Lacan, 2005: 291). Aynı zamanda yabancının bireyin ne olduğuna yönelik düşüncesi, bireyin en mahrem özkimliğine etki etmektedir (Lacan, 2005: 291). Bu yüzden yabancı, mahrem kişisel ilişkiler alanı kapsamında pek çok açıdan çekici ve anlamlıdır (Simmel, 2016: 29). Çünkü soyut bir toplumsal alanı niteleyen kamusal alanda (Kömeçoğlu, 2012: 98) mahremiyet, yabancının bakışından korunmak, saklanmak (Lyon, 1997: 255; Yavuz, 2003: 30), yabancının bakışına kapalı olmak anlamı da taşımaktadır. Dolayısıyla mahremiyet görme ile yakından ilişkilidir (Yavuz, 2003: 30). Bu durumu daha net kavrayabilmek için Erving Goffman'ın 'sivil dikkatsizlik" tanımına bakmak yol göstericidir. Sivil dikkatsizlik, yabancılar arasında yaşayan bireylerin göz göze gelmekten çekinerek bakmıyor gibi yapmasıdır. Çünkü göz teması kurmak, yabancılarla kişisel bir ilişkiye davet niteliği taşımakta, görünmez olma hakkını ortadan kaldırmaktadır (Bauman, 2013b: 79). Bu kapsamda, özellikle doğu toplumlarında harem yani özel alan dışında kalan yabancılar namahrem olarak görülmekte ve görüş çerçevesinin dışında tutulmaktadır.

Özetle toplumlar tarafından kurgulanan yabancılar, bireylerin kendi kimliklerini tanımlamaları açısından merkezi bir role sahiptir. Yabancı, bilinmeyen değil tersine bilinen ancak o kültürde geçerli olan konum ya da duruma uymayan bireylerden oluşmaktadır. Bu sebeple toplumlar tarafından yabancılara ilişkin önyargılar ve stereotipler kurgulanmakta ve farklı biçimlerde yeniden üretilmektedir.

Özel alana dâhil edilmeyen ve namahrem olarak görülen yabancılar, mahremiyet noktasında önemli bir konumdadır. Çünkü mahremiyet, yabancının bakışına açık olmamak ile ilişkilendirilmektedir. Bu noktada gerek kişisel bilgiler gerekse bireyin kişisel özellikleri tehlikeli olarak görülen ya da tam olarak kestirilemeyen yabancılara karşı mahremiyet ihlalini korumak adına savunma altında tutulmaktadır.

1.4.6. Beden ve Mahremiyet İlişkisi

Toplumsal bir varlık olarak insan, bedeniyle toplum sahnesine çıkmaktadır. Toplumsal ilişkiler, insan bedenlerinin topluma sunulmasıyla gerçeklik kazanmaktadır (Canatan, 2011: 47, 63). Bu sebeple bedenin tarihi insanlığın tarihiyle paraleldir. Zamanla "akıl-beden-bilim ilişkisi, ruh-beden ilişkisi, bedenin sadece bir kalıp, ruhun taşıyıcısı olduğu düşüncesinden, kirli, aşağılanan, zaafları olan, bu zaaflarıyla birer zincir gibi bireyleri bağlayan bir durumdan yaşayan, yaşamın merkezine yerleşen aktifleşen bir beden anlayışına" geçiş yaşanılmıştır (Demez, 2009: 10). Tarihsel izleğe bakıldığında, Antik Yunanlar arasında teşhir edilen çıplak bir bedenin zayıf olarak değil, aksine, güçlü ve medeni bir kişiliğe işaret etmekte olduğu bilinmektedir. O dönemde çıplak beden bir armağan ve uygarlığın başarısı olarak görülmekteydi. Öyle ki oğlan çocukları çıplak bedenindeki güçleri yönlendirmesi amacıyla "gimnazyum"a gönderilirdi. Gimnazyum genç Atinalılara nasıl çıplak olunacağını öğretmekteydi. Oğlanlar, burada bedenlerinin şehre ait olduğunu ve onurlu bir biçimde arzulamak ve arzulanmak için bedenlerini nasıl kullanacağını öğreniyordu (Sennett, 2002: 25-39). Yine başka bir örnek olarak Aydınlanma döneminin sonlarına bakıldığında da, kadın göğsünün hem erojen hem de erdemli bir bölge olarak görüldüğü bilinmektedir (Sennett, 2002: 257). Örneklerden de görüldüğü gibi, o dönemin koşullarında dişillik ve erillik, bedensel bir sürekliliğin iki kutbunu temsil etmekteydi (Sennett, 2002: 35). Ardından geleneksel döneme geçildiğinde bu dönem boyunca, bedenin, iktidarın nesnesi olarak konumlandırıldığı görülmektedir. Bu dönemde, beden –manipüle edilen, biçimlendirilen, terbiye edilen, itaat eden- özellikleriyle (Foucault, 2017: 208) söz konusu olmaktadır.

Foucault "bedenin mekânını[16]" toplumsal düzene indirgenemeyecek bir unsur olarak görmektedir. Çünkü baskı, toplumsallaşma, disiplin altında tutma ve cezalandırma güçleri bu mekân üzerinden uygulanmaktadır. Günümüzde mekânın, benliğin ve arzu dünyasının toplumsal denetimi, gözaltında tutulması ve baskı altına alınması durumu (Harvey, 2014: 239) söz konusu olduğundan insanlık tarihi bir bakımdan toplumsal düzenlerin, siyasal iktidarların ve dinlerin bedene müdahalelerinin tarihi olarak görülmektedir (Canatan, 2011: 51).

Öyle ki beden, toplumsal ve kültürel yapı içerisinde inşa edildiğinden insanlar, "düşüncelerini, inançlarını, eylemlerini, ibadetlerini, kimliklerini, farklılıklarını, siyasetlerini, iktidarlarını, tavırlarını, muhalefetlerini, duruşlarını, zevklerini, acı, üzüntü ve sevinçlerini, sevgi, aşk ve şiddetlerini, savaş ve barışlarını beden üzerinden ortaya koymaktadır" (Canatan, 2011: 63). Bir anlamda toplumsal yapının değerleri, değişimleri, talepleri ve istekleri bedende çeşitli şekillerde kendine yer bulmaktadır. Bu kapsamda beden, bir kimlik alanı yani insanın kendini ifade alanıdır (Canatan, 2011: 23, 64). Bourdieu'nun da söylediği gibi, kendi ait olduğu sınıfın, toplumsal, kültürel mirasın görünürlük kazandığı yerdir (akt., Demez, 2009: 17). Diğer yandan unutulmamalıdır ki toplum salt olarak bedeni üretmemekte, ancak onları etkilemekte, biçimlendirmekte ya da varolan biçimini bozmaktadır (İnceoğlu ve Kar, 2010: 149). Bu sebeple bedeni hem çatışma hem de uzlaşma, yakınlaşma, bütünleşme alanı (Canatan, 2011: 491) olarak görmek mümkündür.

Şurası açıktır ki, toplumsal ve kültürel yapı tarafından inşa edilen beden, kadın ve erkek bedeni noktasında farklı konumlandırmalara sahiptir. Hz. Âdem'in Hz. Havva'nın cazibesine kapılarak günah işlemesi miti sonucunda, kadına yönelik bakış güvenilmez, günahkâr ve şehvetli çerçevesinde gelişmiştir. Bu yüzden kadın ile erkeğe çok farklı bakılmaktadır (Gittins, 2011: 57). Farklı bakmanın yanı sıra toplum kadına ve erkeğe farklı da davranmaktadır. Kadınlardan ve erkeklerden beklenen roller, duygular, davranışlar, tutumlar, algılar, faaliyetler farklılaşmaktadır (Dökmen, 2009: 17).

[16] Foucault için mekân, çoğunlukla bir iktidar alanıdır. Bu sebeple mekân sözcüğü genellikle kısıtlayan, bazen de "Oluş" süreçlerini özgürleştiren bir alan olarak konumlandırılmıştır. Oluş ile kastedilen, mekânın zaman tarafından yok edilmesidir.

Bununla birlikte kadın bedeni, erkeğin yöneldiği bir alan (Yanıkkaya, 2009: 47), cinsel bir obje (Karataş, 2009: 1670) hatta gösterilmemesi, gizlenmesi, gözetim altında tutulması gereken bir cinsel obje (Yörükan, 2012: 281) olarak görülmektedir. Bunun da ötesinde kadın bedeni, "mahrem ya da namus" kavramlarıyla birlikte anılmaktadır (Diker, 2015: 98). Özellikle Doğu toplumlarında namus kavramı kadın bedeni üzerinden okunmakta ve cinsel namus anlayışı çerçevesinde değerlendirilmektedir. Türk toplumunda da namus en önemli değer yargılarından biri olarak vurgulanmaktadır (Karataş, 2009: 1670). Bu sebeple kadınlar beden üzerindeki toplumsal kontrole erkeklere oranla daha yoğun bir şekilde maruz kalmaktadır (İnceoğlu ve Kar, 2010: 152). Kadın bedeni üzerindeki toplumsal kontrolün herkesçe bilinen örneklerine bakıldığında, ilk akla gelenler; bekâret tabusu, kadın bedeninin fuhuş sektöründe ticaret metası olarak kullanılması, değişik örtünme kuralları ve kadının bedenini yasak bir ilişkide kullanmış ya da kullanmaya zorlanmış olmasının cezası olarak işlenen namus cinayetleri oluşturmaktadır (İnceoğlu ve Kar, 2010: 138). Benzer şekilde İlkkaracan da (2003: 18-19) bu toplumsal kontrolün, kadınların hareket özgürlüklerinin engellenmesinden bekâret testlerine, kadın cinsel organının kesilmesinden namus adına işlenen cinayetlere ve zorunlu evliliklere kadar uzandığını söylemektedir. Dahası fuhuşa dair düzenlemeleri içeren kanun, namus kodlarının kadın cinselliği üzerinden yasal olarak nasıl yazıldığının ve uygulandığının en can alıcı örneklerinden birini oluşturmaktadır. Bu kanun kadın cinselliğinin mahrem alanını sadece edep, adap, bekâret ve namus etrafında tanımlamakla, aynı zamanda, aileye ve toplumun biyolojik üretimine yapılması gereken cinsel yatırımların da örtülü tanımını yapmaktadır (Kömeçoğlu, 2012: 33). Daha net açıklamak gerekirse, Türkiye'de namusa ilişkin genel algıyı oluşturan toplumsal kurallar ve normlar kadın bedenini kadının kendine ait bir bedenden öte, erkeğin, ailenin ya da toplumun mülkiyetiymiş gibi kodlamaktadır. Bu durum da dolayısıyla kadınları namus, edep ve bekâret üzerinden kategorilere ayırmaktadır (Kömeçoğlu, 2012: 32).

İlaveten, bazı dönemlerde kapitalizmin gelişmesi ya da buna bağlı olarak tüketimin ve lüks yaşamın doğması kadın bedenine bağlanmıştır. Sombart'a göre lüksün gelişmesi ve kapitalizmin yaygınlaşmasına sebep olan en önemli etmen kadındır. Lüksün gelişmesi ve kapitalizmin yaygınlaşması, kadına yönelik harcama

ve tüketim mantığıyla yani aşkın dünyevileşmesiyle birlikte mahrem ilişkilerden doğmuştur. Aşkta gayrımeşruluk zafer kazanarak yeni bir yaşam biçimi türemiş, aşk hazza dönüşmüştür (Sombart, 1998).

Görüldüğü üzere kadın bedeni tarihin her döneminde pek çok baskıya ve bakışa maruz kalmıştır. Kadın bedeninin ardından toplumsal ve kültürel olarak belirlenen diğer bir konu da beden mahremiyetidir. Hz. Adem ve Hz. Havva'nın, yaptıkları hata sonucunda mahrem yerleri ortaya çıkınca örtünmeye çalıştıkları düşünüldüğünde, bedenin mahremiyetine yönelik ilk algının insanla yaşıt olduğunu söylemek mümkündür (Canatan, 2011: 233).

Bununla birlikte, beden mahremiyetinin zaman içerisinde pek çok değişim ve dönüşüm gösterdiği görülmektedir. Örneğin İbn Fadlan kaleme aldığı seyahatnamesinde, İslamiyet öncesi Türk tarihinden bahsederken, bedene ilişkin mahremiyet anlayışı farklılığına dikkat çekmektedir. Mahremiyetin -beden açısından- farklı kültürlerde nasıl deneyimlendiğini araştıran ve araştırma sonucunda, insanın özünde kendi çıplaklığından utanmanın ve tüm toplumlarda beden utancının olduğunu söyleyen Duerr'in (2004) aksine, Fadlan, gözlemleri sonucunda "kadınları erkeklerinden ve yabancılardan dolayı örtünmezler, gizlenmezler. Aynı şekilde kadın, insanlardan bedeninin hiçbir yerini gizlemez" (Şeşen, 2016: 11) vurgusuyla bedene yönelik değerlerin zaman içerisinde nasıl dönüşüm geçirdiğini göstermektedir. Ancak beden mahremiyeti sadece fiziksel olarak örtünme anlamı değil, bunun da ötesinde, kendini diğer gözlerden ve bilgiden uzak tutmasını da kapsamaktadır (Canatan, 2011: 233). Bu açıdan beden mahremiyetini, sosyolojik boyutu kadar, kişisel inanç ve kabulleri yansıtmasıyla da psikolojik bir boyutta da düşünmek gerekir (Canatan, 2011: 234).

Bedene yönelik diğer bir bakış açısı da, bedenin dişilikle bağdaştırılmasıdır (Yanıkkaya, 2009: 47). Bu yüzden kadınlar sürekli değişen güzellik ölçütlerine ayak uydurabilmek için yoğun bir çaba göstermekte, neredeyse her zaman görünümüyle kabul göreceğini ve onaylanacağını düşünmektedir (Aktaş, 1992: 129; Bağlı, 2008: 228). Özellikle batı medeniyetine dâhil olmanın sembolik bir göstergesi olan güzellik yarışmaları "güzel beden" imgesini yaratmıştır (Şişman, 2003: 26). Kadın, "bakış, eylem, cinsellik ya da haz nesnesi" olarak konumlandırılmaktadır. Bu kapsamda

güzellik, kozmetik, estetik gibi dolaylı olarak cinsellikle ilişkili bu terimler beden üzerinden gerçekleşmektedir (Yanıkkaya, 2009: 46).

Cinselliğin kurgulanması ve cinsel davranışların düzenlenmesi, her toplumda, belirli siyasi, sosyo-ekonomik, kültürel ve dini koşullara göre değişiklik göstermektedir. Bu faktörler -yasal ve dini kurallar ve tabular, siyasi ve ekonomik durum, kolonileşme süreçleri, kültürel betimlemeler ve semboller, teknolojik gelişmeler ve başka birçok faktör- cinsel arzuların, hazzın, yaşantıların biçimlenmesinde rol oynamaktadır (İlkkaracan, 2003: 7). Bu doğrultuda mahrem ve mahremiyet kavramları da, zaman içerisinde kadın erkek ilişkilerinde özel bir kullanım kazanmış, çoğu zaman özellikle cinsel dokunulmazlık alanı içerisinde algılanmıştır (Aydın, 2015: 291).

Beden farklı gerçeklikleri ve gerçeklik algılarını anlamayı sağlayacak sembolik bir öneme sahiptir (Şişman, 2003: 16). Bedenin tarihi, tanımı, kadın bedeni, beden mahremiyeti, dişillikle ve cinsellikle bağlantısı açısından beden ile mahremiyet ilişkisine bakıldığında, öncelikle toplumsal ve kültürel yapı tarafından inşa edilen bir algının söz konusu olduğu görülmektedir. İktidarlar, ideolojiler ve dinlerin etkisinin yoğun bir biçimde görüldüğü bu alanda, her dönemde farklı konumlandırmalar bulunabilmektedir. Kadın ve erkek bedenine neredeyse her dönemde farklı olarak bakıldığı ve davranıldığı gözlenmektedir. Erkek iktidarının söz konusu olduğu beden üzerinden, erkekler kadınlardan sorumlu olarak konumlandırılmakta ve kadın, namus ve mahrem kavramlarıyla birlikte söz konusu olabilmektedir. Değer yargısı olarak görülen namus sembolünde kadın bedeni başat rol oynamakta ve pek çok toplumsal baskılarla müdahalelere maruz kalmaktadır. Bunun nedenlerinden biri de, erkeğin yöneldiği bir alan olarak konumlandırılan kadın bedeninin, bir arzu nesnesi ya da cinsel obje olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Bedene yönelik değerler ve mahremiyet algılarının zaman içerisinde nasıl dönüşüm geçirdiğini ise o dönemlere ait seyehatnamelerde açık bir şekilde bulmak mümkündür.

1.4.7. Din ve Mahremiyet İlişkisi

İnsanlar çoğunlukla aynıdır ve insanları etkilemenin üç yolu vardır. Bunlar yasa, şiddet ve dindir (Bilgin, 1994: 14, 91). İnsanları etkilemenin bir yolu dindir; çünkü insanlar dinsel bir kökene sahiptir. Bunun da ötesinde, her toplum insanların

eksiklik, ikilik ya da ötekiliğine tahammül etmelerini sağlamak için ahlaki yaptırımlara ihtiyaç duymaktadır. Koşullara bağlı olarak toplumun etrafında bütünleştiği ahlaki yaptırımlar (Durkheim, 2006: 269) çoğu zaman afyon olarak nitelendirilen (Marx veEngels, 1987: 11) din aracılığıyla sağlanmaya çalışılmaktadır (Sennett, 2002:336). Bu noktadan hareketle mahremiyet olgusunun oluşturulması ve düzenlenmesindeki temel unsur da din olgusudur. Dinler her zaman kendi sistematikleri içinde kendi değer ve mahremiyet olgularını inşa etmişlerdir. Bu bağlamda, ilkel dinlere, politeist dinlere ya da vahyi dinlere bakıldığında, mevcut bir mahremiyet algısından söz edildiği görülmektedir (Akyüz, 2015: 179).

Dinlerin mahremiyeti bir şekilde biçimlendirdiği bilgisinden hareketle (Yörükan, 2012: 325) mahremiyet kavramına İslami hukuk açısından bakıldığında, mahremiyetin kaynağı olarak kanun koyucu ilâhî irâdenin konumlandırıldığı görülmektedir. Bunun karşılığında insan; hak ve sorumlulukları yüklenecek olan kişi olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca göz, kulak, dil ve avert mahremiyeti gibi konular ön plana çıkmaktadır (Güllük, 2014: 107-110). Tasavvufî düşünce açısından bakıldığından ise farklı anlamlandırmalar söz konusu olmaktadır. "Tasavvufî bakış açısına göre mahremiyet kavramı öncelikle insanın Rabbi ile ilişkisinin dış dünyaya aktarılmaması/gizlenmesi olarak algılanır. Bu anlam çerçevesine göre mutasavvıf, zikir, dua, niyaz vb. türden Rabbiyle iletişim kurduğu vasıtalar aracılığıyla edindiği özel duyuş ve yaşadığı spesifik halleri başkalarıyla paylaşmamalıdır. Aksi halde gözetilmesi gereken mahremiyet ihlal edilmiş ve insan, Rabbiyle ilişkisine ihanet etmiş olur" (Çatak, 2016: 94). Bu noktada, özel hayatın gizliliğine yani mahremiyet hakkına Kur'an ve hadisler kapsamından bakmak faydalı görünmektedir. Çünkü özel hayatın gizliliği yani mahremiyet hakkı Kur'an ve hadislerde yalnızca ahlaki ilkeleri değil, aynı zamanda, bu hakkın kapsamına giren değerlerin korunması için bir takım hukuki yaptırımları da içermektedir. Başka bir ifadeyle mahremiyet alanlarının her birinde oluşan kişilik haklarına saygı gösterilmesi istenmiş ve mahremiyetin korunması için gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Buna göre, kişinin hayat alanları, kamuya mal olmamış kamusal hayatı, kamuya mal olmamış mesleki hayatı, mesleki sırları, aile sırları ve özel sırları bu kapsamda değerlendirilmiştir[17] [18] (Kahraman,

[17] "Senin beni gözetlediğini bilmiş olsaydım, bununla gözünü oyardım. İzin istemek, evin içerisi görülmesin diye emredilmiştir." (Müslim, Âdâb, 40, 41)

2008: 60, 129). Bunun da ötesinde, hadislerle İslam'ın mahremiyet alanının ahlak, iffet ve hayâya dayalı olduğu açık bir şekilde görülmektedir.[19]

Türkiye'de mahremiyet gibi değer sistemine ait konuları tartışmak bir şekilde dini ve din içindeki kadının konumunu ele almayı zorunlu kılmaktadır (Gündüz, 2015: 310). Özellikle Müslüman ülkelerde modernleşme hareketlerinin sınırlarını, mahrem/namahrem, farklılık/eşitlik gibi karşıtlıkları belirleyen kadının toplum içindeki konumudur. Bu nedenle "kadın meselesi" yalnızca kadınların yaşam koşullarına yönelik olarak değil, aynı zamanda, bir "kültür meselesi" olarak da tanımlanmaktadır (Göle, 2014a: 46-50). Çünkü dinen özel ve kamusal alan ayrımlarının tanımları ve aralarındaki sınırlar, kadının göstereceği ahlakın, mütevazılığın gerekleriyle ve yabancı bir erkeğin bakışından kaçmasıyla tanımlanmaktadır (Kömeçoğlu, 2012: 110). Bu sebeple kadın konusu hem İslamcılığın hem de modernizmin kurgulanmasında merkezi bir yere sahiptir (Göle, 2014a: 26).

Kadının ilk olarak mahrem alandan kamusal alana çıkışı modernleşme süreci ile mümkün olmuştur (Akyüz, 2015: 185; Göle, 2014a: 48). Mahremiyet ve hiyerarşi üzerine kurulu İslami ilişkiler ağı, modernleşmeyle birlikte yaşanan "serbestlik ve eşitlik ilkeleri" karşısında çözülmeye başlamıştır (Göle, 2014a: 75). Ardından kadınların İslamcı harekete katılımı beraberinde bireyselleşmelerini de getirmiştir. Mahrem alan dışına çıkan kadınlar kamusal görünürlükleriyle güçlenmiş, erkekler tarafından yapılan meşru ve gayri meşru tanımlarını sorgulamaya başlamışlardır (Göle, 2014a: 41).

Bu noktada, tartışmanın odak noktasına giyinme ile örtünme tartışması gelmektedir. Bilindiği gibi giyim tarzı sadece iklim ve hava şartlarına göre değil, aynı zamanda, bölgeden bölgeye, ülkeden ülkeye ve dinden dine göre de değişiklik göstermektedir (Canatan, 2011: 150). Tüm kültürlerde giyinme yalnızca bedensel bir koruma aracı olarak değil, aynı zamanda, sembolik bir kendini sergileme aracı olarak

---

[18] "Bir kimse, izinleri olmaksızın insanların evinin içine bakarsa, gözünü çıkarmaları onlara helâl olur." (Müslim, Âdâb, 43).

[19] Her kim ağzına ve cinsel arzularına hâkim olacağına dair bana söz verirse ben de onun cennete girmesine kefil olurum" (Buhârî, "Ĥudûd", 19, "Riḳāḳ", 23; Tirmizî, "Zühd", 61).

konumlandırılmaktadır (Giddens, 2014: 86-87). Bu açıdan kamusal mekânda örtünen kadın, kendi benliği ile toplumdaki ötekiler arasında bir sınır çizmektedir. Bu kapsamda, örtü kişiye bir mahremiyet dili kazandırmaktadır (Kömeçoğlu, 2012: 131).

Örtünme, insanın sosyolojik ve psikolojik karakterinin zarar görmeden gelişimine ve dini inançları gibi değerlerin korunabilmesine hizmet ettiği sürece gerçek anlamını taşımaktadır (Canatan, 2011: 243). Ancak İslamcı örtünme hem Müslüman hem de Batı Avrupa ülkelerinde siyasi bir mesele olmuştur. Kadınların örtülü bedenleri, cinsiyet sorunu ve cinselliğin merkeziliği olarak Batı modernliğinin İslamcı eleştirisinde karşımıza çıkmaktadır. Bu eleştiri, İslamcılığın, kadınları iffetin ve ahlakın göstergeleri olarak nitelendirmesinden kaynaklanmaktadır. Oysa dinin politize edilmesinde çağdaş bir sembol olarak kullanılan İslamcı örtünme yalnızca İslam ve Batı arasında değil, aynı zamanda, modernlik ve gelenek, laiklik ve din, erkekler ve kadınlar, kadınlar ve kadınlar arasındaki güç ilişkileriyle de kesişmektedir. Bu bilgilerden hareketle örtünme, genelde İslamcılığın siyasal bir vurgusunu, özelde ise Müslüman kadınların kimliğini onaylayan bir duruşu ifade etmektedir. Ancak örtünmenin, geleneklerle başlayıp büyüyen, sarsıntısız ve aralıksız bir süreç olduğunu söylemek doğru olmayacaktır. Örtünme, geleneksel popüler inanç ve adetlerden koparak dini modernliğe karşı bir kolektif kimlik vurgusu olarak siyasallaştırılmıştır. Hatta kentlileşerek eğitim görmüş toplumsal grupların İslam dinine yönelik geliştirdikleri yeni bir yorumun sonucudur (Göle, 2014a: 11-17). Dine yönelik geliştirilen bu yorum "çağdaş İslamcı ideoloji" olarak isimlendirilmektedir. Bu ideoloji doğrultusunda, Müslüman kimlik vurgulanmakta, günümüz dünyası içinde bu kimlik yeniden inşa edilmekte ve yeni bir model olarak kimlik tanımı sunulmaktadır. Bu arayış, hem geleneksel İslam hem de küreselleşmeyle dayatılan çağdaş batı modernliğine karşı eleştirel bir tavır sergilemektedir (Göle, 2014a: 34-36).

Açıktır ki, din olgusu, mahremiyet anlayışı üzerindeki en etkili mecralardan birisidir. Tarihsel izleğe bakıldığında da, her dinin kendi değer yargıları ve mahremiyet anlayışlarıyla toplumların yaşam tarzlarını etkilediği görülmektedir. Bir anlamda dinler toplumsal ve kültürel yaşamda mahremiyeti bir şekilde biçimlendirmeyi başarmışlardır. Bunun nedeni, mahremiyetin kaynağının ilahi irade

olarak görülmesidir. Dinlerin mahremiyete yönelik konumlandırmalarının yalnızca ahlaki ilkeler ya da yaptırımlar üzerinde olduğunu söylemek doğru olmayacaktır. Çünkü mahremiyet sadece bunları kapsamamaktadır. Aynı zamanda, insanı ve onun değerlerinin korunmasını da kapsamaktadır. Mahremiyete dini açıdan bakıldığında, özellikle doğu toplumlarında kadın ön plana çıkmaktadır. Bu toplumlar mahremiyeti kadın üzerinden okumaktadır. Bu sebeple mahremiyet olgusuna kadın meselesi olarak değil, kültür meselesi olarak bakılmasında fayda vardır.

İKİNCİ BÖLÜM: SOSYAL AĞLAR VE MAHREMİYET YÖNELİMLERİ

2.1. Sosyal Medya Kavramına Genel Bakış

Toplumlar, sosyal iletişimin karakterinde belli başlı 4 devrime tanıklık etmiştir. Bell'e (2001: 309) göre bunlar; konuşma, yazı, matbaa ile telekomünikasyondur ve her bir devrim beraberinde kendine özgü yaşam tarzı getirmiştir. İlerleyen zamanlarda Vedder da (2011: 23) mevcut ve gelecekteki teknolojik gelişmeler ışığında dünyanın değişmesine neden olan ve gelecekte de etkisi sürdürecek üç hareket olduğuna inanmaktadır. Bunlar, bilgisayarların ve sensörlerin geliştirilmiş bir şekilde minyatürleşmesi; verilerin depolanması, aktarılması ve işleme kapasitesinin artırılması; şebekelerin her yerde kullanılabilirliği ve kablosuz iletişim olanaklarıdır. Açıktır ki, iki düşünürün de ortak noktası iletişim teknolojileridir. Kendinden önceki değişimlerden beslenerek gelişen iletişim teknolojileri ise, zamanla interneti baş aktör haline getirmiştir. Ancak internet sadece iletişim teknolojisi alanında bir yenilik olarak kalmamış, aynı zamanda, hem akademik hem de popüler ilginin merkezine oturmuştur. Akademik ilgi, mühendislik ve iletişim disiplininden psikoloji, sosyoloji ve siyaset bilimine kadar pek çok disipline eklemlenirken popüler ilgi ise aracın kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte artmıştır (Timisi, 2003: 121). Önemli bir dönüm noktası olarak işaret edilen internetin en önemli özelliği, dünyanın herhangi bir yerinde olan bir olayı zaman-mekân kısıtlaması olmaksızın izlemeye olanak tanımasıdır. Bu sayede mekân, telekomünikasyon ağının yarattığı küresel bir köye dönüşmekte, zaman ise içinde bulunulan andan başka bir şey kalmazcasına kısalmaktadır (Harvey, 2014: 270). Bu değişimler ise, geleneksel kitle iletişim araçları çağından yeni bir kişisel iletişim toplumuna geçiş sürecinde belirgin bir adım olarak nitelendirilmektedir (Campbell ve Park, 2008: 371).

Değişimlerin ilk adımını oluşturan bu döneme Web 1.0 adı verilmektedir. Bu dönemin ardından içeriği kullanıcıların üretmeye başladığı Web 2.0 dönemine geçilmiştir. Web 2.0 terimi Tim O'Reilly (2005) tarafından 2004 yılında dile kazandırılan bir terimdir. Web 2.0'nin başlıca özelliklerini, "radikal merkezsizleşme, radikal güven, yayıncılık yerine katılımcılık, katılımcı olarak kullanıcılar, zengin kullanıcı deneyimi, bir platform olarak web, kişinin kendi verilerini kontrol etmesi,

veriyi yeniden karıştıma, kolektif zekâ, tutumlar, daha çok kullanıcı ile daha iyi yazılım, oyun, belirsiz kullanıcı davranışları" oluşturmaktadır (Fuchs, 2014: 50; O'Reilly, 2005). Yeni bir kültürel format olan Web 2.0; kullanıcının kişisel katılımı, etkileşimi, kullanıcı konumlandırma becerilerinin artması, kendini ifade etme yöntemlerinin basitleştirilmesi, özel ve kamusal kutuplarda hızlanan "toplumsallık" ve şeffaflığın onaylanması, kişisel kaynakların optimize edilmesi ve bireysel olarak özelleştirilmiş ayarların kullanılması gibi imkânlar sunmaktadır. Aynı zamanda Web 2.0, Wikipedia'nın, sosyal paylaşım sitelerinin, blogların ve dosya paylaşım servislerinin başlangıcı sayılmaktadır (Shcherbina, 2017: 86-87). Sosyal medyanın söz konusu özelliklere sahip olmasını sağlayan teknik altyapı da Web 2.0 teknolojisine dayanmaktadır.

Web 2.0 teknolojisine dayanan sosyal medya yaklaşık 20 yılda hızla büyüyen bir olgudur (boyd ve Ellison, 2007: 210; Xevelonakis, 2012: 99). Son yıllardaki hızlı büyüme, sosyal medyanın birçok kişi için temel bir iletişim teknolojisi olduğuna işaret etmektedir (Kim ve An, 2017: 198). Ancak sosyal medyanın temel iletişim teknolojisi haline gelmesi, tamamen olumlu bir duruma işaret etmemektedir. Çünkü son yıllarda internetin, arama motorlarının, sosyal ağların ve "büyük veri"nin yükselişi, eskisinden daha kolay, daha uygun maliyetle paylaşılması, bireyler hakkındaki bilgileri toplamak, incelemek, analiz etmek ve tanımlamakla ilişkilidir (Francis, 2014: 291; FTC Report, 2012; Lyon, 1994: 195; Wu vd., 2011: 605). Bireyler bir yandan neredeyse tüm bilgilere hızlı ve kolay ulaşıp iletişim kurabilirken, diğer yandan kendine dair tüm bilgileri de feda etmektedir.

Şurası açıktır ki, anlık hazzı değerli bulan bir dünyada yaşamaktayız. Teknoloji tarafından tetiklenen küreselleşme sayesinde hızlı sonuç alma ve sonuca varma isteği hiç bu kadar yaygın ve şiddetli olmamıştı. Saniyeler içinde dünyanın herhangi bir yerine e posta gönderip, sanal mağazalardan alışverişler yapıp, uzun süreli bağlılık olmadan diğer insanlarla ilişkiler kurmak artık temel alışkanlıklardan biri haline geldi (Elliott ve Lemert, 2011: 89). Bu yüzden çağımız nerden bakılırsa bakılsın, kolay bir biçimde şekle girebilen, olabildiğince esnek, fakat bir türlü aslına kavuşamayan plastik bir çağ. Bu plastikliğe inat sahici ve doğal olana dönüşü

arzulayan bir çağ. Altından demire[20], demirden plastiğe geçiş, insanlık tarihini, sosyal sistemleri ve kimliklerinin değişimini de beraberinde getirmiştir (Calhoun, 1994: 10; Sözen, 1999: 7). McLuhan bu değişimi iletişim araçları üzerinden açıklamaya çalışmıştır. Ona göre her iletişim aracı bireyin çevresindeki dünyayla ilişkisini de değiştirmektedir. Bu sebeple iletişim araçları sadece araç olarak değil aynı zamanda, yadsınamayacak düzeyde dönüştürücü bir etki yaratma gücü olarak görülmelidir (Gardner ve Davis, 2013: 33-34).

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, bilgi teknolojilerinin giderek yaygınlaştığına dair bir şüphe yoktur. Bir nesilden daha az bir sürede, ağa bağlı bilgisayarlar ve cep telefonları 25 yıl içerisinde öngörülemeyecek bir şekilde gelişim göstermiştir. Bundan 25 yıl sonra ne gibi teknolojilerin insanlığı beklediği de müphemlik içermektedir (Lorenzen-Huber vd., 2011: 233). Çünkü ilk dönemlerde özgürlüğü geliştirdiği iddia edilen internet teknolojisi, zamanla özgürlükçüleri tuzağa düşürme aracına dönüşmüş, bireyin özel hayatını teşhire açmayı teşvik etmiş ve bu teşhiri bol bol gözetleyip kaydetmiştir (Çakır, 2015: 24). Bir anlamda gündelik yaşamın önemli bir parçası olan ve dijimodern çağın merkezinde yer alan sosyal medyanın gelişimiyle birlikte, bireyin mahremiyeti de önemli bir tartışma konusu haline gelmiş ve mahremiyetin ihlali ciddi oranda artmıştır.

Bununla birlikte internet yani çevrimiçi ortam, kamusal alan ile özel alan arasındaki sınırları kaldırma ya da en azından yeniden düzenlenme ve "sosyal hayatın durum coğrafyasını değiştirme" yeteneğiyle karakterize edilmektedir (Meyrowitz, 1986: 6). Bu açıdan sosyal medya, kamusal ve özel alanın birbirine geçtiği hem sosyal hem de mahrem bir alana işaret etmektedir. Bir anlamda sosyal medyayla birlikte mahremiyetin içeriği ve çehresi değişmiştir (Çakır, 2015: 50). Örneğin sosyal medya, daha önce var olmayan, yüz yüze ilişkilerden farklı türde bir yeni tür mahremiyet üretmektedir (Timisi, 2003: 170). Bu sebeple sosyal medyanın yaygınlaşması ve kullanım pratikleri mahremiyeti tamamen tartışmalı bir konu haline getirmiştir. Bu konular arasından özellikle bireylerin kendileri hakkındaki bilgi

[20] Plastik çağdan önce toplumlar ve kültürler iki büyük madenle yani altın ve demir ile anılmaktaydı. Altın, imparatorlukların yayılmacı siyasetini, demir ise ideolojilerini niteleyen metaforları yansıtmaktaydı (Sözen, 1999: 7).

akışını kontrol etme hakkı önemli bir konu haline gelmiştir (Çakır, 2015: 349; Nissenbaum, 2009: 58-59; Wu vd., 2011: 604). Çünkü kendisi hakkındaki bilgiyi kontrol edemeyen bireyin, mahremiyetini koruması söz konusu bile olamamaktadır.

Daniel Solove, bu ortamdaki mahremiyet konularını Kafkaesk terimleriyle nitelendirmektedir (Kaplan, 2010). Tam olarak anlaşılmayan, belirsiz, gizemli, tehdit edici, korkutucu anlamlarına gelen Kafkaesk, sosyal medyadaki mahremiyet sorunsalına işaret etmektedir. Sosyal medyada var olan mahremiyet sorunsalında geleneksel mahremiyetin aksine, kullanıcılar internet ağına bağlı teknolojileri kullanımları sürecinde çeşitli izler bırakmaktadır. IP adresinden bulunduğu yer, mobil cihazlarla ayrıntılı koordinat bilgileri, çerezlerle (cookie) hangi sitelere ne zaman girildiği, sosyal medya aracılığı ile çok daha fazla bilgi internet ortamına sunulmaktadır (Karaarslan, Eren ve Koç, 2014; Nissenbaum, 2009: 59; O'Brolchain et al., 2016: 6-7; Spinello, 2014: 161; Wu et al., 2011: 606). Bu kapsamda mahremiyete yönelik genel tehditleri; veri sorununun hassaslığı ve veri sorununun yanlış kullanımı (bilgi mahremiyetine yönelik tehditler), kayıt cihazlarının yaygınlığı, isimsizlik sorununun kaybolması, toplumsallaşma sorunu ve küresel köy sorunu oluşturmaktadır (O'Brolchain vd., 2016: 26). Bu sebeple kullanıcılar için tehditleri engelleme ve mahremiyeti sağlama amacı güden yazılım araçlarının sayısı gün geçtikçe artmaktadır (Hoven vd., 2014). Ancak bu araçların sayısının artması olumlu bir durumdan ziyade konunun ciddiyetine işaret etmektedir. Ayrıca bu araçlar belirli koşullarda kullanılsa bile pek çok kayıt/izleme cihazından kaçmak pek mümkün görünmemektedir. Bunun da ötesinde, bireyler zaten kayıt/izleme cihazlarından kaçmak yerine, sosyal medya aracılığıyla kendi mahremiyetlerini teşhir etmektedir.

2.2. Sosyal Ağlar[21]

Sosyal ağ kavramı aslında ilk kez internet çağında ortaya çıkmamıştır. Sosyal ağlar günümüzden çok daha uzun zaman öncesinde de mevcuttu. İnsanlar geçmişte

[21] "Sosyal ağlar", "sosyal paylaşım ağları" ve "sosyal ağ sitesi" (boyd ve Ellison, 2007: 211), "dijital topluluklar", "çevrimiçi topluluklar", "sanal topluluklar" (Karyda ve Kokolakis, 2008: 254), "postmodern kabileler" (Dolgun, 2015: 198) gibi terimler sık sık birbirinin yerine kullanılmaktadır.

de toplumsaldı ve yaşamlarını devam ettirebilmek için diğer insanlarla ilişki kurmaktaydı (Coyle ve Vaughn, 2008: 13). Ancak enformasyon teknolojisi devrimi ve kapitalizmin yeniden yapılanması, yeni bir toplum biçimini, ağ toplumunu ortaya çıkardı (Castells, 2006: 3). Ağlar, sınırsız biçimde genişleyebilen ve aynı iletişim kurallarını (örneğin değerler ya da performans hedefleri) paylaşmaları halinde yeni düğümlerle bütünleşen açık yapılardır. Ağa dayalı bir toplumsal yapı, dengesini bozmaksızın yeniliklere gidebilecek, son derece dinamik, açık bir sistemdir. Ağlar yeniliğe, küreselleşmeye, merkezsiz yoğunlaşmaya dayalı bir kapitalist ekonomi için; esneklik ve uyarlanabilirliğe dayalı iş, işçiler ve şirketler için; sonu gelmez bir yıkım ve yeniden yapılanma kültürü için; yeni değerlerin, kamunun ruh halinin anında işlenmesine ayarlanmış bir politika için; uzamın yerinden edilmesini, zamanın bertaraf edilmesini amaçlayan bir toplumsal örgütlenme için çok uygun araçlardır (Castells, 2008: 623).

Pek çok özelliğe sahip olan sosyal ağlar artık kullanıcılar için vakitlerinin çoğunu geçirdikleri mecralardır (Toprak vd., 2014: 26). Aynı zamanda, sosyal ağlar, web tabanlı hizmetler olarak nitelendirilmekte (boyd ve Ellison, 2007: 211; Kaplan ve Haenlein, 2010; Laudon ve Laudon, 2011: 274) ve çeşitli kişiler tarafından çeşitli amaçlarla erişilebilen bir çevrimiçi kimliğin oluşturulmasını içermektedir (Stefanick, 2011: 172). Bir anlamda kullanıcılara, kişisel enformasyon profilleri yaratarak, diğer kullanıcıları davet ederek ve birbirleriyle bağlanarak iletişim kurmalarına izin veren uygulamalardır. Oluşturulan bu kişisel profiller her türlü enformasyonu içermekte (Kaplan ve Haenlein, 2016: 362) ve sadece birey hakkındaki enformasyonu değil, aynı zamanda, bireyin vitrinini de yansıtmaktadır (Livingstone, 2008: 7). Bu noktada, sosyal ağlar bireylere, "kendileri ve diğerleri arasında ilişkisel bağları kodlama, haritalandırma ve görme" işlevi görmektedir (Marwick, 2005: 3).

Görüldüğü üzere günümüzde sosyal ağlar, kişisel bilgilerin paylaşıldığı, yeni ilişkilerin geliştirildiği ve gündelik yaşamın rutini haline gelen özel bir sanal toplumsal olarak görülmektedir (boyd ve Ellison, 2007: 210; Toprak vd., 2014: 26; Yüksel, Yüksel ve Zaim, 2013: 766). Bu noktada, sosyal ağların bir toplumsallık ya da topluluk duygusu yaratıp yaratmayacağı tartışması söz konusu olmaktadır.

Ferdinand Tönnies'in Gemeinschaft (topluluk) ve Gesellschaft (toplum) kavramları, söz konusu tartışmayı anlama çabasını yansıtmaktadır. Tönnies, samimi, mahrem, bireye ait olan ve birlikte ortaklaşa yaşamı *topluluk hayatı* olarak, *toplumu* ise dışarıda olan kamusal yaşam olarak nitelendirmektedir (Kaplan, 1999: 40). Yörükan da (2012: 40-48) kamusal olarak nitelendirilen toplumların, grup içi ilişkilerin gücünü ve mahremiyeti azalttığını hatta yok ettiğini düşünmektedir. Bu durumu toplumsal değişimlerle açıklayan Tönnies'in deyimiyle ülkeler şehirleştikçe birbirini tanıyan topluluklar bundan zarar görmekte, ikinci dereceden gayrişahsi ilişkilere sahip toplum esasına dayanan bir şehir ortaya çıkmaktadır. Toplum esasına dayanan şehirlerde yaşayan bireyler ise, aynileşme yokluğu yüzünden blasé[22] bir tavır içine girmektedir. Bunun en çarpıcı örneklerinden birini, şehirde yaşayan 28 yaşında bir kadının, işyerinden evine dönerken, arabasını park etmesinin ardından bir adamın saldırısına uğrayıp yüzükoyun yere yatırılması olayı oluşturmaktadır. Kadın "beni bıçaklıyorlar, yardım edin" diye çığlıklar atmasına rağmen vatandaşlar sadece pencerelerinden dışarı bakmış ve olayı seyretmişlerdir. Kadının üç kere bıçaklanması gören ve hiçbir eylemde bulunmayan vatandaşlar olay sonrasında ya "olaya karışmak istemediklerini" ya da "olayı görmediklerini" söylemişlerdir. Bunun gibi bu tavrı yansıtan olayları pek çok örnekle çoğaltmak mümkündür. Bu örneklerden anlaşılması gereken, insan sayısı arttıkça, kişiliğe şekil veren sosyal ilişkilerin sayısının da arttığıdır. Bu ilişkiler belirli bir seviyenin üzerine çıktığında ise, insanların birbirine olan ilgisi sadece şekli bir hal almaktadır.

Bu tarz örnekler çerçevesinde, topluluk-çöküş teorisyenlerinin ileri sürdüğü gibi "şehir, tecrid edilmiş birtakım bireyler mi yaratmaktadır?" (Yörükan, 2012: 61) sorusu akla gelmektedir. Bu yönde Gasset (1995) toplumun ve topluluğun koskoca bir ruhsuzluk olduğunu düşünmektedir. Ancak bu yönde kaygılar taşıyan Fischer şehir hayatına yönelik çalışmalar yapmış ve çalışma sonucunda şehir hayatının üç klasik bozucu unsurlarından –psikolojik stress, mahremiyet, geleneksel değerlerin yok olması- sadece sonuncusunun geçerli olduğu görülmüştür (Yörükan, 2012: 62).

[22] Hiçbir şeyi umursamayan bir davranış tarzı (Yörükan, 2012: 53), şeyler arasındaki farklara karşı duyarsızlıktır (Simmel, 2005).

Yani yapılan çalışmada şehirde yaşamanın sadece geleneksel değerleri yok ettiği bulguları elde edilmiştir.

Bu kaygılar doğrultusunda internetin yaygınlık kazanmasıyla birlikte ortaya çıkan tartışmalardan biri de, teknolojinin yitirilen topluluk bağlarını yeni bir tarzda onarmaya yönelik potansiyelinin olup olmadığıdır. Bunun sebebi, sanal mekânların tanımlayıcı karakteristiğinin, kullanıcı ve bilgisayar değil, kullanıcı ve varsayılan bir "topluluk" arasındaki ilişkide yatmasından kaynaklanmaktadır (Timisi, 2003: 156-158). Geleneksel olarak, bir topluluk kurmak, canlı bir etkileşimi ve yüz yüze görüşme yapan kişileri gerektirmektedir. Benzer şekilde çevrimiçi topluluklar da ortak ilgi alanlarını paylaşan ve birbirleriyle etkileşime giren gruplardır. Çevrimiçi topluluklar, toplumsal etkileşime ve çevrimiçi üyeler arasındaki değişime bağlı olduğundan, topluluk üyeleri arasındaki yazılı olmayan sosyal sözleşme ve her bir topluluğu karakterize eden belirli kültür, kullanıcılar arasındaki kabul edilen davranış ve şekil, ilişkilerini belirlemektedir. Görüldüğü üzere çevrimiçi ilişkiler, yüz yüze etkileşimden farklı bir biçimde gelişmektedir: Fiziksel bir eş birlik olmaması, bireylerin kimliğini değiştirmesine ve normların genelde sosyal ilişkileri belirleyen bireysel davranış üzerindeki etkilerini azaltmasına olanak tanımaktadır (Karyda ve Kokolakis, 2008: 254). Bir anlamda çevrimiçi ilişkilerde hayali bir mekân ve anlatı bulunmaktadır (Timisi, 2003: 160). Bu sebeple üyelerin fiziki olarak bir arada bulunmamalarından ötürü genellikle gerçek değil, hayal gibi nitelendirilmektedir. "Hayal edilen topluluk (cemaat)" terimi bu yüzden kullanılmaktadır (Karyda ve Kokolakis, 2008: 255).

Bu tartışmalar çerçevesinde sorulması gereken soru şudur; peki çevrimiçi topluluklar gerçek topluluklar mıdır? Bu soruya Castells'in (2008: 479-480) ifadesiyle hem evet hem hayır olarak yanıt vermek mümkündür. Toplulukturlar ama fiziksel değildirler; fiziksel toplulukların izlediği etkileşim ve iletişim kalıplarını izlemezler. Ancak "gerçekdışı" değillerdir, farklı bir gerçeklik düzleminde işlerler. Çoğu, zayıf bağlara dayanan, son derece çeşitlenmiş ve uzmanlaşmış, sağlam bir etkileşimin dinamikleriyle karşılıklılık ve destek üretebilen kişisel sosyal ağlardır.

Yukarıdaki bilgilerden de anlaşılacağı üzere, topluluk ve toplum ayrımını belki aynı şekilde değil, fakat farklı şekillerde çevrimiçi ortamda da görmek mümkündür. Çevrimiçi ortamda topluluk kavramını, tanıdığı, en azından bilinirliği olduğu; toplum kavramını ise tanımadığı, bilinirliği olmadığı insanlarla iletişim kurmak olarak nitelendirmek mümkündür. Kişisel ve yakın ilişkileri ifade eden topluluk kavramı daha samimi ve sürekli ilişkileri yansıtırken, kişisellikten uzak toplum kavramı ise daha uzak ve süreksiz ilişkileri yansıtmaktadır. Bu sebeple bireyler, çevrimiçi ortamda mahremiyet yönelimlerini bu sınırlar etrafında şekillendirmektedir.

Sosyal ağların bir topluluk olup olmadığı tartışmasının ardından sosyal ağların mahremiyetle ilişkisine bakıldığında özellikle kullanılan aracın tehlikesine yönelik farkındalık ön plana çıkmaktadır. Postman'ın (1994: 174) deyimiyle aracı kullanan bireyler tarafından aracın yol açtığı tehlikeler bilinmiyor ya da anlaşılmıyorsa o araç bireye göre tehlikeli görünmemektedir. Ancak Bauman'ın da (2001: 12) söylediği üzere kullanımın olduğu yerde çoğunlukla bir kötüye kullanım ya da suiistimal etme ihtimali de bulunmaktadır. Bu doğrultuda, sosyal ağlar, kullanıcıları sürekli kişisel bilgi ve görsellerini paylaşmaya yönlendirmeleri ve mesajlarla uyarmaları, teşhir, gözetim ve röntgenciliğe katılım çağrısı niteliğindedir. Bireyler profile resim koyma, çektiği fotoğrafları sürekli paylaşma, anlık yerini bildirme gibi kullanımlarla sosyal ağlarda aktifliklerini gösteri, teşhir, gözetim ve röntgencilik üzerine kurmaktadır. Sosyal ağlarda takipçinin (gözetimin) çokluğu olumlu bir algı yaratırken, azlığı ise kayda değer bulunmamayla eşdeğer tutulmaktadır. Dolayısıyla kullanıcılar takip edilmeyi kendileri tercih eder hale gelmektedir. Kullanıcılar gönüllü olarak izlenmeyi istediğinden bu süreç kullanıcılara gözetlenmek gibi gelmemektedir. Öyle ki, sosyal ağ kullanıcıları bakışın nesnesi olmayı kabul etmekte, ifşa, teşhir ve itirafın yaygınlaşmasına sebebiyet vermektedirler (Çakır, 2015: 374-375). Birey, sosyal ağlarda, görmeyi ve görülmeyi arzu etmekte yani bir anlamda var olmaya çalışmaktadır (Toprak vd., 2014: 14). Dolayısıyla bireylerin görünme ve arzulanma arzusu, bir isteği ya da arzuyu görünür kılmanın çok ötesine geçmektedir (Köse, 2011: 11). Bu yüzden, sosyal ağlarda mahremiyetin sınırlı sürekli değişmektedir. Bu değişimi Şener (2013: 403) şu şekilde açıklamaktadır, "Sosyal ağlarda romantik ilişkiler kamusallaşıyor, sosyal medya aşkın alternatif mekanına, kimi zaman da

tamamlayıcısına dönüşüyor; kullanıcılar yeni bağlanma ya da kaçış stratejileri geliştiriyorlar; sosyal ağlarda bedenin sınırlarına takılmadan duygu ve düşüncelerini dile getirebiliyorlar; aşkları ve ilişkileri sosyal ağlarda daha hızlı tüketebiliyorlar; sosyal ağlar kadın ve erkekleri yeni sosyal çevrelere açtıkça ilişki seçeneklerini de artırıyor; yeraltı ilişkilerine yol açıyor; diğer yandan çiftler ortak hesaplar açarak, birlikte profil fotoğrafı çektirerek, ilişki durumlarını belirterek diğerlerinin önünde bir aşk performansı sergiliyorlar; ama en çok da sosyal ağları ilişkilerinde birbirlerini gözetlemek ve denetlemek için kullanıyorlar; birbirileriyle sosyal ağ şifrelerini paylaşırken çoğu zaman dijital şiddet uyguladıklarının ya da buna maruz kaldıklarının farkında olmuyorlar. Elektronik sosyal ağların farklı kullanımları mahremiyet, aşk, romantik ilişkiler, cinsellik gibi modern toplumlarda özel alanın sınırları içerisinde ele alınan kavramların dönüşümüne ve yeniden tanımlanmasına ihtiyaç duyuyor".

Açıktır ki, kamusal ve özel alan sınırlarını müphemleştiren sosyal ağlar bireylere yönelik bilgileri toplamakta ve bunu kullanmaktadır. En basit olarak kişiselleştirilmiş reklam tanıtımlarında bunu fark etmek zor değildir. Bu yönde Rivadulla (2016) "kişiselleştirme ve mahremiyet kaçınılmaz bir takas mı?" sorusunu sormakta, kişiselleştirme, gözetim ve insan hakları arasındaki çizgiyi aramaktadır. Ancak sonuç olarak görülmektedir ki, sürekli ve gönüllü bir biçimde teşhir ile özel alan ve kamusal alan daha fazla birbiriyle iç içe geçmektedir (Çakır, 2015: 28). Fakat üzerinde durulması gereken konu, bu durumun bir önlem almayı değil, aksine yoğun bir gösteri durumunu doğurmasıdır. Kullanıcılar, mahremiyetlerine dair endişe duyduklarını söylemekte ancak, tüketici kolaylığı ve diğer parasal avantajlar için kendi mahremiyetlerini isteyerek bırakmaktadır. Hatta bireyler paylaşımlarıyla kendi hayatının gösterisini kendi üretmekte, bu üretime neyi katıp katmayacağını kendi belirlemektedir. Özel paylaşımlar konusunda rahatsızlık duymama ise muhtemelen dışlanmamak yani kabul görmek için yapılmaktadır. Gözetime yönelik bu gönüllü boyun eğme, kişisel alanın dış güçler tarafından istila edilmesine neden olmaktadır (Çakır, 2015: 376-377; Woo, 2006: 955-956). Bireylerin sanal ortamda mahremiyetlerinden vazgeçmesi ise beraberinde gerçek yaşamlarında da mahremiyetlerini yitirmelerine neden olmaktadır (Çoban, 2014: 316).

Özetle sosyal ağlarda üç farklı mahremiyet sorunsalı olduğunu söylemek mümkündür. Bunlardan birincisi, bireylerin kendileri hakkında bilgilerini paylaşmaları, ikincisi, bireylerin kendi web sayfasında başkaları ile ilgili içeriği yayınlamalarıdır. Sosyal ağlar tarafından gündeme getirilen üçüncü mahremiyet konusu ise ilk ikisinden farklı bir konumdadır. Çünkü bu sorun daha çok izlenmek üzerine kuruludur. Bu sorunsal, bireylerin tüm bilgilerinin -geçmişe göz atma, web hareketleri gibi- veri tabanına kalıcı olarak kaydedilmesidir (Nissenbaum, 2009: 59-63). Bu tarz riskleri en aza indirgemek için çevirmiçi mahremiyet koruması ile kişisel kimlik yönetimi gibi yöntemler kullanılmaktadır (Wills ve Ashenden, 2015: 145). Bu kapsamda, çevrimiçi mahremiyet koruması konusunda çalışan Electronic Frontier Foundation (EFF) gibi çeşitli organizasyonlar bulunmaktadır (Karaaslan vd., 2014: 191). Ancak çevrimiçi ortamda mahremiyetin sınırlarını belirleme sorunu olduğundan bu yöntemlerin tamamen faydalı olduğunu söylemek pek mümkün görünmemektedir.

Görüldüğü üzere, sayısı her geçen gün artan birçok sosyal ağ bulunmaktadır. Ancak bunların çoğu zamana karşı dayanıksız kalmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada, zamana karşı dayanıksız olmanın aksine, her geçen gün daha fazla yaygınlaşıp popülerleşen Facebook ve Instagram ağları ön planda tutularak ele alınmaktadır. Bu ağların tercih edilmesinin nedeni sadece kullanıcı sayılarının fazlalığı, yaygınlığı ve uygulanma alanları değil, aynı zamanda, görselliği ve metinselliğiyle de diğer sosyal ağlara oranla daha fazla ön planda olmalarıdır. Bu sebeple çalışmanın temel sorunsalını oluşturan Facebook ve Instagram ağları diğer ağlara oranla daha detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

2.2.1. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook

En popüler sosyal ağ olan Facebook, 2004 yılında, o zamanlar Harvard öğrencisi olan Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz ve Chris Hughes tarafından kuruldu (Fuchs, 2014: 212). Kurulduğu ilk zamanlarda Harvard'a özgü bir sosyal ağ olarak başlayan (Cassidy, 2006) Facebook'a katılabilmek için bir harvard.edu e-posta adresi gerekiyordu. Ancak ilerleyen zamanlarda Facebook, politikasını değiştirerek bir üniversite e-posta adresinin olması karşılığında diğer

okullara da destek vermeye başladı. 2005 yılına gelindiğinde Facebook ağı, lise öğrencilerini, kurumsal ağlardaki profesyonelleri ve nihayetinde herkesi kapsayacak şekilde genişletildi (boyd ve Ellison, 2007: 218).

Günümüzde Facebook dünyada en çok tercih edilen sosyal ağdır[23]. Dünyanın pek çok yerinde olduğu gibi Türkiye'de de durum farklı değildir. Türkiye'de, "Google.com.tr", "Youtube.com", "Google.com" sitesinden sonra en fazla Facebook'a erişim yapılmaktadır[24]. Facebook, kullanıcı sayısının fazla olması, tüm dünyaya yayılması ve uygulama alanını sürekli genişletip geliştirmesi açısından diğer sosyal ağlara kıyasla daha fazla ilgi görmektedir (Toprak vd., 2014: 37-38).

Kullanıcılar, Facebook'a pek çok sebepten dolayı girmektedir. Bu sebepleri çoğunlukla gözetleme; fikir, fotoğraf, video, müzik paylaşımı; oyun oynama; alışveriş, etkinlik düzenleme (Toprak vd., 2014: 44), irtibata ve iletişime geçme vs. oluşturmaktadır (Van Dijk, 2016: 134). Bu yönde, Facebook gibi siteleri farklı kılan şey; web sayfası ve postası, dijital görüntü ve video, tartışma grupları, bağlantı listeleri ya da arama motorları gibi pek çok medya, enformasyon ve iletişim teknolojilerini birleştiren bütünleşik platformlar olmalarıdır (Fuchs, 2014: 15).

Facebook kullanıcıya bireysel profili doğrultusunda kendini takdim etme olanağı sağlamaktadır. Profilde yer alan kişisel bilgiler, benlik paketlemesini yansıtmaktadır (Gardner ve Davis, 2013: 81-82). Bir anlamda kullanıcılar, Facebook'ta kendilerine çeşitli yelpazelerde kimlikler inşa etmektedir. Profil fotoğraflarından paylaşılan fotoğraflarına, kişisel bilgilerine, paylaşımlarına değin aktiviteleriyle kimliklerini yansıtmakta ya da oluşturmaktadır (Toprak vd., 2014: 109). Aynı zamanda, Facebook'ta kullanıcıların, bilgilerinin başkaları tarafından hangi düzeyde görülebileceğine yani kimliklerini ne derece yansıtacaklarına dair karar verme hakkı bulunmaktadır. Ancak bu karar vermek hakkı her durumda geçerli olmamaktadır. Örneğin Facebook, profil fotoğrafını herkese görünür kıldığı için kimi bireyler profil fotoğraflarında grup fotoğrafı ya da soyut resim kullanmaktadır (Kabir, 2014: 294). Bu noktada, profil fotoğrafı kullanmamak ya da kendi fotoğrafı

[23] https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview
[24] https://www.alexa.com/topsites/countries%3B0/TR

yerine başka bir fotoğraf ya da resim kullanmak, mahremiyeti koruma çabası olarak değerlendirilmektedir (Toprak vd., 2014: 133). Bireyler mahremiyetlerini korumak amacıyla her ne kadar kendi fotoğrafı yerine başka bir fotoğraf ya da resim kullansalar da unutulmamalıdır ki, kullanılan diğer şeyler de bireyin kimliğine yönelik izler taşımaktadır. Bu yüzden Stefanick (2011: 184), Facebook'un çevrimiçi iletişimin yalnızca biçimini değil, aynı zamanda, kişisel kimliğin değerini de farklı bir biçimde değiştirdiğini söylemektedir.

Şurası açıktır ki, birey, varoluşunu gerçekleştirebilmek için aynaya gereksinim duymaktadır. Bu noktada hem gören hem de görülen, bireyin temel belirleyeni konumundadır. Facebook'ta günümüzün aynalarından bir tanesi ve kendimizi göstermek istediğimiz alandır. Önemli olan görülen ya da gösterilenin gerçekliği değil, gösterilmesidir (Çoban, 2014: 303-304). Bu sebeple Facebook, sanal röntgenciliği artırmakta, toplumsal gözetim ve elektronik panoptikonun amaçlarına hizmet etmektedir (Kabir, 2014: 296). Facebook kapitalist bir şirket olduğundan amacı finansal çıkar elde etmektir. Bu sebeple milyonlarca kullanıcının kişisel bilgilerini depolamakta, karşılaştırmakta, değerlendirmekte ve satmaktadır (Fuchs, 2014: 226). Bu yüzden, gözetim değerinin artışı gibi konular, Facebook gibi şirketlere oldukça büyük karlar sağlamaktadır (Çakır, 2015: 36).

Facebook kullanıcılarının paylaştıkları ilk bilgileri "temel bilgiler" olarak tanımlanan cinsiyet, doğum günü, memleket, aile bireyleri ve ilişki durumu oluşturmaktadır (Toprak vd., 2014: 124). Bu temel bilgiler bireyi genel hatlarıyla tanımlamaya fazlasıyla yetmektedir. Özellikle ilişki durumu ve cinsiyet seçeneğini, özel alanın kamusal alana aktarımı noktasında önemli bir adım olarak görmek mümkündür. İlişki durumunda "ilişkisi yok, ilişkisi var, nişanlı, evli, medeni birlikteliği var, birlikte yaşadığı biri var, serbest bir ilişkisi var, karmaşık bir ilişkisi var, eşinden ayrı, boşanmış, dul" seçeneklerinin bulunması özel alanı teşhire teşvik etmektedir. Öte yandan cinsiyet tercihlerinin 2016 yılı itibariyle değiştirilmesi ve kadın ile erkek seçeneğine diğer/nötr seçeneğinin eklenmesi, bu kimlikleri kamusal alana taşınmaktadır. Bunların da ötesinde, dijital storytelling yani dijital hikâye anlatımı özelliğinin eklenmesiyle birlikte bireyler Facebook'a neredeyse her anlarını

an be an paylaşmaya başlamışlardır. Bu hikâyeler 24 saat sonunda silinmektedir. Bu yüzden bireyler, hikâyenin sonlanmaması için sürekli güncellemeye ihtiyaç duymaktadır. Hikâyesini sonlanmasını istemeyen bireylerin neredeyse tüm yaşamlarını Facebook üzerinden sürekli güncellemeleri, özel yaşamın/mahremiyetin sınırlarını yeniden şekillendirmektedir.

Görüldüğü üzere, Facebook gibi sosyal ağlarla birlikte sosyal etkileşim herkese açık kamusal bir alana taşınmıştır. Bire bir iletişim ve telefonla görüşmeye ek olarak, Facebook herkese açık sosyal olayları planlama, kaydetme ve deneyim paylaşma aracı haline gelmiştir (Gardner ve Davis, 2013: 106). Ayrıca Facebook gibi sosyal ağlar sadece sosyal ilişkileri değil, aynı zamanda, bireyler arasındaki ilişkileri de dönüşüme uğratmış ve halen uğratmaktadır. Örneğin pek çok evli birey, bu ağlar aracılığıyla ikincil ilişkiler kurarak geleneksel aldatmaların biçim değiştirmesine yol açmıştır. Bir nevi Facebook boşanma, evlenme, intihar, cinayet, (Çoban, 2014: 315-316) işe alınıp alınmama ya da dolandırmaya neden olabilecek kadar belirleyici bir gücü elinde bulundurmaktadır. Mahremiyet, özel hayatın ve gizliliğin diğer yüzü (Giddens, 2014: 126) olmasına rağmen, Toprak ve arkadaşları da (2014: 162-163) yaptıkları çalışmada, Facebook kullanıcılarına mahrem alanı sormuş ve karşılığında Facebook'ta mahrem alan olmadığı yanıtını almışlardır. Bu bağlamda kullanıcıların, Facebook kullanmalarıyla birlikte mahrem alanlarının ortadan kalktığının bilincinde olduklarını söylemek mümkündür.

Facebook hem bilgi edinme hem de kişisel özerkliğin korunması üzerinde büyük etkiye sahip olduğundan (Stefanick, 2011: 159), ağın mahremiyet politikası pek çok açıdan mahremiyetin sınırlarını belirlemektedir. Bu yüzden mahremiyet politikasını incelemek zorunlu görünmekte ve büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda Facebook, veri ilkesinde hangi tür bilgileri topladığını, bu bilgileri nasıl kullandığını ve nasıl paylaştığını şu şekilde açıklamaktadır[25]:

Ne tür bilgiler topluyoruz bölümünde, "yaptığınız şeyler ve verdiğiniz bilgiler", "başkalarının yaptığı şeyler ve verdiği bilgiler", "ağlarınız ve

[25] https://tr-tr.facebook.com/privacy/explanation

bağlantılarınız", "ödemelerle ilgili bilgiler", "cihaz bilgisi, "hizmetlerimizi kullanan internet siteleri ve uygulamalardan bilgiler", "üçüncü şahıs ortaklardan bilgiler" ve "Facebook şirketleri" bulunmaktadır.

Bu bilgileri nasıl kullanırız bölümünde, "hizmet sağlamak, iyileştirmek ve geliştirmek", "sizinle iletişime geçmek", "reklam ve hizmetler sunmak ve ölçmek", "emniyeti ve güvenliği desteklemek" gibi açıklamalar bulunmaktadır.

Bu bilgiler nasıl paylaşılır bölümünde, ilk olarak "hizmetlerimizde paylaşım" ilkesi çerçevesinde, "paylaşımda bulunduğunuz ve iletişim kurduğunuz kişiler", "başkalarının paylaştığı sizinle ilgili içerikleri görecek kişiler", "hizmetlerimiz dahilindeki ya da hizmetlerimizi kullanan uygulamalar, internet siteleri ve üçüncü şahıs entegrasyonları", "Facebook şirketleri içinde paylaşım" ve "yeni sahip" yer almaktadır. İkinci olarak "üçüncü şahıs ortaklar ve müşterilerle paylaşım" ilkesi çerçevesinde, "reklam, ölçüm ve analiz hizmetleri (yalnızca kimliği belli etmeyen bilgiler)", "satıcılar, hizmet sağlayıcılar ve diğer ortaklar" şeklinde paylaşım yapılan yerler bulunmaktadır. Bu bilgiler arasında dikkat çeken, Facebook şirketlerinin hangi şirketleri bünyesinde barındırdığı kısımdır. Çünkü Facebook tüm bilgileri, grup şirketleri arasında paylaşmaktadır. Bu grup şirketleri ise, "Facebook Payments Inc.", "Atlas", "Instagram LLC", "Onavo", "Moves", "Oculus", "WhatsApp Inc.", "Masquerade", ve "CrowdTangle" şirketleridir.

Facebook'un veri ilkelerinden anlaşılacağı gibi, toplanan veriler sadece yapılan paylaşımları değil, aynı zamanda, görüntülenen içerikleri de kapsamaktadır. Erişim sağlanan cihazın temel bilgileri dışında, cihazın konumu ya da cep telefonu numarası gibi pek çok detay bilgiye de ulaşılmaktadır. Kişisel bilgiler izin alınmaksızın üçüncü kişilerle paylaşılmaktadır. Şurası açıktır ki, toplanan verilerin çoğu reklam amaçlı kullanılması adına reklamverenler ve hizmetlerini kullanan uygulamalarla paylaşılmaktadır. Ayrıca toplanan, işlenen ve değerlendirilen verilerin tamamı, kendi bünyesindeki tüm şirketlerle paylaşılmakta ve birbiriyle bağlantılandırılmaktadır. Toplanan bu bilgiler yalnızca paylaşılan ve bağlantılandırılan bilgileri kapsamamakta, aynı zamanda, Facebook hizmetlerinin kullanımıyla birlikte çerezleri de kapsamaktadır. Kısaca internet tarayıcılarında bulunan tüm metin parçacıkları

Facebook aracılığıyla herhangi bir mahremiyet sınırlandırması yapılmadan kaydedilmekte ve kullanılmaktadır.

Konunun ciddiyetini ortaya koyan ShareLab projesi bu durumun daha net görülmesi için bir akış şeması oluşturmuştur. ShareLab projesi Facebook'un verilerini analiz ederek şirket içindeki sosyal yapıyı ve güç ilişkilerini ortaya koymaya çalışan bir projedir. Araştırmayı yapan Joler (2017), Facebook bir ülke olsaydı, Çin'den daha büyük olacağını söylemekte ve araştırma sonuçlarını şu şekilde ifade etmektedir; "İnsanı hipnotize eden akış şemalarını tam anlamıyla kavramak saatler sürüyor, ancak bu şema Facebook'a sağladığımız verilerin nasıl etnik kökenimizi, cinsiyetimizi, politik eğilimlerimizi, sosyal sınıfımızı, seyahat programımızı ortaya koymak için kullanıldığını gösteriyor. Başka bir tabloda Facebook'da paylaştığımız linkler ve şirketin Instagram, WhatsApp ya da Facebook log-in ekranı ile girdiğimiz diğer platformlardan edinilen verilerin nasıl bu dev algoritmaya dâhil edildiği gösteriliyor. Bu süreçler Facebook'un kullanıcı kitlelerini çok etkili bir şekilde hedef almasına yardımcı oluyor. Veri analizi sonucunda bir kullanıcının Kore mutfağını sevip sevmediğinden, evden işe varış süresinin ne olduğundan, çocuklarının kaç yaşına olduğuna kadar birçok şeyi tahmin edebilmesine yardımcı oluyor. Başka bir şemada ise, Facebook'un telefon uygulaması üstünden nasıl kullancılardan izin alarak sms okuyabildiği, cihazlardan izin istemeden veri indirebildiği ve kullanıcıların konumuna erişme izni verdiğimizi gösteriyor."

Özetle Assange ve arkadaşlarının (2013: 52-95) söylediği gibi verilerin üçüncü sahışlarca nasıl kullanıldığı ve verilerle ne yapıldığına dair ciddi bir mahremiyet sorunu bulunmaktadır. Verilerin kimler tarafından görüleceğine dair ayarlar nasıl yapılırsa yapılsın, "yayımla" tuşuna basıldığı anda bilgiler ilk önce Facebook'a, ardından kişinin seçtiği kullanıcılara açılmaktadır. Bunun da ötesinde, mahşerin dört atlısı olarak nitelendirilen para aklama, uyuşturucu, terör ve çocuk pornosu sürekli mahremiyeti koruyan teknolojilerin mahkûm edilmesi için gündeme getirilmekte ve tüm bilgiler kontrol alınmaktadır. Bunun nedeni gözetleme arttıkça kontrole sahip olmanın da o derece artmasından kaynaklanmaktadır.

2.2.2. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak Instagram

Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında piyasaya sürülen Instagram[26], 2012 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır. İlk yıllarda sadece IOS üzerinden, 2012 yılı itibariyle de Android işletim sistemine sahip akıllı telefonlar üzerinden kullanılmaya başlanmıştır (Cılızoğlu ve Çetinkaya, 2016: 169). En popüler fotoğraf yakalama ve paylaşım uygulaması olan Instagram (Hu, Manikonda veKambhampati, 2014: 595), akıllı telefonlardan erişim özelliği (Towner ve Munoz, 2017: 4) ve Facebook tarafından satın alınmasıyla değerini 35 kat arttırmıştır (Tutgun, 2015: 55). Instagram yılda 100 milyondan fazla bir büyüme ile 600 milyondan fazla kullanıcıya sahiptir (Statista, 2017). Türkiye'de de Instagram en çok erişim yapılan sosyal ağlar arasında yer almaktadır. Türkiye'de "Google.com.tr", "Youtube.com", "Google.com", "Facebook.com", "Sabah.com.tr", "Haber7.com", "Onedio.com", "Sahibinden.com", "Ensonhaber.com" ve "Hurriyet.com.tr" sitesinden sonra en fazla Instagram'a erişim yapılmaktadır[27].

Instagram, kullanıcıların fotoğraf ve videolar çekmesine, filtreler kullanarak bunları kolayca paylaşmasına olanak tanıyan mobil konum tabanlı bir sosyal ağ hizmetidir (Cılızoğlu ve Çetinkaya, 2016: 169; Hochman ve Schwartz, 2012: 6; Salomon, 2013: 408; Hu vd, 2014: 595; Lee vd, 2015: 552; Schwartz ve Halegoua, 2015: 1650; Tiggemann ve Zaccardo, 2016: 2; ; Towner ve Munoz, 2017: 4; Yi-Frazier, 2015: 1373). Bu kapsamda Instagram, kullanıcılara, bir dizi (filtreyle yönlendirilen) fotoğraf ve video aracılığıyla hayat anlarını yakalama ve arkadaşlarıyla paylaşma için anlık bir olanak sağlamaktadır (Hu vd, 2014: 595; Zappavigna, 2016: 271). Diğer sosyal ağlardan daha genç ve daha çeşitli kitlelere ulaşan (Salomon, 2013: 408) Instagram'a yönelik mevcut bulgular, kullanıcıların bu platformu gerçek hayatlarından kurtulmak için kullandıklarını, daha önce hiç karşılaşmadıkları arkadaşlar, aileler ve diğer insanlarla etkileşimde bulunduklarını göstermektedir (Lee vd, 2015: 555).

[26] https://www.instagram.com/about/us/
[27] https://www.alexa.com/topsites/countries%3B0/TR

Instagram, kullanıcıların profil ya da hesap oluşturduktan sonra fotoğraf ve video göndermelerine (Enguix ve Gomez-Narvaez, 2017: 4) ek olarak, bu paylaşımlarına metin ve konum ekleyebilmelerine de izin vermektedir. Diğer yandan kullanıcının "arkadaşlar" olarak adlandırdığı diğer kullanıcıları takip etmesine olanak tanımaktadır. Bir Instagram kullanıcısını takip eden diğer kullanıcılar "takipçiler" olarak adlandırılmaktadır. Ancak takip etmek takip edilmeyi, takip edilmekte takip etmeyi gerektirmemektedir. Ayrıca kullanıcılar, gizlilik tercihlerini dışa dönük ya da içe dönük olarak istedikleri gibi ayarlayabilmektedir. Sürekli güncellenen bir sayfa akışına sahip olan Instagram'da kullanıcılar, fotoğrafları ve videoları beğenebilir, favorilerine ekleyebilir yorumlayabilir ya da paylaşabilirler. Öte yandan Instagram'da çekilen fotoğrafların ve videoların Facebook, Tumblr, Flickr gibi diğer sosyal ağlar üzerinden de paylaşılması mümkündür.

Bununla birlikte Instagram, çevrimiçi kimliğin oluşumunda ve belgelenmesinde anahtar konumdadır (Kavakci ve Kraeplin, 2017: 855). Çünkü Instagram, kullanıcısına görsel ve metinsel anlamlar üretebileceği bir platform vaat etmektedir (Chesher, 2012: 98). Bu noktada bir kullanıcının görüntü akışını, fotoğraflanan ve videolanan belirli fenomenlerin kişisel stil sunumu olduğu, bir kimliğin açılımı olarak görmek mümkündür (Zappavigna, 2016: 273). Özellikle son dönemlerde oldukça yaygın bir şekilde çekilen ve paylaşılan selfie yani özçekimleri bu konunun dışında bırakmak resmi bir bütün olarak görmeye engel olacaktır. Özçekim, sosyal ağlar üzerinden kendini ifade etme noktasında merkezi bir konuma sahiptir. Bu doğrultuda, bir resim bin kelimeye bedel olduğundan (Hu vd, 2014: 595) Instagramı, kişisel ve sosyal dünyaların bir parçası ya da yansıması olarak konumlandırmak yanlış olmayacaktır.

Bu noktada Beta (2014: 385) çalışmasında, Endonezya'da kentte yaşayan genç müslüman kadınların Instagram'da kendilerini nasıl yeniden tanımladıklarını saptamaya çalışmıştır. Çalışma, Instagram gibi ağların özellikle orta sınıf yaşam tarzlarını nasıl depo alanına dönüştüğünü göstermesi açısından önemlidir. Çalışma sonucunda, yaşam tarzlarını yansıtan mekânlar, restoranlar ve alışveriş merkezleri kadınların kendilerini yeniden tanımladıkları alanlar olarak konumlandırılmaktadır.

Bu bağlamda mekânsal kimlik, kişisel ve kolektif anılara erişmenin ve bu anıları başkalarıyla bağ kurmak için paylaşmanın ve göstermenin bir yolu olarak nitelendirilmektedir (Schwartz ve Halegoua, 2015: 1654).

Kamusal ve mahrem alan sınırlarının müphemliği tartışmasını Instagram'da pek çok farklı şekillerde görmek mümkündür. Bunun en bariz örneklerinden birini, emzirme görüntüleri üzerine yaşanan tartışmalar ve gelişmeler oluşturmaktadır. Locatelli'nin (2017: 3) aktardığına göre Instagram, doğum fotoğrafçısı olan Heather Bays'i de içine alan bir sansür uygulamıştır. Bays'in profili, kızının emzirdiği bir fotoğraf hakkında olumsuz bir yorum yapıldıktan sonra Instagram tarafından kapatılmış ancak Bays'in protestolarından sonra geri yüklenmiştir. Bu aşamada, Instagram tekrar diğerlerine karşı saygılı olmayı önermiş, emzirme görüntülerinin kaldırmıştır. Bu ikinci girişimin ardından kullanıcıların protestolarına maruz kalan Instagram, 2015 yılında politikasını değiştirerek, -çıplak resimler dışında- mastektomi izlerinin yanı sıra, emziren resimlere de izin verme kararı aldı. Bu kapsamda, emzirme görüntüleri, kadın bedeniyle ilgili kültürel ve estetik sözleşmelere ve sosyal medyada neyin paylaşılıp paylaşılmaması gerektiği konusuna meydan okumaktadır. Bu tür görüntüler, özel/mahrem alan ile sosyal medya tarafından yaratılan kamusal alan arasında uyum sağladıkları için "kamu-özel bölünmenin hatlarını" yeniden şekillendirmektedir. Locatelli'nin araştırması, kullanıcıların bir dizi faktöre tepki olarak yürürlüğe koyduğu bazı konuların mahremiyet ve kamusallık arasındaki ilişkiyi değiştirebileceğine yöneliktir. Instagram aracılığıyla emziren kadınların fotoğraflarının paylaşılması ya da emzirme döneminde halka açık anların gösterilmesi, bu uygulamayı normalleştirmiş ve emzirmenin bilinirliğini artırmıştır. Bu yüzden, sürekli sınırları değişen mahrem ve kamusal alanı salt bir şekilde açıklamak ve sınırlandırmak mümkün görünmemektedir.

Instagram'ın gizlilik ilkesi, ağa dair oluşturduğu mahremiyetin sınırları hakkında ipuçları vermektedir. Bu doğrultuda, Instagram'ın "gizlilik ilkesi[28]"nde; "topladığımız bilgiler", "bilgilerinizi nasıl kullanıyoruz", "bilgilerinizin

[28] https://help.instagram.com/155833707900388

paylaşılması", "bilgilerinizi nasıl depoluyoruz", "bilgileriniz hakkındaki seçimleriniz", "çocukların gizliliği", "diğer internet siteleri ve hizmetler", "vefat eden bir kullanıcıyı bize nasıl bildirirsiniz", "bizimle iletişime geçme" ve "gizlilik ilkemizde değişiklikler" başlıkları yer almaktadır. Bu ilkeler arasından ilk beş ilke mahremiyetin korunması açısından merkezi konumdadır. Bu yüzden, bu ilkelerin içeriğine bakmak faydalı görünmektedir.

Topladığımız bilgiler başlığında; doğrudan verilen kullanıcı adı, şifre ve e-posta adresi gibi bilgiler, paylaşılan tüm içerikler, kişi listesi, cihaz bilgisi, ziyaret edilen internet sayfaları, yönlendirilen sayfalar, görüntülenen sayfalar, tıklanma sayıları, eklentiler, çerezler, piksel, web işaretçisi, yerel depolama ve paylaşımların temel bilgilerini içeren meta veriler bulunmaktadır.

Bilgilerinizi nasıl kullanıyoruz başlığında; giriş yaptıktan sonra bilgilerinize etkili bir şekilde erişmenize yardımcı olmak, Instagram Hizmetini ziyaretiniz sırasında veya bir sonraki ziyaretinizde bilgilerinizi yeniden girmenize gerek kalmaması için bilgilerinizi hatırlamak, size ve başkalarına çevrimiçi reklamlar veya diğer pazarlama biçimleri de dâhil kişiselleştirilmiş içerikler ve bilgiler sunmak, Instagram Hizmetimizin etkililiğini sağlamak, iyileştirmek, test etmek ve izlemek, yeni ürünler ve özellikler geliştirip test etmek, toplam ziyaretçi sayısı, trafik ve demografik eğilimler gibi ölçümleri izlemek, teknoloji sorunlarını teşhis etmek veya düzeltmek, cihazınızdaki Instagram uygulamasını otomatik olarak güncellemek, yarışmalar, özel teklifler veya başka etkinlikler ya da aktiviteler düzenlemek bilgileri yer almaktadır.

Bilgilerinizin paylaşılması başlığında; Instagram'ın bağlı olduğu şirketler grubu, hizmet sağlayıcılar, üçüncü taraf reklamveren ortaklar, yönetim değişimi durumunda halinde kullanıcıların tüm bilgileri, yasal talep durumunda kullanıcıların tüm bilgileri paylaşılmakta ve işlenmektedir.

Bilgilerinizi nasıl depoluyoruz başlığında; toplanan bilgileriniz, Amerika Birleşik Devletleri'nde veya Instagram'ın, İştiraklerinin veya Hizmet

Sağlayıcılarının tesislerinin bulunduğu başka bir ülkede depolanıp işlenebilir, bu bilgiler başka ülkelere aktarılabilir ve ifşa edilebilir bilgileri bulunmaktadır.

Bilgileriniz hakkındaki seçimleriniz başlığında; hesabınızın kapatılması veya dondurulmasından sonra, Instagram, İştirakleri veya Hizmet Sağlayıcıları profil bilgilerinizi de içeren bilgileri ve Kullanıcı İçeriklerini yedekleme, arşivleme ve/veya denetim amacıyla ticari açıdan makul bir süre boyunca saklamaya devam edebilir bilgileri yer almaktadır.

Instagram'ın gizlilik ilkelerinden anlaşılacağı gibi, bilginin anlık paylaşılıyor olması beraberinde bu paylaşımların ticari amaçlı üçüncü taraflarla paylaşılması durumunu getirmektedir. Instagram, 2012 yılında Facebook tarafından satın alındığı için gizlilik ilkelerinin de benzer şekilde olduğu görülmektedir. Bu sebeple önceki başlıktaki Facebook veri ilkelerine yönelik yapılan çıkarımlar Instagram için de geçerlidir. Buna karşın Instagram'da bilgilerinizi nasıl depoluyoruz başlığı altında yer alan açıklama dikkat çekmektedir. Facebook ilkelerinde yer almayan bu açıklamalar toplanan bilgilerin, Amerika Birleşik Devletleri'nde veya Instagram'ın, İştiraklerinin veya Hizmet Sağlayıcılarının tesislerinin bulunduğu başka bir ülkede depolanıp işlenebileceğini, bu bilgilerin başka ülkelere aktarılabileceğini ve ifşa edilebileceğini açık bir şekilde belirtmektedir. Ayrıca yine Facebook'ta yer almayan, hesabın kapatılması veya dondurulması durumunda, içeriklerin yedekleme, arşivleme ve/veya denetim amacıyla ticari açıdan makul bir süre boyunca saklanmaya devam edebileceği bilgileri de yer almaktadır. Bu ilkeler, aslında paylaşılan hiçbir bilginin yok olmayacağını, her zaman bir yerlerde bulunacağını net bir şekilde göstermektedir. Bu sebeple unutulma hakkının söz konusu bile olamayacağı bu yapı içerisinde, mahremiyetten tam anlamıyla bahsetmek mümkün görünmemektedir.

2.2.3. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak Twitter

Twitter 2006 yılında Jack Dorsey ve ortaklarıyla San Francisco'da kurulan (Rogers, 2016: 9), en fazla 280 harflik bir söz edimi olanağı sağlayan, bu söz edimlerinin "tweet"olarak tanımlandığı bir yazılımdır (Bayraktutan vd., 2012: 15). Twitter'ın tarihsel kökleri Dorsey'nin kendi ifadesiyle "geniş bir yelpazeye yayılan

şikâyet medyasına, gönderi, kısa mesaj ve ayrıca yurttaşların yararlandıkları iletişim hizmetlerinin bir parçası olarak düşünülmesine" dayanmaktadır. Aslında bir anlamda, kamusal enformasyon uygulaması ve bağımsız bir platform olması amaçlanmıştır (Rogers, 2016: 10-11).

Günümüzde Twitter dünyada en çok tercih edilen sosyal ağlardan biridir[29]. Türkiye'de, en fazla erişim yapılan platformlar arasından Twitter 22. sırada yerini almaktadır[30]. Bu kapsamda hem tek yönlü hem de çift yönlü bağlantıları içeren Twitter; enformasyon kaynağı, haber, politika, iş dünyası, eğlence, boş zaman geçirmede bir tartışma ortamı ortamı olarak kullanılmakta ve kişilerarası iletişime olanak tanımaktadır (Weller vd., 2016: 33-34).

Twitter'da iletişimsel aktivitede iletişim katmanları üçe ayrılmaktadır. Bunlar; mikro, mezzo ve makro katmanlarıdır. Mikro (@replay) kişilerarası iletişimi kapsamakta ve kısa ömürlü olmaktadır. Mezo (takipçi ağları) kişisel kamuları kapsamakta, yavaş oluşmakta ve genellikle stabil kalmaktadır. Makro (#hastags) plansız kamuları kapsamakta, hızlı bir şekilde oluşmakta ve çözülmektedir. Bu katmanlaşma özellikle diğer bir sosyal ağ olan Facebook ile arasına net bir ayrım koymaktadır (Bruns ve Moe, 2016: 68-69). Bu katmanlaşma doğrultusunda, içeriğin dolaşımı ve yeniden dolaşımı, izleyici oluşumu noktasında farklılık yaratabilmektedir (Leavitt, 2016: 209). Bunun sebebi, belirli bir kullanıcıya yanıt vermek ya da hitap etmek için kullanılan @ sembolü ile anahtar sözcükle birlikte yazılarak hem belirli bir olaya yaygınlık kazandırmak hem de o olayla ilgili paylaşımlara ulaşmak amaçlı kullanılan # sembolü kullanımıdır. Bu şekilde, beklenen içerik dolaşımının yanı sıra, aynı zamanda, beklenmedik içeriğin yeniden dolaşımı da farklı biçimlerde gerçekleşebilmektedir. Ayrıca Wilken'in (2016: 226) de belirttiği gibi Twitter, coğrafya açısından da konumlandırıcı bir platformdur. Yer bildirimlerinin yapılması hem içerik dolaşımı hem de bulunulan yerin bilinirliği açısından oldukça önemli bir role sahiptir.

[29] https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview
[30] https://www.alexa.com/topsites/countries%3B0/TR

Twitter'in kullanım nedenleri pek çok farklı nedene dayanmaktadır. Bunları çoğunlukla (akt., Bayraktutan vd., 2012:16), sohbet ve diyalog özelliği, belirli kullanıcılarla dayanışma ve değişimi mümkün kılması, öz-ifade ve öz-iletişimi mümkün kılması, statü güncelleme ve kontrol etme, bilgi ve haber paylaşımı, pazarlama ve reklam oluşturmaktadır. Weller ve arkadaşlarına (2016: 34) göre ise Twitter'in kullanım nedenlerini sosyal yardım, enformasyon yayma ve arkadaşlarıyla bağlantı kurma oluşturmaktadır.

Mahremiyet özelinde bakıldığında, Twitter kullanıcılarının mahremiyet ve yakınlık algılarının yeniden yapılandırılmasını incelemek önemlidir (Weller vd., 2016: 35). Çünkü Schmidt (2016: 48, 55-56) Twitter gibi sosyal ağları "kişisel kamu" olarak tanımlamaktadır. Kişisel kamu, kamusal olanla kişisel olanın yöndeşimini işaret ettiğinden dolayımlanmış mahremiyet ve kamuluk anlayışını değişime uğratmaktadır. Kişinin tatil anıları, aile etkinlikleri ya da duygusal durumu gibi mahrem olarak değerlendirilebilecek bilgilerin paylaşılması "dijital teşhircilik" olarak nitelendirilmektedir. Bunun da ötesinde bu tarz paylaşımlar kişiselleştirilmiş haber akışının birer parçası haline dönüşmektedir.

Bununla birlikte, Facebook gibi popüler ağlar kullanıcılarına son derece ayrıntılı bir mahremiyet denetimi sağlarken Twitter mahremiyet denetimi açısından kullanıcılarına iki alternatif sunmaktadır. Ya kullanıcı herkese açık bir şekilde kamusal bir aktivite içindedir ya da belirli kullanıcılara erişim yetkisi tanıyan bir aktivite içindedir. Ayrıca Twitter'da mahremiyet konusu oldukça net ve güncel bir meseledir. Çünkü bu platformda yazılanların kısa ömürlü olması kullanıcıların kişisel ve hassas enformasyonlarını paylaşma ihtimalini artırmaktadır. Ancak Twitter'ın mahremiyet denetimindeki basitlik, kişisel tweetlerin retweetlenmesindeki kolaylık, platformun kamusal niteliği gibi konular bireyin herhangi bir mahremiyet beklentisinde olmasının gerekçesiz olduğu tartışmalarına da neden olmaktadır (Zimmer ve Proferes, 2016: 243-248).

Gizlilik politikasına bakıldığında, Twitter gizlilik politikasında bilgilerin nasıl ve ne zaman toplandığı, kullanıldığı ve paylaşıldığı şu şekilde açıklanmaktadır[31]:

Bilgi toplama ve kullanma başlığında; "Temel Hesap Bilgileri, İletişim Bilgileri, Ek Bilgi, Tweets, Takip, Listeler, Profil ve Diğer Herkese Açık Bilgiler, Doğrudan İletiler ve Herkese Açık Olmayan İletişimler, Konum Bilgisi, Bağlantılar, Çerezler, Hizmetlerimizi Kullanma, Web Verileri için Twitter, Reklamcılık, Üçüncü Taraflar ve Ortaklar, Cihazlarınızda Kişiselleştirme" bilgileri bulunmaktadır. Söz konusu bu bilgilerin toplandığı ve kullanıldığı bilgisi yer almaktadır. Bu durum "Twitter öncelikli olarak dünyayla bilgi paylaşmanıza yardımcı olmak için tasarlanmıştır. Bize Twitter yoluyla sağladığınız bilgilerin çoğu, herkesi bilgilendirmemizi istediğimiz bilgilerdir. Kısa bir biyografi, yeriniz, web siteniz, doğum tarihiniz veya resim gibi profil bilgilerini bize sağlayabilirsiniz." açıklamasında net bir şekilde görülmektedir. Bununla birlikte, Twitter'da bir hesap oluşturulmasa bile hizmetlerden herhangi biri görüntülendiğinde de bilgi toplandığı görülmektedir. Hizmetlerin kullanılması durumunda –hesap olsun ya da olmasın- günlük veriler, IP adresi, tarayıcı türü, işletim sistemi, yönlendiren web sayfası, ziyaret edilen sayfalar, konum, mobil operatör, cihaz bilgisi, arama terimleri ve çerez bilgilerinin toplanması, aktarılması, depolanması, ifşa edilmesi ve kullanılması için onay vermiş sayılmaktadır. Ayrıca hesap silinse dahi içerik üzerinde Twitter lisansının devam etmesi dikkat çeken başka bir detaydır.

2.2.4. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak YouTube

Misyonu, "herkese sesini duyurma ve dünyayı tanıma şansı verme" olan YouTube[32] Jawed Karim, Chad Hurley ve Steve Chen tarafından 2005 yılında kurulmuştur. Temelde kurulma amacı, televizyon kayıtlarının internet üzerinde daha kolay bir şekilde bulunmasına dayanmaktadır (Lister vd., 2009: 225). Bu bilgiden de anlaşılacağı gibi, ilk olarak "Your Digital Video Repository" (Dijital Video Deponuz) sloganıyla kurulan YouTube, popülerlik kazandıktan sonra "Broadcast Yourself"(Kendin[i] Yayınla) sloganını kullanmaya başlamıştır (Burgess ve Green,

[31] https://twitter.com/en/privacy
[32] https://www.youtube.com/intl/tr/yt/about/

2009: 4). Görüldüğü üzere ilk başta video depolama amaçlı tasarlanan YouTube'un, zaman içerisinde depolamanın yanı sıra, aynı zamanda, yayın yapma amaçlı kullanılmaya yönlendirildiği görülmektedir.

Günümüzde YouTube dünyada en çok tercih edilen sosyal ağlardan biridir[33]. Türkiye'de, en fazla erişim yapılan platformlar arasından YouTube 2. sırada yerini almaktadır[34]. YouTube, bireylerin sosyal ilişkilerini sürdürmek için videolarla çeşitli düzeylerde etkileşim yaşayabildiği, genel videolar paylaşılan bir web sitesidir (Lange, 2008: 361). Bunun yanı sıra kullanıcılarına "kanal sayfası" adında kişisel bir profil sayfası da sunmaktadır (boyd, 2006). Bu doğrultuda, YouTube'da bir birey bir kanal sayfası oluşturarak tek başına ya da bir grup arkadaşıyla birlikte belirli türde videolar oluşturup paylaşabilmektedir (Lange, 2008: 363; Halpern ve Gibbs, 2013: 1161; Strangelove, 2010: 19). Diğer bir ifadeyle YouTube'da kullanıcılar, çevrimiçi yorumlar ve puanlandırma sistemleri aracılığıyla içerik hakkındaki görüşlerini paylaşabilmekte, diğer kişilere e-posta ile link göndererek içeriği paylaşabilmektedir. Sosyal bir alan olma özelliğine sahip Youtube bu anlamda, kendini ifade etme, topluluk ve kamu itirafı alanlarından biri olarak görülmektedir (Strangelove, 2010: 4). Bu kapsamda YouTube sadece yüksek miktarda trafik barından bir web sitesi değil, aynı zamanda, bir yayın mecrası, medya arşivi ve sosyal ağdır (Burgess ve Green, 2009: 5).

Youtube, katılımcı bir kültüre ait bir site olup (Burgess ve Green, 2009: vii) dört temel özgürlük değerini[35] ön plana çıkarmaktadır. Bunlar; ifade özgürlüğü, bilgi edinme özgürlüğü, fırsat özgürlüğü ve aidiyet özgürlüğüdür. Bu yönde, bu ön plana çıkarılan değerlerin hangi şekillerde uygulandığını görmek için gizlilik politikasına bakmakta fayda vardır. YouTube, Google tarafından satın alındığı için Google'un gizlilik politikasıyla aynı şartları taşımaktadır. Gizlilik politikasında,[36] "topladığımız bilgiler, topladığımız bilgileri nasıl kullanırız?, şeffaflık ve seçim, paylaştığınız bilgiler, kişisel bilgilerinize erişme ve bunları güncelleme, paylaştığımız bilgiler,

[33] https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview
[34] https://www.alexa.com/topsites/countries%3B0/TR
[35] https://www.youtube.com/intl/tr/yt/about/
[36] https://www.google.com.tr/intl/tr/policies/privacy/

bilgi güvenliği, bu gizlilik politikası ne zaman geçerlidir, düzenleyici kurumların kurallarına uyum ve bu kurumlarla işbirliği, değişiklikler, ürüne özgü uygulamalar, gizlilik ve güvenlikle ilgili diğer faydalı malzemeler" başlıkları yer almaktadır. Diğer sosyal ağların gizlilik politikalarında olduğu gibi bu açıklamalarda da, cihaz bilgisinden, günlük bilgiere, konum bilgisinden çerezlere kadar bilgiler toplanmakta, depolanmakta, üçüncü kişilerle paylaşılmakta ve işlenmektedir. Bunun dışında politikalar ve güvenlik[37] bölümünde, "çıplaklık veya cinsel içerik, zararlı veya tehlikeli içerik, nefret söylemi barındıran içerik, şiddet barındıran veya görsel açıdan rahatsız edici içerik, taciz ve siber zorbalık, spam, yanıltıcı meta veriler ve dolandırıcılık, tehditler, gizlilik, kimliğe bürünme telif hakkı, çocukları tehlikeye atma" gibi konularda da açıklamalar bulunmakta ve hukuki yaptırım kurumlarıyla çalışıldığı ayrıca belirtilmektedir.

2.2.5. Sanal Bir Sosyal Ağ Olarak LinkedIn

LinkedIn iş dünyasında yer alan kullanıcılara hitap eden ve ticari odaklı iş kategorisinde yer alan bir platformdur. LinkedIn 2003 tarihinde resmi olarak başlamıştır. Merkezi Silikon Vadisi'nde olan LinkedIn'in, dünya genelinde ofisleri bulunmaktadır[38].

Günümüzde LınkedIn dünyada en çok tercih edilen sosyal ağlardan biridir[39]. Ancak Türkiye'de, en fazla erişim yapılan 50 platform arasında yer almamaktadır[40]. LınkedIn kullanımında, ana sayfasında da belirtildiği gibi[41] çevrimiçi profesyonel bir kimlik oluşturulduktan sonra iş ve okul arkadaşları ile bağlantıda kalınılabilmekte, pofesyonel fırsatlar, iş anlaşmaları ve yeni girişimler keşfedilebilmektedir. Bireyler eğitimlerini, iş deneyimlerini, bilgi ve becerilerini LinkedIn üzerinden paylaşabilmektedir. Bu özelliğiyle Linkedin bireylere geniş yelpazede iş çevresiyle temas olanağı sağlamaktadır (Uluç ve Yarcı, 2017: 90).

[37] https://www.youtube.com/intl/tr/yt/about/policies/#community-guidelines
[38] https://www.linkedin.com/company/linkedin
[39] https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview
[40] https://www.alexa.com/topsites/countries%3B0/TR
[41] https://www.linkedin.com/jobs/?trk=whatis_jobs

Bununla birlikte LinkedIn, ağdaki bir üyenin (çalışan, şirket vb.) doğrudan bağlantılarının dışında, ikinci ve üçüncü dereceden bağlı olduğu üyeleri bulup tavsiye edebilme özelliğine de sahiptir. Bu şekilde bulunan ikinci ve üçüncü derece bağlantılar, üyelerin ağ üzerindeki olası ama gerçekleşmemiş bağlantılarını temsil etmektedir. LinkedIn bu gerçekleşmemiş bağlantıları kullanıcılara önererek, ağlarını büyütmeleri konusunda yardımcı olmaktadır (akt., Kuduğ, 2011: 28; Olsen ve Guribye, 2009).

LınkedIn'in gizlilik politikasında[42]; "Topladığımız Bilgiler, Verilerinizi Nasıl Kullanıyoruz, Bilgileri Nasıl Paylaşıyoruz, Tercih ve Yükümlülükleriniz, Diğer Önemli Bilgiler" başlıkları bulunmaktadır. Toplanan bilgiler kısmında adres defteri ve takvimi dahil tüm profil bilgileri, verilen bilgiler ve paylaşımlar gibi kullanım bilgileri dışında çerez bilgileri, konum bilgisi gibi veriler yer almaktadır. Bu bilgiler SlideShare, Pulse ve LinkedIn hizmetleri ve üçüncü kişiler arasında paylaşılabilmektedir. Ayrıca bazı bilgilerin hesap kapattıktan sonra da saklanması dikkat çeken diğer bir noktadır.

2.3. Sosyal Ağ Kullanım Amaçları

"Bireyler sosyal ağları ne amaçla kullanır?" sorusuna yanıt aramadan önce "Bireyler medya ile ne yapar?" sorusuna yanıt aranması konunun daha iyi kavranmasına yardımcı olacaktır. Anaakım yaklaşım çerçevesinden bir adım uzaklaşarak, medyanın bireylere ne yaptığı sorusu yerine, bireylerin medya ile ne yaptığı sorusuna yanıt aranması, bireylerin aktif birer özneler olarak nitelendirilmesini beraberinde getirmiştir.

Medyanın bireylere ne yaptığından ziyade, bireylerin medya ile ne yaptığı sorusuna odaklanan "Kullanımlar ve Doyumlar" yaklaşımı doğrultusunda, bireyler, medyayı kendi amaçları için kullanan aktif karar vericiler olarak görülmektedir. Bir anlamda izleyici, medya kullanımında aktif, seçici ve motive olmuş olarak karakterize edilmektedir (Katz, 1959; Katz vd., 1973; Katz vd, 1974; Palmgreen vd, 1985; Papacharissi, 2008). Çünkü 1950'lerin sonundan itibaren izleyicilerin medya

[42] https://www.linkedin.com/legal/privacy-policy?trk=uno-reg-guest-home-privacy-policy

içeriklerini "seçici izleme" ile süzgeçten geçirdikleri yönünde güçlü delillere ulaşılmıştır (McQuail ve Windahl 1997: 153). Bu kapsamda izleyicileri, kendi ihtiyaç ve çıkarlarını belirleyebilen, bu ihtiyaçları gidermek için en uygun kaynakları ve mesajları seçebilen bilinçli bireyler olarak gören (Rubin, 2002: 528) bu yaklaşım, medyanın etkilerini açıklamak amacıyla izleyiciye yoğunlaşmakta ve izleyicilerin, karakteristiklerini, motivasyonlarını, seçiciliklerini ve onların ilgilerini anlamanın gereğini vurgulamaktadır (Rubin, 2002: 526). Kısaca bu yaklaşımla birlikte ilk defa, izleyicinin medyayı kendi çıkarları için kullandığı ve medyadan belirli bir doyum sağladığı fikri söz konusu olmuştur. Bu sebeple kullanımlar ve doyumlar kuramı Özer'in de (2017: 57) ifade ettiği gibi, iletişim araştırmaları tarihi ve medyayı anlama açısından oldukça önemli bir kuramdır.

Bununla birlikte, Jiménez ve arkadaşlarına (2012) göre, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı sosyal ağların geleneksel medya hizmetleri uygulamalarıyla nasıl yer değiştirdiğini açıklayacak uygun çerçeveyi de sunmaktadır. Ancak profil, arkadaşlar, yorumlar ve özel mesajların ötesinde, sosyal ağlar, özellikleri ve kullanıcı tabanı açısından büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Bazılarının fotoğraf paylaşımı ya da video paylaşımı, bazılarının ise yerleşik blog yazma ve anında mesajlaşma özellikleri bulunmaktadır (boyd ve Ellison, 2007: 214). Hatta bazı ağlar farklı kitlelere hitap ederken, bazıları ortak dil ya da paylaşılan ırksal, cinsel, dini veya uyruk temelli kimlikleri temel almaktadır. Bu durum, siteler, mobil bağlantı, blog oluşturma ve fotoğraf/video paylaşımı gibi yeni bilgi ve iletişim araçlarını ne ölçüde dâhil ettiklerine göre değişmektedir (boyd veEllison, 2007: 210).

Bireyler sosyal ağları çok farklı amaçlarla kullanabilmektedir. Bu amaçları McQuail ve arkadaşlarına (1972) göre eğlence, bireysel ilişkiler, kişisel kimlik ve gözetme; Papacharissi ve Rubin'e (2000) göre kişilerarası fayda, zaman geçirme, bilgi arama, uygunluk/elverişlilik ve eğlence; Parker ve Plank'a (2000) göre arkadaşlık, toplumsal etkileşim, gözetim/eğlence ve rahatlama/kaçış; Flanagin ve Metzger'e (2001) göre sosyal entegrasyon (diğer kişilerle iletişime girme, kendini yalnız hissetmeme), kişisel kimlik, eğlence (rahatlama, zorluklardan ve sıkıntılardan uzaklaşma, boş zaman değerlendirme) ve bilgi edinme; Balcı ve Ayhan'a (2007)

göre sosyal kaçış, bilgilenme, boş zamanları değerlendirme, ekonomik fayda, sosyal etkileşim, sohbet ve eğlence; Ray'e (2007) göre eğlence, gözetim, oyalanma ve sosyalleşme; Zhang ve Zhang'e (2013) göre gözetim, statü, görüş ve sosyal fayda; Quinn'e (2016: 81-82) göre etki, arkadaşlık, röntgencilik, bilgi paylaşımı, alışkanlık, eğlence, iletişim, mesleki kullanım, kaçış ve merak oluşturmaktadır.

Bireyler sosyal ağlardan çok farklı doyumlar elde edebilmektedir. Bu doyumları, Stafford ve arkadaşları (2004) üç farklı kategoriye ayırmıştır. Bunlar; medyanın taşıdığı içeriğe (içerik doyumu), medyayı kullanma tecrübesine (süreç doyumu) ve sosyal etkileşime dayanan (sosyal doyum) doyumlardır. Zhang ve Zhang (2013) ise bu doyumları katılım, özgürlük, doğallık, ustalık ve içsel keyif olarak ayırt etmektedir.

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde sosyal ağ kullanım amaçları farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bu amaçları pek çok değişken etkilemektedir. Ayrıca bu amaçlar kişiden kişiye, kültürden kültüre ya da dönemden döneme göre değişebilmektedir. Bu sebeple genel çerçeveyi kapsaması açısından; iletişim kurma ve devam ettirme, narsizim ve kişisel sunum, içerik oluşturma ve paylaşma, boş zaman geçirme ve eğlenme ile bilgi arama amaçları ele alınacaktır.

2.3.1. İletişim Kurma ve Devam Ettirme

Bireylerin sosyal ağ kullanma amaçlarından biri iletişim kurmak ve bu iletişimi devam ettirmektir.

Sosyal ağlarda iletişim kurmak ve devam ettirmek çoğunlukla, eski arkadaşlarını bulmak (Öztürk ve Akgün, 2012: 56; Joinson, 2008), eski arkadaşlar ile bağlantıda kalmak (Joinson, 2008; Lampe vd., 2008: 724;), yeni arkadaşlar edinmek (Raacke ve Raacke, 2008) ve varolan arkadaşlarla ilişkileri sürdürmek (Joinson, 2008) şeklinde yapılmaktadır. Ayrıca üyeler şehir, iş, okul ve bölge gibi belirleyici faktörlerle şekillenen sosyal ağlara üye olabilmekte, böylelikle aynı ağda bulunan bireylerle daha kolay bir biçimde iletişime geçebilmektedir (Göker vd., 2010: 189).

Bununla birlikte, Şener (2009: 38) özellikle Facebook gibi sosyal ağların eğlenceden çok, arkadaşlarla iletişim kurma amaçlı kullanıldığını söylemektedir. Bu yönde, en popüler sosyal ağ özelliğine sahip olan Facebook'un giriş sayfasında da "Facebook tanıdıklarınla iletişim kurmanı ve hayatında olup bitenleri paylaşmanı sağlar" sloganı ve birbiriyle iletişim kuran bireylerin resmedilmesi bu görüşü doğrular niteliktedir.

Bireylerin birbiriyle iletişim kurmalarını ve sosyalleşmelerini daha kolay bir hale getiren sosyal ağlar sürekli bir etkileşime imkân tanımaktadır. Bu etkileşim çok çeşitli şekillerde olabilmektedir. Bireyler sadece tanıdıklarıyla değil, aynı zamanda yüzyüze tanımadıkları kişilerle de etkileşim sağlayıp iletişim kurabilmektedir. Bu ağlarda eski arkadaşlarla iletişimi sürdürmenin yanı sıra yeni arkadaşlar da edinilebilmekte, iş arama gibi farklı sebeplerle iletişim kurulabilmekte ve süreç sanal ortamdan devam edebilmektedir. Ayrıca zaman ve mekân gibi olguları ortadan kaldırdığı için etkileşimin daha hızlı ve kolay kurulmasını sağlayan bu ağlarda, fazla sayıda arkadaşa sahip olmak çoğu zaman önemlilik ve popülerlik göstergesi olarak görülmektedir. Hatta bu sayının sosyal çevreyi yansıttığı düşünülebilmektedir. Bunun karşısında, nicelik olarak arkadaş sayısının artması, nitelik olarak yüzyüze iletişime gereksinim duyulmamasını da beraberinde getirebilmektedir.

Bununla birlikte, sosyal ağlarda bireylerin hesaplarını açık tutup tutmamaları, arkadaşların tanıdık ya da tanımadık olması, arkadaşlarıyla sahip olunan samimiyet ve güven derecesi gibi durumlar mahremiyet yönelimlerini de etkilemektedir. Ağlarda bulunan hesaplarının özel alanı kapsadığını düşünen bireyler, istedikleri kişilerle iletişim kurmakta, istediği kişilere iletişim kurması ve devam ettirmesi için izin vererek mahrem alanını kendi belirlemektedir. Ancak özel alandan ziyade kamusal alan özelliği gösteren sosyal ağlar özel bilgiler dâhil her şeyi izlemekte, kaydetmekte ve işlemektedir. Buna iletişim kurulan kişilerle iletişimin içeriği de dâhildir.

2.3.2. Kişisel Sunum ve Narsizm

Kişisel sunum ve narsizm bireylerin sosyal ağ kullanım amaçlarındandır. Sosyal ağlarda bireyler, kendilerine ilişkin bilgileri aktararak kişisel sunumlarını yapmaktadır. Ancak söz konusu bu durum, aşırıya kaçtığında ya da farklı şekillerde ortaya çıktığında bireylerin kişisel sunumları narsizm sunumları haline dönüşebilmektedir. Bu sebeple bu başlık kapsamında, ilk olarak bireylerin sosyal ağları kullanım amaçlarından biri olan kişisel sunum açıklanacak, ardından narsizm konusu ele alınacaktır.

Kişisel sunum, bireylerin kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını içeren profil sayfası oluşturması (Wang vd., 2010), bir anlamda kişiye özgü alan (profil, kişisel sayfa) yaratılması (Karal ve Kokoç, 2010) şeklinde yapılmaktadır. Sosyal ağlar kullanıcılarını bir profil oluşturmaya teşvik etmektedir. Bu profil, bireylerin temel özelliklerini hem metinsel hem de görsel olarak yansıtmaktadır. Facebook'ta kişilerin profillerinde şu bilgiler yer almaktadır: Cinsiyet, doğum tarihi, memleket, dini inanç, hobiler, sevdiği müzik ve filmler, iletişim bilgileri, eğitim ve iş bilgileri, üye olduğu gruplar ve sayfalar, arkadaşlar, paylaşılan fotoğraflar ve videolar. Bu bilgilerin tamamına bakıldığında, bireylerin bir anlamda kendilerini bu sosyal ağlar içerisinde tanımladığı, konumlandırdığı ve sunduğu görülmektedir (Göker vd., 2010: 188).

Kişisel sunuma, istendik imajı yaratma edimi olarak da bakmak mümkündür. Çünkü diğerleri ile iletişim kurarken bireylerin kendine ilişkin algı ve izlenimler istenilen şekilde yaratılabilmektedir. Sanal ortamda bireyler, hangi roller oynayacaklarına, kimleri nasıl yönetip yönlendireceklerine ya da hangi senaryoyu yazıp nasıl oynayacaklarına karar vererek karşısındakini etkileyip yönlendirme gücüne sahip olabilmektedir (Kellner, 2001: 147). Hatta birden fazla kimliğe sahip olarak kendini farklı şekillerde, farklı platformlarda var edebilmektedir. Bu tarz farklı varoluş şekilleri kimi zaman olumlu kimi zaman da olumsuz sonuçları beraberinde getirmektedir. Ancak olumlu anlamda bakıldığında, Kohut (1986: 233), bu iletişimsel taktiklerin bireylere; duygusal düzenleme yapabilme, geçici dürtüleri doyurabilme, egoyu onarma, empati geliştirme, farkındalığı arttırma, mevcut imajı ile ideal imajı arasındaki farkı kapatma, amacına ulaşmanın hazzını yaşama,

diğerlerinin kendisi ile ilgili algı ve tutumlarını düzenleme yolu ile özsaygı ve özgüven kazanma gibi bazı konularda katkı sağlayabileceğini söylemektedir.

Türkçe Sözlük'e göre narsizim "özseverlik" yani kendini sevme anlamında kullanılmaktadır. Sözcüğe ilk bakıldığı zaman, olumsuzda ziyade olumlu bir anlam ifade ettiği düşünülebilmektedir. Ancak egoism ve kişinin kendine aşırı değer vermesini (akt., Alemdar vd., 2017: 74) içeren narsisizm, "kırılganlığını büyüklenmeci bir benlik imajıyla örtmeye çalışmayı ifade etmektedir" (Atay, 2011: 5). Bir anlamda, kendini önemli ve özel gören birey için her şeyden önce kendisi merkezi konumdadır.

Amerikan Psikiyatri Birliği'ne göre narsizmin dokuz kriteri bulunmaktadır. Bunlar (American Psychiatric Association, 2013):

1. Kendisinin önemine dair büyüklenmeci bir duyguya sahip olmak,

2. Sınırsız başarı, güç, zekâ, güzellik veya ideal sevgi fantezileriyle meşgul olmak,

3. "Özel" olduğuna ve ancak özel veya üst düzey insanlar tarafından anlaşılabileceğine, onlarla ilişkide bulunması gerektiğine inanmak,

4. Aşırı hayranlık beklemek,

5. Hak sahibi olduğuna inanmak (özellikle ayrıcalıklı muamele görme veya beklentilerine otomatik olarak uyum gösterileceğine dair makûl olmayan beklentilere sahip olmak),

6. Kişilerarası ilişkilerde sömürücü olmak (amaçlarına ulaşmak için insanları kullanmak),

7. Empatiden yoksun olmak (diğerlerinin duyguları ve gereksinimlerini kabullenme veya paylaşmada gönülsüzlük),

8. Diğerlerine haset duymak veya diğerlerinin ona haset duyduklarına inanmak,

9. Kibirli ve küstah davranış veya tutumlar sergilemek şeklinde ifade edilmiştir

Atay'a (2011: 5-7) göre ise narsizmin yedi kriteri bulunmaktadır; otorite, teşhircilik, sömürücülük, hak iddia etme, kendine yeterlilik, üstünlük ve kendini beğenme bu boyutları oluşturmaktadır. Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, narsizmin kriterlerinin genel çerçevesi çoğunlukla benzer özelliklere işaret etmektedir. Bu yönde Bergman ve arkadaşları (2011: 709-710), sosyal ağların narsistik kişiliğin yansıtılmasında ideal yerler olduğunu söylemektedir. Özellikle bu ağlar kibir, kişinin kendini abartılı sunumu, diğer kullanıcıların dikkatini çekme ve sosyal onaylanma gibi durumlar için fırsat yaratmaktadır. Bergman ve arkadaşlarının araştırma bulgularına göre, özellikle Facebook ve Twitter kullanan bireylerin narsistik kişilik özellikleri, sosyal ağları kullanmayan bireylere göre daha fazla orandadır. Bir anlamda sosyal ağların bu yapısı, narsistik eğilimleri arttırmakta ya da narsist eğilimli bireyler için yeni sanal bir platform oluşturmaktadır. Çünkü günümüzde sosyal ağlar bireylerin kendilerini teşhir ettikleri ve aynı zamanda başkalarını röntgenledikleri bir mecraya dönüştü. Söz konusu bu durumdan özellikle gençlerin oldukça etkilendiği bilinmektedir. Hatta bu dönemde yaşayan Y ya da milenyum kuşağı gençleri "Ben nesli" olarak tanımlanmaktadır. Kısaca bireyin kendisini sevmesinin yani egosantrizmin aşırı boyutu, narsizmi arttırmaktadır. Narsizmin ileri aşaması da kişilik bozukluğuna yol açmaktadır (Bayhan, 2017).

Bununla birlikte popüler psikiyatride "gelişmeleri kaçırma korkusu" olarak bilinen FOMO (Fear of Missing Out), sosyal ağ kullanımının narsistliğe evrilmesinde doğrudan bağlantılı bir konudur. Çünkü dijitalleşen günümüz toplumunda bireylerin çoğu uyanır uyanmaz, sosyal ağlar hesaplarından kendisiyle ilgili yorumları incelemektedir. Bu sebeple sosyal ağlara aşırı ilgi duyan bireylerin beyni, herhangi bir uyuşturucu madde almadığı halde, sanki almış gibi haz duymakta, bazı hormonlar salgımakta ve bazı ruhsal problemlerle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu durum, "sanal uyuşturucu" olarak nitelendirilmektedir. FOMO belirtileri gösteren bu kişiler, ödüllendirilme ihtiyacı hissetmekte, bu yüzden bazı kaygılar taşımakta ve sanal ortamda yer almadığı zamanlarda kendisini kötü hissetmektedir. Bireyler "Facebook'ta kendilerinin ne kadar takipçisi olduğu ve kendi sayfalarında

paylaştıklarına ne kadar "like" (beğeni) aldıkları çerçevesinde "narsist" kimliklerini tatmin etmektedir. Herkes Instagram, Youtube, Twitter ve Facebook'ta microcelebrity (küçük şöhret) olmayı hedeflemektedir" (Bayhan, 2017). Narsistlik eğilimine sahip bireyler, kendilerini daha fazla göstermek için sürekli fotoğraf paylaşma ve durum güncelleme gibi aktivitelerde bulunmaktadır. Bu aktivitelerin beğeni alması sonucunda ise bu tip bireylerin narsislik düzeyleri sosyal ağlar aracılıyla daha da artmakta (Buffardi ve Campbell, 2008) ve sosyal ağları kullanım amaçları farklı şekillere dönüşmektedir.

2.3.3. İçerik Oluşturma ve Paylaşma

Bireylerin sosyal ağ kullanma amaçlarından biri de beğenilen fotoğraflar/ videolar, notlar gibi içerik oluşturmak ve oluşturulan içeriği paylaşmaktır. Sosyal ağlar kişisel iletişim ve paylaşımın yanı sıra, aynı zamanda, sosyal/çoklu paylaşıma da imkân tanımaktadır. Bireyler bağlı oldukları ağ içerisinde paylaşımlar yaparken aynı zamanda, diğer kişiler paylaşımlara yorum yaparak ya da paylaşımları beğenerek karşılıklı etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Böylelikle ortak anlayışa sahip beğeniler, fikirler, yorumlar çerçevesinde sosyal bir etkileşim alanı oluşturulmaktadır (Göker vd., 2010: 188-189).

Günümüzde artık sadece içerik tüketicisi değil, aynı zamanda, içerik üretici haline gelen bireyler, sosyal ağlar üzerinden bilgilerini, deneyimlerini, hoşlandıkları ya da hoşlanmadıkları şeyleri, siyasal kararlarını, tüketici tercihlerini vb. durumları kendileri üretmekte ve paylaşmaktadır. Görüldüğü gibi kimi zaman kendini ifade etme kimi zaman fikrini belirtme kimi zaman ise sevdiği şeyleri yapma adına bireyler sosyal ağlarda içeriklerle oldukça yakından ilişkilidir. Bireyler bu ağlar üzerinden özgür bir şekilde, istedikleri gibi içerikler hazırlayabilmekte ve herhangi bir yaptırım istemeyen durum olmadıkça istedikleri gibi paylaşabilmektedir. Bu içerikler ağlar tarafından yayınlandıktan sonra yoruma da açık olmakta, bu sayede etkileşimi de beraberinde getirmektedir.

Bununla birlikte, yalnızca bireyler arasında değil, aynı zamanda, kurumlar ile bireyler arasında da bu içerikler sayesinde etkileşimler oluşmaktadır. Bireyler

kurumların paylaşımlarına ya da kendi oluşturdukları paylaşımlara yorum, istek ya da şikâyette bulunabilmektedir. Yeniliklere açık olmayı zorunlu kılan bu ağlara, sürekli güncelleştirme yani yeni özellikler getirildiği için farklı şekillerde etkileşimler kurulmasına da olanak tanımaktadır. Ayrıca sayfalar arası bağlantı ve kolay erişilebilirlik özelliğiyle de içeriğin pek çok mecrada yer alması sağlanmaktadır.

2.3.4. Eğlence ve Boş Zaman Değerlendirme

Bireylerin sosyal ağ kullanma amaçlarından biri de eğlence ve boş zaman değerlendirmedir. Bu kapsamda bireyler, eğlenceli zaman geçirme, boş zamanlarını değerlendirme, günlük sıkıntılarından uzaklaşma, rahatlama, mutlu olma ve duygusal rahatlama sağlama gibi sebeplerden ötürü sosyal ağları kullanmaktadırlar (Koçak, 2012).

Sosyal ağlar, zaman geçirmek için dizayn edilmiş pek çok eğlendirici faaliyetleri içermektedir (Göker vd., 2010: 189). Whiting ve Williams'ın (2013: 366) çalışmalarına göre, katılımcıların yüzde 76'sı zaman geçirmek için sosyal ağları kullandığını ifade etmektedir. Katılımcılar boş zamanlarında va da sıkıldıklarında sosyal ağları kullandıklarını ve bir şeyler yapmak istediklerini belirtmektedir. Araştırmaya göre bireyler işyerinde ya da okulda zaman geçirmek için sosyal ağları kullanmaktadır.

Whiting ve Williams'ın (2013: 366) çalışmalarında, katılımcıların yüzde 64'ü sosyal ağları bir eğlence kaynağı olarak kullandıklarını ifade etmektedir. İfade edilen eğlence etkinliklerinden bazıları; oyun oynama, müzik dinleme ve video izlemedir. Diğer eğlence etkinlikleri olarak ise katılımcılar mizahsal ve komik olarak rahatlama sağlayacak örnekler vermektedir.

Özetle sosyal ağ kullanım amaçlarından birini de eğlence ve boş zaman değerlendirmesi oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kullanıcılar, boş zaman bulduklarında, sıkıldıklarında ya da eğlenmek istediklerinde sosyal ağları kullanmaktadır. Bu kullanım ise müzik dinleme, video izleme, oyun oynama ya da

rahatlama sağlayan metinleri/karikatürleri okuma gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır.

2.3.5. Bilgi Arama

Bireylerin sosyal ağ kullanma amaçlarından biri de bilgi aramadır. Bireyler sosyal ağları çoğunlukla istekleri doğrultusunda bilgiyi arama, ulaşma, değerlendirme ve paylaşma amaçlı kullanmaktadır.

Whiting ve Williams'ın (2013: 366) çalışmasına göre, katılımcıların yüzde 80'i, sosyal ağları bilgi aramak için kullanmaktadır. Sosyal ağlarda bilgi arama amacını ise çoğunlukla satışlar, fırsatlar ya da ürünler hakkında bilgi bulma, olaylar, doğum günleri ve özel günler hakkında bilgi bulma ve işletmeler hakkındaki bilgilere ulaşma kaygısı oluşturmaktadır. Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür. Hatta kimi zaman bu alanlar, bireylerin kendi kendini eğittiği birer mecralara dönüşebilmektedir.

Sosyal ağ kullanımını motive edici faktörler içinde yer alan bilgi arama, çevrimiçi sosyal ağ platform kullanımıyla elde edilen bilgilerin kapsamı ve kalitesini yansıtmaktadır. Bununla birlikte, sosyal ağ kullanımını bilgi ihtiyaçlarını karşılamak, detaylı ve geniş kapsamlı bilgiye ulaşmak gibi unsurlar daha çok etkilemektedir (Ada vd., 2013).

Özetle sosyal ağ kullanım amaçlarından birini de bilgi arama (bilgiye ulaşma, bilgiye erişim) oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kullanıcılar, herhangi bir bilgiyi aramak istediklerinde sosyal ağları kullanmayı tercih edebilmektedir. Bu kullanım ise gerek keyfi gerek eğitici gerekse merak giderici gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır.

2.4. Mahremiyet Algısı İnşasında Sosyal Ağların Etkisi

Tarihsel izleğe bakıldığında sosyalleşme ihtiyacını gidermeyi amaçlayan bireylerin tarihin farklı dönemlerinde farklı şekillerde araçlar kullandığı bilinmektedir. Yaşamlarını devam ettirebilme adına; konuşarak, çizerek ya da yazarak sosyalleşen bireyler, ilerleyen dönemlerde teknolojik gelişmelere bağlı

olarak etkileşimli hale gelen iletişim ortamı aracılığıyla sosyalleşme ihtiyaçlarını gidermeye çalışmışlardır.

Temelde bireyin kişilik kazanarak belli bir toplumsal çevreye hazırlanması, toplumla bütünleşmesi süreci anlamına gelen sosyalleşme[43], kişilerarası ilişki kapsamında özellikle dâhil olma, kontrol ihtiyacı ve sevilme ihtiyacı noktasında temel niteliktedir. Bu kapsamda, kendini diğer bireylere kabul ettirme, dâhil olduğu grubun amaçları, yapıları, etkinlikleri gibi konularda karar alınırken kendi etkisini hissetme ve kabul edilmeye dayanan sevilme ihtiyacı söz konusudur. Çünkü insanın içinde yer aldığı grup ya da toplumun normlarına, değerlerine ya da davranış modellerine katılımını sağlayan sosyalleşme süreci, sosyal ilişkilerde bağ oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır (Bilgin, 1994: 114-115).

Günümüzde yüz yüze iletişimin yanı sıra aracılı iletişim noktasında, sosyalleşmeyi derinden etkileyen etmenlerden en önemlisi sosyal ağlardır. Keza sosyalleşme sürecinde sosyal ağlar gündelik yaşamın vazgeçilmezi konumuna gelmiştir. Bilgi teknolojileri alanında büyük ilerlemelerin kaydedildiği bu dönemde bireyler, sosyal ağlar aracılığıyla dünyanın diğer bölgelerinde bulunan insanlarla iletişim kurabilmekte ve sosyalleşme ağlarını büyük ölçüde genişletebilmektedir.

Sosyal ağlar insanlar arasında kolaylıkla iletişim kurulabilmesinin yanı sıra, aynı zamanda, yayınlanabilir kişisel profiller, bilgi paylaşımı, uygulamalar paylaşma havuzları ve kullanıcılar arasında sosyal bağ kurma gibi birçok özellik ve işlevsellik sağlamasına da olanak tanımaktadır. Ancak bu iletişim ortamlarının sosyalleşmeyi artırdığı mı yoksa azalttığı mı sorusu konuyu tartışmalı bir hale getirmektedir. Çünkü sosyal ağlar insanların hayatları üzerinde potansiyel bir takım etkilere sahiptir ve ağlar uygun şekilde kullanılmadığında çok ciddi mahremiyet sorunlarına yol açmaktadır (Yüksel, Yüksel ve Zaim, 2013: 766-767).

Bu tartışma çerçevesinde, Çakır'a (2015: 49) göre televizyon aile bireyleri arasındaki ilişkiyi zayıflatmış ve zedelemiş, internet ise ev içinde bu ilişkileri daha

[43]http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59e897a7832f13.93019574 (Erişim: Ekim 2017).

yalıtık ve tek kişilik hale getirmiştir. Öte yandan sosyal olarak yitirilen ilişkilerin uzaktaki insanlarla yeniden kurulmasını sağlamıştır. Ancak bu ilişkiler çoğunlukla gerçeklikten uzak, sanal ve yapay niteliktedir. Ayrıca aile bireyleri ile paylaşılmayan özel ve mahrem bilgiler sosyal medyadan açıklanmakta ve teşhiri beraberinde getirmektedir. Bu teşhirin sosyalleşme olduğunu iddia etmek başka kuşkulara da neden olmaktadır. Temelde teşhiri gerçekleştiren kullanıcılar aynı zamanda, diğerlerinin özel hayatlarını gözetleyerek hem teşhirci hem de gözetleyici kimliği kazanmaktadırlar. Bu durum kimi zaman psikolojik sorunlara ve karmaşaya yol açtığından bireyler için içinden çıkılması zor bir hale gelmektedir.

Görüldüğü üzere, günümüzde pek çok insan için sosyal ağlarda varolmak ve etkileşimde bulunmak, cep telefonu ve tablet gibi küçülen yeni medya ortamlarının etkisiyle, sıradan bir günlük yaşam pratiğine dönüşmüştür. Sürekli bağlantıda olmak isteyen birey, orada olmadığı zamanlarda kendisini "dünyadan uzaklaşmış, olan bitenden habersiz" (Karakartal, 2013: 5) hissetmektedir. Bu sebeple bu konu araştırmacılar için artan bir endişe haline gelmiştir. Bu noktada mahremiyetin korunması, kişisel bilgilerin paylaşılması ve sosyal ağlardaki uygulamalar merkezi konumdadır. Aslında mahremiyeti korumak ve hangi bilgilere erişilebileceğini kontrol etmek için sosyal ağlar birtakım özellikler sağlamaktadır. Ancak çoğu kişi bu özelliklerin farkında değildir ya da nasıl kullanılacağını bilmemektedir (Yüksel vd., 2013: 767).

Gross ve Acquisti (2005) Amerika'da Facebook kullanan 4540 üniversite öğrencisinin profilleri üzerinde yapmış oldukları çalışma sonucunda, öğrencilerin hiç çekinmeden birçok kişisel bilgisini paylaştığını ve gizlilik/mahremiyet tercihlerinin sınırlandırılmasını nadiren kullandığını saptamıştır. Benzer şekilde Jones ve Soltren (2005) ise, Facebook kullanıcılarının %89'unun gizlilik/mahremiyet ve veri kullanımıyla ilgili bilgileri okumadığını belirlemişlerdir. Kullanıcıların çoğu gizlilik/mahremiyet ayarlarını değiştirmemekte ve farklı nedenlerle varsayılan olarak bırakmaktadırlar. Bunun ilk nedeni, bazı kullanıcıların bu ayarları nasıl yöneteceğini bilmemesidir. İkincisi, bu ayarları özelleştirmek için araçlar verildiyse bile, bazı kullanıcıların onları nerede bulacaklarını ya da nasıl kullanacaklarını bilmemesidir.

Üçüncüsü, bazı kullanıcıların gizlilik/mahremiyet risklerini kendi sorunları olarak değil, başkalarının sorunları olarak algılamasıdır. Kullanıcılar genellikle başkalarının gizlilik/mahremiyet ihlali deneyimlerini duyduğundan, kişisel olarak aynı risklere tabi olduklarına inanmamaktadır. Bazı kullanıcılar da, kendilerini çevrimiçi gizlilik/mahremiyet risklerinden nasıl koruyacaklarını bildiklerini düşünmekte ancak çoğunlukla yetersiz kalmaktadır (akt., Suh ve Hargittai, 2015: 3).

Kısaca, sosyal ağların mahremiyet algısı sürecinde yarattığı etkiler yadsınamaz bir gerçektir. Sosyalleşme sürecinde merkezi bir konuma sahip olan bu mecralar, mahremiyet algısını dönüştürmekte ve şekillendirmektedir. Öyle ki, sınırların şeffaflaştığı ve içeriğin dijitalleştiği günümüz toplumlarında, sosyal medya kullanımı 2017 yılı itibariyle 2 bin 789 milyara[44] ulaşmıştır. Bu oran durumun ciddiyetini açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki, sadece sosyal ağlar mahremiyet yönelimlerini etkilememektedir. Bu süreç karşılıklı bir süreçtir. Aynı zamanda, bireylerin mahremiyet yönelimleri de sosyal ağları kullanmalarını etkilemektedir. Fakat hangisinin hangisini önceleyiği konusu oldukça tartışmalı bir konudur.

2.5. Mahremiyet ve Gözetim Sorunsalı

Gözetim yeni bir olgu değildir. Çok eski zamanlardan bu yana insanlar, başkalarını kontrol etmek, ilerlemelerini izlemek ya da onları organize etmek için izlemektedir (Lyon, 1994: 22). Gözetim, belirli grupların diğer belirli grupların davranışlarını önleme amacıyla verileri toplama, biriktirme, analiz etme, işleme, değerlendirme ve kullanma yollarını uyguladığı; potansiyel olarak fiziksel, ideolojik ya da yapısal şiddeti kapsayan, bireyleri belirli davranışlara yöneltmeye çalışan bir süreçtir. Aynı zamanda zarar, yıkım, şiddet, orantısız güç ilişkileri, kontrol, çarpıtma ve disipline etme gücünü taşımaktadır (Çakır, 2015: 10). Buna karşın, gözetimin faydaları, terörizmi ve suçu önlemek, sahtekârlığı azaltmak ve seçime katılmayı sağlamak, organizasyonlarda ve tüketici pazarında yeni fırsatlar sunmak gibi çeşitli şekillerde de değerlendirilmektedir (Çakır, 2015: 318; Jeffrey,

[44] https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview (Erişim: Ekim 2017).

2000: 125; Lyon, 1994: 193; Lyon, 2006: 75-81; Wood veBall, 2006: 4). Gözetim toplumu[45] ile anlatılmak istenen, sıradan bireylerin kişisel yaşamlarına dair her türlü bilginin, devletlere ve büyük şirketlere ait veri bankalarında toplanması, saklanması, işlenmesi, yorumlanması ve eşleştirilmesidir (Dolgun, 2005: 129; Gilliom ve Monahan, 2013: 1; Lyon, 2006: 23-13; Tümurtürkan, 2010: 4; Wood ve Ball, 2006: 5). Bir anlamda yapılan gözetimin yegâne amacı, enformasyonu arttırmaktır (Dolgun, 2001: 27). Bu doğrultuda gözetim hem zararlı hem de faydalı unsurları bünyesinde barındırmaktadır. Kimi zaman bireyin yaşamında hayati bir rol oynayıp yaşamını kolaylaştırırken, kimi zaman da yine bireyin yaşamında hayati bir rol oynayarak yaşamını zorlaştırmaktadır.

Bauman ve arkadaşlarına (2014: 142) göre gözetim, yalnızca sokakta, alışveriş merkezlerinde, okulda ya da havalimanlarındaki video kameralar aracılığıyla gerçekleşen güvenlik prosedürlerinde değil, aynı zamanda, binalarda, araçlarda ve cihazlarda da aranmalıdır. Gözetim, araba içerisinde GPS, internet, veri kaydediciler ve yüksek çözünürlüklü kameralara; bina içerisinde erişim kart sistemleri ve sensörlere gömülüdür. Bireyler bu gömülü olarak konumlanan gözetim araçlarını çoğu zaman basitçe kabul edebilmektedir. Kullanımı her geçen gün artan bu araçlar, pek çok birey için artık fark edilmeden kullanılmaktadır. Günümüzde artık herkes bir şekilde gözetim altında tutulmaktadır. Hatta bunun da ötesinde her gözlemleyen birey, gözlenerek bir gözlemlenene dönüşmektedir. Bu doğrultuda, herkes diğer herkes tarafından gözlemlendiği duygusuna kapılmakta ve herkesi gözlemlemektedir (Dürrenmatt, 2000: 20-21). Başka bir ifadeyle izleyiciler izlenmekte, yaşayan herkes ve her şey izlenmekte ve bu durumu modern toplumun tüm bireyleri bilmektedir (Çakır, 2015: 82).

Bununla birlikte gözetim altında olup olmadığını merak edenler için Gilliom ve Monahan (2013: 1) şu soruları sorar: Cep telefonu, kredi kartı ya da kimlik kartlarından herhangi birine sahip misiniz? Google, Gmail ya da Facebook kullanımı, okula gitme, bir işe sahip olma, araba kullanma gibi seçeneklerden herhangi birini yapıyor musunuz? Bu sorulardan en az birine evet yanıtı verdiyseniz

[45] Kavram Gary T. Marx'a aittir (Bozkurt, 2000: 1; Dolgun, 2015: 26).

evet siz gözetim altındasınız. Çünkü iletişim teknolojilerine bağımlı olan tüm toplumlar gözetim toplumlardır (Lyon, 2006: 11). Görüldüğü gibi günümüz toplumları yoğun bir gözetimle karşı karşıyadır. Modern topluma katılmak elektronik gözetim altında olmak (Lyon, 1994: 4, 193) anlamına geldiğinden, büyük birader bu dönemde artık "elektronik büyük birader" olmuştur. Bireyin her hareketi elektronik kayıt sayesinde sistematik bir şekilde gözetlenir ve kaydedilir hale gelmiştir (De Mul, 2008: 58; Dolgun, 2015: 14; Spinello, 2014: 153). Bu kapsamda, günümüz gözetim sistemlerinde kullanılan bilgisayarlar ve telekomünikasyon, onları şekillendiren ve yönlendiren siyasi, ekonomik ve kültürel bağlamlarda ortaya çıkmaktadır (Lyon, 1994: 44). Dolayısıyla gözetim, internetin ana sorunsalını oluşturmaktadır. Çünkü zaman içerisinde internet üzerinde yapılan gözetim, tahminlerin çok üzerine çıkmış ve devasa bir boyuta ulaşmıştır. Wikileaks ve Snowden gibi sızdırma vakaları sayesinde gözetimin ne denli tehlikeli bir boyutta olduğu daha iyi anlaşılmıştır (Çakır, 2015: 35-36). Bu yönde, Snowden'in ortaya çıkardığı telefon görüşmeleri, internet aramaları ve elektronik ödeme ile ilgili büyük miktarda verinin rutin olarak toplandığı, depolandığı ve değerlendirildiği bilgisi olayın ciddiyetini anlamak noktasında oldukça yeterli görünmektedir (Hoven vd., 2014).

Bununla birlikte, Panoptikon'un siber mekâna taşınmış güncel bir versiyonu olarak elektronik veri tabanı üzerine yazdığı denemede Mark Poster, "bedenlerimizin şebekeler, veri tabanları ve enformasyon koridorları içine çekildiğini" ileri sürmektedir. Bu yüzden, bedenlerimizin deyim yerindeyse "enformatik olarak bağlandığı" bu enformasyon depolayan yerlerden hiçbiri artık gözlenmekten kaçabileceğimiz ya da etrafına direniş hattı çekebileceğimiz bir sığınak sağlamamaktadır. Her bir kredi kartı kullanımı ve hemen her bir satın alma eylemiyle çoğalan muazzam miktarlardaki veri, Postere göre, bir "süper-panoptikon"la sonuçlanmaktadır. Süper-panoptikon'un panoptikon'dan tek farkı, depoya veri sağlayan gözetim altındaki bireylerin, gözetimin birincil ve gönüllü unsuru olmalarıdır (Bauman, 2012: 55). Bu açıdan, yeni nesil iletişim ve gözetim teknolojilerinin gelişmesiyle yaygınlaşan bu güç kullanımı, yaşamın her alanında

mahremiyetin geri dönüşsüz biçimde parçalanmasıyla sonuçlanmaktadır (Köse, 2011: 11).

Çevrimiçi mahremiyet, aynı zamanda internet özgürlüğü, erişimi ve gözetim tartışmaları ile de bağlantılıdır (Wills ve Ashenden, 2015: 142). Ancak web üzerinde bir şey yayınlandıktan sonra, artık özel kalmamaktadır (Yüksel vd, 2013: 767). Web'e girilmesi ve yayın yapılması, herkese açık bir kişilik haline gelinmesi anlamına gelmektedir. Bu durum için Schmidt ve Cohen (2013: 66-67), mahkemede karşınıza çıkmasını ya da gazetenin birinci sayfasında görmek istemediğiniz hiçbir şeyi yazmayın der ve ilerleyen zamanlarda sadece bunların değil, aynı zamanda, ziyaret edilen sayfalar, ağlardaki kişiler, beğeniler ve bağlı kişilerin paylaşımlarının da buna dâhil olacağını ekler.

Özellikle sosyal ağlar, herkesin herkesi gözlemesine imkân sağlamaktadır. Ganascia (2010: 17), sosyal ağlardaki bu gözetim durumunu Steve Mann'dan aldığı katoptikon yani "alttan gözetim" kavramıyla açıklamaktadır. Katoptikon kavramıyla anlatılmak istenen artık sadece azınlığın çoğunluğu ya da çoğunluğun azınlığı izlediği bir dünya değil, herkesin herkesi izlediği bir dünyadır. Örneğin yakın tarihli kuş gribi vakası durumunda, pratisyen hekim ve hemşirelerin, akademik uzmanlar tarafından verilen bilimsel bilgileri bulanıklaştırmaya ve yönetmeye girişmeleri durumu söz konusu olmuştur. Bir anlamda, şeffaflığı ve tamamen merkeziyetçi olmayan bir örgüt yapısını meşrulaştıran sınırları gösterdiği için, şeffaflık, güven ve ilgi gibi konular katoptikonda anahtar rol oynamaktadır. Bu kapsamda, ister panoptikon ister süper-panoptikon ister elektronik panoptikon isterse de katoptikon olarak ifade edilsin Facebook, iletişim teknolojileri arasındaki en popüler ortamdır. Bireylerin kendilerine dair mahremiyet içeren bilgilerini yoğun bir biçimde depoladıkları ve gönüllü olarak kaydolup paylaştıkları bir alandır. Sanal alanda görselliğe dayalı olan Facebook'ta gerçeklik, sahte olana eklemlenmekte ve günümüzde toplumsal yaşamın temel belirleyeni haline gelmektedir (Çoban, 2014: 312-315).

Günümüzde oluşan gözetim kavramının algılanma şekline bakıldığında, gözetimi sağlayan bu tarz araçların gündelik hayatın vazgeçilmezi

olarak konumlandırıldığı görülmektedir. Bireyler hemen her gün kullandıkları enformasyon teknolojileri aracılığıyla sürekli gözetime maruz kalmakta, bir anlamda kendi bilgilerinin gönüllü dağıtıcısı haline gelmektedir (Çakır, 2015: 50; Güven, 2011: 173). Diğer bir ifadeyle bireyler artık gözetlenmekten endişe etmemekte, tersine göz önünde bulunmaya çalışmaktadır. Bu yüzden, bu durumda bir teşhir toplumundan söz etmek abartılı olmayacaktır (Toprak vd., 2014: 152). Dürrenmatt (2000: 21-22), gözlemlenmiyor olmanın kendisine dikkate değer bulunmamak gibi geldiğini, dikkate alınmamış olmanın önemsiz olma, önemsiz olmanın ise anlamsız olma gibi geldiğini, bu yüzden varoluşlarının anlamsızlığından duydukları korku yüzünden herkesin birbirini gözlemlediğini, birbirinin fotoğraflarını ve filmlerini çektiklerini söylemektedir. Bu çelişkili gözetim durumunu ise insana bir anlam kazandırmak amacına bağlamaktadır. Bu kapsamda, özellikle dışlanma korkusu bireyler için bilgilerini paylaşma noktasında itici rol oynamaktadır. Bireyler sosyal ağlarda var olmaya ve varlığını duyurmaya çalışmaktadır.

Tüm bunlar karşılığında yine de gözetim hangi amaçla yapılırsa yapılsın mahremiyeti ihlal etmektedir (Toprak vd., 2014: 143). Mahremiyet özellikle elektronik ortama taşınan ve gündelik yaşamın tüm pratiklerini kapsayacak şekilde sıradan bireyleri de içine gözetim teknolojileri tarafından ihlal edilmektedir (Dolgun, 2015: 211). Gözetim teknolojileri her ne kadar bireylerin kendini koruma ya da seçim özgürlüklerini artırma vaadinde bulunsa da, bu teknolojilerin kullanımı özel hayatın gizliliğini ve kişisel özerklikleri ihlal edebilmektedir (Van Dijk, 2016: 171). Örneğin sabit izlemenin söz konusu olduğu belirli bir kavşakta trafiğin izlenirken, aynı zamanda, arabalardaki yolcuların kimliği hakkında da bilgi toplanmaktadır (Francis, 2014: 298). Benzer şekilde işyeri ya da evin içi de gün geçtikçe daha fazla izlenmektedir. Her şey kamuya açık, şeffaf ve diğerlerine görünür durumdadır. Kişisel yaşama ait mahremiyet örtüsü parça parça edilmiş (Dolgun, 2015: 28), mahremiyetin sığınak duvarları dijital olarak çözülmüştür (Lyon, 1994: 180). Bu yüzden, ayrım gözetmeyen bilgi toplama; bir kişinin hareketleri, faaliyetleri, duygusal tepkileri ya da fiziksel durumları ile ilgili tüm bilgilerin toplanmasını sağlayan mobil gözetim için endemiktir (Francis, 2014: 298).

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi konunun bir bütün olarak algılanması açısından mahremiyeti gözetim olmadan ele almak mümkün değildir. Mahremiyet ile gözetim arasındaki ilişki önemli bir sorunsala işaret etmektedir. Bu yüzden, Schmidt ve Cohen (2013: 18) gibi düşünürler de, yeni dijital çağın parçası olabilmek için nelerden ne kadar vazgeçmek gerekeceği gibi sorulara yanıt aramaktadırlar. Dijital çağın ürünü olan araçlar, hakikate yönelik fikirleri tanımlama ve düzenleme biçimlerini etkilerken (Postman, 1994: 27), aynı zamanda, mahremiyete ilişkin fikirleri tanımlama ve düzenleme biçimlerini de etkilemektedir. Çünkü teknolojik gelişmeler ve toplumsal süreçler karşılıklı olarak birbirini etkilemekte ve şekillendirmektedir (Lyon, 2003: 163). Diğer bir ifadeyle McLuhan'ın (2005: 22) dediği gibi, "araçlarımızı (aletlerimizi) biz şekillendiririz ve karşılığında onlar bizi şekillendirir". Bu bağlamda mahremiyetin mevcut olabilmesi, toplumsal ve yapısal bir biçimde karşılıklı olarak korunmasına bağlıdır. Bu aşamada sorulması gereken soru ise, mahremiyetin toplumun desteklemek istediği bir şey olup olmadığı sorusudur (boyd, 2008: 19). Bu soruya net bir cevap vermek mümkün değildir. Ancak şurası açıktır ki, günümüz gözetim toplumunda kullanıcılar, kişisel alanlarındaki etkin denetimlerini kaybetmektedir (Fischer-Hübner et al., 2008: 230). Özünde tüketime hizmet eden gözetim teknolojileri, mahremiyet sömürüsünün açık bir kanıtıdır (Köse, 2011, 10) ve bu teknolojilere bağımlılık bireylerin güçlerini ellerinden almaktadır (Van Dijk, 2016: 143). Bunun sonucunda ise mahremiyet işgal ve ihlal edildiğinden kaybolmaya yüz tutmaktadır (Margulis, 2003: 247). Bu kaybolmayı şu şekilde ifade etmek mümkündür (Van Dijk, 2016: 178-179):

1- İzleme teknolojileri her yerde ve hayatın tüm alanlarına nüfuz etmiştir. Onlardan tamamen kaçmak mümkün değildir. Pek çok birey nasıl izlendiğinin bile farkında değildir.

2- İlk olarak çeşitli kurumlar ve şirketler tarafından çıkar elde etmek amacıyla yüklenen izleme teknolojilerine günümüzde, bireyler kendi kişisel bilgilerini sosyal ağlara -gönüllü bir biçimde- yeni uygulamalar kullanarak eklemektedir.

3- Kullanıcılar bazı uygulamalardan yararlansalar bile, çıkar ve güç yine o uygulamaları ekleyen kurum ve şirketlere aittir.

4- Saklayacak bir şeyi olmayanların bu teknolojilerden korkmasının yersiz olduğuna yönelik popüler söylem anlamsızdır.

5- İzleme teknolojileri büyük bir oranda hizmet sağlayıcıların ve diğer kurumların kişisel bilgi ve veri tabanına yöneliktir.

Tüm bunların ötesinde, son olarak düşünürler noktasından bakıldığında, gözetime ilişkin en sık kullanılan benzetmeler olarak George Orwell'ın 'Büyük Biraderi' ve Aldous Huxley'in 'Cesur Yeni Dünyası' karşımıza çıkmaktadır. Büyük Birader her yeri, herkesi gözetleyen ve itaat edilmesi gereken bir iktidarı nitelerken, Cesur Yeni Dünya ise her yerin, herkesin gönüllü olarak gözetlendiği ve itaat ettiği bir iktidarı nitelemektedir. Postman (1994: 7-8) ve Monaco (2003: 482-483), iki yazarın kehanetlerinin aynı şeye ilişkin olmadığını söylemektedir. Orwell'ın uyarısı, dıştan gelen baskının dayatılacağı yönündedir. Huxley'in uyarısı ise bireylerin baskıdan hoşlanmaya ve düşünme yetilerini yerle bir eden teknolojileri yüceltmeye başlayacakları yönündedir. Orwell enformasyonsuz kalmaktan, Huxley ise pasifliği beraberinde getiren enformasyon yoğunluğundan korkmaktadır. Başka bir ifadeyle Orwell bireyleri nefret ettikleri şeylerin mahvetmesinden korkarken, Huxley ise sevdikleri şeylerin mahvetmesinden korkmaktadır. Bu nedenle gözetleme sistemleri, sadece istenmeyen bir gelecek olarak değil, aynı zamanda, arzulanan, gerçekleşmesi mümkün olan dünya olarak ele alınmaktadır (Lyon, 2006: 29). Bu noktada, günümüz dünyasında Huxley'in distopyasının haklı çıktığını söylemek yanlış olmayacaktır. Niedzviecki'nin de (2009: 216) söylediği gibi artık birey "Büyük Birader"den de korkmaktan ziyade onun gözlerinin üzerine çevrilmesini istemektedir. Bunun da ötesinde birey, "Büyük Birader" olmak istemektedir. Sadece izlemeyi değil, aynı zamanda, izlenmeyi de çılgınca istemektedir.

2.6. Mahremiyet, Teşhir ve Röntgencilik Sorunsalı

İster ilkel ister modern toplumlarda olsun, insanoğlu kendi ailesinin üyelerini, diğer aileleri ya da daha geniş bir çevrenin mensuplarını merak etmekte, neler olduğunu anlamaya ve öğrenmeye çalışmaktadır. Bir anlamda bireyler diğerlerinin neler yaptığını bilmek istemekte ve bundan zevk almaktadır. Bu noktada dedikodu, bu merakı gidermeye kısmen yardımcı olmaktadır (Yörükan, 2012: 285). Ancak

bireyin kendisi kadar yaşam koşulları da kültürün ve tarihin ürünleri olduğundan, bugün yapılan şeyler gelecek nesillerin yaşam koşullarını da etkilemektedir. Dinamik özelliğe sahip bu yapıda, doğal olmayan geniş çaplı sosyal değişimler, beklenmedik ve denetlenemeyen sonuçlar doğurabilmektedir (Ergil, 1986: 272). Bu doğrultuda, günümüz toplumlarında, geniş çaplı sosyal değişimlere neden olan ve sonuçları tahmin edilemeyen bir değişken olarak teknolojik gelişmeler devreye girmektedir. Aslında teknolojinin tek başına sosyal yapıyı belirlediğini söylemek doğru olmayacaktır. Çünkü teknoloji yalnızca olasılıkları çoğaltmakta ve genişletmektedir (Bell, 2001: 323). Bununla birlikte kavramların içerikleri, toplumların yaşam tarzlarıyla ilişkili olduğundan, mahremiyete dair tartışmalar da teknoloji kullanımı ile iç içe geçmektedir (Hoven vd., 2014). Çünkü günümüzün en geniş çaplı iletişim teknolojisi olarak adlandırılabilmesi mümkün olan internet, kamusal alanın bazı özelliklerine sahip olmakla birlikte, aynı zamanda, teşhir, röntgencilik, gözetim ve denetim (Çakır, 2015: 28) gibi mahremiyetle iç içe geçmiş konuları bünyesinde bulundurmaktadır. Mahremiyetle sıkı sıkıya bağlı olan bu konulardan gözetim ve denetim konusuna daha önceki başlıkta değinildiğinden bu başlık altında öncelikle teşhir ile mahremiyetin ilişkisi, ardından da röntgencilik ile mahremiyetin ilişkisi tartışılacaktır.

Teşhir, özel bilgilerin ifşa edilmesi, bireyin kendisine ilişkin bir bilgisinin açığa çıkması ya da paylaşılması olarak tanımlanmaktadır (Millham ve Atkin, 2016: 4). Türkçe Sözlükte de teşhir sözcüğü, gösterme, sergileme, herkese duyurma şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı gibi teşhir, mahremiyet ile yakından ilişkili bir kavramdır. Bu kapsamda, mahremiyetin teşhiri durumu ön plana çıkmaktadır. Mahremiyetin teşhirinin ise üç sacayağı bulunmaktadır. Bunlar siyaset, sanat ve modern bilgidir (Bağlı, 2008: 250). Bu çalışma kapsamında merkezi olarak konumlandırılan sacayağı modern bilgidir. Çünkü modern bilgi mahremiyet teşhir türleri olan; "kişiye ilişkin içeriğin teşhir edilmesi", "kimliğin teşhir edilmesi", "sınıf/unvan ya da rütbesinin teşhir edilmesi", "ilişkilerin teşhir edilmesi" (Rajaei, 2015: 2) türleriyle de yakından bağlantılıdır. Çünkü bireyin kendine dair bilgileri teşhir etmesi durumu, mahremiyetle olan ilişkisinin temel koşulu olarak konumlandırılmaktadır.

Derlega ve arkadaşları (1993: 1) kendini teşhir etmeyi, bir kişinin kendisi hakkında (düşünce, duygu ve deneyim içeren) başkasına anlattığı kişisel bilgi olarak nitelendirmektedir. Ancak kendini teşhire ilişkin yapılan araştırmalara bakıldığında, bu kavram üzerinde bir konsensüs sağlanamadığı görülmektedir. Örneğin kimine göre bireyin kendiyle ilgili ortaya çıkardığı sözlü ya da sözlü olmayan tüm iletişim hareketleri kendini teşhir olarak tanımlanabilmektedir. Kahkaha atmak ya da gülümsemek de buna dâhildir (Greene vd., 2006: 411). Kimine göre ise, sözlü mesajları içeren düşünce ya da hisleri de kapsamaktadır. Hatta kıyafet ya da dövme gibi söz içermeyen durumlar da bireyin kendisiyle ilgili başkasının bilmediği bir şeyi açık etmek –kasıtlı ya da gönüllü- amacındaysa bu da kendini ifşa içerisinde değerlendirilmektedir (Derlega vd, 2008: 153; Greene vd, 2006: 411). Bu bağlamda, kendini teşhiri hem ilişkisel doyum ve sürekliliğin sağlandığı hem de kişinin mahremiyet tutumları, hedefleri ve bilgisiyle tutarlı bir şekilde ayarlanmış bir süreç olarak görmek mümkündür (Vogel vd., 2016: 4).

Kendini teşhirin ne olduğunun ardından bireylerin kendini neden teşhir ettikleri sorusuna gelindiğinde, en önemli nedenin günümüz koşulları olduğu görülmektedir. Niedzviecki'ye göre (2009: 217), günümüzde duyulan en büyük endişe, daha fazlasını bilme isteğidir. Daha fazlasını bilmeyi istemek beraberinde daha fazla görünme isteğine dönüşmektedir. Özel hayatlar; ödüller, indirimler kazanmak, diğerleri tarafından fark edilmek ya da diğerlerini tanımak adına teşhir edilmektedir (Niedzviecki, 2009: 264-265). Bireyin kendini teşhir etmesi ise, diğer bireylerin teşhir edilen bilgiler üzerinde kontrol sahibi olmasına neden olmaktadır (Derlega vd., 1993). Çünkü günümüz sanal ortamında anonimlik yerini bilinirliğe bırakmıştır (Toprak vd., 2014: 158). Bu anlamda teşhiri bir özgürlük alanı olarak değil, tersine, bir bağımlılık alanı olarak değerlendirmek mümkündür. Çünkü bireyin özgür bir şekilde kendini teşhir ettiği durumlar, ilerleyen dönemlerde karşısına bir tehdit olarak çıkabilmekte ve bireyi sınırlandırabilmektedir.

Özel sırların itiraflarının yapıldığı kamusal alanlardan (Bauman, 2001) biri olan sosyal ağlar da mahremiyetin sınırlarını bozma ve kendini teşhir etme özelliklerine sahiptir (Millham ve Atkin, 2016: 4). Sosyal ağların kullanımıyla

birlikte mahremiyet kamusallaştırılmakta ve karşılığında anlam, ün, şöhret ve hatta maddi kazanç sağlanmaya çalışılmaktadır (Niedzviecki, 2009: 235). Zamanla gösteri ve teşhirin yaygınlaşıp gözetimin kolaylıkla uygulandığı bir alana dönüşen sosyal ağlarda, tüketim biçimi, algılama biçimi ve paylaşım biçimi de değişime uğramıştır (Çakır, 2015: 20-21). Örneğin "Muğla İtiraf" sayfasının incelendiği bir çalışmada, katılımcıların, kendilerine dair mahrem bilgileri aşırıya kaçmadan diğerleriyle paylaştığı görülmektedir. Bir anlamda kent alanında görülen yabancılar dünyası, sosyal medya ortamında komşular dünyasına dönüşmektedir. Başka bir deyişle, sosyal medya üzerinde kurulan birliktelikleri, kent alanında kurulamayan komşuluk ilişkilerinin bir telafisi olarak görmek mümkündür. Yani Bauman'ın kent alanında sahte karşılaşmalar yaşayan "yabancılar dünyası", sosyal medya üzerinde mahrem olanla/mahrem olmayan arasındaki sınırın muğlaklaşmasıyla birlikte "komşular dünyasına" dönüşmektedir. Bu durumu gündelik yaşamda görmezden gelinen yabancılığın bir telafisi olarak düşünülebileceği gibi sosyal medyada mahremiyetin ihlali olarak da okumak mümkündür (Bayram, 2016: 21).

Görüldüğü gibi, özel alanların gönüllü teşhiri kitlesel bir yarışa dönüşmekte ve mahremiyet, toplumsal/kültürel bir beden pazarı olarak yeniden kurgulanmaktadır (Köse, 2011: 12). Mahremiyet ile kendini teşhir arasındaki denge, sosyal davranışın özünü oluşturmakta ve kişilerarası ilişkileri tanımlamaktadır (Petronio, 2012: 18). Mahremiyet tutumları ile kendini teşhir etme davranışları arasındaki ilişki ise, bireylerin mahremiyet kontrol mekanizmalarına dayalı bilgi alışverişi oranı ile açıklanmaktadır (Petronio, 2002: 128). Örneğin Vogel ve arkadaşlarına göre (2016: 4), mahremiyet konusunda daha rahat görüşlü olanlar kendini teşhir etme konusunda daha cömert davranmaktadırlar. Bireylerin mahremiyet algılarına yönelik sınırları genişledikçe kendilerini teşhir ettikleri noktalar da bir o kadar genişlemektedir.

Kendini teşhir etmenin bu denli yaygın olduğu bir ortamda, teşhiri röntgenleyenleri de göz ardı etmemek gerekir. Hangisinin hangisini önceleğinin belirsiz olduğu bu dinamik yapıda, merak duygusu temel belirleyicilerdendir. Röntgencilik davranışı temelde merak isteğinden kaynaklanmakta ve Niedzviecki'ye göre (2009: 7) röntgenci, haddinden fazla meraklı kişilere denilmektedir.

Röntgencilik genel anlamda, çıplak olan ya da cinsel aktivitelerde bulunan şüpheli kişileri izleme ya da gözlemleme konusunda aşırı derecede ilgilenen bir kişinin davranışını ifade etmektedir (American Psychiatric Association, 2000).

Temel düzeyde, çoğu insanın eğilimli olduğu röntgencilik (boyd, 2008: 17), çok kullanılan bir kavramdır. Ancak kavramın kapsamı tam anlamıyla belirgin değildir. Kavramın kullanıldığı anlamların yanı sıra sosyal ağlarla birlikte röntgencilik kavramı yeni bir boyut kazanmıştır. Kabir'e (2014: 294) göre bir kullanıcının eylemini görünür kılan bir süreç, bireyi röntgenci yerine koymaktadır. Röntgencilik zamanla "görülmeden görmek" ilkesinden "gözetlerken görünür olmak" ilkesine dönüşmüştür. Görünür olmak isteyen birey, gözetlerken gözetlenmeyi de istemektedir (Toprak vd., 2014: 164). Çünkü bireyler, gün geçtikçe daha fazla görmeye, görünmeye yani dikizlemeye çalışmaktadır (Niedzviecki, 2009: 14). Bireylerin günlük eğlencelerinin büyük kısmı diğer bireylerin hayatlarına bağlı duruma geldi (Niedzviecki, 2009: 173). Sosyal ağlara yönelik bulgular, iki toplumsal gereksinimin (sosyal karşılaştırma ve sosyal kimlik) ve üç motivasyonun (gözetim, belirsizlik azaltma, kullanımlar ve doyumlar) Facebook'taki röntgencilik eğilimiyle pozitif yönde ilişkili olduğunu ileri sürmektedir (Su, 2012: 27). Toprak ve arkadaşları ise (2014: 162-163) yaptıkları çalışmada Facebook kullanıcılarına mahrem alanı sormuş ve karşılığında "Facebook'ta mahremiyetin olmadığı" yanıtını almışlardır. Bu yanıt, "çevrimiçi mahremiyet bireysel bir sorumluluk mudur?" (Marwick vd, 2017: 1) "yoksa çevrimiçi mahremiyet mümkün değil midir?" sorunsalını doğurmaktadır. Görüldüğü üzere gözetimin ve röntgenciliğin insanlarda yarattığı duygu durumları, özellikle sosyal ağlarla birlikte karışık bir almıştır. Sosyal medya kullanıcıları bu eylemleri yaparken muhtemelen gözetleme yaptıklarını hissetmemektedir. Ancak bu dikizlemekle gözetlemek arasındaki eylem, kullanıcıyı kolaylıkla bir gözetmene ve röntgenciye çevirebilmektedir. Aynı şekilde, bireyin kişisel bilgilerine bakanlar da onun gözetmenleri ve röntgencileridir. Bu şekilde sosyal medya kullanıcısı, gözetleyen-gözetlenen, röntgenleyen-röntgenlenen rolleri arasında gidip gelen bir sürece dâhil olmaktadır (Çakır, 2015: 373). Günümüzde dikizleme kültürüne kendini kaptıran bireyler, bilgi kirliliği içinde erimekte ve bilinçsiz bir biçimde kendini metalaştırmaktadır (Niedzviecki, 2009: 69). Bu sebeple

eğlence, gözaltında tutulma ve röntgencilik sınırları gün geçtikçe daha bulanık bir hale gelmektedir (Niedzviecki, 2009: 217).

Niedzviecki (2009: 7, 27-28, 179, 196) röntgenciliğin bu denli yaygınlaştığı dikizleme kültürü[46] çağının en dikkate değer kavramının "abartılı paylaşım" olduğunu söylemektedir. Abartılı paylaşım kavramı 2008 yılında Webster's New World Dictionary veThesaurus editörleri tarafından yılın buluşu seçilmiştir. Söz konusu kavram, giderek toplumsal bilinci dönüştüren bir mekanizma işlevi görmektedir. Gözaltına alınmanın korunaklı bir alanı, caydırıcılığı ve güvenli bebek bakımı ya da ucuz eğlence kaynaklarını beraberinde getirdiği kehanetinde bulunmaktadır. Güvenlik ya da eğlence gerekçesiyle başvurulan gözaltında tutma tavrı bu kültürü hem rasyonalize hem de teşvik etmektedir. Ancak asıl rahatsız edici olan, röntgenciliğin hiçbir anlam ifade etmeyen bir duruma gelmesidir (Kabir, 2014: 295).

Özetle gerçeklikte yalnızca salt güzellik değil, aynı zamanda, çirkinlikte bulunmaktadır. Dolayısıyla sosyal bilimci olumsuz olanı da görme sorumluluğu taşımaktadır. Çünkü umut sadece olumlu olandan çıkarılmaz; olumsuzluğun bilinci ve farkındalığı da daha iyi bir dünya olasılığını canlı tutmaktadır (Çakır, 2015: 8). Ancak artık her şeyin gösteriye dönük ve seyirlik olmuş, her yerin dışa açılma eğilimiyle şekillendiği (Köse, 2011: 11) bir dönemde mahremiyet tartışmalarını bu denli yapmak beraberinde Bourdieu'nun (2013: 149) "nesnelleştirilen özneyi nesnelleştirmek, nesnelleştirilen bakış açısını nesnelleştirmektir" (Bourdieu, 2013: 149) gerçeğini doğurmaktadır. Gerçekliğin sosyal olarak inşa edildiği (Berger ve Luckmann, 2008: 3) ve görünmenin kutsal sayıldığı bu görsellik çağında görünür olmak, var olmak ile eşdeğer tutulmakta, bunun sonucunda ise bireyler birer tüketim nesneleri haline gelmektedir. Sosyal ağlarda var olmaya çalışan bireyler, gözetim altında tutulduklarının farkında olarak ya da olmayarak sürekli kendilerini teşhir

[46] Popüler kültürden doğan dikizleme kültürü, bireylerin yaşamlarının dijitalleşmesi ve elektronik ortamlara kaymasıdır. Ancak göründüğünden daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Çünkü içinde "ultra bireyselciliği, acımasız kapitalizmin kendini herkesten sakın önermesini, yitirilmiş topluluk duygusuna duyulan özlemi ve hayata öyküler anlatarak anlam katılabileceği vaatlerini kapsamaktadır. Bu sebeple Mark Andrejevic, "kendini katılım adı altında röntgenlenmeye gönüllü olarak takdim etmek" ve "yem bırakmak" olarak tanımlamaktadır (Niedzviecki, 2009: 27, 262, 289, 291).

etmekte, diğerlerini gözetleyerek röntgenci haline gelmektedir. Bu süreçte ise bireylerin mahremiyet yönelimleri sürekli farklı yapılara bürünmektedir.

2.7. Mahremiyet Yönelimi Üzerine Yapılan Araştırma Bulguları

Sosyal ağlarda bireylerin mahremiyet yönelimleri üzerine yapılan araştırmaların çoğunluğunu endişe ve koruma yönelimi oluşturmaktadır. Literatüre bakıldığında; cinsiyet, yaş, riske girme tutumu, farkındalık seviyesi, kişisel bilgi paylaşma, internet kullanma deneyimi, sosyal ağları iletişim ortamı olarak algılama düzeyi, ulusal kültür, bireysel algı ve değerler, gözetim gibi değişkenlerin çevrimiçi mahremiyet yönelimini etkileyen önemli faktörler olduğu görülmektedir. Mahremiyet yönelimini etkileyen bu faktörler şu şekildedir:

Cinsiyet değişkenine ilişkin çalışmalara bakıldığında, kadınların ve erkeklerin mahremiyet konusunda farklılık gösterdiği ve kadınların çevrimiçi mahremiyet kaygıları ile mahremiyet güveni yönelimlerinin daha yüksek seviyede olduğu görülmektedir (Acılar ve Mersin, 2015; Child ve Petronio, 2011; Çavuş et al., 2018; Fogel ve Nehmad, 2009; Lewis vd., 2008; Millham ve Atkin, 2016; Sheehan, 1999; Saeri et al., 2014).

Yaş değişkenine ilişkin çalışmalara bakıldığında, yapılan araştırmaların büyük bir kısmının çocuklar ve ergenler üzerinde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Gelişim aşamasındaki bireyler genellikle savunmasız birer internet kullanıcıları olarak tanımlanmaktadır. Ancak bu durum yetişkinlerin tamamen savunmasız olmadığı anlamına gelmemektedir. Yapılan araştırmaların çoğunluğuna bakıldığında ise, yaş arttıkça mahremiyete ilişkin kaygının da arttığı görülmektedir (Acılar ve Mersin, 2015; Broeck vd., 2015: 1; Kalaman, 2016). Öte yandan Marwick ve Boyd (2014: 1052) gibi araştırmacılara göre yetişkinler ve gençler arasında çok az farklılık bulunmaktadır.

Riske girme tutumuna ilişkin çalışmalara bakıldığında, Fogel ve Nehmad'ın (2009) çalışmalarında, sosyal ağlarda profilleri olan öğrencilerin olmayanlara göre riske girme tutumlarının daha fazla olduğu saptanmıştır. Saeri ve arkadaşları (2014) tarafından Facebook kullanan öğrencilerle yapılan çalışmada ise, araştırmaya katılanların büyük bir risk algıladığı zaman, internette mahremiyetlerini korumak için daha pozitif bir niyet ortaya koydukları gözlenmiştir. Livingstone (2008) ise,

gençlerin samimiyet, kendini ifade etme ve mahremiyet amaçlı sosyal ağ kullanımlarını riskler açısından incelemiştir. Çalışmaya göre giderek artan sosyal ağ kullanımı sonucunda bireyler, kendini narsistik hayranlıkla sergilemekte ve daha az mahremiyete sahip olmaktadır. MySpace jenerasyonundaki bireylere derinlemesine mülakat uygulanan çalışmada, bir bireyin bu mecralarda kendi mahremiyetine yönelik neyi söyleyip söylemeyeceğini belirlemesinin bireyin mahremiyetini koruduğu sonucuna varılmıştır.

Farkındalık değişkenine ilişkin çalışmalara bakıldığında, Facebook ile mahremiyete ilişkin farkındalık azaldığında bireylerin sosyal ağlarda kendilerinden daha fazla bilgiyi internete koyduğu gözlenmiştir. Diğer bir ifadeyle Facebook kullanıcılarının mahremiyete ilişkin farkındalıkları arttıkça, kendileriyle ilgili bilgileri kısıtladıkları görülmektedir (De Wolf vd., 2014; Oz, 2014). Ayrıca bir bilginin algılanan mahremiyet seviyesi ne kadar yüksekse o kadar az paylaşılmaktadır (Masur ve Scharkow, 2016: 1). Ancak Cunningham ve arkadaşları (2010), etnografik röportajları ve gözlemi kullanarak, kullanıcıların genellikle mahremiyet hakkında bilinçli bir şekilde düşünmediklerini de ortaya koymuştur.

Kişisel bilgi paylaşmaya ilişkin çalışmalara bakıldığında, bireylerin çok büyük bir kısmının sosyal ağlardaki profillerinde kişisel bilgilerini paylaştığı görülmektedir (Afsahi, 2014; Gross ve Acquisti, 2005; Kalaman, 2016).

İnternet kullanma deneyimine ilişkin çalışmalara bakıldığında, Bellman ve arkadaşları (2004), kullanıcıların mahremiyet konusundaki endişelerinin internet deneyimiyle azaldığını saptamışlardır. İnternet kullanma deneyimi arttıkça çevrimiçi mahremiyet endişelerinin de yavaş yavaş azaldığı görülmektedir. Buna karşın, Singh ve Hill (2003) çalışmalarında bunun tersi sonuçlara ulaşmışlardır. Onların çalışmasına göre, deneyimli ve bilgili internet kullanıcıları çevrimiçi mahremiyet konusunda daha çok endişe duymakta ve çevrimiçi alışveriş yapma olasılıkları daha düşük olabilmektedir.

Bununla birlikte kimi bulgular Facebook'un iletişim ortamı olarak algılanma düzeyi arttıkça, mahremiyet endişesinde azalma gözleneceğine işaret etmektedir. Ayrıca Facebook'un iletişim ortamı olarak algılanmasının mahremiyet endişesi üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmekte, bu algılama düzeyi ışığında mahremiyet

endişesi hakkında yordama yapılabileceği sonuçlarına varılabilmektedir (Korkmaz, 2013; Zengin ve Zengin, 2015).

Cho ve arkadaşlarının (2009) beş şehirden (Bangalore, Seul, Singapur, Sidney ve New York) 1261 internet kullanıcısıyla yaptıkları çalışmanın sonuçlarına göre, yaş, cinsiyet, internet deneyimi gibi bireysel farklılıkların yanı sıra, uyruk ve ulusal kültürün çevrimiçi mahremiyet endişesini önemli ölçüde etkilemektedir. Benzer şekilde Bellman ve arkadaşları da (2004) ulusal kültür ile mahremiyet endişesi arasında önemli ilişkiler bulmuşlardır. Ayrıca bireysel algılar ve değerler de mahremiyet endişesini etkileyen önemli değişkenler arasında yer almaktadır (Buchanan vd., 2006).

Günümüzde ileri teknolojik araçlar ve olanaklar sayesinde, sistematik hale gelen gözetim unsuru da mahremiyet algısını oldukça derin bir biçimde etkilemektedir. Çünkü kişilerin sağlığına, banka hesaplarına, dinsel inançlarına, siyasal görüşlerine, etnik kökenlerine, cinsel yaşamlarına vb. ilişkin bilgiler çeşitli amaçlarla kullanılabilmektedir. Bir anlamda, kişisel haklara yönelik tehditlerin ve müdahalelerin giderek kolaylaştığı ve arttığı gözlenmektedir (Akkaş, 2015; Toprak vd., 2009: 156; Yüksel, 2003).

Bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, yukarıda anlatılan faktörler mahremiyet yönelimini etkileyen en önemli değişkenlerdendir. Ancak unutulmamalıdır ki, bireylerin mahremiyete ilişkin yönelimleri farklılık gösterebilmektedir. Bu değişkenlerle bağlantılı olarak bakıldığında, kimi çalışmalarda farklı mahremiyet yönelimine sahip bireyler, çeşitli sınıflandırmalara ayrılmıştır. Örneğin Chignell ve arkadaşları (2003) yapmış oldukları çalışmada, mahremiyete ilişkin yönelimleri farklı olan üç farklı sınıf olduğunu saptamıştır. Bunlardan birinci grubu, kişisel bilgilerinin ve görüntülerinin korunması ile ilgili çok fazla endişeleri olan fakat izlenme ve korunma ihtiyacı konusunda nispeten umursamaz olan insanlar oluşturmaktadır. İkinci grubu, mahremiyet hakkında nispeten umursamaz olanlar ve üçüncü grubu da, mahremiyet hakkında en fazla endişesi olanlar oluşturmaktadır. Bu çalışmaya benzer şekilde, Equifax tarafından finanse edilen Westin ile Harris'in (1991) çalışmasında da üç farklı sınıflandırma bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, mahremiyet kaygısı yüksek olan mahremiyet tutucularıdır. Bu sınıflandırmaya dâhil bireyler, mahremiyet koruma önlemleri olduğunda bile kişisel bilgileri vermeyi

hemen hemen her zaman reddetmektedir. İkincisi, mahremiyet endişesi sergileyen, ancak üçüncü kadar güçlü olmayan pragmatik çoğunluktur. İnternet kullanıcılarının çoğunluğunu bu bireyler oluşturmaktadır. Üçüncüsü, neredeyse her zaman kendi kişisel verilerini açığa çıkarmak isteyen kayıtsızlar (umursamazlar)dır. Bu sınıflandırmaya dâhil bireyler, mahremiyet konusunda diğer sınıflandırmalara göre oldukça endişesiz görünmektedir (Ackerman vd. 1999: 3; epic.org; Yannacopoulos et al., 2008: 349). Bu sınıflandırmalar arasında özellikle kendi özel bilgilerine daha fazla değer verenler mahremiyet yönelimi konusunda da daha koruyucu davranmaktadır (Millham ve Atkin, 2016: 13). Bu bulgular dışında, Baruh ve Cemalcılar (2014), yalnızca kendi mahremiyet yönelimleri için değil, aynı zamanda, "başkalarının mahremiyeti" için de endişe duyan büyük bir "mahremiyet savunucuları" grubunu tespit etmişlerdir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SOSYAL AĞ KULLANICILARININ MAHREMİYET YÖNELİMLERİNİN ÇÖZÜMLENMESİ[47]

3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın üçüncü ve uygulama bölümünü oluşturan bu çalışmada yöntem olarak saha araştırması kullanılmıştır. 815 kişinin rastlantısal olarak seçilmesiyle gerçekleşen saha araştırması yöntemiyle, sosyal ağ kullanıcılarının mahremiyet yönelimleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Sorunu

Dijitalleşen günümüz toplumlarında mahremiyet, oldukça önemli bir konumda bulunmaktadır. Son yıllarda yaşanan gelişmeler ve değişmeler mahremiyet noktasında da değişimleri beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte, özellikle internetin eşzamanlılığını artırması ve sosyal medyada ve ağlar aracılığıyla çevrimiçi paylaşılan kişisel verilerin aranabilirliği, yayılabilirliği ve kalıcılığı mahremiyete yönelik kaygıları da arttırmıştır. Bu yüzden, sosyal medya çalışmalarının önemli bir kısmını kullanıcıların enformasyon ifşası, mahremiyet kaygıları arasındaki ilişkiler ve enformasyonun korunması hakkında sosyal medya kullanıcılarının tutumları oluşturmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın odak noktasını kişinin kendi hakkındaki bilgi paylaşımı, tanıdık ve yabancıları içeren diğer kişiler hakkındaki bilgileri öğrenmesi ve mahremiyete yönelik diğer tüm tutumlarını kapsayan mahremiyet yönelimi oluşturmaktadır.

Bu çerçevede, sosyal ağ kullanıcılarının; kendilerine ve başkalarına karşı mahremiyet yönelimlerini belirlemek, ne ölçüde başkalarının mahremiyetlerini ihlal edilerek röntgenlediklerini saptamak ve ne ölçüde kendilerini teşhir ettiklerini ortaya koymak bu çalışmanın temel sorunsallarıdır.

[47] Bu çalışma S.Ü. BAP Birimi tarafından 17103003 proje numarasıyla desteklenmiştir.

3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte enformasyonel mahremiyete odaklanan çalışmalar artmıştır. Çalışmalar çoğunlukla sosyal medyada mahremiyet tutumuna yönelik çalışmalar, enformasyonun ifşası ve mahremiyetin korunması ile ilgili birey farklılıklarına odaklanmıştır. Ancak kişinin kendisi hakkında bilgi paylaşması, sosyal ağ kullanımının önemli bir parçasıyken, sosyal ağ popülerliği aynı zamanda, bireyin kendisi dışında kalan kullanıcılar hakkındaki merakını gidermekle de ilgilidir. Bu kapsamda, kişisel bilgilerin ifşasının yanında başkaları tarafından paylaşılan bilgilerin de incelenmesi gerekmektedir. Bu sebeple diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışma da, hem kullanıcıların kendi bilgi paylaşım süreçlerine hem de başkalarının bilgilerine ne oranda dâhil olduğu mahremiyet kapsamında ortaya konmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda bu çalışma, mahremiyetin dönüşümü kapsamında mahremiyet yönelimlerini daha geniş yapılar içerisinde ölçmeyi amaçlamaktadır.

Yukarıda bahsedilen bilgiler ışığında bu çalışmanın temel amacı, bireylerin sosyal ağlarda – özellikle yeni iletişim teknolojileri içinde pek çok farklı özelliklere sahip olan ve tercih edilen Facebook ve Instagram ağlarında- mahremiyet yönelimlerini, röntgencilik ve teşhir düzeylerini belirlemek, söz konusu faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Yapılan bu çalışma, sosyal ağlarda bireylerin mahremiyet yönelimlerinin hangi yönde olduğu, bu yönelimi nelerin etkilediğinin tespit edilmesi ve yapılacak diğer bilimsel çalışmalara veri oluşturacak olması açısından önemli olmaktadır. Ayrıca elde edilen bulgular doğrultusunda, hem mevcut ilişkilerin belirlenip ortaya konması hem de geniş bir yelpazede farkındalık yaratılmaya çalışılması bu çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

3.1.3. Araştırmanın Modeli

Bu çalışma kapsamında, İzmir ve Konya şehir merkezinde yaşayan sosyal ağ kullanıcılarının mahremiyet yönelimlerini ölçmek için veriler toplanmıştır. Bu açıdan

çalışma, genel tarama modeli kimliğine sahiptir. Bununla birlikte, çalışmada hem betimsel hem de çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasında karşılaştırmalı ilişkisel tarama yapılmıştır.

3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni İzmir'de ve Konya'da yaşayan sosyal ağ kullanıcıları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise, İzmir'in ve Konya'nın merkez ilçelerinde yaşayan ve amaçlı örneklem yoluyla seçilen kişilerdir. Araştırma kapsamında toplanan veriler, katılımcılarla yüz yüze görüşmeye dayalı anket tekniği ile toplanmış; ön inceleme sonucunda 815 anketin analiz için uygun olduğu tespit edilmiştir. Anket çalışması için kamuoyu araştırma şirketinden faydalanılmıştır.

Araştırmanın örnekleminin İzmir ile Konya şehirlerinde yaşayan sosyal ağ kullanıcılarının seçilmesinin nedeni mahremiyet yönelimlerini karşılaştırmalı olarak görme çabasıdır. Daha geleneksel yapılara sahip bir İç Anadolu kenti olan Konya'nın karşısına, yeniliklere ve modern yapılara daha açık bir kıyı (Ege) kenti konmuştur.

Şehirlerin ayrı ayrı sosyal ağ kullanım oranlarını yansıtan net bir bilgi bulunmamaktadır. Bu sebeple seçilen iki şehrin sosyal ağ kullanımına ilişkin ipucu edinmek amacıyla Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun 2016 yılı verilerine bakıldığında, nüfusu 2 milyon 161 bin 303 olan Konya'nın genişbant internet abone sayısı[48] 1 milyon 498 bin 187 ve mobil genişbant internet abone sayısı[49] 1 milyon 265 bin 141'dir. Öte yandan nüfusu 4 milyon 223 bin 545 olan İzmir'in genişbant internet abone sayısı 3 milyon 493 bin 152 ve mobil genişbant internet abone sayısı 2 milyon 703 bin 49'dur. Bununla birlikte, Türkiye'nin internet ve sosyal medya kullanım istatistiklerine bakıldığında[50], raporda aktif sosyal medya kullanıcı sayısının 48 milyon olduğu görülmektedir. Ancak bu sayının tekil kullanım olmadığı da

[48] Genişbant internet abone sayısı, toplam genişbant internet erişim hizmeti abonelik sayısını gösterir.
[49] Mobil genişbant internet abone sayısı, 3N veya daha üstü mobil standartları kullanan şebekeler üzerinden sunulan genişbant internet erişim hizmeti abonelik sayısını gösterir.
[50] https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview

belirtilmektedir. Söz konusu bu durum, bir kullanıcının bir sosyal ağda birden fazla kimliğinin olabileceğine işaret etmektedir.

3.1.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu tezin evrenini sosyal ağ kullanan bireyler oluşturmaktadır. Çalışma evrenini, karşılaştırmalı olarak İzmir'de ve Konya'da yaşayıp sosyal ağ kullanan ve farklı sosyo-demografik özelliklere sahip bireyler oluştururken örneklemini, çalışma evreninden amaçlı örneklem ile seçilen bireyler oluşturmaktadır. Çalışma 1 Ocak-1 Mart 2018 tarihleri arasında 815 kişiyle yüz yüze görüşmeye dayalı olarak ve amaçlı örneklem yöntemine bağlı anket tekniği uygulandığından bu araştırma 815 kişinin verdiği cevaplarla sınırlıdır.

3.1.6. Soru Formu ve Ölçüm Araçları

Çalışmanın uygulama bölümü için elde edilen veriler, 60 sorudan oluşan soru formunun katılımcılar tarafından verilen cevaplarından elde edilmiştir. Hazırlanan soru formu katılımcılar tarafından kolay anlaşılabilecek şekilde, konu ile ilgili daha önce yapılmış araştırmalardan yararlanılarak düzenlenmiştir. Bu doğrultuda soru formunda; mahremiyet yönelimi, sosyal ağ kullanım amaçları, röntgencilik ve kendini teşhir olmak üzere 4 farklı ölçek ve bunlarla birlikte diğer sorular yer almaktadır.

Çalışmada, bireylerin mahremiyet yönelimlerini ölçmek için son zamanlarda geliştirilen "(Çok Boyutlu) Mahremiyet Yönelimi" (Baruh ve Cemalcılar, 2014) ölçeği kullanıldı. Baruh ve Cemalcılar (2014) bu ölçeği çeşitli ölçeklerden (Buchanan vd., 2007; Malhotra vd., 2004; Stieger vd., 2013) faydalanarak oluşturmuşlardır. Bu ölçek benzer diğer ölçeklerden farklı olarak, bireylerin kendi mahremiyet kaygıları ile diğer bireylerin mahremiyetine ne ölçüde önem verdiklerini (ya da saygı duyduklarını) ayrı ayrı ele almaktadır (Baruh vd., 2015: 6). Bu çalışma kapsamında, orijinalde 4 boyut içerisinde 16 maddeden oluşan ölçeğin 16 maddesi kullanıldı ve faktör analizine tabi tutuldu. Ancak ölçeğin bir maddesi faktör analizinden çok düşük puan alması sebebiyle çıkarılmıştır. Yanıtların 5'li likert tipine

göre oluşturulduğu bu ölçekte; 1 "hiç katılmıyorum", 2 "katılmıyorum", 3 "kısmen katılıyorum", 4 "katılıyorum", 5 "kesinlikle katılıyorum" yanıtları yer almaktadır.

"Bir hak olarak mahremiyet" ölçeğin ilk boyutunu oluşturmaktadır. Bu boyutta, mahremiyetin hukuken korunması gereken bir değeri oluşturduğu inancı hâkimdir. Bu boyut, katılımcıların mahremiyetin yasal koruma gerektiren bir değer olup olmadığı konusundaki tutumlarını ölçen üç maddeden oluşmaktadır. İkinci boyutu "kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı" oluşturmaktadır. Bu boyut, bireylerin kendi enformasyonel mahremiyetlerine yönelik kaygılarını ölçen üç ögeyi içermektedir. Üçüncüsü "başkalarının mahremiyetini korumanın önemi"[51] boyutudur. Bu boyut, başkalarının mahremiyetine yönelik duyulan saygıyı ölçmektedir. Dördüncü boyutu "diğer ihtimalli mahremiyet" oluşturmaktadır. Bu boyutta mahremiyetin bağımlılığı söz konusudur. Bu sınıflandırmada, mahremiyet düzeyinin derecesi, çevrelerindeki diğer kişilerin kendi mahremiyetlerine ne ölçüde önem verdikleriyle ilgilidir. Bu boyut kısmen, başkalarının mahremiyetiyle ilgili bir "ben merkezli" kaygının işaretidir. Yani, bu boyutta mahremiyet tutumları yüksek olan bireyler, mahremiyet boyutlarının, başkalarının kendi ve diğerlerinin mahremiyetine ne derece dikkat ettiklerine bağlı olduğuna inanmaktadır.

Boyutların belirlenmesinin ardından alt boyutları belirlemek amacıyla mahremiyet yönelimi ölçeğindeki maddelerden katılımcıların aldıkları puana göre; "Mahremiyet Savunucuları", "Mahremiyet Bireycileri" ve "Mahremiyet Umursamazları" olarak kategorilere ayrıldı[52] ve mahremiyet yönelimleri çok boyutlu olarak ortaya konmaya çalışıldı.

Sosyal ağ kullanım amaçları ölçeğindeki maddeler çalışmanın amacına uygun şekilde varolan literatürden (Balcı ve Ayhan, 2007; Göker vd, 2010; Joinson, 2008; Lampe vd., 2008; Öztürk ve Akgün, 2012; Raacke ve Raacke, 2008; Whiting ve Williams, 2013) yararlanılarak oluşturulmuştur. 10 maddeden oluşan ve yanıtların 5'li likert tipine göre oluşturulduğu bu ölçekte; 1 "hiç katılmıyorum", 2

[51] Bu boyut, bu çalışma kapsamında "başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı" olarak isimlendirilecektir.
[52] Bu kategorilendirme ilk olarak Baruh ve Cemalcılar (2014) tarafından yapılmıştır.

"katılmıyorum", 3 "kısmen katılıyorum", 4 "katılıyorum", 5 "kesinlikle katılıyorum" yanıtları yer almaktadır.

Röntgencilik ölçeğiyle, sosyal ağlarda bireylerin diğerlerini ne ölçüde izlediğini/röntgenlediğini ölçmek amaçlandı. Bu kapsamda, Nabi ve arkadaşlarının (2003) çalışmalarından geliştirdiği ölçek bu çalışmaya uyarlanarak kullanıldı. Orijinal halinde televizyona uyarlanan 3 maddelik röntgencilik ölçeği, bu çalışma kapsamında 3 maddelik sosyal ağlara uyarlanarak kullanıldı. Yanıtların 5'li likert tipine göre oluşturulduğu bu ölçekte; 1 "hiç katılmıyorum", 2 "katılmıyorum", 3 "kısmen katılıyorum", 4 "katılıyorum", 5 "kesinlikle katılıyorum" yanıtları yer almaktadır.

Bireylerin kendilerini sosyal ağlarda ne ölçüde teşhir ettiğini ölçmek amacıyla Miller, Berg ve Archer'in (1983) çalışmalarından faydalanılarak "kendini teşhir ölçeği" kullanıldı. 10 maddeden oluşan ölçeğin 7 maddesi bu çalışma kapsamında ölçüldü ve sorular çalışmanın amacına uygun şekilde uyarlanarak değerlere eklemeler yapıldı. Yine yanıtların 5'li likert tipine göre oluşturulduğu bu ölçekte; 1 "hiç katılmıyorum", 2 "katılmıyorum", 3 "kısmen katılıyorum", 4 "katılıyorum", 5 "kesinlikle katılıyorum" yanıtları yer almaktadır.

Çalışma kapsamında hazırlanan ölçekler ve diğer sorular aşağıdaki tabloda yer alan soru formunun içeriğinde belirtilmektedir.

Soru Türleri	**Soru Sayısı**	**Ölçekteki Sıra Aralığı**
Yaşanılan Şehir	1	1
Mahremiyet Yönelimleri	16	2-17
Sosyal Ağ Kullanım Sıklığı	6	18-23
Facebook ve/veya Instagram Profil Bilgileri	8	24-31
Röntgencilik Düzeyi	3	32-34
Kendini Teşhir Düzeyi	7	35-41
Sosyal Ağ Kullanım Amaçları	10	42-51
Gizlilik Politikası Farkındalığı	1	52
Sosyal Ağ Kullanım Süresi	1	53
Facebook ve Instagram Arkadaş Sayısı	2	54-55

Demografik Sorular	5	56-60

3.1.7. Güvenilirlik ve Geçerlilik

Anket çalışmasına başlamadan önce bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmadan elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiş ve anketin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. 50 kişi ile yapılan pilot çalışmada mahremiyet yönelimi ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,860, röntgencilik ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,717 ve sosyal ağ kullanım amaçları ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,781 olarak bulunmuştur.

Pilot çalışmanın ardından anket soruları 815 kişi üzerinden gerçekleştirilmiş ve mahremiyet yönelimi ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,865, röntgencilik ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,718 ve sosyal ağ kullanım amaçları ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,791 olarak sonuçlanmıştır. Özellikle mahremiyet yönelimi ölçeğinin değeri kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu gösterirken röntgencilik ve sosyal ağ kullanım amaçları ölçeklerinin değeri de güvenilirlik sınırları içerisinde bulunmaktadır. Görüldüğü üzere hem pilot uygulamada hem de anket uygulamasında elde edilen veriler birbirine oldukça yakındır.

Cronbach's Alpha değerine göre güvenilirliği sağlanmış olan mahremiyet yönelimi ölçeğini Baruh ve Cemalcılar (2014) çeşitli ölçeklerden (Buchanan et al., 2007; Malhotra et al., 2004; Stieger, Burger, Bohn, & Voracek, 2013) faydalanarak oluşturmuş ve kullanmışlardır. Ardından bu ölçek Baruh, Bal ve Cemalcılar (2015), Kezer, Sevi, Cemalcilar ve Baruh (2016) gibi araştırmacılar tarafından kullanılmış ve elde edilen sonuçlar ışığında geçerliliğini sağlamıştır.

Baruh ve Cemalcılar'ın (2014) çalışmasında; mahremiyeti hak olarak görenlerin Cronbach's Alpha değeri "0.830", kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların "0.830", başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların "0.880" ve mahremiyeti diğer ihtimalli olarak değerlendirenlerin "0.850"dir.

Baruh, Bal ve Cemalcılar'ın (2015) çalışmasında; mahremiyeti hak olarak görenlerin Cronbach's Alpha değeri "0.831", kendi mahremiyetine ilişkin kaygı

duyanların “0.691”, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların “0.702” ve mahremiyeti diğer ihtimalli olarak değerlendirenlerin “0.831”dir.

Kezer, Sevi, Cemalcilar ve Baruh’un (2016) çalışmasında; mahremiyeti hak olarak görenlerin Cronbach’s Alpha değeri “0.830”, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların “0.830”, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların “0.880” ve mahremiyeti diğer ihtimalli olarak değerlendirenlerin “0.860”dır.

Röntgencilik ölçeğini Nabi ve arkadaşları (2003) oluşturmuş ve kullanmışlardır. Nabi ve arkadaşlarının (2003) çalışmasında, röntgencilik ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri “0,790”dır. Ardından bu ölçek Nabi ve arkadaşları (2006), Baruh (2010) gibi araştırmacılar tarafından kullanılmış ve elde edilen sonuçlar ışığında geçerliliğini sağlamıştır. Nabi ve arkadaşlarının (2006) çalışmasında, röntgencilik ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri “0,800”dür. Baruh’un (2010) çalışmasında ise, röntgencilik ölçeğinin Cronbach’s Alpha değeri “0,850”dür.

3.1.8. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Bu çalışmadaki veriler, 10 Ocak-10 Mart 2018 tarihleri arasında İzmir ve Konya şehirlerinde katılımcılarla yüz yüze görüşme sonucunda elde edilmiştir. Elde edilen veriler istatistik programına aktarılarak işlenmiştir.

3.1.8.1. Faktör Analizi

Faktör analizi, aynı yapıyı ya da niteliği ölçen değişkenleri bir araya getirerek ölçmeyi az sayıda faktör ile açıklayan istatistiksel bir tekniktir. Başka bir ifadeyle faktör analizi, birbiriyle ilişkili olan p tane değişkenin bir araya getirilerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler bulmayı ve keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir. İki çeşidi bulunmaktadır. Bunlar, açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yaklaşımıdır. Açımlayıcı faktör analizi yaklaşımında, değişkenler arası ilişkiler doğrultusunda faktör bulmaya yönelik bir işlem söz konusuyken doğrulayıcı faktör analizi yaklaşımında, değişkenler arasındaki ilişkiye dair daha önce saptanan bir hipotezin ya da kuramın test edilmesi durumu söz konusudur (Büyüköztürk, 2016: 133).

Faktör analizinde, faktörlerin her değişken için yol açtığı ortak varyansın ya da ortak faktör varyansının çoklaştırılması amaçlanmaktadır (Büyüköztürk, 2016: 134). Bu yönde, faktör analizi pek çok sayıdaki değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz etmeyi ve bu değişkenler arasındaki ortak boyutları saptamaya çalışmaktadır. Bunun yapılmasındaki temel amaç, bu değişkenlerdeki bilgiyi en az bilgi kaybıyla az sayıdaki boyutlara indirmektir. Kısaca faktör analizinin iki temel amacı bulunmaktadır. Bunlar (Erdoğan, 2003: 352):

1) Değişkenler arası ilişkinin yapısını saptamak: Bu yapının saptanabilmesi için değişkenler arasında korelasyon analizi yapılmaktadır. Bu analiz sonucuna göre kategoriler gruplandırılmaktadır.

2) Veri azaltma: Bu uygulama ile çok sayıdaki değişkenler içinden bu değişkenleri belirli bir başlık altında toplayan değişkenler belirlenmektedir. Amaç daha az sayıda değişken setleri oluşturmaktır.

3.1.8.2. Bağımsız Örneklem T-Testi

Bağımsız örneklem t-testi, iki ilişkisiz örneklem ortalamaları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını saptamaya çalışmaktadır. Bu kapsamda, ortalaması karşılaştırılacak örneklemlerin ilişkisiz olması, bağımlı değişkene yönelik ölçümlerin dağılımının iki grupta da normal olması, bağımlı değişkene ait ölçümler ya da puanların aralık ya da oran ölçeğinde olması ve karşılaştırmaya esas iki grup ortalamasının aynı değişkene ait olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2016: 39). Bununla birlikte, ortalamaların karşılaştırılmasına dayanan ve istatistik dağılımlarına işaret eden bağımsız örneklem t-testinde, örneklem sayısı küçüldükçe dağılım sağa ve sola doğru daha çok yayılmaktadır. Ayrıca t-testi dağılımlarıyla birlikte küçük grupların ortalama anlamlılık testleri de yapılabilmektedir (Aziz, 2008: 156-157).

3.1.8.3. Ki-Kare (χ 2) Testi

Ki-kare testleriyle birlikte değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığı saptanmaya çalışılmaktadır (Aziz, 2008: 155). Bir anlamda, bu ki-kare testi, değişkenin her bir kategorisinde gözlenen sayıların, kategoriler için beklenen

sayılardan farkının anlamlılığını incelemektedir. Analiz, her kategoriye ait gözlenen ve beklenen değerler arasındaki farkın karesinin beklenen değere bölünmesiyle bulunan χ 2 değerlerinin toplanmasıyla elde edilen toplam χ 2 istatistiğinin anlamlılığını test etmektedir. Bununla birlikte, bu testin kullanılabilmesi için beklenen değeri 5'ten küçük olan kategori sayısının, toplam kategori sayısının yüzde 20'sini aşmaması ve tüm kategorilerde bu değerin birden büyük olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2016: 155).

3.1.8.4. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Tek yönlü varyans analizi ilişkisiz iki ya da daha fazla örneklem ortalaması arasındaki farkın sıfırdan yani birbirinden anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Analizin uygulanabilmesi için şu koşullar gereklidir (akt., Gülnar ve Balcı, 2011: 161):

1) Bağımlı değişkenin ölçüm düzeyinin en az aralık ölçeğinde olması gerekir.

2) Puanlar bağımlı değişkende etkisi araştırılan faktörün her bir düzeyinde normal dağılım göstermelidir.

3) Ortalama puanların karşılaştırılacağı örneklemler ilişkisiz olmalıdır.

4) Örneklemlerin varyansları eşit olmalıdır.

3.1.8.5. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, toplum bilimlerinin pek çok alanında kullanılan, değişkenler arası ilişkilerin varlığı, yönünü ve derecesini saptayan istatistiksel bir çözümlemedir. Temelde her araştırmada bir olay ya da değişkende, bir başka olay ya da değişkenin etkisinin olduğu varsayılır. Bu yönde, bu ilişki önce betimlenir, ardında da bunun derecesi ve yönü araştırılır. Korelasyon analizi de bu tür araştırmaların tercih edilen istatistiksel çözümleme tekniğidir. Değişkenler arası korelasyonel ilişkiler 'korelasyon katsayısı' (R) ile açıklanmaktadır (Aziz, 2008: 154).

Korelasyon katsayısının açıklanması şu şekildedir; katsayının 1.00 olması, mükemmel pozitif bir ilişkiyi, -1.00 olması, mükemmel negatif bir ilişkiyi göstermektedir. Katsayının 0.00 olması durumunda ilişkinin olmadığı sonucuna varılmaktadır. Korelasyon katsayısının yorumlanmasında ortak bir görüş bulunmamakla birlikte daha çok şu puanlama aralıkları kullanılmaktadır: Korelasyon katsayısının, mutlak değer olarak, 0.70-1.00 arasında olması yüksek; 0.70-0.30 arasında olması orta; 0.30-0.00 arasında olması ise düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2016: 32).

3.1.8.6. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Çoklu doğrusal regresyon modelinde amaç, bağımsız değişkenler (açıklayıcı değişkenler) ile bağımlı değişkendeki (cevap değişkeni) toplam değişimi açıklamaktır (Kayaalp vd., 2105: 1).

Bilinen normal dağılan sayısal bir değişkenden bilinmeyen, aralarında ilişki olan bir başka normal dağılan sayısal değişkeni tahmin için uygulanırsa basit doğrusal regresyon (simple linear regression), birden fazla değişkenden yararlanarak bir değişkeni tahmin etmek amacıyla modelleme yapıldığında ise "çoklu doğrusal regresyon" (multiple linear regression) olarak tanımlanır. Bağımlı değişken (y) ile bağımsız değişken (ler) (x,..) arasındaki ilişkiyi inceler. Y=a+bX veya Y=B0+B1X olarak formüle edilir. Değişkenlerden birinin değeri bilindiğinde diğerinin değeri bulunur. Eğer model için bulunan p değeri < 0,05 ise regresyon katsayısı 0'dan farklıdır. İki değişken arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemlidir, iki değişken arasında doğrusal bir ilişki vardır (Kılıç, 2013: 90).

3.1.9. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma Sorusu 1: Sosyo-demografik özellikler mahremiyet yönelimini etkiler mi?

H1: Yaşanılan yer ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Cinsiyet ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Yaş ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Eğitim düzeyi ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H5: Meslek ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H6: Aylık gelir ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırma Sorusu 2: Sosyal ağ kullanımı mahremiyet yönelimini etkiler mi?

H7: Sosyal ağ kullanım amaçları ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H8: Sosyal ağ kullanım sıklıkları ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H9: Sosyal ağ kullanım süresi ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H10: Sosyal ağlardaki arkadaş sayısı ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H11: Sosyal ağ profillerinde paylaşılan bilgiler ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H12: Sosyal ağlara üye olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesinin okunması ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırma Sorusu 3: Röntgencilik düzeyi mahremiyet yönelimini etkiler mi?

H13: Röntgencilik düzeyi ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırma Sorusu 4: Kendini teşhir düzeyi mahremiyet yönelimini etkiler mi?

H14: Kendini teşhir düzeyi ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.2. BULGULAR VE YORUM

3.2.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Çalışma, Konya ve İzmir şehirlerinde eş zamanlı olarak yapılmıştır. Anket soruları Facebook, Instagram ya da en az birini kullanan kişilere yöneltilmiştir. Toplamda 815 kişi ile yapılan saha araştırmasının yüzde 50,3'ünü (410 kişi) Konya, yüzde 49,7'sini İzmir'de (405 kişi) yaşayan katılımcılar oluşturmaktadır.

Frekans analizi sonuçlarına göre, araştırma sorusuna cevap verenlerin yüzde 56.4'ü kadın, yüzde 43.6'sı ise erkektir. Oranlar, ankete katılanların cinsiyetleri açısından karşılaştırma yapmaya elverişli gözükmektedir.

Anket formunda katılımcıların yaşı öncelikle açık uçlu olarak sorulmuş, daha sonra elde edilen veriler gruplandırılmıştır. Buna göre sorulara cevap veren katılımcıların yaş kategorisi "Dijital Yerliler" ve "Dijital Göçmenler" kavramları[53] doğrultusunda gruplandırıldığında, katılımcıların yüzde 53,7'sini dijital göçmenler, yüzde 46,3'ünü dijital yerliler oluşturduğu gözlenmektedir. Ankete katılanların yaş ortalaması 27.73 iken, dağılımın standart sapması ise 8,65 olarak hesaplanmıştır.

Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında; yüzde 43,2'sinin üniversite (352 kişi), yüzde 40,5'inin lise (330 kişi), yüzde 9,1'inin ilköğretim (74 kişi) ve yüzde 7,2'sinin (59 kişi) lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir.

Meslek dağılımlarına bakıldığında, katılımcıların yüzde 38,2'si öğrenci, yüzde 15.3'ü özel sektörde işçi, yüzde 8,8'i özel sektörde büro, ofis çalışanı ve yüzde

[53] "Yaş kategorisi, Cross'un ve Prensky'nin "Dijital Yerliler" ve "Dijital Göçmenler" kavramları doğrultusunda gruplandırılmıştır. İnternetin Türkiye'de ODTÜ ve TÜBİTAK işbirliği ile 1993 yılında kullanılmaya başlandığı göz önüne alınırsa bugün Türkiye'de yaşayan 0-24 yaş aralığındaki kişileri dijital yerliler, 25 ve üzeri yaştaki kişileri ise dijital göçmenler olarak adlandırmak mümkündür" (Kalaman, 2016: 131). Bu çalışma için de aradaki yıl farklılığı dikkate alınmıştır.

7,4'ünün ise kamuda memur olduğu görülmektedir. Tablodaki verilere göre, farklı mesleklerden pek çok kişinin çalışmaya katıldığı dikkat çekmektedir.

Katılımcılar aylık toplam hane gelirlerini en çok yüzde 25,3 oranıyla 1501-2000 TL olarak belirtmektedir. Bu sırayı yüzde 22,5 ile 3001-5000 TL arası ve yüzde 20,5 ile 2001-3000 TL arası devam ettirmektedir. Katılımcıların aylık toplam hane gelirlerinin aritmetik ortalamaları 2.754 TL ve standart sapması 1,852'dir.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Sosyo-Demografik Özellikler	Kategoriler	Sayı	%
Yaşanılan şehir	İzmir	405	49,7
	Konya	410	50,3
	Toplam	**815**	**100,0**
Cinsiyet	Kadın	460	56,4
	Erkek	355	43,6
	Toplam	**815**	**100,0**
Yaş	Dijital Göçmenler	438	53,7
	Dijital Yerliler	377	46,3
	Toplam	**815**	**100,0**
Eğitim	İlköğretim	74	9,1
	Lise	330	40,5
	Üniversite	352	43,2
	Lisansüstü	59	7,2
	Toplam	**815**	**100,0**
Meslek	Öğrenci	311	38,2
	Özel sektörde işçi	125	15,3
	Özel sektörde büro, ofis çalışanı	72	8,8
	Kamuda memur	60	7,4
	Küçük orta ölçekli işletme sahibi	53	6,5
	Kamuda işçi	39	4,8
	İşsiz	35	4,3
	Profesyonel serbest meslek (doktor, avukat, mühendis vb.)	31	3,8
	Ev hanımı	28	3,4
	Akademik personel	21	2,6
	Emekli	21	2,6
	Özel sektörde yönetici	19	2,3
	Toplam	**815**	**100,0**

Gelir	0-500 TL	4	0,5
	501-1000 TL	135	16,6
	1001-1500 TL	68	8,3
	1501-2000 TL	206	25,3
	2001-3000 TL	167	20,5
	3001-5000 TL	183	22,5
	5001 TL +	52	6,3
	Toplam	**815**	**100,0**

Katılımcılar arkadaş sayılarının Facebook'ta en çok yüzde 57,2 oranıyla 51-200 kişi arasında, Instagram'da da benzer şekilde, en çok yüzde 55,8 oranıyla 51-200 kişi arasında olduğunu belirtmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Arkadaş Sayıları

Arkadaş Sayısı	**Kategoriler**	**Sayı**	**%**
Facebook	51-200	466	57,2
	201-1000	174	21,3
	1001 +	175	21,5
	Toplam	**815**	**100,0**
Instagram	51-200	455	55,8
	201-1000	247	30,3
	1001 +	113	13,9
	Toplam	**815**	**100,0**

Katılımcıların Facebook arkadaş sayısı en az 50 iken en fazla 5000, Instagram arkadaş sayısı ise en az 90 iken en fazla 10000 kişiden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra Facebook arkadaş sayısının ortalaması yaklaşık 442 iken dağılımın standart sapması ise 652'dir. Bununla birlikte, Instagram arkadaş sayısının ortalaması 404 iken, dağılımın standart sapması ise 754'tür.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Ağ Arkadaş Sayılarının Merkezi Eğilim İstatistikleri

Arkadaş Sayısı	N	Min.	Max.	$\overline{X}$	SD
Facebook	815	50	5000	441,98	651,59
Instagram	815	90	10000	404,18	754,42

Bunlar dışında, katılımcılar günlük ortalama olarak en az 30 en fazla 600 dakika sosyal ağlarda geçirdiklerini belirtmiştir. Bununla beraber, katılımcıların günlük ortalama 2 saat 40 dakikalarını sosyal ağlarda geçirdikleri görülmektedir.

3.2.2. Sosyal Ağ Kullanım Amaçları

Araştırma sorusuna cevap veren katılımcıların sosyal ağ kullanımında en güçlü nedenini arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak ($\overline{X}$ = 4,27) oluşturmaktadır. Ardından, mesaj göndermek ya da mesaj almak ($\overline{X}$ = 3,83), eğlenmek ve rahatlamak ($\overline{X}$ = 3,73) gelmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Sosyal Ağ Kullanım Nedenlerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

Sosyal Ağ Kullanım Nedenleri	N	Min.	Max.	$\overline{X}$	SD
Arkadaşlarımla iletişimde bulunmak	815	1	5	4,27	0,74
Mesaj göndermek ya da mesaj almak	815	1	5	3,83	1,09
Eğlenmek ve rahatlamak	815	1	5	3,73	1,10
Tanıdıklarımın fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek	815	1	5	3,67	1,08
Olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak	815	1	5	3,64	1,04
Boş zamanları değerlendirmek	815	1	5	3,64	1,15
İnsanları daha iyi tanımak	815	1	5	2,89	1,19
Kişisel sunum ve profil bilgilerimi paylaşmak	815	1	5	2,54	1,19
İnsanların iletişim bilgilerine ulaşabilmek	815	1	5	2,53	1,16
Tanıdıklarımın duvarına yazmak ya da duvarıma yazılanları okumak	815	1	5	2,49	1,18

Aritmetik ortalama değeri açısından en az güçlü nedenleri ise insanların iletişim bilgilerine ulaşabilmek ($\overline{X}$ = 2,53) ve tanıdıklarının duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak ($\overline{X}$ = 2,49) oluşturmaktadır. Sonuçlara bakıldığında katılımcıların sosyal ağları en fazla arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak, en az

tanıdıklarının duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak amaçlı kullandığı görülmektedir.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Sosyal Ağ Kullanım Nedenleri Arasındaki Farklılık

Sosyal Ağ Kullanım Nedenleri	Cinsiyet	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Arkadaşlarımla iletişimde bulunmak	Kadın	460	4,28	0,75	0,70	0,479
	Erkek	355	4,25	0,72		
Tanıdıklarımın fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek	Kadın	460	3,83	0,95	5,00	**0,000**
	Erkek	355	3,45	1,19		
Eğlenmek ve rahatlamak	Kadın	460	3,92	0,94	5,47	**0,000**
	Erkek	355	3,49	1,04		
Boş zamanları değerlendirmek	Kadın	460	3,71	1,09	2,06	**0,039**
	Erkek	355	3,54	1,21		
Olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak	Kadın	460	3,66	1,00	0,45	0,649
	Erkek	355	3,62	1,09		
Tanıdıklarımın duvarına yazmak ya da duvarıma yazılanları	Kadın	460	2,52	1,16	0,70	0,486
	Erkek	355	2,46	1,19		
Mesaj göndermek ya da mesaj almak	Kadın	460	3,90	1,04	2,00	**0,045**
	Erkek	355	3,74	1,15		
İnsanları daha iyi tanımak	Kadın	460	2,91	1,14	0,58	0,561
	Erkek	355	2,86	1,25		
İnsanların iletişim bilgilerine ulaşabilmek	Kadın	460	2,56	1,17	0,90	0,370
	Erkek	355	2,49	1,13		
Kişisel sunum ve profil bilgilerimi paylaşmak	Kadın	460	2,51	1,17	-0,85	0,398
	Erkek	355	2,58	1,22		

Sosyal ağ araçlarını ne amaçla kullandıkları sorusuna katılımcıların cinsiyetine göre tanıdıklarımın fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek (t= 5,00; p< .001), eğlenmek ve rahatlamak (t= 5,47; p< .001), boş zamanları değerlendirmek (t= 2,06; p< .05), mesaj göndermek ya da mesaj almak (t= 2,00; p< .05) maddelerinde anlamlı farklılık bulunmaktadır. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde;

anlamlı farklılık bulunan maddelerin hepsinde kadınların erkeklere göre daha yüksek oranlara sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.3. Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığı

Araştırmaya katılan katılımcıların haftalık en sık kullandıkları sosyal ağ aracı olarak Whatsapp ($\overline{X}$ = 4,65) ilk sırada yer alırken, Whatsapp'ı Instagram ($\overline{X}$ = 4,08) ve Facebook ($\overline{X}$ = 3,41) takip etmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Haftalık Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığının Merkezi Eğilim İstatistikleri

Sosyal Ağ Araçları	N	Min.	Max.	$\overline{X}$	SD
Whatsapp	815	1	5	4,65	0,68
Instagram	815	1	5	4,08	0,94
Facebook	815	1	5	3,41	1,04
Twitter	815	1	5	2,43	1,32
Snapchat	815	1	5	1,80	1,06
LinkedIn	815	1	5	1,37	0,80

Snapchat ile LinkedIn ise; katılımcıların haftalık daha az kullandıkları sosyal ağ türleri olarak dikkat çekmektedir.

Tablo 7. Cinsiyete Göre Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığındaki Farklılık

Sosyal Ağ Araçları	**Cinsiyet**	**N**	$\overline{X}$	**SD**	**t-value**	**Sig.**
Whatsapp	Kadın	460	4,67	0,65	1,58	0,291
	Erkek	355	4,62	0,71		
Instagram	Kadın	460	4,13	0,90	1,92	0,055
	Erkek	355	4,01	0,97		
Facebook	Kadın	460	3,13	0,94	-9,33	**0,000**
	Erkek	355	3,78	1,04		
Twitter	Kadın	460	2,55	1,37	3,08	**0,002**
	Erkek	355	2,26	1,24		
Snapchat	Kadın	460	1,93	1,12	3,96	**0,000**
	Erkek	355	1,63	1,00		
LinkedIn	Kadın	460	1,26	0,59	-4,60	**0,000**
	Erkek	355	1,52	0,98		

Sosyal ağ araçlarını ne sıklıkla kullandıkları sorusuna katılımcıların cinsiyetine göre Twitter (t= 3.08; p< .01), Facebook (t= -9,33; p< .001), Snapchat (t= 3,96; p< .001), LinkedIn (t= -4,60; p< .001) faktörlerine verdikleri önem anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; kadınların erkeklere göre Twitter ve Snapchat'ı daha sık kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan erkeklerin kadınlara göre, Facebook ve LinkedIn'i daha sık kullandıkları görülmektedir. Ancak Whatsapp ve Instagram'da cinsiyete göre anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Tablo 8. Şehre Göre Sosyal Ağ Araçlarını Kullanım Sıklığındaki Farklılık

Sosyal Ağ Araçları	Cinsiyet	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Whatsapp	İzmir	405	3,40	1,03	-0,23	0,814
	Konya	410	3,42	1,04		
Instagram	İzmir	405	4,05	0,89	-0,92	0,358
	Konya	410	4,11	0,98		
Facebook	İzmir	405	4,64	0,64	-0,04	0,968
	Konya	410	4,65	0,71		
Twitter	İzmir	405	2,59	1,29	3,62	**0,000**
	Konya	410	2,26	1,32		
Snapchat	İzmir	405	1,85	1,06	1,38	0,167
	Konya	410	1,75	1,06		
LinkedIn	İzmir	405	1,44	0,85	2,33	**0,020**
	Konya	410	1,31	0,73		

Sosyal ağ araçlarını ne sıklıkla kullandıkları sorusuna katılımcıların yaşadığı şehre göre Twitter (t= 3,62; p< .001) ve LinkedIn (t= 2,33; p< .05) faktörlerine verdikleri önem anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre Twitter LinkedIn'i daha sık kullandıkları görülmektedir. Bununla beraber, anlamlı farklılık içermeyen faktörlerden Snapchat dışında diğer tüm faktörlerde Konya'daki katılımcıların oranı İzmir'dekilere göre daha yüksek oranlara sahiptir.

3.2.4. Sosyal Ağlarda Özel Alanın Sınırları

Sosyal ağ profilinde gerçek adını paylaşan katılımcıların oranı yüzde 95 iken paylaşmayanların oranı yüzde 5' tir. Katılımcıların neredeyse tamamına yakını sosyal ağlarda gerçek adını kullandığını söylemektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Sosyal Ağlarda Paylaştığı Profil Bilgilerinin Yüzdelik Dağılımı

Profil Bilgileri	**Seçenek**	**Sayı**	**Yüzde (%)**	**Geçerli yüzde (%)**
Gerçek adınız	Evet	774	95,0	95,0
	Hayır	41	5,0	5,0
Yaşadığınız yer/Memleketiniz	Evet	697	85,5	85,5
	Hayır	118	14,5	14,5
Eğitim durumunuz	Evet	635	77,9	77,9
	Hayır	180	22,1	22,1
Doğum tarihiniz	Evet	571	70,1	70,1
	Hayır	244	29,9	29,9
Yaptığınız iş	Evet	442	54,2	54,2
	Hayır	373	45,8	45,8
İlişki durumunuz	Evet	303	37,2	37,2
	Hayır	512	62,8	62,8
İletişim bilgileriniz	Evet	195	23,9	23,9
	Hayır	620	76,1	76,1
Siyasi görüşünüz	Evet	141	17,3	17,3
	Hayır	674	82,7	82,7
Toplam		**815**	**100,0**	**100,0**

Sosyal ağlarda yaşadığı yer/memleketini paylaşan katılımcıların oranı yüzde 85,5 iken paylaşmayanların oranı yüzde 14,5'tir. Eğitim durumunu paylaşan katılımcıların oranı yüzde 77,9 iken paylaşmayanların oranı yüzde 22,1'dir. Doğum tarihini paylaşan katılımcıların oranı yüzde 70,1 iken paylaşmayanların oranı yüzde 29,9'dur. Öte yandan en az paylaşılan yüzde 23,9 ile iletişim bilgileri ve yüzde 17,3 ile siyasi görüştür. Görüldüğü üzere iletişim bilgileri ve siyasi görüş bilgisi sosyal ağlarda paylaşmak için çok tercih edilmemektedir. Sonuçlara bakıldığında, katılımcıların en fazla gerçek adını, en az siyasi görüşünü paylaştığı görülmektedir.

Tablo 10. Cinsiyete Göre Gerçek Adın Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde Gerçek Adın Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	425	92,4
	Hayır	35	7,6
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	349	98,3
	Hayır	6	1,7
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=14,691; df= 1; p= ,000			

Erkeklerin yüzde 98,3'ü, kadınların ise yüzde 92,4'ü sosyal ağ profilinde gerçek adını paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde gerçek adını daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,001 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Cinsiyete Göre Doğum Tarihinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde Doğum Tarihinin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	315	68,5
	Hayır	145	31,5
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	256	72,1
	Hayır	99	27,9
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=1,262; df= 1; p= ,261			

Erkeklerin yüzde 72,1'i, kadınların ise yüzde 68,5'i sosyal ağ profilinde doğum tarihini paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde doğum tarihini daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir.

Tablo 12. Cinsiyete Göre Yaşanılan Yerin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde Yaşanılan Yerin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	385	83,7
	Hayır	75	16,3
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	312	87,9
	Hayır	43	12,1
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=2,843; df= 1; p= ,092			

Erkeklerin yüzde 87,9'u, kadınların ise yüzde 83,7'si sosyal ağ profilinde yaşadığı yeri paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde yaşadığı yeri daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir.

Tablo 13. Cinsiyete Göre Eğitim Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde Eğitim Durumunun Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	346	75,2
	Hayır	114	24,8
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	289	81,4
	Hayır	66	36,7
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=4,463; df= 1; p= ,035			

Erkeklerin yüzde 81,4'ü, kadınların ise yüzde 75,2'si sosyal ağ profilinde eğitim durumunu paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde eğitim durumunu daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Cinsiyete Göre İlişki Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde İletişim Durumunun Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	130	28,3
	Hayır	330	71,7
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	173	48,7
	Hayır	182	51,3
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=35,953; df= 1; p= ,000			

Erkeklerin yüzde 48,7'si, kadınların ise yüzde 28,3'ü sosyal ağ profilinde ilişki durumunu paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde ilişki durumunu daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,001 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 15. Cinsiyete Göre Mesleğin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde Yaşanılan Yerin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	206	44,8
	Hayır	254	55,2
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	236	66,5
	Hayır	119	33,5
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=38,000; df= 1; p= ,000			

Erkeklerin yüzde 66,5'i, kadınların ise yüzde 44,8'i sosyal ağ profilinde meslek durumunu paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde meslek durumunu daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,001 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 16. Cinsiyete Göre İletişim Bilgilerinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde İletişim Bilgilerinin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	58	12,6
	Hayır	402	87,4
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	137	38,6
	Hayır	218	61,4
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=74,318; df= 1; p= ,000			

Erkeklerin yüzde 38,6'sı, kadınların ise yüzde 12,6'sı sosyal ağ profilinde iletişim bilgilerini paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde iletişim bilgilerini daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,001 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 17. Cinsiyete Göre Siyasi Görüşün Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Sosyal Ağ Profilinde Siyasi Görüşün Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	61	13,3
	Hayır	399	86,7
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	80	22,5
	Hayır	275	77,5
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=12,046; df= 1; p= ,001			

Erkeklerin yüzde 22,5'i, kadınların ise yüzde 13,3'ü sosyal ağ profilinde siyasi görüşünü paylaşmaktadır. Erkeklerin kadınlara göre sosyal ağ profilinde siyasi görüşünü daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,01 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 18. Yaşanılan Şehre Göre Gerçek Adın Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde Gerçek Adın Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	389	96,0
	Hayır	16	4,0
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	385	93,9
	Hayır	25	6,1
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=1,966; df= 1; p= ,161			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 96'sı, Konya'dakilerin ise yüzde 93,9'u sosyal ağ profilinde gerçek adını paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde gerçek adını daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir.

Tablo 19. Yaşanılan Şehre Göre Doğum Tarihinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde Doğum Tarihinin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	304	75,1
	Hayır	101	24,9
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	267	65,1
	Hayır	143	34,9
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=9,597; df= 1; p= ,002			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 75,1'i, Konya'dakilerin ise yüzde 65,1'i sosyal ağ profilinde doğum tarihini paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde doğum tarihini daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,01 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 20. Yaşanılan Şehre Göre Yaşanılan Yerin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde Yaşanılan Yerin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	359	88,6
	Hayır	46	11,4
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	338	82,4
	Hayır	72	17,6
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=6,331; df= 1; p= ,012			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 88,6'sı, Konya'dakilerin ise yüzde 82,4'ü sosyal ağ profilinde yaşadığı yeri paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde yaşadığı yeri daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 21. Yaşanılan Şehre Göre Eğitim Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde Eğitim Durumunun Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	334	82,5
	Hayır	71	17,5
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	301	73,4
	Hayır	109	26,6
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=9,707; df= 1; p= ,002			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 82,5'i, Konya'dakilerin ise yüzde 73,4'ü sosyal ağ profilinde eğitim durumunu paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde eğitim durumunu daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,01 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 22. Yaşanılan Şehre Göre İlişki Durumunun Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde İlişki Durumunun Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	175	43,2
	Hayır	230	56,8
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	128	31,2
	Hayır	282	68,8
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=12,541; df= 1; p= ,000			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 43,2'si, Konya'dakilerin ise yüzde 31,2'si sosyal ağ profilinde ilişki durumunu paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde ilişki durumunu daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,001 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 23. Yaşanılan Şehre Göre Mesleğin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde Mesleğin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	228	56,3
	Hayır	177	43,7
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	214	52,2
	Hayır	196	47,8
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=1,381; df= 1; p= ,240			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 56,3'ü, Konya'dakilerin ise yüzde 52,2'si sosyal ağ profilinde meslek durumunu paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde mesleğini daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir.

Tablo 24. Yaşanılan Şehre Göre İletişim Bilgilerinin Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde İletişim Bilgilerinin Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	100	24,7
	Hayır	305	75,3
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	95	23,2
	Hayır	315	76,8
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=,259; df= 1; p= ,611			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 24,7'si, Konya'dakilerin ise yüzde 23,2'si sosyal ağ profilinde iletişim bilgilerini paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde iletişim bilgilerini daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir.

Tablo 25. Yaşanılan Şehre Göre Siyasi Görüşün Paylaşılmasının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Sosyal Ağ Profilinde Siyasi Görüşün Paylaşılması	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	83	20,5
	Hayır	322	79,5
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	58	14,1
	Hayır	352	85,9
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=5,737; df= 1; p= ,017			

İzmir'deki katılımcıların yüzde 20,5'i, Konya'dakilerin ise yüzde 14,1'i sosyal ağ profilinde siyasi görüşünü paylaşmaktadır. İzmir'deki katılımcıların Konya'dakilere göre sosyal ağ profilinde mesleğini daha fazla paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında, 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

Özetle sosyal ağlarda özel alanın sınırlarına bakıldığında, erkeklerin kadınlara, İzmir'deki katılımcıların da Konya'daki katılımcılara göre tüm bilgileri daha yüksek oranda sosyal ağlarda paylaştığı görülmektedir. Bu durumu, toplumsal yapıyla ilişkilendirmek mümkündür. Daha modern özelliklere sahip İzmir'e göre daha muhafazakâr ve daha kapalı bir yapıya sahip Konya şehri için özel alan sınırlarının daha keskin çekilmesi doğal bir sonuca işaret etmektedir. Benzer şekilde, kadına ve erkeğe toplumda farklı bakılması, davranılması, beklenen rollerin, tutumların, davranışların farklılık göstermesi hatta kadın bedeninin namus ve mahrem gibi kravramlar üzerinden okunması bu sonuçları açıklamaktadır.

3.2.5. Sosyal Ağlarda Gizlilik Politikasının Okunma Düzeyleri

Katılımcıların yüzde 47,9'u sosyal ağlara kayıt olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okumuş, yüzde 52,1 ise okumamıştır. Verilen yanıtlara bakıldığında, gizlilik politikası ya da veri ilkesinin okunup okunmamasının neredeyse yarı yarıya bir orana sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 26. Katılımcıların Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okumalarının Yüzdelik Dağılımı

Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okuma	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli yüzde (%)
Evet	390	47,9	47,9
Hayır	425	52,1	52,1
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Katılımcıların cinsiyetine göre sosyal ağlara kayıt olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuyup okumadığına bakıldığında; kadınların yüzde 53,3'ünün okuduğu görülürken, yüzde 46,7'sinin okumadığı görülmektedir. Erkeklerin ise yüzde 59,2'sinin okumadığı görülürken, yüzde 40,8'inin okuduğu görülmektedir. Her iki cinsiyette de verilen yanıtların birbirine yakın olduğu görülse de, sosyal ağlara kayıt olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuyanları kadınların oluşturulduğu gözlenmektedir. Bunun karşısında, erkeklerin yarısından çoğunun

sosyal ağlara kayıt olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okumadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 27. Katılımcıların Cinsiyete Göre Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okumalarının Yüzdelik Dağılımı

Cinsiyet	Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okuma	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	Evet	245	53,3
	Hayır	215	46,7
	Toplam	**460**	**100,0**
Erkek	Evet	145	40,8
	Hayır	210	59,2
	Toplam	**355**	**100,0**
χ 2=12,378; df= 1; p= ,000			

Katılımcıların yaşadığı şehre göre sosyal ağlara kayıt olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuyup okumadığına bakıldığında; İzmir'deki katılımcıların yüzde 53,6'sının okumadığı görülürken, yüzde 46,4'ünün okuduğu görülmektedir. Konya'da yaşayan katılımcıların ise yüzde 50,7'sinin okumadığı görülürken, yüzde 49,3'ünün okuduğu görülmektedir.

Tablo 28. Katılımcıların Yaşadığı Şehre Göre Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okumalarının Yüzdelik Dağılımı

Şehir	Gizlilik Politikası ya da Veri İlkesini Okuma	Sayı	Yüzde (%)
İzmir	Evet	188	46,4
	Hayır	217	53,6
	Toplam	**405**	**100,0**
Konya	Evet	202	49,3
	Hayır	208	50,7
	Toplam	**410**	**100,0**
χ 2=,663; df= 1; p= ,416			

Her iki şehirde de verilen yanıtların birbirine yakın olduğu görülse de, çoğunluğun sosyal ağlara kayıt olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okumadığı gözlenmektedir.

3.2.6. Röntgencilik Düzeyleri

Araştırmaya katılan katılımcılar röntgencilik düzeylerinden en fazla insanların normalde görmediği yüzünü gösteren ($\overline{X}$ = 3,01) ve insanların özel anlarını izlediği sosyal ağlardan ($\overline{X}$ = 2,93) hoşlanmaktadır. Bunun karşısında, katılımcılar en az insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan ($\overline{X}$ = 2,32) hoşlanmaktadır.

Tablo 29. Katılımcıların Röntgencilik Düzeylerinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

Röntgencilik Düzeyleri	N	Min.	Max.	$\overline{X}$	SD
İnsanların normalde görmediğim yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanırım	815	1	5	3,01	1,47
İnsanların özel anlarını izlediğim sosyal ağlardan hoşlanırım	815	1	5	2,93	1,35
İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırım	815	1	5	2,32	1,37

Sosyal ağlarda röntgencilik düzeyleri katılımcıların cinsiyetine göre, sadece insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma (t= 2,81; p< .01) düzeyinde anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; kadınların ($\overline{X}$ =3,05) erkeklere ($\overline{X}$ =2,78) göre daha yüksek oranda insanların özel anlarını izledikleri sosyal ağlardan hoşlandıkları görülmektedir. Anlamlı farklılık olmasa da, insanların normalde görmediği yüzünü gösteren ve insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlananları da yine kadınlar oluşturmaktadır. Bununla birlikte, sosyal ağlarda katılımcıların cinsiyetine göre tüm röntgencilik düzeylerinde (t= 2,10; p< .05) anlamlı farklılık bulunmaktadır. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; kadınların ($\overline{X}$ =2,82)

erkeklere ($\overline{X}$ =2,66) göre tüm röntgencilik düzeylerinde daha yüksek orana sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 30.Cinsiyete Göre Röntgencilik Düzeylerindeki Farklılık

Röntgencilik Düzeyleri	Cinsiyet	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
İnsanların özel anlarını izlediğim sosyal ağlardan hoşlanırım	Kadın	460	3,05	1,35	2,81	**0,005**
	Erkek	355	2,78	1,34		
İnsanların normalde görmediğim yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanırım	Kadın	460	3,03	1,46	0,38	0,704
	Erkek	355	2,99	1,48		
İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırım	Kadın	460	2,40	1,38	1,96	0,050
	Erkek	355	2,21	1,35		
Tüm Röntgencilik Düzeyleri	Kadın	460	2,82	1,12	2,10	**0,036**
	Erkek	355	2,66	1,09		

Sosyal ağlarda röntgencilik düzeyleri katılımcıların yaşadığı şehre göre, sadece insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma (t= -3,88; p< .001) düzeyinde anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; Konya'daki katılımcıların İzmir'dekilere göre daha yüksek oranda insanların özel anlarını izledikleri sosyal ağlardan hoşlandıkları görülmektedir. Anlamlı farklılık olmasa da, insanların normalde görmediği yüzünü gösteren ve insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlananları da yine Konya'daki katılımcılar oluşturmaktadır. Bununla birlikte, sosyal ağlarda katılımcıların yaşadığı şehre tüm röntgencilik düzeylerinde (t= -2,08; p< .05) anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Tablo 31. Yaşanılan Şehre Göre Röntgencilik Düzeylerindeki Farklılık

Röntgencilik Düzeyleri	Şehir	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
İnsanların özel anlarını izlediğim sosyal ağlardan hoşlanırım	İzmir	405	2,75	1,25	-3,88	**0,000**
	Konya	410	3,11	1,42		
İnsanların normalde görmediğim yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanırım	İzmir	405	2,99	1,46	-0,36	0,722
	Konya	410	3,03	1,48		
İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırım	İzmir	405	2,27	1,36	-0,91	0,365
	Konya	410	2,36	1,38		
Tüm Röntgencilik Düzeyleri	İzmir	405	2,67	1,10	-2,08	**0,038**
	Konya	410	2,83	1,12		

Ayrıca Konya'da yaşayan katılımcıların ($\overline{X}$=2,83) İzmir'dekilere ($\overline{X}$=2,67) göre tüm röntgencilik düzeylerinde daha yüksek orana sahip olduğu görülmektedir.

3.2.7. Kendini Teşhir Düzeyleri

Katılımcıların kendileri hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri kimlerle paylaştıklarının yüzdelik dağılımına bakıldığında; en fazla paylaşımın yüzde 47,9 oranında arkadaşlar ve yüzde 20,6 oranında özel kişilerle yapıldığı görülmektedir. Katılımcıların kendileri hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri başta arkadaşları olmak üzere kendilerine yakın buldukları kişilerle paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca en düşük oranda tercih edilen kişileri yabancılar oluşturmaktadır.

Tablo 32. Katılımcıların Kendileri Hakkında Hoşlandığı ve Hoşlanmadığı Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı

Paylaşım	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Özel kişiler	168	20,6	20,6
Arkadaşlar	390	47,9	47,9
Yabancılar	3	0,4	0,4
Herkes	30	3,7	3,7
Hiç kimse	108	13,3	13,3
Özel kişiler ve Arkadaşlar	116	14,2	14,2
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Katılımcıların hayatında önemli olan şeyleri kimlerle paylaştıklarının yüzdelik dağılımına bakıldığında, en fazla paylaşımın yüzde 38,8 oranında özel kişiler ve yüzde 36,3 oranında arkadaşlarla yapıldığı görülmektedir. Katılımcıların hayatında önemli olan şeyleri başta özel kişiler olmak üzere kendilerine yakın buldukları kişilerle paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. En düşük oranda tercih edilen kişileri ise yabancılar ve herkes oluşturmaktadır.

Tablo 33. Katılımcıların Hayatında Önemli Olan Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı

Paylaşım	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Özel kişiler	316	38,8	38,8
Arkadaşlar	296	36,3	36,3
Herkes	22	2,7	2,7
Hiç kimse	99	12,1	12,1
Özel kişiler ve Arkadaşlar	77	9,4	9,4
Özel kişiler ve Yabancılar	3	0,4	0,4
Yabancılar ve Herkes	2	0,2	0,2
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Katılımcıların yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri kimlerle paylaştıklarının yüzdelik dağılımına bakıldığında, en fazla oranın 50,8 ile hiç kimseye ait olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısı, yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri hiç kimseyle paylaşmamaktadır. Öte yandan eğer bir paylaşım

yapılacaksa bu kişilerin yüzde 30,7 ile özel kişiler olduğu gözlenmektedir. Ayrıca en düşük oranda tercih edilen kişileri yabancılar oluşturmaktadır.

Tablo 34. Katılımcıların Yaptığı İçin Kendini Suçlu Hissettiği Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı

Paylaşım	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Özel kişiler	250	30,7	30,7
Arkadaşlar	99	12,1	12,1
Yabancılar	11	1,3	1,3
Herkes	19	2,3	2,3
Hiç kimse	414	50,8	50,8
Özel kişiler ve Yabancılar	21	2,6	2,6
Yabancılar ve Herkes	1	0,1	0,1
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Katılımcıların yaptığı için gurur duyduğu şeyleri kimlerle paylaştıklarının yüzdelik dağılımına bakıldığında, en fazla paylaşımın yüzde 37,9 oranında arkadaşlar, yüzde 19,9 oranında herkes ve yüzde 19 oranında özel kişilerle yapıldığı görülmektedir. Katılımcıların yaptığı için gurur duyduğu şeyleri başta arkadaşları olmak üzere kendilerine yakın buldukları kişilerle ancak zaman zaman da herkesle paylaşmayı tercih ettiği gözlenmektedir. Ayrıca en düşük oranda tercih edilen kişileri yabancılar ile özel kişiler ve yabancılar oluşturmaktadır.

Tablo 35. Katılımcıların Yaptığı İçin Gurur Duyduğu Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı

Paylaşım	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Özel kişiler	155	19,0	19,0
Arkadaşlar	309	37,9	37,9
Yabancılar	1	0,1	0,1
Herkes	162	19,9	19,9
Hiç kimse	100	12,3	12,3
Özel kişiler ve Arkadaşlar	84	10,3	10,3
Özel kişiler ve Yabancılar	1	0,1	0,1
Yabancılar ve Herkes	3	0,4	0,4
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Katılımcıların korkularını kimlerle paylaştıklarının yüzdelik dağılımına bakıldığında, bu korkularını yüzde 45,4 oranıyla hiç kimseyle paylaşmamayı tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların hemen hemen yarısı, yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri hiç kimseyle paylaşmamaktadır. Öte yandan eğer bir paylaşım yapılacaksa bu kişilerin yüzde 30,8 ile özel kişiler olduğu gözlenmektedir. Ayrıca en düşük oranda tercih edilen kişileri yine yabancılar oluşturmaktadır.

Tablo 36. Katılımcıların Korkularını Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı

Paylaşım	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Özel kişiler	251	30,8	30,8
Arkadaşlar	144	17,7	17,7
Yabancılar	6	0,7	0,7
Herkes	19	2,3	2,3
Hiç kimse	370	45,4	45,4
Özel kişiler ve	24	2,9	2,9
Özel kişiler ve	1	0,1	0,1
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Katılımcıların diğer insanlarla yakın ilişkilerini kimlerle paylaştıklarının yüzdelik dağılımına bakıldığında, bu paylaşımı yüzde 35,7 ile arkadaşlar ve yüzde 31,2 ile özel kişilerin oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca en düşük oranda tercih edilen kişileri yine yabancılar ile özel kişile ve yabancılar oluşturmaktadır.

Tablo 37. Katılımcıların Diğer İnsanlarla Yakın İlişkilerini Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı

Paylaşım	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Özel kişiler	252	31,2	31,2
Arkadaşlar	291	35,7	35,7
Yabancılar	4	0,5	0,5
Herkes	41	5,0	5,0
Hiç kimse	157	19,3	19,3
Özel kişiler ve Arkadaşlar	66	8,1	8,1
Özel kişiler ve Yabancılar	2	0,2	0,2
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Katılımcıların kamuya açık alanlarda yapamayacakları şeyleri kimlerle paylaştıklarının yüzdelik dağılımına bakıldığında, yüzde 55,8 oranıyla hiç kimseyle paylaşmamayı tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların yarısından fazlası, kamuya açık alanlarda yapamayacakları şeyleri sosyal ağlarda da hiç kimseyle paylaşmamaktadır.

Tablo 38. Katılımcıların Kamuya Açık Alanlarda Yapamayacakları Şeyleri Kimlerle Paylaştıklarının Yüzdelik Dağılımı

Paylaşım	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Özel kişiler	190	23,3	23,3
Arkadaşlar	124	15,2	15,2
Yabancılar	5	0,6	0,6
Herkes	25	3,1	3,1
Hiç kimse	455	55,8	55,8
Özel kişiler ve Arkadaşlar	16	2,0	2,0
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Öte yandan eğer bir paylaşım yapılacaksa bu kişilerin yüzde 23,3 ile özel kişiler olduğu gözlenmektedir. Ayrıca en düşük oranda tercih edilen kişileri yine yabancılar oluşturmaktadır.

Tablo 39. Cinsiyete Göre Kendini Teşhir Düzeylerindeki Farklılık

Kendini Teşhir Düzeyleri	Cinsiyet	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Kamuya açık alanlarda yapamayacağım şeyleri	Kadın	460	3,50	1,83	-1,53	0,126
	Erkek	355	3,70	1,72		
Diğer insanlarla yakın ilişkilerimi	Kadın	460	2,62	1,74	-1,54	0,123
	Erkek	355	2,82	1,79		
Korkularımı	Kadın	460	3,15	1,89	-1,51	0,132
	Erkek	355	3,34	1,83		
Yaptığım için gurur duyduğum şeyleri	Kadın	460	2,91	1,71	-2,14	**0,033**
	Erkek	355	3,16	1,66		
Yaptığım için kendimi suçlu hissettiğim şeyleri	Kadın	460	3,37	1,93	-0,35	0,723
	Erkek	355	3,41	1,81		
Hayatımda önemli olan şeyleri	Kadın	460	2,36	1,78	-1,54	0,124
	Erkek	355	2,55	1,73		
Kendim hakkında hoşlandığım ve hoşlanmadığım şeyleri	Kadın	460	2,85	1,84	0,30	0,762
	Erkek	355	2,82	1,67		
Tüm Kendini Teşhir Düzeyleri	Kadın	460	2,96	1,14	-1,84	0,065
	Erkek	355	3,11	1,12		

Sosyal ağlarda kendini teşhir düzeyleri katılımcıların cinsiyetine göre, sadece yaptığı için gurur duyduğu şeyleri ($t= -2,14$; $p< .05$) paylaşma düzeyinde anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; erkekler ($\overline{X} = 3,16$) kadınlara ($\overline{X} = 2,91$) göre yaptığı için gurur duyduğu şeyleri sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır. Anlamlı farklılık olmasa da, kadınlar sadece kendileri hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda paylaşma düzeyinde yüksek orana sahipken diğer tüm düzeylerde erkekler daha yüksek orana sahiptir. Bununla birlikte, sosyal ağlarda katılımcıların cinsiyetine tüm kendini teşhir düzeylerinde anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; anlamlı bir farklılık olmasa da erkeklerin kadınlara göre tüm kendine teşhir düzeylerinde daha yüksek orana sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 40. Yaşanılan Şehre Göre Kendini Teşhir Düzeylerindeki Farklılık

Kendini Teşhir Düzeyleri	Cinsiyet	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Kamuya açık alanlarda yapamayacağım şeyleri	İzmir	405	3,62	1,77	0,509	0,611
	Konya	410	3,56	1,79		
Diğer insanlarla yakın ilişkilerimi	İzmir	405	2,80	1,86	1,480	0,139
	Konya	410	2,62	1,65		
Korkularımı	İzmir	405	3,18	1,87	-0,785	0,433
	Konya	410	3,28	1,86		
Yaptığım için gurur duyduğum şeyleri	İzmir	405	3,05	1,79	0,497	0,619
	Konya	410	2,99	1,59		
Yaptığım için kendimi suçlu hissettiğim şeyleri	İzmir	405	3,36	1,89	-0,486	0,627
	Konya	410	3,42	1,86		
Hayatımda önemli olan şeyleri	İzmir	405	2,55	1,82	1,799	0,072
	Konya	410	2,33	1,68		
Kendim hakkında hoşlandığım ve hoşlanmadığım şeyleri	İzmir	405	2,93	1,84	1,489	0,137
	Konya	410	2,75	1,69		
Tüm Kendini Teşhir Düzeyleri	İzmir	405	3,06	1,12	0,976	0,329
	Konya	410	2,99	1,15		

Sosyal ağlarda kendini teşhir düzeyleri katılımcıların yaşadığı şehre göre, hiçbir düzeyde anlamlı farklılık göstermemektedir. Anlamlı farklılık olmasa da, Konya'daki katılımcılar sadece korkularını ve yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri sosyal ağlarda paylaşma düzeyinde yüksek orana sahipken diğer tüm düzeylerde İzmir'de yaşayan katılımcılar daha yüksek orana sahiptir. Bununla birlikte, sosyal ağlarda katılımcıların yaşadığı şehre tüm kendini teşhir düzeylerinde anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde; anlamlı bir farklılık olmasa da İzmir'de yaşayan katılımcıların Konya'dakilere göre tüm kendini teşhir düzeylerinde daha yüksek orana sahip olduğu görülmektedir.

3.2.8. Gruplandırılmış Temel Faktörler, Mahremiyet Yöneliminin Boyutları ve Alt Boyutları

Anket çalışmasında 2-17 arasındaki sorular 4 faktöre (diğer ihtimalli mahremiyet, kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı, bir hak olarak mahremiyet, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı) göre tasarlanmıştır. Faktör analizinden elde edilen sonuçlara göre de 4 gruba ayrılan faktörlerin daha önce başka çalışmalarda kullanılan ve soru formunda tasarlanan faktörlere göre yalnızca bir maddesi çıkarılmıştır. Konya ve İzmir şehirlerinde yapılan saha araştırmasında, "kendimin mahremiyeti kadar diğer insanların mahremiyetine de değer veriyorum" maddesi çok düşük orana sahip olduğundan çıkarılmıştır.

Tablo 41. Mahremiyet Yönelimi Boyutlarının Faktör Analizi

	Faktörler			
	1	**2**	**3**	**4**
(1) Diğer İhtimalli Mahremiyet				
Kendi özel hayatını korumaya özen göstermeyen kişilerin benim özel hayatıma saygı göstereceğine güvenmiyorum.	**,801**			
Kendi özel yaşamları hakkındaki detayları herkesle paylaşan birine sırdaş olarak güvenemem.	**,795**			
Özel hayatımın mahremiyetinin güvende olması için, arkadaşlarımın da kendi özel hayatları hakkında dikkatli olması gerekir.	**,740**			
Çevremdeki insanların kendi hayatlarının mahremiyetine (gizliliğine) ne kadar özen gösterdikleri benim özelimin ne kadar korunabileceğini etkiler.	**,594**			
(2) Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı				
Kişisel bilgilerimi istediğimden daha fazla kişi ile paylaşmış olmak beni kaygılandırıyor.		,736		
Kişisel bilgilerimin detaylarını birisiyle paylaştığım zaman diğer insanlarla bunları paylaşacağı hakkında endişe duyarım.		,726		
Etrafımdakilerin özel hayatım hakkında gereğinden fazla bilgiye sahip olduklarından kaygılıyım.		,722		
Kimlik bilgilerini paylaşmanın sonuçları hakkında kaygılıyım.		,584		
(3) Bir Hak Olarak Mahremiyet				

Mahremiyet (gizlilik) ile ilgili yasalar, kişilerin özel yaşamlarını koruyacak şekilde güçlendirilmelidir	**,848**	
İnsanlar kişisel verilerin suiistimal edilmesine karşın yasal olarak korunmalıdırlar.	**,811**	
Eğer bugün bir anayasa yazacak olsaydım büyük ihtimalle kişisel mahremiyeti temel hak olarak eklerdim.	**,503**	
(4) Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı		
Bir kişi kendi mahremiyetini korumaya özen göstermiyorsa bile, ben elimden geldiğince o kişinin özel yaşamına burun sokmamaya çalışırım.		,817
Başkalarının özel hayatlarına karışmamak için her zaman elimden geleni yaparım		,790
Başkalarının mahremiyetine saygı, sosyal ilişkilerde önemli bir öncelik olmalıdır.		,606
Kendileri dikkat etmiyorsa bile, başkalarının mahremiyetine saygı göstermek benim için önemlidir.		,492

Anket çalışması sonucunda, testten elde edilen veri sonucuna göre, değişkenler arasında korelasyon bulunmaktadır ve veriler faktör analizine uygundur.

Mahremiyet yönelimi faktörlerinin özdeğerine bakıldığında, bir hak olarak mahremiyet 5,28, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı 1,57, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı 1,30 ve diğer ihtimalli mahremiyet 1,03 oranındadır. Bununla birlikte, bir hak olarak mahremiyet faktörü yüzde 35,24'ünü, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı faktörü yüzde 10,48'ini, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı faktörü yüzde 8,67'sini ve diğer ihtimalli mahremiyet faktörü yüzde 6,86'sını açıklamaktadır. Faktörlerin güvenilirlik değerlerine bakıldığında da, değerlerin çalışma açısından oldukça yeterli olduğu gözlenmektedir.

Tablo 42. Mahremiyet Yönelimi Faktör Özdeğerleri, Açıklanan Varyansları ve Güvenilirliği

Faktörler	**Özdeğer**	**Açıklanan Varyans**	**Güvenilirlik**
Bir Hak Olarak Mahremiyet	5,28	35,24	.675
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	1,57	10,48	.758
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	1,30	8,67	.732
Diğer İhtimalli Mahremiyet	1,03	6,86	.794
Toplam		**61,27**	**.865**
KMO Measure of Sampling Adequacy: .884; **Barlett's Test of Sphericity:** X^2= 3954,010; df=105; p= .000			

Mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü belirlemek üzere korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde; en güçlü pozitif anlamlı ilişkinin kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutları arasında olduğu dikkat çekmektedir (r=,551; p< 01). Bir başka anlatımla katılımcıların kendi mahremiyetine ilişkin kaygısı arttıkça, diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda da bir artış yaşanmaktadır. Bununla birlikte, diğer boyutların tümünde de birbiri arasında orta düzeyde pozitif anlamlı ilişki bulunması dikkat çeken diğer bir noktadır.

Tablo 43. Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Bulguları (Pearson r)

Mahremiyet Yönelim Boyutları	**1**	**2**	**3**	**4**
Bir Hak Olarak Mahremiyet	1			
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	,462**	1		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	,432**	,443**	1	
Diğer İhtimalli Mahremiyet	,369**	,551**	,421**	1

Not: **p< .01

Mahremiyet yönelim boyutlarının belirlenmesinin ve boyutlar arasındaki ilişkinin saptanmasının ardından mahremiyet yönelimine ilişkin alt boyutlar

belirlendi. Mahremiyet yönelimi alt boyutları mahremiyet yönelimi ölçeğinden alınan puana göre kategorileştirildi. Ölçekten en düşük puan alanlar (0-49 puan arası) "Mahremiyet Umursamazları", ortalama ve üzeri puan alanlar (50-79 puan arası) "Mahremiyet Bireycileri" ve en yüksek puan alanlar (80 ve 100 puan arası) "Mahremiyet Savunucuları" olarak kategorileştirildi[54].

Tablo 44. Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları

Alt Boyutlar	Sayı	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)
Mahremiyet Savunucuları	348	42,7	42,7
Mahremiyet Bireycileri	448	55,0	55,0
Mahremiyet Umursamazları	19	2,3	2,3
Toplam	**815**	**100,0**	**100,0**

Bu doğrultuda, mahremiyet yönelimi alt boyutlarının yüzde 55'ini mahremiyet bireycileri, yüzde 42,7'sini mahremiyet savunucuları ve yüzde 2,3'ünü mahremiyet umursamazları oluşturmaktadır. Katılımcıların yarısından fazlasını mahremiyet yönelim ölçeğinden ortalama puan alan mahremiyet bireycilerinin oluşturduğu görülmektedir. Öte yandan, ölçekten düşük puan alan mahremiyet umursamazları sayısının da oldukça az olduğu dikkat çekmektedir.

3.2.9. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Değerlendirme

3.2.9.1. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Yaşanılan Yere Göre Değerlendirmesi

Yaşanılan yere göre mahremiyet yönelimi boyutları arasındaki farklılık incelendiğinde, hak olarak mahremiyet ($t= 2,71$; $p< .01$) ve kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($t= 2,82$; $p< .01$) boyutları anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde, mahremiyet yönelimi boyutları açısından, İzmir'de yaşayan katılımcılar ($\overline{X} = 4,56$), Konya'ya ($\overline{X} =4,46$) göre mahremiyeti bir hak olarak görmektedir. Bununla birlikte, yine İzmir'de yaşayan katılımcıların ($\overline{X} =4,07$), Konya'ya ($\overline{X} =3,91$) göre kendi mahremiyetine ilişkin kaygısı daha güçlüdür. Yalçınkaya'nın da (2015: 639) söylediği gibi yaşamın önemli bir parçasını

[54] Bu kategorilendirme daha önce kümeleme analizi yapılarak Baruh ve Cemalcılar (2014) tarafından kullanılmıştır. Bu çalışmada ise kümeleme analizi yerine aritmetik ortalama doğrultusunda puanlama sistemine gidilmiştir.

oluşturan mekân, insan ile etkileşime geçerek toplumun sahip olduğu sosyal ve kültürel yapıya ayna tutmaktadır. Bir anlamda bireyin toplumdan edindiği roller, inançlar ve değer yargıları mekânda kendini tavır ve davranış olarak göstermektedir. Bu yönde, sosyal ve kültürel yapıya ayna tutan İzmir şehrinin Konya şehrine göre mahremiyeti daha fazla bir hak olarak gördüğü ve kendi mahremiyetine ilişkin kaygıyı daha yoğun yaşadığı görülmektedir.

Tablo 45. Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Şehir	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	İzmir	405	4,56	0,59	2,71	**0,007**
	Konya	410	4,46	0,52		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	İzmir	405	4,07	0,81	2,82	**0,005**
	Konya	410	3,91	0,72		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	İzmir	405	4,29	0,63	-1,48	0,138
	Konya	410	4,34	0,52		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	İzmir	405	4,05	0,82	-0,61	0,540
	Konya	410	4,08	0,67		

Anlamlı bir farklılık olmasa da, diğer ihtimalli mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında Konya'da yaşayan katılımcılar İzmir'e göre daha yüksek oranlara sahiptir. Bu sonuçlara göre **Hipotez 1,** bir hak olarak mahremiyet ve kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında doğrulanırken başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

3.2.9.2. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Cinsiyete Göre Değerlendirmesi

Cinsiyete göre mahremiyet yönelimlerinin boyutlarına bakıldığında, tüm boyutlarda anlamlı farklılık saptanmıştır. Kadınlar erkeklere göre, hak olarak mahremiyet ($t= 3,48$; $p< .01$), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($t= 2,25$; $p< .05$), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($t= 2,87$; $p< .05$) ve diğer ihtimalli mahremiyet ($t= 2,72$; $p< .01$) boyutlarında daha güçlü oranlara sahiptir.

Tablo 46. Cinsiyete Göre Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Cinsiyet	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Kadın	460	4,57	0,49	3,48	**0,001**
	Erkek	355	4,43	0,62		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Kadın	460	4,04	0,74	2,25	**0,025**
	Erkek	355	3,92	0,80		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Kadın	460	4,36	0,55	2,87	**0,004**
	Erkek	355	4,24	0,59		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Kadın	460	4,13	0,77	2,72	**0,007**
	Erkek	355	3,98	0,71		

Başka bir ifadeyle kadınlar erkeklere göre mahremiyeti daha fazla bir hak olarak görmekte, kendinin ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygıyı daha yoğun duymakta ve kişinin mahremiyetinin korunmasında diğerlerinin de gösterdiği çabanın önemine vurgu yapan diğer ihtimalli mahremiyet noktasında daha yüksek oranlara sahiptir. Bu sonuçlar **Hipotez 2**'nin doğrulandığını göstermektedir.

3.2.9.3. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Yaşa Göre Değerlendirmesi

Yaşa göre mahremiyet yönelimlerinin boyutlarına bakıldığında, tüm boyutlarda anlamlı farklılık saptanmıştır. Dijital göçmenler dijital yerlilere göre, hak olarak mahremiyet (t= -3,39; p< .01), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (t=-6,03; p< .001), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (t= -2,99; p< .01) ve diğer ihtimalli mahremiyet (t= -2,34; p< .05) boyutlarında daha güçlü oranlara sahiptir.

Tablo 47. Yaşa Göre Mahremiyet Yönelimi Faktörleri Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Yaş	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Dijital Yerli	377	4,44	0,54	-3,39	**0,001**
	Dijital Göçmen	438	4,57	0,55		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Dijital Yerli	377	3,81	0,77	-6,03	**0,000**
	Dijital Göçmen	438	4,14	0,74		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Dijital Yerli	377	4,25	0,58	-2,99	**0,003**
	Dijital Göçmen	438	4,37	0,57		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Dijital Yerli	377	4,00	0,75	-2,34	**0,019**
	Dijital Göçmen	438	4,12	0,75		

Başka bir deyişle dijital göçmenler dijital yerlilere göre mahremiyeti daha fazla bir hak olarak görmekte, kendinin ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygıyı daha yoğun duymakta ve kişinin mahremiyetinin korunmasında diğerlerinin de gösterdiği çabanın önemine vurgu yapan diğer ihtimalli mahremiyet noktasında daha yüksek oranlara sahiptir. Bir anlamda, katılımcıların yaş aldıkça tüm boyutlarda kaygısının da arttığı gözlenmektedir. Bu sonuçlar **Hipotez 3**'ün doğrulandığını göstermektedir.

3.2.9.4. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Değerlendirmesi

Katılımcıların eğitim düzeyleri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece diğer ihtimalli mahremiyet ($f= 3,524$; $p< .05$) boyutunda anlamlı bir farklılık görülmektedir. Diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda eğitim düzeyi ilköğretim olan katılımcılar ($\overline{X}=4,31$) özellikle üniversite düzeyindeki katılımcılara göre daha fazla kaygı duymaktadır. Bu boyutla birlikte anlamlı bir farklılık omasa da diğer boyutlarda da ilköğretim eğitim düzeyine sahip katılımcılar yüksek orandadır. Bu durumu, hem sosyalizasyon hem de eğitim süreci açısından açıklamak mümkündür. Bireyin sosyal çevresi, değerleri ve normlarının değişiklik göstermesi ile eğitim sürecinin farklılaşması mahremiyete yönelik bakışını da etkilemektedir.

Tablo 48. Eğitim ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Eğitim Düzeyi	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	İlköğretim	74	4,54	1,767	,152
	Lise	330	4,53		
	Üniversite	352	4,50		
	Lisansüstü	59	4,36		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	İlköğretim	74	4,20	2,559	,054
	Lise	330	3,98		
	Üniversite	352	3,97		
	Lisansüstü	59	3,85		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	İlköğretim	74	4,37	0,891	,446
	Lise	330	4,31		
	Üniversite	352	4,28		
	Lisansüstü	59	4,37		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	İlköğretim	74	4,31	3,524	**,015**
	Lise	330	4,07		
	Üniversite	352	4,02		
	Lisansüstü	59	4,06		

Bununla beraber, lise ile lisansüstü düzeyde eğitime sahip katılımcıların oranlarının birbirine oldukça yakın olması dikkat çekmektedir.

Bu sonuçlara göre **Hipotez 4**, diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

3.2.9.5. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Meslek Durumuna Göre Değerlendirmesi

Katılımcıların meslek durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet ($f= 2,022$; $p< .05$), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 4,233$; $p< .001$) ve diğer ihtimalli mahremiyet ($f= 3,098$; $p< .001$) boyutlarında anlamlı bir farklılık görülmektedir.

Akademik personeller ($\overline{X}=4,71$) ve emekliler ($\overline{X}=4,71$) mahremiyeti hak olarak daha çok nitelendirirken, küçük-orta ölçekli işletme sahipleri ($\overline{X}=4,37$), işsizler ($\overline{X}=4,42$) ve öğrenciler ($\overline{X}=4,43$) daha az nitelendirmektedir.

Emekliler ($\overline{X}$ =4,57) ve özel sektördeki işçiler ($\overline{X}$ =4,21) kendi mahremiyetine ilişkin daha fazla kaygı duyarken, akademik personeller ($\overline{X}$ =3,69), öğrenciler ($\overline{X}$ =3,83) ve işsizler ($\overline{X}$ =3,84) daha az kaygı duymaktadır.

Emekliler ($\overline{X}$ =4,47) ve kamudaki memurlar ($\overline{X}$ =4,33) diğer ihtimalli mahremiyet boyutunun özelliklerini daha çok taşıyıp kaygılanırken, özel sektörde büro, ofis çalışanları ($\overline{X}$ =3,92) ve özel sektörde yöneticiler ($\overline{X}$ =3,93) daha düşük oranlara sahiptir.

Tablo 49. Meslek ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Meslek	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Profesyonel serbest meslek	31	4,54	2,022	**,024**
	Küçük-orta ölçekli işletme sahibi	53	4,37		
	Özel sektörde yönetici	19	4,61		
	Kamuda memur	60	4,61		
	Özel sektörde büro, ofis çalışanı	72	4,56		
	Kamuda işçi	39	4,57		
	Özel sektörde işçi	125	4,57		
	Akademik personel	21	4,71		
	Ev hanımı	28	4,57		
	Öğrenci	311	4,43		
	Emekli	21	4,71		
	İşsiz	35	4,42		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Profesyonel serbest meslek	31	4,08	4,233	**,000**
	Küçük-orta ölçekli işletme sahibi	53	3,98		
	Özel sektörde yönetici	19	4,09		
	Kamuda memur	60	4,17		
	Özel sektörde büro, ofis çalışanı	72	3,94		
	Kamuda işçi	39	4,10		
	Özel sektörde işçi	125	4,21		
	Akademik personel	21	3,69		
	Ev hanımı	28	4,10		
	Öğrenci	311	3,83		
	Emekli	21	4,57		
	İşsiz	35	3,84		

Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Profesyonel serbest meslek	31	4,32	1,691	,071
	Küçük-orta ölçekli işletme sahibi	53	4,32		
	Özel sektörde yönetici	19	4,39		
	Kamuda memur	60	4,42		
	Özel sektörde büro, ofis çalışanı	72	4,23		
	Kamuda işçi	39	4,36		
	Özel sektörde işçi	125	4,37		
	Akademik personel	21	4,46		
	Ev hanımı	28	4,30		
	Öğrenci	311	4,23		
	Emekli	21	4,59		
	İşsiz	35	4,38		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Profesyonel serbest meslek	31	3,97	3,098	**,000**
	Küçük-orta ölçekli işletme sahibi	53	4,18		
	Özel sektörde yönetici	19	3,93		
	Kamuda memur	60	4,33		
	Özel sektörde büro, ofis çalışanı	72	3,92		
	Kamuda işçi	39	3,97		
	Özel sektörde işçi	125	4,21		
	Akademik personel	21	4,30		
	Ev hanımı	28	4,06		
	Öğrenci	311	3,96		
	Emekli	21	4,47		
	İşsiz	35	3,98		

Özetle, mahremiyeti hak olarak gören meslekler arasında akademik personeller ile işsizler arasında anlamlı bir farklılaşma görülmektedir. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyan meslekler arasında emekliler ile akademik personeller arasında anlamlı bir farklılaşma görülmektedir. Diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda ise emekliler ile özel sektörde büro, ofis çalışanları arasında anlamlı bir farklılaşma görülmektedir. Diğer bir ifadeyle 3 boyutta da emekliler en yüksek hassasiyete sahiptir. Emeklilerin hassasiyetini hipotez 3'de de doğrulandığı gibi yaşa bağlamak mümkündür. Yaş arttıkça mahremiyet hassasiyeti de artmaktadır. Dikkat çeken diğer bir sonuç, akademisyen ve öğrencilerin kendi mahremiyeti konusunda en az kaygıya sahip olmasıdır. Bunu da, teknolojinin bilinçli kullanıldığının düşünülmesi ve diğer kültürlere daha açık olmaya bağlamak mümkündür.

Bu sonuçlara göre **Hipotez 5**, bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

3.2.9.6. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Gelir Durumuna Göre Değerlendirmesi

Katılımcıların gelir durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Bir hak olarak mahremiyet boyutunu sırayla 3001-5000 tl arası, 1001-1500 tl arası ve 5001 tl ve üzerinde aylık hane gelirine sahip olan katılımcılar oluşturmaktadır.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunu sırayla 3001-5000 tl arası, 5001 tl ve üzeri, 2001-3000 tl aylık hane gelirine sahip olan katılımcılar oluşturmaktadır.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunu sırayla 3001-5000 tl arası, 5001 tl ve üzeri, 0-500 tl aylık hane gelirine sahip olan katılımcılar oluşturmaktadır.

Diğer ihtimalli mahremiyet boyutunu sırayla 5001 tl ve üzeri, 3001-5000 tl arası ve 2001-3000 tl aylık hane gelirine sahip olan katılımcılar oluşturmaktadır.

Katılımcıların aylık gelir durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, çoğunlukla aylık hane gelirinin 3001-5000 tl arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 50. Aylık Gelir ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Aylık Gelir	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	0-500 tl	4	4,25	1,635	,135
	501-1000 tl	135	4,45		
	1001-1500 tl	68	4,51		
	1501-2000 tl	206	4,50		
	2001-3000 tl	167	4,47		
	3001-5000 tl	183	4,52		
	5001- + tl	51	4,51		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	0-500 tl	4	3,75	1,917	,075
	501-1000 tl	135	3,82		
	1001-1500 tl	68	3,95		
	1501-2000 tl	206	3,99		
	2001-3000 tl	167	4,00		
	3001-5000 tl	183	4,11		
	5001- + tl	51	4,01		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	0-500 tl	4	4,37	1,460	,189
	501-1000 tl	135	4,24		
	1001-1500 tl	68	4,22		
	1501-2000 tl	206	4,27		
	2001-3000 tl	167	4,33		
	3001-5000 tl	183	4,39		
	5001- + tl	51	4,37		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	0-500 tl	4	3,31	1,758	,105
	501-1000 tl	135	4,00		
	1001-1500 tl	68	3,93		
	1501-2000 tl	206	4,05		
	2001-3000 tl	167	4,08		
	3001-5000 tl	183	4,14		
	5001- + tl	51	4,18		

Bu sonuçlara göre **Hipotez 6**'nın yanlışlandığı görülmektedir.

3.2.9.7. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Amacına Göre Değerlendirmesi

Katılımcıların sosyal ağları arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece hak olarak mahremiyet (f= 4,812; p< .01) boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların arkadaşlarla iletişimde bulunma amacıyla kullanılması sorusunda, kısmen katılıyorum ($\overline{X}$ =4,60) ile hiç

katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,16) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların arkadaşlarla iletişimde bulunma amacıyla kullanılması sorusuna kısmen katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir. Anlamlı bir farklılık olmasa da diğer boyutlarda da çoğunluğun verdiği yanıtlar sosyal ağların arkadaşlarla iletişimde bulunma amacıyla kullanılmasına katıldıkları yönündedir.

Sosyal ağları arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(a)**, bir hak olarak mahremiyet boyutunda doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 51. Arkadaşlarla İletişimde Bulunma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	2	4,16	4,812	**,001**
	Katılmıyorum	12	4,38		
	Kısmen katılıyorum	95	4,60		
	Katılıyorum	362	4,42		
	Kesinlikle katılıyorum	344	4,58		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	2	3,25	0,848	,495
	Katılmıyorum	12	3,72		
	Kısmen katılıyorum	95	3,99		
	Katılıyorum	362	4,00		
	Kesinlikle katılıyorum	344	3,98		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	2	4,37	1,921	,110
	Katılmıyorum	12	4,18		
	Kısmen katılıyorum	95	4,23		
	Katılıyorum	362	4,27		
	Kesinlikle katılıyorum	344	4,37		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	2	3,12	1,921	,105
	Katılmıyorum	12	3,95		
	Kısmen katılıyorum	95	4,03		
	Katılıyorum	362	4,02		
	Kesinlikle katılıyorum	344	4,13		

Katılımcıların sosyal ağları tanıdıklarının fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 3,397; p< .01), kendi mahremiyetine ilişkin

kaygı (f= 2,892; p< .05) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 2,704; p< .05) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların tanıdıklarının fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amacıyla kullanılması sorusunda, kısmen katılıyorum ($\overline{X}$ =4,60) ile katılıyorum ($\overline{X}$ =4,44) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıklarının fotoğraflarına bakma ya da fotoğraf yükleme amacıyla kullanılması sorusuna kısmen katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların tanıdıklarının fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,12) ile hiç katılmıyorum ($\overline{X}$ =3,88) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıklarının fotoğraflarına bakma ya da fotoğraf yükleme amacıyla kullanılması sorusuna kısmen katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar sosyal ağların tanıdıklarının fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amacıyla kullanılması sorusunda, katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,21) ile katılıyorum ($\overline{X}$ =3,98) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıklarının fotoğraflarına bakma ya da fotoğraf yükleme amacıyla kullanılması sorusuna katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar boyutunda çoğunluğun verdiği yanıtlar sosyal ağların tanıdıklarının fotoğraflarına bakma ya da fotoğraf yükleme amacıyla kullanılmasına katıldıkları yönündedir.

Sosyal ağları tanıdıklarının fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez (7b)**, bir hak olarak mahremiyet, kendi

mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

Tablo 52. Tanıdıkların Fotoğraflarına Bakma ya da Fotoğraf Yükleme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	34	4,59	3,397	**,009**
	Katılmıyorum	99	4,45		
	Kısmen katılıyorum	155	4,60		
	Katılıyorum	344	4,44		
	Kesinlikle katılıyorum	183	4,57		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	34	3,88	2,892	**,021**
	Katılmıyorum	99	4,00		
	Kısmen katılıyorum	155	4,04		
	Katılıyorum	344	3,90		
	Kesinlikle katılıyorum	183	4,12		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	34	4,33	1,113	,349
	Katılmıyorum	99	4,32		
	Kısmen katılıyorum	155	4,32		
	Katılıyorum	344	4,26		
	Kesinlikle katılıyorum	183	4,37		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	34	4,18	2,704	**,029**
	Katılmıyorum	99	4,21		
	Kısmen katılıyorum	155	4,03		
	Katılıyorum	344	3,98		
	Kesinlikle katılıyorum	183	4,14		

Katılımcıların sosyal ağları eğlenmek ve rahatlamak amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 4,267; p< .01), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 2,938; p< .05), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 3,411; p< .01) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 2,25; p< .01) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusunda, hiç katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,71) ile katılıyorum ($\overline{X}$ =4,44) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusuna hiç katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusunda, hiç katılmıyorum ($\overline{X}$=4,33) ile katılmıyorum ($\overline{X}$=3,91) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusuna hiç katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusunda, hiç katılmıyorum ($\overline{X}$=4,49) ile katılmıyorum ($\overline{X}$=4,19) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusuna hiç katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusunda, hiç katılmıyorum ($\overline{X}$=4,32) ile katılıyorum ($\overline{X}$=3,99) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu sosyal ağların eğlenme ve rahatlama amacıyla kullanılması sorusuna kısmen katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Sosyal ağları eğlenmek ve rahatlamak amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(c)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 53. Eğlenme ve Rahatlama Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	46	4,71	4,267	**,002**
	Katılmıyorum	63	4,50		
	Kısmen katılıyorum	166	4,47		
	Katılıyorum	328	4,44		
	Kesinlikle katılıyorum	212	4,60		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	46	4,33	2,938	**,020**
	Katılmıyorum	63	3,91		
	Kısmen katılıyorum	166	4,02		
	Katılıyorum	328	3,93		
	Kesinlikle katılıyorum	212	4,00		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	46	4,49	3,411	**,009**
	Katılmıyorum	63	4,19		
	Kısmen katılıyorum	166	4,23		
	Katılıyorum	328	4,29		
	Kesinlikle katılıyorum	212	4,38		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	46	4,32	3,551	**,007**
	Katılmıyorum	63	4,05		
	Kısmen katılıyorum	166	4,00		
	Katılıyorum	328	3,99		
	Kesinlikle katılıyorum	212	4,17		

Katılımcıların sosyal ağları boş zamanları değerlendirmek amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 6,933; p< .001) ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 3,443; p< .01) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların boş zamanları değerlendirme amacıyla kullanılması sorusunda, hiç katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,63) ile katılıyorum ($\overline{X}$ =4,39) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların boş zamanları değerlendirme amacıyla kullanılması sorusuna hiç katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların boş zamanları değerlendirme amacıyla kullanılması sorusunda, katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,42) ile hiç katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,17) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının

mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların boş zamanları değerlendirme amacıyla kullanılması sorusuna katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda çoğunluğun verdiği yanıtlar da sosyal ağların boş zamanları değerlendirme amacıyla kullanılmasına katılmadıkları yönündedir.

Sosyal ağları boş zamanları değerlendirmek amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(ç),** bir hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 54. Boş Zamanları Değerlendirme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	**Verilen Yanıtlar**	**N**	$\overline{X}$	**F**	**Sig.**
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	49	4,63	6,933	**,000**
	Katılmıyorum	97	4,49		
	Kısmen katılıyorum	151	4,61		
	Katılıyorum	320	4,39		
	Kesinlikle katılıyorum	198	4,59		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	49	4,20	2,042	,087
	Katılmıyorum	97	3,88		
	Kısmen katılıyorum	151	4,06		
	Katılıyorum	320	3,94		
	Kesinlikle katılıyorum	198	4,00		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	49	4,17	3,443	**,008**
	Katılmıyorum	97	4,42		
	Kısmen katılıyorum	151	4,39		
	Katılıyorum	320	4,25		
	Kesinlikle katılıyorum	198	4,32		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	49	4,26	1,674	,154
	Katılmıyorum	97	3,93		
	Kısmen katılıyorum	151	4,08		
	Katılıyorum	320	4,05		
	Kesinlikle katılıyorum	198	4,08		

Katılımcıların sosyal ağları olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye

bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 8,527; p< .001), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 5,483; p< .001) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 3,393; p< .01) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,69) ile hiç katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,25) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,19) ile katılmıyorum ($\overline{X}$ =3,82) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar sosyal ağların olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,24) ile katılmıyorum ($\overline{X}$ =3,94) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu sosyal ağların olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar boyutunda çoğunluğun verdiği yanıtlar da sosyal ağların olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma amacıyla kullanılmasına katıldıkları yönündedir.

Sosyal ağları olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(d)**, bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin

kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

Tablo 55. Olaylar ve Kişiler Hakkında Bilgi Sahibi Olma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	37	4,25	8,527	**,000**
	Katılmıyorum	77	4,54		
	Kısmen katılıyorum	188	4,54		
	Katılıyorum	352	4,43		
	Kesinlikle katılıyorum	161	4,69		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	37	4,03	5,483	**,000**
	Katılmıyorum	77	3,82		
	Kısmen katılıyorum	188	4,04		
	Katılıyorum	352	3,89		
	Kesinlikle katılıyorum	161	4,19		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	37	4,30	1,680	,153
	Katılmıyorum	77	4,24		
	Kısmen katılıyorum	188	4,32		
	Katılıyorum	352	4,27		
	Kesinlikle katılıyorum	161	4,40		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	37	3,97	3,393	**,009**
	Katılmıyorum	77	3,94		
	Kısmen katılıyorum	188	4,06		
	Katılıyorum	352	4,01		
	Kesinlikle katılıyorum	161	4,24		

Katılımcıların sosyal ağları tanıdıkların duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 6,210; p<.001), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 3,233; p<.05), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 5,277; p<.001) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 5,697; p<.001) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$=4,77) ile katılmıyorum ($\overline{X}$=4,42) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması

sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,31) ile kısmen katılıyorum ($\overline{X}$ =3,87) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması sorusunda, katılıyorum ($\overline{X}$ =4,40) ile kısmen katılıyorum ($\overline{X}$ =4,14) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması sorusuna katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,43) ile kısmen katılıyorum ($\overline{X}$ =3,93) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir.

Sosyal ağları tanıdıkların duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(e)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 56. Tanıdıkların Duvarına Yazma ya da Duvarına Yazılanları Okuma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	200	4,61	6,210	**,000**
	Katılmıyorum	244	4,42		
	Kısmen katılıyorum	174	4,53		
	Katılıyorum	164	4,43		
	Kesinlikle katılıyorum	33	4,77		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	200	3,99	3,233	**,012**
	Katılmıyorum	244	3,96		
	Kısmen katılıyorum	174	3,87		
	Katılıyorum	164	4,08		
	Kesinlikle katılıyorum	33	4,31		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	200	4,34	5,277	**,000**
	Katılmıyorum	244	4,33		
	Kısmen katılıyorum	174	4,14		
	Katılıyorum	164	4,40		
	Kesinlikle katılıyorum	33	4,34		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	200	4,03	5,697	**,000**
	Katılmıyorum	244	4,02		
	Kısmen katılıyorum	174	3,93		
	Katılıyorum	164	4,23		
	Kesinlikle katılıyorum	33	4,43		

Katılımcıların sosyal ağları mesaj göndermek ya da mesaj almak amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 5,416; p< .001) boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların mesaj gönderme ya da mesaj alma amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,62) ile katılıyorum ($\overline{X}$ =4,41) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların tanıdıkların mesaj gönderme ya da mesaj alma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda çoğunluğun verdiği yanıtlar da sosyal ağların mesaj gönderme ya da mesaj alma amacıyla kullanılmasına

katıldıkları, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların ise katılmadığı yönündedir.

Sosyal ağları mesaj göndermek ya da mesaj almak amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(f),** bir hak olarak mahremiyet boyutunda doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 57. Mesaj Gönderme ya da Mesaj Alma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	**Verilen Yanıtlar**	**N**	$\overline{X}$	**F**	**Sig.**
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	41	4,43	5,416	**,000**
	Katılmıyorum	61	4,54		
	Kısmen katılıyorum	136	4,54		
	Katılıyorum	333	4,41		
	Kesinlikle katılıyorum	244	4,62		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	41	3,92	0,688	,600
	Katılmıyorum	61	4,13		
	Kısmen katılıyorum	136	3,99		
	Katılıyorum	333	3,96		
	Kesinlikle katılıyorum	244	3,99		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	41	4,23	1,314	,263
	Katılmıyorum	61	4,29		
	Kısmen katılıyorum	136	4,24		
	Katılıyorum	333	4,30		
	Kesinlikle katılıyorum	244	4,37		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	41	4,06	0,789	,532
	Katılmıyorum	61	3,90		
	Kısmen katılıyorum	136	4,06		
	Katılıyorum	333	4,06		
	Kesinlikle katılıyorum	244	4,10		

Katılımcıların sosyal ağları insanları daha iyi tanımak amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 7,704; p< .001), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 4,422; p< .01) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 8,127; p< .001) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$=4,69) ile katılıyorum ($\overline{X}$=4,37) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağların insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılması sorusunda, hiç katılmıyorum ($\overline{X}$=4,17) ile katılmıyorum ($\overline{X}$=3,85) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sosyal ağların insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılması sorusuna hiç katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar sosyal ağların insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$=4,43) ile katılmıyorum ($\overline{X}$=3,91) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu sosyal ağların insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar boyutunda çoğunluğun verdiği yanıtlar sosyal ağların insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılmasına katılmadığı yönündedir.

Sosyal ağları insanları daha iyi tanımak amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(g)**, bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

Tablo 58. İnsanları Daha İyi Tanıma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutları	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	120	4,58	7,704	**,000**
	Katılmıyorum	199	4,45		
	Kısmen katılıyorum	219	4,59		
	Katılıyorum	207	4,37		
	Kesinlikle katılıyorum	70	4,69		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	120	4,17	4,422	**,002**
	Katılmıyorum	199	3,85		
	Kısmen katılıyorum	219	4,03		
	Katılıyorum	207	3,92		
	Kesinlikle katılıyorum	70	4,12		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	120	4,37	0,810	,519
	Katılmıyorum	199	4,34		
	Kısmen katılıyorum	219	4,29		
	Katılıyorum	207	4,27		
	Kesinlikle katılıyorum	70	4,29		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	120	4,14	8,127	**,000**
	Katılmıyorum	199	3,91		
	Kısmen katılıyorum	219	3,96		
	Katılıyorum	207	4,14		
	Kesinlikle katılıyorum	70	4,43		

Katılımcıların sosyal ağları insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 3,657; p< .001) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 2,922; p< .05) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler sosyal ağların insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanılması sorusunda, hiç katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,55) ile katılıyorum ($\overline{X}$ =4,35) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu sosyal ağların insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanılması sorusuna hiç katılmıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılıyorum yanıtı vermektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar sosyal ağların insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanılması sorusunda, kesinlikle katılıyorum ($\overline{X}$ =4,23) ile katılmıyorum ($\overline{X}$ =4,05) yanıtları verenler arasında

farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu sosyal ağların insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanılması sorusuna kesinlikle katılıyorum yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise katılmıyorum yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da kendi ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar boyutlarında çoğunluğun verdiği yanıtlar da sosyal ağların insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanılmasına katılmadığı yönündedir.

Sosyal ağları insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(h)**, bir hak olarak mahremiyet ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 59. İnsanların İletişim Bilgilerine Ulaşabilme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	184	4,55	3,657	**,006**
	Katılmıyorum	231	4,53		
	Kısmen katılıyorum	224	4,53		
	Katılıyorum	135	4,35		
	Kesinlikle katılıyorum	41	4,52		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	184	4,04	1,772	,132
	Katılmıyorum	231	4,00		
	Kısmen katılıyorum	224	4,02		
	Katılıyorum	135	3,83		
	Kesinlikle katılıyorum	41	4,03		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	184	4,35	1,891	,110
	Katılmıyorum	231	4,30		
	Kısmen katılıyorum	224	4,35		
	Katılıyorum	135	4,25		
	Kesinlikle katılıyorum	41	4,13		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	184	4,15	2,922	**,020**
	Katılmıyorum	231	4,05		
	Kısmen katılıyorum	224	4,07		
	Katılıyorum	135	3,89		
	Kesinlikle katılıyorum	41	4,23		

Katılımcıların sosyal ağları kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma amacıyla kullanması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Tablo 60. Kişisel Sunum Ve Profil Bilgilerini Paylaşma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	191	4,53	0,869	,482
	Katılmıyorum	240	4,46		
	Kısmen katılıyorum	176	4,52		
	Katılıyorum	169	4,50		
	Kesinlikle katılıyorum	39	4,61		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	191	4,27	0,977	,419
	Katılmıyorum	240	4,30		
	Kısmen katılıyorum	176	4,29		
	Katılıyorum	169	4,32		
	Kesinlikle katılıyorum	39	4,52		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	191	4,05	1,572	,180
	Katılmıyorum	240	4,04		
	Kısmen katılıyorum	176	4,03		
	Katılıyorum	169	4,15		
	Kesinlikle katılıyorum	39	4,01		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	191	4,15	0,782	,537
	Katılmıyorum	240	4,05		
	Kısmen katılıyorum	176	4,07		
	Katılıyorum	169	3,89		
	Kesinlikle katılıyorum	39	4,23		

Hak olarak mahremiyet, diğer ihtimalli mahremiyet, kendi ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında çoğunluğun verdiği yanıtlar da sosyal ağların kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma amacıyla kullanılmasına katıldığı yönündedir. Sosyal ağları insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amaçlı kullanmak kapsamında **Hipotez 7(ı)**'nin yanlışlandığı görülmektedir.

3.2.9.8. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Sıklığına Göre Değerlendirmesi

Facebook kullanım sıklığı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece hak olarak mahremiyet ($f= 3,500$; $p< .05$) boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler Facebook'u ne sıklıkla kullanırsınız sorusunda, her zaman ($\overline{X}$ =4,58) ile çoğu zaman ($\overline{X}$ =4,40) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenlerin çoğunluğunu Facebook'u

ne sıklıkla kullanırsınız sorusuna her zaman yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise çoğu zaman yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da diğer boyutlarda çoğunluğun verdiği yanıtlar da Facebook kullanım sıklığının oldukça yoğun olduğu yönündedir.

Facebook kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(a)**, bir hak olarak mahremiyet boyutunda doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 61. Facebook Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Nadiren	170	4,55	3,500	**,015**
	Ara sıra	308	4,50		
	Çoğu zaman	169	4,40		
	Her zaman	168	4,58		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Nadiren	170	3,92	1,832	,140
	Ara sıra	308	3,96		
	Çoğu zaman	169	3,98		
	Her zaman	168	4,10		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Nadiren	170	4,29	0,485	,693
	Ara sıra	308	4,29		
	Çoğu zaman	169	4,35		
	Her zaman	168	4,32		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Nadiren	170	4,08	1,527	,206
	Ara sıra	308	4,00		
	Çoğu zaman	169	4,05		
	Her zaman	168	4,16		

Instagram kullanım sıklığı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Anlamlı bir farklılık olmasa da tüm boyutlarda çoğunluğun verdiği yanıtlar Instagram kullanım sıklığının nadiren ve çoğu zaman olduğu yönündedir.

Instagram kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(b)'in** yanlışlandığı görülmektedir.

Tab**lo 62.** Instagram Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Nadiren	50	4,63	1,079	,357
	Ara sıra	179	4,48		
	Çoğu zaman	244	4,52		
	Her zaman	342	4,49		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Nadiren	50	4,10	1,096	,350
	Ara sıra	179	4,05		
	Çoğu zaman	244	3,97		
	Her zaman	342	3,95		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Nadiren	50	4,44	2,503	,058
	Ara sıra	179	4,31		
	Çoğu zaman	244	4,36		
	Her zaman	342	4,25		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Nadiren	50	4,04	0,220	,883
	Ara sıra	179	4,05		
	Çoğu zaman	244	4,04		
	Her zaman	342	4,09		

Whatsapp kullanım sıklığı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Anlamlı bir farklılık olmasa da tüm boyutlarda çoğunluğun verdiği yanıtlar Whatsapp kullanım sıklığının nadiren olduğu yönündedir.

Whatsapp kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(c)**'in yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 63. Whatsapp Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç	3	4,66	1,406	,230
	Nadiren	6	4,55		
	Ara sıra	57	4,59		
	Çoğu zaman	145	4,42		
	Her zaman	604	4,52		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	3	4,25	0,840	,500
	Nadiren	6	4,29		
	Ara sıra	57	4,12		
	Çoğu zaman	145	3,96		
	Her zaman	604	3,98		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	3	4,50	1,172	,322
	Nadiren	6	4,54		
	Ara sıra	57	4,44		
	Çoğu zaman	145	4,31		
	Her zaman	604	4,29		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç	3	4,58	1,965	,098
	Nadiren	6	4,62		
	Ara sıra	57	4,21		
	Çoğu zaman	145	4,00		
	Her zaman	604	4,06		

Twitter kullanım sıklığı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece diğer ihtimalli mahremiyet ($f= 3,982$; $p< .01$) boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar Twitter'ı ne sıklıkla kullanırsınız sorusunda, hiç ($\overline{X}$ =4,16) ile çoğu zaman ($\overline{X}$ =3,91) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu Twitter'ı ne sıklıkla kullanırsınız sorusuna hiç yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise çoğu zaman yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da diğer boyutlarda çoğunluğun verdiği yanıtlar da Twitter kullanım sıklığının ara sıra olduğu yönündedir.

Twitter kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(ç),** diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 64. Twitter Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç	262	4,45	1,493	,202
	Nadiren	200	4,54		
	Ara sıra	186	4,55		
	Çoğu zaman	78	4,47		
	Her zaman	89	4,55		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	262	4,03	0,458	,766
	Nadiren	200	3,98		
	Ara sıra	186	3,99		
	Çoğu zaman	78	3,93		
	Her zaman	89	3,92		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	262	4,31	0,500	,735
	Nadiren	200	4,29		
	Ara sıra	186	4,34		
	Çoğu zaman	78	4,24		
	Her zaman	89	4,32		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç	262	4,16	3,982	**,003**
	Nadiren	200	3,97		
	Ara sıra	186	4,15		
	Çoğu zaman	78	3,91		
	Her zaman	89	3,93		

Snapchat kullanım sıklığı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 2,728$; $p< .05$) boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar Snapchat'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusunda, her zaman ($\overline{X}$ =4,40) ile nadiren ($\overline{X}$ =4,19) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu Snapchat'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusuna her zaman yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise nadiren yanıtı vermektedir.

Anlamlı bir farklılık olmasa da diğer boyutlarda çoğunluğun verdiği yanıtlar da Snapchat kullanım sıklığının genellikle olduğu yönündedir.

Snapchat kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(d),** başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 65. Snapchat Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç	435	4,51	0,679	,607
	Nadiren	200	4,47		
	Ara sıra	126	4,57		
	Çoğu zaman	18	4,50		
	Her zaman	36	4,47		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	435	4,02	0,654	,624
	Nadiren	200	3,95		
	Ara sıra	126	3,93		
	Çoğu zaman	18	4,06		
	Her zaman	36	3,90		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	435	4,34	2,728	**,028**
	Nadiren	200	4,19		
	Ara sıra	126	4,35		
	Çoğu zaman	18	4,37		
	Her zaman	36	4,40		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç	435	4,05	1,875	,113
	Nadiren	200	4,06		
	Ara sıra	126	3,99		
	Çoğu zaman	18	4,13		
	Her zaman	36	4,37		

LinkedIn kullanım sıklığı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, bir hak olarak mahremiyet (f= 2,927; p< .05), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 3,034; p< .05) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 5,506; p< .001) boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Bir hak olarak mahremiyeti görenler LinkedIn'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusunda, çoğu zaman ($\overline{X}$ =4,75) ile her zaman ($\overline{X}$ =4,00) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Bir hak olarak mahremiyeti görenlerin çoğunluğunu LinkedIn'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusuna çoğu zaman yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise her zaman yanıtı vermektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar LinkedIn'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusunda, ara sıra ($\overline{X}$ =4,34) ile her zaman ($\overline{X}$ =4,06) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu LinkedIn'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusuna ara sıra yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise her zaman yanıtı vermektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanlar LinkedIn'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusunda, hiç ($\overline{X}$ =4,09) ile her zaman ($\overline{X}$ =3,20) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliğine sahip olanların çoğunluğunu LinkedIn'i ne sıklıkla kullanırsınız sorusuna hiç yanıtı verirken, çok az bir kısmı ise her zaman yanıtı vermektedir.

Tablo 66. LinkedIn Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutları	**Verilen Yanıtlar**	**N**	$\overline{X}$	**F**	**Sig.**
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç	632	4,51	2,927	**,020**
	Nadiren	93	4,47		
	Ara sıra	71	4,55		
	Çoğu zaman	8	4,75		
	Her zaman	11	4,00		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	632	4,00	1,353	,248
	Nadiren	93	3,87		
	Ara sıra	71	4,08		
	Çoğu zaman	8	3,62		
	Her zaman	11	3,93		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç	632	4,33	3,034	**,017**
	Nadiren	93	4,14		
	Ara sıra	71	4,34		
	Çoğu zaman	8	4,12		
	Her zaman	11	4,06		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç	632	4,09	5,506	**,000**
	Nadiren	93	4,02		
	Ara sıra	71	4,03		
	Çoğu zaman	8	3,43		
	Her zaman	11	3,20		

Anlamlı bir farklılık olmasa da kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda çoğunluğun verdiği yanıtlar da LinkedIn kullanım sıklığının ara sıra olduğu yönündedir.

LinkedIn kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(e)**, bir hak olarak mahremiyet, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

3.2.9.9. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Süresine Göre Değerlendirmesi

Sosyal ağ kullanım süresi ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 1,958$; $p< .05$) boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar sosyal ağ kullanım süresinde, 1 saat ($\overline{X}=4,15$) ile 6 saat ($\overline{X}=3,85$) yanıtları verenler arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanların çoğunluğunu sırayla sosyal ağları 1 saat, 7 saat ve 3 saat kullananlar oluştururken, çok az bir kısmını ise 6 saat kullananlar oluşturmaktadır.

Anlamlı bir farklılık olmasa da diğer boyutlarda da çoğunluğun verdiği yanıtlar da sosyal ağların 1 saat ile 3 saat kullanıldığı yönündedir.

Tablo 67. Sosyal Ağ Kullanım Süresi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Süre	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	1 saat	184	4,58	1,068	,383
	2 saat	288	4,50		
	3 saat	121	4,53		
	4 saat	63	4,38		
	5 saat	77	4,48		
	6 saat	41	4,43		
	7 saat	9	4,44		
	8 saat	2	4,50		
	9 saat ve üzeri	30	4,53		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	1 saat	184	4,15	1,958	**,049**
	2 saat	288	3,93		
	3 saat	121	4,05		
	4 saat	63	3,90		
	5 saat	77	3,86		
	6 saat	41	3,84		
	7 saat	9	4,11		
	8 saat	2	3,87		
	9 saat ve üzeri	30	3,90		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	1 saat	184	4,41	1,555	,135
	2 saat	288	4,27		
	3 saat	121	4,37		
	4 saat	63	4,26		
	5 saat	77	4,25		
	6 saat	41	4,21		
	7 saat	9	4,22		
	8 saat	2	4,12		
	9 saat ve üzeri	30	4,20		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	1 saat	184	4,15	1,300	,240
	2 saat	288	4,00		
	3 saat	121	4,09		
	4 saat	63	4,10		
	5 saat	77	4,09		
	6 saat	41	4,03		
	7 saat	9	4,08		
	8 saat	2	2,87		
	9 saat ve üzeri	30	3,99		

Sosyal ağ kullanım süresi kapsamında **Hipotez 9**, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

3.2.9.10. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısına Göre Değerlendirmesi

Katılımcıların sosyal ağlardaki arkadaş sayısı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişki ANOVA testiyle saptanmaya çalışılmıştır. Bu yönde, özellikle Facebook ile Instagram ağlarındaki arkadaş sayısı dikkate alınmıştır. Katılımcıların Facebook'taki arkadaş sayısı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Kendi mahremiyetine ilişkin daha fazla kaygı duyanların çoğunluğunu 51-200 arasında az sayıda Facebook'ta arkadaşa sahip olanlar oluştururken, daha az kaygı duyanları arkadaş sayısı 1001'in üzerinde olanlar oluşturmaktadır. Yine benzer şekilde diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda daha fazla kaygı duyanların çoğunluğunu 51-200 arasında az sayıda Facebook'ta arkadaşa sahip olanlar oluştururken, daha az kaygı duyanları arkadaş sayısı 1001'in üzerinde olanlar oluşturmaktadır.

Bu sonuçlara göre Facebook arkadaş sayısı kapsamında **Hipotez 10(a),** kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

Tablo 68. Facebook Arkadaş Sayısı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Arkadaş Sayısı	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	51-200	466	4,54	2,445	,087
	201-1000	174	4,46		
	1001 +	175	4,45		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	51-200	466	4,05	4,058	**,018**
	201-1000	174	3,93		
	1001 +	175	3,87		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	51-200	466	4,32	1,004	,367
	201-1000	174	4,26		
	1001 +	175	4,34		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	51-200	466	4,10	3,122	**,045**
	201-1000	174	4,07		
	1001 +	175	3,94		

Katılımcıların Instagram'daki arkadaş sayısı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık olduğu görülmemektedir.

Tablo 69. Instagram Arkadaş Sayısı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Arkadaş Sayısı	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	51-200	455	4,51	0,050	,951
	201-1000	247	4,50		
	1001 +	113	4,49		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	51-200	455	4,01	0,489	,613
	201-1000	247	3,95		
	1001 +	113	3,98		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	51-200	455	4,31	1,209	,299
	201-1000	247	4,34		
	1001 +	113	4,24		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	51-200	455	4,08	0,181	,835
	201-1000	247	4,04		
	1001 +	113	4,05		

Instagram Facebook'a göre metinden ziyade görsele dayalı olduğu için Facebook'taki kaygıların Instagram'da olmadığı gözlenmektedir. Başka bir ifadeyle Instagram'daki arkadaş sayısının azlığı ya da çokluğu katılımcıların mahremiyet yönelimi boyutlarında herhangi bir farklılığa neden olmamaktadır. Bir nevi görünür olmak bireylerin mahremiyetlerine ilişkin kaygılarının önüne geçmektedir.

Bu sonuçlara göre Instagram arkadaş sayısı kapsamında **Hipotez 10(b)**'un yanlışlandığı görülmektedir.

3.2.9.11. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağlarda Özel Alanın Sınırlarına Göre Değerlendirmesi

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları gerçek adları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye ANOVA testiyle bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Tüm boyutların oranı birbirine oldukça yakın görünmektedir.

Bu sonuçlara göre gerçek adın paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(a)**'in yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 70. Gerçek Adın Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Gerçek Ad	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	774	4,51	0,000	0,987
	Hayır	41	4,51		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	774	3,98	0,736	0,391
	Hayır	41	4,09		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	774	4,31	0,037	0,847
	Hayır	41	4,32		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	774	4,06	0,238	0,626
	Hayır	41	4,12		

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları doğum tarihleri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($t= 4,845$; $p< .05$) boyutunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda, sosyal ağ profillerinde doğum tarihini paylaşmayanlar ($\overline{X}$ =4,38) paylaşanlara ($\overline{X}$ =4,28) göre daha güçlü oranlara sahiptir.

Bu sonuçlara göre doğum tarihinin paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(b),** başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 71. Doğum Tarihinin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Doğum Tarihi	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	571	4,51	0,078	0,781
	Hayır	244	4,51		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	571	4,01	1,797	0,180
	Hayır	244	3,93		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	571	4,28	4,845	**0,028**
	Hayır	244	4,38		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	571	4,03	2,609	0,107
	Hayır	244	4,13		

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları yaşadıkları yer ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Tüm boyutların oranı birbirine oldukça yakın görünmektedir.

Bu sonuçlara göre yaşanılan yerin paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(c)**'in yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 72. Yaşanılan Yerin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Yaşanılan Yer	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	697	4,51	0,590	0,443
	Hayır	118	4,47		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	697	3,99	0,224	0,636
	Hayır	118	3,95		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	697	4,31	0,852	0,356
	Hayır	118	4,26		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	697	4,06	0,050	0,824
	Hayır	118	4,08		

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları eğitim durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece diğer ihtimalli mahremiyet (t=

4,037; p< .05) boyutunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda, sosyal ağ profillerinde eğitim durumunu paylaşmayanlar ($\overline{X}$ =4,16) paylaşanlara ($\overline{X}$ =4,03) göre daha güçlü oranlara sahiptir. Anlamlı bir farklılık olmasa da, diğer boyutlarda da eğitim durumunun paylaşılmaması daha çok tercih edilmektedir.

Bu sonuçlara göre eğitim durumunun paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(ç)**, diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 73. Eğitim Durumunun Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Eğitim Durumu	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	635	4,49	2,504	0,144
	Hayır	180	4,56		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	635	3,96	2,241	0,135
	Hayır	180	4,06		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	635	4,30	0,849	0,357
	Hayır	180	4,34		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	635	4,03	4,037	**0,045**
	Hayır	180	4,16		

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları ilişki durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (t= 10,053; p< .01) ile diğer ihtimalli mahremiyet (t= 4,926; p< .05) boyutlarında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, sosyal ağ profillerinde ilişki durumunu paylaşmayı tercih etmektedir. Anlamlı bir farklılık olmasa da, diğer boyutlarda da ilişki durumunun paylaşılmasının daha çok tercih edildiği gözlenmektedir. İlişki durumunun paylaşılmasını, romantik ilişkilerin kamulaşması ya da görünür olma çabası şeklinde yorumlamak mümkündür.

Bu sonuçlara göre ilişki durumunun paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(d),** kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken bir

hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 74. İlişki Durumunun Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	İlişki Durumu	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	303	4,52	0,215	0,643
	Hayır	512	4,50		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	303	4,10	10,053	**0,002**
	Hayır	512	3,92		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	303	4,34	1,391	0,239
	Hayır	512	4,29		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	303	4,14	4,926	**0,027**
	Hayır	512	4,02		

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları meslekleri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece diğer ihtimalli mahremiyet (t= 8,955; p< .01) boyutunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda, sosyal ağ profillerinde mesleğini paylaşmayanlar ($\overline{X}$ =4,15) paylaşanlara ($\overline{X}$ =3,99) göre daha güçlü oranlara sahiptir. Anlamlı bir farklılık olmasa da, diğer boyutlarda da mesleğin paylaşılmaması daha çok tercih edilmektedir.

Bu sonuçlara göre mesleğin paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(e),** diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 75. Mesleğin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Meslek	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	442	4,46	6,337	0,012
	Hayır	373	4,56		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	442	3,94	3,745	0,053
	Hayır	373	4,04		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	442	4,27	3,594	0,058
	Hayır	373	4,35		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	442	3,99	8,955	**0,003**
	Hayır	373	4,15		

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları iletişim bilgileri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, tüm boyutlarda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Tüm boyutlarda iletişim bilgilerinin paylaşılmaması daha çok tercih edilmektedir.

Hak olarak mahremiyet (t= 4,703; p< .05) boyutunda, iletişim bilgilerini paylaşmayanlar ($\overline{X}$ =4,53) paylaşanlara ($\overline{X}$ =4,43) göre daha yüksek oranlara sahiptir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (t= 7,704; p< .01) boyutunda, iletişim bilgilerini paylaşmayanlar ($\overline{X}$ =4,03) paylaşanlara ($\overline{X}$ =3,85) göre daha yüksek oranlara sahiptir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (t= 13,270; p< .001) boyutunda, iletişim bilgilerini paylaşmayanlar ($\overline{X}$ =4,35) paylaşanlara ($\overline{X}$ =4,18) göre oldukça yüksek oranlara sahiptir.

Diğer ihtimalli mahremiyet (t= 10,124; p< .01) boyutunda, iletişim bilgilerini paylaşmayanlar ($\overline{X}$ =4,11) paylaşanlara ($\overline{X}$ =3,91) göre daha yüksek oranlara sahiptir.

Bu sonuçlara göre iletişim bilgilerinin paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(f)**'in doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 76. İletişim Bilgilerinin Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	İletişim Bilgileri	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	195	4,43	4,703	**0,030**
	Hayır	620	4,53		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	195	3,85	7,704	**0,006**
	Hayır	620	4,03		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	195	4,18	13,270	**0,000**
	Hayır	620	4,35		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	195	3,91	10,124	**0,002**
	Hayır	620	4,11		

Katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları siyasi görüşleri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Tüm boyutların oranı birbirine oldukça yakın görünmektedir.

Tablo 77. Siyasi Görüşün Paylaşılması ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Siyasi Görüş	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	141	4,55	1,229	0,268
	Hayır	674	4,50		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	141	4,03	0,618	0,432
	Hayır	674	3,98		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	141	4,36	1,345	0,246
	Hayır	674	4,30		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	141	4,04	0,170	0,680
	Hayır	674	4,07		

Özetle katılımcılar genel olarak sosyal ağ profillerinden ilişki durumlarını paylaşmayı tercih ederken doğum tarihleri, eğitim durumları, meslekleri ve iletişim bilgilerini paylaşmamayı tercih etmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların sosyal ağ profillerinden paylaştıkları gerçek adları, yaşadıkları yer ve siyasi görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Bu sonuçlara göre siyasi görüşün paylaşılması kapsamında **Hipotez 11(g)**'in yanlışlandığı görülmektedir.

3.2.9.12. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Değerlendirmesi

Gizlilik politikası ya da veri ilkesinin okunmasına göre mahremiyet yönelimi boyutları arasındaki farklılık incelendiğinde, sadece başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($t= 4,24$; $p< .01$) boyutu anlamlı farklılık göstermektedir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda, gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuyanlar ($\overline{X} = 4,40$), okumayanlara ($\overline{X} =4,23$) göre daha güçlüdür.

Anlamlı bir farklılık olmasa da, diğer ihtimalli mahremiyet dışında, bir hak olarak mahremiyet ve kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında gizlilik politikası ya da veri ilkesini okumayanlar okuyanlara göre daha güçlüdür.

Tablo 78. Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Şehir	N	$\overline{X}$	SD	t-value	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Evet	390	4,54	0,50	1,92	0,054
	Hayır	425	4,47	0,59		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	390	4,01	0,76	0,96	0,336
	Hayır	425	3,96	0,77		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Evet	390	4,40	0,59	4,24	**0,000**
	Hayır	425	4,23	0,54		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Evet	390	4,06	0,77	-0,12	0,901
	Hayır	425	4,06	0,72		

Bu sonuçlara göre **Hipotez 12**, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

3.2.9.13. Mahremiyet Yönelim Boyutları ile Röntgencilik Düzeyleri Arasındaki Farklılık

İnsanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma düzeyi ile mahremiyet yönelim boyutlarına bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 3,144; p< .05), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 7,268; p< .001), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 4,776; p< .01) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 4,487; p< .01) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, kısmen katılanlar ($\overline{X}$=4,57) ile katılmayanlar ($\overline{X}$=4,42) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, mahremiyeti bir hak olarak gören katılımcılar, insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan kısmen hoşlanmaktadır.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, kısmen katılanlar ($\overline{X}$=4,15) ile

kesinlikle katılanlar ($\overline{X}$=3,84) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar, insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlara mesafeli yaklaşmakta ve bu ağlardan kısmen hoşlanmaktadır.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, kısmen katılanlar ($\overline{X}$=4,40) ile kesinlikle katılanlar ($\overline{X}$=4,20) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar, insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlara mesafeli yaklaşmakta ve bu ağlardan kısmen hoşlanmaktadır.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, kısmen katılanlar ($\overline{X}$=4,16) ve hiç katılmayanlar ($\overline{X}$=4,16) ile kesinlikle katılanlar ($\overline{X}$=3,95) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar, insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan ya kısmen hoşlanarak ya da hiç hoşlanmayarak bu ağlara daha mesafeli yaklaşmaktadır.

Tüm boyutlardaki katılımcılar insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna karşı çekimser ve mesafeli yaklaşmaktadır.

Bu sonuçlara göre insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan hoşlanma düzeyi kapsamında **Hipotez 13(a)**'ün doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 79. İnsanların Özel Anlarının İzlendiği Sosyal Ağlardan Hoşlanma Düzeyi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	114	4,52	3,144	**,025**
	Katılmıyorum	228	4,42		
	Kısmen katılıyorum	272	4,57		
	Kesinlikle katılıyorum	201	4,52		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	114	3,99	7,268	**,000**
	Katılmıyorum	228	3,92		
	Kısmen katılıyorum	272	4,15		
	Kesinlikle katılıyorum	201	3,84		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	114	4,30	4,776	**,003**
	Katılmıyorum	228	4,30		
	Kısmen katılıyorum	272	4,40		
	Kesinlikle katılıyorum	201	4,20		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	114	4,16	4,487	**,004**
	Katılmıyorum	228	4,00		
	Kısmen katılıyorum	272	4,16		
	Kesinlikle katılıyorum	201	3,95		

İnsanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanma düzeyi ile mahremiyet yönelim boyutlarına bakıldığında, hak olarak mahremiyet ($f= 3,469$; $p< .05$), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 5,208$; $p< .01$) başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 2,678$; $p< .05$) ve diğer ihtimalli mahremiyet ($f= 6,488$; $p< .001$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, hiç katılmayanlar ($\overline{X}$ =4,63) ile katılmayanlar ($\overline{X}$ =4,44) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, mahremiyeti bir hak olarak gören katılımcılar, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hiç hoşlanmamakta ve oldukça mesafeli bir tutum sergilemektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, hiç katılmayanlar ($\overline{X}$ =4,17) ile kesinlikle katılanlar ($\overline{X}$ =3,86) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyan

katılımcılar, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hiç hoşlanmamakta ve oldukça mesafeli bir tutum sergilemektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, hiç katılmayanlar ($\overline{X}$ =4,41) ile kesinlikle katılanlar ($\overline{X}$ =4,26) ve kısmen katılanlar ($\overline{X}$ =4,26) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hiç hoşlanmamakta ve oldukça mesafeli bir tutum sergilemektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, hiç katılmayanlar ($\overline{X}$ =4,31) ile katılmayanlar ($\overline{X}$ =3,97) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hiç hoşlanmamakta ve oldukça mesafeli bir tutum sergilemektedir.

Tüm boyutlardaki katılımcılar insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna karşı oldukça net bir biçimde yaklaşarak hiçbir şekilde hoşlanmadığını ifade etmekte ve mesafeli tutumunu korumaktadır.

Bu sonuçlara göre insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanma düzeyi kapsamında **Hipotez 13(b)**'ün doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 80. İnsanların Normalde Görmediği Yüzünü Gösterdiği Sosyal Ağlardan Hoşlanma Düzeyi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	128	4,63	3,469	**,016**
	Katılmıyorum	237	4,44		
	Kısmen katılıyorum	199	4,48		
	Kesinlikle katılıyorum	251	4,53		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	128	4,17	5,208	**,001**
	Katılmıyorum	237	4,04		
	Kısmen katılıyorum	199	3,95		
	Kesinlikle katılıyorum	251	3,86		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	128	4,41	2,678	**,046**
	Katılmıyorum	237	4,34		
	Kısmen katılıyorum	199	4,26		
	Kesinlikle katılıyorum	251	4,26		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	128	4,31	6,488	**,000**
	Katılmıyorum	237	3,97		
	Kısmen katılıyorum	199	3,98		
	Kesinlikle katılıyorum	251	4,08		

İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanma düzeyi ile mahremiyet yönelim boyutlarına bakıldığında, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 4,569$; $p< .01$) başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 21,659$; $p< .001$) ve diğer ihtimalli mahremiyet ($f= 8,726$; $p< .001$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, hiç katılmayanlar ($\overline{X}=4,12$) ile kesinlikle katılanlar ($\overline{X}=3,86$) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar, insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hiç hoşlanmamakta ve oldukça mesafeli bir tutum sergilemektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, hiç katılmayanlar ($\overline{X}=4,49$) ile kısmen katılanlar ($\overline{X}=4,09$) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan

katılımcılar, insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hiç hoşlanmamakta ve oldukça mesafeli bir tutum sergilemektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna verilen yanıtlarda, hiç katılmayanlar ($\overline{X}$=4,24) ile kısmen katılıyorum ($\overline{X}$=3,88) arasında farklılaşmaktadır. Bu kapsamda, diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar, insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hiç hoşlanmamakta ve oldukça mesafeli bir tutum sergilemektedir.

Tablo 81. İnsanların Sakladıkları Şeylere Erişim İmkânı Sağlayan Sosyal Ağlardan Hoşlanma Düzeyi ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Verilen Yanıtlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	262	4,53	0,823	,481
	Katılmıyorum	310	4,42		
	Kısmen katılıyorum	105	4,43		
	Kesinlikle katılıyorum	138	4,49		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	262	4,12	4,569	**,004**
	Katılmıyorum	310	3,93		
	Kısmen katılıyorum	105	3,98		
	Kesinlikle katılıyorum	138	3,86		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Hiç katılmıyorum	262	4,49	21,659	**,000**
	Katılmıyorum	310	4,32		
	Kısmen katılıyorum	105	4,09		
	Kesinlikle katılıyorum	138	4,10		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Hiç katılmıyorum	262	4,24	8,726	**,000**
	Katılmıyorum	310	3,98		
	Kısmen katılıyorum	105	3,88		
	Kesinlikle katılıyorum	138	4,04		

Tüm boyutlardaki katılımcılar insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanma sorusuna karşı oldukça net bir biçimde yaklaşarak hiçbir şekilde hoşlanmadığını ifade etmekte ve mesafeli tutumunu korumaktadır.

Bu sonuçlara göre insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanma kapsamında **Hipotez 13(c),** kendi mahremiyetine ilişkin kaygı,

başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet boyutunda yanlışlanmıştır.

3.2.9.14. Mahremiyet Yönelim Boyutları ile Kendini Teşhir Düzeyleri Arasındaki Farklılık

Kamuya açık alanlarda yapılamayacak şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı ile mahremiyet yönelim boyutları ilişkisine bakıldığında, hak olarak mahremiyet ($f= 4,871$; $p< .001$) ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 3,587$; $p< .01$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler, kamuya açık alanlarda yapılamayacak şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$ =5,00) ile özel kişiler ($\overline{X}$ =4,40) arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenler, kamuya açık alanlarda yapamayacakları şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişilerle hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak sadece özel kişilerle paylaşmayı tercih etmemektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, kamuya açık alanlarda yapılamayacak şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$ =4,75) ile yabancılar ($\overline{X}$ =4,20) arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, kamuya açık alanlarda yapamayacakları şeyleri sosyal ağlarda özel kişiler ve arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler ile başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar kamuya açık alanlarda yapamayacakları şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişiler hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmektedir. Anlamlı bir farklılık olmasa da kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar da kamuya açık alanlarda yapamayacakları şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişiler hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmektedir. Bir anlamda, tüm boyutlardaki katılımcılar, kamuya açık alanlarda yapamayacakları şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişiler hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı ilk seçenek olarak görmektedir.

Bu sonuçlara göre kamuya açık alanlarda yapılamayacak şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı kapsamında **Hipotez 14(a),** bir hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 82. Kamuya Açık Alanlarda Yapılamayacak Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	**Paylaşılan Kişiler**	**N**	$\overline{X}$	**F**	**Sig.**
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Özel kişiler	190	4,40	4,871	**,000**
	Arkadaşlar	124	4,52		
	Yabancılar	5	4,66		
	Herkes	25	4,72		
	Hiç kimse	455	4,52		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	16	5,00		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	190	3,85	2,079	,066
	Arkadaşlar	124	4,00		
	Yabancılar	5	3,70		
	Herkes	25	4,01		
	Hiç kimse	455	4,03		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	16	4,28		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	190	4,22	3,587	**,003**
	Arkadaşlar	124	4,25		
	Yabancılar	5	4,20		
	Herkes	25	4,46		
	Hiç kimse	455	4,34		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	16	4,75		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Özel kişiler	190	4,02	0,508	,508
	Arkadaşlar	124	4,04		
	Yabancılar	5	3,75		
	Herkes	25	4,01		
	Hiç kimse	455	4,08		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	16	4,34		

Diğer insanlarla yakın ilişkilerin sosyal ağlarda paylaşımı ile mahremiyet yönelim boyutları ilişkisine bakıldığında, hak olarak mahremiyet ($f= 4,871$; $p< .001$) ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 3,587$; $p< .01$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler, diğer insanlarla yakın ilişkilerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$ =5,00) ile özel kişiler ($\overline{X}$ =4,40) arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenler, diğer

insanlarla yakın ilişkilerini sosyal ağlarda özel kişiler ve arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak sadece özel kişilerle paylaşmayı tercih etmemektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, diğer insanlarla yakın ilişkilerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$ =4,75) ile yabancılar ($\overline{X}$ =4,20) arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, diğer insanlarla yakın ilişkilerini sosyal ağlarda özel kişiler ve arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar diğer insanlarla yakın ilişkilerini sosyal ağlarda hem özel kişiler hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmektedir. Anlamlı bir farklılık olmasa da mahremiyeti bir hak olarak görenler ile başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar ise diğer insanlarla yakın ilişkilerini sosyal ağlarda hem özel kişiler hem de yabancılarla paylaşmayı tercih etmektedir. Bir anlamda, tüm boyutlardaki katılımcılar, diğer insanlarla yakın ilişkilerini sosyal ağlarda ortak olarak özel kişilerle paylaşmayı ilk seçenek olarak görmektedir.

Bu sonuçlara göre diğer insanlarla yakın ilişkilerin sosyal ağlarda paylaşımı kapsamında **Hipotez 14(b)**, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 83. Diğer İnsanlarla Yakın İlişkilerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Paylaşılan Kişiler	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Özel kişiler	254	4,50	1,442	,196
	Arkadaşlar	291	4,46		
	Yabancılar	4	4,66		
	Herkes	41	4,45		
	Hiç kimse	157	4,58		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	66	4,59		
	Özel kişiler ve Yabancılar	2	5,00		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	254	3,98	3,268	**,004**
	Arkadaşlar	291	3,94		
	Yabancılar	4	3,25		
	Herkes	41	3,91		
	Hiç kimse	157	4,17		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	66	3,86		
	Özel kişiler ve Yabancılar	2	5,00		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	254	4,31	1,134	,341
	Arkadaşlar	291	4,34		
	Yabancılar	4	4,12		
	Herkes	41	4,20		
	Hiç kimse	157	4,26		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	66	4,35		
	Özel kişiler ve Yabancılar	2	5,00		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Özel kişiler	254	4,15	2,794	**,011**
	Arkadaşlar	291	4,05		
	Yabancılar	4	4,00		
	Herkes	41	3,71		
	Hiç kimse	157	4,06		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	66	3,96		
	Özel kişiler ve Yabancılar	2	5,00		

Korkuların sosyal ağlarda paylaşımı ile mahremiyet yönelim boyutları ilişkisine bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 4,325; p< .001), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 2,312; p< .05), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 4,542; p< .001) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 5,301; p< .001) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler, korkuların sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve yabancılar ($\overline{X}$ =5,00) ile yabancılar ($\overline{X}$ =3,61)

arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenler, korkularını sosyal ağlarda özel kişiler ve yabancılarla paylaşmayı tercih etmekte ancak sadece yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, korkuların sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, hiç kimse ($\overline{X}$ =4,75) ile yabancılar ($\overline{X}$ =3,20) arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, korkularını sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmamayı tercih etmektedir. Paylaşmayı tercih edenler ise son seçenek olarak yabancıları görmektedir.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, korkuların sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve yabancılar ($\overline{X}$ =4,50) ile yabancılar ($\overline{X}$ =3,29) arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, korkularını sosyal ağlarda özel kişiler ve yabancılarla paylaşmayı tercih etmekte ancak sadece yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, korkuların sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, hiç kimse ($\overline{X}$ =4,13) ile yabancılar ($\overline{X}$ =2,95) arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, korkularını sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmamayı tercih etmektedir. Paylaşmayı tercih edenler ise son seçenek olarak yabancıları görmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler ile başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar, korkularını sosyal ağlarda hem özel kişiler hem de yabancılarla paylaşmayı tercih etmektedir. Öte yandan kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar, korkularını sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmayı tercih etmemektedir. Kamuya açık alanda yapılamayacak şeylerin ve diğer insanlarla yakın ilişkilerin sosyal ağlarda paylaşımının aksine korkularının paylaşımında katılımcılar daha çekimser davranmakta, ya özel gördükleri kişilerle ya yabancılarla paylaşmakta ya da hiç kimseyle paylaşmamaktadır.

Bu sonuçlara göre korkuların sosyal ağlarda paylaşımı kapsamında **Hipotez 14(c)**'ün doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 84. Korkuların Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Paylaşılan Kişiler	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Özel kişiler	251	4,45	4,325	**,000**
	Arkadaşlar	144	4,54		
	Yabancılar	6	3,61		
	Herkes	19	4,54		
	Hiç kimse	370	4,53		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	24	4,75		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	5,00		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	251	3,93	2,312	**,032**
	Arkadaşlar	144	3,97		
	Yabancılar	6	3,20		
	Herkes	19	3,80		
	Hiç kimse	370	4,06		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	24	3,82		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	4,00		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	251	4,36	4,542	**,000**
	Arkadaşlar	144	4,20		
	Yabancılar	6	3,29		
	Herkes	19	4,34		
	Hiç kimse	370	4,32		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	24	4,38		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	4,50		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Özel kişiler	251	4,08	5,301	**,000**
	Arkadaşlar	144	3,98		
	Yabancılar	6	2,95		
	Herkes	19	3,84		
	Hiç kimse	370	4,13		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	24	3,86		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	1,75		

Yapıldığı için gurur duyulan şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı ile mahremiyet yönelim boyutları ilişkisine bakıldığında, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 4,507$; $p< .001$), ve diğer ihtimalli mahremiyet ($f= 2,386$; $p< .05$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, yapıldığı için gurur duyulan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve yabancılar ($\overline{X}$ =3,50) ile yabancılar ($\overline{X}$ =3,20) arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, yaptıkları için gurur duydukları şeyleri sosyal ağlarda özel kişiler ve yabancılar paylaşmayı tercih etmekte ancak sadece yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, yapıldığı için gurur duyulan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ($\overline{X}$ =4,26) ile yabancılar ($\overline{X}$ =3,25) arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, yaptıkları için gurur duydukları şeyleri sosyal ağlarda özel kişilerle paylaşmayı tercih etmekte ancak yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar ve anlamlı bir farklılık olmasa da mahremiyeti bir hak olarak gören katılımcılar, yaptıkları için gurur duydukları şeyleri sosyal ağlarda ortak olarak özel kişilerle paylaşmayı tercih etmektedir. Yine anlamlı bir farklılık olmasa da başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar ise yaptıkları için gurur duydukları şeyleri sosyal ağlarda hem yabancılar hem de herkes paylaşmayı tercih etmektedir. Bir anlamda, üç boyuttaki katılımcılar, yaptıkları için gurur duydukları şeyleri sosyal ağlarda ortak olarak özel kişilerle paylaşmayı ilk seçenek olarak görmektedir.

Bu sonuçlara göre yapıldığı için gurur duyulan şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı kapsamında **Hipotez 14(ç)**, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 85. Yapıldığı İçin Gurur Duyulan Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Paylaşılan Kişiler	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Özel kişiler	155	4,52	1,818	,081
	Arkadaşlar	309	4,50		
	Yabancılar	1	4,00		
	Herkes	162	4,45		
	Hiç kimse	100	4,55		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	84	4,59		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	4,33		
	Yabancılar ve Herkes	3	3,66		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	155	4,20	4,507	**,000**
	Arkadaşlar	309	4,01		
	Yabancılar	1	3,50		
	Herkes	162	3,76		
	Hiç kimse	100	4,05		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	84	3,86		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	4,50		
	Yabancılar ve Herkes	3	3,66		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	155	4,34	0,957	,462
	Arkadaşlar	309	4,32		
	Yabancılar	1	3,25		
	Herkes	162	4,24		
	Hiç kimse	100	4,30		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	84	4,33		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	4,25		
	Yabancılar ve Herkes	3	4,41		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Özel kişiler	155	4,26	2,386	**,020**
	Arkadaşlar	309	4,03		
	Yabancılar	1	3,25		
	Herkes	162	3,96		
	Hiç kimse	100	4,05		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	84	4,03		
	Özel kişiler ve Yabancılar	1	4,25		
	Yabancılar ve Herkes	3	3,83		

Yapıldığı için suçluluk hissedilen şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı ile mahremiyet yönelim boyutları ilişkisine bakıldığında, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ($f= 4,353$; $p< .001$), ve diğer ihtimalli mahremiyet ($f= 6,065$; $p< .001$) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, yapıldığı için suçluluk hissedilen şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, arkadaşlar ($\overline{X}=4,08$) ile

yabancılar ve herkes ($\overline{X}$ =3,00) arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, yaptıkları için suçluluk hissettikleri şeyleri sosyal ağlarda arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak yabancılar ve herkesle paylaşmayı tercih etmemektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, yapıldığı için suçluluk hissedilen şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda hiç kimse ($\overline{X}$ =4,13) ile herkes ($\overline{X}$ =3,27) arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, yaptıkları için suçluluk hissettikleri şeyleri sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmayı tercih etmemekte ve herkesle paylaşmamaktadır.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar yaptıkları için suçluluk hissettikleri şeyleri sosyal ağlarda arkadaş ile paylaşırken diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar ile anlamlı bir farklılık olmasa da mahremiyeti bir hak olarak gören katılımcılar hiç kimseyle paylaşmamaktadır. Yine anlamlı bir farklılık olmasa da başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyan katılımcılar yaptıkları için suçluluk hissettikleri şeyleri sosyal ağlarda yabancılar ile paylaşmayı daha çok tercih etmektedir.

Bu sonuçlara göre yapıldığı için suçluluk hissedilen şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı kapsamında **Hipotez 14(d),** kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken bir hak olarak mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında yanlışlanmıştır.

Tablo 86. Yapıldığı İçin Suçluluk Hissedilen Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Paylaşılan Kişiler	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Özel kişiler	250	4,49	1,527	,166
	Arkadaşlar	99	4,53		
	Yabancılar	11	3,66		
	Herkes	19	4,22		
	Hiç kimse	414	4,53		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	21	4,36		
	Yabancılar ve Herkes	1	4,00		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	250	3,92	4,353	**,000**
	Arkadaşlar	99	4,08		
	Yabancılar	11	3,29		
	Herkes	19	3,50		
	Hiç kimse	414	4,05		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	21	3,89		
	Yabancılar ve Herkes	1	3,00		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	250	4,31	1,178	,316
	Arkadaşlar	99	4,31		
	Yabancılar	11	4,52		
	Herkes	19	4,01		
	Hiç kimse	414	4,32		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	21	4,25		
	Yabancılar ve Herkes	1	4,50		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Özel kişiler	250	4,05	6,065	**,000**
	Arkadaşlar	99	4,08		
	Yabancılar	11	3,86		
	Herkes	19	3,27		
	Hiç kimse	414	4,13		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	21	3,55		
	Yabancılar ve Herkes	1	4,00		

Hayatında önemli olan şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı ile mahremiyet yönelim boyutları ilişkisine bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 12,429; p< .001), kendi mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 4,781; p< .001) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 10,772; p< .001) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler, hayatında önemli olan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$ =4,61) ile özel kişiler ve yabancılar ($\overline{X}$ =2,11) arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir hak olarak görenler, hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişilerle hem de

arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak hem özel kişiler hem de yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, hayatında önemli olan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$ =4,17) ile özel kişiler ve yabancılar ($\overline{X}$ =2,16) arasında farklılaşmaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişilerle hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak hem özel kişiler hem de yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, hayatında önemli olan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, hiç kimse ($\overline{X}$ =4,22) ile özel kişiler ve yabancılar ($\overline{X}$ =2,58) arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmamayı tercih etmektedir. Paylaşmayı tercih edenler ise son seçenek olarak hem özel kişiler hem de yabancılarla hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda paylaşmayı görmektedir.

Mahremiyeti bir hak olarak gören, kendi mahremiyetine ilişkin ve anlamlı bir farklılık olmasa da başkalarının mahremiyetine kaygı duyan katılımcılar, hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişilerle hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmektedir. Öte yandan diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar, hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmayı tercih etmemektedir. Katılımcılar hayatlarında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda paylaşırken ya en yakınlarını yani özel kişilerle arkadaşlarını tercih etmekte ya da çekimser davranarak hiç kimseyle paylaşmamaktadır.

Bu sonuçlara göre hayatında önemli olan şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı kapsamında **Hipotez 14(e),** bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

Tablo 87. Hayatında Önemli Olan Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Paylaşılan Kişiler	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Özel kişiler	316	4,53	12,429	**,000**
	Arkadaşlar	296	4,49		
	Herkes	22	4,27		
	Hiç kimse	99	4,53		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	77	4,61		
	Özel kişiler ve Yabancılar	3	2,11		
	Yabancılar ve Herkes	2	3,66		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	316	4,00	4,781	**,000**
	Arkadaşlar	296	3,91		
	Herkes	22	3,80		
	Hiç kimse	99	4,11		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	77	4,17		
	Özel kişiler ve Yabancılar	3	2,16		
	Yabancılar ve Herkes	2	3,62		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	316	4,38	2,943	,462
	Arkadaşlar	296	4,22		
	Herkes	22	3,27		
	Hiç kimse	99	4,28		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	77	4,41		
	Özel kişiler ve Yabancılar	3	4,00		
	Yabancılar ve Herkes	2	3,75		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Özel kişiler	316	4,18	10,772	**,000**
	Arkadaşlar	296	3,92		
	Herkes	22	3,29		
	Hiç kimse	99	4,22		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	77	4,19		
	Özel kişiler ve Yabancılar	3	2,58		
	Yabancılar ve Herkes	2	3,75		

Kendi hakkında hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı ile mahremiyet yönelim boyutları ilişkisine bakıldığında, hak olarak mahremiyet (f= 9,100; p< .001), başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı (f= 2,813; p< .05) ve diğer ihtimalli mahremiyet (f= 4,592; p< .001) boyutlarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Mahremiyeti bir hak olarak görenler, kendi hakkında hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, hiç kimse ($\overline{X}$ =4,64) ile herkes ($\overline{X}$ =3,97) arasında farklılaşmaktadır. Mahremiyeti bir

hak olarak görenler, kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmayı tercih etmemekte ve herkesle paylaşmamaktadır.

Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, kendi hakkında hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$=4,42) ile yabancılar ($\overline{X}$=4,00) arasında farklılaşmaktadır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişilerle hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ancak yabancılarla paylaşmayı tercih etmemektedir.

Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, kendi hakkında hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeylerin sosyal ağlarda paylaşılması sorusuna verilen yanıtlarda, özel kişiler ve arkadaşlar ($\overline{X}$=4,15) ile herkes ($\overline{X}$=3,46) arasında farklılaşmaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanlar, kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişilerle hem de arkadaşlarıyla paylaşmayı tercih etmekte ve herkesle paylaşmayı tercih etmemektedir.

Tablo 88. Kendi Hakkında Hoşlandığı ve Hoşlanmadığı Şeylerin Paylaşımı ile Mahremiyet Yönelim Boyutları Arasındaki Farklılık

Boyutlar	Paylaşılan Kişiler	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Bir Hak Olarak Mahremiyet	Özel kişiler	168	4,52	9,100	**,000**
	Arkadaşlar	390	4,46		
	Yabancılar	3	4,66		
	Herkes	30	3,97		
	Hiç kimse	108	4,64		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	116	4,63		
Kendi Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	168	3,95	1,929	,087
	Arkadaşlar	390	3,98		
	Yabancılar	3	3,58		
	Herkes	30	3,68		
	Hiç kimse	108	4,12		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	116	4,02		
Başkalarının Mahremiyetine İlişkin Kaygı	Özel kişiler	168	4,32	2,813	**,016**
	Arkadaşlar	390	4,28		
	Yabancılar	3	4,00		
	Herkes	30	4,03		
	Hiç kimse	108	4,36		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	116	4,42		
Diğer İhtimalli Mahremiyet	Özel kişiler	168	4,12	4,592	**,000**
	Arkadaşlar	390	4,05		
	Yabancılar	3	3,75		
	Herkes	30	3,46		
	Hiç kimse	108	4,08		
	Özel kişiler ve Arkadaşlar	116	4,15		

Başkalarının mahremiyetine kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olan katılımcılar kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda hem özel kişilerle hem de arkadaşlarıyla paylaşmaktadır. Öte yandan mahremiyeti bir hak olarak görenler ile kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda hiç kimseyle paylaşmayı tercih etmemektedir. Katılımcılar kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda paylaşırken ya en yakınlarını yani özel kişilerle arkadaşlarını tercih etmekte ya da çekimser davranarak hiç kimseyle paylaşmamaktadır.

Bu sonuçlara göre kendi hakkında hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeylerin sosyal ağlarda paylaşımı kapsamında **Hipotez 14(f)**, bir hak olarak mahremiyet,

başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında doğrulanırken kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda yanlışlanmıştır.

3.2.10. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Değerlendirmesi

3.2.10.1. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Yaşanılan Yere Göre Değerlendirmesi

İzmir'deki katılımcılar yüzde 54,6 ile en yüksek mahremiyet savunucusu oranına sahipken Konya'daki katılımcılar yüzde 55,8 ile en yüksek mahremiyet bireycisi oranına sahiptir. Bununla beraber, mahremiyet savunucularının yüzde 45,4'ünü Konya, mahremiyet bireycilerinin yüzde 44,2'sini İzmir'deki katılımcılar oluşturmaktadır. Her iki şehirde de en düşük sayıya sahip olan mahremiyet umursamazlarının ise yüzde 89,5'ini İzmir, yüzde 10,5'ini Konya'daki katılımcılar oluşturmaktadır.

Tablo 89. Yaşanılan Yere Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Yaşanılan Yer	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
İzmir	17	89,5	198	44,2	190	54,6
Konya	2	10,5	250	55,8	158	45,4
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=20,790; df= 2; p= ,000						

Mahremiyet yönelim alt boyutları ile yaşanılan yer arasında 0,001 oranında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, **Hipotez 1**'in doğrulandığı görülmektedir.

Literatüre bakıldığında da, önceki araştırmalarla tutarlı olarak (Cho vd., 2009: 411) modern özelliklerine sahip şehirlerde, bireylerin mahremiyet yönelimi konusunda hassas olmaları daha olası olup daha fazla hassasiyet gösterdikleri görülmektedir. Daha çok modernliğin izlerini taşıyan İzmir ile daha çok geleneksellik özelliklerine sahip olup muhafazakârlığın izlerini taşıyan Konya için de

bu durumun söz konusu olması mümkündür. Ancak unutulmamalıdır ki, daha önce de belirtildiği gibi, liberal anlayışta bireyler özgürlük taraftarı, kendi kişisel yaşamını kendi kuran, yaşamına dair kararları kendi alan ve özel alan sınırlarını kendi belirleyen aktif bir özne olarak kurgulanmaktadır. Dolayısıyla liberal bir anlayışa ve belirli bir kültürel yapıya sahip olan Türkiye için de bu durum söz konusudur. Bu sebeple daha çok bireycilik özelliklerine sahip İzmir ile daha çok geleneksellik özelliklerine sahip Konya için bu ayrım keskin bir ayrım değil aksine, oldukça geçirgen bir yapıya sahiptir.

3.2.10.2. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Değerlendirmesi

Kadınlar yüzde 61,8 ile en yüksek mahremiyet savunucusu, yüzde 54 ile de en yüksek mahremiyet bireycisi oranına sahiptir. Öte yandan yüzde 84,2 ile en yüksek mahremiyet umursamazı olan erkekler yüzde 46 ile mahremiyet bireycisi, yüzde 38,2 ile de mahremiyet savunucusu oranına sahiptir.

Tablo 90. Cinsiyete Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Cinsiyet	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Kadın	3	15,8	242	54,0	215	61,8
Erkek	16	84,2	206	46,0	133	38,2
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=17,879; df= 2; p= ,000						

Mahremiyet yönelim alt boyutları ile cinsiyet arasında 0,001 oranında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, **Hipotez 2**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Literatüre bakıldığında da, önceki araştırmalarla tutarlı olarak (Child ve Petronio, 2011; Fogel ve Nehmad, 2009; Millham ve Atkin, 2016; Saeri vd., 2014; Sheehan, 1999; Lewis vd., 2008; Stefanick, 2011) sosyal ağlarda mahremiyet yönelimi konusunda kadınların erkeklere göre daha fazla hassasiyet gösterdikleri

görülmektedir. Daha önce kuramsal çerçevede de değinildiği gibi bunun pek çok sebebi bulunmaktadır. Bu sebeplerden en önemlisi toplumda kadın ile erkeğe farklı bakılmasıdır. Bunun da ötesinde, toplum kadına ve erkeğe farklı da davranmaktadır. En basit haliyle kadınlardan ve erkeklerden beklenen roller, duygular, davranışlar, tutumlar, algılar, faaliyetler farklılık göstermektedir. Hatta hala çağdaş olarak nitelendirilen toplumlarda kız ve erkek çocukları doğduğu andan itibaren farklı değer görmekte ve kadınlar, erkeklerin beklentileri etrafında şekillenen düşünce ve pratiklerle tanımlanmaktadır. Bu beklentide kadın bedeni, erkeğin yöneldiği bir alan, cinsel bir obje hatta gösterilmemesi, gizlenmesi, gözetim altında tutulması gereken bir obje olarak görülmektedir. Bakış, eylem, cinsellik ya da haz nesnesi olarak konumlandırılan kadın bedeni, "mahrem ya da namus" kavramlarıyla birlikte anılmaktadır. Özellikle doğu toplumlarında namus kavramı, kadın bedeni üzerinden okunmakta ve cinsel namus anlayışı çerçevesinde değerlendirilmektedir. Dolayısıyla Türk toplumunda da namus ve mahremiyet konuları en önemli değer yargılarından biri olarak vurgulanmakta hatta yabancının bakışına açık olmamak ile ilişkilendirilmektedir.

3.2.10.3. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Yaşa Göre Değerlendirmesi

Dijital göçmenler yüzde 63,8 ile en yüksek mahremiyet savunucusu oranına sahipken dijital yerliler yüzde 53,6 ile en yüksek mahremiyet bireycisi oranına sahiptir. Bununla beraber, mahremiyet savunucularının yüzde 36,2'sini dijital yerliler, mahremiyet bireycilerinin yüzde 46,4'ünü dijital göçmenler oluşturmaktadır. Her iki kategoride de en düşük sayıya sahip olan mahremiyet umursamazlarının ise yüzde 57,9'unu dijital yerliler, yüzde 42,1'ini dijital göçmenler oluşturmaktadır. Mahremiyet umursamazlarının oranlarının birbirine oldukça yakın olduğu gözlenmektedir.

Tablo 91. Yaşa Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Yaş Kategorisi	Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları					
	Mahremiyet Umursamazları		Mahremiyet Bireycileri		Mahremiyet Savunucuları	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Dijital Yerli	11	57,9	240	53,6	126	36,2
Dijital Göçmen	8	42,1	208	46,4	222	63,8
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=24,816; df= 2; p= ,000						

Mahremiyet yönelim alt boyutları ile yaş arasında 0,001 oranında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, **Hipotez 3**'ün doğrulandığı görülmektedir.

Literatüre bakıldığında da, önceki araştırmalarla tutarlı olarak (Bahrampour ve Aratani, 2006; Bellman vd., 2004; Broeck vd., 2015; Chang vd., 2015; Christofides vd., 2012; Downes, 2006; Kezer vd., 2016; Madden, 2012; Madden, 2013; Sullivan, 2005; Steijn, 2014; Viser, 2005) katılımcıların yaş aldıkça mahremiyet yönelimi konusunda daha hassasiyet gösterdiği görülmektedir.

3.2.10.4. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Değerlendirmesi

Lise mezunları yüzde 42,2 ile en yüksek mahremiyet savunucusu oranına sahipken üniversite mezunları yüzde 46,7 ile en yüksek mahremiyet bireycisi oranına sahiptir. Bununla beraber, mahremiyet savunucularının yüzde 39,7'sini üniversite, yüzde 11,8'ini ilköğretim ve yüzde 6,3'ünü lisansüstü mezunları oluşturmaktadır. Mahremiyet bireycilerinin ise yüzde 39,3'ünü lise, yüzde 7,1'ini lisansüstü ve yüzde 6,9'unu ilköğretim mezunları oluşturmaktadır. Öte yandan yüzde 36,8 ile lise mezunları mahremiyet umursamazlarının büyük bölümünü kapsarken diğerlerini sırasıyla yüzde 26,3 ile üniversite ve lisansüstü, yüzde 10,5 ile ilköğretim mezunları

oluşturmaktadır. Bir anlamda, mahremiyet savunucularının yarıya yakınını lise mezunu, mahremiyet bireycilerinin yarıya yakınını ise üniversite mezunu olarak nitelendirmek mümkündür.

Tablo 92. Eğitim Düzeyine Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Eğitim Düzeyi	Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları					
	Mahremiyet Umursamazları		Mahremiyet Bireycileri		Mahremiyet Savunucuları	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
İlköğretim	2	10,5	31	6,9	41	11,8
Lise	7	36,8	176	39,3	147	42,2
Üniversite	5	26,3	209	46,7	138	39,7
Lisansüstü	5	26,3	32	7,1	22	6,3
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=19,094; df= 6; p= ,004						

Bununla birlikte, mahremiyet yönelim alt boyutları ile eğitim düzeyi arasında 0,01 oranında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, **Hipotez 4**'ün doğrulandığı görülmektedir.

Literatüre bakıldığında da, yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin mahremiyet yönelimi konusunda daha fazla hassasiyete sahip olduğu görülmektedir (Milne ve Gordon, 1994; Wang ve Petrison, 1993). Bu çalışma kapsamında da, lisansüstü eğitim düzeyi dışında, üniversite ve lise eğitim düzeylerinde, mahremiyet yönelimine ilişkin daha fazla hassasiyet durumu geçerlidir.

3.2.10.5. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Meslek Durumuna Göre Değerlendirmesi

Mesleğe göre mahremiyet yönelim alt boyutları arasındaki farklılığa bakıldığında, en fazla orana sahip olan öğrenciler yüzde 57,9 ile en yüksek mahremiyet umursamazı, yüzde 44,4 ile de en yüksek mahremiyet bireycisi ve yüzde 29 ile en yüksek mahremiyet savunucusu oranına sahiptir. Diğer taraftan mahremiyet savunucularını yüzde 18,1 ile özel sektörde işçi, yüzde 10,1 ile de kamuda memur ve

özel sektörde büro, ofis çalışanı oluştururken mahremiyet bireycilerini yüzde 13,6 ile özel sektörde işçi ve yüzde 9,2 ile özel sektörde büro, ofis çalışanı oluşturmaktadır. Mahremiyet umursamazlarını ise yüzde 15,8 ile kamuda memur olarak çalışanlar oluşturmaktadır.

Tablo 93. Mesleğe Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Meslek	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Profesyonel serbest meslek	0	0,0	15	3,3	16	4,6
Küçük orta ölçekli işletme sahibi	0	0,0	34	7,6	19	5,5
Özel sektörde yönetici	0	0,0	7	1,6	12	3,4
Kamuda memur	3	15,8	22	4,9	35	10,1
Özel sektörde büro, ofis çalışanı	2	10,5	41	9,2	35	10,1
Kamuda işçi	0	0,0	19	4,2	20	5,7
Özel sektörde işçi	1	5,3	61	13,6	63	18,1
Akademik personel	0	0,0	16	3,6	5	1,4
Ev hanımı	0	0,0	15	3,3	13	3,7
Öğrenci	11	57,9	199	44,4	101	29,0
Emekli	0	0,0	4	0,9	17	4,9
İşsiz	2	10,5	15	3,3	18	5,2
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=57,234; df= 22; p= ,000						

Bu sonuçlara göre, **Hipotez 5**'in yanlışlandığı görülmektedir.

3.2.10.6. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Gelir Durumuna Göre Değerlendirmesi

Mahremiyet yönelim alt boyutlarıyla aylık gelir durumu arasındaki ilişkiye bakıldığında, mahremiyet umursamazlarının aylık gelirini yüzde 42,1 ile 1501-2000 tl, yüzde 21,1 ile 501-1000 tl ve 2001-3000 tl arası oluşturmaktadır. Mahremiyet bireycilerinin aylık gelirini yüzde 25,5 ile 1501-2000 tl, yüzde 20,6 ile 2001-3000 tl

arası oluşturmaktadır. Mahremiyet savunucularının aylık gelirini yüzde 27,6 ile 3001-5000 tl, yüzde 24,1 ile 1501-2000 tl arası oluşturmaktadır.

Tablo 94. Gelir Durumuna Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Gelir Durumu	Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları					
	Mahremiyet Umursamazları		Mahremiyet Bireycileri		Mahremiyet Savunucuları	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
0-500 tl	0	0,0	4	0,9	0	0,0
501-1000 tl	4	21,1	84	18,8	47	13,5
1001-1500 tl	2	10,5	42	9,4	24	6,9
1501-2000 tl	8	42,1	114	25,5	84	24,1
2001-3000 tl	4	21,1	92	20,6	71	20,4
3001-5000 tl	1	5,3	86	19,2	96	27,6
5001- + tl	0	0,0	25	5,6	26	7,5
Toplam	19	100,0	447	100,0	348	100,0
χ 2=21,657; df= 12; p= ,042						

Mahremiyet umursamazlarının aylık gelirinin çoğunluğu 501-3000 tl arasındayken mahremiyet bireycilerinin ve savunucularının aylık gelirinin çoğunluğu ise 1501-3000 tl arasındadır. Bu sonuçlara göre**, Hipotez 6**'nın yanlışlandığı görülmektedir.

3.2.10.7. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Amacına Göre Değerlendirmesi

Sosyal ağları arkadaşlarla iletişimde bulunmak amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 68,4 ile kesinlikle katılıyorum, yüzde 31,6 ile katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 47,8 ile katılıyorum, yüzde 37,1 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 47,4 ile kesinlikle katılıyorum, yüzde 40,8 ile katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet umursamazları yüzde 100, mahremiyet savunucuları yüzde 88,2, mahremiyet bireycileri ise yüzde 84,9 oranıyla sosyal ağları arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak amaçlı kullanmaktadır. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları arkadaşlarıyla iletişimde bulunmak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(a)**'nin yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 95. Arkadaşlarla İletişimde Bulunma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Arkadaşlarla İletişimde Bulunma	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	0	0,0	1	0,2	1	0,3
Katılmıyorum	0	0,0	8	1,8	4	1,1
Kısmen katılıyorum	0	0,0	59	13,2	36	10,3
Katılıyorum	6	31,6	214	47,8	142	40,8
Kesinlikle katılıyorum	13	68,4	166	37,1	165	47,4
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=15,521; df= 8; p= ,050						

Sosyal ağları tanıdıkların fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 63,2 ile katılıyorum, yüzde 21,1 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 47,5 ile katılıyorum, yüzde 18,3 ile kesinlikle ve kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 34,2 ile katılıyorum, yüzde 27,9 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet umursamazları yüzde 84,3, mahremiyet bireycileri yüzde 65,8, mahremiyet savunucuları ise yüzde 62,1 oranıyla sosyal ağları tanıdıkların fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amaçlı kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,01 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları tanıdıkların fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(b)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 96. Tanıdıkların Fotoğraflarına Bakma ya da Fotoğraf Yükleme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Tanıdıkların Fotoğraflarına Bakma ya da Fotoğraf Yükleme	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	0	0,0	19	4,2	15	4,3
Katılmıyorum	0	0,0	52	11,6	47	13,5
Kısmen katılıyorum	3	15,8	82	18,3	70	20,1
Katılıyorum	12	63,2	213	47,5	119	34,2
Kesinlikle katılıyorum	4	21,1	82	18,3	97	27,9
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=22,500; df= 8; p= ,004						

Sosyal ağları eğlenmek ve rahatlamak amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 57,9 ile katılıyorum, yüzde 31,6 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 43,3 ile katılıyorum, yüzde 22,1 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 35,3 ile katılıyorum, yüzde 30,7 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet umursamazları yüzde 89,5, mahremiyet savunucuları yüzde 66, mahremiyet bireycileri ise yüzde 65,4 oranıyla sosyal ağları eğlenmek ve rahatlamak amaçlı kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,01 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları eğlenmek ve rahatlamak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(c)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 97. Eğlenme ve Rahatlama Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Eğlenme ve Rahatlama	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	0	0,0	17	3,8	29	8,3
Katılmıyorum	1	5,3	42	9,4	20	5,7
Kısmen katılıyorum	1	5,3	96	21,4	69	19,8
Katılıyorum	11	57,9	194	43,3	123	35,3
Kesinlikle katılıyorum	6	31,6	99	22,1	107	30,7
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=24,612; df= 8; p= ,002						

Sosyal ağları boş zamanları değerlendirmek amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 73,7 ile katılıyorum, yüzde 21,1 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 40,6 ile katılıyorum, yüzde 21,7 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 35,6 ile katılıyorum, yüzde 27,9 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet umursamazları yüzde 94,8, mahremiyet savunucuları yüzde 66,3, mahremiyet bireycileri ise yüzde 63,5 oranıyla sosyal ağları boş zamanları değerlendirmek amaçlı kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,01 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları boş zamanları değerlendirmek amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(ç)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 98. Boş Zamanları Değerlendirme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Boş Zamanları Değerlendirme	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	0	0,0	21	4,7	28	8,0
Katılmıyorum	1	5,3	64	14,3	32	9,2
Kısmen katılıyorum	0	0,0	84	18,8	67	19,3
Katılıyorum	14	73,7	182	40,6	124	35,6
Kesinlikle katılıyorum	4	21,1	97	21,7	97	27,9
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=23,778; df= 8; p= ,002						

Sosyal ağları olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 36,8 ile katılıyorum, yüzde 21,1 ile katılmıyorum ve hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 48,7 ile katılıyorum, yüzde 23 ile kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 36,5 ile katılıyorum, yüzde 25,6 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 64,3, mahremiyet savunucuları yüzde 62,1, mahremiyet umursamazları ise yüzde 47,3 oranıyla sosyal ağları olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amaçlı kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,001 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(d)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 99. Olaylar ve Kişiler Hakkında Bilgi Sahibi Olma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Olaylar ve Kişiler Hakkında Bilgi Sahibi Olma	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	4	21,1	16	3,6	17	4,9
Katılmıyorum	4	21,1	41	9,2	32	9,2
Kısmen katılıyorum	2	10,5	103	23,0	83	23,9
Katılıyorum	7	36,8	218	48,7	127	36,5
Kesinlikle katılıyorum	2	10,5	70	15,6	89	25,6
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=34,139; df= 8; p= ,000						

Sosyal ağları tanıdıkların duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 42,1 ile katılmıyorum, yüzde 36,8 ile kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 32,4 ile katılmıyorum, yüzde 24,1 ile hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 26,1 ile katılmıyorum, yüzde 25,9 ile hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları yüzde 27,8, mahremiyet bireycileri yüzde 21,9, mahremiyet umursamazları ise yüzde 10,6 oranıyla sosyal ağları tanıdıkların duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak amaçlı kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları tanıdıkların duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(e)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 100. Tanıdıkların Duvarına Yazma ya da Duvarına Yazılanları Okuma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Tanıdıkların Duvarına Yazma ya da Duvarına Yazılanları Okuma	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	2	10,5	108	24,1	90	25,9
Katılmıyorum	8	42,1	145	32,4	91	26,1
Kısmen katılıyorum	7	36,8	97	21,7	70	20,1
Katılıyorum	1	5,3	87	19,4	76	21,8
Kesinlikle katılıyorum	1	5,3	11	2,5	21	6,0
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=16,668; df= 8; p= ,034						

Sosyal ağları mesaj göndermek ya da mesaj almak amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 42,1 ile kesinlikle katılıyorum, yüzde 31,6 ile katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 45,5 ile katılıyorum, yüzde 26,3 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 35,3 ile katılıyorum, yüzde 33,9 ile kesinlikle katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet umursamazları yüzde 73,7, mahremiyet bireycileri yüzde 71,8, mahremiyet savunucuları ise yüzde 69,2 oranıyla sosyal ağları mesaj göndermek ya da mesaj almak amaçlı kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları mesaj göndermek ya da mesaj almak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(f)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 101. Mesaj Gönderme ya da Mesaj Alma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Mesaj Gönderme ya da Mesaj Alma	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	0	0,0	26	5,8	15	4,3
Katılmıyorum	0	0,0	32	7,1	29	8,3
Kısmen katılıyorum	5	26,3	68	15,2	63	18,1
Katılıyorum	6	31,6	204	45,5	123	35,3
Kesinlikle katılıyorum	8	42,1	118	26,3	118	33,9
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=15,856; df= 8; p= ,044						

Sosyal ağları insanları daha iyi tanımak amaçlı kullanmak sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 36,8 ile katılıyorum, yüzde 26,3 ile katılmıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 28,8 ile katılmıyorum, yüzde 27,5 ile katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 28,4 ile kısmen katılıyorum, yüzde 22,1 ile katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet umursamazları yüzde 36,8, mahremiyet savunucuları yüzde 34,5, mahremiyet bireycileri ise yüzde 33,5 oranıyla sosyal ağları insanları daha iyi tanımak amaçlı kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,001 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları insanları daha iyi tanımak amaçlı kullanmak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(g)**'nin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 102. İnsanları Daha İyi Tanıma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

İnsanları Daha İyi Tanıma	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	4	21,1	52	11,6	64	18,4
Katılmıyorum	5	26,3	129	28,8	65	18,7
Kısmen katılıyorum	3	15,8	117	26,1	99	28,4
Katılıyorum	7	36,8	123	27,5	77	22,1
Kesinlikle katılıyorum	0	0,0	27	6,0	43	12,4
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=30,174; df= 8; p= ,000						

Sosyal ağları insanların iletişim bilgilerine ulaşabilmek amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 36,8 ile katılıyorum, yüzde 26,3 ile kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 30,1 ile katılmıyorum, yüzde 25,4 ile kısmen katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 30,2 ile kısmen katılıyorum, yüzde 26,7 ile katılmıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet umursamazları yüzde 36,8, mahremiyet bireycileri yüzde 22,3, mahremiyet savunucuları ise yüzde 19,8 oranıyla sosyal ağları insanların iletişim bilgilerine ulaşabilmek amaçlı kullanmaktadır. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları insanların iletişim bilgilerine ulaşabilmek amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(h)**'nin yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 103. İnsanların İletişim Bilgilerine Ulaşabilme Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

İnsanların İletişim Bilgilerine Ulaşabilme	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	4	21,1	99	22,1	81	23,3
Katılmıyorum	3	15,8	135	30,1	93	26,7
Kısmen katılıyorum	5	26,3	114	25,4	105	30,2
Katılıyorum	7	36,8	81	18,1	47	13,5
Kesinlikle katılıyorum	0	0,0	19	4,2	22	6,3
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=13,594; df= 8; p= ,093						

Sosyal ağları kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşmak amaçlı kullanma sorusuna mahremiyet umursamazları yüzde 52,6 ile katılmıyorum, yüzde 26,3 ile katılıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet bireycileri yüzde 29 ile katılmıyorum, yüzde 24,6 ile hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 28,7 ile katılmıyorum, yüzde 22,1 ile hiç katılmıyorum yanıtı vermektedir. Bu sonuçlara göre, sosyal ağları kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşmak amacı ile kullanmak kapsamında **Hipotez 7(ı)**'nin yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 104. Kişisel Sunum ve Profil Bilgilerini Paylaşma Amacı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Kişisel Sunum ve Profil Bilgilerini Paylaşma	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç katılmıyorum	4	21,1	110	24,6	77	22,1
Katılmıyorum	10	52,6	130	29,0	100	28,7
Kısmen katılıyorum	0	0,0	103	23,0	73	21,0
Katılıyorum	5	26,3	88	19,6	76	21,8
Kesinlikle katılıyorum	0	0,0	17	3,8	22	6,3
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=12,957; df= 8; p= ,113						

Mahremiyet savunucuları ise yüzde 28,1, mahremiyet umursamazları yüzde 26,3, mahremiyet bireycileri ise yüzde 23,4 oranıyla sosyal ağları kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma amaçlı kullanmaktadır.

3.2.10.8. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Sıklığına Göre Değerlendirmesi

Facebook'u mahremiyet umursamazları yüzde 47,4 ile çoğu zaman, yüzde 26,3 ile nadiren kullanmaktadır. Mahremiyet bireycileri yüzde 39,3 ile ara sıra, yüzde 21,9 ile nadiren kullanmaktadır. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 37,1 ile ara sıra, yüzde 24,1 ile her zaman kullanmaktadır. Facebook'u her zaman kullananların en yüksek oranı mahremiyet savunucularına, çoğu zaman kullananların en yüksek oranı ise mahremiyet umursamazlarına aittir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, Facebook kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(a)**'in doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 105. Facebook Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Facebook Kullanım Sıklığı	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Nadiren	5	26,3	98	21,9	67	19,3
Ara sıra	3	15,8	176	39,3	129	37,1
Çoğu zaman	9	47,4	92	20,5	68	19,5
Her zaman	2	10,5	82	18,3	84	24,1
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=14,612; df= 6; p= ,023						

Instagram'ı mahremiyet umursamazları yüzde 52,6 ile çoğu zaman, yüzde 26,3 ile her zaman kullanmaktadır. Mahremiyet bireycileri yüzde 42,2 her zaman, yüzde 29,7 ile çoğu zaman kullanmaktadır. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 42,5 ile her zaman, yüzde 29 ile çoğu zaman kullanmaktadır. Instagram'ı her zaman kullananların en yüksek oranı mahremiyet savunucuları ile bireycilerine, çoğu zaman kullananların en yüksek oranı ise mahremiyet umursamazlarına aittir. Bu sonuçlara göre, Instagram kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(b)**'in yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 106. Instagram Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Instagram Kullanım Sıklığı	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Nadiren	0	0,0	25	5,6	25	7,2
Ara sıra	4	21,1	101	22,5	74	21,3
Çoğu zaman	10	52,6	133	29,7	101	29,0
Her zaman	5	26,3	189	42,2	148	42,5
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=6,683; df= 6; p= ,351						

Whatsapp'ı mahremiyet umursamazları yüzde 63,2 ile her zaman, yüzde 36,8 ile çoğu zaman kullanmaktadır. Mahremiyet bireycileri yüzde 76,8 her zaman, yüzde 15,6 ile çoğu zaman kullanmaktadır. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 71,3 ile her zaman, yüzde 19,5 ile çoğu zaman kullanmaktadır. Whatsapp'ı her zaman kullananların en yüksek oranı mahremiyet bireycilerine, çoğu zaman kullananların en yüksek oranı ise mahremiyet umursamazlarına aittir. Bu sonuçlara göre, Whatsapp kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(c)**'in yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 107. Whatsapp Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Whatsapp Kullanım Sıklığı	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç	0	0,0	1	0,2	2	0,6
Nadiren	0	0,0	2	0,4	4	1,1
Ara sıra	0	0,0	31	6,9	26	7,5
Çoğu zaman	7	36,8	70	15,6	68	19,5
Her zaman	12	63,2	344	76,8	248	71,3
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=10,409; df= 8; p= ,237						

Twitter'ı mahremiyet umursamazları yüzde 31,6 ile nadiren kullanırken, yüzde 26,3 ile hiç kullanmamaktadır. Mahremiyet bireycileri yüzde 31,7 ile hiç kullanmazken, yüzde 24,6 ile nadiren kullanmaktadır. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 33 ile hiç kullanmazken, yüzde 24,1 ile nadiren kullanmaktadır. Twitter'ı her zaman kullananların en yüksek oranı mahremiyet bireycilerine, çoğu zaman kullananların en yüksek oranı mahremiyet umursamazlarına, hiç kullanmayanların en yüksek oranı ise mahremiyet savunucularına aittir. Bu sonuçlara göre, Twitter kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(ç)**'in yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 108. Twitter Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Twitter Kullanım Sıklığı	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç	5	26,3	142	31,7	115	33,0
Nadiren	6	31,6	110	24,6	84	24,1
Ara sıra	3	15,8	105	23,4	78	22,4
Çoğu zaman	4	21,1	38	8,5	36	10,3
Her zaman	1	5,3	53	11,8	35	10,1
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=5,759; df= 8; p= ,674						

Snapchat'i mahremiyet umursamazları yüzde 57,9 ile nadiren kullanırken, yüzde 21,1 ile ara sıra kullanmakta ve yine aynı oranda hiç kullanmamaktadır. Mahremiyet bireycileri yüzde 53,8 ile hiç kullanmazken, yüzde 25,9 ile nadiren kullanmaktadır. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 54,6 ile hiç kullanmazken, yüzde 21 ile nadiren kullanmaktadır. Snapchat'i her zaman ve çoğu zaman kullananlar ile hiç kullanmayanların en yüksek oranı mahremiyet savunucularına aittir. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, Snapchat kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(d)**'in doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 109. Snapchat Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Snapchat Kullanım Sıklığı	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç	4	21,1	241	53,8	190	54,6
Nadiren	11	57,9	116	25,9	73	21,0
Ara sıra	4	21,1	65	14,5	57	16,4
Çoğu zaman	0	0,0	10	2,2	8	2,3
Her zaman	0	0,0	16	3,6	20	5,7
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=18,808; df= 8; p= ,016						

LinkedIn'i mahremiyet umursamazları yüzde 89'5 ile hiç kullanmazken yüzde 10,5 ile ara sıra kullanmaktadır. Mahremiyet bireycileri yüzde 76,7 ile hiç kullanmazken yüzde 12,5 ile nadiren kullanmaktadır. Bu sonuçlara göre, LinkedIn kullanım sıklığı kapsamında **Hipotez 8(e)**'in doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 110. LinkedIn Kullanım Sıklığı ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

LinkedIn Kullanım Sıklığı	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Hiç	17	89,5	343	76,6	272	78,2
Nadiren	0	0,0	56	12,5	37	10,6
Ara sıra	2	10,5	31	6,9	38	10,9
Çoğu zaman	0	0,0	8	1,8	0	0,0
Her zaman	0	0,0	10	2,2	1	0,3
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=19,215; df= 6; p= ,014						

Mahremiyet savunucuları ise yüzde 78,2 ile hiç kullanmazken yüzde 10,9 ile ara sıra ve yüzde 10,6 ile nadiren kullanmaktadır. Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir.

3.2.10.9. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağ Kullanım Süresine Göre Değerlendirmesi

Tüm boyutlarda sosyal ağ kullanım süresinin en yüksek oranını 2 saat kullanım oluşturmaktadır. Bu kapsamda sosyal ağları 2 saat kullanan katılımcılar yüzde 52,6 ile mahremiyet umursamazı, yüzde 36,6 ile mahremiyet bireycisi ve yüzde 32,8 ile de mahremiyet savunucusudur. Benzer şekilde, tüm boyutlarda sosyal ağ kullanım süresinin ikinci en yüksek oranını ise 1 saat kullanım oluşturmaktadır. Sosyal ağları 1 saat kullanan katılımcılar yüzde 27 ile mahremiyet savunucusu, yüzde 19,4 ile mahremiyet bireycisi ve yüzde 15,8 ile de mahremiyet umursamazıdır.

Tablo 111. Sosyal Ağ Kullanım Süresi ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Sosyal Ağ Kullanım Süresi	Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları					
	Mahremiyet Umursamazları		Mahremiyet Bireycileri		Mahremiyet Savunucuları	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
1 saat	3	15,8	87	19,4	94	27,0
2 saat	10	52,6	164	36,6	114	32,8
3 saat	1	5,3	64	14,3	56	16,1
4 saat	3	15,8	35	7,8	25	7,2
5 saat	0	0,0	46	10,3	31	8,9
6 saat	2	10,5	26	5,8	13	3,7
7 saat	0	0,0	6	1,3	3	0,9
8 saat	0	0,0	2	0,4	0	0,0
9 saat ve üzeri	0	0,0	18	4,0	12	3,4
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=19,433; df= 16; p= ,247						

Bir anlamda tüm boyutlardaki katılımcılar sosyal ağları çoğunlukla 1 saat ile 2 saat kullanmaktadır. Bu sonuçlara göre, sosyal ağ kullanım süresi kapsamında **Hipotez 9**'un yanlışlandığı görülmektedir.

Literatüre bakıldığında da, daha önce de belirtildiği gibi, Bellman ve arkadaşları (2004) ile Livingstone'a göre (2008) kullanıcıların mahremiyet konusundaki kaygılarının internet deneyimiyle azaldığını saptamışlardır. Buna göre, internet kullanma deneyimi arttıkça çevrimiçi mahremiyet kaygılarının da yavaş yavaş azaldığı görülmektedir. Buna karşın, Singh ve Hill (2003) çalışmalarında bunun tersi sonuçlara ulaşmışlardır. Onların çalışmasına göre, deneyimli ve bilgili internet kullanıcıları çevrimiçi mahremiyet konusunda daha çok endişe duymaktadır. Bu çalışma için de, mahremiyet yönelimi ölçeğinden yüksek değer alan mahremiyet savunucuları ve bireycilerinin, düşük değer alan mahremiyet umursamazlarına göre sosyal ağ kullanım süresinin daha fazla olduğu görülmektedir.

3.2.10.10. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısına Göre Değerlendirmesi

Facebook arkadaş sayısı 51-200 arasında olan katılımcılar yüzde 60,1 ile en yüksek mahremiyet savunucusu, yüzde 56 ile de en yüksek mahremiyet bireycisi oranına sahiptir. Bunun karşısında, arkadaş sayısı 1001 ve üzerinde olan katılımcılar yüzde 47,4 ile en yüksek mahremiyet umursamazı oranına sahiptir. Bir anlamda, Facebook arkadaş sayısı azaldıkça mahremiyet savunuculuğu, arttıkça mahremiyet umursamazlığı oranları artış göstermektedir. Bununla birlikte, mahremiyet yönelim alt boyutları ile Facebook arkadaş sayısı arasında 0,05 oranında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, Facebook arkadaş sayısı kapsamında **Hipotez 10(a)'**un doğrulandığı görülmektedir. Literatürde de, Facebook arkadaş sayısı arttıkça mahremiyete ilişkin kaygının da arttığı görülmektedir (Acılar ve Mersin, 2015; Külcü ve Henkoğlu, 2014; Oz, 2014).

Tablo 112. Facebook Arkadaş Sayısına Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Facebook Arkadaş Sayısı	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
51-200	6	31,6	251	56,0	209	60,1
201-1000	4	21,1	95	21,2	75	21,6
1001 +	9	47,4	102	22,8	64	18,4
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=10,621; df= 4; p= ,031						

Instagram arkadaş sayısı 51-200 arasında olan katılımcılar yüzde 55,2 ile en yüksek mahremiyet savunucusu, yüzde 56,2 ile de en yüksek mahremiyet bireycisi oranına sahiptir. Facebook'un aksine Instagram'da arkadaş sayısı 51-200 arasında olan katılımcılar yüzde 57,9 ile en yüksek mahremiyet umursamazı oranına sahiptir. Bir anlamda, Instagram arkadaş sayısı mahremiyet yönelimini etkilememektedir. Bu sonuçlara göre, Instagram arkadaş sayısı kapsamında **Hipotez 10(b)**'un yanlışlandığı görülmektedir.

Tablo 113. Instagram Arkadaş Sayısına Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Instagram Arkadaş Sayısı	Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları					
	Mahremiyet Umursamazları		Mahremiyet Bireycileri		Mahremiyet Savunucuları	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
51-200	11	57,9	252	56,2	192	55,2
201-1000	6	31,6	133	29,7	108	31,0
1001 +	2	10,5	63	14,1	48	13,8
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=,350; df= 4; p= ,986						

Bununla birlikte, mahremiyet yönelim alt boyutları ile Instagram arkadaş sayısı arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

3.2.10.11. Mahremiyet Yönelim Boyutlarının Sosyal Ağlarda Özel Alanın Sınırlarına Göre Değerlendirmesi

Sosyal ağlarda paylaşılan bilgiler ile mahremiyet yönelim alt boyutları arasında eğitim durumu (f= 3,655; p< .05), ilişki durumu (f= 6,154; p< .01) ve yapılan iş durumunda (f= 8,358; p< .001) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, sosyal ağlarda paylaşılan bilgiler kapsamında eğitim, ilişki ve yapılan iş durumunda **Hipotez 11(ç,d,e)**'in doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 114. Sosyal Ağlarda Paylaşılan Bilgiler ile Mahremiyet Yönelimi Boyutları Arasındaki Farklılık (ANOVA)

	Seçenek	**N**	$\overline{X}$	**F**	**Sig.**
Gerçek adınız	M. U.	19	1,11	0,614	,542
	M. B.	448	1,05		
	M. S.	348	1,05		
Doğum tarihiniz	M. U.	19	1,32	0,012	,988
	M. B.	448	1,30		
	M. S.	348	1,30		
Yaşadığınız yer/Memleketiniz	M. U.	19	1,26	1,948	,143
	M. B.	448	1,16		
	M. S.	348	1,12		
Eğitim durumunuz	M. U.	19	1,00	3,655	**,026**
	M. B.	448	1,24		
	M. S.	348	1,20		
İlişki durumunuz	M. U.	19	1,63	6,154	**,002**
	M. B.	448	1,68		
	M. S.	348	1,56		
Yaptığınız iş	M. U.	19	1,00	8,358	**,000**
	M. B.	448	1,47		
	M. S.	348	1,47		
İletişim bilgileriniz	M. U.	19	1,63	2,353	,096
	M. B.	448	1,74		
	M. S.	348	1,79		
Siyasi görüşünüz	M. U.	19	1,74	2,542	,079
	M. B.	448	1,85		
	M. S.	348	1,80		

Sosyal ağlarda paylaşılan eğitim durumunda mahremiyet umursamazları ile mahremiyet bireycileri arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet bireycileri ($\overline{X}$ = 1,24) mahremiyet umursamazlarına ($\overline{X}$ =1,00) göre, eğitim durumunu sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır.

Sosyal ağlarda paylaşılan ilişki durumunda mahremiyet savunucuları ile mahremiyet bireycileri arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet bireycileri ($\overline{X}$=1,68) mahremiyet savunucularına ($\overline{X}$=1,56) göre, ilişki durumunu sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır.

Sosyal ağlarda paylaşılan iş durumunda mahremiyet savunucuları ve mahremiyet bireycileri ile mahremiyet umursamazları arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet bireycileri ve savunucuları ($\overline{X}$=1,47) mahremiyet umursamazlarına ($\overline{X}$=1,00) göre, yaptığı işi sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır.

Mahremiyet bireycilerinin anlamlı farklılaşma yaşanan üç madde de en yüksek oranlara sahip olduğu görülürken mahremiyet savunucularının en düşük oranlara sahip olup özel alan sınırlarını çizdiği görülmektedir. Mahremiyet bireycilerinin çoğunluğunu dijital yerliler yani daha genç bireylerin oluşturması bu durumu açıklamaktadır. Bunlar dışında, anlamlı bir farklılaşma olmasa da gerçek ad, doğum tarihi ve yaşanılan yer/memleketin paylaşılmasında mahremiyet umursamazları, iletişim bilgilerinin paylaşılmasında mahremiyet savunucuları ve siyasi görüşün paylaşılmasında mahremiyet bireycileri en yüksek oranlara sahiptir.

Literatüre bakıldığında da, önceki araştırmalarla tutarlı olarak (De Wolf vd., 2014; Oz, 2014) mahremiyete ilişkin farkındalık azaldığında, bireylerin sosyal ağlarda kendilerine ilişkin daha fazla bilgiyi paylaştığı gözlenmiştir. Diğer bir ifadeyle mahremiyete ilişkin farkındalık arttıkça, bireylerin kendileriyle ilgili bilgileri kısıtladıkları görülmektedir. Bununla birlikte, daha fazla mahremiyetle ilgili kaygıları olan sosyal ağ kullanıcılarının çevrimiçi olarak özel bilgileri açığa çıkarma olasılıkları daha azdır (Min ve Kim, 2014). Bu çalışma için de, mahremiyet yönelimi ölçeğinden düşük değer alan mahremiyet umursamazlarının, yüksek değer alan mahremiyet savunucularına göre daha fazla bilgi paylaştığını söylemek mümkündür. Ayrıca önceki çalışmalara göre bir bilginin algılanan mahremiyet seviyesi ne kadar yüksekse o kadar az paylaşılmaktadır (Masur ve Scharkow, 2016: 1). Bu çalışma için de, özellikle ilişki durumu açısından bu hassasiyeti söylemek mümkündür. Sonuçlara

bakıldığında, paylaşılan bilgilerin özel alana dair önemli ipuçları verdiği gözlenmektedir.

3.2.10.12. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutlarının Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Değerlendirmesi

Gizlilik politikası ya da veri ilkesini mahremiyet umursamazları yüzde 78,9 ile okumazken, yüzde 21,1 ile okumaktadır. Mahremiyet bireycileri yüzde 52,7 ile okumazken, yüzde 47,3 ile okumaktadır. Mahremiyet savunucuları ise yüzde 50 ile okumazken, diğer yüzde 50 ile okumaktadır. Gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuyanların en yüksek oranı mahremiyet savunucularına, en düşük oranı ise mahremiyet umursamazlarına aittir. Gizlilik politikasının bu denli okunmamasını, toplumdaki okuma kültürüne bağlamak mümkündür. Ayrıca görselliğe dayalı platformlarda metinden ziyade görsele odaklanılmaktadır.

Tablo 115. Gizlilik Politikasının Okunmasına Göre Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Gizlilik Politikasını Okuma	**Mahremiyet Yönelimi Alt Boyutları**					
	Mahremiyet Umursamazları		**Mahremiyet Bireycileri**		**Mahremiyet Savunucuları**	
	Sayı	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**	**Sayı**	**Yüzde**
Evet	4	21,1	212	47,3	174	50,0
Hayır	15	78,9	236	52,7	174	50,0
Toplam	19	100,0	448	100,0	348	100,0
χ 2=6,162; df= 2; p= ,046						

Ayrıca ki kare testine bakıldığında 0,05 oranında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, gizlilik politikası ya da veri ilkesinin okunması kapsamında **Hipotez 12'**nin doğrulandığı görülmektedir.

Literatüre bakıldığında, kullanıcıların çoğunluğunun gizlilik/mahremiyet ve veri kullanımıyla ilgili bilgileri okumadığı görülmektedir (Kalaman, 2016; Karakaya, 2014; Jones ve Soltren, 2005). Benzer şekilde, boyd ve Hargittai (2010) ise, bireylerin özellikle gençlerin mahremiyetle ilgilenmediği konusundaki yanlış düşüncenin aksine, önemli sayıdaki bireylerin mahremiyet tehditleri hakkında

farkında olduklarını ve kaygılarını bildirdiklerini bildirmiştir. Mahremiyet kaygısı taşıyan bireyler için gizlilik politikası ya da veri ilkesi konusunda bilgili olmanın da önemli olacağı varsayılır. Bu sebeple mahremiyet kaygısı taşıyan bireylerin sosyal ağların gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuması beklenir. Ancak bu çalışma için, mahremiyet yönelimi ölçeğinden yüksek değer alan mahremiyet savunucularının yarısının ve mahremiyet bireycilerinin neredeyse yarısının gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuduğu görülmektedir.

3.2.10.13. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları ile Röntgencilik Düzeyleri İlişkisi

Mahremiyet yönelim alt boyutları ile röntgencilik düzeyi arasında insanların özel anlarını izlediğim sosyal ağlardan hoşlanırım (f= 7,495; p< .01), insanların normalde görmediğim yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanırım (f= 4,056; p< .05) ve insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırım (f= 3,895; p< .05) maddelerinin hepsinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre, tüm röntgencilik düzeylerinde **Hipotez 13(a,b,c)'**ün doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 116. Röntgencilik Düzeyleri ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Röntgencilik Düzeyleri	Alt Boyutlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
İnsanların özel anlarını izlediğim sosyal ağlardan hoşlanırım	M. U.	19	1,84	7,495	**0,001**
	M. B.	448	3,02		
	M. S.	348	2,88		
İnsanların normalde görmediğim yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanırım	M. U.	19	3,89	4,056	**0,018**
	M. B.	448	3,04		
	M. S.	348	2,93		
İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırım	M. U.	19	2,47	3,895	**0,021**
	M. B.	448	2,43		
	M. S.	348	2,16		

İnsanların özel anlarını izlediğim sosyal ağlardan hoşlanırım maddesinde mahremiyet umursamazları ile mahremiyet bireycileri arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet bireycileri ($\overline{X}$ = 3,02) mahremiyet umursamazlarına

($\overline{X}$ =1,84) göre, insanların özel anlarını izlediği sosyal ağlardan daha fazla hoşlanmaktadır.

İnsanların normalde görmediğim yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanırım maddesinde mahremiyet umursamazları ile mahremiyet savunucuları arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet umursamazları ($\overline{X}$ = 3,89) mahremiyet savunucularına ($\overline{X}$ =2,93) göre, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan daha fazla hoşlanmaktadır.

İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırım maddesinde mahremiyet umursamazları ile mahremiyet savunucuları arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet umursamazları ($\overline{X}$ = 2,47) mahremiyet savunucularına ($\overline{X}$ =2,16) göre, insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan daha fazla hoşlanmaktadır.

Bununla birlikte, mahremiyet umursamazları insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren ve insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırken insanların özel anlarını izlediği sosyal ağlardan hoşlanmamaktadır. Öte yandan mahremiyet savunucuları insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren ve insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanmazken mahremiyet bireycileri insanların özel anlarını izlediği sosyal ağlardan hoşlanmaktadır.

3.2.10.14. Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları ile Kendilerini Teşhir Düzeyleri İlişkisi

Mahremiyet yönelim alt boyutları ile röntgencilik düzeyi arasında kamuya açık alanlarda yapamayacağım şeyleri (f= 11,282; p< .001) yaptığım için kendimi suçlu hissettiğim şeyleri (f= 3,098; p< .05), hayatımda önemli olan şeyleri (f= 5,809; p< .01) ve kendim hakkında hoşlandığım ve hoşlanmadığım şeyleri (f= 3,414; p< .05) paylaşırım maddelerinde anlamlı bir farklılık vardır. Bu sonuçlara göre, kendini teşhir düzeyleri kapsamında; kamuya açık alanlarda yapamayacağım şeyleri, yaptığım için kendimi suçlu hissettiğim şeyleri, hayatımda önemli olan şeyleri ve

kendim hakkında hoşlandığım ve hoşlanmadığım şeyleri sosyal ağlarda paylaşırım düzeylerinde **Hipotez 14(a,d,e,f)'**ün doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 117. Kendini Teşhir Düzeyleri ile Mahremiyet Yönelim Alt Boyutları Arasındaki Farklılık

Kendini Teşhir Düzeyleri	Alt Boyutlar	N	$\overline{X}$	F	Sig.
Kamuya açık alanlarda yapamayacağım şeyleri	M. U.	19	1,84	11,282	**0,000**
	M. B.	448	3,53		
	M. S.	348	3,76		
Diğer insanlarla yakın ilişkilerimi	M. U.	19	1,89	2,555	0,078
	M. B.	448	2,78		
	M. S.	348	2,66		
Korkularımı	M. U.	19	2,84	0,613	0,542
	M. B.	448	3,21		
	M. S.	348	3,29		
Yaptığım için gurur duyduğum şeyleri	M. U.	19	3,58	2,314	0,100
	M. B.	448	3,09		
	M. S.	348	2,90		
Yaptığım için kendimi suçlu hissettiğim şeyleri	M. U.	19	2,74	3,098	**0,046**
	M. B.	448	3,52		
	M. S.	348	3,26		
Hayatımda önemli olan şeyleri	M. U.	19	3,32	5,809	**0,003**
	M. B.	448	2,28		
	M. S.	348	2,60		
Kendim hakkında hoşlandığım ve hoşlanmadığım şeyleri	M. U.	19	3,00	3,414	**0,033**
	M. B.	448	2,69		
	M. S.	348	3,02		

Kamuya açık alanlarda yapılamayacak şeyleri sosyal ağlarda paylaşma maddesinde mahremiyet umursamazları ile mahremiyet savunucuları arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet savunucuları ($\overline{X}$ = 3,76) mahremiyet umursamazlarına ($\overline{X}$ =1,84) göre, kamuya açık alanlarda yapamayacağı şeyleri sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır.

Yapıldığı için kendini suçlu hissedilen şeyleri sosyal ağlarda paylaşma maddesinde mahremiyet umursamazları ile mahremiyet bireycileri arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet bireycileri ($\overline{X}$ = 3,52) mahremiyet umursamazlarına ($\overline{X}$ =2,74) göre, yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır.

Hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda paylaşma maddesinde mahremiyet umursamazları ile mahremiyet bireycileri arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet umursamazları ($\overline{X}$ = 3,32) mahremiyet bireycilerine ($\overline{X}$ =2,28) göre, hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır.

Kendi hakkında hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeyleri sosyal ağlarda paylaşma maddesinde mahremiyet savunucuları ile mahremiyet bireycileri arasında farklılaşma bulunmaktadır. Mahremiyet savunucuları ($\overline{X}$ = 3,02) mahremiyet bireycilerine ($\overline{X}$ =2,69) göre, kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlarda daha fazla paylaşmaktadır.

Mahremiyet bireycileri yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri, mahremiyet umursamazları hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlarda paylaşmaktan hoşlanmaktadır. Literatüre bakıldığında, hem sosyal ağlarda mahremiyet yönelimine ilişkin kaygıların kendini teşhir etme ile düşük bir ilişkiye sahip olduğu hem de mahremiyet konusunda daha rahat görüşlü olanların kendini teşhir etme konusunda daha cömert davrandığı görülmektedir. Öte yandan mahremiyet savunucuları kamuya açık alanlarda yapamayacağı şeyleri ve kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri paylaşmaktan hoşlanmasını ise mahremiyet savunucularının sosyal ağları bir mücadele/direniş alanı olarak görmesine bağlamak mümkündür.

Kendini teşhir, kimi zaman sosyal etkileşimleri başlatmaya yardımcı olmakta kimi zaman ise uzun vadede daha zengin sosyal ilişki ve arkadaşlıklar sağlayabilmektedir (Nosko vd., 2010). Bu kapsamda, teşhir, yalnızca ilişkisel memnuniyet ve bakımın sağlandığı temel bir süreç değil, aynı zamanda, kişinin mahremiyet tutumları, hedefleri ve bilgisi ile ilgili olarak sürekli olarak ayarlanan bir

süreçtir (Derlega ve Chaikin, 1977). Ancak literatüre bakıldığında, sosyal ağlarda mahremiyet yönelimine ilişkin kaygıların kendini teşhir etme ile düşük bir ilişkiye sahip olduğu (Acquisti ve Gross, 2006; De Souza ve Dick, 2009; Dwyer vd., 2007) görülmektedir. Bu çalışmada da, sadece mahremiyet yönelim ölçeğinden yüksek değer alan mahremiyet savunucuları kamuya açık alanlarda yapamayacağı şeyleri ve kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri, mahremiyet bireycileri ise yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri sosyal ağlardan daha çok paylaşmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla mahremiyet yönelimi ile kendini teşhir arasında önemli derecede bir farklılık bulunmamaktadır.

3.2.11. Mahremiyet Yöneliminin Belirleyicilerine İlişkin Regresyon Analizi

Cinsiyet, yaş, şehir, sosyal ağ kullanım süresi, sıklığı, amacı, Facebook, Instagram arkadaş sayısı ve röntgencilik düzeyinin mahremiyet yönelimini ne derece etkilediğini (yordadığını) belirlemek amacı ile çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 118. Mahremiyet Yöneliminin Belirleyicilerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Boyut/Değişken	B	β	t	Sig.
Cinsiyet (Kadın)	,165	,157	4,05	**,000**
Yaş	,121	,254	7,25	**,000**
Şehir (İzmir)	-,009	-,009	-,26	,794
Sosyal ağ kullanım süresi	,000	-,035	-,98	,327
Sosyal ağ kullanım sıklığı	,002	,002	,05	,959
Facebook arkadaş sayısı	-8,249	-,103	-2,75	**,006**
Instagram arkadaş sayısı	2,175	,032	,84	,397
Röntgencilik düzeyi	-,055	-,118	-3,15	**,002**
Sosyal ağ kullanım amacı				
Arkadaşlarla iletişimde bulunmak	,068	,096	2,55	**,011**
Tanıdıkların fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek	-,008	-,017	-,39	,696
Eğlenmek ve rahatlamak	-,018	-,037	-,80	,419
Boş zamanları değerlendirmek	-,006	-,013	-,31	,756
Olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi	,085	,171	4,41	**,000**
Tanıdıkların duvarına yazmak ya da duvarına yazılanları okumak	,014	,031	,80	,419
Mesaj göndermek ya da almak	-,009	-,018	-,49	,620
İnsanları daha iyi tanımak	,017	,038	,89	,370
İnsanların iletişim bilgilerine ulaşmak	-,073	-,163	-3,98	**,000**
Kişisel sunum ve profil bilgilerini	,037	,085	2,15	**,032**

R	R Square	F	Df	Sig.
,396	,157	8,211	18	,000

Regresyon analizinden elde edilen bulgular cinsiyet, yaş, şehir, sosyal ağ kullanım süresi, sıklığı, amacı, Facebook ve Instagram arkadaş sayısı, röntgencilik düzeyinin doğrusal kombinasyonunun mahremiyet yönelimini anlamlı bir düzeyde etkilediğini göstermiştir (R^2= .15, F= 8,211, p< .001). Söz konusu değişkenler, mahremiyet yönelimi varyansının yüzde 15,7'sini açıklamaktadır. Regresyon denklemine giren değerler açısından cinsiyet (β=.15, p<.001), yaş (β=.25, p<.001), Facebook arkadaş sayısı (β=-.10, p<.01), röntgencilik düzeyi (β=-.11, p<.01) ve sosyal ağ kullanım amaçlarından; arkadaşlarla iletişimde bulunma (β=.09, p<.05), olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma (β=.17, p<.001), insanların iletişim bilgilerine ulaşma (β=-.16, p<.001) ve kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşmanın (β=.08, p<.05) mahremiyet yönelimini etkilemede anlamlı olduğu görülmüştür. Diğer değişkenlerin mahremiyet yönelimini etkilemede anlamlı olmaması dikkate alındığında, cinsiyet, yaş, Facebook arkadaş sayısı, röntgencilik düzeyi ve sosyal ağ kullanım amaçlarından; arkadaşlarla iletişimde bulunma, olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma, insanların iletişim bilgilerine ulaşma ve kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma mahremiyet yöneliminin en güçlü etkileyicisi/belirleyicisi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu, kadınların, yaşın, arkadaşlarla iletişimde bulunmanın, olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmanın ve kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşmanın değerleri arttıkça mahremiyet yönelimi değerinin de arttığını göstermektedir. Diğer taraftan bu bulgu, Facebook arkadaş sayısı, röntgencilik düzeyi ve insanların iletişim bilgilerine ulaşma amacı değerleri arttıkça mahremiyet yönelimi değerinin azaldığını göstermektedir.

SONUÇ

Bir kültürde varolan iletişim araçları o kültürün entelektüel ve toplumsal yaşamının şekillenmesinde merkezi rol oynamaktadır. Çünkü mevcut iletişim araçları bizim adımıza dünyayı sınıflandırmakta, sıraya sokmakta ve çerçeve çizmektedir (Postman, 1994: 18-19). Bu özelliğiyle iletişim araçları bireylerin dünya görüşlerini, duygularını, düşüncelerini, fikirlerini, tutumlarını hatta davranışlarını etkileme ve yönlendirme gücüne sahiptir. Bu yönde dijital devrim olarak adlandırılan yeni iletişim teknolojileri, bilginin değişen biçimi olarak karşımıza çıkmakta ve odak noktasına bilgiyi koymaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin yarattığı bilgiye dayalı bu yeni sanal dünya Schmidt ve Cohen'in de belirttiği gibi (2013: 279), mevcut dünya düzeninin yerine geçmemekte, onu revize etmemekte ancak hemen her şeyi daha karmaşık hale getirmektedir.

Bu karmaşanın en önemli olası nedenlerinden biri, kamusal alan ile kişisel alan yani özel alan arasındaki çizgilerin son zamanlarda gerek sanal dünyada gerekse gerçek hayatta daha fazla bulanıklaşmaya başlamasıdır. Bulanıklığın bu denli artmasında sosyal medyanın günlük yaşamın rutini haline gelmesi oldukça etkili olmuştur. Web 2.0. teknolojisinin sunduğu sosyal ağ platformlarında yaratılan sanal kimlikler sadece sanalda kalmamakta aynı zamanda, gerçek yaşama da taşınmaktadır. Bu yüzden sanal kimlikler, toplumsal ilişkilerin belirleyicisi olma noktasında önemli bir konuma sahiptir. Bu bağlamda sosyal ağlarda bireylerin mahremiyet yönelimleri, toplumsal yaşam üzerinde de oldukça etkilidir.

Mahremiyet kavramı yaygınlaşan sosyal ağlarla birlikte daha fazla görünürlük kazanmıştır. Ancak kavrama bakıldığında mahremiyet kavramsallaştırmalarının yeterli olmadığı görülmektedir. Genel olarak bir kavramsallaştırma yapıldığında mahremiyeti, kişilerarası duygusal iletişimi kapsayan bir ihtiyaç; yalnız kalma, kişisel sınır ve ulaşılabilirliği kapsayan bir korunma hakkı; aile hayatı, kadının sahası ve yabancının bakışlarını kapsayan bir kültürel algı; kul hakkı, haramdan sakınma ve sadakati kapsayan bir din referansı olarak görmek mümkündür. Bununla beraber mahremiyet, esnek bir anlayışa sahip olduğu için ne olduğuna ve niteliklerine dair oldukça tartışmalı bir durum söz konusudur. Karmaşaları sonlandırmak ve yeni bir

tanım yapmak zordur. Kavram ve nitelikleri tarihsel süreçte farklı aşamalardan geçmiştir. Ancak bu durum, kavramın yeni bir yorumu getirildiğinde eski tanımların ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. Her dönem yaşanan gelişim ve değişimler sonucunda kavrama duyulan ihtiyaçta da farklılıklar oluşmaktadır. Bu kapsamda, sosyal ağlarda mahremiyet kavramı, kavramın ilişkili olduğu konular ve kavrama duyulan ihtiyaçlar da farklılık göstermektedir. Bu sebeple sosyal ağlarda mahremiyeti ve buna bağlı olarak mahremiyet yönelimlerini kavrayabilmek için etkili olan diğer konuları dışarıda bırakmamak gerekir.

Sosyal ağ kullanımının artması ve hızla yaygınlaşması, gözetim ve güvenlik gibi kavramların da mahremiyet konusuyla birlikte tartışılmasını beraberinde getirmiştir. Mahremiyet hem bireysel hem de teknoloji odaklı olduğundan bireye ait herhangi bir bilgi hassas bir içerik haline gelebilmektedir. Çünkü bireyler sosyal ağları sadece iletişim kurma amaçlı kullanmamakta, aynı zamanda, yayınlanabilir kişisel profiller, bilgi paylaşımı, uygulama paylaşma havuzları ve kullanıcılar arasında sosyal bağ kurma gibi birçok özelliğini de kullanmaktadır. Bu özellikleri özel bilgileri paylaşma amaçlı kullanan ya da bu amacı taşımayıp özel bilgilerini paylaşan bireyler, bulundukları ağ içinde yalnızca kendilerini teşhir etmemekte, aynı zamanda, diğerlerinin özel hayatlarını gözetleyerek hem teşhirci hem de röntgenci (gözetleyici) kimliği kazanmaktadırlar. Sosyal ağ kullanıcıları bu eylemleri yaparken muhtemelen teşhircilik ve röntgencilik yaptıklarını hissetmemektedir. Ancak özellikle dikizlemekle gözetlemek arasındaki eylem, kullanıcıyı kolaylıkla bir gözetmene ve röntgenciye çevirebilmektedir. Aynı şekilde, bireyin kişisel bilgilerine bakanlar da onun gözetmenleri ve röntgencileridir. Bu şekilde sosyal ağ kullanıcısı, gözetleyen-gözetlenen, röntgenleyen-röntgenlenen rolleri arasında gidip gelen bir sürece dâhil olmaktadır.

Görüldüğü gibi günümüzde pek çok birey sosyal ağlarda varolmaya ve varlığını sürekli şekillendirerek duyurmaya çalışmaktadır. Hatta bu bireyler için sosyal ağlarda varolmak sıradan bir günlük yaşam pratiğine dönüşmüştür. Bireyler bağlantıda olmadığı zamanlarda kendisini dünyadan dışlanmış ve eksik hissetmektedir. Özellikle dışlanma ve kendini eksik hissetme korkusu bireyler için

bilgilerini paylaşma noktasında itici rol oynamaktadır. Dolayısıyla bireyler artık, gözetlenmekten endişe etmemekte, tersine göz önünde bulunmaya çalışmaktadır. Hatta bireyler, kendilerine dair mahremiyet içeren bilgileri yoğun bir biçimde depolamakta ve gönüllü olarak paylaşmaktadırlar.

Bu bilgilerle anlatılmak istenen artık, azınlığın çoğunluğu ya da çoğunluğun azınlığı izlediği bir dünya değil, herkesin herkesi izlediği bir dünyada yaşadığımız gerçeğidir. Yeni nesil iletişim ve gözetim teknolojilerinin gelişmesiyle yaygınlaşan bu durum, yaşamın her alanında mahremiyetin geri dönüşsüz biçimde parçalanmasıyla sonuçlanmaktadır. Gözetim teknolojileri her ne kadar bireylerin kendini koruma ya da seçim özgürlüklerini artırma vaadinde bulunsa da, bu teknolojilerin kullanımı özel hayatın gizliliğini ve kişisel özerklikleri ihlal edebilmektedir. Özellikle bir şeyin yayınlandıktan sonra artık, özel kalmaması yani unutulma hakkını içinde barındırmaması bu ihlalin açık bir örneğidir. Her şey kamuya açık, şeffaf ve diğerlerine görünür durumdadır. Keza bir toplumda her şeyin açık ve şeffaf olması güvene değil, tam aksine güvensizliğe işaret etmektedir.

Teşhirin bu denli yoğun yaşanmasının en önemli nedeninin günümüz koşulları olduğu görülmektedir. Bir anlamda, günümüzde duyulan en büyük kaygılardan biri, daha fazlasını bilme isteğidir. Daha fazlasını bilmeyi istemek beraberinde daha fazla görünme isteğine dönüşmektedir. Daha fazla görünme için bireyin kendini daha fazla teşhir etmesi ise beraberinde diğer bireylerin teşhir edilen bilgiler üzerinde kontrol sahibi olmasına neden olmaktadır. Bireylerin günlük eğlencelerinin büyük kısmının diğer bireylerin hayatlarına bağlı duruma geldiği günümüz koşullarında teşhiri bir özgürlük alanı olarak değil, tersine, bir bağımlılık alanı olarak değerlendirmek mümkündür. Çünkü bireyin özgür bir şekilde kendini teşhir ettiği durumlar, ilerleyen dönemlerde karşısına bir tehdit olarak çıkabilmekte ve bireyi sınırlandırabilmektedir. Özel alanın bu denli teşhir edildiği kamusal alanlardan biri olan sosyal ağlar, açık bir şekilde görüldüğü gibi mahremiyetin sınırlarını bozma, gözetleme, kendini teşhir etme ve röntgenleme gibi pek çok özelliğe sahiptir. Bu sebeple zamanla gösteri ve teşhirin yaygınlaşıp gözetimin kolaylıkla uygulandığı bir alana dönüşen sosyal ağlarda mahremiyet aleni bir şekilde kamusallaştırılmaktadır.

Bu kaygılarla yola çıkılıp toplumsal yaşamda ve sosyal ağlarda bireylerin mahremiyet yönelimlerinin incelendiği bu çalışmayı, kuramsal ve uygulama olarak iki ana bölüm olarak değerlendirmek mümkündür. Çalışmanın kuramsal bölümü, kendi içinde iki alt bölüme ayrılarak, "mahremiyet ve değişim" ana başlığı altında; mahremiyetin kavramsallaştırması, gelişimi, dönüşümü, boyutları ve kültüre ilişkin meseleleri incelenmiştir. Diğer yandan "sosyal ağlar ve mahremiyet yönelimleri" ana başlığı altında da; kavram olarak sosyal medya ve ağlar, mahremiyet algısı inşasında sosyal ağların etkisi, mahremiyetin gözetim, teşhir, röntgencilikle ilişkisi ve mahremiyet yönelimi üzerine yapılan alanyazın incelenmiştir. Bu kapsamda çalışmanın kuramsal bölümünde, hem toplumsal yaşamda hem de sosyal ağlarda bireylerin dönüşen mahremiyet algıları ile yönelimleri hakkında sistematik bilgi sağlamak ve mevcut durumunu tanımlamak amaçlanmıştır. Çalışmanın uygulama bölümünde ise mevcut çalışmayı destekleyecek bir araştırmaya yer verilmiş, bunun için İzmir ve Konya şehirlerinde 815 kişilik bir örnekleme anket uygulanmıştır. Elde edilen bulguların analiz edilmesinde istatistik programı kullanılarak, yüzdelik dağılımlar, çapraz tablolar, ki-kare testleri, t-testleri, korelasyon, regresyon, ANOVA ve faktör analizlerinden yararlanılmıştır. Dolayısıyla bu başlık altında, çalışmadan elde edilen sonuçlar, sonuçların literatürle ilişkisi ve uygulamaları tartışılmıştır.

Yönelim, bireyin karşılaştığı karışık ve sorunlu durumlar karşısında belirlediği tutum olarak nitelendirilmektedir[55]. Bu açıdan mahremiyet yönelimini de bireyin, mahremiyete ilişkin konularda karşılaştığı karışık ve sorunlu durumlar karşısında belirlediği tutumlar olarak tanımlamak mümkündür. Sosyal ağlarda bireylerin mahremiyet yönelimlerini saptamak amacıyla mahremiyet yönelimi ölçeği sonuçlarına göre ilk olarak maddeler faktör analizine tabi tutulmuş ve literatürle tutarlı olarak; bir hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ve diğer ihtimalli mahremiyet şeklinde 4 boyuta ayrılmış ve bireyler bu boyutlara göre incelenmiştir. Ardından mahremiyet yönelimi ölçeğinden alınan değerlere göre bireyler 3 alt boyuta ayrılmıştır. Mahremiyet yönelimi ölçeğinden en yüksek puan alanlar

55 http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5af80a76b7ea92.39924047 (Erişim Tarihi: Mayıs 2018).

mahremiyet savunucusu, ortalama ve üzeri puan alanlar mahremiyet bireycisi ve en düşük puan alanlar mahremiyet umursamazı olarak kategorilendirilmiş ve bireyler bu alt boyutlara göre incelenmiştir.

Boyutlardan bir hak olarak mahremiyet boyutu, mahremiyetin yasal olarak korunması gereken bir değer oluşturduğu inancı taşımaktadır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutu, adından da anlaşılacağı gibi, bireylerin kendi mahremiyetlerini; başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutu da başkalarının mahremiyetini korumanın önemini vurgulamaktadır. Diğer ihtimalli mahremiyet boyutu ise bir kişinin mahremiyetinin, başkalarının kendi mahremiyetleri konusunda ne kadar dikkatli olduğuna bağlı olduğuna dair inancı taşımaktadır.

Alt boyutlardan mahremiyet savunucuları, mahremiyet yönelimi ölçeğinden en yüksek değeri alan hassas bireyleri oluşturmaktadır. Mahremiyet bireycileri ise savunucular kadar yoğun olmasa da mahremiyet konusunda hassasiyet taşıyan bireylerdir. Sonuncu alt boyut mahremiyet umursamazlarını da, ölçekten en düşük değerleri alan, mahremiyet konusundan hassas olmaktan ziyade kayıtsız olan bireyleri oluşturmaktadır.

Bu bilgiler doğrultusunda, "sosyo-demografik özellikler mahremiyet yönelimini etkiler mi?" araştırma sorusuyla yaşanılan yer, cinsiyet, yaş, eğitim, meslek ve gelir durumu ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı hipotezi test edilmiştir.

Yaşanılan yer ile mahremiyet yönelimi boyutları arasındaki farklılık incelendiğinde, bir hak olarak mahremiyet ve kendi mahremiyetine ilişkin kaygı boyutları anlamlı farklılık bulunmaktadır. İzmir'de yaşayan katılımcılar Konya'daki katılımcılara göre, daha güçlü düzeyde mahremiyeti hak olarak görmekte ve kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duymaktadır. Öte yandan anlamlı bir farklılık olmasa da, diğer ihtimalli mahremiyet ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutlarında Konya'da yaşayan katılımcıların İzmir'e göre daha yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, İzmir'deki katılımcıların en yüksek mahremiyet savunucusu oranına, Konya'daki katılımcıların ise en yüksek

mahremiyet bireycisi oranına sahip olduğu gözlenmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, dahamodern özelliklere sahip şehirlerde, bireylerin mahremiyet yönelimi konusunda hassas olmaları daha olası olup daha fazla hassasiyet gösterdikleri görülmektedir. Bu sebeple daha çok modernliğin izlerini taşıyan İzmir'in, daha çok geleneksellik özelliklerine sahip olup muhafazakârlığın izlerini taşıyan Konya'ya göre mahremiyet yönelimi konusunda daha fazla hassasiyete sahip olduğu görülmektedir.

Cinsiyete göre mahremiyet yönelimlerinin boyutlarına bakıldığında, tüm boyutlarda anlamlı farklılık saptanmıştır. Kadınların erkeklere göre, hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında daha güçlü oranlara sahip olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle kadınlar erkeklere göre mahremiyeti daha fazla bir hak olarak görmekte, kendinin ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygıyı daha yoğun duymakta ve kişinin mahremiyetinin korunmasında diğerlerinin de gösterdiği çabanın önemine vurgu yapan diğer ihtimalli mahremiyet noktasında daha yüksek oranlara sahiptir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, kadınlar en yüksek mahremiyet savunucusu ve bireycisiyken erkekler en yüksek mahremiyet umursamazıdır. Daha önce değinildiği gibi literatüre bakıldığında da, sosyal ağlarda mahremiyet yönelimi konusunda kadınların erkeklere göre daha hassas oldukları açık bir şekilde görülmektedir. Toplumda kadın ile erkeğe farklı bakılması, davranılması hatta kadın ile erkekten beklenen rollerin de farklı olması bu gerçeği görünür kılmaktadır. Bunun da ötesinde, özellikle doğu toplumlarında namus kavramının, kadın bedeni üzerinden okunması ve cinsel namus anlayışı çerçevesinde değerlendirilmesi kadınların mahremiyet konusunda neden bu denli hassas olduklarını açıklayan etmenler biridir.

Yaşa göre mahremiyet yönelimlerinin boyutlarına bakıldığında, tüm boyutlarda anlamlı farklılık saptanmıştır. Dijital göçmenler dijital yerlilere göre, hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı, başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında daha güçlü oranlara sahiptir. Başka bir deyişle dijital göçmenler dijital yerlilere göre, mahremiyeti daha fazla bir hak

olarak görmekte, kendinin ve başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygıyı daha yoğun duymakta ve kişinin mahremiyetinin korunmasında diğerlerinin de gösterdiği çabanın önemine vurgu yapan diğer ihtimalli mahremiyet noktasında daha yüksek oranlara sahiptir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, dijital göçmenler en yüksek mahremiyet savunucusuyken, dijital yerliler en yüksek mahremiyet bireycisidir. Yukarıda ifade edildiği gibi literatüre bakıldığında da, katılımcıların yaş aldıkça mahremiyet yönelimi konusunda daha hassasiyet gösterdiği görülmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda anlamlı bir farklılık görülmektedir. Diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda eğitim düzeyi ilköğretim olan katılımcılar, özellikle üniversite düzeyindeki katılımcılara göre mahremiyetinin korunmasını diğer insanların da kendi mahremiyetine dikkat etmesine bağlamaktadır. Diğer boyutlarda da eğitim düzeyi ilköğretim olan katılımcıların oranı oldukça yüksektir. Bu sonucu, sosyalizasyon ve eğitim düzeyinin farklılaşmasına bağlamak mümkündür. Bu oranı, lise ile lisansüstü düzeyde eğitime sahip katılımcılar takip etmektedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, lise mezunları en yüksek mahremiyet savunucusuyken üniversite mezunları en yüksek mahremiyet bireycisidir. Bir anlamda, boyutlar kapsamında, ilköğretim düzeyindeki katılımcıların mahremiyet yönelimi konusunda daha hassas olduğu; alt boyutlar kapsamında da, üniversite ve lise eğitim düzeylerindeki katılımcıların diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre daha hassas olduğu gözlenmektedir.

Katılımcıların meslek durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hak olarak mahremiyet, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Akademik personeller işsizlere göre mahremiyeti daha fazla hak olarak görmemektedir. Emekliler akademik personellere göre kendi mahremiyetine ilişkin kaygıyı daha fazla duymaktadır. Emekliler özel sektörde büro, ofis çalışanlarına göre mahremiyetinin korunmasını diğer insanların da mahremiyetini korumasına bağlamaktadır. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, meslekler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların gelir durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında da, anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

"Sosyal ağ kullanımı mahremiyet yönelimini etkiler mi?" araştırma sorusuyla sosyal ağ kullanım amaçları, sosyal ağ kullanım sıklıkları, sosyal ağ kullanım süresi, sosyal ağlardaki arkadaş sayısı, sosyal ağ profillerinde paylaşılan bilgiler ve sosyal ağlara üye olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesinin okunması ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı hipotezi test edilmiştir.

Katılımcıların sosyal ağ kullanım amaçları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, verilen yanıtların çoğunlukla sosyal ağların arkadaşlarla iletişimde bulunma, olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma, tanıdıkların duvarına yazma ya da duvarına yazılanları okuma, mesaj gönderme ya da mesaj alma, kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma amacıyla kullanılmasına katıldıkları; tanıdıklarının fotoğraflarına bakma ya da fotoğraf yükleme, insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanmasına kısmen katıldıkları; boş zamanları değerlendirme, eğlenme ve rahatlama, insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanılmasına katılmadıkları yönündedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, sosyal ağların arkadaşlarla iletişimde bulunma, tanıdıklarının fotoğraflarına bakma ya da fotoğraf yükleme, eğlenme ve rahatlama, boş zamanları değerlendirme, olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma, mesaj gönderme ya da mesaj alma, insanları daha iyi tanıma amacıyla kullanılmasına katıldıkları; tanıdıklarının fotoğraflarına bakma ya da fotoğraf yükleme, kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma amacıyla kullanılmasına katılmadıkları; insanların iletişim bilgilerine ulaşabilme amacıyla kullanılmasına ise mahremiyet umursamazlarının katılırken diğerlerinin katılmadığı görülmektedir.

Katılımcıların sosyal ağ kullanım sıklığı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, çoğunluğun verdiği yanıtlar da Facebook kullanım sıklığının oldukça yoğun, Instagram kullanım sıklığının nadiren ve çoğu zaman,

Whatsapp kullanım sıklığının nadiren, Twitter kullanım sıklığının ara sıra, Snapchat kullanım sıklığının genellikle ve LinkedIn kullanım sıklığının ara sıra olduğu yönündedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, boyutlardaki Facebook'un yoğun kullanımını Instagram ve Whatsapp'ın aldığı görülmektedir. Ayrıca alt boyutlarda LinkedIn kullanım sıklığının oldukça düşük düzeyde olduğu gözlenmektedir.

Katılımcıların sosyal ağ kullanım süresi ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, çoğunluğun verdiği yanıtlar da sosyal ağların 1 saat ile 3 saat kullanıldığı yönündedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, katılımcıların sosyal ağları çoğunlukla 1 saat ile 2 saat kullandığı görülmektedir.

Katılımcıların sosyal ağlardaki arkadaş sayısı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye özellikle Facebook ile Instagram ağlarındaki arkadaş sayısı dikkate alınarak bakılmıştır. Katılımcıların Facebook'taki arkadaş sayısı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Kendi mahremiyetine ilişkin daha fazla kaygı duyanların çoğunluğunu 51-200 arasında az sayıda Facebook'ta arkadaşa sahip olanlar oluştururken, daha az kaygı duyanları arkadaş sayısı 1001'in üzerinde olanlar oluşturmaktadır. Yine benzer şekilde diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda daha fazla kaygı duyanların çoğunluğunu 51-200 arasında az sayıda Facebook'ta arkadaşa sahip olanlar oluştururken, daha az kaygı duyanları arkadaş sayısı 1001'in üzerinde olanlar oluşturmaktadır. Bir anlamda, mahremiyet yönelimi konusunda hassas olan bireyler sosyal ağlarda daha az sayıda arkadaşa sahip olmayı tercih etmektedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, Facebook arkadaş sayısı azaldıkça mahremiyet savunuculuğu, arttıkça mahremiyet umursamazlığı oranlarının artış gösterdiği görülmektedir. Diğer taraftan, katılımcıların Instagram'daki arkadaş sayısı ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık olduğu görülmemektedir. Facebook'un aksine Instagram'da arkadaş sayısı 51-200 arasında olan katılımcılar en yüksek mahremiyet umursamazı oranına sahiptir. Bir anlamda, Instagram arkadaş sayısı mahremiyet yönelimini

etkilememektedir. Başka bir ifadeyle Instagram'daki arkadaş sayısının azlığı ya da çokluğu katılımcıların mahremiyet yönelimi boyutlarında herhangi bir farklılığa neden olmamaktadır. Bir nevi görünür olmak bireylerin mahremiyetlerine ilişkin kaygılarının önüne geçmektedir.

Katılımcıların sosyal ağlarda paylaşılan bilgiler doğrultusunda özel alanın sınırları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye gerçek ad, doğum tarihi, yaşanılan yer/memleket, eğitim durumu, iş durumu, yapılan iş, iletişim bilgileri ve siyasi görüşlerin paylaşılıp paylaşılmaması özelinde bakılmıştır. Doğum tarihleri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda, doğum tarihini paylaşmayanlar paylaşanlara göre daha güçlü oranlara sahiptir. Eğitim durumları ve meslek ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Diğer ihtimalli mahremiyet boyutunda, eğitim durumunu ve mesleğini paylaşmayanlar paylaşanlara göre daha güçlü oranlara sahiptir. İlişki durumları ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, kendi mahremiyetine ilişkin kaygı ile diğer ihtimalli mahremiyet boyutlarında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Kendi mahremiyetine ilişkin kaygı duyanlar ile diğer ihtimalli mahremiyet özelliklerine sahip olanların, sosyal ağ profillerinde ilişki durumunu paylaşmayı tercih etmesi dikkat çeken sonuçlar arasındadır. Anlamlı bir farklılık olmasa da, diğer boyutlarda da ilişki durumunun paylaşılması daha çok tercih edilmektedir. Bu durumu, romantik ilişkilerin kamulaşması şeklinde yorumlamak mümkündür. İletişim bilgileri ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, tüm boyutlarda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Tüm boyutlarda iletişim bilgilerinin paylaşılmaması daha çok tercih edilmektedir. Öte yandan, katılımcıların sosyal ağ profillerinde paylaştıkları gerçek adları, yaşadıkları yer ve siyasi görüş ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Tersine tüm boyutların oranı birbirine oldukça yakın görünmektedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, eğitim, ilişki durumu ve meslek durumunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Eğitim durumunu

mahremiyet bireycileri mahremiyet umursamazlarına göre, daha fazla paylaşmaktadır. İlişki durumunu mahremiyet bireycileri mahremiyet savunucularına göre, daha fazla paylaşmaktadır. Mesleğini mahremiyet bireycileri ve savunucuları mahremiyet umursamazlarına göre, daha fazla paylaşmaktadır. Mahremiyet bireycilerinin anlamlı farklılaşma yaşanan üç madde de en yüksek oranlara sahip olduğu görülürken mahremiyet savunucularının en düşük oranlara sahip olup özel alan sınırlarını çizdiği görülmektedir. Literatüre bakıldığında da, mahremiyete ilişkin farkındalık arttıkça, bireylerin kendileriyle ilgili bilgileri kısıtladıkları görülmektedir. Ayrıca mahremiyete ilişkin kaygıları fazla olan sosyal ağ kullanıcıları, çevrimiçi olarak özel bilgilerini de daha az açığa çıkarmaktadır. Bu çalışma için de, mahremiyet yönelimi ölçeğinden düşük değer alan mahremiyet umursamazlarının, yüksek değer alan mahremiyet savunucularına göre daha fazla bilgi paylaştığını söylemek mümkündür.

Katılımcıların sosyal ağlara üye olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okunması ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, sadece başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutu anlamlı farklılık göstermektedir. Başkalarının mahremiyetine ilişkin kaygı boyutunda, gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuyanlar okumayanlara göre daha güçlüdür. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, gizlilik politikası ya da veri ilkesini okuyanların en yüksek oranı mahremiyet savunucularına, en düşük oranı ise mahremiyet umursamazlarına aittir. Daha önce değinildiği gibi literatüre bakıldığında da, kullanıcılarının %89'unun gizlilik/mahremiyet ve veri kullanımıyla ilgili bilgileri okumadığı gözlenmektedir. Bu durumu, toplumun okuma kültürüne bağlamak mümkündür.

"Röntgencilik düzeyi mahremiyet yönelimini etkiler mi?" araştırma sorusuyla sosyal ağlardaki röntgencilik ve kendini teşhir düzeyleri ile mahremiyet yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı hipotezi test edilmiştir.

Katılımcıların röntgencilik düzeyi ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, verilen yanıtların çoğunlukla insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan kısmen hoşlanma, insanların normalde görünmediği yüzünü gösteren ve insanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan

hoşlanmama şeklinde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, insanların özel anlarının izlendiği sosyal ağlardan mahremiyet bireycileri mahremiyet umursamazlarına göre daha fazla hoşlanmaktadır. İnsanların normalde görünmediği yüzünü gösteren sosyal ağlardan mahremiyet umursamazları mahremiyet savunucularına göre daha fazla hoşlanmaktadır. İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan mahremiyet umursamazları mahremiyet savunucularına göre daha fazla hoşlanmaktadır.

Katılımcıların kendini teşhir düzeyi ile mahremiyet yönelim boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında, verilen yanıtların çoğunlukla kamuya açık alanlarda yapılamayacak şeylerin, diğer insanlarla yakın ilişkilerin, hayatında önemli olan şeylerin, kendi hakkında hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeylerin sosyal ağlarda özel kişiler ve arkadaşlarla; yapıldığı için gurur duyulan şeylerin özel kişilerle; korkuların özel kişilerle paylaşıldığı ya da hiç kimseyle paylaşılmadığı; yapıldığı için suçluluk hissedilen şeylerin arkadaşlarla paylaşıldığı ya da hiç kimseyle paylaşılmadığı yönünde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, alt boyutlara bakıldığında, mahremiyet savunucuları kamuya açık alanlarda yapamayacağı şeyleri ve kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri, mahremiyet bireycileri yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri, mahremiyet umursamazları ise hayatında önemli olan şeyleri sosyal ağlardan daha çok paylaşmayı tercih etmektedir. Öte yandan mahremiyet umursamazları kamuya açık alanlarda yapamayacağı ve yaptığı için kendini suçlu hissettiği şeyleri, mahremiyet bireycileri ise hayatında önemli olan şeylerle kendi hakkında hoşlandığı ve hoşlanmadığı şeyleri sosyal ağlardan paylaşmayı tercih etmemektedir. Daha önce değinildiği gibi literatüre bakıldığında da, sosyal ağlarda mahremiyet yönelimine ilişkin kaygıların kendini teşhir etme ile düşük bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir.

Bu bilgilerden hareketle son olarak, mahremiyet yöneliminin belirleyicilerine ilişkin regresyon analizi yapılmıştır. Cinsiyet, yaş, şehir, sosyal ağ kullanım süresi, sıklığı, amacı, Facebook, Instagram arkadaş sayısı ve röntgencilik düzeyinin mahremiyet yönelimini ne derece etkilediğini (yordadığını) belirlemek amacı ile çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon denklemine giren değerler

açısından cinsiyet, yaş, Facebook arkadaş sayısı, röntgencilik düzeyi ve sosyal ağ kullanım amaçlarından; arkadaşlarla iletişimde bulunma, olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olma, insanların iletişim bilgilerine ulaşma ve kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşmanın mahremiyet yönelimini etkilemede anlamlı olduğu görülmüştür. Bu bulgu, kadınların, yaşın, arkadaşlarla iletişimde bulunmanın, olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmanın ve kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşmanın değerleri arttıkça mahremiyet yönelimi değerlerinin de arttığını göstermektedir. Diğer taraftan yine bu bulgu, Facebook arkadaş sayısı, röntgencilik düzeyi ve insanların iletişim bilgilerine ulaşma amacı değerleri arttıkça mahremiyet yönelimi değerlerinin azaldığını göstermektedir.

Görüldüğü üzere, Madden'in de (2012: 4) belirttiği gibi sosyal medya, çevrimiçi ortamda mahremiyeti yönetmeye ilişkin tartışmayı değiştirdi. Sosyal medya kullanımı yaygın bir faaliyet haline geldiğinden, mahremiyetin bu bilgi çağında bir kalıntı olarak görülüp görülemeyeceği konusundaki tartışmalar giderek artmaktadır. Tartışmanın bir tarafında mahremiyetin yitirildiğine dair bir düşünce hâkim. Bu yöndeki araştırmacılar, sosyal ağ kullanıcılarının mahremiyetinin önemsiz olduğunu ileri sürmektedir. Öte yandan, bazı savunucular ve akademisyenler toplumun, dolayısıyla bireylerin çevrimiçi mahremiyetini hâlâ derinden önemsediğini, ancak bu duyarlılıkların, daha yaygın bir paylaşım ve kişisel bilginin kullanılabilirliğinden yararlanan teknoloji şirketleri tarafından kötüye kullanıldığını iddia etmektedir. Bunların karşısında, mahremiyete yönelik çalışma yapan araştırmacılar ise, internette bilgi mahremiyeti etrafındaki tutum ve uygulamalarda büyük bir kopukluk olduğunu belirtmektedir. Çünkü bireylere sorulduğunda, mahremiyetin kendileri için önemli olduğunu söylemekte ancak gözlemlendiğinde, bireylerin eylemleri aksini göstermektedir.

Ancak sadece sosyal ağlar mahremiyet yönelimlerini etkilememe, aynı zamanda, bireylerin mahremiyet yönelimleri de sosyal ağları kullanmalarını etkilemektedir. Fakat hangisinin hangisini önceledi̇ği konusu görüldüğü gibi oldukça tartışmalı bir konudur.

Bundan sonra yapılacak çalışmalara öneriler olarak; “Bireyler temelde mahremiyeti nasıl algılıyor?”, “Bireylerin dine ilişkin eğilimleri neler?”, “Bireyler kimlik olarak kendilerini nasıl konumlandırıyor?”, “Bireylerin aile yapıları ve medeni durumları nasıl?”, “Mekân, mahremiyet yöneliminde etkili mi?”, “Bireysel algılar ve değerler mahremiyet yöneliminde etkili mi?” ve “Yeni dijital çağın parçası olabilmek için mahremiyetten ne kadar vazgeçilmesi gerekiyor?” gibi soruları yanıtlayabilmek adına çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Acılar, A. & Mersin, S. (2015). "Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ile Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 14, 54, 103-114.

Ackerman, M. S., Cranor, L. F. & Reagle, J. (1999). "Privacy in e-commerce: Examining user scenarios and privacy preferences," Proceedings of the First ACM Conference on Electronic Commerce, 1–8, Denver, CO.

Acquisti, A. & Gross, R. (2006). Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook, PET, 1-16.

Acquisti, A. (2013). Mahremiyet Neden Önemlidir? https://www.ted.com/talks/alessandro_acquisti_why_privacy_matters?language=tr#t-774652 (E. T. : Eylül 2017).

Ada, S., Çiçek, B. & Kaynakyeşil G. (2013). Çevrimiçi Sosyal Ağ Sitesi Kullanımını Etkileyen Motive Edici Faktörler Üzerine Bir Araştırma, http://ab.org.tr/ab13/bildiri/206.pdf (E.T.: Nisan 2018).

Adugit, Y. (2013). "Göreli Mekânlarda Ahlâki Kayıtsızlık". Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi, 15, 1-24.

Afsahi, A. (2014). Social Networking Dilemmas for Psychologists: Privacy, Professionalism, Boundary Issues, and Policies. Antioch University, Psychology, Doctorate Thesis, America.

Akdoğan, A. (2002). Geleneksel Toplumdan Modern Topluma Geçişte Dini Hayat. İstanbul: Rağbet.

Akkaş, İ. (2015). "Sanal Cemaatlerde Mahremiyet Algısı". Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3, 12, 225-239.

Aktaş, C. (1992). Modernizmin Evsizliği ve Ailenin Gerekliliği. İstanbul: Beyan.

Aktaş, C. (2011). İktidar Parantezi Kadın, Dil, Kimlik. İstanbul: İz.

Allen, A. (1988). Uneasy Access: Privacy for Women in a Free Society. Totowa, N.J.: Rowman and Littlefield.

Altheide, D. L. (2000). Identity and the Definition of the Situation in a Mass-Mediated Context. Symbolic Interaction, 23, 1, 1–27.

Altman, I. & Chemers, M. (1984). Culture and Environment. California: Cambridge University Press.

Altman, I. (1977). Privacy Regulation: Culturally Universal or Culturally Specific? Journal of Social Issues, Vol: 33, No: 3, p. 66-84.

American Psychiatric Association. (2000). Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. Washington, DC: Author.

Arendt, H. (2003). İnsanlık Durumu. İstanbul: İletişim.

Arun, Ö. (2014). "İnce Zevkler - Olağan Beğeniler: Çağdaş Türkiye'de Kültürel Eşitsizliğin Yansımaları". Cogito, Pierre Bourdieu, 76, 167-191.

Aslan, C. (2011). "Türkiye'de Özel Alanın İfşası ve Mağduriyet Halleri: Deniz Baykal Örneği". (Ed. Hüseyin Köse). Medya Mahrem-Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 84-122). İstanbul: Ayrıntı.

Assange, J., Appelbaum, J., Müller-Maguhn, A. & Zimmermann, J. (2013). Şifrepunk-Özgürlük ve İnternetin Geleceği Üzerine Bir Tartışma. İstanbul: Metis.

Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10, 2, 213-220.

Atay, S. (2011). Ortağınız Paylaşmaya Hazır Mı? İGİAD Bülten, 8, 24, 4-7.

Ayata, A. G. (1998). "Aile, Özel Yaşam, Eşitlik Üçgeni" (Der. Zeynep Göğüş). Kadınlar Olmadan Asla. İstanbul: Sabah.

Aydın, N. (2015). "Hadislerde Mesken Mahremiyetini Tehdit Eden Unsurlara Karşı Alınan Önlemler". Ekev Akademi Dergisi, 19, 63, 287-314.

Aziz, A. (2008). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara: Nobel.

Baghai, K. (2012). Privacy as a Human Right: A Sociological Theory. Sociology, 46, 5, 951-965.

Bağlı, M. (2008). Modern Bilinç ve Mahremiyet. İstanbul: Yarın.

Bahrampour, T. & Aratani, L. (2006). "Teens' bold blogs alarm area schools," *Washington Post* (17 January), at http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/01/16/AR2006011601489.html (E.T.: Mayıs 2018).

Balcı, Ş. & Ayhan, B. (2007). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması. Selçuk İletişim, 5, 1, 174-197.

Balleys, C. & Coll, S. (2016). Being Publicly İntimate: Teenagers Managing Online Privacy. Media, Culture and Society, 1-17.

Baruh, L. & Cemalcılar, Z. (2014). It is More Than Personal: Development and Validation of a Multidimensional Privacy Orientation Scale. Personality and Individual Differences, 70, 165–170.

Baruh, L. & Popecsu, M. (2015). Big Data Analytics and the Limits of Privacy Self-Management. New Media and Society, 1 –18.

Baruh, L., Bal, H. M. & Cemalcılar, Z. (2015). A Multidimensional Privacy Orientation Scale: Development and Validation with Turkish Twitter Users. (Ed. B. Akdenizli). Digital Transformations in Turkey: Exploring Current Perspectives in Communication Studies (p. 3-20). N.Y., London: Lexington Books.

Baudrillard, J. (2001). Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm (Çev. Oğuz Adanır). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.

Baudrillard, J. (2005). "Baudrillard". (Haz. Zuhal Öker). Kadife Karanlık 21. Yüzyıl

İletişim Çağın Aydınlatan Kuramcılar (s. 193-260). İstanbul: Su.

Baudrillard, J. (2011). Simülakrlar ve Simülasyon (Çev. Oğuz Adanır). Ankara: Doğubatı.

Baudrillard, J. (2013). Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu (5. Basım). Ankara: Doğubatı.

Bauman, Z. & Lyon, D. (2016). Akışkan Gözetim. İstanbul: Ayrıntı.

Bauman, Z. (1992). Intimations of Postmodernity. London and New York: Routledge.

Bauman, Z. (2001). Bireyselleşmiş Toplum (Çev. Yavuz Alogan). İstanbul: Ayrıntı.

Bauman, Z. (2012). Küreselleşme. İstanbul: Ayrıntı.

Bauman, Z. (2013a). Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları. İstanbul: Ayrıntı.

Bauman, Z. (2013b). Sosyolojik Düşünmek. İstanbul: Ayrıntı.

Bauman, Z., Bigo, D., Esteves, P., Guild, E., Jabri, V. & Lyon, D., vd. (2014) After Snowden: Rethinking the Impact of Surveillance. International Political Sociology, 8, 121–144.

Bayhan, V. (2017). Sosyal Medya Narsist Yapıyor. http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-narsist-yapiyor (E.T.: Aralık 2017).

Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. & Aydemir, A. T. (2012). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi. Selçuk İletişim Dergisi, 7, 3, 15-16.

Bayram, P. (2016). "Kentteki Yabancıların Sosyal Medya Aracılığıyla Bir Araya Gelişi: "Muğla İtiraf" adlı Facebook Sayfası Üzerine Bir Örnek Olay Analizi". İnsan ve İnsan, 7, 5-23.

Bell, D. (2001). "İletişim Teknolojisi: Gidişat Daha İyiye mi Yoksa Daha Kötüye mi?". (Ed. Uğur Dolgun). Sosyo-Ekonomik Perspektif (s. 309-328). Bursa: Asa.

Bellman, S., Johnson, E.J., Kobrin S.J. & Lohse G.L. (2004). International Differences in Information Privacy Concerns: a Global Survey of Consumers. The Information Society, 20, 5, 313–324.

Berger, P. & Luckmann, T. (2008). Gerçekliğin Sosyal İnşası/Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi. İstanbul: Paradigma.

Bergman, S. M., Fearrington, M. E., Davenport, S. & Bergman, J. Z. (2011). Millenials, Narcissim And Social Networking: What Narcissist Do on Social Networking Sites And Why? Personality and Individual Differences, 50, 706-711.

Beta, A. R. (2014). "Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia". the International Communication Gazette, 76, 4–5, 377–389.

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2017). Elektronik Haberleşme Sektörüne İlişkin İl Bazında Yıllık İstatistik Bülteni 2017. Sektörel Araştırma ve Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı.

Bilgin, N. (1994). Sosyal Bilimlerin Kavşağında Kimlik Sorunu. İzmir: Ege.

Bilgin, N. (1999). Kollektif Kimlik. İstanbul: Sistem.

Bilgin, N. (2007). Kimlik İnşası. Ankara: Aşina.

Birekul, M. (2013). "Ailenin Diğer Kurumlarla İlişkisi". (Ed. Mustafa Aydın). Sistematik Aile Sosyolojisi (s. 271-291). Konya: Çizgi.

Bolay, S. H. (1997). Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü. Ankara: Akçay.

Bourdieu, P. (2013). Seçilmiş Metinler. Ankara: Heretik.

Bourriaud, N. (2009) Altermodern Manifesto: Postmodernism is Dead, http://dnwilliams.com/altprod/readings/bourriaud_altermodernism.pdf, Access Date: 14.12.2016.

boyd, D. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, snd Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 1, 210-230.

boyd, D. & Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares? First Monday, 15, 8. Retrieved from http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3086/2589

boyd, D. (2006). "Friends, Friendsters, and Top 8: Writing community into being on socialnetwork sites". 11, 12. http://firstmonday.org/article/view/1418/1336 (Accessed: 19.01.2018).

boyd, D. (2008). "Facebook's Privacy Trainwreck Exposure, Invasion, and Social Convergence". Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 14, 1, 13–20.

Bozdoğan, S. (2002). Modernizm ve Ulusun İnşası: Erken Cumhuriyet Türkiye'sinde Mimari Kültür. İstanbul: Metis.

Bozkurt, V. (2000). Gözetim ve İnternet: Özel Yaşamın Sonu mu? Birikim Dergisi, 136, inet-tr.org.tr/inetconf5/tammetin/bozkurt-tam.doc (E.T.: Şubat 2017).

Broeck, E. V., Poels, K. & Walrave, M. (2015). "Older and Wiser? Facebook Use, Privacy Concern, and Privacy Protection in the Life Stages of Emerging, Young, and Middle Adulthood". Social Media + Society, July-December, 1 –11.

Bruns, A. & Moe, H. (2016). "Twitter'da İletişimin Yapısal Katmanları". (Der. Katrin Weller vd.). Twitter ve Toplum (s. 62- 78). İstanbul: Kafka.

Buchanan, T., Paine, C.B., Joinson, A.N. & Reips U. D. (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, 57–165.

Buffardi, L. E. & Campbel, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. Personality and Social Psychology Bulletin, 34, 1303-1314.

Bunnell, N. (2015). Oscillating from a Distance: A Study of Metamodernism In Theory and Practice. Undergraduate Journal of Humanistic Studies, Vol: 1, 1-8.

Burgess, J. & Green, J. (2009). YouTube Online Video and Participatory Culture. Cambridge, UK: Polity Press.

Burgoon, J. K. (1982). "Privacy and communication". (Ed. Burgoon M) Communication Yearbook 6. Beverly Hills, CA: SAGE, 206–249.

Burgoon, J. K., Parrott, R., LePoire, B. A., Kelley, D. L., Walther, J. B. & Perry, D. (1989). Maintaining and restoring privacy through communication in different types of relationships. Journal of Social and Personal Relationships, 6, 131-158.

Büyüköztürk, Ş. (2016). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem Akademi.

Calhoun, C. (1994). Social Theory and the Politics of Identity. USA: Blackwell.

Campbell, S. W. & Park, Y. J. (2008). Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society. Sociology Compass, 2, 2, 371–387.

Can, İ. (2013a). "Ailenin Tarihsel Gelişimi: Dünü, Bugünü ve Yarını". (Ed. M. Aydın). Sistematik Aile Sosyolojisi (s. 65-91). Konya: Çizgi.

Can, İ. (2013b). "Ailede Çocuk ve Ebeveyn İlişkisi". (Ed. Mustafa Aydın). Sistematik Aile Sosyolojisi (s. 215-248). Konya: Çizgi.

Can, Y. (1995). İslam Şehirlerinin Fiziki Yapısı. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.

Canatan, K. & Yıldırım, E. (2016). Aile Sosyolojisi (6. Baskı). İstanbul: Açılım.

Canatan, K. (2011). Beden Sosyolojisi. İstanbul: Açılım.

Canetti, E. (2006). Kitle ve İktidar. İstanbul: Ayrıntı.

Cansever, T. (1997). Kubbeyi Yere Koymamak. İstanbul: İz.

Cansever, T. (2014). İslam'da Şehir ve Mimari (9. Baskı). İstanbul: Timaş.

Castells, M. (2006). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür- Kimliğin Gücü-

2.Cilt. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür- Ağ Toplumunun Yükselişi-1.Cilt. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Cevizci, A. (2009). Felsefe Tarihi Thales'ten Baudrillard'a, http://www.pdfdeposu.com/ahmet-cevizci-felsefe-tarihi-thalesten-baudrillarda/, (E.T.: Ocak 2017).

Chang, P. F., Choi, Y. H., Bazarova, N. N. & Löckenhoff, C. E. (2015). Age Differences in Online Social Networking: Extending socioemotional selectivity theory to social network sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 59*, 221–239. http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08838151.2015.1029126 (E.T.: Eylül 2017).

Chesher, C. (2012). "Between image and information: The iPhone camera in the history of photography". (Ed. Hjorth, L., et al.). Studying Mobile Media: Cultural Technologies, Mobile Communication, and the iPhone (98–117). New York: Routledge.

Chignell, M., Gwizdka, J. & Quan-Haase, A. (2003). The Privacy Attitude Questionnaire (PAQ) and Internet Use. AoIR 2003 Annual Conference, Toronto, Canada, Oct. 16-19. http://comminfo.rutgers.edu/~jacekg/pubs/txt/2003_PrivacyPaper-%20AOIR_wCite.pdf (E.T.: Ağustos 2017).

Cho, H., Sanchhez, M.R. & Lim, S.S. (2009). A Multinational Study on Online Privacy: Global Concerns and Local Responses. New Media and Society, 11, 3, 395–416.

Christofides, E., Muise, A. & Desmarais, S. (2012). Hey Mom, What's on Your Facebook? Comparing Facebook Disclosure and Privacy in Adolescents and Adults. Social Psychological and Personality Science, 3, 1, 48-54.

Cılızoğlu, G.Y. & Çetinkaya, A. (2016). "Sivil Toplum Örgütlerinin Instagram Kullanımı". Asos Journal, 4, 27, 161-181.

Coll, S. (2012). The Social Dynamics of Secrecy: Rethinking Information and Privacy through Georg Simmel. International Review of Information Ethics, 17, 15–20.

Colomina, B. (2011). Mahremiyet ve Kamusallık. İstanbul: Metis.

Connolly, W. E. (1995). Kimlik ve Farklılık. İstanbul: Ayrıntı.

Corcuff, P. (2009). Bireycilik Sorunu - Stirner, Marx, Durkheim, Proudhon. İstanbul: Versus.

Coyle, C. L. & Vaughn, H. (2008). "Social Networking: Communication Revolution or Evolution?". Bell Labs Technical Journal, 13, 2, 13–18.

Cunningham, S. J., Masoodian, M. & Adams, A. (2010). "Privacy Issues for Online Personal Photograph Collections", Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 5, 2, 26–40.

Çakır, M. (2015). İnternette Gösteri ve Gözetim Eleştirel Bir Okuma. Ankara: Ütopya.

Çatak, A. (2016). Mahremiyet Kavramının Farklı Anlam Alanları Veya"Fıkh-ı Bâtın"da Mahremiyet Algısı. GİFDER, 8, 8, 93-111.

Çavuş, S., Akman, E. & Ayhan, B. (2018). "Transformation of Secrecy and Prıvacy: Social Media Behavior Of Turkish And Kyrgyz Students". SUTAD, 43, 561-580.

Çelik, Ç. (2014). "Sosyal Sermaye, Ebeveyn Ağları ve Okul Başarısı". Cogito, Pierre Bourdieu, 76, 265-289.

Çetin, E. (2015). Sosyal Paylaşım Ağlarında Fotoğraf, Yer/Mekân Bildirim Paylaşımları ve Mahremiyet: Facebook Örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8, 41, 779-788.

Çetinkaya, H. (2011). "Beden İdeolojisi Olarak Mahrem". (Ed. Hüseyin Köse). Medya Mahrem-Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 23-60). İstanbul: Ayrıntı.

Çoban, B. (2014). "Yeni Panoptikon Gözün İktidarı ve Facebook" (Ed. Barış Çoban).

Sosyal Medya Devrimi (s. 303-318). İstanbul: Su.

De Mul, J. (2008). Siberuzayda Macera Dolu Bir Yolculuk. İstanbul: Kitap.

De Souza, Z., & Dick, G. N. (2009). Disclosure of Information by Children in Social Networking: Not Just a Case of You Show Me Yours and I'll Show You Mine. International Journal of Information Management, 29, 255–261.

De Wolf, R., Willaert, K. & Pierson, J. (2014). Managing Privacy Boundaries to Gether: Exploring İndividual and Group Privacy Management Strategies in Facebook. Computers in Human Behavior, 35, 444-454.

Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu ve Yorumlar. İstanbul: Ayrıntı.

DeCew, J. (2013). Privacy. https://plato.stanford.edu/entries/privacy/(E.T.: Ağustos 2017).

DeCew, J. (1997). In pursuit of Privacy Law: Law, Ethics, and the Rise of Technology. Ithaca (NY): Cornell University.

Demez, G. (2009). Giriş. Toplum Bilim-Beden Sosyolojisi Özel Sayısı, 24, 9-12.

Demez, G. (2009). Sınıfsal ve Bireysel Kimlik Oluşumunda Beden Sorunu: Habitus. Toplum Bilim-Beden Sosyolojisi Özel Sayısı, 24, 17-26.

Derlega, V.J. & Chaikin, A. (1977). Privacy and self-disclosure in social relationships. Journal of Social Issues, 33, 3, 102–115.

Derlega, V.J., Metts, S., Petronio, S. & Margulis, S.T. (1993). Self-Disclosure. Newbury Park, CA: Sage.

Derlega, V.J., Winstead, B.A. & Greene, K. (2008). "Self-Disclosure and Starting a Close Relationship". (Eds. Sprecher, S., Wenzel, A. & Harwey, J.). Handbook of Relationship Beginnings (pp. 153-174). New York: Psychology Press.

Diker, E. (2015). Gazete Reklamlarında Kadın Ve Mahremiyet Anlayışı. E-GİFDER, 3,1, 95-110.

Dolgun, H. (2001). "Giriş". (Ed. Uğur Dolgun). Sosyo-Ekonomik Perspektif (s. 13-29). Bursa: Asa.

Dolgun, U. (2005). Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna. Ankara: Ekin.

Dolgun, U. (2015). Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu- Küreselleşen Dünyada Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri. İstanbul: Ötüken.

Downes, S. (2006). "Teens who tell too much," *New York Times* (15 January), at http://www.nytimes.com/ (E.T.: Mayıs 2018).

Dökmen, Z. Y. (2009). Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar. İstanbul: Remzi.

Duerr, H. P. (2004). Mahremiyet Uygarlaşma Sürecinin Miti-II. Ankara: Dost.

Duman, K. E. (2011). "Talk Showlarda Mahremiyet ve 'Oprah Winfrey Show'un Başarısının Sırrı: Tür, Anlatı, Format". (Ed. Hüseyin Köse). Medya Mahrem-Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 149-169). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Durkheim, E. (2006). Toplumsal işbölümü (Çev. Ö. Ozankaya). İstanbul: Cem.

Dündar, L. (2016). "12 Eylül 1980 Darbesinin Basına Etkileri". Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 16, 125- 154.

Dürrenmatt, F. (2000). Gözlemcileri Gözlemleyenin Gözlemi. İstanbul. Can.

Dwyer, C., Hiltz, S. R. & Passerini, K. (2007). Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace. In Reaching new heights: 13th Americas Conference on Information Systems organised by the Association for Information Systems, Keystone, Colorado (pp. 1725–1735). Red Hook, NY: Association for Information Systems.

Eagleton, T. (2015). Postmodernizmin Yanılsamaları (3. Basım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Eisenstadt, S. N. (1966) Modernization: Protest and Change. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Electronic Privacy Information Center, https://epic.org/privacy/survey/default.html (E.T.: Ağustos 2017).

Elliott, A. & Lemert, C. (2011). Yeni Bireycilik Küreselleşmenin Duygusal Bedelleri (Çev. Başak Kıcır). İstanbul: Sel.

Emirbayer, M. (2014). "Charles Tilly ve Pierre Bourdieu". Cogito, Pierre Bourdieu, 76, 42-78.

Enguix, B. & Gomez-Narvaez, E. (2017). "Masculine Bodies, Selfies, and the (Re)configurations of Intimacy". Men and Masculinities, 1-19.

Epstein, C. (2016). Surveillance, Privacy and the Making of the Modern Subject: Habeas what kind of Corpus?. Surveillance and Embodiment, 22, 2, 28-57.

Erdoğan, İ. (2003). Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı, İstatistiksel Yöntemler, Analiz ve Yorum. Ankara: Erk.

Ergenç, Ö. (2015). Osmanlı'dan Günümüze Cinsiyet, Mahremiyet ve Mekân. (Ed. Bedriye Yılmaz). Çalıştay Tebliğ ve Müzakereleri. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.

Ergil, D. (1986). Muhafazakâr Düşüncenin Temelleri. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 41, 1, 269-292.

Etil, H. & Demir, M. (2014). "Pierre Bourdieu'nün Bilim Sosyolojisine Katkısı: "Alan Teorisi", "Habitus" Cini ve "Refleksivite Talebi"". Cogito, Pierre Bourdieu, 76, 312-349.

Etimoloji Türkçe Elektronik Sözlük (2017). "mahrem", http://www.etimolojiturkce.com/kelime/mahrem (E.T.: Ocak 2017).

Facebook Veri İlkesi, https://tr-tr.facebook.com/privacy/explanation (Erişim Tarihi:

Ağustos 2017).

Featherstone, M. (2013). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Feuerbach, L. (1881) *The Essence of Christianity (*2. Edition). London: Trübner & Co.

Fischer-Hubner, S. (2000). 'Privacy and Security at Risk in the Global Information Society'. (Ed. D. Thomas & B. D. Loader). Cybercrime: Law Enforcement, Security and Surveillance in the Information Age. London: Routledge.

Fischer-Hübner, S. vd. (2008). "HCI Designs for Privacy-Enhancing Identity Management" (Ed. Alessandro Acquisti et al.). Digital Privacy-Theory, Technologies, and Practices (229-252). New York- London: Auerbach.

Flaherty, D. H. (2000). "Privacy Impact Assessments: An Essential Tool for Data Protection", Privacy Law and Policy Reporter, 45, 85-104.

Flanagin, A.J. & Metzger, M.J. (2001). Internet Use in the Contemporary Media Environment. Human Communication Research, 27, 153-181.

Fogel J. & Nehmad E. (2009). Internet Social Network Communities: Risk Taking, Trust, and Privacy Concerns. Computers in Human Behavior, 25, 153-160.

Foucault, M. (2005). "Foucault". (Haz. Nesrin Canpolat). Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağın Aydınlatan Kuramcılar (s. 75-138). İstanbul: Su.

Foucault, M. (2017). Hapishanenin Doğuşu (7. Baskı). Ankara: İmge.

Francis, L. P. (2014). "Introduction: Technology and New Challenges for Privacy". Journal of Social Philosophy, 45, 3, 291-303.

Fried, C. (1968). Privacy. Yale Law, J 77:475–493.

FTC Report. (2012). Protecting Consumer Privacy in an Era of Rapid Change: Recommendations For Businesses and Policymakers. https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/federal-trade-commission-

report-protecting-consumer-privacy-era-rapid-change-recommendations/120326privacyreport.pdf (E.T.: Şubat 2017).

Fuchs, C. (2014). Sosyal Medya-Eleştirel Bir Giriş. Ankara: NotaBene.

Ganascia, J. G. (2010). "The Generalized Sousveillance Society". Social Science Information, 49, 3, 489-507.

Gardner, H. & Davis, K. (2013). App Kuşağı Dijital Dünyada Kimlik, Mahremiyet ve Hayal Gücü. İstanbul: Optimist.

Gasset, O. Y. (1995). İnsan ve "Herkes". İstanbul: Metis.

Gavison, R. (1980). "Privacy and the Limits of Law". Yale Law Journal, 89, 421–471.

Geertz, C. (2011). Gerçeğin Ardından-Bir Antropoloğun Gözünden İki İslam Ülkesinin Son Kırk Yılı. Ankara: Dipnot.

Giddens, A. (1991). The Consequences of Modernity. Stanford, CA: Stanford University Press.

Giddens, A. (2005). Ulus, Devlet ve Şiddet. İstanbul: Devin.

Giddens, A. (2010). Mahremiyetin Dönüşümü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Giddens, A. (2014). Modernite ve Bireysel Kimlik-Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum. İstanbul: Say.

Gilliom, J. & Monahan, T. (2013). "Introduction". (Ed. J. Gilliom & T. Monahan). SuperVision: An Introduction to the Surveillance Society (pp. 1-10). Chicago and London: The University of Press.

Gittins, D. (2011). Aile Sorgulanıyor. İstanbul: Pencere.

Göker, G., Demir, M. & Doğan, A. (2010). Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma. e-Journal of New World Sciences Academy, 5, 2, 183-206

Göle, N. (2014a). Modern Mahrem. İstanbul: Metis.

Göle, N. (2014b). Mahremin Göçü. İstanbul: Hayy Kitap.

Görgülü, F. (2015). Aile Dergisi. http://www2.diyanet.gov.tr/DiniYay%C4%B1nlarGenelMudurlugu/DergiDokumanlar/Aile/2015/ocak.pdf (E.T.: Ağustos 2017).

Greene, K., Derlega, V.J. & Mathws, A. (2006). Self-Disclosure in Personal Relationships. In A.L. Vangelisti and D. Perlman (Eds.), The Cambridge Handbook of Personal Relationships (409-427). Cambridge: Cambridge University Press.

Grimmelmann, J. (2009). "Saving Facebook", Iowa Law Review, 94, 4, 1137–87.

Gross, R. & Acquisti, A. (2005). Information Revelation and Privacy in Online Social Networks. Proceedings of WPES'05. http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacyfacebook-gross-acquisti.pdf (E.T.: Ağustos 2017).

Güllük, İ. (2014). Avret Mahremiyeti Prensipleri Açısından Görüntü, Gerçeklik, Sanal Âlem ve Cinsellik Üzerine Fıkhî Bir Analiz. İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi, 23, 2014, 105-128.

Gülnar, B. & Balcı, Ş. (2011). Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum. Konya: Literatürk.

Gündüz, O. (2015). Toplumsal Değişme ve Mahremiyet Algısı. Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyum Bildiri Kitabı (s. 307-319), Ordu İlahiyat Vakfı Yayınları.

Gürbilek, N. (2014). Vitrinde Yaşamak. İstanbul: Metis.

Güven, S. K. (2011). "Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti". (Ed. Hüseyin Köse). Medya Mahrem-Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 173-198). İstanbul: Ayrıntı.

Habermas, J. (1996). “Modernity: An Unfinished Project”. (Der. M.P. d'Entreves & S. Benhabib). Habermas and the Unfinished Project of Modernity: Critical Essays on the Philosophical Discourse of Modernity. Cambridge: Polity Press.

Habermas, J. (2014). Kamusallığın Yapısal Dönüşümü (12.Baskı) (Çev. T. Bora ve M. Sancar). İstanbul: İletişim.

Hall, S. (1996). “Introduction: Who Needs ‘Identity.’ (Ed. S. Hall & P. Du Gay).Questions of Cultural Identity (p. 1-17). Londra: Sage.

Hall, S. (1998). “Kültürel Kimlik ve Diaspora.” (Der. Jonathan Rutherford). Kimlik Topluluk/Kültür/Farklılık (s. 173-191). İstanbul: Sarmal.

Hargittai, E. & Hinnant, A. (2008). Digital inequality: Differences in young adults’ use of the Internet. Communication Research, 35, 602-621.

Hatt, P. K & Reiss, A. J. (2002). “Kentsel Yerleşimlerin Tarihi”. (Der. Bülent Duru & Ayten Alkan). 20. Yüzyıl Kenti (s. 27-36). Ankara: İmge.

Hochman, N. & Schwartz, R. (2012). “Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms”. SocMedVis Workshop. ICWSM.

Hortaçsu, N. (2007). Ben Biz Siz Hepimiz Toplumsal Kimlik ve Gruplararası İlişkiler. Ankara: İmge.

Hoven, J. vd. (2014). Privacy and Information Technology. https://plato.stanford.edu/entries/it-privacy/ (E.T.: Ağustos 2017).

https://www.alexa.com/topsites/countries%3B0/TR (E.T.: Ağustos 2017).

Hu, Y., Manikonda, L. & Kambhampati, S. (2014). “What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types”. Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. ICWSM.

Instagram Gizlilik İlkesi (2013). https://help.instagram.com/155833707900388 (E.T.: Eylül 2017).

İlkkaracan, P. (2003). “Giriş: Müslüman Toplumlarda Kadın ve Cinsellik”. (Der. Pınar İlkkaracan). Müslüman Toplumlarda Kadın ve Cinsellik (s. 11-32). İstanbul: İletişim.

İnceoğlu, Y. & Kar, A. (2010). Dişillik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni. İstanbul: Ayrıntı.

Jeffrey, G. R. (2000). Surveillance Society the Rise of Antichrist. Toronto: Frontier Research Publications.

Jiménez, A. G., López, A. C. M. & Pisionero, G. C. (2012). A Vision of Uses and Gratifications Applied to the Study of Internet Use by Adolescence. Comunicación Y Sociedad, 25, 2, 231-254.

Joınson, A.N. (2008). Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of Facebook. The Twenty-Sixth Annual SIGCHI Conference On Human Factors in Computing Systems’ta sunulan bildiri. Italy: Florance.

Joinson, A. N. & Paine, C. B. (2006). Self-disclosure, Privacy and the Internet. http:// http://www.york.ac.uk/res/e-society/projects/15/PRISD_report2.pdf (E.T.: Mart 2017).

Joler, V. (2017). 'Veriyi tekeline alan şirket': Facebook'un kolları nereye kadar uzanıyor? http://www.bbc.com/turkce/haberler-40058770 (E.T.: Eylül 2017).

Jones, H. & Soltren, J. H. (2005). “Facebook: Threats To Privacy”, Social Science Research, December, 1-76.

Kabir, S. (2014). “Sanal Röntgencilik ve Facebookta Bireyselliğin Kullanımı” (Ed. Barış Çoban). Sosyal Medya Devrimi (s. 290-302). İstanbul: Su.

Kahraman, A. (2008). İslam Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel Hayatın Gizliliği (Mahremiyet). Ankara: Ebabil.

Kalaman, S. (2016). Sosyokültürel, Ekonomik Ve Siyasi Boyutlariyla Yeni Medyada Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Örneği. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler

Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons, 53, 59-68.

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2016). "Dünyanın Bütün Kullanıcıları Birleşin!- Sosyal Medyanın Zorlukları ve Sağladıkları Fırsatlar" (Ed. Himmet Hülür ve Cem Yaşın). Yeni Medya- Kullanıcının Yükselişi (s. 352-372). Ankara: Ütopya.

Kaplan, R. (2003). Cemaatin Dönüşümü-Geç Modern Dönemde Cemaat Sosyolojisi. Ankara: Vadi.

Kaplan, C. (2010). Kafkaesque? Big Brother? Finding the Right Metaphor for Net Priva cy. New York Times.

Karaarslan, E., Eren, M.B. & Koç, S. (2014). Çevrimiçi Mahremiyet: Teknik ve Hukuksal Durum İncelemesi. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirisi, İzmir.

Karakartal, M. (21 Ağustos 2013). Sosyal Medya Perhizi. Hürriyet. Kelebek, 5.

Karakaya, A. (2014). Yeni İletişim Ortamları ile Sömürgeciliğin Dönüşümü: Gözetim Olgusu ve Bireylerin Farkındalık ve Teslimiyetleri Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi, Gazetecilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Türkiye.

Karal, H., & Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 1, 3, 251-263.

Karataş, E. (2009). "Türkiye'de Kadın Hareketleri ve Edebiyatımızda Kadın Sesleri", Turkish Studies International Periodical Forthe Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 4, 8, 2009, 1652-1673.

Karyda, M. & Kokolakis, S. (2008). "Privacy Perceptions among Members of Online Communities" (Ed. Alessandro Acquisti et al.). Digital Privacy-Theory, Technologies, and Practices (253-265). New York- London: Auerbach.

Katz, E. (1959). Mass Communication Research and the Study of Culture. Studies in Public Communication, 2, 1-6.

Katz, E., Blumer, J. G. & Gurevitch, M. (1974). "Utilization of mass communication by the individual". (Ed. J. G. Blumler & E. Katz). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (pp. 19-34). London, England: SAGE.

Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch. M. (1973). Uses and gratifications research. Public Opinion Quarterly, 37, 4, 509–523.

Kavakci, E. & Kraeplin, C. R. (2017). "Religious Beings in Fashionable Bodies: the Online İdentity Construction of Hijabi Social Media Personalities". Media, Culture & Society, 39, 6, 850 –868.

Kayaalp, G. T. vd. (2015). Çoklu Doğrusal Regresyon Modelinde Değişken Seçiminin Zootekniye Uygulanışı. Ç.Ü.Z.F. Dergisi, 30, 1, 1 – 8.

Kearney, R. (2009). Yabancılar, Tanrılar ve Canavarlar - Ötekiliği Yorumlamak. İstanbul: Metis.

Kellner, D. (2001). Identity and Politics between the Modernisim and Postmodernisim. London: Routledge.

Kellner, D. (2011). "Toplumsal Teori Ollarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar". (Ed. Mehmet Küçük). Modernite Versus Postmodernite (s. 409-450). İstanbul: Say.

Keskin, F. (2015). "İktidarın Gözü", Michel Foucault, Seçme Yazılar 4: İktidarın Gözü. İstanbul: Ayrıntı.

Kete, N. (2011). "Yolsulluk, Mahremiyet ve Ölüm İlişkisini Medya Üzerinden Okumak". (Ed. Hüseyin Köse). Medya Mahrem-Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 61-83). İstanbul: Ayrıntı.

Kezer, M., Sevi, B., Cemalcilar, Z. & Baruh, L. (2016). Age differences in privacy

attitudes, literacy and privacy management on Facebook.Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 10, 1, https://cyberpsychology.eu/article/view/6182/5912 (E.T.: Eylül 2017).

Kılıç, S. (2013). Doğrusal Regresyon Analizi. Journal of Mood Disorders, 3, 2, 90-92.

Kim, B. H. & An, G. J. (2017). "Attitudes toward Privacy in Social Network and Moral Development of Nursing Students". Acta Paul Enferm, 30, 2, 197-203.

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

Kirkpatrick, M. (2010). "Facebook's Zuckerberg Says the Age of Privacy is over", Readwrite, http://readwrite.com/2010/01/09/facebooks_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov/#awesm=%7EogpyjsX6wLAUIx (E.T.: Mart 2017).

Koçak, N.G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Kohut, H.W. (1986). The Disorders of the Self and Their Treatment. N.Y.: Un.Press.

Kömeçoğlu, U. (2012). Kimlik, Mekân ve Gündelik Hayat. İstanbul: Ufuk.

Köse, H. (2011). "Önsöz". (Ed. Hüseyin Köse). Medya Mahrem-Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 9-19). İstanbul: Ayrıntı.

Kuduğ, H. (2011). Sosyal Ağ Analizi Ölçütlerinin İş Ağlarına Uyarlanması. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Kumar, K. (2005). From Post-Industrial to Post-Modern Society New Theories of the Contemporary World. Oxford: Blackwell Publishing.

Külcü, Ö. & Henkoğlu, T. (2014). "Privacy in Social Networks: An Analysis of Facebook". International Journal of Information Management, 34, 761-769.

Lacan, J. (2005). "Lacan". (Haz. Barış Çoban). Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağın Aydınlatan Kuramcılar (s. 277-294). İstanbul: Su.

Lampe, C., Ellison, N. B. & Steinfield, C. (2006). A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing, CSCW'06, Kasım 4–8, 2006, Banff, Alberta, Canada, 167-170.

Lange, P. G. (2008). "Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube". Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 361- 380.

Laudon, K.C. & Laudon, J. P. (2011). Yönetim Bilişim Sistemleri Dijital İşletmeyi Yönetme. (Çev. U. Yozgat). Ankara: Nobel Yayınları.

Laufer, R. S., Proshansky, H. M. & Wolfe, M. (1973). International Architectural Research Conferencce. Lund, Sweden: American Psychological Association.

Laufer, R. & Wolfe, M. (1977). Privacy as a Concept and a Social Issue: A Multidimensional Development Theory. Journal of Social Issues, 33, 3, 22□42.

Leavitt, A. (2016). "#FollowFriday'den YOLO'ya". (Der. Katrin Weller vd.). Twitter ve Toplum (s. 205- 225). İstanbul: Kafka.

Lee, E., Lee, J., Moon, J. H. & Sung, Y. (2015). "Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram". Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking, 18, 9, 552-556.

Lefebvre, H. (2013). Modern Dünyada Gündelik Hayat. İstanbul: Metis.

Levent, L. (2015). Aile Dergisi. http://www2.diyanet.gov.tr/DiniYay%C4%B1nlarGenelMudurlugu/DergiDokumanlar/Aile/2015/ocak.pdf (E.T.: Ağustos 2017).

Lewis, K., Kaufman, J. & Christakis, N. (2008). The Taste for Privacy: an Analysis of

College Student Privacy Settings in an Online Social Network. Journal of Computer-Mediated Communication, 14, 79–100.

Lister, M., Dovey, J., Giddens, S., Grant, I. & Kelly, K. (2009). New Media: A Critical Introduction. New York: Routledge.

Livingstone, S. (2008). "Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers' Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression". New Media & Society, 10, 3, 393-411.

Locatelli, E. (2017). "Images of Breastfeeding on Instagram: Self-Representation, Publicness, and Privacy Management". Social Media + Society, 1-14.

Lorenzen-Huber, L. vd. (2011). "Privacy, Technology, and Aging: A Proposed Framework". Ageing Int, 36, 232–252.

Lu, X., Qu, Z., Li, Q. & Hui, P. (2015). Privacy Information Security Classification for Internet of Things Based on Internet Data. International Journal of Distributed Sensor Networks, 1-8.

Lukes, S. (1973). Bireycilik (Çev. İsmail Serin). Ankara: Ark.

Lyon, D. (1994). The Electronic Eye-The Rise of Surveillance Society. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Lyon, D. (1997). Elektronik Göz. (Çev. D. Hattatoğlu). İstanbul: Sarmal.

Lyon, D. (2003). "Surveillance Technology and Surveillance Society". (Eds. T. Misa, t. Brey, A. Feenberg). Modernity and Technology (p. 161-183). Cambridge: The MIT Pres.

Lyon, D. (2006). Günlük Hayatı Kontrol Etmek Gözetlenen Toplum. İstanbul: Kalkedon.

Mackenzie, S. (2002). "Kentte Kadınlar". (Der. Bülent Duru ve Ayten Alkan). 20. Yüzyıl Kenti (s. 249-284). Ankara: İmge.

Madden, M. (2012). Privacy Management on Social Media Sites. Washington, D.C.: Pew

Research Center's Internet & American Life Project.

Madden, M., vd. (2013). Teens, Social Media, and Privacy. Washington, D.C.: Pew Research Center's Internet & American Life Project.

Margulis, S. T. (2003). "Privacy as a Social Issue and Behavioral Concept". Journal of Social Issues, 59, 2, 243-261.

Margulis, S.T. (1977). "Conceptions of Privacy: Current Status and Next Steps". Journal of Social Issues, 33, 3, 5-21.

Margulis, S.T. (2005). Privacy and Psychology. https://www.idtrail.org/files/Margulis_Contours.pdf (E.T.: Ağustos 2017).

Marwick, A. (2005) "I'm a Lot More Interesting than a Friendster Profile: Identity Presentation, Authenticity and Power in Social Networking Services", paper presented at the Conference of the Association of Internet Researchers 6, Chicago, 5-6.

Marwick, A., Fontaine, C. & boyd, d. (2017). ""Nobody Sees It, Nobody Gets Mad": Social Media, Privacy, and Personal Responsibility Among Low-SES Youth". Social Media + Society, 1 –14.

Marwick, A.E. & Boyd, D. (2014). Networked Privacy: How Teenagers Negotiate Context in Social Media. New Media and Society, 16, (7), 1051 –1067.

Marx, G. T. & Muschert, G. W. (2009). Simmel on Secrecy. A Legacy and Inheritance for the Sociology of Information. Soziologie als Möglichkeit, 217-233.

Marx, K. & Engels, F. (1987), "On Religion" (Der. R. Bocock & K. Thompson), Religion and Ideology. Manchester: Manchester University.

Masur, P. K. & Scharkow, M. (2016). "Disclosure Management on Social Network Sites: Individual Privacy Perceptions and User-Directed Privacy Strategies". Social Media + Society, January-March, 1 –13.

McLuhan, M. (2005). "McLuhan". (Haz. Derya Altay). Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağın Aydınlatan Kuramcılar (s. 9-74). İstanbul: Su.

McQuail, D. & Windahl, S. (1997). Kitle İletişim Modelleri. Ankara: İmge.

McQuail, D., Blumler, J. G. & Brown, J. (1972). The Television Audience: A Revised Repspective, Sociology of Mass Communications (pp. 135-165). Harmondsworth: Penguin.

Meyrowitz, J. (1986). No Sense of Place. New York: Oxford University Press.

Miles, M. (2015). Photography, Privacy and the Public. Law, Culture and the Humanities, 11, 2, 270–293.

Millham, M.H. & Atkin, D. (2016). Managing the Virtual Boundaries: Online Social Networks, Disclosure, and Privacy Behaviors. New Media & Society 1 –18.

Mills, C. W. (2001). "Sosyolojik İmgelem". (Ed. Uğur Dolgun). Sosyo-Ekonomik Perspektif (s. 79-107). Bursa: Asa.

Milne, G.R. & Gordon, M.E. (1994). 'A Segmentation Study of Consumers' Attitudes Toward Direct Mail', Journal of Direct Marketing, 8, 2, 45–52.

Min, J. & Kim, B. (2014). How are people enticed to disclose personal information despite privacy concerns in social network sites? The calculus between benefit and cost. Journal of the Association for Information Science and Technology, 66, 839-857.

Monaco, J. (2003). Bir Film Nasıl Okunur?. İstanbul: Oğlak.

Mulady, L. (2010). Digimodernism; the Future is Now! http://pure.au.dk/portal/files/13871/Final_Paper_for_Upload.pdf, (E.T.: Mart 2016).

Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J. & Stitt, C. (2003). "Reality-based television programming and the psychology of its appeal". Media Psychology, 5, 303–330.

Nabi, R. L., Stitt, C. R., Halford, J. & Finnerty, K. L. (2006). "Emotional and cognitive predictors of the enjoyment of reality-based and fictional television programming: An elaboration of the uses and gratifications perspective". Media Psychology, 8, 421–447.

Niedzviecki, H. (2009). Dikizleme Günlüğü. İstanbul: Ayrıntı.

Nosko, A., Wood, E. & Molema, S. (2010). All about me: disclosure in online social networking profiles: the case of Facebook. Computers in Human Behavior, 26, 3, 406–418.

O'Brolchain, F. vd., (2016). "The Convergence of Virtual Reality and Social Networks: Threats to Privacy and Autonomy". Sci Eng Ethics, 22, 1–29.

O'Neil, D. (2001). Analysis of Internet Users' Level of Online Privacy Concerns. Social Science Computer Review, 19, 1, 17-31.

O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0. http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html (E.T.: Ağustos 2017).

Odabaşı, Y. (2014). Postmodern Pazarlama. İstanbul: MediaCat.

Okumuş, E. (2015). Osmanlı'dan Günümüze Cinsiyet, Mahremiyet ve Mekân. (Ed. Bedriye Yılmaz). Çalıştay Tebliğ ve Müzakereleri. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.

Ormanlı, O. (2011). "Gözü Tamamen Kapalı Filminde Mahremiyet Motifleri". (Ed. Hüseyin Köse). Medya Mahrem-Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar (s. 264-276). İstanbul: Ayrıntı.

Oz, M. (2014). "Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Algısı: Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Endişeleri ve Farkındalıkları". Journal of Yasar University, 9, 35, 6099-6260.

Özbay, F. (2015). Dünden Bugüne Aile, Kent ve Nüfus. İstanbul: İletişim.

Özdemir, E. (2009). "Yaşam Tarzlarının Sanal Mekânlardaki Sunumu: Bir Cazibe Merkezi Olarak 'Siberalem' Örneği." (Der. Banu Dağtaş & Erdal Dağtaş). Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları (s. 364-402). Ankara: Ütopya.

Özdemir, U. (2003). "Türkiye'de Kadın Kıyafetinde Modernleşme Süreci ve Medyanın Etkisi". Köprü Dergisi, 84, 51-83.

Özer, Ö. (2017). "Kullanımlar Ve Doyumlar Kuramı Çerçevesinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Öğrencilerinin Twitter Kullanımı Üzerine Bir Analiz". Intermedia International Peer-Reviewed E-Journal Of Communication Sciences, 4, 6, 40-58.

Özgen, M. (2004). "1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu", 2nd International Symposium, Communication in the Millenium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars, İstanbul, Türkiye, 17-19 Mart 2004, 2, 465-477.

Öztürk, M. & Akgün, Ö. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri. Sakarya University Journal of Education, 2, 3, 49-67.

Palmgreen, P., Wenner, L., & Rosengren, K. (1985). "Uses and Gratifications Research: The past Ten Years". (Ed. K. Rosengren, L. Wenner & P. Palmgreen). Media gratifications research (pp. 11-37). Beverly Hills, CA: Sage.

Papacharissi, Z. & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. Journal of Broadcasting and Electronic, 44, 2, 175-196.

Papacharissi, Z. (2008). Uses and Gratifications. (Ed. M. Salwen & C. Stacks). An Integrated Approach to Communication Theory and Research (pp. 137-152). New York: Lawrence Erlbaum.

Parker, B. J. & Plank, R. E., (2000). A Uses And Gratifications Perspective On The Internet As a New Information Source. American Business Review, 18, 43-49.

Petronio, S. (2012). Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure. New York: Suny.

Petronio, S. (2015). Communication Privacy Management Theory. The International Encyclopedia of Interpersonal Communication, 168-180.

Post, R. C. (2001). "Three Concepts of Privacy." Faculty Scholarship Series, 2087-2098.

Postman, N. (1994). Televizyon: Öldüren Eğlence. İstanbul: Ayrıntı.

Quinn, K. (2016). Why We Share: A Uses and Gratifications Approach to Privacy Regulation in Social Media Use. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 60, 1, 61-86.

Raacke, J. & Raacke, J.B. (2008). Myspace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friendnetworking Sites. CyberPsychology & Behavior. 11, 169-174.

Rajaei, M., Haghjoo, M. S. & Miyaneh, E. K. (2015). "Ambiguity in Social Network Data for Presence, Sensitive-Attribute, Degree and Relationship Privacy Protection". PLoS ONE, 10, 6, 1-23.

Ray, M. B. (2007). Needs, Motives and Behaviors in Computer Mediated Communication: An Inductive Exploration of Social Networking Websites. TBA, San Francisco: International Communication Association.

Regan, P. (2002). Privacy as a Common Good in the Digital World. Information, Communication and Society, 5, 3, 382–450.

Rivadulla, S. G. (2016). Personalization vs. privacy: An inevitable trade-off? International Federation of Library Associations and Institutions, 42, 3, 227–238.

Roessler, B. & Mokrosinska, D. (2013). Privacy and Social İnteraction. Philosophy and Social Criticism, 39, 8, 771–791.

Rogers, R. (2016). "Twitter'ı Sıradanlıktan Kurtarmak". (Der. Katrin Weller vd.). Twitter ve Toplum (s. 9- 31). İstanbul: Kafka.

Rubin, A. M. (2002). "The uses-and-gratifications perspective of media effects". (Ed. J. Bryant & D. Zillmann). Media Effects. Advances in Theory and Research (pp. 525–548). 2nd ed. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Rule, J. B. (2010). Islands of Privacy, Contemporary Sociology, 41, 4, 502-503.

Saeri, A. K., Ogilvie, C., La Macchia, S.T., Smith, J. R. & Louis, W. R. (2014). Predicting Facebook Users' Online Privacy Protection: Risk, Trust, Norm Focus Theory, and the Theory of Planned Behavior. The Journal of Social Psychology, 154, 4, 352–369.

Salomon, D. (2013). "Moving on from Facebook: Using Instagram to Connect with Undergraduates and Engage in Teaching and Learning". College and Research Libraries, 74, 8, 408-412.

Santrac, A. S. (2009). Beyond Postmodernism Are We aware of the New World-View? European Theology Teacher's Conference, http://www.aleksandarsantrac.com /docs/Beyond%20Postmodernism.pdf (E. T.: Aralık 2016).

Sarı, Ö. (2013). "Aile Kurumu ve Ailenin Tanımı". (Ed. Mustafa Aydın). Sistematik Aile Sosyolojisi (s. 17-39). Konya: Çizgi.

Sarıbay, A. Y. (2001). Postmodernite Sivil Toplum ve İslam (3. Baskı). İstanbul: Alfa.

Sarikakis, K. & Winter, L. (2017). Social Media Users' Legal Consciousness about Privacy. Social Media + Society, 1 –14.

Schmidt, E. & Cohen, J. (2013). Yeni Dijital Çağ- İnsanların, Ulusların ve İş Dünyasının Geleceğini Yeni Baştan Şekillendirmek. İstanbul: Optimist.

Schmidt, J. H. (2016). "Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu". (Der. Katrin Weller vd.). Twitter ve Toplum (s. 47- 61). İstanbul: Kafka.

Schwartz, R. & Halegoua, G. R. (2015). "The Spatial Self: Location-Based Identity Performance on Social Media". New Media & Society, 17, 10, 1643-1660.

Sennett, R. (1999). Gözün Vicdannı. İstanbul: Ayrıntı.

Sennett, R. (2002). Ten ve Taş. İstanbul: Metis.

Sennett, R. (2013). Kamusal İnsanın Çöküşü (4. Basım). İstanbul: Ayrıntı.

Shcherbina, J. (2017). "Reading in the Age of Web 2.0". Russian Social Science Review, 58, 1, 86-108.

Sheehan, K.B. (1999). An Investigation of Gender Difference in On-line Privacy Concerns and Resultant Behaviors. Journal of Interactive Marketing, 13, 4, 24–38.

Simmel, G. (2005), "Metropol ve Zihinsel Yaşam", Şehir ve Cemiyet (Çev. A. Aydoğan). İstanbul: İz.

Simmel, G. (2009). Bireysellik ve Kültür. İstanbul: Metis.

Simmel, G. (2016). "Yabancı". (Der. Levent Ünsaldı). Yabancı-Bir İlişki Biçimi Olarak Ötekilik (s. 27-34). Ankara: Heretik.

Singh, T. & Hill, M.E. (2003). Consumer Privacy and the Internet in Europe: A View from Germany. Journal of Consumer Marketing, 20, (7), 634–651.

Smart, B. (2011). "Postmodern Toplum Teorisi". (Ed. Mehmet Küçük). Modernite Versus Postmodernite (s. 353-408). İstanbul: Say.

Smith, J. M. (1997). Private Matters: In Defense of the Personal Life. Addison Wesley. https://hfoss-fossrit.rhcloud.com/static/books/jannamalamudsmith-privacyandprivatestates.pdf (E. T.: Eylül 2017).

Soffer, T. & Cohen, A. (2014). Privacy Perception of Adolescents in a Digital World. Bulletin of Science, Technology and Society, 34, 5-6, 145 –158.

Sombart, W. (1998). Aşk, Lüks ve Kapitalizm. Ankara: Bilim ve Sanat.

Soykan, Ö. N. (1993). Türkiye'den Felsefe Manzaraları. İstanbul: Yapı Kredi.

Sözen, E. (1999). Demir Kafesten Plastiğe Kimliklerimiz: Sekülerleşme Sürecinde Kimliklerin Inşası. İstanbul: Birey.

Spinello, R. A. (2014). Cyberethics Morality and Law in Cyberspace. Burlington, MA: Jones & Bartlett Learning.

Stafford, T. F., Stafford, M. R., & Schkade, L. L. (2004). Determining uses and gratifications for the Internet. Decision Sciences, 35, 259–288.

Statista (2017). Number of Monthly Active Instagram Users from January 2013 to December 2016 (in millions). https://www.statista.com/statistics/253577/number-ofmonthly-active-instagram-users/ (E.T.: Mart 2017).

Stefanick, L. (2011). Controlling Knowledge: Freedom of Information and Privacy Protection in a Networked World. Canada: AU.

Steijn, W. M. P. & Vedder, A. (2015). Privacy under Construction: A Developmental Perspective on Privacy Perception. Science, Technology, and Human Values, 40, 4, 615-637.

Steijn, W. M. P. (2014). A developmental perspective regarding the behaviour of adolescents, young adults, and adults on social network sites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 8*(2), https://cyberpsychology.eu/article/view/4306/3355 (E. T.: Eylül 2017).

Strangelove, M. (2010). Watching YouTube. London: University of Toronto Press.

Su, P. J. (2012). "Mediated Voyeurism on Social Networking Sites: The Possible Social Needs and Potential Motivations of the Voyeurs on Facebook". Thesis. Rochester Institute of Technology.

Suh, J. J. & Hargittai, E. (2015). "Privacy Management on Facebook: Do Device Type and Location of Posting Matter?". Social Media + Society, 1-11.

Sullivan, B. (2005). "Kids, blogs and too much information: Children reveal more online than parents know," *MSNBC.com*,

at http://www.msnbc.msn.com/id/7668788/print/1/displaymode/1098/ (E.T.: Mayıs 2018).

Şahin, Ş. (2014). "1918'de Edebi Beğeni ve Bir Edebi Biçimin Ortaya Çıkışı". Cogito, Pierre Bourdieu, 76, 417.431.

Şener, G. (2009). Türkiye'de Facebook Kullanımı Araştırması. XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri, 12-13 Aralık. İstanbul: Bilgi Üniversitesi.

Şeşen, R. (2016). İbn Fadlan Seyahatnamesi. İstanbul: Yeditepe.

Şişman, N. (2003). Emanetten Mülke-Kadın Bedeninin Yeniden İnşası. İstanbul: İz.

Tang, S. & Dong, X. (2006). Parents'and Children's Perceptions of Privacy Rights In China A Cohort Comparison. Journal of Family Issues, 27, 3, 285-300.

Tanılır, N. (2002). İnternet Suçları ve Bireysel Mahremiyet. Ankara: Liberte.

Tataroğlu, M. (2013). "Mahremiyet Sorunlarının Önlenmesinde Mahremiyet Etki Değerlendirmesi (MED)". Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20, 1, 263-289.

Taylor, C. (2011). Modernliğin Sıkıntıları. İstanbul: Ayrıntı.

Tiggemann, M. & Zaccardo, M. (2016). "'Strong is the new skinny': A Content analysis of #fitspiration Images on Instagram". Journal of Health Psychology, 1 –9.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost.

Toprak, A., Yıldırım A., Aygül E., Binark M., Börekçi S. & Çomu T. (2014). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Touraine, A. (2000). Modernliğin Eleştirisi. (Çev. H. Tufan). İstanbul: Yapı Kredi.

Towner, T. L. & Munoz, C. L. (2017). "Picture Perfect? The Role of Instagram in Issue Agenda Setting During the 2016 Presidential Primary Campaign". Social Science

Computer Review, 1-16.

Trepte, S. & Reinecke, L. (Eds.). (2011a). Privacy Online: Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web. New York: Springer.

Turn, R. (1985) 'Privacy Protections', in M. E. Williams (ed.) Annual Review of Information Science and Technology, 20, 27–50.

Turner, T. (1996). City as Landscape: A Post-Postmodern View of Design and Planning. London: Spon.

Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Tümurtürkan M. (2010) Gündelik Hayatın Gözetimi: "Panoptikon Toplumu". ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar, 3 (2), 1-19.

Türk Dil Kurumu (2017). Mahrem, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59dbb63e102b22.74692522 (E. T.: Ekim 2017).

Türk Dil Kurumu (2017). Mekân, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=mek%C3%A2n&uid=35221&guid=TDK.GTS.59dbb6697b43c8.34469627 (E. T.: Ekim 2017).

Türk Dil Kurumu (2017). Teşhir, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59dbb3954b8c96.66840152 (E. T.: Ekim 2017).

Türk Dil Kurumu (2018). Yönelim, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5af80a76b7ea92.39924047 (E. T.: Mayıs 2018).

Türk Dil Kurumu Elektronik Sözlük (2017). "mahrem",

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.587e30918d19c6.83727393 (E. T.: Ocak 2017).

Türkdoğan, O. (1996). Milli Kültür, Modernleşme ve İslam. İstanbul: Birleşik Yayınları.

Uğur, A. & Bilici, M. (1998). Bilgi Toplumu, İnternet ve Demokrasi: Dijital Alemin Genleşen Kamusal Alanı. Yeni Türkiye, 19, 488-496.

Uluç, G. & Yarcı, A. (2017). "Sosyal Medya Kültürü". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 52, 88-102.

Ünsaldı, L. (2016). "Takdim". (Der. Levent Ünsaldı). Yabancı-Bir İlişki Biçimi Olarak Ötekilik (s. 7-16). Ankara: Heretik.

Üskül, Z. Ö. (2003). Bireyselciliğe Tarihsel Bakış. İstanbul: Büke.

Van den Broeck, E., Poels, K. & Walrave, M. (2015). Older and wiser? Facebook use, privacy concern, and privacy protection in the life stages of emerging, young, and middle adulthood. Social Media and Society, 1, 2, http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305115616149 (E. T.: Eylül 2017).

Van Der Loo, H. & Van Reigen, W. (2006). Modernizmin Paradoksları, Çev: Kadir Canatan. İstanbul: İnsan.

Van Dijk, J. (2016). Ağ Toplumu. İstanbul: Kafka.

Vedder, A. 2011. ''Privacy 3.0.'' In Innovating Government, edited by S. van der Hof and M. M. Groothuis, 17-28. New York: Springer/Asser Press.

Venezia, P. (2012). "Your Privacy is a Sci-fi Fantasy". http://www.infoworld.com/article/2619875/security/your-privacy-is-a-sci-fi-fantasy.html (E. T.: Aralık 2016).

Virilio, P. (2002). Enformasyon Bombası, (Çev. K. Şahin). İstanbul: Metis.

Viser, M. (2005). "Website's power to overexpose teens stirs a warning," *Boston Globe* (8 December),

at http://www.boston.com/business/personaltech/articles/2005/12/08/websites_power_to_overexpose_teens_stirs_a_warning/ (E. T.: Mayıs 2018).

Vogel, M.T., Shanahan, J. & Signorielli, N. (2016). Social Media Cultivating Perceptions of Privacy: a 5-Year Analysis of Privacy Attitudes and Self-Disclosure Behaviors among Facebook Users. New Media and Society, 1 –21.

Wang, P. & Petrison, L.A. (1993). 'Direct Marketing Activities and Personal Privacy: A Consumer Survey', Journal of Direct Marketing, 7, 1, 7–19

Wang, S. S., Moon, S., Kwon, K. H., Evans, C. A. & Stefanone, M. A. (2010). Face Off: Implications of Visual Cues on Initiating Friendship on Facebook. Computers in Human Behaviour, 26, 2, 226-234.

Warren, S. D. & Brandeis, L.D. (1984). "The Right to privacy. The Implicit Made Explicit". (Ed. FD Schoeman). Philosophical dimensions of privacy: an anthology (pp. 75-103). Cambridge: Cambridge University Press.

Watson, N. (2006). Postmodernizm ve Yaşam Tarzları. (Ed. S Sim). Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü (ss. 45-57). Ankara: Ebabil.

Weller, K. vd. (2016). "Twitter ve Toplum: Giriş". (Der. Katrin Weller vd.). Twitter ve Toplum (s. 33- 44). İstanbul: Kafka.

Westin, A. (1967). Privacy and Freedom. New York: Atheneum.

Whiting, A. & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. Qualitative Market Research: An International Journal, 16, 4, 362-369.

Wilken, R. (2016). "Twitter ve Coğrafi Konum". (Der. Katrin Weller vd.). Twitter ve Toplum (s. 226- 242). İstanbul: Kafka.

Wills, D. B. & Ashenden, D. (2015). "Playing with Privacy: Games for Education and Communication in the Politics of Online Privacy". Political Studies, 63, 142-160.

Woo, J. (2006). The Right Not to be Identified: Privacy and Anonymity in the Interactive Media Environment. New Media and Society, 8, 6, 949–967.

Wood, D. M. & Ball, K. (2006). A Report on the Surveillance Society, https://ico.org.uk/media/about-the-ico/documents/1042388/surveillance-society-public-discussion-document-06.pdf (E. T.: Mayıs 2017).

Wu, Y., Lau, T., Atkin, D.& Lin, C. (2011). "A Comparative Study of Online Privacy Re gulations in the U.S. and China". Telecommunications Policy, 35, 602□661.

Xevelonakis, E. (2012). "The İmpact of Social Network-Based Segmentation on Customer Loyalty in the Telecommunication İndustry". Database Marketing and Customer Strategy Management, 19, 2, 98-106.

Yalçınkaya, Ş. (2015). "Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Mekânsal Davranış: Yurt Odaları". Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8, 37, 639-649.

Yang, C. & Brown, B. (2013). "Motives for Using Facebook, Patterns of Facebook Activities, and Late Adolescents". Social Adjustment to College". J Youth Adolescence, 42, 403–416.

Yanıkkaya, B. (2009). "Beden Dilimi Oku": Popüler Müzik ve Bir Metin Olarak Beden Dili. Toplum Bilim-Beden Sosyolojisi Özel Sayısı, 24, 45-60.

Yannacopoulos, A. N. (2008). "A Risk Model for Privacy Insurance" (Ed. Alessandro Acquisti et al.). Digital Privacy-Theory, Technologies, and Practices (347-360). New York- London: Auerbach.

Yavuz, H. (2003). Söz'ün Gücü. İstanbul: Dünya.

Yengin, D. (2012). "Yeni Medyaya Eleştirel Bakış" (Ed. Deniz Yengin). Yeni ve… (s. 123-133). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Yi-Frazier, J. P. vd. (2015). "Using Instagram as a Modified Application of Photovoice for Storytelling and Sharing in Adolescents with Type I Diabetes". Qualitative Health Research, 25, 10, 1372 –1382.

Yörükan, T. (2012). Sosyolojik ve Sosyal Psikolojik Görüş Açısıyla Şehir, Konut ve Mahremiyet. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi.

Yüksel, M. (2003), "Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi," Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 58, 1, 181-213.

Yüksel, M. (2009). "Mahremiyet Hakkına ve Bireysel Özgürlüklere Felsefi Yaklaşımlar", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 64, 1, 275-298.

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

Zappavigna, M. (2016). "Social Media Photography: Construing Subjectivity in Instagram Images". Visual Communication, 15, 3, 271–292.

Zeldin, T. (2010). İnsanlığın Mahrem Tarihi. İstanbul: Ayrıntı.

Zengin, M. O. & Zengin, İ. (2015). Facebook'ta Güvenlik Davranışı vve Mahremiyet Kaygısı: İstanbul'da Yaşayan Kullanıcılara İlişkin Bir Araştırma. UHİVE, 3, 6.

Zhang, L. & Zhang, W. (2013). Real-Time Internet News Browsing: Information vs. Experience-related Gratifications and Behaviour. Computers in Human Behavior, 29, 2712–2721.

Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. Computers in Human Behavior, 24, 1816–1836.

Zimmer, M. & Proferes N. (2016). "Twitter'da Mahremiyet, Mahremiyet Üzerine Twitter". (Der. Katrin Weller vd.). Twitter ve Toplum (s. 243- 258). İstanbul: Kafka.

EKLER

EK 1 Anket Örneği

İyi günler… Bu araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalında, "**Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması**" isimli doktora tezim için yapılmaktadır. Kimlik bilgileriniz sorulmamaktadır. Zaman ayırdığınız ve bilimsel bir çalışmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

Arş. Gör. Tuba Livberber Göçmen

S.1. Şu anda yaşamakta olduğunuz il
1. Konya **2.** İzmir

Aşağıda belirtilen maddelere ne oranda katılırsınız? Sosyal ağlarda;	***Hiç Katılmıyorum***	***Katılmıyorum***	***Kısmen Katılıyorum***	***Katılıyorum***	***Kesinlikle Katılıyorum***
S.2. İnsanlar kişisel verilerin suiistimal edilmesine karşın yasal olarak korunmalıdırlar.	1	2	3	4	5
S.3. Mahremiyet (gizlilik) ile ilgili yasalar, kişilerin özel yaşamlarını koruyacak şekilde güçlendirilmelidir.	1	2	3	4	5
S.4. Eğer bugün bir anayasa yazacak olsaydım büyük ihtimalle kişisel mahremiyeti temel hak olarak eklerdim.	1	2	3	4	5
S.5. Kişisel bilgilerimi istediğimden daha fazla kişi ile paylaşmış olmak beni kaygılandırıyor.	1	2	3	4	5
S.6. Kimlik bilgilerini paylaşmanın sonuçları hakkında kaygılıyım.	1	2	3	4	5
S.7. Etrafımdakilerin özel hayatım hakkında gereğinden fazla bilgiye sahip olduklarından kaygılıyım.	1	2	3	4	5
S.8. Kişisel bilgilerimin detaylarını birisiyle paylaştığım zaman diğer insanlarla bunları paylaşacağı hakkında endişe duyarım.	1	2	3	4	5
S.9. Kendileri dikkat etmiyorsa bile, başkalarının mahremiyetine saygı göstermek benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
S.10. Kendimin mahremiyeti kadar diğer insanların mahremiyetine de değer veriyorum.	1	2	3	4	5
S.11. Başkalarının özel hayatlarına karışmamak için her zaman elimden geleni yaparım.	1	2	3	4	5
S.12. Başkalarının mahremiyetine saygı, sosyal ilişkilerde önemli bir öncelik olmalıdır.	1	2	3	4	5
S.13. Bir kişi kendi mahremiyetini korumaya özen göstermiyorsa bile, ben elimden geldiğince o kişinin özel yaşamına burun sokmamaya çalışırım.	1	2	3	4	5
S.14. Çevremdeki insanların kendi hayatlarının mahremiyetine (gizliliğine) ne kadar özen gösterdikleri benim özelimin ne kadar korunabileceğini etkiler.	1	2	3	4	5
S.15. Kendi özel yaşamları hakkındaki detayları herkesle paylaşan birine sırdaş olarak güvenemem.	1	2	3	4	5
S.16. Özel hayatımın mahremiyetinin güvende olması için, arkadaşlarımın da kendi özel hayatları hakkında dikkatli olması gerekir.	1	2	3	4	5
S.17. Kendi özel hayatını korumaya özen göstermeyen kişilerin benim özel hayatıma saygı göstereceğine güvenmiyorum.	1	2	3	4	5

Aşağıdaki sosyal ağları ne sıklıkla kullanırsınız?	***Hiç***	***Nadiren***	***Ara Sıra***	***Çoğu zaman***	***Her zaman***
S.18. Facebook	1	2	3	4	5
S.19. Instagram	1	2	3	4	5
S.20. Whatsapp	1	2	3	4	5
S.21. Twitter	1	2	3	4	5
S.22. Snapchat	1	2	3	4	5
S.23. LinkedIn	1	2	3	4	5

Facebook ve/veya Instagram profilinizde şu bilgilere yer veriyor musunuz?	***Hayır***	***Evet***
S.24. Gerçek adınız	1	2
S.25. Doğum tarihiniz	1	2
S.26. Yaşadığınız yer/Memleketiniz	1	2
S.27. Eğitim durumunuz	1	2
S.28. İlişki durumunuz	1	2
S.29. Yaptığınız iş	1	2
S.30. İletişim bilgileriniz	1	2
S.31. Siyasi görüşünüz	1	2

Aşağıda belirtilen maddelere ne oranda katılırsınız?	***Hiç Katılmıyorum***	***Katılmıyorum***	***Kısmen Katılıyorum***	***Katılıyorum***	***Kesinlikle Katılıyorum***
S.32. İnsanların özel anlarını izlediğim sosyal ağlardan hoşlanırım.	1	2	3	4	5
S.33. İnsanların normalde görmediğim yüzünü gösteren sosyal ağlardan hoşlanırım.	1	2	3	4	5
S.34. İnsanların sakladıkları şeylere erişim imkânı sağlayan sosyal ağlardan hoşlanırım.	1	2	3	4	5

Sosyal ağlarda … şu kişilerle paylaşırım.	***Özel Kişiler***	***Arkadaşlar***	***Yabancılar***	***Herkes***	***Hiç kimse***
S.35. Kendim hakkında hoşlandığım ve hoşlanmadığım şeyleri	1	2	3	4	5
S.36. Hayatımda önemli olan şeyleri	1	2	3	4	5
S.37. Yaptığım için kendimi suçlu hissettiğim şeyleri	1	2	3	4	5
S.38. Yaptığım için gurur duyduğum şeyleri	1	2	3	4	5
S.39. Korkularımı	1	2	3	4	5
S.40. Diğer insanlarla yakın ilişkilerimi	1	2	3	4	5
S.41. Kamuya açık alanlarda yapmayacağım şeyleri	1	2	3	4	5

Sosyal ağları kullanıyorum çünkü…	*Hiç Katılmıyorum*	*Katılmıyorum*	*Kısmen Katılıyorum*	*Katılıyorum*	*Kesinlikle Katılıyorum*
S.42. Arkadaşlarımla iletişimde bulunmak için	1	2	3	4	5
S.43. Tanıdıklarımın fotoğraflarına bakmak ya da fotoğraf yüklemek için	1	2	3	4	5
S.44. Eğlenmek ve rahatlamak için	1	2	3	4	5
S.45. Boş zamanları değerlendirmek için	1	2	3	4	5
S.46. Olaylar ve kişiler hakkında bilgi sahibi olmak için	1	2	3	4	5
S.47. Tanıdıklarımın duvarına yazmak ya da duvarıma yazılanları okumak için	1	2	3	4	5
S.48. Mesaj göndermek ya da mesaj almak için	1	2	3	4	5
S.49. İnsanları daha iyi tanımak için	1	2	3	4	5
S.50. İnsanların iletişim bilgilerine ulaşabilmek için	1	2	3	4	5
S.51. Kişisel sunum ve profil bilgilerimi paylaşmak için	1	2	3	4	5

S.52. Sosyal ağlara üye olurken gizlilik politikası ya da veri ilkesini okudunuz mu?

1. Hayır **2.** Evet

S.53. Sosyal ağları günde ortalama kaç dakika kullanıyorsunuz?.....dakika

S.54. Facebook'ta ortalama kaç arkadaşınız var? ……..kişi

S.55. Instagram'da ortalama kaç arkadaşınız var? ……kişi

S.56. Cinsiyetiniz **1.** Kadın **2.** Erkek

S.57. Yaşınız ……

S.58. Eğitim düzeyiniz (en son bitirdiğiniz okul) nedir?

1. İlköğretim **3.** Lise **6.** Üniversite **7.** Lisansüstü+

S.59. Ne iş yapıyorsunuz?

1. Profesyonel serbest meslek (Doktor, avukat mühendis) **2**.Büyük ölçekli işletme sahibi
3. Küçük orta ölçekli işletme sahibi **4.** Kamuda yönetici **5.** Özel sektörde yönetici
6. Kamuda memur **7.** Özel sektörde büro, ofis çalışanı **8.** Kamuda işçi **9.** Özel sektörde işçi **10.** Akademik personel **11**. Ev hanımı **12.** Öğrenci **13**. Emekli
14. İşsiz **15.** Diğer

S.60. Aylık toplam hane geliriniz (kira, burs, maaş vd.) ……TL

T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	TUBA LİVBERBER GÖÇMEN
Doğum Yeri:	KAYSERİ
Doğum Tarihi:	02.09.1988
Medeni Durumu:	EVLİ
Öğrenim Durumu	
Derece:	Okulun Adı:
Lisans.	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ-İLETİŞİM FAKÜLTESİ-GAZETECİLİK- 2012
Yüksek Lisans.	ERCİYES ÜNİVERSİTESİ-İLETİŞİM FAKÜLTESİ-GAZETECİLİK- 2014
Tel:	03322233682
E-mail:	tubalivberber@windowslive.com/tubalivberber@selcuk.edu.tr
Adres:	SELÇUK ÜNİVERSİTESİ-İLETİŞİM FAKÜLTESİ