

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI



MAHREMİYET VE INSTAGRAM MAHREMİYETİNİN
İNSANIN YAŞAM OLGUSUNA ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN

HAZIRLAYAN
Özlem DALKIÇ ÖRS

ELAZIĞ-2018

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

MAHREMİYET VE INSTAGRAM MAHREMİYETİNİN
İNSANIN YAŞAM OLGUSUNA ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN

HAZIRLAYAN
Özlem DALKIÇ ÖRS

Jürimiz,tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

- 1.
- 2.
- 3.

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulununtarih vesayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ömer Osman UMAR
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET**Yüksek Lisans Tezi****Mahremiyet Ve Instagram Mahremiyetinin İnsanın Yaşam Olgusuna Etkileri****Özlem DALKIÇ ÖRS****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****İletişim Bilimleri Anabilim Dalı****Elazığ-2018; Sayfa: XI+56**

Mahremiyet kavramı insanlığın var oluşundan beri bir ihtiyaç ve tartışma konusu olagelmıştır. Ait olunan kültür veya zaman göre farklılık gösteren mahremiyet kavramı, teknolojik değişimler ve sanal mecraların bireylerin kullanımına sunulmasıyla birlikte bu alanda yaşanan değişimler ve dönüşümler yapılan çalışmalara konu olmuştur.

Bireylerin sosyal ağlara olan ilgisinin beğenilmek, takdir görmek, dikkat çekmek, takip etmek ve edilmek gibi isteklerin karşılanma arzusundan kaynaklandığı olarak açıklanabilmektedir. Sosyal ortamlarda kendini teşhir etme ve teşhir edilenleri gözetleme davranışı bireyler arasında farklılık gösterebilmektedir. Fakat sosyal ağ kullanıcılarının bu ortamlarda neden niçin ne şekilde var oldukları farklılık gösterse de sanal ortamın kullanıcılara sunduğu alternatifler noktasında o ya da bu şekilde tüketici konumundaki bireyler ortak paydada birleşebilmektedir: gözetleme ve gözetlenme.

Tüm bunlar ile birlikte mahremiyet anlayışlarında değişme, şeffaflaşma ve yok olma etkileri görülmektedir. Bu bireysel davranışların ve kişide uyandırdığı merak duygusunun, mahremiyet anlayışları üzerindeki etkileri, Instagram platformu üzerinden kişisel varoluş amaçlarını yönlendirme durumları dikkati çekmektedir.

Tüm dünya gibi Türkiye’de de oldukça fazla kullanıcı olan sosyal medya araçlarından olan Instagram, bu çalışmada mahremiyet algısı üzerinden ele alınarak kullanıcıların Instagramı ne sıklıkla ve ne zamandır kullandığı, mahremiyet kavramının ne ölçüde bilindiği ya da bilinen ile olması gereken mahremiyet anlayışının neler olduğu üzerine yoğunlaşmıştır. Fırat Üniversitesi’nde öğrenim görmekte olan öğrenciler ile

yapılan anket çalışması, genel tarama modeli ve 5’li likert ölçeği ile ölçümlenmiş sorulara yanıt veren 412 katılımcıya uygulanarak görüşleri alınmış ve SPSS programı kullanılarak elde edilen veriler yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mahrem, Mahremiyet, Gözetleme, Sosyal Medya, Instagram



ABSTRACT**Master Thesis****The Impact of Privacy and Instagram Privacy on the Case of Human Life****Özlem DALKIÇ ÖRS****Fırat University****Social Sciences Institute****Communication Science Department****Elazığ-2018; Page: XI+56**

The concept of privacy has been a necessity and debate since mankind's existence. The concept of privacy, which varies according to the culture or time involved, has been the subject of studies on changes and transformations that have taken place in this area with the introduction of technological changes and virtual events to the use of individuals. It can be explained that the individual's interest in social networks is caused by the desire to be satisfied, to appreciate, to attract attention, to follow and to be satisfied. The behavior of self-exposition and monitoring of exhibits in social environments can vary among individuals. But even if social network users differ in how and why they exist in these environments, the alternatives offered by users in the virtual environment may be in such a way that consumers in the consumer position can merge into a common stake: surveillance and surveillance.

Along with all these, changes in privacy concepts, transparency and destruction are seen. These individual behaviors and the intriguing feelings of the individual, the effects on the conception of privacy, and the Instagram platform, point to the situations of directing their personal existence. All over the world such as Turkey, also a lot of users that Instagram is the social media tools, this study privacy perceptions over users by taking Instagram me how often and what time it is used, what the extent known, the privacy concept or the privacy of understanding should be known by, it is focused on what is happening . Opinions were obtained from 412 participants who responded to the questionnaire survey conducted with the students studying at Fırat University, the

general screening model and the 5-point likert scale, and the obtained data were interpreted.

Key Words: Intimate, Privacy, Surveillance, Social Media, Instagram



İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	VI
TABLolar LİSTESİ	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	X
ÖNSÖZ	XI
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KURAMSAL ÇERÇEVE	2
1.1. Araştırmanın Problemi	2
1.2. Alt Problemler	2
1.3. Araştırmanın Önemi	2
1.4. Araştırmanın Varsayımları	3
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	4
1.7. Tanımlar	4

İKİNCİ BÖLÜM

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ LİTERATÜR.....	6
2.1. Mahrem ve Mahremiyet Kavramları	6
2.1.1. Mahrem Kavramı	6
2.1.2. Mahremiyet Kavramı	6
2.1.3. Sosyal Medya, Mahremiyet ve Gözetleme, Dikizleme.....	8
2.1.3.1. Sosyal Medya Ve Mahremiyet	8
2.1.3.2. Gözetleme, Gözetlenme ve Dikizleme	9
2.2. Yeni Medya, İnternet ve Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı	10
2.2.1. Yeni Medya.....	10
2.2.2. İnternet	11
2.2.3. Sosyal Medya	14
2.3. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı	15
2.4. Sosyal Gözetim Alanı Olarak Instagram ve Mahremiyetin Dönüşümü	20

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM	25
3.1. Araştırmanın Modeli	25
3.2. Araştırma Grubu	25
3.3. Veri Toplama Araçları.....	26
3.4. Araştırmanın İşlem Yolu	27
3.5. Araştırma Verilerinin Analizi.....	27

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR VE YORUM.....	28
SONUÇ	47
Öneriler.....	50
KAYNAKÇA.....	51
EKLER	53
ÖZGEÇMİŞ	56

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Güvenirlik Analizi	26
Tablo 2. Ölçek Seçenekleri ve Puan Aralıkları	26
Tablo 3. Cinsiyetiniz Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı	28
Tablo 4. Yaşınız sorusuna verilen yanıtların dağılımı	29
Tablo 5. Instagram hesabınız var mı? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı.....	29
Tablo 6. Instagram hesabınızı ne zaman oluşturdunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı	30
Tablo 7. Instagram hesabınıza takriben kaç gün giriyorsunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı	31
Tablo 8. Instagram hesabınızsa ne sıklıkta fotoğraf video vb. paylaşıyorsunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı	31
Tablo 9. Mahremiyetin ne demek olduğunu biliyor musunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı	32
Tablo 10. Instagramda fotoğraf ve video paylaşımları mahremiyet duvarlarını yok eder sorusuna verilen yanıtların dağılımı	32
Tablo 11. Instagram hesabı gizlilik ayarı açık olmalıdır sorusuna verilen yanıtların dağılımı.....	33
Tablo 12. Instagram platformu içerisinde tanınan kullanıcılar takip edilebilir ve takip isteği onaylanabilir sorusuna verilen yanıtların dağılımı	34
Tablo 13. Instagramda paylaşımda bulunmak beğenilmek haberdar olmak haberdar etmek gibi nedenlerle yapılır sorusuna verilen yanıtların dağılımı.....	35
Tablo 14. Diğer kullanıcıların neler yaptığından haberdar olabilmek için instagram kullanılmalıdır sorusuna verilen yanıtların dağılımı	36
Tablo 16. Diğer kullanıcıların paylaşımları görebilmesi ve beğenide bulunması beni rahatsız etmez sorusuna verilen yanıtların dağılımı	36
Tablo 16. Paylaşımlarımın beğeni alması beni teşvik eder sorusuna verilen yanıtların dağılımı.....	37
Tablo 17. Instagram hesabının gizlilik ayarının kapalı olması mahremiyeti korumak için yeterlidir sorusuna verilen yanıtların dağılımı	37
Tablo 18. Instagram platformu kültürümüze zarar vermektedir sorusuna verilen yanıtların dağılımı	38

Tablo 19. Instagram platformu yaşam şekillerimizi olumsuz yönde değiştirmektedir sorusuna verilen yanıtların dağılımı	39
Tablo 20. Instagram platformu mahremiyet anlayışımızı yok etmektedir sorusuna verilen yanıtların dağılımı	39
Tablo 21. Instagram kullanıcısı olmak günümüz teknoloji çağında bir zorunluluktur. Sorusuna verilen yanıtların dağılımı	40
Tablo 22. Instagram kullanıcısı olmak günümüz teknoloji çağında bir zorunluluktur. Sorusuna verilen yanıtların dağılımı	40
Tablo 23. Instagram günlük hayatta önemli bir yere sahiptir sorusuna verilen yanıtların dağılımı.....	41
Tablo 24. Instagram platformu bir etkileşim iletişim alanıdır sorusuna verilen yanıtların dağılımı.....	41
Tablo 25. Instagram platformu güvenilir bir alan sunmaktadır sorusuna verilen yanıtların dağılımı	42
Tablo 26. Instagram ahlaki değer yargılarını zayıflatır sorusuna verilen yanıtların dağılımı.....	42
Tablo 27. Instagram kişisel kimliği ve benliği göstermekte kullanıcılara fırsat sunmaktadır sorusuna verilen yanıtların dağılımı	43
Tablo 28. Cinsiyet ile Mahremiyetin ne olduğunun bilinmesi hakkında Chi-Square testi analizi	43
Tablo 29. Cinsiyet ile Instagramın Kültürümüze zarar verdiği düşüncesi arasındaki ilişkinin Chi-Square testi analizi	44
Tablo 30. Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramda ne sıklıkla fotoğraf/video paylaşımı yapıldığı değişkenleri arasındaki ilişkinin Chi-Square Testi analizi	44
Tablo 31. Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagram Platformunun Mahremiyet anlayışını yok ettiği düşüncesi arasındaki ilişkinin Chi-Square testi analizi.....	45
Tablo 32. Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramın Ahlaki değer yargılarını zayıflatığı değişkenleri arandaki Chi-Square testi analizi	46

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. We Are Social 2018 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri	16
Şekil 2. We Are Social 2018 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri.....	17
Şekil 3. We Are Social 2018 Türkiye Elektronik Cihaz Kullanım İstatistikleri	17
Şekil 4. We Are Social 2018 Türkiye’de Medyada Harcanan Zaman İstatistikleri	18
Şekil 5. We Are Social 2018 Türkiye’de İnternet Kullanımı İstatistikleri	18
Şekil 6. We Are Social 2018 Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri	19



ÖN SÖZ

2010 yılında girmiş olduğum Fırat Üniversitesin de tanıştığım ve kendileriyle bir arkadaş, bir dost gibi ilişkiler kurduğum hocalarıma, tez süresince yardımlarını esirgemeyen değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Tamer Kavuran’a sonsuz saygı ve sevgilerimi sunarım. Tezimin tüm anket sorularını hoş görü ile cevaplayan tüm katılımcılara çok teşekkür ederim. Son olarak yardımları için eşim Furkan Örs ve kardeşim Özge Dalkıç’a teşekkürü bir borç bilirim.

ELAZIĞ-2018**Özlem DALKIÇ ÖRS**

GİRİŞ

İnternet teknolojisinin gelişmesiyle beraber ortaya çıkan yeni sosyalleşme alanları toplumsal olana ve toplumsal ilişkilere yeni anlamlar yüklemektedir. Artık toplumsallaşma alanları ve süreçleri, gelişen bu internet alanlarına ya da sosyal medya alanlarında yeni anlamlara sahip olabilmekte ve yeni değerler yüklenmektedir. Ortaya çıkan bu alanlar, kendi aralarında ağlar oluşturarak güçlenmekte ve gelişmektedir. Bu durumu ağ toplumu olarak dile getiren Manuel Castells'e göre ise enformasyonu ön plana çıkaran ağ toplumu bilişim teknolojileri tarafından harekete geçirilen, bilişim ağlarında oluşan ve tüm küreye dağılan yeni bir toplumsal organizasyon yapısıdır. Bu yapı insanlar arasında kültür aracılığıyla şekillenen bir etkileşim ortaya koyduğu gibi; üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemiştir(Avcı, 2015: 254-255).

İnternetin sunduğu sosyal paylaşım ağlarının kullanım sıklığı toplumsal ve bireysel olarak değişimler meydana getirmektedir. Yaratılan sosyal ortamlar hem bir sosyalleşme alanı yaratırken aynı zamanda yüz yüze iletişimi engelleyerek asosyallığe iterek gerçek ile gerçek dışılığın içe içe geçmesine sebep olmaktadır.

Paylaşım ve iletişime olanak sağlayan bu mecralar mahremiyet algıları ve sınırlarını da farklılaştırmaktadır. Bu platformda zaman geçiren kullanıcılara özgür bir ortam sunması nedeniyle kişiler reel hayattan çok daha özgür hissettikleri için karşılıklı olarak mahremiyet sınırlarını ezmekte ya da güvenlik sorunlarının oluşmasına sebep olan mahremiyetin yıkılmasına bile isteye olanak sağlamaktadırlar.

Kullanıcılar tarafından özgürce paylaşılan en özel anlar en mahrem alanlar suiistimal edilmeye ve etmeye ortam hazırlarken endi toplumumuzun örf, adet ve geleneklerinin İslamiyet ve ümmet bilincinin yok olmasına sebep olmaktadır. Büyük bir aldaniş içerisinde kaybolan benlikler ve gün geçtikçe normalleştirilen bu ‘ mahrem’ kavramı asıl kimliğini ve içeriğini yitirmektedir.

Bu çalışmanın konusu ve amacını oluşturan mahremiyet anlayışının Instagram sosyal paylaşım ortamında kendini nasıl temsil ettiği, nasıl içinin boşaltıldığı ve ne ölçüde bilindiği, muhafaza edildiği araştırılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Araştırmanın Problemi

Teknolojinin günden güne hızla gelişmesine ayak uyduran ve sürekli yenilenen sosyal medya uygulamaları ile iletişimin, paylaşımların ya da haberdar olmanın açık seçik hale gelmesiyle yaşam şekillerinde ve mahrem alan-mahremiyet kavramlarının seffaflaştığı ve aynı zamanda değişime neden olarak aşındırıldığı günümüz teknoloji çağında, gençlerin yaşadığı bu erozyonun incelemesi gerçekleştirilecektir. Bu nedenle sosyal medya mecrası olan Instagram platformunun kullanımına ilişkin görüşler ve mahremiyet algısı değerlendirilmeye çalışılacak olması bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

1.2. Alt Problemler

1. Araştırmanın alt problemleri aşağıda sıralanmıştır.
2. Instagramda fotoğraf ve video paylaşımlarının mahremiyet sınırlarını yok ettiğine dair katılımcıların görüşleri nelerdir?
3. Instagramın kültürümüze zarar verdiği sorunu hakkında katılımcıların görüşleri nelerdir?
4. Instagram platformunun yaşam şekillerini olumsuz yönde etkilediğine dair katılımcıların görüşleri nelerdir.
5. Mahremiyet anlayışının instagram platformu ile yok edildiği hakkında katılımcıların görüşleri nelerdir?
6. Instagram sosyal medyasının ahlaki değerleri zayıflatığı görüşüne yönelik katılımcıların fikirleri ne yöndedir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu çalışma tespit edilen örneklem üzerinden üniversite öğrencilerinin instagramda mahremiyet olgusuna nasıl yaklaştığı ve bu konudaki hassasiyetlerini ölçmeye odaklanması nedeniyle önemli görülmektedir. Ayrıca bu alanda çalışacak olan kişi ve kurumlara kaynak materyal teşkil etmesi nedeniyle bu çalışma önemli görülmektedir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

1. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin veri toplama aracını doğru ve samimi şekilde yanıtladıkları varsayılmaktadır.
2. Kullanılan veri toplama araçlarının istenilen bilgiyi elde etmek için geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmaktadır.
3. Instagram kullanıcılarının mahremiyet algısının doğru ve net bir şekilde ölçümlendiği ve yansıtıldığı varsayılmaktadır.

1.5. Hipotezler

Hipotez 1: Instagramda mahremiyet olgusu göz ardı edilmektedir.

Hipotez 2: Instagram platformu kültürümüze zarar vermektedir.

Hipotez 3: Instagram ahlaki değer yargılarını zayıflatmaktadır.

Hipotez 4: Instagramda paylaşılan kişisel fotoğraf ve video mahremiyet duvarlarını yok etmektedir.

Hipotez 5: Instagram yaşam şekillerimizi olumsuz yönde etkilemektedir.

Hipotez 0: Cinsiyet ile Mahremiyetin ne olduğunun bilinmesi hakkında bir ilişki yoktur.

Hipotez 1: Cinsiyet ile Mahremiyetin ne olduğunun bilinmesi hakkında bir ilişki vardır.

Hipotez 0: Cinsiyet ile Instagramın kültürümüze zarar verdiği düşüncesi arasında bir ilişki yoktur.

Hipotez 1: Cinsiyet ile Instagramın kültürümüze zarar verdiği düşüncesi arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 0: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramda ne sıklıkla fotoğraf/video paylaşımı yapıldığı değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

Hipotez 1: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramda ne sıklıkla fotoğraf/video paylaşımı yapıldığı değişkenleri arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 0: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagram platformunun mahremiyet anlayışını yok ettiği değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

Hipotez 1: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagram platformunun mahremiyet anlayışını yok ettiği değişkenleri arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 0: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramın ahlaki değeri yargılarını zayıflatır değışkenleri arasında bir ilişki yoktur.

Hipotez 1: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramın ahlaki değeri yargılarını zayıflatır değışkenleri arasında bir ilişki vardır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma 2017-2018 eğitim öğretim yılında Fırat Üniversitesi bünyesinde yer alan bütün Fakültelerden öğrenim gören öğrencilerden gönüllü olarak seçilmiş katılımcıları kapsamaktadır. Bu nedenle araştırma sonuçları benzer özellikler taşıyan bireylere genellenebilir.

Bu çalışmada Fırat üniversitesi öğrencilerinin görüşlerini elde etmek amacıyla kullanılan Mahremiyet ve Instagram Mahremiyetinin İnsanın Yaşam Olgusuna Etkilerine ilişkin görüş anketinin ölçtüğü özelliklerle sınırlıdır.

Zaman aralığı kısıtlılığından ötürü araştırmaya sunulan anket formu ile Fırat Üniversitesi öğrencilerinin tamamına ulaşamayacağı için öğrenciler arasından evreni temsil edecek ölçüde seçilmiş katılımcılara uygulanmıştır.

1.7. Tanımlar

Mahremiyet: Farsça olumsuzluk eki olan –na ile Arapça haram kılınan şey anlamına gelen mahrem kelimesinin birleşiminden olan namahrem, kelime anlamıyla haram olmayan demektir. Dini bir kavram olarak ise, evlenilmesi haram kılınmayan, evlenilmesi helal olanlar için kullanılmaktadır. Evlenilmesi yasak olan için ise, mahrem tabiri kullanılmaktadır. Türkçede bu kelime, sözlük anlamından hareketle bazen yanlış kullanılmaktadır. Ancak burada kastedilen evliliğin haram kılınmasıdır; bakılması ya da dokunulması yönünden haramlık kastedilmemiştir. Namahrem olan kadının yüzü ve elleri dışındaki uzuvlarına bakmak ya da bunlara dokunmak helal değildir. Kötü niyetle ve şehvetle yüz ve ellerine bakmakta caiz olmaz. (www.diyamet.gov.tr.)

Instagram: Bir sosyal medya ortamı olan Instagram ABD'nin Stanford Üniversitesini mezunu olan Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. Instagram kuruluşu öncesinde Systrom Google'da 2 yıl çalışmış ve Krieger'de Microsoft'ta staj yapmıştır. Edindikleri bilgi ve tecrübeler sayesinde instagramı kurmuşlardır(www.medyaakademi.org).

Sosyal medya: 1970'lerde başlayan ve 1990'lardan sonra hızla devam eden internet kullanımı, web sitelerinin, portalların yaygınlaşmasıyla kullanıcı sayısını artırmış, 2000'li yıllarda sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı ilgilendirecek noktalara ulaşmıştır. Günümüzün sanal ortam kullanıcıları tarafından bir alışkanlık haline gelen sosyal medya kullanımı, her kültürden ve her kesimden geniş kitlelerin, sosyal taleplerine yanıt verirken; aynı zamanda bu ortamı eleştirenlerin odak noktasında bulunmaktadır. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, her kesimden bilgi iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü arttırmakta, sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşım olanağı tanınması vb. açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir. İnsanlar sosyal medyada günlük düşüncelerini yazmakta, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar, paylaşabilmekte, iş arayabilmekte ve hatta bulabilmekte ayrıca sıkılmadan gerçek dünyayı sanal ortamda yaşayabilmektedirler. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin bu alana yönelmesine sebep olmakta ve yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizmektedir(Vural ve Bat, 2010: 3349).

Sosyal Medya, kullanıcı odaklı ve bir sınırlama olmaksızın herkesin söz söyleyebildiği bir alandır. Doğru kullanıldığında gücü ve etkisi oldukça fazladır. Yeni bir oluşum olarak düşündüğünde sosyal medyanın toplum üzerinde de etkisi büyüktür ve ülkeler arası kültür ile yaşam şartlarına bağlı olarak kullanım oranlarında da farklılıklar gözlemlenebilmektedir. Ülkemizde sosyal medya kullanım oranları yükselmeye devam etmektedir. Son istatistiklere göz attığımızda Türkiye sosyal medya kullanım oranlarında Avrupa sıralamasında yer almaktadır.

Sosyal Medya geleneksel mecralardan farklı olarak yaşayan bir platformdur. Gazete, Televizyon ve başkaca basılı mecralardan en büyük farkı eş zamanlı bilgi paylaşımıdır. İki yönlü iletişimin getirdiği etkileşim seviyesi geleneksel medyanın çok ilerisindedir. Bu yüzden günümüzde markalar tarafından sıkça tercih edilmektedir. Sosyal Medya'da bilgi paylaşımı hiçbir maliyet gerektirmeden gerçekleşir ve anında çok geniş kitlelere ulaşır. Sosyal medya için iletişimin gücü benzetmesi yapılabilir (<http://sosyalmedyakulubu.com.tr/sosyalmedya/sosyal-medya-nedir.html>).

İKİNCİ BÖLÜM

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ LİTERATÜR

2.1. Mahrem ve Mahremiyet Kavramları

2.1.1. Mahrem Kavramı

Mahrem dini açıdan evlenilmesi haram kabul edilmiş olmaktadır (<http://www.islamalimleri.de/mahrem>).

Farsça olumsuzluk eki olan –na ile Arapça haram kılınan şey anlamına gelen mahrem kelimesinin birleşiminden olan namahrem, kelime anlamıyla haram olmayan demektir. Dini bir kavram olarak ise, evlenilmesi haram kılınmayan, evlenilmesi helal olanlar için kullanılmaktadır. Evlenilmesi yasak olan için ise, mahrem tabiri kullanılmaktadır. Türkçede bu kelime, sözlük anlamından hareketle bazen yanlış kullanılmaktadır. Ancak burada kastedilen evliliğin haram kılınmasıdır; bakılması ya da dokunulması yönünden haramlık kastedilmemiştir. Namahrem olan kadının yüzü ve elleri dışındaki uzuvlarına bakmak ya da bunlara dokunmak helal değildir. Kötü niyetle ve şehvetle yüz ve ellerine bakmakta caiz olmaz (www.diyaret.gov.tr).

2.1.2. Mahremiyet Kavramı

Mahrem ve mahremiyet kavramları dinimizce de bize emredilen yasaklar, sınırları ve kesin çizgileri olan alanlardır. Erkek veyahut kadının karşı cins ile tokalaşması, selamlaşması, ilk bakış hariç ikinci bakışı ve devamı ve kasıtlı olarak bile isteye bakılması ‘ göz zinası’ olarak adlandırılmaktadır. Yaşadığımız hayatın zorlukları ve geldiğimiz dijital yaşam boyutunda yarattığı bataklık çukurları bunları unutmamızdan ya da önemsemeyip geri plana attığımızdan dolayı gün geçtikçe normalleşip çoğalmaktadır.

‘mümin erkeklere söyle: gözlerini sakınsınlar ve ırzlarını korusunlar. Bu kendileri için daha temizdir. Kuşkusuz Allah ne yaparlarsa haberdardır’ (Yazır, 2017: 352).

‘mümin kadınlara da söyle: gözlerini sakınsınlar, ırzlarını korusunlar, süslerini açmasınlar -açıkta olan kısmı müstesna- ve başörtülerini yakalarının üzerine vursunlar, süslerini açmasınlar; ancak kendi kocalarına veya kendi babalarına veya kocalarının babalarına veya kendi oğullarına veya kocalarının oğulların veya kendi kardeşlerine

veya kendi kardeşlerinin oğullarına veya bacılarının oğullarına veya kendi kadınlarına veya ellerindeki cariyelerine veya cinsel ihtiyacı olmayan uyuntu erkeklere veya henüz kadınların cinselliklerinden haberi olmayan çocuklara müstesna. Gizledikleri süsleri bilinsin diye ayaklarını da yere vurmasınlar, hepiniz Allah’a tövbe edin ey müminler ki kurtuluş bulabilesiniz’(Yazır, 2017: 352).

Mahremiyet kavramı, şuan sosyal ağlardaki ve reeldeki sosyal yaşamımızda sıkça rastladığımız bir terim halini almıştır. Hızla gelişen ve yaygınlaşan sosyal medya kullanıcısı olma dürtümüz, bu gelişimin faydasının yanında bize tereddütler, endişeler ve kapısını kendi ellerimizle araladığımız bir mahrem alan suiistimalini de beraberinde getirmektedir. Sosyal paylaşım ağlarının geliştirdiği gizlilik ayarları kimileri tarafından tercih edilmekteyken kimileri içinde gereksiz bulunabilmektedir fakat bu gizlilik ayarları dahi aslında kendi içinde yine de mahremiyeti mahrem alanı koruyamamaktadır.

Sadece bir arkadaş diyerek ‘masumca’ gördüğümüz bu dürtü ile takipçi listemize eklediğimiz her birey, kullanıcıda ‘fark ediliyorum, takip edilmek isteniyor ve merak ediliyorum’ duygusuyla egonun tatmini sağlayarak, dizginleyemediğimiz bu duygu ‘beğenilmek, takdir görmek’ uğruna baştan sona mahremiyet adına bildiğimiz her şeyi sildiriyor.

Bu durumun kullanıcıların hayatında bu denli normalleşmesi, bunun artık çağın bir gerekliliği olarak algılanıp zorla elimize tutuşturulan akıllı telefonları kullanmayı ya da bu ortamlarda profil oluşturmayı, bireyin olmazsa olmazları, kendini gerçekleştirme kriterleri arasına sığdırdığımız için insan olma ve mahrem alanı korumayı bir kenara ittik.

Tüm bunların yanında, telefonlarımıza kendi ellerimizle indirdiğimiz uygulamalarla yine kendi isteğimizle ‘erişim izni’ verdiğimiz platformlar, fotoğraf ve video galerimize erişmekte, bazı diğer uygulamalarda galerimizdeki verileri yedekleme imkânıyla çoklu bir şekilde sadece kullanıcılar tarafından değil bu ortamları sağlayıcılar tarafından da gözetlenilmektedir.

2.1.3. Sosyal Medya, Mahremiyet ve Gözetleme, Dikizleme

2.1.3.1. Sosyal Medya Ve Mahremiyet

Günümüz yeni iletişim teknolojileri ile sanal mekân kullanıcıları tarafından günlük bir ihtiyaç halini alan sosyal medya kullanımı, farklı kültür ya da çevreden birçok kullanıcıyı kendine dahil edebilmektedir. Bu sanal ağlar; sosyal paylaşımlara olanak tanıyarak, sürekli yenilenebilmesi ile bireylerin fotoğraf ve video ile anlık hikâye durumlarını takipçilerine sunarak, duygu durumunu iletip feedback alabilmesi için ve sanal ortamda sohbet ederek sanal ile reelin birbirine karışarak bu sanal-gerçek mecrada hayatlarımıza bir kavramsal çerçeve çizmesiyle sürüp giden bir deşarj alanı yaratmaktadır. Zaman ve mekan mefhumunun kaybolduğu bu ortam, kullanıcılara özgürlük ortamı sağlayarak rahat ve sınırsız davranma keyfide sunmaktadır bir yandan.

İnsan yaratılışı gereği sosyal bir canlıdır. Bu sosyalliği gereği gerçek yaşamda ihtiyaç duyduğu çevre edinme, beğenilme ve takdir edilme gereksinimi, sanal ortamda da devam ederek sosyal ağ platformlarında da kendini göstermektedir.

Mahremiyet algısının incelemeye alındığı sosyal paylaşım ağlarında gözetim olgusu üzerinde durmak gerekmektedir. Sosyal ağ kullanıcıları tarafından kendi rızaları ile ihlal ettikleri yahut korumaya çalıştıkları mahremiyetleri, mahrem alanları ya korumaya alacakları ya da bu ağların kullanıcısı olmanın bir bedeli olarak mahremiyet sınırlarını kaybedeceklerdir. Marx’a göre bu alanlar fabrikalar yani işçinin ürettiği mala karşı yabancılaşması, Foucault’a göre hapishaneler ve akıl hastaneleri fakat günümüzde gözetim dikizleme alanı yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya ile yeni dünya düzenidir(Karagülle, 2015: 109).

Özel hayatın gizliliğini ihlal eden durumlar hayatın her alanında meydana gelmekteyken kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleşen ihlaller diğer mecralara oranla daha farklı bir yere sahiptir (Ankaralıgil, 2013: 157).

Bilhassa son yıllar içerisinde sosyal medya ortamlarının çok hızlı büyüme göstererek çok fazla sayıda kullanıcıya ulaşarak, yaşanan bu ihlal durumlarının sayısının da arttığı rahatça söylenebilmektedir. Paylaşım siteleri aracılığı ile paylaşılan kişisel bilgilere rahatlıkla ulaşılabilenkte, kişinin bilgisi dışında depolanıp dağıtılabilir (Ankaralıgil, 2013: 170- 171).

İnternetin çok hızlı gelişip yaygınlık göstermesi ile birlikte özel hayata ilişkin müdahaleler de farklı boyutlar kazanarak çok çeşitli şekillerde ihlal edilebilmektedir. Bunlar;

-elektronik posta: dijital mektup olarak tanımlanabilmektedir. İki kişi arasında gerçekleşen ve özel alanı kapsayan e-posta yoluyla haberleşme iletişim kurma yolu bir başkası tarafından suç olduğu bilinsede ele geçirilmekte ya da kullanılabilmektedir.

- spam- spammer: isteğimiz dışında e-posta kutumuza gelen mailleri kapsamaktadır. Gelen mail yoluyla kişinin bilgileri ele geçirilmekte istenebilir ya da reklam amaçlı bir mail olabilir ve kötü amaçlı ve uygunsuz bir takım veriler de barındırabilmektedir.

- Web siteleri üzerinden yayınlar: bir web sitesi üzerinden sahte bir isimle yayın yapılabilir, kişinin video veya fotoğrafları veyahut bilgileri sızdırılıp yayınlanabilir şeklinde olan özel yaşam saldırılarını kapsamaktadır.

- kişisel verilerin toplanımı: kullanıcıların bir ürün ya da hizmeti satın almak, rezervasyon yapmak, banka işlemlerini gerçekleştirmek ya da bir siteye üye olmak amaçlı paylaştıkları kişisel bilgilerin bilgi bankasında muhafaza edilmesine dayalı müdahaleleri kapsamaktadır(Ankaralıgil, 2013: 172- 177)

2.1.3.2. Gözetleme, Gözetlenme ve Dikizleme

Sosyal medya ve internet öncesi gözetleme ve gözetlenme dürtüleri davranışları yine mevcutken, internetin hayatımıza eklenmesiyle farklı bir boyuta taşınmış olsalar da anelen bir gözetleme edimi yaşanmakta ve yaşatılmaktadır. 90lar ile birlikte hayatımıza giren internetin sosyal ağ kullanıcılığının günümüz boyutlarına bakıldığında her bir tüketicinin her yaştan ve gruptan bireyin içinde bulunduğu bu ortam, kendini yatak odalarımıza, oturma odalarımıza ve en özel anlarımızdan olan kutlama gecelerimize kadar akla gelebilecek en mahrem alanlara sızmaktadır.

Anneler çocuklarını Instagram ortamında büyötmekte, eşin yaş günü ya da evlilik yıldönümü onlarca takipçiye servis edilmekte, yeni alınan arabanın sevinci Instagrama sunulmakta, yediğimiz yemekler, gittiğimiz mekanlar kare kare paylaşılmakta ve hayatımızın her anını kendi ellerimizle deşifre etmekten haz duyduğumuz bu ortam mahrem alanlarımıza sızarak bu alanı suiistimal etmektedir.

George Orwell'ın 1984 adlı kitabında bahsettiği bireylerin tele ekran tarafından ev ortamının ve yaşamının izlendiği hayat şuan ki yaşamlarımızda da aslında sürekli

gözetim altında olduğumuzu söyler. Büyük Birader'in gözlemlediği hayatları ya da dikizlediği ortamları bizlerde şuan ağlar aracılığıyla ve telefonlarımız ile kullandığımız Instagram profilimizle gözetlenilmeye kapılarımızı kendi rızamızla aralamış bulunmaktayız. Bu duruma dur demek yerine kendimizi aslında sisteme altın tepsi ile sunmaktayız.

1984 adlı kitapta Büyük Birader Oceana halkının kalp ritimlerini takip ederek yaptıkları hakkında bilgi ediniyordu. Şimdi de bu tarz bir araç var fakat yeni iletişim teknolojileriyle birlikte oluşan ve Orwell'in hayal gücünü dahi geride bırakacak cihazlar modern hayatın ayrılmaz bir parçası halinde gözetleme yapmaktadırlar. ABD'li iletişim bilimci Oscar Gandy bu 'kontrol mekanizmalarını şu şekilde ifade ediyor: ' bu aygıtlar kişilerin bir arada olup olmadıklarını kayıt altına almaktan, kimliklerini veya hayattaki konumlarını ayrıyeten zihin hallerini kestirmeye değin birden fazla işe yaramaktadırlar.

Günümüz dünyasında fotoğraf makineleri ışısız ortamlarda veya daha az ışık alan ortamlarda fotoğraf çekebilmektedir. Mikro fotoğraf cihazlarını muhafaza etmek çok daha basitleşti. Dinleme cihazları çok uzak mesafelerden diğer taraftaki konuşmaları işitebiliyor. Bilimsel cihazlar bedensel salgıları ve molekül düzeyinde olan genetik değerleri inceleyip araştırabiliyor. İletişim ağları aracılığıyla bu cihazlarla sahip olunan datalar çeşitli sistemlerle ve yakında olmayanlar ile paylaşılabiliyor. Bilgisayarlarla iletişimin birlikteliği yeni gözetim teknolojisinin en temel maddi desteğini oluşturmaktadır. Kısaca ifade edilecek olursa, iletişim teknolojilerinin yaygınlık gösterdiği ülkelerde insanlar işinde, yuvasında veya dışarda sürekli dikizleniyor. Hiç olmazsa gözetlenebileceklerinin bilinci ile yaşıyorlar (Şahin, 1991: 53-54).

2.2. Yeni Medya, İnternet ve Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı

2.2.1. Yeni Medya

Yeni iletişim teknolojileri yoluyla mesaj bombardımanının en üst seviyede olduğu günümüzde, kurumlar ve insanlar çeşitli çalışmalara bilerek ya da bilmeyerek duyarsızlaşmaktadır. Bu duyarsızlık ise farklı davranışlar geliştirmekte, insanları yeni arayışlara, yeni iletişim ortamlarına yönlendirmektedir. Günümüzde yeni iletişim ortamları, özellikle internet, modern iletişim sisteminin en büyük destekçisi olmaktadır. 1970'lerde başlayıp ve 1990'lar sonrasında hızla devam eden internet kullanımı, web sitelerinin, portalların yaygınlaşması ile kullanıcı sayısını artırmış, 2000'li yıllarda

sosyal medyanın işlerlik kazanmasıyla her kesimden insanı ilgilendirecek noktalara ulaşmıştır. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, her çeşit kesimden bilgi iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü arttırarak, sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır(Vural ve Bat, 2010: 3349).

İnternete ulaşarak e-posta yardımıyla iletişime geçmek Microsoft Network yardımıyla söyleşmek, bilgi edinmek, online alışveriş yapmak ya da internet üzerinden oyun oynamak vs. sanal ortamda gerçekleştirilen eylemler günlük hayatın büyük bir bölümünü kaplamakta ve hayatın sıradan bir rutini durumuna dönüşmektedir (Binark, 2007: 5).

Yeni medyanın geleneksel medyadan temel farkı çoklu ortam sunması ve karşılıklı etkileşime olanak sunmasıdır. Dijital kodlama yöntemiyle oluşturuldukları için çok sayıda bilgilendirme yapabilmekte ve bireye feedback seçeneği sunmaktadır. Bu nedenle karşılıklı bilgilendirme ortamına geçilmiştir (Binark, 2007: 21).

2.2.2. İnternet

İnternet, hayatın her noktasına ivedilikle yayılmasıyla beraber çeşitli alanlarda sıkça irdelenmekte ve soruşturulmaktadır. İnternet, neden, nasıl ve ne yapar kişiler arası ilişkiyi ne şekilde şekillendirir vs. suallere düşünürler tarafından cevap aranmaktadır (Dağtaş, 2009: 337).

Bireyin ve yaşadığı çevrenin araçsallaştırıldığı, bireylerin imal ettiği araçların bir parçası haline geldiği birey ile yaşamını sürdürdüğü evren arasında gerçek dışı bir etkileşimin sağlandığı bir gerçeklik meydana getirilmiştir (Dağtaş, 2009: 310).

İnternette evvelki kişilerin meydana getirdiği haberleşme fiilleri, günümüzde internet vasıtasıyla ortaya konulmaktadır. İnternet yalnızca evvelki kılavuzlarından, rehberlerinden daha hızlı bir coğrafik yakınlık sağlamakta dahası coğrafi uzaklığı tamamen ortadan kaldırmaktadır (Dağtaş, 2009: 345).

İnsanın var olabilmesi için illa ki zaman ve mekana ihtiyacı vardır. İnsanın kendini mekandan koparması, kendi varoluşunun bilincinde olduğu müddetçe bu problemleri bir vaziyete sebep olacaktır. İnternet ne ölçüde yaygın bir şekilde kullanılırsa kullanılsın ve ne denli mühim bir olgu olarak algılsa da, mekansız bir birey için bunun yerini tutacak bir var olma ortamı olamayacaktır. Siber alan bireyin varlığının temel ihtiyacı olan mekanın yerini dolduramayacaktır. Çünkü insan benliği zamanın ve mekanın varlığından soyutlayarak düşünemez. Siber alan ortamları zaman ve mekan

kavramlarını bireylere oluşturuyor gibi görünse de bu bir aldatmacadır (Dağtaş, 2009: 346).

Bu tıpkı online (çevirim içi) olarak varlığını, benliğini ifade ettiğini düşünmek aldatmacası gibidir.

İnternette önce kitle iletişim araçları tarafından oldukça fazla enformasyon yağmuruna tutulan bireyler artık günümüzde internet ile daha da çoğalmış bir şekilde bilgi bombardımanının daimi ve sürekli olarak etkisi altındadır. Fakat birey bu bilgi akışının farkında değildir. Tam tersi internet aracılığıyla ulaşılabilirliği olan kaynakların artmasıyla özgürlük sınırlarının daha da genişlediğini varsaymaktadır (Dağtaş, 2009: 354).

İnternet mobil iletişim, sosyal medya ve birçok sosyal ağ araçlarının çoğalması belli bir zamanda hem ülkemizde hem dünya üzerinde iletişim yollarını birbirine eklemleneyen yatay interaktif iletişim ağlarının ilerleme kat etmesini körüklemiştir. Sanayi toplumlarında iletişim ağları belli bir vericiden birçok kullanıcıya akan tek taraflı iletişimin kitlesel dağıtımları ile oluşturulan kitle iletişim araçlarının çevresinde birleşmiştir. Ağ toplumlarında iletişimin ilk basamağı ise hem aynı zamanda hem de aynı zamanda olmaksızın birçok bireyden birçok sayıda başka bireye ulaşan interaktif iletilerin çok alternatifli takası barındıran yatay iletişim ağlarını içinde bulunduran evrensel ağıdır (Domaniç ve Alvan, 2012: 22).

Golding ve Murdock'un siyaset kuramcısı T.H. Marshall'dan aldıkları modern vatandaşlık kavramının haklar şeklinde hayat yansıyan 3 boyutu vardır. Uygar haklar kişinin 'sivil halkın' içindeki hürriyet sahasını ifade ediyor. Anlatım, fikir, matbuat, vicdan, yolculuk, toplantı ve sahiplik hakları bu küme içerisinde bulunuyor. 'Siyasal haklar' vatandaşın politikaya katılma yerini belirlemektedir. 'İştirakçi vatandaş' kavramı demokrasinin özünde yer alan bir unsurdur. Birey dahil olarak kul olmaktan çıkıp vatandaş oluyor. 'Sosyal haklar'ın çoğu 20.yüzyıl içerisinde yaratılmış kavramlara yaslanıyor ve vatandaşın belli bir hayat standardı oluşturabilmesine yönelik toplumsal hakları, 'sosyal devlet' içerisinde sayılan hakları özünde barındırıyor. Bazı iktisadi destek sistemlerine olduğu kadar, bazı enformasyon ve telekomünikasyon sistemlerine ulaşımında bu kümede yer alıyor (Şahin, 1991: 57).

İnternet teknolojilerinin spontane hayatta herkesçe kullanılabilen ve faydalanılabilen bir şekilde yaygınlaşmasının yeni bir dönemi ima ettiği ortadadır. Yeni internet çağında kişiler arası münasebet ve temasların insan-tabiat, insan özne- cansız

objeler evreninin manalandırılmasında ivedi olarak farklılaştığı bir dönemdir (Oğuzhan, 2015: 37).

Westin'in fikrine göre internet ortamında mahremiyet endişesi olduğu vakit 3 farklı insan tipi vardır. Bunlar; mahremiyet muhafazakârları olan grup, mahremiyet pragmatistlerinin yer aldığı topluluk ve mahremiyetin ilgisizleri olan grup(Öz, 2014: 6247).

Baudrillard toplumsallık için toplumsallığında akıbetinin getirilmeye hazırlanıldığı bir sürrealite çağından söz eder. Bu tahribattaki en güçlü vazife ise medya ve bilhassa bireylere daha çabuk ve etkin tesirli erişebilen medyatik iletişim çeşitlerine düşmektedir. Baudrillard'ın toplumsal değerlerin yararlanımı perspektifinden tenkit edilmeye tabi tuttuğu modern sanal dönem, modern gerçekliğin baştan yaratılmış benzersiz olan insanını bilgi kuramı, varlık bilimleri ve etik olarak 3 ana maddede araştırabiliriz: 1. En başta kullanıcı teknik ve teknoloji arasında oluşturulabilecek felsefi ayrımın ötesinde kalıyor olmasından ötürü epistemolojik bir yanılgı içindedir. 2. Birey teknolojik araç gereçlerle arasındaki farkın varlık bilimsel kökleri bakımından yanılgı içindedir. 3. Ahlak felsefesi perspektifinden ağ toplumlarının katılımcısı olarak kullanıcı, ihtiyaç duydukları ile değerleri arasındaki ayrımı düşünüp tartamayacak ve kavrayamayacak kadar pasifize edilmiş bir varlıktır (Oğuzhan, 2015: 44-45).

Bireyin zarara uğratılmaması için mahremiyetin sağlanması çok önemli bir gereksinim olmaktadır. Mahremiyet gereksiniminin karşılanmış olması ile bireyinde mahremiyet sınırlarının güvence altına alınmış olmasını da sağlayacaktır. Bu nedenle bireyin özgürlüğünün güvencesi olan mahremiyettir (Büyükaslan ve Kırık, 2015: 31).

Kamuya açık olmak ya da mahremiyet, bizim tercihlerimizdir; ifşa edip etmemek paylaşımda bulunmak ya da bulunmamak, birine katılıp katılmamak veya fikrine katılmamak (Jarvis, 2012: 14).

Kişi kendi zihninde özel olmayı arzular. Bu güdüler istek ve kendini gerçekleştirme sistemi kaçınılmaz olarak süregelen bir zamanı imlemektedir. Bu hal kimlik oluşturma biçiminde karşımıza çıkarken başkalarından daha farklı fikirler üretmeyi, ayırt edici yanı olmayı, kendine has bir kişi olabilmeyi sağlamak adına kat ettiği yollar ile açıklanabilir. Dijital ortamlar, kişileri sarmalayarak kendi özellikleri ve çekici yanlarıyla karşılırlarına çıkarken aynı esnada kendine ait sanal kültürel kodlamaları da sunarak pekiştirmektedir. Bu işler durumdaki yapısı itibariyle cazibeli hale getirilen sosyal ortamlar, kullanıcıların arkadaş edinmelerine ve fikir ve beğenilerini

paylaşmalarına, anlık muhabbetler yapabilmelerine ve diğer kullanıcılarında gözetlenmesine kadar her şekilde yaşamların içine sızarlar (Oğuzhan, 2015: 208-209).

Sosyal ağlarda, hangi mekanda yemek yediği, dolaştığı ve nerede yaşadığı bireyin bir etiketi misali konumlandırılır. Birey diğer kullanıcılar ile kurduğu iletişimi bu davranış biçimleri üzerinden ifade edilir. Hatta bireyin kendi mahrem alanının bir gösteriş unsuru haline dönüşmesi yaşam şeklinin ön plana çıktığı mekanların sosyal ağlarda sıkça görülen mekanlar olarak adlandırılması ve dikkat çekmesi de bunu kanıtlamaktadır(Oğuzhan, 2015: 216).

2.2.3. Sosyal Medya

Sosyal medya bizler tarafından iletişimi basitleştirmek amaçlı var edilen ağ kaynaklı veri iletmekte, kişiler karşılıklı öykü ve tecrübelerini paylaştıklarından ötürü hali hazırda evrendeki asıl sosyal paylaşım membalarından bir tanesinin yerini almaktadır (Domaniç ve Alvan, 2012: 144).

Sosyal medyanın hayatın hemen hemen her alanına etki etmesi cep telefonunda ve gözlüklerde dahi kullanıcılarının her daim yanlarında olması sebebiyle araştırılan konuları bir çerçeveye oturtmak basit değil. Bu güçlüğü bir boyutu yeni iletişim teknolojilerinin ivedi tüketimi ve fazla içerik çoğaltımıyken, diğeri Zygmunt Bauman'ın alışmışlık ile adlandırmış olduğu modernitede bu vasıtaların hayatın akışını yönlendirip saran bir fonksiyonunun olması. Bu nedenle özellikle sosyal mecra, asıl gayesi sosyal olguları ve süreçleri anlamak olan sosyal bilimci için sınırlarının konulması ve tarif edilmesi çok güç bir alandır (Oğuzhan, 2015: 14).

Sosyal medya hali hazırda yakın ya da uzak oluşun arasında olan farkı yavaş yavaş yok etmektedir. Ve dahi uzaklık ve yakınlık unsurlarının hakim olduğu dönem bizlere artık farklı bir dönem gibi görünmektedir. Sosyal medya aynı zamanda içeri ve dışarı arasındaki farkı da gitgide yok ediyor. Bu ise özel ve kamusal alan olarak açıklanabilir(Oğuzhan, 2015: 24-25).

Sosyal mecra takip etme ve edilme temeli üzerine kurulu bir sistemi sürekli olarak üretmeye odaklı bir ortam ve alandır. Sisteme dahil olan birey takip ettiği ve edildiği miktarda yani bir bakıma dikizlediği ve kendini teşhir edebildiği oranda varlığını elde etmektedir. Bu ise kullanıcının imge haline dönüşerek “şey”leşmesi bir “mal” olma haline dönüşmesine ve bireyin sistemde meta olarak varlığını sürdürmesine olanak tanımaktadır (Oğuzhan, 2015: 103).

Sosyal medyanın özelliklerini şu başlıklar altında sıralamak mümkündür:

-Katılım: Sosyal medya, alakalı olan her bireyden geri dönüt almayı ve her bireyin bir katkı sağlamasını özendirmektedir. Medya ile izler kitle arasındaki çizgiyi belirsizleştirir.

-Açıklık: Hemen hemen sosyal medya hizmetlerinin hepsine yakını dahil olma ve geri dönüte açıktır. Bilgi paylaşmayı ve yorumda bulunmayı teşvik eder. İçerikten istifade etme ve girişte azda olsa handikaplar vardır. Şifreli içerikler tercih edilmemektedir.

-Karşılıklı İletişim: Geleneksel medya istisnasız herkese format hakkında bilgi verirken sosyal mecra da iki yönlü iletişim mevcuttur.

-Topluluk: Sosyal medya hızlı ve etkin etkileşimi şekillendirmede toplulukları olanaklı hale getirmektedir. Hoşa giden bir fotoğraf, siyasi bir konu ya da sevilen televizyon programı vb. şeyleri topluluklar ortak ilgi alanlarını paylaşmaktadırlar.

-Bağlanmışlık – Bağlantılı Olma: Sosyal medya türlerinin hemen hemen birçoğu bu bağlanmışlık ile gelişmekte ve diğer site ile bireylere bağlantıları kullanmaktadır (Oğuzhan, 2015: 202-203).

2.3. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

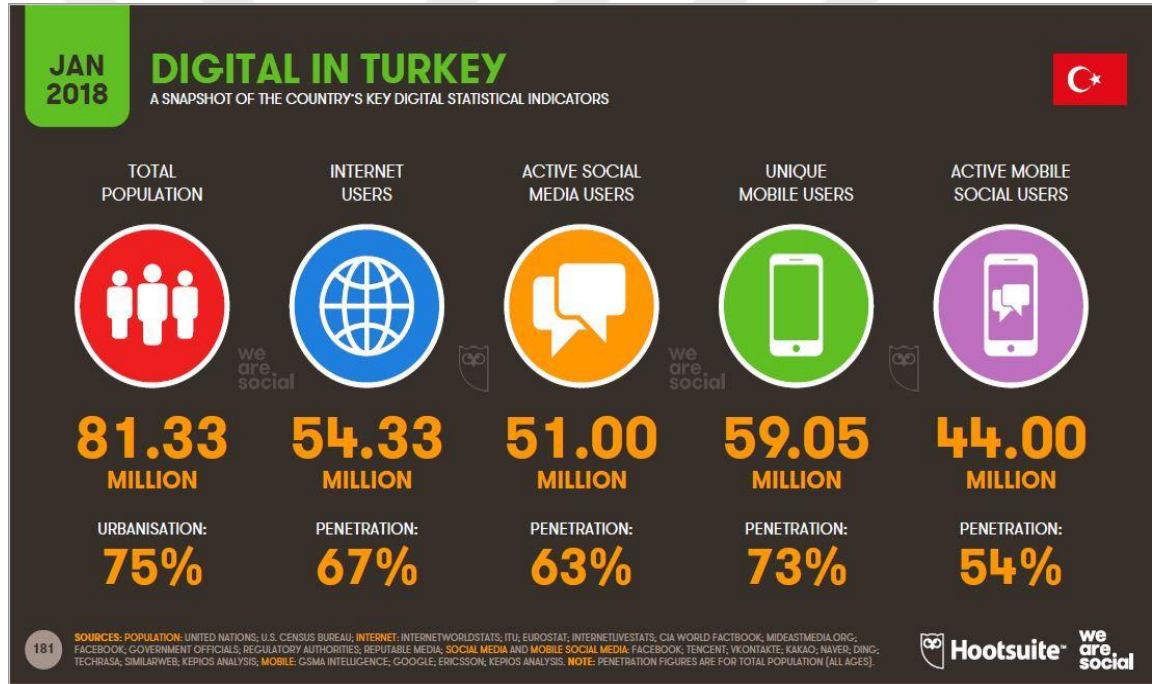
Günümüzün sanal ortam kullanıcıları tarafından bir alışkanlık haline gelen sosyal medya kullanımı, her kültürden ve her kesimden geniş kitlelerin, sosyal taleplerine yanıt verirken; aynı zamanda bu ortamı eleştirenlerin odak noktasında bulunmaktadır. Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, her kesimden bilgi iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü arttırmakta, sosyalleşme kavramına da yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, çoklu kullanıma açık olması, sanal paylaşım olanağı tanınması vb. açısından en ideal mecralardan biri olarak kendini göstermektedir. İnsanlar sosyal medyada günlük düşüncelerini yazmakta, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar, paylaşabilmekte, iş arayabilmekte ve hatta bulabilmekte

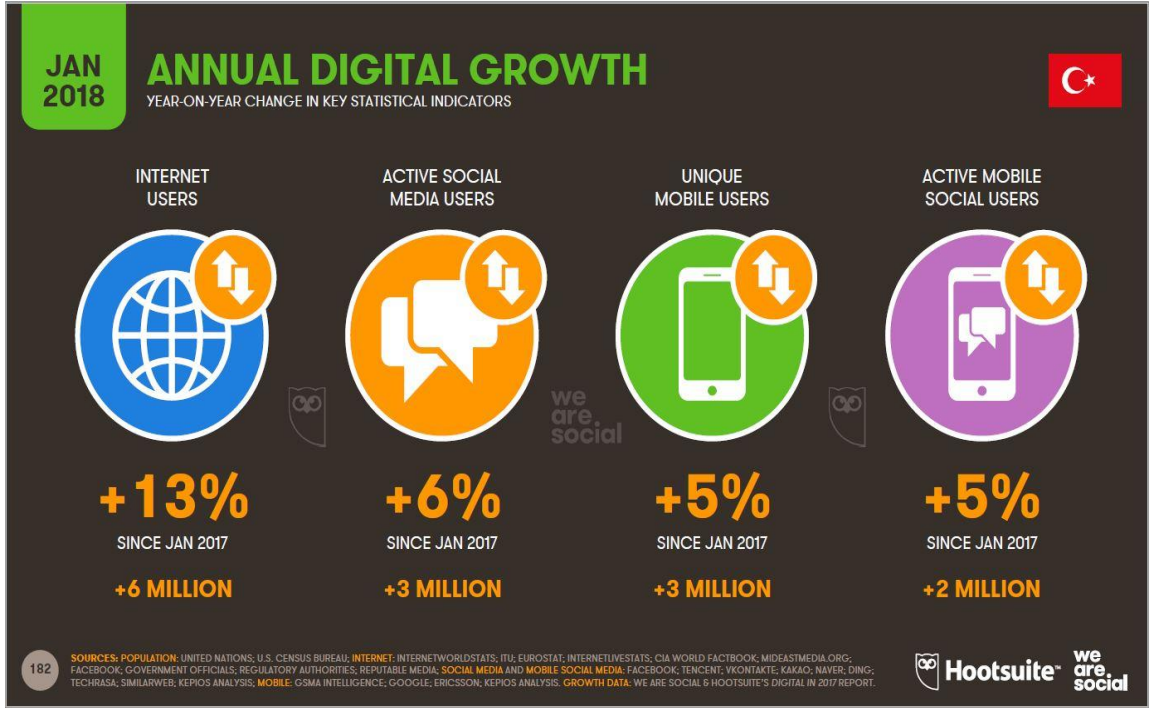
ayrıca sıkılmadan gerçek dünyayı sanal ortamda yaşayabilmektedirler. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin bu alana yönelmesine sebep olmakta ve yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizmektedir(Vural ve Bat, 2010: 3349).

We are social ve Hootsult tarafından her yıl olduğu gibi bu yılda sosyal medya istatistikleri yayınlanmıştır. Yayınlanan araştırma sonuçlarına göre Türkiye'nin sosyal mecrada ki yerine bakıldığında 54.3 milyon internet kullanıcısı, 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı ve 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.

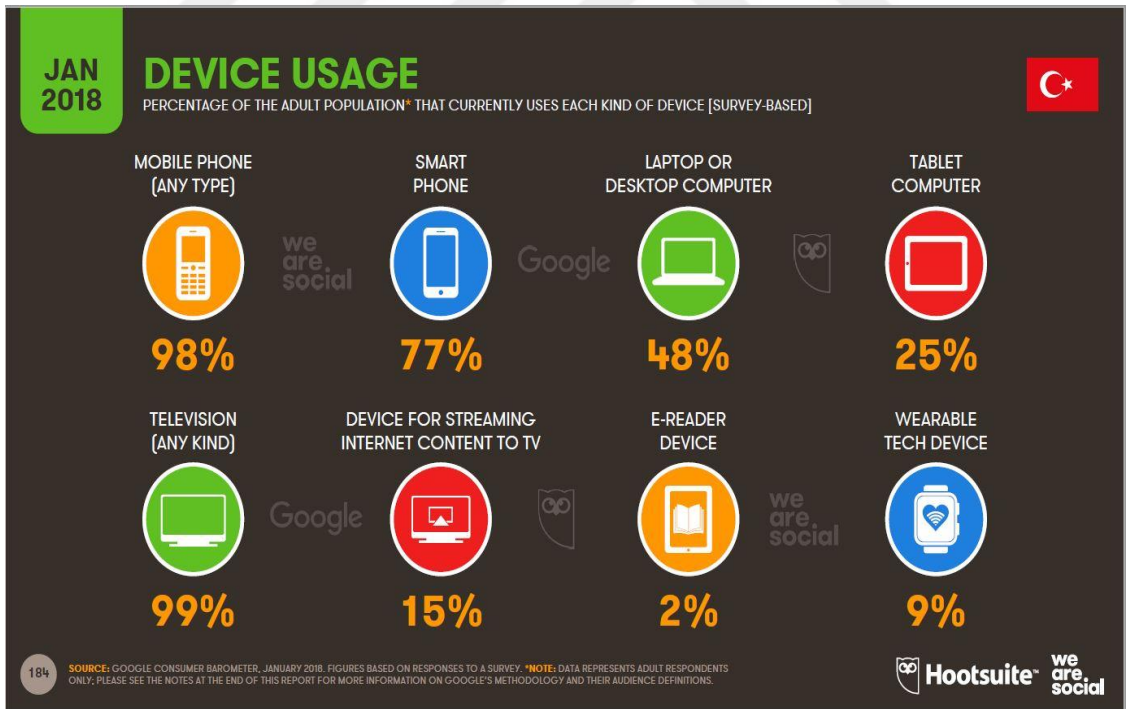
İnternet ortamında geçirilen günlük zaman ise ortalama 7 saat olarak belirlenmiş ve bunun yaklaşık 2 saat 48 dakikası sosyal medya ortamlarında harcanmaktadır. 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı ise sıralamada ilk olarak Youtube sonra Facebook ve Whatsapp ile Instagram gelmektedir. Instagramın payı ise %46 ile belirlenmiş en aktif sosyal medya platformları arasında 3. sırayı almaktadır(www.dijilopedi.com).



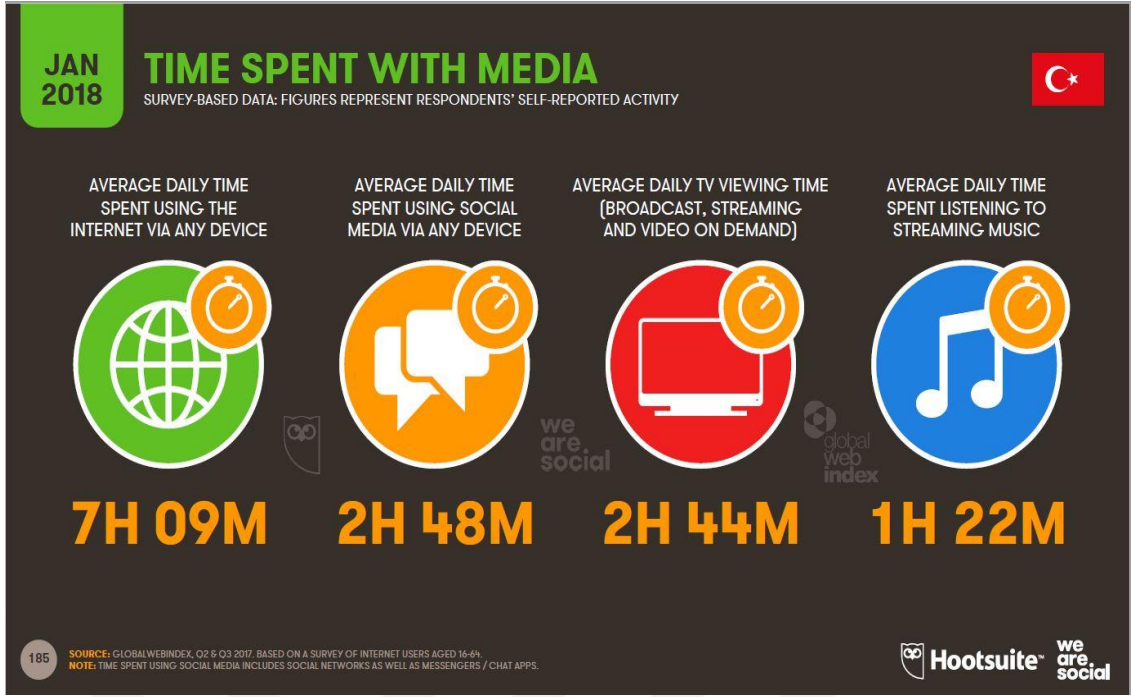
şekil 1. We Are Social 2018 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri



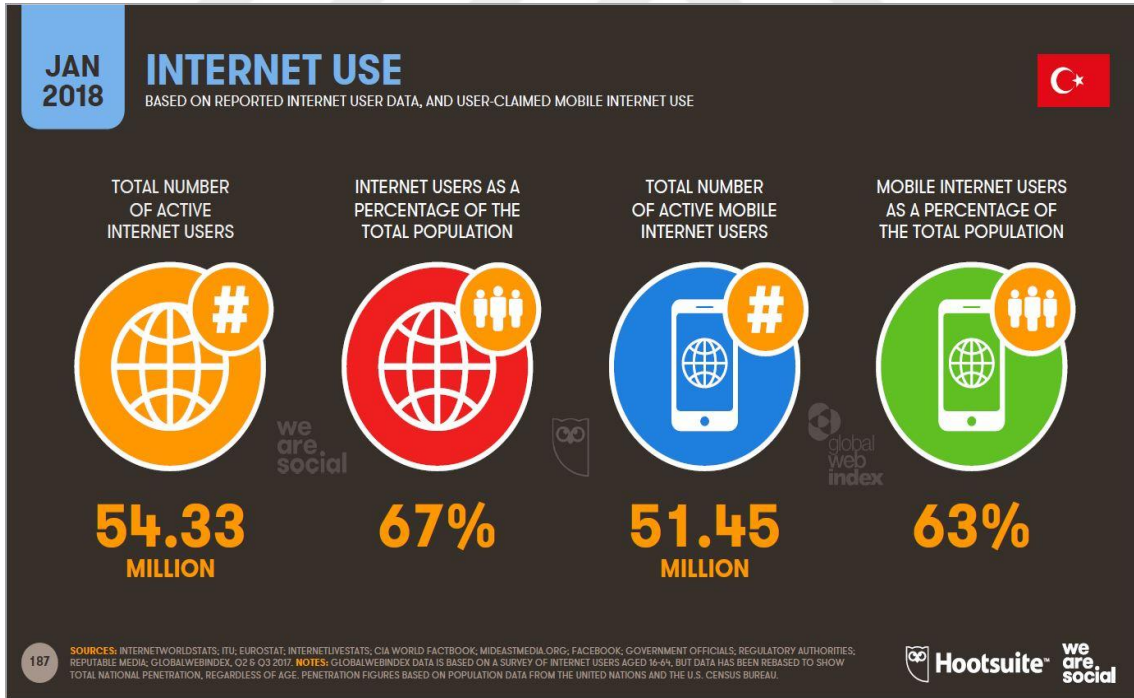
Şekil 2. We Are Social 2018 Türkiye Yıllık Dijital Değişim İstatistikleri



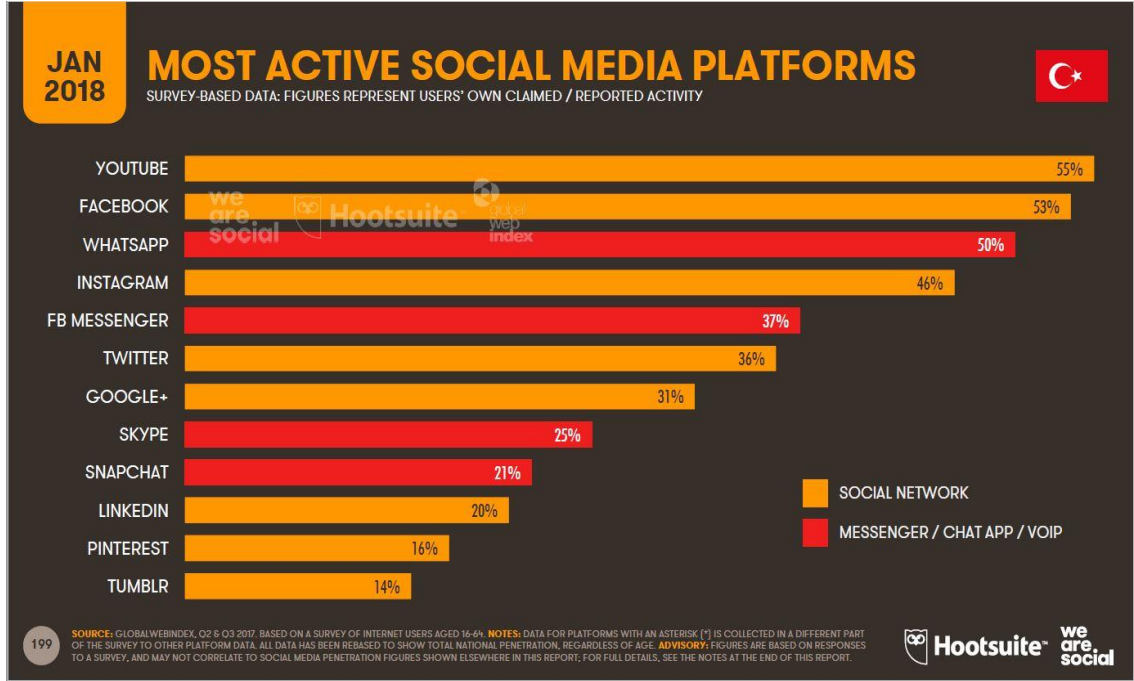
Şekil 3. We Are Social 2018 Türkiye Elektronik Cihaz Kullanım İstatistikleri



Şekil 4. We Are Social 2018 Türkiye’de Medyada Harcanan Zaman İstatistikleri



Şekil 5. We Are Social 2018 Türkiye’de İnternet Kullanımı İstatistikleri



Şekil 6. We Are Social 2018 Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları İstatistikleri

Instagram kullanıcılarına fotoğraf ve videolarını paylaşacakları bir ortam sunarken aynı zamanda filtreler uygulayarak paylaşılmasını da sağlamaktadır. Instagram ismi anlık anlamına gelen İngilizce ‘instant’ ile telgraf anlamını taşıyan ‘telegram’ terimlerinin bir araya getirilmesi ile oluşturulmuştur(Yeniçikti, 2016: 95).

Etiketleme, beğeni, yorum ve hashtag yapılabilir ve bir sohbet ortamı kurulabilir olan bu sosyal mecra ortamı kullanıcılarını her geçen gün kendini yenileyerek kullanıcı sayısını gün geçtikçe arttırmaya devam etmektedir.

Bir sosyal medya ortamı olan Instagram ABD’nin Stanford Üniversitesini mezunu olan Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. Instagram kuruluşu öncesinde Systrom Google’da 2 yıl çalışmış ve Krieger’de Microsoft’ta staj yapmıştır. Edindikleri bilgi ve tecrübeler sayesinde instagramı kurmuşlardır(www.medyaakademi.org).

6 Ekim 2010 yılından bu yana faaliyet gösteren instagram Nisan 2012 yılında Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alınmıştır(siradisidigitalexperience.com).

2.4. Sosyal Gözetim Alanı Olarak Instagram ve Mahremiyetin Dönüşümü

6 Ekim 2010 yılından bu yana faaliyet gösteren Instagram kullanıcılarına farklı bir deneyim keyfi yaşatmaktadır. Fotoğraf ve videolarını anlık hikaye ve yer bildirimlerini takipçileriyle paylaşan kullanıcılar aynı zamanda takipte oldukları ünlü yahut kendi sosyal çevrelerinden edindikleri arkadaşları ile tanışık olsun ya da olmasın her anlarını ve anılarını paylaşmaktadırlar. Sınırsız gibi görünen paylaşım çılgınlığı ve mahremiyeti ortadan kaldıran Instagram mecrası karşılıklı gözetime izin verirken kimi kullanıcılar tarafından profil görünümünü kısıtlayıcı önlemlerde almaktadır. Bunun için profilini sadece kendi takipçileriyle paylaşmaya yarayan bu kullanıcı dostu gibi görünen yardım butonu aslında kendi içinde de bir mahremiyet alanını sızdırması yapmaktadır. Mahremiyetten anladığımız kullanıcı olarak istenmeyen kişi ya da durumlara karşı alınmış bir önlem gibi algılsa da aslında bu böyle değildir.

Burada mahrem anlayışımıza farklı bir bakış açısı yaratılmıştır. Her halimizi her kıyafet ya da yemeğimizi her gezimizi ya da ev içi hallerimizi çılgınca ve fütursuzca paylaşırken aslında kendi mahrem olan dünyamızı da gözler önüne serdiğimizizi unutup sadece aktifleştirdiğimiz profil gizliliği butonu ile kendimizi rahat hissedip bir nevi aldatmaktayız. İnternet teknolojisinin bu akıl almaz hızı ile kullanıcılarda bir şekilde soyutlanmamak adına ya da heves uğruna katıldıkları bu sosyal ortam ile maalesef kültürel bir yozlaşma ile birlikte aynı zamanda mensubu olduğu dininde yani İslam’ında kesin çizgilerle yasakladığı birçok mühim ve hassas konuları aşındırmaktadır.

Mahremiyet içinde yaşanan bu belki de önlemez değişim maalesef birçok hassas alanları ve kimliğimizi yozlaştırmaktadır. Önlem almadan ve farkındalık yaratmadan yaşadığımız hayatlar sonucu maalesef gelinen nokta çok acıdır.

Düşünürler tarafından gözetim ve denetleme olguları değişik yönlerden açıklanabil-mektedir. Marx gözetim olgusunu sınıf ilişkileri olarak ele alıp fabrika işçilerinin emeğinin bir değere dönüştürülüp sermaye sahiplerinin bunlara el koymaları bakımından ele almıştır. Anthony Giddens ise gözetim olgusunu tek başına iktidarın temel dayanağı olarak açıklamış-tır. İnsanları denetleyen ve insanlar hakkında bilgi toplayan gözetimi birbirinden ayırmakta-dır.

Weber ise gözetimi, bürokratik ve çağdaş örgütlerde yaygın olarak görülebileceğinden söz eder. Foucault ise modern toplumların meydana gelmesinde gözetleme ve denetleme olguları-nın daha da kuvvetlendiğine vurgu yaparak Weber’in konu edildiği bürokrasi anlayışının öte-sine geçmiştir. David Lyon ise bu konuda

gözetimin her alana yayıldığını ifade eder ve bu durumun iyi olabileceğine vurgu yapar(Yılmaz, 2012: s.253).

17.yüzyıl Avrupa'sında başlayan modernlik kavramı, daha sonraları tüm dünyayı sarıp sarmalayıp etkisi altına almıştır. Modernliğin hüküm sürmediği bir alanın olmadığı ve çağdaşlaşmış dünyanın sınırı dışında kimsenin kalmayacağı sonucuna varmaktayız. Modernleşme kavramı Modernleşme Kuramı dahilinde ele alındığı vakit modern ve geleneksel toplum olarak iki farklı toplum arasında bir karşılaştırma şekline dayandırılmış bir kuram olduğu anlaşılmaktadır. 17. Yüzyılda Avrupa'da başlayıp daha sonralardan tüm dünyayı saran modernlik; Anthony Giddens tarafından toplumsal yaşam ve bir örgütlenmeye dikkat çekmektedir. (Karagülle, 2015: 39-40).

Bu noktada Abel Jeanniere ise; geleneksellikten modernliğe geçiş sürecinde yaşanmış olan dört devrimden bahseder. Bunlar: siyasal, endüstriyel, kültürel ve bilimsel devrimlerdir. Marshall Berman ise, tarihsel perspektiften modernliğe geçiş sürecini üç evrede yorumlamaktadır. İlk evre; insanların modern hayatı yeni tanımaya başladıkları, yeni karşılaştıkları birtakım yenilikleri el yordamıyla anlamlandırmaya çalıştıkları ve on altıncı yüzyıldan on sekizinci yılın sonlarına kadar olan süreyi temsil etmektedir. İkinci evre ise; devrimci dalga ile başlayan ve modern bir kamunun ortaya çıktığı evre olarak adlandırılmaktadır. Son olarak üçüncü evre de ise; modernist kültürün sanat ve düşünce alanlarında ilerleme kaydettiği ve modernleşmenin hemen hemen tüm dünyayı kapladığı evre olarak anılmaktadır(Karagülle, 2015: 40).

Modern çağı, önceki dönemlerden ayıran en belirgin özelliği; durağan olmayışı ve toplumsal değişimin çok hızlı bir biçimde gerçekleşmesidir. Bununla birlikte, daha önceki toplumsal pratikleri ve davranış biçimlerini etkileme düzeyinin arttığı görülmektedir. Modern toplumu oluşturan, modern insan tipinin sahip olduğu özellikler Alex Inkeles tarafından şu şekilde sıralanmaktadır;

1. Yeni deneyimlere, değişikliklere ve yeniliklere açık olmak.
2. Modern insan, sadece kendi çevresi hakkında değil, aynı zamanda kendi dışındaki birçok sorun ve konuyla ilgili kanaat edinme eğilimindedir. Çevresindeki farklı tutum ve kanaatlerin çeşitliliğinin farkındadır. Bu farkları korkusuz bir şekilde kabul eder; ne kendisinden üstte olanların kanaatlerini sorgusuzca kabul eder, ne de kendisinden altta olanların kanaatlerini sorgusuzca reddeder.

3. Geçmiş yerine; bugüne ve geleceğe önem verir.
4. Planlama ve örgütlenme gibi faaliyetleri, hayatı düzene sokmanın bir aracı olarak görür.
5. Çevreye egemen olmayı öğrenebileceğine inanır.
6. Çevresindeki kurum ve kişilerin, görev ve sorumluluklarını yerine getirecekleri konusunda daha fazla güven besler. Davranışları kader veya kaprisin belirlemeyeceğine inanır.
7. Bilim ve teknolojiye daha çok inanır.
8. Başka insanların haysiyetine önem verir ve diğerlerine saygı gösterme davranışı daha güçlüdür.
9. Ödüllerin, dağıtıcının isteklerine ya da insanların niteliklerine bağlı olarak değil de yaptıkları katkıya göre dağıtılması gerektiğini düşünmek.

Alman sosyolog Norbert Elias'a göre, mahrem alan-kamusal alan ayrımı insanların modernleşmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Modernleşme sonrasında toplumsal hayatta meydana gelen dönüşümün sonucunda, insanlar birtakım doğal ihtiyaçlarını kendi mahrem alanlarına taşımak isterler. Elias bu iki durum arasında bir neden-sonuç ilişkisi kurmaktadır. Uygarlaşma sürecinde, birey toplumsal hayatta

“kendini tutma” alışkanlığını devreye sokmaktadır. Böylelikle bireyler, doğal ihtiyaçlarını mahrem alanlarının duvarları arkasında gerçekleştirmeyi seçmektedirler.

Bu sayede kamusal alan, bireyler açısından doğal güdülerin gizlenmesi gereken bir alan olarak kabul görürken; mahrem/özel alan toplum içerisinde yapılması uygun olmayan ya da ayıp olan davranışların alanı olarak kabul edilmiştir(Karagülle, 2015: 40-41).

Mahremiyete ilişkin tehdit unsurları Westin'e göre; ifşa, merak etme duygusu ve gözetleme olarak sıralanmaktadır. Bunlardan ilki olan ifşa bireyin kendi kendini ifşa etmesidir. Bu durum illa ki başkaları tarafından olmayacağı gibi kişinin kendi mahremini afişe etmesiyle de gerçekleşebilmektedir.

Diğer bir tehdit unsuru olan merak duygusu ise kişinin kimlerin hayatında nelerin gizli kaldığını görmek veya bilmek, nelerin meydana gelip ne olup bittiğini bilme merakından kaynaklanan durumdur.

Diğer bir tehdit olan gözetleme ise kendi içinde 3'e ayrılmaktadır; bunlardan ilki gözlem aracılığı ile gözetim: seyredip dinleyerek yapılan gözetim şeklindedir. İkincisi itiraf etmek/ettirmek veya ifşa etmek/ettirmek şeklindedir. Bireyin psikolojik manada

mahrem alanına sızarak duygu ve fikirlerini ya da gizli yanlarını söylettirmektir. Üçüncüsü ise iletişimin tekrardan üretilmesi şeklidir. Gözetlenen ve gözetleyen kişi arasında geçen ses ve görüntü kaynaklı davranışların gözetleyen tarafından kayıt altına alınarak daha sonra üzerinde oynamaya yapmaya fırsat sunan bir yoldur(Yüksel, 2003: 185-187).

İnternet teknolojisinin gelişmesiyle beraber ortaya çıkan yeni sosyalleşme alanları toplumsal olana ve toplumsal ilişkilere yeni anlamlar yüklemektedir. Artık toplumsallaşma alanları ve süreçleri, gelişen bu internet alanlarına ya da sosyal medya alanlarında yeni anlamlara sahip olabilmekte ve yeni değerler yüklenmektedir. Ortaya çıkan bu alanlar, kendi aralarında ağlar oluşturarak güçlenmekte ve gelişmektedir. Bu durumu ağ toplumu olarak dile getiren Manuel Castells'e göre ise enformasyonu ön plana çıkaran ağ toplumu bilişim teknolojileri tarafından harekete geçirilen, bilişim ağlarında oluşan ve tüm küreye dağılan yeni bir toplumsal organizasyon yapısıdır. Bu yapı insanlar arasında kültür aracılığıyla şekillenen bir etkileşim ortaya koyduğu gibi; üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemiştir.

Bu bilgi ve iletişim teknolojileri ağlar aracılığıyla, toplumsal alanla yeni gruplar, topluluklar oluşturmaktadır. Bundan dolayı zamanla parçalı bir toplum yapısı ortaya çıkmaktadır. Aynı parçalı yapı, karşımıza ağ yapıları içinde de çıkmaktadır ve benzer bir biçimde sayısallaşma ve gözetim, bu alanda da devam etmektedir. Çünkü parçalı bir yapının sayısal anlamda kontrol ve denetimi, toplumun bütününe oranla daha kolaydır.

Çalışmalarında “modern yaşam ve birey üzerindeki etkilerini” tartışan Antony Giddens, sayısallaşma ve gözetimi modernitenin bir sonucu olarak ele almıştır. Modernizm içinde gözetim ve gözetlemenin iki farklı anlamına değinir: İlki, gözetim şifrelenmiş bilgi birikimidir. Burada kişilerin nesneler haline getirilerek kodlanmasından, sayılmasından bahseder.

Toplanan bilgiler, sadece basit bir bilgi toplama işlemi değildir; toplanan bu bilgiler belli bir sınıflama ve ayırt etme işlemi de içerdiği için nitelikli bir bilgi depolama işlemidir. Bu bilgi toplama ve depolama işlemi, neo-liberal toplumlar için tüketici taleplerinin oluşturulması / üretilmesi açısından oldukça önemlidir. Kişinin sahip olduğu özellikler, tüketici olarak bireyin yeni ürünlere ihtiyaç duyarak ona yönelim göstermesi için daha kolay manipüle edilmekte ve ihtiyacı olmayan ihtiyaçları oluşturulmaktadır. Ve böylece tüketim döngüsü hiç ara vermeden devam edebilmektedir. Dolayısıyla tüketim toplumu içinde bireylerin gittikçe “nesne”leştiği bir

durum söz konusudur. Gözetlemenin ikinci anlamı ise, iktidarın bireyleri izlemesi, kontrol ederek kolayca denetleyebilmesidir. Modern toplumlarda, kişilerin hareket sınırları daha belirgin alanlar (fabrika, büro, hapishane, akıl hastaneleri) içinde gerçeklemektedir. Çünkü sınırları belli bir mekân olmalarından dolayı onları daha kolay kontrol etme imkanı sağlamaktadır. Giddens'a göre modern zamanların bir gücü olan gözetleme, “yönetim iktidarı” olarak modern devlette daha fazla önem kazanmıştır ve devletin “idari kapsamını” yönetmesine denk gelir(Avcı, 2015: 254-255).

Gittikçe kapatıldığımız ve kapandığımız yenedünya içinde dijital olarak sürdürdüğümüz yaşamlar, ilişkiler, tepkiler, beklentiler, beğeniler gittikçe birbirine benzemekte ve aynılaşmaktadır. En temel fizyolojik ve biyolojik farklılıklarımızın bile silindiği alanlarda kapandığımız alanlarda ya gözetliyoruz ya da gözetleniyoruz. Bireysel farklılıkların kaybolduğu bu yeni toplumsal alanlarda belirgin hale gelen gözetim, zaman ve mekan mefhumunu aşarak akışkan bir biçimde zihinlere ve yaşamlara sızarak herkesi birbirine benzetmektedir. Yeni medya ve bu akışkan ilişkiler, karşılıklı olarak birbirlerini var etmekte ve sürekli olarak dönüştürmektedir. Yeni medya biryandan toplumsal ilişkileri parçalamakta ama bir yandan yeni gruplar oluşturarak mahremiyetin kaybolduğu yeni yaşam alanları yaratmaktadır. Büyük ölçüde farkındalığın olduğu her iki durumda da benzerimizle aynı safta yer almayı tercih ediyoruz. Yani gittikçe daha fazla “özne”ler haline geliyoruz ama tüm öznelliklerimizi yitiriyoruz(Avcı, 2105: 264).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, hayatın her alanını kuşatan sosyal medya kullanıcısı olmak ve Instagram kullanıcılığı üzerine mahrem ve mahremiyet kavramları ışığında öğrencilerin Instagramı nasıl kullandığı mahremiyete ne ölçüde değer verdikleri ve mahremiyetin bilinip bilinmediği araştırılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın modeli, çalışma grubunu, araştırma sürecinde kullanılan veri toplama araçları, verilerin işlem yolu ve toplanma süreci ve toplanılan bu verilerin analizinde kullanılan istatistiksel tekniklere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Hayatın her alanını kuşatan sosyal medya kullanıcısı olmak ve Instagram kullanıcılığı üzerine mahrem ve mahremiyet kavramları ışığında öğrencilerin Instagramı nasıl kullandığı mahremiyete ne ölçüde değer verdikleri ve mahremiyetin bilinip bilinmediği tespit edilmeye çalışılan bu araştırmada nicel araştırma modeli kullanılarak basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında katılımcılara sunulan 25 soruluk anket çalışmasında belirlenen sorular Mustafa Oz'un “Changes in Use and Perception of Privacy: Exploring Facebook users' privacy concerns and awareness of privacy implications” adlı çalışmasında yer alan anket soruları öncülüğü ışığında hazırlanmış ve katılımcılara sunulmuştur.

Araştırma evrenini, çalışmanın yapıldığı zaman dilimi içerisinde Fırat Üniversitesi'nin tüm fakültelerinden basit tesadüfi yöntemle seçilmiş öğrenim gören aktif öğrenci statüsündeki öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 450 öğrenci araştırmaya dâhil olmuş fakat anket formu boş ya da hatalı doldurulduğu için bu anketler iptal edilmiş ve 412 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmaya katılan her katılımcı tesadüfi olarak seçilmiştir.

3.2. Araştırma Grubu

Araştırma grubunu, çalışmanın yapıldığı zaman dilimi içerisinde Fırat Üniversitesi'nin tüm fakültelerinden basit tesadüfi yöntemle seçilmiş öğrenim gören aktif öğrenci statüsündeki öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 412

öğrenciye ulaşılmış ve her katılımcı tesadüfî olarak seçilmiştir. Anket formlarının ulaştığı katılımcı sayısı 412 iken bunlardan 237 katılımcı erkek, 175 katılımcı ise bayandır. Yüzdelik dilimde oranları ise 57.5 ile erkekler, 42.5 ile de bayanlar yer almaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Güvenirlilik analizi yapılarak 25 soruluk anket formu kullanılmıştır.

Tablo 1. Güvenirlilik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	18

Ayrıca her bir ifade için, “Kesinlikle Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kısmen Katılıyorum”, “Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde öğrencilerin düşüncelerini yansıtabilecek cevaplar bulunmaktadır. Olumlu ifadeler yukarıda verilen sıralamaya uygun olarak 1, 2, 3, 4, 5, ; olumsuz ifadeler ise 5, 4, 3, 2, 1 şeklinde puanlandırılmıştır. Her bir ifadeye verilen puanlar toplanarak öğrencilerin toplam tutum puanları belirlenmiştir. Ölçek 5 eşit parçaya bölünmüş ve her seçeneğe karşılık gelen puan aralıkları da belirlenmiştir. Ölçek seçenekleri ve puan aralıkları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 2. Ölçek Seçenekleri ve Puan Aralıkları

Seçenekler	Puanlar	Puan Aralığı
Kesinlikle Katılıyorum	1	4.20-5.00
Katılıyorum	2	3.40-4.19
Kısmen Katılıyorum	3	2.60-3.39
Katılmıyorum	4	1.80-2.59
Kesinlikle Katılmıyorum	5	1.00-1.79

3.4. Araştırmanın İşlem Yolu

Çalışmalara başlanması ve sağlıklı biçimde yürütülmesi için Etik Kurul ve gerekli birimlerden izinler alındıktan sonra 2017-2018 eğitim öğretim yılında Fırat Üniversitesi bünyesinde yer alan tüm fakültelerde öğrenim gören toplam 412 öğrenciye Mahremiyet ve Instagram Mahremiyetinin araştırılmaya çalışıldığı anket formu uygulanmıştır. Uygulanmaya başlamadan önce araştırmacı tarafından katılımcılara gerekli açıklamalar yapılmış ve anket formunu içtenlik ve samimiyetle doldurmaları istenmiştir

3.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Verilerin analizinde nicel analiz olarak elde edilen sonuçların frekans analizi ve yüzde dağılımlarına bakılmıştır. Anket sonuçları gerekli analiz programları kullanılarak analiz edilmiştir. Anket kapsamında sorulan ifadelerin güvenilirlik analizi ve frekans analizi yapılmış ayrıca belirlenen sorular arasında Chi-Square Tests ile karşılaştırma yapılmış mevcut ifadelerden yola çıkarak araştırma sorularına yanıt aranmıştır. Frekans analizi sonuçları ve Chi-Square Tests değerlendirmeye alınarak yorumlanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. BULGULAR VE YORUM

Fırat Üniversitesi öğrencileri ile yapılan anket çalışmasında toplam 412 öğrenciye ulaşılmış olup ankete katılım sağlayan her denek için anket ile ilgili gerekli açıklamalar yapılmıştır. Deneklerin samimi ve gerçek bir şekilde yanıtlar vermeleri istenmiş ve içtenlikle anket formunun eksiksiz doldurulması istenmiştir.

Tablo 3. Cinsiyetiniz Sorusuna Verilen Yanıtların Dağılımı

Cinsiyetiniz	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Erkek	237	57.5	57.5	57.5
Bayan	175	42.5	42.5	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Anket formlarının ulaştığı katılımcı sayısı 412 iken bunlardan 237 katılımcı erkek, 175 katılımcı ise bayandır. Yüzdelik dilimde oranları ise 57.5 ile erkekler, 42.5 ile de bayanlar yer almaktadır.

Tablo 4. Yaşınız sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Yaşınız	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-25	383	93.0	93.0	93.0
26-33	27	6.6	6.6	99.5
34-41	2	0.5	0.5	100.0
Total	412	100.0	100.0	100.0

Katılımcıların yaş ortalaması 18-25 yaş aralığı 383 kişi ile %93 ve ardından 26-33 yaş aralığı ile %6 gelmektedir. Yoğunluk 18 – 25 yaş aralığı arasında olmuştur.

Tablo 5. Instagram hesabınız var mı? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Evet	373	90.5	90.5	90.5
Hayır	39	9.5	9.5	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Instagram sosyal medyasında profil sahibi olan katılımcılar bu soruya EVET yanıtı vererek 373 kişi ile %90 orana sahip iken instagram hesabı olmayan katılımcı sayısı ise HAYIR yanıtını vererek oldukça az bir orana sahip olarak 39 kişi ile %9 oranıyla sonuçlanmıştır.

Tablo 6. Instagram hesabınızı ne zaman oluşturdunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram hesabınızı ne zaman oluşturdunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 yıldan az	84	20.4	20.4	20.4
1-2 yıl önce	119	28.9	28.9	49.3
Valid 3-4 yıl önce	148	35.9	35.9	85.2
Daha fazla	61	14.8	14.8	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Instagram sosyal mecrasında profil sahibi olan katılımcıların kaç yıldır bu ortamda bulunduklarını öğrenmek istediğimiz soruya verilen cevaplara bakıldığında 148 kişi ile %35 orana sahip katılımcı 3-4 yıldan fazla bu sosyal mecrada yer aldıklarını bildirirken 119 kişi ile %28 orana sahip kişi ise 1-2 yıl yanıtı ile 2. Sırada yer almaktadır. Büyük oranda 2 yıl ve daha fazla süredir instagram hesabı olan katılımcılarımız bize gösteriyor ki genç kuşak arasında oldukça popüler olan bu mecra uzun yıllardır kullanılmaktadır.

Tablo 7. Instagram hesabınıza takriben kaç gün giriyorsunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram hesabınıza takriben kaç gün giriyorsunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Bazen	58	14.1	14.1	14.1
Sık sık	161	39.1	39.1	53.2
Valid Her Zaman	153	37.1	37.1	90.3
Hiç	40	9.7	9.7	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Katılımcıların hesapları hangi aralıklarla kontrol ettiklerini ve sosyal ortamda bulundukları öğrenmek istediğimiz soruda ise 161 kişi sayısı ile %39 oranla SIK SIK yanıtı ve ardından 153 kişi ile %37 oranla HER ZAMAN yanıtı alınmıştır. Bu değerler ve alınan sonuçlar instagramın gün içinde oldukça fazla kullanıldığı ve online kalma sürelerinin oldukça fazla olduğunu bildirmektedir. Gün içinde bu kadar yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya ortamı popülerliğini ve merak duygusu teşvik edip artırdığından dolayıdır ki bu denli yoğun kullanılmaktadır.

Tablo 8. Instagram hesabınızsa ne sıklıkta fotoğraf video vb. paylaşıyorsunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram hesabınızda ne sıklıkta fotoğraf video vb. paylaşıyorsunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Bazen	269	65.3	65.3	65.3
Sık Sık	58	14.1	14.1	79.4
Valid Her Zaman	8	1.9	1.9	81.3
Hiç	77	18.7	18.7	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Instagram hesaplarında fotoğraf ve video paylaşımlarının ne sıklıkta olduğunu öğrenmek istediğimiz soruda katılımcıların 269 u BAZEN derken 77 katılımcı HİÇ yanıtı vermiş ve 58 katılımcı SIK SIK yanıtını kullanmıştır. Anket sorusunun cevaplarının oranına bakıldığında %65 ile bazen sonucu alınmıştır. Bu sonuç gösteriyor ki aktif

olarak kullanılan instagram hesaplarında paylaşımlar konusunda çok fazla aktif değillerdir.

Tablo 9. Mahremiyetin ne demek olduğunu biliyor musunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Mahremiyetin ne demek olduğunu biliyor musunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Evet	402	97.6	97.6	97.6
Valid Hayır	10	2.4	2.4	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Hazırlanmış olan anket sorularının en önem arz eden sorularından olan mahremiyet bilgisini sorguladığımız bu soruda deneklerimizin 402 kişisi %97 oranla mahremiyetin ne anlam ifade ettiğini bildiklerini EVET yanıtı ile göstermişlerdir.

Tablo 10. Instagramda fotoğraf ve video paylaşımları mahremiyet duvarlarını yok eder sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagramda fotoğraf ve video paylaşımları mahremiyet duvarlarını yok eder

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	54	13.1	13.1	13.1
Katılmıyorum	102	24.8	24.8	37.9
Valid Kısmen Katılıyorum	118	28.6	28.6	66.5
Katılıyorum	87	21.1	21.1	87.6
Kesinlikle katılıyorum	51	12.4	12.4	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Tez çalışmasında ele aldığımız konu aslında tam olarak bu sorumuza verilen yanıtlarla belirlenmek istenmektedir. Bir önceki soruda mahremiyetin ne anlam ifade ettiğini yüksek oranla EVET diyerek yanıtlayan katılımcılar bu soruda verdikleri 118 kişi ile KISMEN KATILIYORUM ve 102 kişi ile KATILMIYORUM cevabı ile

mahremiyet algısının ve pratikteki mahremiyet hassasiyetinin bağdaşmadığını göstermektedir.

Tablo 11. Instagram hesabı gizlilik ayarı açık olmalıdır sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram hesabı gizlilik ayarı açık olmalıdır

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	120	29.1	29.1	29.1
Katılmıyorum	85	20.6	20.6	49.8
Kısmen Katılıyorum	50	12.1	12.1	61.9
Katılıyorum	89	21.6	21.6	83.5
Kesinlikle katılıyorum	68	16.5	16.5	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Anket sonuçlarında alınan yanıtları incelediğimizde instagram platformunun kullanıcılarına sunmuş olduğu profil ve mahremiyet koruma amaçlı profil gizlilik butonu, verilen cevaplar ışığında kullanıcılar tarafından yeterli görüldüğü anlaşılmaktadır. Bu yüzdendir ki profil her kullanıcı tarafından görülmemesi sadece onaylanan takipçiler tarafından görünür olması mahremiyeti koruduğu düşüncesi ile kullanıcılara rahatlık sağlamak ve katılımcılar tarafından 120 kişi tarafından KESİNLİKLE KATILMIYORUM olarak yanıtlanmıştır. Buradan da anlaşıldığı üzere sosyal medyanın kullanıcıları çokta basit yöntemlerle aslında bir nevi kandırdığı anlaşılabilmektedir. Çünkü tüm kullanıcılara kapalı olan ve yalnızca takipçiler tarafından görülür durumda olan bir profil gerçekte olması gereken bir mahrem alan sunmamaktadır.

Tablo 12. Instagram platformu içerisinde tanınan kullanıcılar takip edilebilir ve takip isteği onaylanabilir sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram platformu içerisinde tanınan kullanıcılar takip edilebilir ve takip isteği onaylanabilir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kesinlikle katılmıyorum	35	8.5	8.5	8.5
Katılmıyorum	40	9.7	9.7	18.2
Kısmen Katılıyorum	61	14.8	14.8	33.0
Katılıyorum	214	51.9	51.9	85.0
Kesinlikle katılıyorum	62	15.0	15.0	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Anket içerisinde hazırlanmış olan bu soru ile bir önceki aslında birbiri ile bağlantılı sorulardır. Bir önceki soruda verilen yanıtlar ışığında aynı fikir doğrultusunda verilmiş yanıtlar karşımıza çıkmaktadır. Cevaplar incelendiğinde 214 katılımcı KATILIYORUM cevabı ile yanıtladığı sorumuzun sosyal medyanın aslında mahremiyeti basit yollardan ve popülerlik anlayışından yola çıkarak kolayca zedeleyebildiği ve aşındırdığı rahatça gözlemlenmektedir. Kültürüne ve ait olduğu dine karşı yabancılaşan genç kuşağın bir aldatmaca ve kandırmaca içerisinde olduğu net bir şekilde görülmektedir.

Tablo 13. Instagramda paylaşımda bulunmak beğenilmek haberdar olmak haberdar etmek gibi nedenlerle yapılır sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagramda paylaşımda bulunmak beğenilmek haberdar olmak haberdar etmek gibi nedenlerle yapılır

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	24	5.8	5.8	5.8
Katılmıyorum	48	11.7	11.7	17.5
Kısmen Katılıyorum	97	23.5	23.5	41.0
Katılıyorum	194	47.1	47.1	88.1
Kesinlikle katılıyorum	49	11.9	11.9	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Anketin 11 numaralı sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcıların 194 ü bu soruya KATILIYORUM şeklinde yanıt vermişlerdir. Bu cevaplar ışığında denilebilir ki sosyal medya kullanıcısı olan genç kuşak bu platformlarda ‘beğenilmek’ ve ‘merak’ duyguları ve dürtüleri ile hareket etmektedir. Bu mecraların bireylere aşıladığı bu türden duygular kullanıcıları sürekli aktif olmanın yanı sıra benliğini ispat etme ve gözetleme dürtüsünü de beyinlere yerleştirmektedir. Birileri tarafından beğenilmek kişisel egoları tatmin ederken bir yandan da takibinde olduğumuz kullanıcıları sanal yollarla dikizleyerek bilgi sahibi olmakta ve gizliden gizliye teşvik edilmekteyiz.

Tablo 14. Diğer kullanıcıların neler yaptığından haberdar olabilmek için instagram kullanılmalıdır sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Diğer kullanıcıların neler yaptığından haberdar olabilmek için instagram kullanılmalıdır

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	43	10.4	10.4	10.4
Katılmıyorum	74	18.0	18.0	28.4
Kısmen Katılıyorum	113	27.4	27.4	55.8
Katılıyorum	142	34.5	34.5	90.3
Kesinlikle katılıyorum	40	9.7	9.7	100.0
Total	412	100.0	100.0	

142 katılımcı soruya KATILIYORUM yanıtı vermiş ve en yakın yanıt olan 113 katılımcı KISMEN KATILIYORUM şeklinde cevaplamıştır. Ankette yer alan bir önceki soruyu ispatlar nitelikte aynı doğrultuda cevap verilmiştir.

Tablo 16. Diğer kullanıcıların paylaşımları görebilmesi ve beğenide bulunması beni rahatsız etmez sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Diğer kullanıcıların paylaşımları görebilmesi ve beğenide bulunması beni rahatsız etmez

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	37	9.0	9.0	9.0
Katılmıyorum	55	13.3	13.3	22.3
Kısmen Katılıyorum	73	17.7	17.7	40.0
Katılıyorum	189	45.9	45.9	85.9
Kesinlikle katılıyorum	58	14.1	14.1	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Deneklerin 189 u KATILIYORUM yanıtı vermişlerdir. Takipçileri arasında beğeni butonu ile paylaşımlarının beğenilmesi ve paylaştığı herhangi bir fotoğraf ya da

videonun görülüyor olmasından söz eden deneklerin bundan rahatsız duymadıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 16. Paylaşımlarımın beğeni alması beni teşvik eder sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Paylaşımlarımın beğeni alması beni teşvik eder

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	54	13.1	13.1	13.1
Katılmıyorum	119	28.9	28.9	42.0
Kısmen Katılıyorum	87	21.1	21.1	63.1
Katılıyorum	107	26.0	26.0	89.1
Kesinlikle katılıyorum	45	10.9	10.9	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Katılımcıların 119 u beğeni butonu kullanılarak profil paylaşımlarına gelen like' ların paylaşımda bulunmayı teşvik etmediğini KATILMIYORUM yanıtı ile belirtmişlerdir. Tablo 11'deki sorunun yanıtları ve sonuçları ile karşılaştırdığımda ise sosyal medya beğeni almak dile getirilen bir hazdan ziyade iç dünyalarında yaşanan gizli bir tatmin olarak değerlendirilebilmektedir.

Tablo 17. Instagram hesabının gizlilik ayarının kapalı olması mahremiyeti korumak için yeterlidir sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram hesabının gizlilik ayarının kapalı olması mahremiyeti korumak için yeterlidir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	56	13.6	13.6	13.6
Katılmıyorum	123	29.9	29.9	43.4
Kısmen Katılıyorum	115	27.9	27.9	71.4
Katılıyorum	85	20.6	20.6	92.0
Kesinlikle katılıyorum	33	8.0	8.0	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Katılımcıların 123 ü KATILMIYORUM yanıtı vermiş ve 115 katılımcı ise KISMEN KATILMIYORUM yanıtı vermişlerdir. Instagram platformunun kullanıcılarına sağlamaya çalıştığı profil koruma, kişisel alana olabilecek herhangi bir olumsuz müdahaleyi engelleme amaçlı gizlilik politikası tam anlamıyla güvenilir bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 18. Instagram platformu kültürümüze zarar vermektedir sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram platformu kültürümüze zarar vermektedir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	70	17.0	17.0	17.0
Katılmıyorum	118	28.6	28.6	45.6
Kısmen Katılıyorum	106	25.7	25.7	71.4
Katılıyorum	66	16.0	16.0	87.4
Kesinlikle katılıyorum	52	12.6	12.6	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Katılımcılardan 118 i uygulanan anketin 16. Sorusuna KATILMIYORUM yanıtı vermiş ve 106 katılımcı ise KISMEN KATILMIYORUM yanıtında bulunmuştur. Orana bakıldığında zaman katılımcıları %28.6 ile yüksek bir sonuç ile kültürümüzün bu tarz popüler kültürün bombardımanı yapılan alanların ve asıl kimliğimizden uzaklaştıran çekici kılınmış yaşam şekilleri gösteri alanlarının kültürümüze zarar vermediğini ifade ederek %25.7 oranla fikrini sunan katılımcılar bu soruda tereddüt yaşamış oldukları görülmektedir.

Tablo 19. Instagram platformu yaşam şekillerimizi olumsuz yönde değiştirmektedir sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram platformu yaşam şekillerimizi olumsuz yönde değiştirmektedir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	55	13.3	13.3	13.3
Katılmıyorum	120	29.1	29.1	42.5
Kısmen Katılıyorum	91	22.1	22.1	64.6
Katılıyorum	84	20.4	20.4	85.0
Kesinlikle katılıyorum	62	15.0	15.0	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Anket sonuçlarına bakıldığında 120 katılımcı KATILMIYORUM cevabını vermiştir. Faydalı olan yönlerinin yanında olumsuz tarafların oldukça fazla olduğu Instagram platformunun kullanıcısı olan genç kuşak yaşam tarzlarımıza zarar vermediğini ifade etmişlerdir. Fakat bu durumun iç yüzüne bakıldığında paylaşımlardan etkilenmek, görülen moda adlı kıyafetlerin cazibe yaratıp istek oluşturduğu ya da aynı maddi olanaklara ya da spor bir ayakkabıya sahip olmak güdüsünü perçinlemediği asla söylenememektedir.

Tablo 20. Instagram platformu mahremiyet anlayışımızı yok etmektedir sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram platformu mahremiyet anlayışımızı yok etmektedir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	65	15.8	15.8	15.8
Katılmıyorum	136	33.0	33.0	48.8
Kısmen Katılıyorum	84	20.4	20.4	69.2
Katılıyorum	72	17.5	17.5	86.7
Kesinlikle katılıyorum	55	13.3	13.3	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Katılımcıların çoğunluğa yakını instagram platformunun mahremiyet anlayışlarını ortadan kaldırdığını 136 kişi ile KATILMIYORUM yanıtıyla kabul etmemiştir. Instagram platformu incelendiğinde çok rahat görülüyor ki kullanıcılar özgür bir ortam olmasından dolayı rahatça her hal ve durumlarını her anlarını paylaşmakta ve bunda bir sakınca görmemektedirler.

Tablo 21. Instagram kullanıcısı olmak günümüz teknoloji çağında bir zorunluluktur.
Sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram kullanıcısı olmak günümüz teknoloji çağında bir zorunluluktur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	115	27.9	27.9	27.9
Katılmıyorum	144	35.0	35.0	62.9
Kısmen Katılıyorum	81	19.7	19.7	82.5
Katılıyorum	49	11.9	11.9	94.4
Kesinlikle katılıyorum	23	5.6	5.6	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Katılımcılardan alınan yanıtlara bakıldığında 144 kişi KATILMIYORUM yanıtını vererek instagram kullanıcısı olmak zorunluluk değildir demiştir.

Tablo 22. Instagram kullanıcısı olmak günümüz teknoloji çağında bir zorunluluktur.
Sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagramda kullanılan gizlilik ayarları yeterlidir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	42	10.2	10.2	10.2
Katılmıyorum	108	26.2	26.2	36.4
Kısmen Katılıyorum	141	34.2	34.2	70.6
Katılıyorum	92	22.3	22.3	93.0
Kesinlikle katılıyorum	29	7.0	7.0	100.0
Total	412	100.0	100.0	

141 katılımcı KISMEN KATILIYORUM yanıtı vererek emin olamadıklarını belirtmişlerdir. Kullanılan sosyal mecranın aslında çok korunaklı ve güven veren bir ortam olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 23. Instagram günlük hayatta önemli bir yere sahiptir sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram günlük hayatta önemli bir yere sahiptir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	59	14.3	14.3	14.3
Katılmıyorum	112	27.2	27.2	41.5
Kısmen Katılıyorum	102	24.8	24.8	66.3
Katılıyorum	106	25.7	25.7	92.0
Kesinlikle katılıyorum	33	8.0	8.0	100.0
Total	412	100.0	100.0	

112 katılımcı KATILMIYORUM yanıtını vererek rutin hayatta çok fazla bir değere sahip olmadığı görüşündedir.

Tablo 24. Instagram platformu bir etkileşim iletişim alanıdır sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram platformu bir etkileşim iletişim alanıdır

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	27	6.6	6.6	6.6
Katılmıyorum	31	7.5	7.5	14.1
Kısmen Katılıyorum	82	19.9	19.9	34.0
Katılıyorum	214	51.9	51.9	85.9
Kesinlikle katılıyorum	58	14.1	14.1	100.0
Total	412	100.0	100.0	

214 katılımcı KATILIYORUM yanıtı vermiştir. Kullanıcılar tarafından instagram; sosyal çevre ile irtibatta olabilmenin, iletişim kurarak görünen ve görebilen durumda kalmanın bir yolu olarak algılanıyor denilebilir.

Tablo 25. Instagram platformu güvenilir bir alan sunmaktadır sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram platformu güvenilir bir alan sunmaktadır

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	61	14.8	14.8	14.8
Katılmıyorum	114	27.7	27.7	42.5
Kısmen Katılıyorum	149	36.2	36.2	78.6
Katılıyorum	69	16.7	16.7	95.4
Kesinlikle katılıyorum	19	4.6	4.6	100.0
Total	412	100.0	100.0	

149 katılımcı tarafından KISMEN KATILIYORUM yanıtı verilmiştir. Anketin 20. Sorusu ile bağlantılı olan 23. Sorunun yanıtları katılımcılar tarafından instagrama şüphe ile yaklaşılın, tam olarak güven sağlayamayan bir ortam olduğunu göstermektedir.

Tablo 26. Instagram ahlaki değer yargılarını zayıflatır sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram ahlaki değer yargılarını zayıflatır

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	55	13.3	13.3	13.3
Katılmıyorum	126	30.6	30.6	43.9
Kısmen Katılıyorum	106	25.7	25.7	69.7
Katılıyorum	64	15.5	15.5	85.2
Kesinlikle katılıyorum	61	14.8	14.8	100.0
Total	412	100.0	100.0	

17. ve 18. Soru ile bağlantılı olan 24. Anket sorusuna katılımcılar KATILMIYORUM yanıtını vermişlerdir. Bu ve bağlantılı sorulara verilen yanıtlardan da anlaşılıyor ki kültürümüze ve ahlaki değer yargılarımıza, örf ve adetlerimize

hayatları çepeçevre saran teknoloji ve popüler kültürün üretimleriyle öylesine yabancılaşmış ve kuşatılmışız ki verilen zararın farkında dahi olamıyoruz.

Tablo 27. Instagram kişisel kimliği ve benliği göstermekte kullanıcılara fırsat sunmaktadır sorusuna verilen yanıtların dağılımı

Instagram kişisel kimliği ve benliği göstermekte kullanıcılara fırsat sunmaktadır

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kesinlikle katılmıyorum	47	11.4	11.4	11.4
Katılmıyorum	64	15.5	15.5	26.9
Kısmen Katılıyorum	135	32.8	32.8	59.7
Katılıyorum	124	30.1	30.1	89.8
Kesinlikle katılıyorum	42	10.2	10.2	100.0
Total	412	100.0	100.0	

Katılımcıların verdikleri yanıtlar KISMEN KATILIYORUM ve KATILIYORUM cevaplarında yoğunlaşmıştır. 135 kişi KISMEN KATILIYORUM derken 124 kişi ise KATILIYORUM cevabını tercih etmiştir. Sosyal medyanın sunmuş olduğu özgür ve bireysel yaşam arzusu karşısında kayıtsız kalınmadığının bir göstergesi olan bu sonuçlar, bu mecranın kişinin benliğini ifade etme ve kendini benimsetme alanına dönüşmüş bir sanal kimlik yaratımı halini almıştır.

Tablo 28. Cinsiyet ile Mahremiyetin ne olduğunun bilinmesi hakkında Chi-Square testi analizi

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.002 ^a	1	.317		
Continuity Correction ^b	.512	1	.474		
Likelihood Ratio	.980	1	.322		
Fisher's Exact Test				.394	.235
Linear-by-Linear Association	1.000	1	.317		
N of Valid Cases	587				

a. 0 cells (**0.0%**) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.25.

b. Computed only for a 2x2 table

H0: Cinsiyet ile Mahremiyetin ne olduğunun bilinmesi hakkında bir ilişki yoktur.

H1: Cinsiyet ile Mahremiyetin ne olduğunun bilinmesi hakkında bir ilişki vardır.

Yorum: Hücrelerin %20 sinden azında(0.00) 5 ten küçük frekans bulunduğundan, Ki Kare Testi sonucuna bakılabilir. Ki Kare Testi Sonucu 0.317 lik değer taşıdığı ve 0.05 değerinden büyük olduğu için H0 kabul edilir yani; Cinsiyet ile Mahremiyet bilgisi arasında bir ilişki yoktur.

Tablo 29. Cinsiyet ile Instagramın Kültürümüze zarar verdiği düşüncesi arasındaki ilişkinin Chi-Square testi analizi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.332 ^a	4	.255
Likelihood Ratio	5.312	4	.257
Linear-by-Linear Association	.527	1	.468
N of Valid Cases	587		

a. 0 cells (**0.0%**) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28.26.

H0: Cinsiyet ile Instagramın kültürümüze zarar verdiği düşüncesi arasında bir ilişki yoktur.

H1: Cinsiyet ile Instagramın kültürümüze zarar verdiği düşüncesi arasında bir ilişki vardır.

Yorum: Hücrelerin %20 sinden azında(0.00) 5 ten küçük frekans bulunduğundan, Ki Kare Testi sonucuna bakılabilir. Ki Kare Testi Sonucu 0.255 lik değer taşıdığı ve 0.05 değerinden büyük olduğu için H0 kabul edilir yani; Cinsiyet ile Mahremiyet bilgisi arasında bir ilişki yoktur.

Tablo 30. Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramda ne sıklıkla fotoğraf/video paylaşımı yapıldığı değişkenleri arasındaki ilişkinin Chi-Square Testi analizi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.247 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	20.034	3	.000
Linear-by-Linear Association	.868	1	.351
N of Valid Cases	422		

a. 3 cells (37.5%) have expected count less than 5. **The minimum expected count is .38.**

H0: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramda ne sıklıkla fotoğraf/video paylaşımı yapıldığı değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

H1: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramda ne sıklıkla fotoğraf/video paylaşımı yapıldığı değişkenleri arasında bir ilişki vardır.

Yorum: Hücrelerin %20 sinden fazlasında(37.5%) 5 ten küçük frekans bulunduğundan minimum beklenen değer hesaplaması dikkate alınır. Bu değer sonucu 0.38 lik değer taşıdığı ve 0.25 değerinden büyük olduğu için Ki kare testinin sonucu gözlemlenir(0.000) bu değer 0.05 ten küçük olduğu için H0 kabul edilir. Yani Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramda ne sıklıkla fotoğraf/video paylaşımı yapıldığı değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

Tablo 31. Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagram Platformunun Mahremiyet anlayışını yok ettiği düşüncesi arasındaki ilişkinin Chi-Square testi analizi

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.009 ^a	4	.001
Likelihood Ratio	17.935	4	.001
Linear-by-Linear Association	9.754	1	.002
N of Valid Cases	422		

a. 4 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.65.

H0: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagram platformunun mahremiyet anlayışını yok ettiği değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

H1: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagram platformunun mahremiyet anlayışını yok ettiği değişkenleri arasında bir ilişki vardır.

Yorum: Hücrelerin %20 sinden fazlasında(40.0) 5 ten küçük frekans bulunduğundan , minimum beklenen değer hesaplaması dikkate alınır. Bu değer sonucu 2.65 lik değer taşıdığı ve 0.25 değerinden büyük olduğu için Ki kare testinin sonucu gözlemlenir(0.01) bu değer 0.05 ten küçük olduğu için H0 kabul edilir. Yani Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagram platformunun mahremiyet anlayışını yok ettiği değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

Tablo 32. Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramın Ahlaki değer yargılarını zayıflattığı değişkenleri arandaki Chi-Square testi analizi

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.384 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	24.191	4	.000
Linear-by-Linear Association	17.531	1	.000
N of Valid Cases	422		

a. **3 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.84.**

H0: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramın ahlaki değer yargılarını zayıflatır değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

H1: Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramın ahlaki değer yargılarını zayıflatır değişkenleri arasında bir ilişki vardır.

Yorum: Hücrelerin %20 sinden fazlasında(30.0) 5 ten küçük frekans bulunduğundan, minimum beklenen değer hesaplaması dikkate alınır. Bu değer sonucu 2.84 lik değer taşıdığı ve 0.25 değerinden büyük olduğu için Ki kare testinin sonucu gözlemlenir(0.00) bu değer 0.05 ten küçük olduğu için H0 kabul edilir. Yani Mahremiyetin ne demek olduğu bilgisi ile Instagramın ahlaki değer yargılarını zayıflatır değişkenleri arasında bir ilişki yoktur.

SONUÇ

Bu araştırmada Fırat Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerinin sosyal medya kullanıcısı olarak Instagram kullanımına ilişkin mahremiyet algıları ve görüşleri yansıtılmaya çalışılmıştır. Bu bölümde elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlar ve tartışmaya yer verilmiştir. Araştırma sürecinde üniversite öğrencilerine anket uygulaması yapılmış, Yapılan araştırma sonucunda şu sonuçlar elde edilmiştir.

- Uygulamaya katılanların demografik özellikleri incelendiğinde, katılımcıların %57.5' inin erkek ve %42.5'inin bayanlardan oluştuğu, 383 katılımcının 18-25 yaş aralığında 27 katılımcının 26-33 ve 2 katılımcının da 34-41 yaş aralığında olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların %90.5'i Instagram hesabına sahip olduğu görülmüştür.
- Katılımcıların %35.9'u 3-4 yıl ile %28.9'u 1-2 yıldır Instagram kullanıcısı oldukları görülmüştür.
- Katılımcıların, %39.1'i Instagramda “sık sık” online olduklarını belirlenmiştir.
- Katılımcıların %97.6'sı mahremiyetin anlamını bildiklerini ifade ederken, %2.4'ü bilmediklerini söylemiştir.
- Instagramda paylaşım yapmak beğenilmek, haberdar olmak ve haberdar etmek için yapılır sorusuna katılımcılar %47.1 ile “katılıyorum” yanıtını vererek bu platformun bu güdülerini tetiklediğini belirlenmiştir.
- Katılımcılardan 118 kişi Instagram platformunun kültürümüze zarar vermediğini düşündükleri görülmüştür.

Araştırmanın genel sonuçlarına bakıldığında üniversite öğrencilerinin Instagram sosyal medyası kullanılmasına yönelik olumlu görüşlerinin olmasının yanı sıra bazı olumsuz düşüncelerinin de olduğu görülmüştür. Genç kuşağın yaşamış olduğu bu kültürel değişim ve İslami yozlaşma ve yabancılaşma daha da toplumumuzu aşındırmadan ve değerlerimizi yok etmeden köklü değişimlerin belki de ilk adımı olan gençleri bilinçlendirme amaçlı çalışmalar yürütülüp değerlerimiz ve İslami yaşam anlayışımızın yeniden uyandırılması gerekmektedir.

Mahremiyetin en bilinen anlamı kişiye, aileye özel, saklı, gizlidir. Mahremiyetin sınırları ise toplumdan topluma, kişiden kişiye ve çağdan çağa değişmektedir. Ama yine de ortak sınırlar ve alanlar çizilebilmektedir. Ancak medyanın ve internetin

yaygınlaşması ile birlikte, günümüzde mahremiyetin sınırlarını tekrardan çizmek ve nasıl korunacağı konusunu gündeme gelmiştir.

Kitle iletişim araçları her şeyi orta yerde sergilemekte, özel alan veya mahremiyet dinlemeden her şeyi insanların gözleri önüne taşımaktadır. Bütün bunlara günümüz toplumlarının geldiği aşama da eklenince ortaya mahremiyetin kalmadığı, özel alanın sınırlarının kalktığı ve bütün mahrem şeylerin kamunun önüne serildiği mahrem toplum yapısı ortaya çıkmıştır.

Bunlardan da önemlisi kişisel düşünceler, duygu ve sırlar; görsel materyaller paylaşılmaktadır. Bütün hayat kamusal tüketim meydanına sunulmaktadır. Gözetimin, dikizlemenin ve teşhirin devasa boyutlara ulaştığı, herkesin her şeyi merak ettiği ve abartılı olarak paylaştığı bir sanal devrim çağındayız. Bu çağda duvarlar yıkılmış, yerini şeffaflık almıştır. Her şey aşırı şeffaflaşmaktadır. Dünyada sır kalmamış, her şey görünür olmuştur. Doğal olarak paylaşımın abartılı ve dünyanın da görünür hale geldiği ortamda herkes izler kitleye dönüşmüştür. İzleyici demek, bir tanık demek, tanık demek ise yaşadığının ispatı demektir(Karaoğlu, 2010: 47- 49).

Ağlarla birlikte yaşadığımız bu yapının içerisinde ait olduğumuz sosyal ağlar kullanıcıların yaşamlarına ait önemli benzerlikler taşımaktadır. Tıpkı vücudumuzda var olan damarlar gibi bir işleyiş ve öneme sahip bu ağlar kullanıcılarını bir kalıba sokarken aynı zamanda kullanıcıların bu ağlarda gerçekleştirdiği kullanım standartları da onun yapı ve özelliklerini oluşturarak karşılıklı bir etkileşim meydana getirmektedir. Bu bağlamda günümüz bireyleri için ‘bana sosyal ağını söyle sana kim olduğumu söyleyeyim’ tabirini kullanmak çok da yanlış bir ifade olmayacaktır. Bağlı olduğumuz sosyal ağlar biz kullanıcıların sosyo-kültürel ve ekonomik yaşam pratiklerine dair göstergeleri de içerisinde barındırmaktadır. İnternet ortamında birbirinden farklı noktalar barındıran çok çeşitli medya platformu bulunmakta ve bunlar arasında instagramda yer almaktadır(Yengin, 2016: 110).

Teknoloji kullanımı sık sık kendini yaşamlarımızda gösterirken dikkat çeken diğer bir yanı ise sürekli en son çıkan teknolojik ürüne sahip olma isteği yaratılması ve sunulması teknolojik ürün kullanımını tetiklediği ve bir öncekinin eski ve kullanmaya değer olmadığı algısı yaratılmaktadır. Bu yaratılan algı ise zaten tüketim kültürünün ürettiği, tükettikçe var olma hissini kuvvetlendiren ve tüketimi körükleyen güdülerden kaynaklanmaktadır. Her yeni çıkan ürünle birlikte zaten hali hazırda kullanıma uygun

yenilenmiş güncellenmiş platformlarda içlerinde gelmektedir. Kolayca ve yorulmadan elde edilen bir sosyal özgürlük.

Bireylerin boş zaman olarak adlandırdığı iş dışı vakitlerinde; düşünen, üreten ya da kişiye faydalı aktivite ve kaliteli zaman geçirme amacından çok, faydasız ve üretkenlikten uzak tamamıyla vakit öldürmek için planlanmış aktivitelerin yer aldığı yaşam tarzına uygun, yaşamımızın boş alanlarını sadece tüketen ve tüketimi tetikleyen sosyal medya ortamlarında vakit öldürmeyi işaret eden platformlar özellikle genç kuşak ve tüm kullanıcılar tarafından rağbet görmekte ve hayatlarımızla birlikte birçok inanç kaynağımızda sömürülmektedir..

Modern döneme gelindiğinde, liberalizmin en parlak zamanlarını yaşadığı günümüz dünyasının kamusal alan özel alan sınırlarının nereden başlayıp nerede son bulduğu tartışması aktiflik kazanmıştır. Gerçekliğin meta haline getirilip yeniden üretildiği bir alan haline dönüşen kamusal alan, özel alan hudutlarının yıkıldığına dair görüşler olsa da, gerçekte özel alan kamusal alanı işgal etmektedir. Bunun en başat aracı medyadır.

Kitle iletişim araçları aracılığı ile mahremiyet görünürlük elde etmiş, dikizleme ve teşhirci olmak kültürü doğmuştur. Özel alanın kamusal alana göçü ile sıradan hayatlar yeniden üretilebilen bir ticaret nesnesi olmuş, gündelik hayatın özneleri bu ticaretin nesnesi halini almıştır(Karaoğlu, 2010: 45).

Kamusal sınırları genişleten ve alternatif bir medya ortamı sunan internetin gerçek kimliği gizleme ve bunun aracılığı ile sınırı olmayan hareket etme olanağı tanınması istenen kişiye herhangi bir zarar verilebilmesinin yanı sıra mahremiyet sınırlarını aşındırması hatta yok ederek mahremiyeti barındıran anları görünür hale getirmesi gibi tehlikeli zararları da vardır. Dolayısıyla internet mevzu bahis olduğunda akla gelen ilk kavram ve tartışma konusu mahremiyet olmaktadır.

Öneriler

- Bu çalışma Fırat Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Daha sonraki araştırmalarda genişletilerek diğer üniversitelerin farklı bölümlerini kapsayacak şekilde yapılabilir.
- Bu araştırma eğitimin farklı kademelerinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde uygulanabilir.
- Sosyal medya kullanımının olumsuz yönleri göz önüne alındığında, bu olumsuzlukların kaldırılmasına yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını ölçmeye yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Üniversitelerde okuyan öğrencilere yönelik sanatsal, kültürel ve sportif faaliyetlerin arttırılması ve öğrencilerin sosyalleşmesini katkı sağlayacak etkinlikler düzenlenerek yaşam kalitelerinin arttırılmasını amaçlayan etkinlikler uygulamaya koyulabilir.
- Kültürel farklılıkların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını etkileyip etkilemediği yapılacak çalışmaların konusu olabilir.
- Sosyal medya kullanımının psikolojik ve fiziksel sağlık üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Sosyal medya kullanımı hakkında seminerler verilerek kaliteli vakit geçirme konusunda bilinçlendirme sağlanabilir.
- Ahlaki örf adet ve dini değerlere uygun genç kuşaklar yetiştirilebilir.

KAYNAKÇA

- AVCI, Ö., (2015). “Dijital Yaşamın Dijital Özne(l)leri: Herkes ya da Hiç Kimse”, Uşak Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1); 254- 255.
- ANKARALIGİL, N. (2013). Medya Ve İletişim Politikaları Güncel Tartışmalar Düzenlemeler. İzmir: Tıbyan Yayıncılık.
- BİNARK, M.(2007). Yeni Medya Çalışmaları. Ankara: Dipnot Yayınları.
- BÜYÜKASLAN A. ve KIRIK A.M. (2015). Sosyal Medya Araştırmaları 2, Konya: Çizgi Kitapevi.
- DAĞTAŞ B. ve DAĞTAŞ E. (2009). Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Domaniç N. ve ALVAN N. (2009).Yeni Medya Üzerine Kavramlar, Yaklaşımlar Ve Uygulamalar, Antalya: Ütopya Yayınevi.
- JARVIS J., (2012). E-Sosyal Toplum Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi. Çev: Çağlar Kök. İstanbul: Mediacat Kitapları.
- KARAGÜLLE, A. (2015)., Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KARAOĞLU, G. (2010)., Kamusal Ve Özel Alan Ekseninde Medya Ve Mahremiyet, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- OĞUZHAN, Ö.(2015). İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- ÖZ, M. (2014)., Changes in Use and Perception of Privacy: Exploring Facebook users' privacy concerns and awareness of privacy implications, Journal of Yasar University, 9(35), 6247.
- ŞAHİN H.(1991). Yeni İletişim Ortamı ve Basın Özgürlüğü, Basın Konseyi Bilimsel Araştırması, İstanbul: Anadolu Matbaası.
- VURAL, Z.B.A. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yasar University. 20(5) 3348-3382
- YAZIR. E.M.H. (2017). Kuran-ı Kerim ve Meali. İstanbul: Ayfa Basın Yayın Dağıtım.

- YENGİN, D.A. (2016). Sosyal Medya Ve Akıllı Mobil Teknoloji: Akıllı Sosyal Yaşamlar. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC April 2016 Volume 6 Issue 2 s. 110
- YENİÇIKTI T. N.(2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnstagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma Journal of Selcuk Communication 9(2) s.95
- YILMAZ A. (2012) “Sosyal Medya Kullanımında Güncel Tartışmalar: Üniversite Öğrencileri Örneğinde Mahremiyet - Kamusal Alan İlişkisi” *Global Media Journal Turkish Edition Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Ve Sinema Bölümü Erzurum* s. 253.
- YÜKSEL M. (2003) “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi” *Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi Ankara* s.185- 187.

İnternet Kaynakları

- www.diyenet.gov.tr. Erişim Tarihi: 12/07/2017
- www.medyaakademi.org. Erişim Tarihi: 19/07/2017
- <http://sosyalmedyakulubu.com.tr/sosyalmedya/sosyal-medya-nedir.html> Erişim Tarihi: 25/07/2017
- <http://www.islamalimleri.de/mahrem> Erişim Tarihi: 25/07/2017
- www.diyenet.gov.tr. Erişim Tarihi: 29/07/2017
- www.dijilopedi.com Erişim Tarihi: 29/07/2017
- siradisidigitalexperience.com Erişim Tarihi: 01/08/2017

EKLER**Ek 1.** Orijinallik raporu

Ek 2. Anket Formu

MAHREMİYET VE INSTAGRAM MAHREMİYETİNİN İNSANIN YAŞAM OLGUSUNA ETKİLERİ

DEĞERLİ KATILIMCI; Bu anket, bilimsel bir araştırmada veri olarak kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Anket sorularına vereceğiniz samimi cevaplar araştırmanın nesnelliği açısından önem arz etmektedir. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Aşağıda size uygun olan ifadeye (X) işareti koyunuz.	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

1. Cinsiyetiniz O 1- Erkek O 2- Kadın
2. Yaşınız O 1- 18-25 O 2- 26-33 O 3- 34-41 O 4- 42 ve üstü
3. Instagram hesabınız var mı? O 1- Evet O 2- Hayır
4. Instagram hesabınızı ne zaman oluşturdunuz? O 1-1yıldan az O 2- 1-2 yıl önce
O 3- 3-4 yıl önce O 4- Daha fazla
5. Instagram hesabınıza takriben kaç gün giriyorsunuz? O 1- Bazen O 2- Sık sık
O 3- Her zaman O 4- Hiç
6. Instagram hesabınızda ne sıklıkta fotoğraf video vb. paylaşıyorsunuz?
O1- Bazen O 2- Sık sık O 3- Her zaman O 4- Hiç
7. Mahremiyetin ne demek olduğunu biliyor musunuz? O 1- Evet O 2- Hayır

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
8. Instagramda fotoğraf ve video paylaşımları mahremiyet duvarlarını yok eder.					
9. Instagram hesabı gizlilik ayarı açık olmalıdır.					
10. Instagram platformu içerisinde tanınan kullanıcılar takip edilebilir ve takip isteği onaylanabilir.					
11. Instagramda paylaşımda bulunmak 'Beğenilmek' 'Haberdar Olmak' 'Haberdar Etmek' gibi nedenlerle yapılır.					
12. Instagramda diğer kullanıcıların neler yaptığından haberdar olabilmek için instagram kullanılmalıdır.					
13. Instagramda diğer kullanıcıların paylaşımlarını görebilmesi ve beğenide bulunması beni rahatsız etmez.					
14. Instagramda paylaşımlarımın beğeni alması beni teşvik eder.					
15. Instagram hesabının gizlilik ayarının kapalı olması mahremiyeti korumak için yeterlidir.					
16. Instagram platformu kültürümüze zarar vermektedir.					
17. Instagram platformu yaşam şekillerimizi olumsuz yönde değiştirmektedir.					
18. Instagram platformu mahremiyet anlayışımızı yok etmektedir.					
19. Instagram kullanıcısı olmak günümüz teknoloji çağında bir zorunluluktur.					
20. Instagramda kullanılan gizlilik ayarları yeterlidir.					
21. Instagram günlük hayatta önemli bir yere sahiptir.					
22. Instagram platformu bir etkileşim/iletişim alanıdır.					
23. Instagram platformu güvenilir bir alan sunmaktadır.					
24. Instagram ahlaki değer yargılarını zayıflatır.					
25. Instagram kişisel kimliği ve benliği göstermekte kullanıcılara fırsat sunmaktadır.					

ÖZ GEÇMİŞ

14.12.1987 Bingöl’de dünyaya geldi. Emniyet memuru bir babanın kızı olduğu için İlköğrenimini farklı şehirlerde tamamladı. Orta ve lise öğrenimini memleketi olan Kayseri’de tamamladı. Üniversite Lisans eğitimine 2010 yılında Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde başladı ve 2014 yılında derece ile mezun oldu. 2015 yılında katıldığı aynı üniversitenin Pedagojik Formasyon Eğitimini başarıyla tamamlayarak Yine 2015 yılı içerisinde İletişim bilimleri Tezli Yüksek Lisans eğitimine başladı. 2016 yılında dünya evine girdi.

Çalışmalarını Sosyal Medya ve İletişim konuları üzerinden sürdürmekte olup Akademik kariyerine devam etmektedir.

