



T.C.

EGE ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

**SOSYAL MEDYA İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN
MAHREMİYET ALGISI: DİJİTAL YERLİLER VE
DİJİTAL GÖÇMENLERE YÖNELİK BİR ANALİZ**

Yüksek Lisans Tezi

BÜŞRA ÇETİN

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim dalı

İzmir, 2021

T.C.

EGE ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

SOSYAL MEDYA İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN
MAHREMİYET ALGISI: DİJİTAL YERLİLER VE
DİJİTAL GÖÇMENLERE YÖNELİK BİR ANALİZ

BÜŞRA ÇETİN

TEZ DANIŞMANI: DOÇ.DR. HİDAYE AYDAN
BİLGİLER

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim dalı

İletişim Araştırmaları Yüksek Lisans Programı

ETİK KURALLARA UYGUNLUK BEYANI

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne sunduğum “Sosyal Medya ile Birlikte Değişen Mahremiyet Algısı: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlere Yönelik Bir Analiz” adlı yüksek lisans tezinin tarafımdan bilimsel, ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığını, tezimde yararlandığım kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda gösterdiğimi onurumla doğrularım.

BÜŞRA ÇETİN



ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez araştırma öneri formumu sunmadan önce çalışmak istediğim sosyal medya ve mahremiyet konusu üzerine tez danışmanımla kritikler gerçekleştirdik. Literatür bilgimi zenginleştirip varsayımlarımı güçlendirdikten sonra öneri formu ve etik kurul izin belgelerinin hazırlanması sürecine geçtik. Bu süreç içerisinde literatür bilgim zenginleştiği gibi küresel bir değişim olan mahremiyet kavramının tarihsel süreç içerisindeki yerini ve önemini keşfettim. Araştırma sürecini yönetirken teorik ve uygulama eğitimlerini ders döneminde aldığım nicel ve nitel araştırma süreçlerini tecrübe ederek tez yazma sürecimi tamamladım.

ÖZET

Sosyal medyanın yaygın kullanımını birçok toplumsal değerlerin değişime uğramasında etkili olmuştur. Bu araştırmada; 1980 yılı sonrası doğan dijital yerliler ile 1980 yılı öncesinde doğan dijital göçmenlerin sosyal medyanın etkisiyle değişen mahremiyet algıları incelenmiştir. Çalışma, karma araştırma yöntemine göre tasarlanmıştır. Karma araştırma yöntemi, nicel ve nitel geleneği birbirine bağlayarak elde edilen verilerin daha kapsamlı incelenmesine olanak sağlamaktadır. Araştırmanın deseni ise, açıklayıcı desen olarak seçilmiştir. Araştırmanın nicel örnekleme yöntemi; olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden kolay örnekleme olarak belirlenmiş ve nicel süreçte 619 kişiye ulaşılmıştır. Nicel araştırma sürecinde elde edilen bulgular AMOS ve SPSS programları aracılığıyla istatistiksel açıdan çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amacı ve mahremiyet algıları arasındaki farklılıkları ölçümlemek için bağımsız t testi yapılmıştır. Bulgular ışığında, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları ve mahremiyet algıları arasında farklılıklara ulaşılmıştır. Mahremiyet algısı ve yaş arasındaki ilişkiyi tespit etmek için ise basit korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda, mahremiyet ve yaş arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Nicel analizlerde ulaşılan bulguları derinlemesine incelemek için araştırmanın ikinci aşaması olan nitel süreç tasarlanmıştır. Araştırmanın nitel örnekleme yöntemi amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme olarak seçilmiştir. Araştırmanın nicel bölümüne katılan 6 dijital yerli, 6 dijital göçmen toplam 12 kişi ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Nitel verilerin analiz edilmesi sürecinde içerik analizi ve betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Nitel veri analizleri, tema ve alt temalara ayrılarak ayrıntılı olarak sunulmuştur. Nitel verilerde elde edilen bulgular doğrultusunda, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları, paylaştıkları kişisel enformasyonları, mahremiyet algılarında farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular doğrultusunda nicel bulgular desteklenmiş, ayrıntılı olarak incelenmiş ve katılımcıların ifadelerine yer verilmiştir.

Anahtar kelimeler; Mahremiyet, Dijital yerliler, Dijital göçmenler, Sosyal medya.

ABSTRACT

The widespread use of social media applications has been influential in changing many social values. In this research, the changing privacy perceptions under the influence of social media of digital natives born after 1980 and digital immigrants born before 1980 were analyzed. The study was designed according to the mixed research method. The mixed research method enables a more comprehensive analysis of the obtained data by connecting the quantitative and qualitative tradition. The research pattern, on the other hand, was chosen as an explanatory pattern. Quantitative sampling method of the study was determined as easy sampling which is one of the non-probability sampling methods and 619 people were reached in the quantitative process. The results obtained in the quantitative research process were subjected to various statistical analyses through the AMOS and SPSS software. Independent t test was conducted to measure the differences between digital natives' and digital immigrants' purposes of social media use and privacy perceptions. In the light of the findings, differences have been reached between digital natives' and digital immigrants' purposes of social media use and privacy perception. Simple correlation analysis was performed to determine the relationship between privacy perception and age. As a result of the correlation analysis, it has been found that there was a significant relationship between privacy and age. The qualitative process, which is the second stage of the research, was designed to examine the findings of quantitative analysis in depth. Qualitative sampling method of the research was selected as criterion sampling which is one of the purposive sampling methods. In-depth interviews were conducted with 6 digital natives and 6 digital immigrants, a total of 12 people who participated in the quantitative part of the study. Content analysis and descriptive analysis method were used in the process of analyzing qualitative data. Qualitative data analyses were divided into themes and sub-themes and presented in detail. According to the results obtained in qualitative data, it has been concluded that digital natives and digital immigrants have differences in their social media use purposes, personal information they share, and perceptions of privacy. In accordance with these findings, quantitative findings were supported, examined in detail and the statements of participants were included.

Keywords: Privacy, Digital Natives, Digital Immigrants, Social Media.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR.....	v
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM MAHREMİYET

1. MAHREMİYET.....	3
1.1. Mahremiyet Kavramının Tanımı.....	3
1.2. Mahremiyet Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	5
1.3. Mahremiyet ve Kültür.....	8
1.3.1. Kültür.....	8
1.3.2. Mahremiyet ve Kültür İlişkisi.....	9
1.3.3. Gözetim Kültürü ve Mahremiyetin Dönüşümü.....	12
1.4. Mahremiyet ve Sosyal Medya.....	15
1.4.1. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi.....	17

1.4.2. Sosyal Medya Araçları.....	19
1.4.2.1.Facebook.....	19
1.4.2.2.Twitter.....	20
1.4.2.3.Instagram.....	20
1.4.2.4.WhatsApp.....	21
1.4.2.5.TikTok.....	21
1.4.2.6.Swarm.....	22
1.4.2.7.YouTube.....	22
1.4.2.8.Linkedin.....	22
1.5. Sosyal Medya ve Mahremiyet Alanyazın Taraması.....	23
1.6. Hukuksal Boyutuyla Mahremiyet.....	32

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER

2. DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER.....	35
2.1. Dijital Yerliler ve Genel Özellikleri.....	35
2.2. Dijital Yerliler ve Çalışma Hayatı.....	39
2.3. Dijital Yerliler ve Eğitim Hayatı.....	42
2.4. Dijital Göçmenler ve Genel Özellikleri.....	45
2.5. Dijital Göçmenler ve Çalışma Hayatı.....	49
2.6. Dijital Göçmenler ve Eğitim Hayatı.....	50

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SOSYAL MEDYA İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN MAHREMİYET ALGISI: DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLERE YÖNELİK BİR ANALİZ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	53
3.2. Araştırmanın Yöntemi.....	54
3.3. Araştırmanın Sayıtları.....	55

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	55
3.5. Nicel Araştırma Süreci.....	56
3.5.1. Nicel Araştırma Evren ve Örneklemi.....	56
3.5.2. Nicel Araştırma Hipotezleri ve Alt Hipotezleri.....	57
3.5.3. Araştırma Modeli.....	60
3.5.4. Nicel Araştırma Veri Toplama Araçları ve Ölçekler.....	60
3.5.5. Nicel Araştırma Süreci Normal Dağılım, Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri.....	62
3.5.5.1. Normal Dağılıma Uygunluk Testi Sonuçları.....	62
3.5.5.2. Verilerin Güvenilirliği.....	64
3.5.5.3. Verilerin Geçerliliği.....	66
3.5.6. Nicel Araştırma Süreci Katılımcılarına Ait Demografik Bulgular.....	68
3.5.7. Nicel Araştırma Hipotez ve Alt Hipotez Testler.....	78
3.6. Nitel Araştırma Süreci.....	90
3.6.1. Nitel Araştırma Evren ve Örneklemi.....	90
3.6.2. Nitel Araştırma Görüşme Sorularının Oluşturulması.....	90
3.6.3. Nitel Araştırma Geçerlilik ve Güvenilirlik.....	92
3.6.4. Nitel Araştırma Verilerin Analizleri ve Bulgular.....	93
3.6.4.1. Dijital Göçmenler Haberdar Olma Temasına Yönelik Görüşler.....	95
3.6.4.2. Dijital Göçmenler Gizlilik Temasına Yönelik Görüşler.....	96
3.6.4.3. Dijital Göçmenler Yansıtma Temasına Yönelik Görüşler.....	97
3.6.4.4. Dijital Göçmenler Mahremiyet İhlali Temasına Yönelik Görüşler.....	98
3.6.4.5. Dijital Yerliler Paylaşım Temasına Yönelik Görüşler.....	101
3.6.4.6. Dijital Yerliler Öğrenme Temasına Yönelik Görüşler.....	102

3.6.4.7. Dijital Yerliler Esnek Gizlilik Temasına Yönelik Görüşler.....	103
3.6.4.8. Dijital Yerliler Esnek Mahremiyet Temasına Yönelik Görüşler.....	104

TARTIŞMA VE SONUÇ.....	106
ÖNERİLER.....	115
KAYNAKÇA.....	116
EKLER.....	127
EK 1. SOSYAL AĞ KULLANIM AMAÇLARI ANKET SORULARI.....	127
EK 2. MAHREMİYET ANKET SORULARI.....	130
TEŞEKKÜR.....	134
ÖZGEÇMİŞ.....	135

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Örneklem Hatalarına Göre Örneklem Büyüklüğü.....	57
Tablo 2: Nicel Araştırma Sürecinde Kullanılan Ölçekler.....	62
Tablo 3: Normal Dağılım Testi Sonuçlarına Yönelik Bulgular.....	63
Tablo 4: Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği Güvenilirlik Testi Sonuçları... 	64
Tablo 5: Mahremiyet Ölçeği Güvenilirlik Testi Sonuçları.....	65
Tablo 6: Sosyal Medya Kullanım Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	66
Tablo 7: Mahremiyet Ölçeğine Yönelik Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	67
Tablo 8: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları.....	68
Tablo 9: Kuşak Temelli Cinsiyet Dağılımları.....	68
Tablo 10: Katılımcıların Yaş Dağılımları.....	69
Tablo 11: Kuşak Temelli Gruplu Yaş Dağılımları.....	69
Tablo 12: Katılımcıların Eğitim Durumlarının Dağılımları.....	70
Tablo 13: Katılımcılara Ait Gelir Dağılımları.....	70
Tablo 14: Kuşak Temelli Günlük Ortalama Sosyal Medya’da Harcanan Zaman Aralığı Dağılımları.....	71
Tablo 15: Kuşak Temelli Facebook Kullanım Yüzdeleri.....	72
Tablo 16: Kuşak Temelli Twitter Kullanım Yüzdeleri.....	73
Tablo 17: Kuşak Temelli Instagram Kullanım Yüzdeleri.....	73
Tablo 18: Kuşak Temelli WhatsApp Kullanım Yüzdeleri.....	74
Tablo 19: Kuşak Temelli TikTok Kullanım Yüzdeleri.....	74
Tablo 20: Kuşak Temelli Swarm Kullanım Yüzdeleri.....	75

Tablo 21: Kuşak Temelli YouTube Kullanım Yüzdeleri.....	75
Tablo 22: Kuşak Temelli LinkedIn Kullanım Yüzdeleri.....	76
Tablo 23: Kuşak Temelli Diğer Kullanılan Sosyal Medya Uygulamalarının Yüzdelikleri.....	76
Tablo 24: Kuşak Temelli Diğer Kullanılan Sosyal Medya Uygulamalarının Yüzdelikleri.....	77
Tablo 25: Dijital yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Yönelik Analiz Sonuçları.....	78
Tablo 26: Dijital yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Araştırma Alt boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	79
Tablo 27: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım İş Birliği Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	79
Tablo 28: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İletişimi Başlatma Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	80
Tablo 29: Dijital yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İletişimi Kurma Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	81
Tablo 30: Dijital yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İletişimi Sürdürme Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	81
Tablo 31: Dijital yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İçerik Paylaşma Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	82
Tablo 32: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları Eğlence Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	82
Tablo 33: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Araçlarında Mahremiyet Algılarına Yönelik Analiz Sonuçları.....	83
Tablo 34: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Araçlarında Hak Olarak Mahremiyet Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	84
Tablo 35: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Araçlarında Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	84

Tablo 36: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Araçlarında Başkalarının Mahremiyetini Korumanın Önemi Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	85
Tablo 37: Dijital Yerli ve Dijital Göçmenlerin Sosyal Medya Araçlarında Diğer İhtimalli Mahremiyet Alt Boyutuna Yönelik Analiz Sonuçları.....	85
Tablo 38: H3 – H3a ve H3b Basit Korelasyon Analizi Sonuçları.....	87
Tablo 39: H4 Basit Korelasyon Analizi Sonuçları.....	87
Tablo 40: H5 Basit Korelasyon Analizi Sonuçları.....	88
Tablo 41: Hipotez Sonuçları.....	88
Tablo 42: Nitel Araştırma Görüşme Soruları.....	90
Tablo 43: Nitel Araştırma Süreci Katılımcılarına Ait Demografik Bulgular.....	93
Tablo 44: Dijital Göçmenlere Yönelik Bulgular.....	94
Tablo 45: Dijital Yerlilere Yönelik Bulgular.....	100

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Nicel Araştırma Modeli.....	60
---	-----------

KISALTMALAR

AMOS: Analysis of Moment Structures

DGE: Dijital Göçmen Erkek katılımcı

DGK: Dijital Göçmen Kadın Katılımcı

DYE: Dijital Yerli Erkek Katılımcı

DYK: Dijital Yerli Kadın Katılımcı

MÖ: Mahremiyet Ölçeği

SM: Sosyal Medya Ölçeği

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

GİRİŞ

Toplumsal değerler ortaya çıkan yeni buluş ve gelişmelerden etkilenmiştir. Her yeni buluş başta kültürel değerler olmak üzere, ekolojik düzen, kişilerarası iletişim, sağlık, ekonomi, eğitim, yönetim, çalışma hayatı gibi birçok alanın değişime uğramasında temel oluşturmuştur. İnsanlık tarihinin en hızlı değişim gösteren buluşu ise internet teknolojilerinin gelişmesiyle gerçekleşmiştir. İnternet teknolojilerinin ilk önce profesyonel alanlarda daha sonra ise bireyler tarafından kişisel olarak kullanılmaya başlanması yeni iletişim biçimlerinin, sosyalleşmenin ve yeni paylaşım biçimlerinin gelişmesinde ön koşul oluşturmuştur. Başlangıçta kişisel bilgisayarlar üzerinden kablolu olarak kullanılan internet sistemi zamanla geliştirilen akıllı telefonlarla ile sürekli çevrimiçi olarak bağlantıda kalmayı sağlamıştır. Geliştirilen her yeni buluş birçok yeni buluşun temeli olduğu için internet teknolojileri ve uzantılarıyla kullanılabilecek birçok program, uygulamalar tasarlanmıştır. Bu program ve uygulamalarının başında bireylerin sürekli iletişim de kalmasını sağlayan sosyal medya uygulamaları gelmektedir.

Sosyal medya uygulamalarının da geliştirilmesi aşama, aşama olmuştur. Her sosyal medya uygulamasının sunmuş olduğu kullanım amacı ve fonksiyonları farklıdır. Örneğin, Twitter uygulaması, kullanıcıların günlük rutinlerini ya da herhangi bir konu hakkında duygu, düşünce ve bakış açılarını metinsel olarak ifade ettiği sosyal medya alanıdır. Instagram, uygulaması ağırlıklı olarak fotoğraf, video gibi görsel içeriklerin üretildiği ve bireylerin yakın çevreleri ya da geniş kitlelerle paylaştığı uygulamadır. Twitter ve Instagram uygulamaları örnek olarak sunulmuştur. Günümüzde aktif olarak kullanılan Facebook, WhatsApp, YouTube, LinkedIn, TikTok gibi birçok sosyal medya uygulaması vardır. Geliştirilen her uygulamanın geliştirilme amacı farklılık göstermiş olsa da hepsinin birleştiği nokta sürekli iletişim halinde kalma ve sosyalleşmektir. Bu uygulamaların yaygın olarak kullanılmaya başlanması ve bireylerin sürekli kişisel hayatları ile ilgili enformasyon sunmaları toplumsal değerlerin değişmesine de etkili olmuştur.

Her dönemin kendine ait kültürel değerleri ve hassas çıktıları olduğu gibi aşama aşama bu değerler esneklik kazanmaya başlamıştır. İnternet teknolojileri ve onun uzantıları sosyal medya uygulamaları ile iletişim biçimleri başta olmak üzere bireylerin mahremiyet algıları da farklılaşmaya başlamıştır. Sosyal medya ile birlikte kullanıcılar

günlük rutinlerini, özel anlarını, mutluluklarını, üzüntü ve hüznlerini, konum bilgilerini, romantik hayatlarını, ideolojik bakış açılarını yakınları ya da geniş kitlelerle sansürlemeden paylaşmaya başlamışlardır. Orta Çağ'da insanların fiziksel mahremiyet alanlarını korumaya almaya çalışmasıyla başlayan ve 1980'li yıllarda bireylerin hukuksal olarak daha sağlam temeller oluşturmaya çalıştıkları mahremiyet hakları 21.yüzyılda kişilerin kendileri tarafından ihlal etmeye başladıkları alan haline gelmiştir. (Vincent, 2017, s.11, Warren ve Brandeis, 1890, s.193).

Dijital çağın içerisine doğan kuşak ile dijital öncesi dönem de doğmuş olan kuşakların sosyal medya uygulamalarını kullanma pratikleri ve bunun yansıması olan mahremiyet algılarında değişiklikler olduğu varsayılmaktadır. Bu nedenle, dijital yerliler ve dijital göçmenlerin sosyal medya uygulamalarının etkisiyle değişen mahremiyet algıları, farklılıkları ve nedenlerinin araştırılması hedeflenmiştir. Gerçekleştirilen araştırma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm mahremiyet, ikinci bölüm dijital yerliler ve dijital göçmenler, üçüncü bölüm ise araştırma bölümü olarak tasarlanmıştır.

İlk bölüm kapsamın da mahremiyet kavramı tarihsel süreç süzgecinden geçirilmiş, ulusal uluslararası literatür altyapısı taranmıştır. Ayrıca mahremiyet başlığı altında sosyal medya kavramının gelişim sürecine, sosyal medya ve mahremiyet perspektifinde incelenen çalışmalara yer verilmiştir. İkinci bölüm de dijital yerli ve dijital göçmenlerin genel özellikleri, eğitim hayatları ve çalışma hayatları bağlamında üç başlık altında incelenmiştir. Üçüncü bölüm olan araştırmanın kapsamına ve karma yöntemi temelinde gerçekleştirilen nicel – nitel araştırma süreçlerinin tüm aşamalarına ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. MAHREMİYET

Tez çalışmasının birinci bölümünde mahremiyet; kavramsal, kültürel, hukuksal ve sosyal medya temelinde ayrıntılı olarak incelenmiştir.

1.1. Mahremiyet Kavramının Tanımı

Mahremiyet -privacy-, kavramı etimolojik perspektifte incelendiğinde kökeninin Arapça *mahrem* kelimesine dayandığı görülmektedir. Mahrem kelimesi Arapça h-r-m kökünden türemiştir. Sözlük anlamıyla, haram bir şeyin yasak olduğu anlamını taşımaktadır (el İsfahani'den aktaran Gündoğdu, 2017, s.388). Mahrem kelimesinden türeyen mahremiyet Türkçe anlamıyla, “gizlilik”, “gizli olma durumu” olarak tanımlanmaktadır (sozluk, 2019). Cambridge sözlüğü tanımlamasına göre ise mahremiyet -privacy-, “kişisel bilgileri ve ilişkilerini gizli tutma hakkı”, “yalnız kalma durumu” olarak ifade edilmektedir (s.1127). Tez çalışması kapsamında mahremiyet, “gizlilik”, “gizli olma durumu” ve “kişisel bilgileri ve ilişkileri gizli tutma hakkı” anlamlarıyla ele alınmıştır.

Mahremiyet kavramını inceleyen akademik çalışmaların temel olarak Warren ve Brandeis tarafından gerçekleştirilen “*The right to privacy*” araştırmasına gönderme yaptıkları görülmektedir. Warren ve Brandeis (1890), mahremiyeti “yaşama hakkı”, “yalnız bırakılma hakkı” ve “yaşamdan zevk alma hakkı” olarak tanımlamışlardır (s.193). Bu tanımlama hem mahremiyet kavramının tarihsel süreç içerisindeki gelişimine hem de mahremiyetin hukuksal boyutuna temel oluşturmuştur.

Mahremiyet kavramıyla ilgili araştırmalar gerçekleştiren Westin (1967), mahremiyeti bireyin, grupların ya da kurumların kendisi hakkında bilgileri ne zaman, nasıl ve ne düzeyde başkalarına ne ölçüde iletileceğini belirlemesi olarak tanımlamaktadır (s.3). Bu tanımlama ışığında mahremiyet, bireylerin kişisel enformasyonlarını koruma altına aldıkları ve kendi istekleri doğrultusunda kişi ya da kurumlarla paylaştıkları özel bilgiler olarak ifade edilmektedir. Benzer ifadeyle Serçmeli (2017), mahremiyet kavramını bireylerin kamu hayatına katılıp katılmama ya da ne düzeyde katılacakları konusunda karar verme yetkisine sahip oldukları anlamına geldiğini savunmaktadır (s.4).

Farklı bir değerlendirmeye Schoeman (1992), mahremiyeti ahlaki değerler perspektifinde incelemiştir. Mahremiyet kavramını, bir kişinin özerk, duygusal, bilişsel,

manevi ve ahlaki değerlerini geliştirmek için sosyal ve yasal olarak sağlanan hakları olarak ele almıştır. Mahremiyet kişisel bilgilerle ilgilidir ve başkalarının bu bilgilere ne düzeyde ulaşabileceğini ifade eder (s.193). Kısacası, Schoeman’a göre mahremiyet kavramı, insanların içsel ahlaki değerlerini temel alarak kişisel bilgilerini başkalarıyla paylaşma eğilimi ve düzeyi ile ilgilidir. Aynı zamanda bireylerin geliştirmiş oldukları duygusal, bilişsel, manevi ve ahlaki değerler başkalarının özel alanlarına duyulan saygıyı doğrudan etkilemektedir.

Solove (2008), mahremiyet kavramı üzerine bilimsel olarak yapılan tanımlamaları altı grupta sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırmalar; “yalnız bırakılma hakkı, benliğe sınırlı erişim, mahremiyet-başkalarından belirli konuların gizlenmesi, kişisel bilgiler üzerinde kontrol, kişiliğin – bireyselliğin ve haysiyetin korunması, yakınlık – kişinin samimi ilişkileri” olarak sıralanmıştır (s.12). Bu sınıflandırılmaları temel alarak mahremiyet bireylerin özel alanları ile bütünleştiği, fiziksel ve düşünsel sınırlarını kendi istekleri doğrultusunda genişlettikleri alan olarak tanımlanabilir.

Altaytaş (2015), tarafından mahremiyet kavramı, bir kişinin kendi varoluşsal zemininin maddi ve manevi sınırlarını tanıması ve koruması olarak tanımlanmıştır (s.384). Nitekim, ilkel zamanlardan itibaren bireyler maddi ve manevi mahremiyet sınırlarının kişi, kurum ya da devletler tarafından tanınması ve korunmasını talep etmişlerdir. Farklı bir ifadeyle mahremiyet kavramı, kişiye ait özel ve korunaklı alan olarak ifade edilmiştir. Her kişi kendine ait özel alanı koruma idsne sahiptir. Bu id doğrultusunda diğer kişilere mesafe koymak ister. Mesafenin uzaklığını belirleyen unsurlar ise kişisel ya da yaşadığı toplumun kültürel özellikleriyle bağlantılıdır (Sezen ve Erden, 2019, s.84). Örneğin; bazı bireyler mahremiyeti sadece fiziksel sınırlar ile ele alırken, bazı bireyler için bu alanın kapsamı oldukça geniştir. Mahremiyet kavramının anlamı ve kapsama alanı bireyin içselleştirdiği normlara göre değişiklik göstermektedir.

Utma (2018), bireylerin yaşamış oldukları toplumdaki kültürel ahlaki normların, inancın, bireysel farklılıkların ve zaman faktörünün mahremiyet kavramını tanımlama da zorluklar yaşanmasına neden olduğunu belirtmiştir (s.1197). Mahremiyet kavramı, ifade özgürlüğünü, bireyin fiziksel sınırlarını, evde yalnız ve gözetimden uzak kalmayı, kişisel itibarı, izinsiz arama ve sorgulamalardan korunmayı kapsayan şemsiye bir kavramdır. Kavramın kapsamının geniş olması, bireylerin yaşadıkları coğrafi konuma, zamana,

toplumsal normlara ve çeşitli disiplinlerin inceleme alanlarına bağlı olarak değişime uğraması mahremiyet kavramının net olarak ifade edilmesini zorlaştırmaktadır. Bu ifadeye paralel olarak Akyazı (2019), mahremiyet kavramının içini bireylerin kendi kültürel ve kişisel algılarına göre doldurduğu sınırları tam olarak çizilmeyen muğlak bir kavram olarak tanımlamıştır (s.198).

Farklı bir değerlendirmeye Giddens (2018), mahremiyeti değişen romantik ilişkiler perspektifinde ele almıştır. Mahremiyetin dönüşümü çalışmasında kadın ve erkek ilişkilerini aşk, cinsellik ve erotizm temelinde ayrıntılı olarak incelemiştir. Mahremiyeti, her şeyden önce kişilerarası ilişkiler çerçevesinde, diğer bireylerle ve kişisel benlikle duygusal iletişim kurma süreci olarak tanımlamıştır. Modernizm'in getirmiş olduğu toplumsal dinamiklerle kadınların eşitlik talebi, kadınların duygu devrimcileri rolünü üstlenerek mahremiyet alanın genişlemesine neden olmuştur.

Dönemsel süreç içerisinde ele alındığında mahremiyetin anlamının durağan olmadığı zaman, kültürel değerler, inanç biçimi, cinsiyet, coğrafi konum, teknolojik ve bilimsel gelişmelere bağlı olarak değişime uğradığı görülmektedir. Zaman faktörüyle incelediğimiz zaman mahremiyetin fiziksel sınırlardan, bireysel mahremiyet anlayışına doğru gelişim gösterdiği görülmektedir. Bireyler öncelikli olarak mekansal mahremiyetlerini korumaya yönelik eğilim içerisindeyken zamanla bireysel mahremiyetlerinin önemini gündeme getirmişlerdir. Yalnız kalma hakkı, gizlilik hakkı, yaşamdan zevk alma hakkı gibi kendilerine ait fiziksel ve düşünsel özel alan talep etmişlerdir. Mekansal ve bireysel mahremiyet hakkı evrensel nitelikte kabul edilse de bireylerin kişisel mahremiyet algılarının şekillenmesine neden olan faktörlerin başında kültürel değerler, inanç biçimi ve yaşanan coğrafya gelmektedir.

İlkçağlardan itibaren bir hak olarak talep edilen ve sınırları sürekli değişen mahremiyet kavramı bilimsel ve teknolojik gelişmeler ışığında en hızlı ve kesin değişimi yaşamıştır. Bireylerin bir hak olarak koruma altına alınmasını istediği fiziksel, bireysel ve düşünsel özel alanları sosyal medya uygulamalarının kullanımının yaygınlaşmasıyla bireylerin kendileri tarafından ihlal edilen bir alan haline gelmiştir.

1.2.Mahremiyet Kavramının Tarihsel Gelişimi

Mahremiyet (Privacy), insanlık tarihi kadar eski bir kavram olduğu gibi süreç içerisindeki değişimlerden etkilenen akışkan ve dinamik bir kavramdır. Antik çağlardan

itibaren mahremiyet, ev yaşamından kişilerarasındaki dedikoduya ve gizlice dinlemeye kadar birçok konuda tartışılmıştır. Yaşanan teknolojik, ekonomik, toplumsal ve sosyolojik gelişmeler ışığında mahremiyet kavramı da etkilenmiştir. Fakat 20. Yüzyıldaki teknolojik gelişmeler özellikle bilgisayar ve internet teknolojilerinin ani yükselişi mahremiyet konusu evrensel açıdan oldukça önemli bir konu haline getirmiştir.

Orta Çağ'da mahremiyet kavramı daha çok “fiziksel mahremiyet” çerçevesinde ele alınmıştır. İnsanlar ilk olarak mekânsal mahremiyetlerini güvence altına almayı talep etmişlerdir. Mahremiyet hareketlerinin ev sahiplerinin kendi mekanlarının fiziksel istilasına karşı dava açma hakkı tanıyan yasaların on dördüncü yüzyılda şekillenmeye başladığı görülmektedir. İkamet edenlerin pencerelerinin kendi mülklerinden dışarıyı görebilmesi fakat komşusunun evinin içerisini görmemesi gerektiği gibi mimari olarak da sınırlamalar getirilmiştir.

Orta Çağ'da Londra Mahkemelerinden görülen her altı davadan birinin pencereler ve kapılar aracılığıyla ortaya çıkan mahremiyet ihlallerden kaynaklı olduğu görülmektedir. Nitekim 1341'de Londra'da eşi vefat etmiş bir kadın, komşusunun evinin dört penceresinin kırık olması nedeniyle kendi evinin bahçesinin görüldüğünü belirterek dava açmıştır. Durum mahkeme heyeti tarafından incelenmiş ve 40 gün içerisinde onarım yapılmasına karar verilmiştir (Vincent, 2017, s.11). Benzer nitelik farklı bir dava örneği Osmanlı Devleti'nin kayıtlarında da rastlanmıştır. Karabet v. Krikor evine yeni pencereler açan komşusu Agov v. Haçok'dan davacı olmuştur. Komşusunun açtığı pencerelerin Karabet v. Krikor'un evinin mahremiyet sınırlarını ihlal ettiği gerekçesiyle kapatılmasına karar verilmiştir (Erkan, 2015, s.357). Mahremiyetin mülkiyetle görülen bu ilişkisi, mimari yapının gelişimini doğrudan etkilemiştir.

Erken dönemden itibaren mahremiyet kişisel günlükler, mektuplar, sırların ifşası, gizlice dinleme ve dedikodu gibi konularda da önemli olmuştur. Günlükler, bireylerin kendi içsel dünyaları, dinsel inanışları, günlük rutinleri, duygu ve düşüncelerini not aldığı özel materyalleridir. Matbaanın gelişmesiyle birlikte yaygınlaşan mektuplaşma kültürü bireylerin günlerce, aylarca haber alamadıkları yakınlarına, sevgililerine ulaştıkları önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir. Bireyler mektuplar sayesinde yakınlarına hayat akışlarından, özlemlerinden bahsederken sevgililer aşklarını ilan etmişler, evlilik kararı almışlardır. Özellikle mahrem alanın keskin çizgilerle çizilmiş olduğu, kadın ve erkek

arasındaki eşitsizliğin çok fazla olduğu dönemlerde kişisel günlüklerin, mektupların okunması ve ifşaa edilmesi mahremiyet ihlaline neden olmuştur (Solove, 2008: Vincent, 2017: Giddens, 2018). Ayrıca erken dönemden günümüze kadar gizlice dinleme yöntemiyle elde edilen ya da güven ve samimiyet temelinde paylaşılan bireysel sırların dedikodu konusu haline getirilmesi, sırların ifşaa edilmesi de mahremiyet ihlali olarak görülmektedir.

Modernizm'in getirdiği değişimlerle erken dönemdeki mahremiyet anlayışı insanın ruhsal doğası, akli ve mantığını tanımasıyla genişlemiştir. Warren ve Brandeis (1890), genişleyen bu mahremiyet anlayışını, “yaşama hakkı”, “yalnız bırakılma hakkı” ve “yaşamdan zevk alma hakkı” olarak tanımlamışlardır. Modernizm etkisiyle bireysel mahremiyet kavramının ön plana çıkması, kişilerin mahrem alanı ve mahremiyet sınırlarını kendi algılarına göre şekillendirmelerinde etkili olmuştur. Artık insanlar, kişilerarası ilişkileri ve sosyalleşme süreçlerinde toplumsal yapının dayattığı sınırlar çerçevesinde değil, kendi belirledikleri mahremiyet sınırları çerçevesinde toplumsal ilişkilerine yön vermişlerdir.

Bireysel mahremiyet kavramı, bireylerin aile yaşamlarının, eğitimlerinin, sosyal sınıfının ve psikolojik yapısının yansımasıdır. Westin (1967), bireysel mahremiyet durumunu; yalnızlık, samimiyet anonimlik ve gizlilik olarak dört boyutta ele almıştır. Bu mahremiyet boyutlarında, kişilerin ihtiyaçları sürekli değişebilir. Bireyler aniden yalnız kalmak isteyebilir. Başka bir zamanda yakın arkadaşı ya da arkadaşlarıyla samimi bir ortamda zaman geçirmek isteyebilir. Ya da birey sorunlarını veya duygularını anonim kimliğini koruyarak hiç tanımadığı kişilere açmak isteyebilir.

Türkiye özelinde incelediğimizde modernizmin getirmiş olduğu toplumsal değişimlerle köyden kente göçler başlamış, kentleşme, gecekondulaşma, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi birçok etken ortaya çıkmıştır. Bu toplumsal değişimler 1980 yılı sonrasında ise merkezine teknolojiyi alarak hız kazanmıştır. 2000 yılı Milenyum sonrası Türkiye’de internet kullanımının artması kamusal ve özel alanın dönüşüme uğramaya başlamasında etkili olmuştur (Gündüz, 2015, s.310). Zaman içerisinde ise küreselleşme, kapitalist sistem, tüketim kültürü ve bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle mahremiyet kavramı bireyin kendi özel alanında algıladığı, tanımladığı ve sınırlarını kendisi çizdiği bir kavram haline gelmiştir.

Dijital çağ ise, teknoloji ve sosyal medyanın gelişimiyle mahremiyet kelimesinin yeniden tanımlanmasına neden olmuştur. Gözetim kültürünün yaygınlaşması, kullanıcıların kişisel bilgilerini, duygu, düşünce ve eylemlerini sosyal medya aracılığıyla gönüllü olarak paylaşması mahremiyet anlayışını ve sınırlarını genişletmiştir. Bireylerin antik çağdan itibaren koruma altına almaya çalıştığı fiziksel, bireysel ve düşünsel özel alanlarına şu an en büyük tehdidi bireysel davranış biçimleri oluşturmaktadır.

1.3.Mahremiyet ve Kültür

Mahremiyet ve kültür başlığı altında kültür kavramı, mahremiyet ve kültür ilişkisi, gözetim toplumu ve mahremiyetin dönüşümü ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

1.3.1.Kültür

Gerçekleştirilen araştırmalar çerçevesinde kültür kelimesini tanımlamaya yönelik ilk çalışmaların 18.yüzyıla dayandığı görülmektedir. Kültür kelimesi öncelikli olarak tarımsal faaliyetleri konu alan eylemler için kullanılsa da zamanla medeniyet ve uygarlık kelimelerini kapsayan anlamlar yüklenmiştir. Kültür kelimesinin çok boyutlu anlamı ve sosyoloji, antropoloji, felsefe, edebiyat, ekonomi, tarih gibi farklı disiplinler tarafından kullanılması net olarak ifade edilmesini zorlaştırmıştır.

Kelime anlamıyla "kültür", Latince *colere* fiilinden türetilmiştir.*Colere*; yetiştirmek, işlemek, onarmak, düzenlemek, inşa etmek, özen göstermek, ekip biçmek, iyileştirmek gibi anlamları kapsamaktadır. Latince *colere* fiilinden türetilen *cultura* teriminin anlamı ise zamanla kapsamını genişletmiştir. İlk olarak tarımsal faaliyetleri belirtmek için kullanılan kültür kelimesi, doğada kendiliğinden yetişen bitkiler haricinde tamamen insan eli ve emeğiyle tarla da yetiştirilen bitkileri isimlendirmek için kullanılmıştır (Özlem, 2008, s.153). Süreç içerisinde kültür; ekmek, inşa etmek, yetiştirmek anlamına paralel olarak insanın yetiştirilmesi, eğitilmesi, işlenmesi ve entelektüel bilgilerle donatılması anlamını kazanmıştır.

18.yüzyılın sonlarına doğru ise kültür kelimesi bir insan topluluğunun, bir halkın, bir ulusun hatta uluslararası topluluğun düşünsel, sanatsal, felsefi, bilimsel, yöresel faaliyetlerini yansıtan değerler toplamı olarak tanımlanmıştır (Özlem, 2008, s.154). Bu tanımlamayla birlikte kültür kelimesi bireyden topluma doğru yön değiştirmiştir. Çeçen (1996), göre kültür kelimesi ağırlıklı olarak bir insan grubunun duygu, düşünce ve yargı bütünlüğünü sağlayan sosyal değerlerin toplamı olarak ifade edilmektedir (s.11).

Kültür, toplumun bireyleri tarafından öğrenilen, saklanan ve yeni kuşaklara aktarılan değerler toplamıdır (Güvenç, 1970, s.103). Kültür, genetik değildir. Her birey doğduktan sonra yaşadığı toplumun kültürel normlarına göre alışkanlıklarını ve davranışlarını geliştirir. Bireylerin kültür anlayışların ait oldukları toplumsal düzene, inanış biçimlerine, dil ve ırklarına göre farklılık gösterir. Kültürel değerler, sadece bireylerin ait oldukları ulus yaşadıkları ülke ekseninde değişmez, çeşitli bölgesel yerleşme düzeni içerisinde de farklılaşan kültürel özellikler vardır. Örneğin, Türkiye'nin en doğusu ile en batısında yaşayan bireylerin aile içi iletişimleri, romantik ilişkileri, yöresel yemekleri, yaşam biçimleri, örf ve adetleri değişkenlik gösterir.

Değerler sistemi olarak kültürel etkenlerin bireylerin varlıklarını ve kişiliklerinin gelişmesinde önemli rolü bulunmaktadır. Kültürel değer ve davranışlarındaki bu farklılıklar toplumların birbirlerinden farklı kişilik özelliklerini taşımalarına neden olmuştur (Çeçen, 1996, s.17). Fakat günümüzde bilim ve teknolojik gelişmeler paralelinde kültürel farklılıklar azalmakta ve tüm bireylerin benimsediği evrensel kültür değerleri ortaya çıkmaktadır.

Kültür, aynı zamanda grup üyelerine belirli iletişim davranış biçimlerini empoze ederek, yaşamış olduğu toplumdaki enformasyondan yararlanmalarını sağlamaktadır. Farklı kültürel değerlere sahip olan bireylerin anlama, algılama ve düşünme biçimlerinde farklılıklar bulunmaktadır. Bireylerin düşünsel ve davranışsal alanlarındaki farklılıklar sosyal hayatlarını ve kişilerarası iletişim süreçlerini doğrudan etkilemektedir (Kartarı, 2001, s.99).

1.3.2.Mahremiyet ve Kültür İlişkisi

Bir toplumda mahremiyet algısının şekillenmesini sağlayan faktörlerin başında kültürel değerler geldiği görülmektedir. Kültürel değerler, inanç biçimleri, gelenekler mahremiyet algıları ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu farklı değerler ve algılar bireylerin toplumsal yaşam biçimi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin; Kuzey Avrupa ve Akdeniz kültürleriyle ilgili gerçekleştirilen araştırmalara göre, Almanya'da görsel ve işitsel mahremiyet oldukça önemlidir ve bireylerin çalışma odalarının kapıları nadiren açıktır. Dışarıdan çalışma odalarının içine bakılması olumsuz bir davranış olarak görülmektedir. Akdeniz kültüründe ise bireyler daha az görsel ve işitsel mahremiyet algısına sahiptir. Yani bireyler arasında görsel ve işitsel temas daha sık görülmektedir.

Din olgusunun toplumsal yaşamla çok fazla bütünleştiği Afganistan’da mahremiyet algısı, kırsal kesim ve şehir merkezinde yaşayan insanlar arasında dahi farklılaşmaktadır. Afgan kültüründe, kadınların isimlerinin söylenmesi bile mahremiyet ihlali olarak görülmektedir. Bu gerekçeyle doğan çocukların nüfus cüzdanlarına annelerinin ismi yazılmamaktadır. Bu kültürde, erkek merkezli ilerleyen mahremiyet algısı hâkim olduğu için namus, utanma ve iffet gibi değerler kadın üzerinden ele alınmaktadır. Eğer Afgan bir kadın dini, örf, adet ve gelenekleriyle örtüşmeyen bir davranışta bulunursa, tepkide çok ağır olacaktır (Mazhari, 2015, s.366). Kadınların mahremiyet alanlarının çok dar çizilmiş olduğu toplumlar ile kadın ve erkek arasındaki eşitliğin hâkim olduğu toplumlar arasında mahremiyet algısı değişiklik göstermektedir.

Kültürel antropolog olan ve araştırmalarını “özgürlük” ve “kültür” perspektifinde inceleyen Dorothy Lee, Amerikan toplumu ile Polinezya Tipokyası arasında kişilerarası toplumsal yaşam arasında önemli farklılıklara ulaşmıştır. Amerikalılar çocuk yetiştirme süreçlerinde çocuğu bireyci toplum yapısının değerlerine göre yetiştirirler. Çocuklarının yaşamları boyunca başka kimseye ihtiyaç duymadan sürdürebilmelerini sağlayacak değerler aşırlarlar. Amerikalı çocuklar kendine ait zamana, odaya ve seçim özgürlüğüne sahip olarak büyürler. Tikopia’daki ebeveynler ise bireyci toplum yapısından daha kolektif toplum yapısının değerlerine önem vererek çocuk yetiştirirler. Ebeveynler, çocuklar, kardeşler, farklı kuşaklar bir arada yaşayarak geniş aile modelini benimserler ve eğer dul kalan bir kadın evinde yalnız yaşamayı tercih ederse mahremiyetini korumak için çocuğu ya da kardeşiyle birlikte kalabilir. Margaret Mead’in ünlü *Samoa* çalışması ise, temel mahremiyet kavramlarının bilinmediği farklı bir toplumla ilgilidir. *Samoa* evlerinde duvar yoktur, sineklik ile sadece evli çiftlerin ve çocukların ve yaşlıların uyku alanları ayrılır. Çocuklar kıyafet giymez, yetişkinler ise sadece belirli bölgelerini örten küçük kıyafetler giyerler. Denizde yüzme kıyafetsiz olarak yapılır ve plajlar tuvalet ihtiyacını karşılamak için herhangi bir gizli bölge olmadan kullanılır. Doğum ve ölüm süreçleri herhangi bir mahremiyet alanı olmadan açık bir şekilde gerçekleştirilir. Samoa adasında “mahremiyet” ve “utanç” duyguları hâkim değildir (Westin, 1967, s.30). Benzer şekilde Hopi Kızılderililerinin düşünce dünyasında oda, salon, yatak odası, yemek odası gibi mekân kavramları yoktur (Whorf’dan 1963: aktaran Kartarı: 2001, s.154).

İngiliz kültüründe bireylerin kişisel alanları çok önemlidir. İngiltere’de bireylerin evi kalesi olarak görülür ve bu alanı işgal etmeye kalkan devlet güçleri olsa dahi resmi olmayan aramalarda özel alanlarına müdahale edilmesine izin vermezler. Orta Çağ’da dahil İngilizler evlerinin sınırlarını korumak için yasal yollara başvurdıkları görülür (Kartarı, 2011: Vincent, 2017). Almanlarda İngiliz kültürüne benzer davranış biçimi gösterirler. Almanlar için “bireysel mahremiyet” ve “bireysel dokunulmazlık” çok önemlidir. Almanların evlerinin çeşitli bölümlerini başkalarının göremeyeceği şekilde düzenlerler ve mahremiyet sınırlarını korumak adına ses geçirmeyen çift kapıları kullanmayı tercih ederler (Kartarı, 2011, s.155).

Türk kültüründe mahremiyet kavramının hem mekânsal alan olarak hem de kişilerarası sosyal ilişkilerde önemli olduğu görülmektedir. Başkalarıyla paylaşılması gereken konular ile ev içi aileyi ilgilendiren konular arasına net bir sınır çekilmiştir. Mahrem hayatta bu konuların başında gelmektedir. Bireyin ikili ilişkilere ait ayrıntılar, topluma açık olarak ifade edilemez (Özkan, 2017, s.137). Yaşanan mekanlar mutfak, salon, oturma odası, yatak odası gibi çeşitli bölümlere ayrılır. Bir ailenin en mahrem alanı yatak odasıdır ve çocuklar dahi ebeveynlerinin yatak odalarına izinsiz ve habersiz girmezler.

Kültürlerin sahip olduğu mahremiyet bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmelerle birlikte dönüşüme uğramaya başlamıştır. Fakat kültürlerarası mahremiyet anlayışının farklılaşması bu değişimin üzerinde etkisini göstermiştir. Yüksek mahremiyet algısına sahip kültürler çevrimiçi ortamda daha az enformasyon paylaşma eğilimi gösterirken mahremiyet algısı düşük olan toplumlar kişisel bilgilerini daha çok ifşa etmektedir. Örneğin, Thomson, Yuki, İto (2015), yılında Japon ve Amerikalı sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet endişe düzeyleri arasındaki farklılıkları araştırmışlardır. Araştırma bulguları, Japonya ve Amerika Birleşik Devletleri arasında mahremiyet konusunda uluslararası düzeyde farklılıklar olduğunu göstermiştir. Japon sosyal medya kullanıcılarının Amerikalı sosyal medya kullanıcılarına göre çevrimiçi ortamda mahremiyet endişe düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Japon ve Amerikalı kullanıcılar arasındaki bu temel farklılığın kültürel değerlere bağlı olduğu görülmüştür.

Farklı bir çalışma ise Alman ve ABD’li Facebook kullanıcılarının kendini açma düzeyleri ve mahremiyet endişelerini kültürel farklılıklar temelinde incelemiştir. Araştırma bulguları sonucunda, Amerikalı Facebook kullanıcıları Facebook uygulamasına Alman kullanıcılardan daha fazla güvenme eğilimi içerisinde oldukları görülmüştür. Amerikalı kullanıcıların %47,8 oranı Facebook’un kullanıcılara dürüst olduğunu düşünürken, Alman kullanıcılarında bu oran %23,2 olarak saptanmıştır. Aynı zamanda, Alman kullanıcıların sadece %7,3’ü Facebook’un kişisel bilgilerini koruduklarını düşünmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, Alman kullanıcıların Amerikalı kullanıcılarına göre Facebook ortamında kişisel bilgilerini daha az paylaşma eğilimi içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Amerikalı kullanıcıların Facebook ortamında mahremiyet endişe düzeyleri Alman kullanıcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Alman kullanıcılarının mahremiyet endişe düzeylerinin düşük olması, Facebook ortamında daha az kişisel bilgilerini paylaştıkları ve gizlilikle ilgili güçlü önlemler almalarıyla bağlantılı olduğu görülmüştür (Krasnova ve Veltri, 2010, s.73).

Sosyal medya uygulamalarıyla birlikte farklı kültürel değerlere sahip toplumların mahremiyet algılarında değişimler gerçekleşmiştir. Mahremiyet ve sosyal medya başlığında literatür alt yapısı ve çeşitli değişkenlere bağlı değişimi ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

1.3.3.Gözetim Kültürü ve Mahremiyetin Dönüşümü

Sosyal medya uygulamalarını yaygınlaşmasıyla kültürel, bireysel ve ahlaki normlar değişime uğramıştır. Bu değişimlerden en çok kişilerarası iletişim süreci, sosyal ilişkiler ve mahremiyet kavramı etkilenmiştir. Sosyal medya kullanıcıları her geçen gün uygulamalarda daha çok zaman harcayarak yüz yüze gerçekleştirdikleri iletişim süreçlerini önemli ölçüde geri plana atmışlardır. Sosyal medya ortamlarında geçirilen zamanın artması aynı zamanda daha çok kişisel enformasyon paylaşılmasına neden olmuştur. Özel alanlarla ilgili paylaşılan her bilgi bireylerin kendi mahremiyet sınırlarına karşı tehdit oluşturmaya başlamıştır. Bu bağlamda, sosyal medya ve dönüşüme uğrayan mahremiyeti incelerken özellikle ele alınması gereken ana noktalarından birinin de gözetim olgusu olduğu görülmüştür.

Gözetim olgusu etimolojik köken olarak gözlemciler, gözetmenler ve devlet güçleri tarafından yürütülen sosyal hiyerarşi anlamına gelen Fransızca “denetleme” ve

“gözetleme” kelimelerine dayanmaktadır (Fuchs’dan 2011: aktaran Brown, 2014, s.1). Türk Dil Kurumu (TDK) tanımlamasına göre gözetim, “gözetme işi, nezaret”, “hamiye”, “gözetli” kelimeleriyle tanımlanmaktadır (sozluk, 2019). Cambridge sözlüğüne göre ise mahremiyet, “bir kişinin ya da mekânın dikkatli bir şekilde gözetlenmesi” olarak ifade edilmektedir (s.1469).

Gözetim kültürünün tarihi bir kişinin başkasına “göz kulak olduğu” veya “incelediği” yönünde izlenim yaratabilmek için gerçekleştirdiği ilkel izleme davranışlarına dayanmaktadır. Yazının bulunmasıyla birlikte gözetim, devlet organlarının nesneler ve bireyler üzerindeki denetimi genişletmek için kullanılacak bir şifreleme metodu haline gelmiştir. Yazıyla birlikte devletlerin işleyen mekanizmalarındaki bilgiler ve bireylerin özel alanlarıyla ilgili tuttıkları notlar, günlükler bu araç ile toplanmıştır. Fakat tüm bu gelişmelere rağmen yazı askerlik hizmetleri, vergileri düzene koyma, nüfus kayıtları gibi belirli amaçlar çerçevesinde kullanılmıştır. Matbaanın icadıyla birlikte gözetim için yeni bir süreç başlamıştır. Etkin iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanan matbaa, belge ve metinlere ulaşılabilirliği kolaylaştırmıştır. Matbaanın yaygınlaşmasıyla devlet gözetimi, özellikle kurumlar üzerinde baskı oluşturmuştur (Giddens’dan 2008’den aktaran Özger, 2016, s.6).

Bilimsel anlamda ise gözetim kavramı ilk kez Jeremy Benthan tarafından 1791 yılında Londra’da yayınlanan *Panoptikon* adlı eserinde kullanılmıştır. Benthan’ın panoptikonu hapishane metaforundan oluşmaktadır. Benthan’ın bu metaforu suçlular, hastalar ve delilerin tek hücreli çevre binalarda mahkûm edildiği, merkez kulede bir gözetmenin yer alarak gözetleme eyleminin gerçekleştirildiği hapishane modelidir (Foucault, 1992, s.251).

Foucault’un gözetleme pratikleri Benthan’ın metaforunu temel alarak geliştirilmiştir. Büyük kapatılma olarak ifade edilen bu gözetleme biçiminin doğuşu düzensizliği, hırsızlığı, yağmacılığı azaltmak, bulaşıcı hastalıkları özellikle cüzzam salgının yayılmasını önlemek ve suçluları kilitli ortamlarda gözetim altında tutmak için tasarlanmıştır (Foucault, 1992, s.249-251). Görünürlüğü merkeze alan panoptikon, hiçbir detayı atlamadan gözetmenin gözü ile gözetim altındaki kişileri “görmeden görmeye çalışan bakışları” üzerine temellenmiştir. Buradaki detay kendini perde altında gizlerken

gözetlenenlerin alanlarını şeffaflaştıran ve her şeyi sürekli olarak görünür kılan siyasal bir teknolojidir (Dolgun, 2004, s.9).

Profesyonel olarak gözetimin kullanılmaya başlanması işletme bilimi, askeri güç ve ceza sistemleri üzerinde olmuştur. Bu üç alandaki gözetim çalışmalarının kuramsal temellerini kapitalist sistem ve işletme yönteminin Marx, askeri ve bürokratik süreçlerin Weber, sosyal, ekonomik ve toplumsal eşitsizliğin arttığı dönemdeki gözetim süreçlerini ise Durkheim ayrıntılı olarak incelemiştir (Lyon, 2013, s.78). Gözetim alanına katkı sağlayan diğer isim George Orwell'dır. 1984 romanını kaleme alan yazar, *Büyük Birader* karakteriyle akademik alanda gözetim çalışmalarına en çok katkı sağlayan kavramları geliştirmiştir. Orwell, romanında *ulus -devlet* yapısıyla merkezileşen iktidarının baskıcı, diktatör ve sürekli gözetleyen tutumlarını ele almıştır. Büyük biraderin yüzü ve *tele – ekranlar* günlük yaşamın tüm alanlarına yerleştirilmiştir. Vatandaşların günlük yaşantıları yirmi dört saat gözetim altındadır. İktidarın, baskı ve gözetim diktatörlüğüne karşı gelen bireyler çeşitli ceza sistemleri ile karşı karşıya kalmaktadır (Sucu, 2011, s. 131-132).

Gözetim, uygulamalar bütününe kapsarken, aynı zamanda belli amaçları da içermektedir. Gözetleme pratikleri genel anlamda, gözetleyenlerin imtiyazlı olduğu güç ilişkilerini kapsamaktadır. Fakat, gözetim çoğunlukla gözetlenenin merkezde olduğu bir katılımı içermektedir. Gözetim hem görme hem de görünürlükle ilişkilendirilmektedir (Özger, 2016, s.9). Nitekim, günümüzde teknolojinin gelişimiyle kamusal yaşamın her alanını görme eylemine dayalı cihazlarla çevrelenmiştir. Devlet mekanizması tarafından konumlandırılan mobese kameraları ve ihalar bu eylemin en önemli örnekleridir (Tümurtürkan, 2010, s.4).

Gözetim kişisel enformasyonların toplanmasından daha fazlasıdır ve kişisel ilişkiler, profil oluşturma, görünürlük ilkelerine dayanır. Örneğin, Facebook uygulaması akranlar arasındaki ilişkileri düzenleme de önemli rol oynar. Kişilerarası sosyal ilişkilere yalnızca ağ üzerinde aracılık etmez, aynı zamanda eş zamanlı ve etkileşimli olarak gerçekleştirilmesini sağlar. Kullanıcılar, kimi zaman birbirleriyle doğrudan iletişim kurmak yerine birbirlerini izlemeyi tercih ederler (Trottier, 2012, s.6-7).

Gözetim artık önceden tanımlanan ve belirlenen alanla sınırlı değildir. Günümüzde gözetim, anlaşılması daha zor ve içinde iktidarın elektronik bir sinyalle

hareket ettiği bir alandır. Bilgi iletişim teknolojilerine dayalı yeni gözetim pratikleri, paylaşılan günlük rutinler yalnız bir ülkenin vatandaşlarının değil herkesin sürekli kontrol edildiği, gözetlendiği, sınırlandığı, incelendiği, değerlendirildiği ve yargılandığı yeni bir şeffaflık dünyasıdır (Bauman & Lyon, 2013, s.29).

Geçmişte devlet mekanizmaları tarafından belirli değerışkenleri kontrol etmek için gerçekleştirilen izleme, denetleme ve gözetleme eylemleri bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte kullanım ve kullanıcı alanını genişletmiştir. Sosyal medya ortamı yapısı gereği şeffaftır ve gözetleme pratiklerinin gerçekteşmesine olanak sağlar. Artık bireyler hem gözetleyen hem de gözetlenen olarak bireysel gözetim davranışları geliştirmişlerdir. Kullanıcıların profillerinde paylaşmış olduğu kişisel enformasyonları bu gözetleme eylemlerinin sınırını belirler. Örneğin; hayatının büyük bir çoğunluğu sosyal medya ortamında paylaşan kullanıcının gün içerisinde nerede olduğu, kimlerle birlikte olduğu, nerede yemek yediği hatta saat kaçta uyuduğunu tahmin etmek mümkündür. Kullanıcıların aktif olarak sosyal medya uygulamalarında yer alması dünya ve kişilerle iletişim süreçlerini kolaylaştırdığı algısı hâkim olsa da gün geçtikçe gizlilik ve güvenlik açıkları daha çok gündeme gelmektedir.

1.4. Mahremiyet ve Sosyal Medya

Tarihsel perspektifte mahremiyet kavramının dinamiklerini etkileyen en önemli unsur bilgi iletişim teknolojilerinin etkisiyle yaygınlaşan sosyal medya uygulamaları olmuştur. Sosyal medya uygulamalarının aktif olarak kullanılmasından dolayı gözetim daha esnek ve açık hale gelmiş, mahremiyet anlamında radikal değerışimler gerçekteşmiştir. Günlük yaşantıların, duygu, düşünce, fotoğraf, ses ve video kayıtlarının paylaşımının yaygınlaşması mahremiyetin şeffaflaşmasında büyük rol oynamıştır. Kullanıcılar tarafından gönüllü olarak sosyal medya hesapları ve dolayısıyla kişisel enformasyonları gözetime açılmıştır.

Modern ve modern öncesi dönemlerde gözetim yaygın olarak iktidar ve kapitalist sistem tarafından nüfus sayımı, bulaşıcı hastalık, ceza sistemi, işçi gözetimi, vergi kayıtları gibi belirli konular çerçevesinde kullanılmıştır. Bilgi iletişim teknolojilerinin sağlamış olduğu olanaklar ve kullanımının tüm alanlara yayılması devlet tarafından toplanan bilgilerin dijital evrim geçirmesine neden olmuştur. Devletin çeşitli kurumlarında arşivlerde, dosyalarda saklanan kişisel bilgiler günümüzde E-devlet, E-

nabız, E-okul gibi uygulamalarla web tabanlı elektronik ortamlara taşınmıştır. Bu uygulamaların geliştirilmesi, kullanılması vatandaş açısından ulaşılabilirliği kolaylaştırdığı düşünsel de kişisel bilgi ve verilerin depolanması, ele geçirilmesi gibi risk faktörlerini içermektedir.

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle devlet ve kurumlar tarafından gerçekleştirilen gözetleme pratikleri de genişlemiştir. Devlet organları yaygın olarak güvenliği sağlamak ve hukuki süreçleri kolaylaştırmak için gözetleme davranışında bulunurken, şirketlerin insan kaynakları bölümü personel alımlarında bireyler hakkında bilgi toplamak ve teyit etmek için bu alanı kullanmaya başlamışlardır.

Günümüzde gözetim artık sadece devlet aygıtlarının ve ayrıcalıklı grupların kullandığı bir güç olmaktan çıkmıştır. Sosyal medya uygulamalarının şeffaflığı ve ulaşılabilirliği bireylerin kendi gözetim pratiklerini geliştirmelerine zemin hazırlamıştır. Sosyal medya kullanıcıları takip ettikleri bireylerin sunmuş oldukları kişisel enformasyon ve izinler çerçevesinde izleme ve gözetleme imkanına sahip olmuşlardır. Bunun sonucunda ise, *stalk* ve *stalker* kavramları literatüre girmiştir. *Stalk*; sosyal medya uygulamalarında bir kişinin farklı bir kişiyi sosyal medya ortamında araştırması, gözetlemesi ve etkileşimlerini incelemesi olarak tanımlanmaktadır. *Stalker* ise, sürekli olarak tanıdığı ya da tanımadığı kişileri sosyal medya ortamında gözetleyen, izleyen ve araştırarak kişi anlamına gelmektedir (Serçmeli, 2017, s.4). *Stalk* ve *stalker* kavramları gözetim kavramının dönüşümünü en iyi özetleyen iki kavramdır. Sosyal medya kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu izlendiği ve gözetlendiğinin farkında olmadan kişisel enformasyonlarını paylaşmaya devam etmektedir.

Sosyal medya uygulamalarında paylaşımların yoğunluğunun artması ve her geçen gün sınırlarını genişletmesi mahremiyet kavramında ciddi dönüşüm yaşanmasına neden olmuştur. Bireylerin fiziksel, bireysel ve düşünsel olarak vermiş oldukları mahremiyet mücadeleleri günümüzde kendileri tarafından yok edilmeye başlamıştır. En mahrem alan olarak kabul edilen ev dahi gerçekleştirilen paylaşımlar doğrultusunda gözetime açık bir alan haline gelmiştir. Bireysel duygu ve düşünceler artık not defterlerine ya da günlüklere değil, bloglar ve tweetlere yazılmaya başlamıştır. Kişilerin siyasi eğilimlerini tahmin etmek için sosyal medya hesaplarında paylaştıkları tweetlere, görsellere, durum mesajlarına göz atmak yeterlidir. Bitirilen okullar, ev adresleri, çalışılan iş yerleri, ilişki

durumu artık kişilerin sadece yüz yüze iletişim ve yakın ilişki kurulan kişilerin sahip olduğu bilgiler değildir.

Sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla arkadaşlık, dostluk ve romantik ilişkilerde yeniden şekillenmiştir. Kişiler artık dünyanın bir ucundan hiç tanımadıkları, belki de fiziksel olarak hiçbir zaman aynı ortamda bulunamayacakları kişilerle arkadaşlık ilişkisi kurmaya başlamışlardır. Romantik ilişkilerin tüm evreleri, kullanıcıların sosyal medya hesaplarında aşama aşama paylaşılmaktadır. Bugün evli bir çiftin profilini incelediğimiz zaman flört döneminden evlilik sürecine kadar giden sürece tanıdıklık edebiliriz. Özellikle dijital çağın içerisine doğan ve dijital yerliler olarak adlandırılan kuşak grubu sosyal medya üzerinden romantik ilişkiye başlamakta ve sonlandırmakta bir sakınca görmemektedir.

Sosyal medya uygulamalarının doğası ve dinamikleri mahremiyet kavramının yitirilmesinde önemli rol oynamış ve mahremiyet kavramı git gide daha akışkan ve şeffaf bir hal almaya başlamıştır. Mahremiyet kavramı artık eski sınırları perspektifinde ele alınamayacak kadar genişlemiştir. Tüm bu değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkilerini değerlendirdiğimizde mahremiyetin tek başına ele alınamayacak kadar geniş bir kavram olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, mahremiyet ve sosyal medya başlığı altında öncelikli olarak sosyal medya kavramının tanımı ve gelişimi, sosyal medya ve gözetim kültürü, sosyal medya ve mahremiyet başlıkları ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

1.4.1. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

Kitle iletişim araçlarından sonra iletişim alanındaki en büyük devrim internet ve Web 2.0'in kullanıcılara sunulmasıyla gerçekleşmiştir. İnternet ortaya çıkışı ile birlikte ilk olarak askeri alanlarda kullanılmıştır. Daha sonra üniversite ve devlet kurumlarını birbirine bağlayan yapılar üzerinde kullanılmaya başlanmıştır. Günümüz teknolojisinde ise, internet kullanımı her alana yayılmıştır. Reklam faaliyetleri, pazarlama faaliyetler, düşünce hareketleri, siyasal iletişim, politik gündem gibi birçok alanda aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır (Başlar, 2013, s.776). Sosyal medya, Web 2.0 fonksiyonlarının gelişmesiyle birlikte tek yönlü iletişimden çift yönlü ve eş zamanlı iletişime geçiş sağlanmıştır.

Sosyal medya kavramının tarihsel gelişimini tanımlarken üzerinde durulması gereken en önemli kavram Web 2.0'dir. Web 2.0 uygulamasının geliştirilmesi ve

kullanımının kişi, kurum ve kuruluş tarafından yaygınlaşmasıyla birlikte bilgi arayışı, bilgi üretme, hizmet, alışveriş, kişilerarası iletişim gibi birçok süreçte önemli değişiklikler yaşanmıştır. Web 2.0 ilk olarak 2004 yılında yazılım geliştiricilerin World Wide Web'i kullanmaya başladıkları yeni bir yolu tanımlamak için kullandıkları kavramdır. Diğer bir ifadeyle, (Kaplan ve Haenlein, 2010) içerik ve uygulamaların sadece belirli bireyler tarafından değil, tüm kullanıcılar tarafından katılımcı ve iş birliğine dayalı olarak oluşturulduğu ve sürekli değiştirildiği platform olarak tanımlanmaktadır (s.60-61).

Geliştirilen ilk sosyal medya uygulamaları Wikiler, Bloglar, MySpace uygulamalarıdır. Günümüzde bu uygulamaların kullanımı devam etse de süreç içerisinde etkileşimi ve içerik paylaşımları (ses, görüntü, video, konum vb.) daha geniş olan uygulamalar geliştirilmiştir. Nitekim, Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya uygulamaları sırasıyla %68,4 oranıyla Instagram, %64,9 oranıyla YouTube, %56,5 oranıyla Facebook, %20,2 oranıyla Twitter ve %16,2 oranıyla LinkedIn olduğu görülmektedir (wearesocial, 2021).

Sosyal medya, kişiler ve topluluklar tarafından oluşturulan içeriklerin paylaşıldığı, tartışıldığı, değiştirildiği yüksek etkileşimli mobil ve web uygulamalar olarak tanımlanmaktadır (Kietzmaan, Hermkens, McCarthy ve Silvestre, 2011, s.242). Farklı bir ifadeyle sosyal medya, Web 2.0'in ideolojik ve teknolojik temelleri üzerinde şekillenen, kullanıcılar tarafından oluşturulan ve etkileşimde bulunulmasına izin verilen internet tabanlı uygulamalardır (Kaplan & Haenlein, 2010, s.61).

Sosyal medya, katılımcıların içerik ürettiği, tasarladığı, düzenlediği veya yayınladığı kullanıcılar tarafından oluşturulan gönderilerin, çevrimiçi inceleme sitelerini, mobil oyun dünyalarını, fotoğraf ve video paylaşım sitelerini kapsayan genel çevrimiçi ortamlardır (Krishnamurthy ve Dou, 2008, s.1). Sosyal medya uygulamalarının genel amacı ortak olsa da geliştirilen alt yapı temelinde kullanım işlevleri ve nedenleri farklılık göstermektedir. Örneğin, Twitter uygulaması bireylerin ne söylediğine odaklanırken, LinkedIn uygulaması profesyonel iş arama ağı olarak hizmet sunmaktadır.

Sosyal medya uygulamaları ilk olarak kişisel kullanım olarak tasarlanmış olsalar da zamanla kar amacı gütmeyen kuruluşlar, hükümet, bakanlıklar, siyasi partiler ve haber ajansları tarafından bilgiye ulaşmak ve yaymak amacı ile aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır (Muralidharan, Ramussen, Patterson, ve Shin, 2011, s.175).Şirketler

profesyonel ağılar aracılığıyla insan kaynakları süreçlerini yürüttükleri gibi pazarlama faaliyetlerini, şikâyet, öneri ve görüşleri de ağırlıklı olarak sosyal ortamlar aracılığıyla gerçekleştirmeye başlamışlardır. Kamu kurum ve kuruluşları resmi sosyal medya hesaplarından resmî duyurular, ilanlar ve güncel paylaşımlar gerçekleştirmektedir.

Her kültür ve kesimden geniş kitleler tarafından bir davranış biçimi haline gelen sosyal medya kullanımı aynı zamanda bu ortamın yarattığı değişimi eleştiren kişilerinde ana odak noktası olmuştur (Vural ve Bat, 2010, s.3349). Örneğin, dijital çağın içerisine doğan kuşak ile dijital öncesi doğan kuşak arasında kullanım pratikleri ve dijital sürece bakış açıları değişmektedir. Dijital çağın, içerisine doğan kuşakların iletişimsel süreçleri çevrimiçi ortam temelinde şekillenirken dijital öncesi kuşakta bu faaliyetler geleneksel kalmaktadır.

Kişilerarası iletişim süreci günümüzde yüz yüze iletişimden sanal iletişime doğru evrim geçirmiştir. Sosyal medya uygulamalarının etkisiyle sadece iletişim süreçleri değil, sosyal ilişkiler, bilgi arayışı, eğitim, romantik ilişkiler, günlük yaşam gibi birçok alan dönüşüme uğramıştır. Bu uygulamalar kullanıcılarının günlük hayatlarının önemli bir öznesi haline gelmiştir.

1.4.2. Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya araçları başlığı altında; Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Tiktok, Swarm, YouTube, TikTok, LinkedIn uygulamaları ele alınmıştır.

1.4.2.1. Facebook

Facebook, 2004 yılı şubat ayında Mark Zuckerberg tarafından sadece Harvard öğrencilerine ait özel bir sosyal ağ sitesi olarak kurulmuştur. Bir yıl içerisinde ise öncelikli olarak Boston'daki okulları daha sonra ise Amerika Birleşik Devletlerindeki tüm okullar bu sosyal ağı dahil edilmiştir (wikipedia., 2020). Facebook uygulamasının ilk olarak üniversitesi öğrencileri arasında popülerleşmesi kullanım alanını kısa sürede genişletmiştir. İlk aşamada sadece üniversite uzantılı mail adresleriyle üye olunma imkânı sağlayan Facebook, 2006 yılında tüm kullanıcılara ve e-posta adreslerine açılmıştır. Uygulamanın, öğrenciler dışında herkese açılması kısa sürede birçok kişi tarafından keşfedilmesini sağlamıştır. Güncel verilerle günümüzde Türkiye'de Facebook uygulamasına kayıtlı kullanıcısı sayısı 38 milyondur (wearesocial, 2021).

Facebook kullanıcılarına eğitim, iş, ilişki durumu gibi birçok kişisel enformasyonu içeren bilgilerle profil oluşturduktan sonra tanıdığı ya da tanımadığı kişilerle arkadaş olabilmek olanağı sunmaktadır. Aynı zamanda katılımcılar arkadaş olduğu kişilerin profil duvarlarına yazı yazmak, gönderileri beğenmek, yorum yapmak, ortak ilgi alanını oluşturan gruplarda tartışmalara katılmak gibi pek çok etkileşim de bulunabilmektedirler (Smith, Fischer ve Yongjan, 2012, s103). Facebook uygulamasına yaş, cinsiyet, ırk, din fark etmeksizin dünyanın birçok lokasyonundan kullanıcılar kayıt olmaktadır. Kişisel profillerin dışında Facebook, işletmelerin, resmi ya da özel çeşitli kurum ve kuruluşların kendi sayfalarını kurmalarını sağlayan ek hizmetlerde sunmaktadır.

1.4.2.2. Twitter

Twitter, 2006 yılında kurulmuş 140 karakterle sınırlı olan bir mikroblog sitesidir. Kullanıcıların 140 karakterle düşüncelerinin (tweet atması) yayınlanmasını, paylaşılmasını ve iletilmesini sağlamaktadır (Smith, Fischer ve Yongjan, 2012, s.103). Tweetlerin içerikleri genellikle bireylerin bir konu hakkında düşüncelerini, güncel haberleri, eleştirileri ve yorumlarını kapsamaktadır. Twitter, diğer sosyal medya uygulamalarından farklı olarak anonim olarak da profil oluşturma olanağı sağlamaktadır. Kullanıcıların arkadaş olmak için kendileri ile ilgili çok fazla kişisel enformasyon paylaşmasına gerek yoktur. Çünkü Twitter, kullanıcıların kim olduğuna değil, ne söylediğine daha çok odaklanmaktadır (Hughes, Rowe, Batey ve Lee, 2012, s.562). Twitter, kişisel olarak kullanıcıların günlük rutinlerin, duygu ve düşüncelerini paylaştıkları alan olduğu gibi aynı zamanda haber paylaşımı, kolektif hareket gerektiren eylemlerde birlikte hareket etmek için örgütlenme ve kamuoyu oluşturma gibi durumlarda da aktif olarak kullanılmaktadır. Güncel veriler, Türkiye’de Twitter kullanıcı sayısı 13.600 000 milyon olduğunu göstermektedir (wearesocial, 2021).

1.4.2.3. Instagram

Instagram, kullanıcıların resim ve videoları yazılı metinleri vurgulayarak paylaşmasına olanak sağlayan sosyal medya uygulamasıdır (Gruzd, Lanningan, Quiglay, 2018, s.581). Instagram kullanıcıları uygulama aracılığıyla kişisel fotoğraf albümlerini oluşturdukları gibi aynı zaman da gönderilerine ekledikleri metin ve özel #hashtag’ler aracılığıyla hem kendi albümlerinin başka kişiler tarafından görünür olmasını sağlayabilir

hem de aynı #hastag altında paylaşılan gönderilere ulaşabilirler. Ayrıca Instagram uygulaması paylaşılan gönderilere “beğeni” ve “yorum” işlevi sunmaktadır.

Instagram, 2010 yılında kurulmuştur ve kurulduğu ilk zamanlar sadece mobil tabanlı kullanılan sosyal medya uygulaması iken, geniş kitleler tarafından kullanımının yaygınlaşması günümüzde bilgisayar tabanlı cihazlar aracılığıyla da kullanılmaya başlanmıştır (Perea, Bonson, Bednarova, 2021, s.1). Kullanım amacı itibariyle başlangıçta bireysel kullanıcılara yönelik işlevler sunmuş olsa da zamanla ticari işletmeler tarafından pazarlama ve satış için aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Kullanım amacının genişlemesiyle birlikte Türkiye’de Instagram uygulamasına kayıtlı kullanıcı sayısı 46 milyona ulaşmıştır (wearesocial, 2021).

1.4.2.4. WhatsApp

WhatsApp, kullanıcıların metin, fotoğraf, video, belge, konum, ses kaydı gibi medyaların gönderilmesini sağlayan ücretsiz mesajlaşma uygulamasıdır (WhatsApp, 2021). Metinsel, görsel ve işitsel dosyalara odaklandığı gibi aynı zaman da kullanıcılarına sesli ve görüntülü arama işlevi sunmaktadır. WhatsApp, şirket politikası gereği gizlilik ve mahremiyet ilkelerine önem verdiği için kullanıcıların gerçekleştirmiş olduğu tüm iletişimsel faaliyetleri uçtan uca şifreleme hizmeti ile koruma altına almaktadır.

Temelde kullanıcılarının bağlantı da kalmasını sağlayan WhatsApp, iki ya daha fazla insanın sesli ya da görüntülü olarak iletişim kolaylığı sağladığı için mobil cihazların en önemli özellikleri arasında yer almaktadır (Montag, et.al., 2015, s.2). Mobil cihazların haricinde özel Kare kod (QR) kod aracılığıyla WhatsApp masaüstü uygulaması ve çevrimiçi sürümüyle de kullanım olanağı sunmaktadır.

1.4.2.5. TikTok

TikTok (*DouYin*), 2015 yılında Çin’de kurulan sosyal video paylaşım uygulamasıdır (Wang, 2020, s.2). Tiktok uygulaması kullanıcılarına 1 dakikadan az kısa videolar çekme olanağı sunmaktadır. Video içerikleri müzik eşliğinde skeç, dans ve şarkı videolarını içerdiği gibi güzel sanatlar, gastronomi, eğitim içerikleri paylaşan hesaplarda bulunmaktadır. Kullanıcılar tarafından paylaşılan videolar çeşitli metin ve #hastag’ler aracılığıyla ortak alanda filtrelenmektedir. Tiktok, aynı zamanda kullanıcılarına canlı yayın imkânı da sunmaktadır. Küresel olarak Tiktok, 2020 yılının ilk çeyreğinde 315

milyon indirme oranı ile 2020 yılının en çok indirilen uygulaması olmuştur. Kullanım oranı ise %70 katılımı ile gençlerden oluşmaktadır (Chartr, 2021).

1.4.2.6. Swarm

Swarm, 2014 yılında kurulan ve Foursquare bünyesinde olan konum tabanlı sosyal medya uygulamasıdır (Şahoğlu, 2018, s.260). Foursquare, uygulamasında kullanıcılar gittikleri ülke, mekân, otel gibi işletmelerin uygulama üzerindeki profillerine yorum yapıp puanlarken, gitmek istedikleri yerlerini de kayıt altına alabilmektedir. Swarm uygulaması ise tamamen lokasyon temellidir. Swarm kullanıcıları, arkadaşlarının yer bildirimleri yaptıkları bildirimleri beğenip, yorum yapabilmektedir. Aynı zaman da kendi yer bildirimlerine arkadaşlarını etiketleyebilmektedirler.

1.4.2.7. YouTube

YouTube, 2005 yılında kurulmuş video içerik sitesidir. Kullanıcıların kendi YouTube kanallarında canlı yayın yapmasına, amatör ve profesyonel video kayıtları yayınlamasına olanak sağlamaktadır (Smith, Fischer ve Yongjan, 2012, s.104). Kullanıcılar kendi oluşturdukları kanal üzerinden yayınlar gerçekleştirirken, aynı zamanda farklı kişilerin de YouTube kanallarına abone olup videolarını görüntüleyebilir, etkinliklerine katılabilirler ve yorum yapabilirler.

YouTube, video içeriği sunması ve en çok kullanılan video içerik sitesi olması bireysel kullanıcılar dışında uluslararası işletmelerinde ilgi odağı olmuştur. Profesyonel olarak YouTube, pazarlamacıların ve reklamcılarının site de yer alması için izni vermesiyle görüntülü reklamları, atlanabilir ve atlanamayan reklamlar gibi birçok reklam çeşidi sunan uygulama olmuştur (Schwemmer, Ziewiecki, 2018, s.2). *Youtuber* olarak nitelendirilen video içerik uygulayıcılarına canlı yayın olacağı sunmaktadır. Benzer şekilde televizyon ve haber kanallarına aktif canlı yayınlarının YouTube kanallarına da aktarımına izin vermektedir. Güncel istatistiksel bilgilerle Türkiye’de YouTube kullanıcı sayısı 50 milyon 600 bindir (wearesocial, 2021).

1.4.3.8. LinkedIn

LinkedIn, işe alım profesyonelleri ile tam zamanlı, yarı zamanlı veya gönüllü olarak iş arayan kişileri bir araya getirmek için oluşturulmuş profesyonel sosyal ağ sitesidir (LinkedIn, 2021). LinkedIn kullanıcıları profillerinde eğitim bilgilerine, iş

deneyimlerine, yayınlarına, gönüllü faaliyetlerine, dernek üyeliklerine ve katıldıkları kongre, konferans gibi etkinliklerine yer verebilmektedirler. LinkedIn, sunmuş olduğu olanaklarla resim, video ve bağlantı paylaşımları gerçekleştirilebilir, insan kaynakları uzmanlarının, yöneticilerinin ya da akademisyenlerin düzenledikleri kısa anketlere katılım sağlayabilirler.

LinkedIn, ayrıca eğitim hayatını yeni tamamlamış öğrencilerin kariyer gelişimleri için ilk adım olan üniversite ile profesyonel sektörler arasında önemli bağlantılar sunmaktadır (Carril, Anagnostopoulos, Parganas, 2020, s.2). Bu işlevleri sayesinde, yeni mezun olan öğrencilerin profillerin de sergileme fırsatı sundukları yetkinliklerle iş profesyonellerine görünürlükleri artmaktadır. Güncel istatistik verilerin göre Türkiye’de LinkedIn kullanıcı sayısı 9.800 000’dir (wearesocial, 2021).

1.5. Sosyal Medya ve Mahremiyet Alanyazın Taraması

Tarihsel perspektifte kişilerarası iletişim biçimleri, bireylerin mahremiyet algı, tutum ve davranışları teknolojik gelişmelerle birlikte değişime uğramıştır. Modern dönemde ilk olarak bu değişim kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışıyla başlamıştır. Süreç içerisinde ise en hızlı ve keskin dönüşüm bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimi, sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla gerçekleşmiştir.

Sosyal medya, bireylerin günlük hayattaki kişilerarası iletişim sürecini önemli ölçüde etkileyen faktör haline gelmiştir. Örneğin; ABD’de 1978 yılında bireylerin mahremiyet tutumlarını ölçmeye yönelik ulusal düzeyde gerçekleştirilen araştırma da Amerika’da yaşayan bireylerin %94’ü ihtiyaç duydukları anda kişisel sorunlarını paylaşabilecekleri birileri olduğunu, %88’i istedikleri zaman “yalnız” kalabildiklerini, %89’u komşularının kişisel yaşamları hakkında çok fazla şey bilmedikleri saptanmıştır. (Westin, 2003, s.438). Mahremiyetin şekil değiştirmesiyle ilgili bu araştırma bulgularından verilebilecek en güzel örnek 1978 yılı Amerika’sında bireylerin her gün görme ihtimali oldukları komşularının kişisel hayatlarıyla ilgili çok az enformasyona sahip olmalarıdır. Günümüzde ise, bireyler sosyal medya aracılığıyla yıllarca yüz yüze iletişim kurmadıkları insanların hayatlarıyla ilgili dahi birçok enformasyona sahiptirler.

Bilgi iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu fonksiyonlarla tüm formattaki ses, video, resim enformasyonlarının zamana ve mekâna bağlı kalmadan iletilmesi ve sosyal

medya aracılığıyla sosyal ağlar üzerinde dolaşımının gerçekleşmesi mahremiyet algısının yeniden şekillenmesinde önemli rol oynamıştır. Geleneksel toplum yapısının hâkim olduğu dönemde mahrem olarak kabul edilen resim, video ve ses kayıtları sosyal medya aracılığıyla gönüllü olarak paylaşılrken, kişilerarası arkadaşlık ilişkileri, karşılıklı konuşmalar, romantik ilişkiler sosyal medya uygulamalarında şeffaf bir şekilde yaşanmaya başlamıştır. Aynı zamanda kullanıcıların günlük rutinlerini, dini inançlarını, siyasi görüşlerini, konum bilgileri gibi birçok kişisel enformasyonlarını sosyal medya aracılığıyla sergileme eğilimi içerisinde oldukları görülmüştür. Bu bağlamda, teknoloji merkezli olarak mahremiyette şeffaflaşarak dönüşüme uğramıştır (Çaycı ve Karagülle, 2014, s.191).

Sosyal medya devi olan Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg de mahremiyet kavramı üzerinde durmuştur. Mark Zuckerberg 2010 yılında gerçekleştirilen bir söyleşide, mahremiyet çağının bittiğini, Facebook kullanıcılarının giderek daha fazla kişisel bilgi paylaşımı eğiliminde olduklarını ve mahremiyetin artık bir sosyal norm olmadığını süreç içerisinde evrim geçirdiğini belirtmiştir (New York Times, 2010). Nitekim, gerçekleştirilen akademik araştırmalarda bireylerin yüksek mahremiyet endişelerine rağmen, kendi kişisel bilgilerini gönüllü olarak paylaşmaktan vazgeçemedikleri görülmüştür (Dinev ve Hart, 2006, Premazzi ve ark., 2010).

Paylaşılan kişisel bilgiler bireysel güvenlik duvarlarının yıkılmasına neden olmuştur. Sosyal medya uygulamaları kullanıcıların kişisel bilgilerini üçüncü kişilerle paylaşmaya başlaması ve çeşitli kuruluşların bu platformlardan bilgileri toplaması mahremiyet algıları yüksek olan kişilerde bu kanallara duyulan güveni zedelemiştir. İngiltere merkezli Cambridge Analytica 2014 yılında, Facebook kullanıcılarının kişisel bilgilerini ve görüşlerini izinsiz olarak toplamaya başlamıştır. Facebook kullanıcılarının kişisel bilgilerinin izinsiz olarak toplanması bireylerin mahremiyet endişelerinin artmasına neden olmuştur. Sosyal medya devi Facebook yaşanan bu kriz sonrasında, kullanıcılarının hesaplarını kapatmaması ve tekrar güven duymalarını sağlamak için 25 Mart 2018'de İngiliz ve Amerikan haber kuruluşlarına özür içerikli reklamlar vermiştir (Ayaburi ve Treku, 2020, s.172).

Sosyal medya uygulamaları güvenlik ayarları doğru kullanılmadığı sürece üye gizliliği üzerinde çeşitli riskler oluşturmaktadır. Sosyal etkileşimler yapısı gereği,

kullanıcıların kimlik bilgilerini, özel bilgilerini, duygu ve düşüncelerini başkalarıyla iletişim kurmak için paylaşmaya imkân sunmaktadır. Kişisel ve özel bilgilerini ifşa eden kullanıcılar, bilgilerini kimin gördüğünü ve başkalarının buna nasıl tepki verdiklerini kontrol etmekte zorlanmaktadır. Sosyal medya uygulamalarının kontrol edilemez yapısı mahremiyetin istismara uğramasına, irade, utanç ve haraç gibi çeşitli amaçlar için kullanılmasına zemin hazırlamaktadır (Qin ve ark., 2009 s.1-6 ; Chen, 2013, s.661-668).

Sosyal medya uygulamalarındaki gizlilik ve güvenlik açığına rağmen kullanıcıların kişisel enformasyonlarını paylaşma eğilimine devam ettikleri görülmektedir. Özellikle dijital çağın içine doğan, davranış kalıpları teknoloji merkezli olarak şekillenen ve literatürde “dijital yerliler” olarak adlandırılan kuşak grubunun sosyal medya uygulamalarını kullanma oranı ile kişisel bilgilerini ifşa etme düzeylerinin çok yüksek olduğu görülmektedir. Bu kuşak grubunun, sosyal medya kullanım oranının ve kişisel bilgilerini ifşa etme düzeylerinin yüksek olması da düşük mahremiyet algısına sahip olduklarını göstermektedir.

Geleneksel toplumsal normların ve yüksek mahremiyet algısının hâkim olduğu dönemde doğan ve bilgi iletişim teknolojileriyle yaşamlarının ilerleyen evrelerinde tanışan kuşakların kişilerarası iletişim süreçleri sosyal medya uygulamalarının değerleri ile çatışmaktadır. Akademik literatürde “dijital göçmenler” olarak adlandırılan bu kuşak grubu iletişim süreçlerini güven temelli ve mekânsal sınırlar içerisinde gerçekleştirmeyi tercih etseler de süreç içerisinde yaşadıkları zamanın değişimine dahil olmuşlardır.

Sosyal medya uygulamalarının yaygın kullanımıyla mahremiyet algısındaki hızlı değişim ulusal ve uluslararası literatürde gerçekleştirilen araştırmaların artmasına neden olmuştur. Yapılan araştırmalar sonucunda sosyal medya kullanıcılarının profillerinde kişisel bilgilerini, eğitim durumlarını, inançlarını, politik görüşlerini, romantik ilişkileri ve düşüncelerini gönüllü olarak paylaştıkları tespit edilmiştir. Aynı zamanda kullanıcılar tarafından paylaşılan bu bilgilerin yaşa, cinsiyete, eğitim durumuna ve bireysel mahremiyet algılarına göre farklılaştığı görülmüştür. (Paine ve ark., 2007, s. 526-536; Christofides ve ark., 2012, s. 48-54; Kisekka ve ark., 2013, s. 2722-2729; Oz, 2014, s. 6099-6260; Acılar ve Mersin., 2015, s. 103-114; Budak, 2018, s. 146-170).

Bireylerin mahremiyet algılarının şekillenmesinde doğmuş olduğu tarihsel zaman aralığı, eğitim durumu, kadın ve erkek rollerine yüklenen anlamlar oldukça önem

taşımaktadır. Dijital çağın içine doğan ve gelişimsel süreçlerini bilgi iletişim teknolojilerinin getirmiş olduğu yeniliklerle şekillendiren kuşaklar ile yetişkinlik döneminde teknolojiyle tanışan kuşakların sosyal medya paylaşım düzeylerinde ve mahremiyet algılarında farklılıkların olması literatürde yaş değişkeni ile doğrudan ilişkilendirilmektedir.

Yaş değişkenini merkeze alarak Paine, Reipsi Stiege, Joinson, Buchanan (2007), ICQ anlık mesajlaşma uygulamasını kullanan bireylerin mahremiyet endişe düzeyleri ve mahremiyetlerini korumaya yönelik eylemlerini araştırmışlardır. Araştırma bulguları ışığında, katılımcıların yaş faktörüne bağlı olarak mahremiyet endişe düzeylerinde farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada yaş grupları “20 yaş ve altı”, “21-30”, “32-40”, 40 ve üstü” olarak dört gruba ayrılmıştır. Mahremiyet endişe düzeyinin en yüksek olduğu yaş grubu “40 ve üstü” en az olan yaş grubu ise “20 yaş ve altı” olarak saptanmıştır. Bu bağlamda, yaş faktörünün mahremiyet endişe düzeyi üzerinde önemli etkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların %73’ünün sosyal medya ortamında mahremiyetlerini korumak için önlemler aldığı saptanmıştır. Yaş faktörüne göre farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılan farklı bir çalışma Türkiye’de nicel araştırma yöntemine göre gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre, mahremiyet endişesi ve çevrimiçi güven duyma ile ilgili yaş faktörüne bağlı anlamlı farklılıklar olduğu ve bu farkın daha çok 18-25 yaş grubu ile 36-40 yaş grubu arasında olduğu görülmüştür (Yabancı, Akça ve Ulutaş, 2018, s. 191-218.).

Kisekka, Bagchi – Sen ve Rao (2013), Facebook uygulamasını akıllı telefon üzerinden kullanan kişilerin mahrem bilgilerini ifşa etme düzeylerini yaş ve cinsiyet perspektifinde incelemişlerdir. Araştırma 488 kişilik genç yetişkin ve yaşlı örneklem grubuna uygulanmıştır. Araştırma bulguları sonucunda, birden fazla farklı sosyal medya hesabı kullanan kadın katılımcıların Facebook ortamında mahrem bilgilerini erkek katılımcılara göre daha az ifşa ettikleri görülmüştür. Facebook gizlilik ayarlarının yönetilmesindeki zorluk seviyesinin yaşlı ve genç yetişkinlerin mahrem bilgilerini ifşa etme üzerinde farklı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gizlilik ayarlarını etkin şekilde kullanabilen genç yetişkinlerin yaşlı katılımcı gruba göre mahrem bilgilerini kontrol edebildikleri saptanmıştır. Bu bağlamda, teknolojik gelişmelerin içine doğan

kuşaklar yaşamlarının farklı evrelerinde teknolojiyle tanışan kuşaklara göre bilgi iletişim teknolojilerini daha etkin ve verimli kullandığı sonucuna ulaşılmıştır (s. 2722–2729).

Gerçekleştirilen farklı bir araştırmada benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Katılımcılara yönetilen açık uçlu soru ile mahremiyet ile ilgili üç önemli endişeleri sorulmuştur. Katılımcılar %45 oranıyla en çok Facebook'un kişisel bilgilerini üçüncü şahıslar ile paylaşmaktan endişe duyduklarını belirtmişlerdir. Üniversite öğrencilerinin mahremiyet ile ilgili farkındalık düzeyleri arttığında Facebook profillerinde kişisel bilgilerini gizledikleri ya da tamamen profillerini kapattıkları gözlemlenmiştir (Oz, 2014). İki araştırma sonucu ışığında, genç ve genç yetişkinlerin sosyal medya gizlilik ayarlarını aktif olarak kullandıkları tespit edilmiştir.

Acılar ve Mersin (2015), tarafından nicel araştırma yöntemine göre gerçekleştirilen araştırmada Facebook kullanan ile kullanmayan katılımcılar arasındaki mahremiyet kaygı düzeyleri arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Facebook kullanmayan katılımcıların mahremiyet kaygı durumlarının kullananlara göre daha fazla olduğu aynı zamanda kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre mahremiyet kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Üniversite öğrencilerinin mahremiyet yaklaşımlarının Facebook özelinde incelendiği farklı bir araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırma bulgularına göre, kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre mahremiyet kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bir diğer farklılık ise, Facebook profillerinde erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre dini ve siyasi görüşlerini daha fazla paylaştıkları görülmüştür (Zengin, Zengin ve Altunbaş, 2015, s. 132).

Farklı bir araştırma ise, sosyal medyayı aktif olarak kullanan üniversite öğrencilerinin mahremiyet algılarını araştırmıştır. Araştırma bulguları, üniversite öğrencilerinin mahremiyet algılarında cinsiyete ve yaşa göre farklılıklar olduğunu göstermiştir. Sosyal medya ortamının gözetleme ve kontrol etme amacıyla kullanıldığı yargısına erkekler katılımcılar %20 oranında tamamen katılırken, kadın katılımcılarda bu oran %8 olarak ulaşılmıştır. Yaş faktörüne göre ise, sosyal medyanın kullanıcılara güvenilir bir ortam sağladığı yargısına 18-20 yaş grubundaki katılımcıların %13,1 hiç katılmazken, 30 yaş üstü katılımcıların %100'ü bu yargıya hiç katılmadıklarını ifade etmişlerdir (Yılmaz ,2012, s.261). Bulgular bağlamında, örnekleme yer alan 30 yaş üstü

kullanıcı grubunun tamamının sosyal medya ortamına güven duymadıkları görülmektedir.

Türten (2018), tarafından nitel araştırma yöntemine göre gerçekleştirilen çalışma da katılımcıların cinsiyete faktörüne bağlı mahremiyet kaygıları arasında farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre sosyal medya ortamında daha yoğun mahremiyet kaygısı yaşadıkları görülmüştür. Katılımcılar kaygı yaşamalarının nedeni olarak güvenlik önlemlerinin yeterli düzeyde olmadığını belirtmişlerdir.

Türkoğlu (2018), çalışmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medyanın bireysel ve toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini göz önüne alarak mahremiyet kavramına bakış açılarının nasıl bir değişime uğradığını araştırmıştır. Nicel araştırma yöntemi temel olarak gerçekleştirilen araştırma 386 üniversite öğrencisine çevrimiçi anket yöntemiyle uygulanmıştır. Araştırma bulguları doğrultusunda katılımcıların sosyal medyada fotoğraf, video, okul ve lokasyon bilgilerini paylaşmaktan çekinmedikleri görülmüştür. Asla paylaşmam dedikleri bilgilerin ise, siyasi görüş, cep telefon numarası, özel hayat olduğu saptanmıştır. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ise “Gündemi takip etmek”, “Çevremdekilerden haberdar olmak”, “Bilgi alışverişinde bulunma” olarak sıraladıkları görülmüştür. Ayrıca katılımcıların çoğunluğu sosyal medyayı özel alan olarak değerlendirmiştir. Üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen farklı bir çalışmada ebeveynlerinin Facebook üzerinden arkadaşlık istediklerini nasıl ele aldıklarını, profillerinde gizlilik ayarlarında kısıtlamalar gidip gitmedikleri aile mahremiyet yönelimleri ve ebeveyn- güven ilişkileri çerçevesinde incelenmiştir. Araştırma sonuçları doğrultusunda, çoğunlukla ebeveyn ya da ebeveynlerinden gelen istekleri kabul etme ya da kabul etme eğiliminde oldukları görülmüştür. Aile içi mahremiyetleri birbirine açık ve ebeveynleriyle tatmin edici- güven ilişkileri olumlu olan aile bireylerinin Facebook ortamında ebeveynlerinden gelen isteklerini doğrudan kabul ettikleri görülmüştür. Ebeveynleriyle az tatmin- güven ilişkileri olan genç yetişkinlerin ebeveynlerinden gelen istekleri gizlilik ayarlarında düzenleme ve kısıtlamalara giderek kabul ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Child ve Westermann, 2013, s. 46–59.).

Bostancı (2019), dijital ebeveynlerin sosyal medyada mahremiyet algılarını ortaya çıkarmaya yönelik sekiz ebeveynle yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirmiştir.

Görüşmeler sonucunda temalar “sosyal medya kullanım amacı, mahremiyet yaklaşımı, sosyal medya mahremiyet ilişkisi, sosyal medya ve çocuk mahremiyet ilişkisi, sosyal medyada çocuk mahremiyetini koruma yöntemleri” olarak belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğu sosyal medyayı daha çok iletişim kurmak ve gündemi takip etmek için kullandıklarını belirtmişler ve mahremiyet yaklaşımını “özel, gizli” alan olarak tanımlamışlardır. Katılımcıların sosyal medya ve çocuk mahremiyeti konusunda düşünceleri farklılaşmaktadır. Katılımcılardan bazıları çocuk fotoğraflarının sosyal medyada paylaşılmaması gerektiğini, özellikle küçük yaştaki çocuklara sosyal medya kullanılmamasını düşünmektedir. Fakat karşıt bir görüş ise, sosyal medya kullanımında çocuklar arasında akran baskısının olduğunu belirtmişlerdir (s.126).

Zlatolas, Welzer, Hericko ve Hölbl (2015), araştırmalarında 18-65 yaş arasındaki Sloven Facebook kullanıcılarının mahremiyet ve kendini açma düzeylerini çeşitli değişkenler açısından incelemişlerdir. Nicel araştırma metodolojisine göre gerçekleştirilen araştırma çevrimiçi anket yoluyla 661 kişiye ulaşılmıştır. Araştırma bulguları ışığında, mahremiyet farkındalığı, mahremiyet sosyal normları, mahremiyet politikası, mahremiyet değerleri ve mahremiyet kaygısının Facebook ortamında kendini açmayı önemli derecede etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (s.165-166).

Christofides, Muise, Desmarais (2012), Facebook ortamında ergenler ve yetişkinlerin kendini açma ve gizlilik koruma davranışı arasında farklılık olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma bulguları ergenler ve yetişkinlerin Facebook kullanım biçimlerinde farklılıklar olduğunu göstermiştir. Facebook ortamında yetişkinlerin arkadaş sayılarının ortalama olarak aynı olduğu görülmüştür. Ergenlerde ise arkadaş sayısının fazla olmasını önemli olduğu arkadaş sayılarını arttırmak için sevmedikleri ya da tanımadıkları kişileri de arkadaş listelerine ekleme eğilimi içerisinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular, ergenlerin kendini açma düzeylerinin yetişkinlerden daha fazla olduğunu göstermiştir. Zaman faktörü değerlendirildiğinde Facebook’ta geçirilen sürenin artmasıyla her iki grubunda mahrem alanlarıyla ilgili daha fazla bilgi paylaştıkları saptanmıştır (s. 48-54).

Tow, Dell, Venable (2010), yılında Avusturalyalı Facebook kullanıcılarının kişisel bilgilerini çevrimiçi ortamda ifşa etmelerinde ve gizlenmesinde etkili olan faktörleri araştırmışlardır. Araştırma süreci üç aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada,

araştırmacı iç gözlemci olarak Facebook topluluğuna üye olmuştur. İncelenen profillerin %96'sı arkadaş listesinde olmayan kişilerle kişisel bilgilerini (adı, soyadı, doğum tarihi, eğitim ve iş bilgileri, ilişki durumu, arkadaş listesi, fotoğrafları) paylaşmaktadır. Bununla birlikte profillerin %12'si e-posta adresini, %1'i ev adresini ve %2'si telefon numarasının görünürlüğünü kısıtlamamıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında, anket yoluyla veri toplanmıştır. Bulgular doğrultusunda katılımcıların %67'sinin profillerinde kişisel bilgilerini gizledikleri, %31'nin kişisel bilgilerini paylaşmadıkları, %14'nün herhangi bir gizlilik ayarı yapmadıkları saptanmıştır. Katılımcıların %74'ü doğum tarihlerini, %10,81'de ev adreslerini kişisel bilgilerinin güvende olmadıklarına inanmalarına rağmen bu bilgileri Facebook ortamında paylaşmalarında bir sakınca görmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın üçüncü aşamasında, katılımcıların kişisel bilgilerini çevrimiçi ortamda yayınlamaya neden olan faktörleri derinlemesine incelemek için on dört kadın on bir erkek katılımcıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma bulguları, “değer, bağlam ve davranış” olarak üç temaya ayrılmıştır. Bağlam temasında katılımcılar Facebook ortamını, “arkadaşlarıyla iletişimde kalmak için”, “başkaları tarafından görünmek için”, “insanlar tarafından daha iyi tanınmak için” ayrıntılı bilgilerini paylaştıklarını belirtmişlerdir. Değer teması, kişilerin kendi kimliklerine verdiği önem ve çevrimiçi ortamlarına duydukları güvenle ilgilidir. Bu bağlamda katılımcılar, “kimsenin kişisel bilgilerini çalmayacağını”, “kişisel bilgilerinin çalınmaya değer olmadığını”, “kişisel bilgilerini paylaşmaktan çekinmediklerini”, “çok az endişe duyduklarını” belirtmişlerdir. Değer ve bağlam temaları dolaylı olarak davranış temasını etkilediği görülmüştür. Kişisel bilgilerinin paylaşmaya eğilimli olan ve çevrimiçi ortama güven duygusu yüksek olan katılımcıların mahrem bilgilerini daha çok paylaştıkları görülmüştür (s.16-17).

Zengin, Zengin ve Altunbaş (2015), İstanbul özelinde Facebook kullanıcılarının güvenlik davranışı ve mahremiyet kaygılarını araştırmıştır. Bulgular doğrultusunda, katılımcıların %83'ü Facebook uygulamasını arkadaşlarıyla iletişim kurdukları bir alan olarak tanımlamıştır. Çevresindeki insanlardan bilgi sahibi olmak için %82, eğlenceli boş bir zaman için kullananların oranı ise %56'dır. Katılımcıların mahremiyet kaygılarının sırasıyla %46 kimlik bilgilerinin çalınması, %43 bilgilerin üçüncü şahıslarla paylaşılması, %40 tanımadıkları kişilerin Facebook aracılığıyla iletişime geçmesi ve %34 oranıyla

başkalarının kendisi ile ilgili utanç verici bilgilerini paylaşması olarak saptanmıştır. Bulgular, kullanıcılar tarafından Facebook'un bir iletişim ortamı olarak algılanma düzeyi arttıkça mahremiyet kaygı düzeyinde azalma olacağını göstermektedir (s.132).

Budak (2018), sosyal medya uygulamalarının kullanan bireylerin mahremiyet alanlardaki dönüşümü araştırmıştır. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların mahremiyet tanımlarına yönelik vermiş oldukları cevaplarda en çok "mahrem" olarak %94 ile bedenin belli bölgeleri, %92,5 ile cinsel hayat, %88,6 aile içi sorunlar olarak sınıflandırılmıştır. En çok "mahrem değil" olarak cevaplar ise sırasıyla %67,5 dini görüşler, %65,5 siyasi görüşler, %58,8 kıyafet olarak puanlandığı görülmüştür. Bedenin bazı bölgelerini mahrem olarak niteleyen katılımcıların %74,9'unun sosyal medya platformlarında mayolu fotoğraflarını hiçbir zaman paylaşmadıklarını, aynı şekilde cinsiyet tercihlerini mahrem olarak değerlendiren katılımcıların %93,9'unun sosyal medya platformlarında cinsel tercihlerini hiçbir zaman paylaşmadıkları tespit edilmiştir (s.165-166).

Şimşek (2019), Instagram uygulamasını kullanan lise öğrencilerinin mahremiyete ilişkin tutum ve davranışlarını romantik ilişkiler bağlamında incelemiştir. Araştırma bulguları ışığında, lise öğrencilerinin Instagram üzerinden romantik ilişki kurma eğilimlerinin farklılaştığı görülmektedir. Katılımcılar "Instagram üzerinden bir ilişkiye başlamak mahremiyete aykırı değildir" ifadesine %29,8'i kesinlikle katılmıyorum, %18'i katılmıyorum, %22,3 kararsızım, %14,9'u katılıyorum, %13,8'i ise kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir. Katılımcıların %59,5'i Instagram sayesinde özel ilgi duyduğu arkadaşlarına duyguların daha iyi ifade ettiklerini, %51,1 ise Instagram sayesinde yalnızlıktan kurtulduklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda katılımcıların Instagram kullanmaya başladıktan sonra mahremiyet algı ve tutumlarının değiştiği, Instagramın yeni bir kişilik kazandırdığı, Instagram'da zaman geçirmeyi okulda ders dinlemeye tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (s.21-22).

Süreç içerisinde sosyal medya uygulamaları bireylerin iş hayatlarında kullandıkları, yöneticileri, çalışma arkadaşları ve meslek gruplarıyla iletişime geçtikleri bir ortam halini almıştır. Fakat sosyal medya hesapları kişisel bilgiler içerdiği için hem şirket tarafından hem de çalışma arkadaşları tarafından gözetim ve bilgi edinmek

amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle kişiler çalışma arkadaşlarını sosyal medya hesaplarına eklemek konusunda kararsızlık göstermeye başlamışlardır.

Frampton ve Child, (2013) yılında profesyonellerin çalışma arkadaşlarının arkadaşlık isteklerine nasıl cevap verdiklerini, kabul ettikten sonra özel bilgilerini korumaya alıp almadıklarını araştırmışlardır. Araştırma nicel metodoloji temel alınarak gerçekleştirilmiş ve anketler 312 katılımcıya ulaştırılmıştır. Katılımcıların %91,8'i Kafkasyalı, %4'ü Afrika kökenli Amerikalı, %2,1' Asya kökenli Amerikalı, %1,2'si Hispenik Amerikalılardan oluşmaktadır. Araştırma bulguları sonucunda katılımcıların %90,5'nin iş arkadaşlarının isteğini kabul ettiği, %5,1'nin cevapsız bıraktığını, %3,2'inde açıkça reddettiği görülmüştür. Katılımcıların istekleri kabul ettikten sonra sadece %25'nin paylaşımlarında ve gizlilik ayarlarında tekrar düzenlemeler yaptığı görülmüştür (s.2261-2262). Sonuç olarak araştırma kapsamında çalışan profesyonellerin, iş arkadaşlarından arkadaşlık isteği almaları ve sosyal medya kanalı aracılığıyla kişisel bilgilerini paylaşmaları mahremiyet ihlali olarak görmedikleri tespit edilmiştir.

Ulusal ve uluslararası düzeyde sosyal medya uygulamaları ve mahremiyeti temel olarak gerçekleştirilen araştırmaların çok boyutlu ve kapsamlı olarak ele alındığı görülmektedir. Tüm bu araştırma sonuçları ışığında, erken dönemdeki mahremiyet anlayışının bilgi iletişim teknolojilerinin etkisiyle dönüşüme uğradığı sonucuna ulaşılmıştır.

1.6. Hukuksal Boyutuyla Mahremiyet

Mahremiyet hakkı, insanlık tarihi var olduğu dönemden itibaren üzerinde durulan ve tartışılan önemli bir konudur. Tarihsel perspektifte incelediğinde bireylerin mahremiyet sınırları için hukuk mekanizmaları aracılığıyla mücadele verdikleri görülmüştür. Erken dönemde bireyler hukuk alanındaki ilk mahremiyet haklarını mekânsal sınırları için aramışlardır. Nitekim, çeşitli ülkelerde erken dönemde görülen davaların büyük bir çoğunluğu evlerin pencere, bahçe ve avlularının mahremiyet sınırlarını aşan mimari yapılanmaları üzerine olduğu görülmüştür. Süreç içerisinde ise mahremiyet hakkı fiziksel mahremiyet hakkından bireysel mahremiyet hakkına doğru evrim geçirmiştir.

Zamanla bireylerin özel hayatının gizliliği birey ve şahsiyat hakkı olarak bütün hukuk mekanizmaları tarafından tanınmıştır. Çağlar boyunca mahremiyet hakkının

önemi, kapsamı, korunması için alınacak tedbirler ve uygulanacak yaptırımlar hukukçular tarafından tartışılmıştır. Mahremiyet hakkı bilim, fikir ve siyaset adamlarının üzerinde durması ve insan haklarının önemli bir boyut kazanmasıyla özel hayatın gizliliği ve korunmasıyla ilgili kanuni düzenlemeler gerçekleşmiştir. Batı toplumunda bu konuyla ilgili ilk yasal düzenlemelerin yapılması tarihsel perspektifte 19.yüzyılın sonu ile 20.yüzyılın başına denk geldiği görülmektedir (Kahraman, 2015, s.31).

Birçok ülke anayasal haklar, kanunlar ve yargı kararları çerçevesinde mahremiyeti korumaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmektedir. Mahremiyet evrensel olarak temel bir insan hakkı olarak kabul edilmektedir. Birleşmiş Milletler 1948 tarihli *İnsan Hakları Evrensel Beyannamesine* göre, “Hiç kimse mahremiyeti, ailesi, evi ve yazışmalarına nedensiz karışmaya, onuruna ve saldırıya mağdur bırakılamaz” (Solove,2018, s.2). 1950’li yılında *Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi* Türkiye’nin de dahil olduğu 47 ülke tarafından imzalanmıştır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi 8.Maddesine göre, “Herkes özel ve aile hayatına, evine ve yazışmalarına saygı gösterilmesi” hakkına sahiptir (Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, 1950). *Türkiye Cumhuriyeti’nin* Anayasasının 17. ve 20. Maddelerinde, *Medeni Kanun’un* ve *Ceza Kanunun* çeşitli maddelerinde kişilerin özel hayatını, aile hayatını, haberleşme özgürlüğü ve kişilik haklarını koruyan hükümler yer almaktadır. Ayrıca *Bilgi Edinme Kanunu* (2003), içerisinde de mahremiyet ile ilgili düzenlemeler gerçekleştirmiştir. Kamu kurumlarındaki yazışmalarda mahremiyetin korunması nedeniyle yazıların içerdikleri bilgiye göre değişen gizlilik dereceleri belirlenmiştir. Böylece yazıların sadece ilgili kişiler tarafından değerlendirilmesi amaçlanmıştır (Sezen ve Erden, 2019, s.87).

Günümüzde, kişisel bilgilerin toplanması, depolanması ve kötüye kullanılmasının kolaylığının yanı sıra insan faaliyetlerinin tüm alanlarında teknolojinin ve sosyal medyanın yaygın kullanımı mahremiyet endişelerini de artırmıştır. (Mamonov, Benbunan – Fich, 2015). Özellikle, çevrimiçi hizmetlerin daha kolay çalışmasına yardımcı olmasına rağmen, akıllı telefon vb. cihazlar bireylerin mahremiyet endişelerini olumsuz yönde etkilemektedir (Baek, 2014, s.34). Kullanılan sağlık, spor, satın alma, konum, bankacılık gibi uygulamalar bireylerin özel bilgilerini içerdiği için ciddi riskler oluşturmaktadır. Ayrıca bireylerin bulutlarda depolanan fotoğraf, video, ses kayıtları da oldukça önemlidir.

İnternet teknolojisinin gelişimi ve sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşması bireylerin yaşam alanlarının genişlemesine neden olmuştur. Mahremiyet, artık sosyal medya kullanıcılarının kendileri tarafından sınırlarını açtıkları bir alan haline gelmiştir. Kullanıcıların şeffaf bir yaşam biçimini benimsemeleri özel hayatlarının kamusal hayata dñuřmesine neden olmuştur. Fakat süreç içerisinde, tüm bu teknolojik uygulama ve aygıtların sunmuş olduğu fonksiyonlar çeşitli risk faktörlerini ortaya çıkarmıştır. Özellikle sosyal ağlar tarafından paylaşılan kişisel bilgiler bireylerin diğital ayak izleri olarak kayıt altına alınmaya başlanmıştır. Kayıt altına alınan tüm kişisel veri ve bilgiler bireylerin rızası olmadan 3.kişilerin eline geçme, izinsiz kullanılma ve ifşa edilme gibi eylemlerin gerçekleşmesine neden olmuştur. Bu risk faktörlerinin ortaya çıkması sonucunda ise, unutulma hakkı gündeme gelmiştir.

Unutulma hakkı, diğital ortamda yer alan kişilere ait rahatsız edici boyutta olan her türlü kişisel bilgilerin, yine bireylerin isteği üzerine bir daha geri yüklenemeyecek şekilde “yok edilmesi, “ortadan kaldırılması”, “silinmesi olarak” tanımlanmaktadır (Elmalıca, 2016, s.1611). Bireylerin düşünmeden ya da herhangi bir gizlilik önlemi almadan paylaştıkları kişisel enformasyonları içinde bulundukları süreci ve geleceklerini doğrudan etkiledikleri için unutulma hakkı gündeme gelmiştir. Unutulma hakkı, bilgi iletişim teknolojilerinin etkisiyle hukuk literatürüne girmiştir. Çeşitli ülkeler tarafından unutulma hakkının hukuki temelleri atılmış ve güvence altına alınmış olsa da bazı ülkeler tarafından kişisel veriler ve özel hayatın gizliliği anayasal haklar çerçevesinde ele alınarak değerlendirilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. DİJİTAL YERLİLER VE DİJİTAL GÖÇMENLER

Tez çalışmasının ikinci bölümünde, dijital yerli ve dijital göçmenlerin genel özellikler, eğitim ve çalışma hayatlarını ayrıntılı olarak incelenmiştir.

2.1. Dijital Yerliler ve Genel Özellikleri

Bireylerin doğup büyüdüğü yıllar içinde gerçekleşen toplumsal, sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler kuşaksal özelliklerinin gelişimini doğrudan etkilemektedir. Bu etkenler dikkate alınarak kuşaklar gruplara ayrılırken doğum yılı temel alınır. Literatür alt yapısında Persenky, (2001a) tarafından “*dijital yerliler*” olarak tanımlanan yerliler farklı araştırmacılar tarafından “*dijital kuşak*”, “*ağ kuşağı*”, “*y kuşağı*”, “*net nesli*” olarak ifade edilmektedir. (s.1). Dijital yerliler, 1980 yılı sonrasında bilgi iletişim teknolojileri içerisine doğan, internet, bilgisayar ve dijital kültürün ana dilini benimseyen kuşak olarak tanımlanabilir.

Dijital yerliler, teknolojik araçlarla büyüyen ilk kuşağı temsil etmektedirler. Doğdukları andan itibaren bilgisayar, dijital müzik çalar, video kameralar, mobil telefonlar ve dijital oyuncaklarla zaman geçirirler. İnternet, sosyal medya uygulamaları, e-posta, çevrimiçi sohbet ve dijital oyunlar hayatlarının büyük bir parçasını oluşturmaktadır (Persenky, 2001a, s.1). Dijital yerliler hayatlarının tüm evresinde sürekli gelişen ve değişen teknolojik araçları kullandıkları için geçmiş dönemden kalan analog cihazlar bu kuşak grubuna geleneksel gelmektedir.

Genel olarak dijital yerlileri tanımlayan yaş ve erişilebilirlik olmak üzere iki temel değişken vardır (Wang, Myers ve Sundaram, 2012, s.1). Yerliler, ağ teknolojilerinin hâkim olduğu düzen içerisinde doğup büyüdüğü için akıllı telefon, tablet, dizüstü bilgisayar aracılığıyla sürekli erişilebilirlik özelliği gösterirler. Dijital yerlilerin, alışkın oldukları bu düzen bulundukları tüm ortamda internet erişimi ve etkileşim talep etmelerine neden olur. Sürekli erişilebilirlik özelliği göstermeleri ve etkileşim halinde olmaları akışkan bir hayat tarzı sürmelerinde etkili olmuştur.

Günümüzde sosyal medyanın en yaygın kullanıcıları dijital yerlilerdir. Dijital yerliler, dijital çağda dünyaya gelen ya da büyüyen teknolojik sistemlerle yakın ilişki kuran kuşaktır. Bu kuşak sosyal medya aracılığıyla, haber siteleri, pazarlama faaliyetleri, eğitim ve öğretim alanları, sağlık hizmetleri, sivil oluşumlar, siyaset ve sosyal etkileşime

kadar birçok alanı takip etmektedir (Maitland ve Lynch, 2020, s.5-6). Dijital yerliler, sadece bu alanları takip etmekle yetinmezler aynı zamanda etkileşim halinde olur ve varlıklarını bu alanda ortaya koyarlar. Örneğin, geçmişte dijital göçmenler haberlere sadece televizyon, radyo ve gazete aracılığıyla ulaşırken yerliler çevrimiçi ağlar aracılığıyla anlık olarak en güncel haberlere ulaşırlar, okudukları ya da dinledikleri haberlere yorum yapar, paylaşır ve oylarlar.

Dijital yerliler, aynı zamanda sosyal medya uygulamalarında içerik üretir, arar ve paylaşırlar. Hem katılımcı hem tüketici konumdadırlar. Bu yüzden uzmanlar bu kuşak grubunun sosyal medya kullanım amaçlarını ve alışkanlıklarını takip ederler (Bolton et.al. 2013, s.246). Sosyal medya uygulamaları aynı zamanda üreten kişi ya da kurumlar için kâr amacı güden şirketlerdir. Bu yüzden profesyoneller dijital dünyanın için doğan ve bu uygulamaları en çok kullanan kuşak grubunun gelecek faaliyetlerine zemin oluşturmaları için günlük rutinlerini, kullanım amaçlarını ve tükettikleri ürünleri yakından takip ederler.

Hayatlarının merkezine teknoloji ve interneti alan dijital yerliler birçok yaşamsal faaliyetlerini akıllı telefon, bilgisayar, tablet gibi teknolojik araçlar aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. İletişim kanalı olarak Instagram, (Obeidat ve Young, 2017, s.297) Facebook, Twitter, Tictok gibi trend olan sosyal medya uygulamalarını tercih ederler. Sosyal medya uygulamalarının dilini yakından takip ettikleri gibi bu dilin gelişmesinde ve değişiminde önemli rol üstlenirler. Yeni teknolojik trendlere direnç göstermeden uyum sağlarlar ve yeniliklere her zaman açıktırlar. Dijital çağın içerisinde yaşadıkları için tek dijital kültür öğelerini benimserler.

Selwyn (2009), göre Dijital yerliler doğaları gereği sorgulayıcı ve şüphecidirler. Küresel bakış açıları geleneksel kurumlara ve düşünce sistemlerine alternatif eleştirel düşüncenin oluşmasını sağlar (s.367). Küresel değerlere verdikleri önem ve hümanist bakış açıları adaletsizlik karşısında kolektif olarak hareket etmelerine temel oluşturur. Yerliler, kendilerini ifade etmekten çekinmezler, baskıcı ve zorlayıcı tutumlar bu neslin üzerinde etkili değildir. Koşulsuz herhangi bir değişimi ve bilgiyi doğru olarak kabul etmezler. Sorgulayıcı yaklaşımları her türlü bilgiyi birkaç kanaldan doğrulayarak zihinlerinde sentezlemelerini sağlar. Bu nesil olaylar karşısında kitlesel iş birliğine ve dayanışmaya önem vererek hareket ederler.

Dijital yerliler için çevrimiçi hayat yaşamsal fonksiyonlarının birçok alanlarında belirleyici olmaktadır. 21.yüzyılda internet bireylerin nasıl yaşanacağına, nasıl hayatta kalacağına ve nasıl geliştiğine dair yön çizmektedir (Persenky, 2003, s.2). Bu yüzyılda kişilerarası iletişim süreci yüz yüze iletişimden sosyal medya uygulamaları aracılığıyla gerçekleşen çevrimiçi iletişime doğru evrilmiştir. Bu nedenle sosyal medya uygulamalarını kullanmayan dijital yerli sayısı çok azdır ve bu ortamlarda yer almayan bireyler görünmez olarak nitelendirilmektedir.

Dijital yerlilerin tercih ettikleri medya araçları dikkate alındığında en yaygın olarak sosyal medya uygulamalarını kullandıkları ve çoğunluk olarak çevrimiçi video izlemeyi tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca çevrimiçi forum, bloglar, tartışma grupları, video, resim ve müzik yüklemek, tweet atmak ve okumakta gerçekleştirdikleri eylemler arasındadır (Friedl ve Vercic, 2010 s.85). Dijital yerliler, forumlarda herhangi bir ürün, eğitim, sağlık, ekonomi konuları hakkında tartıştıkları gibi belirli konularda ihtiyaç duyulan bilgi akışını bu kanallar aracılığıyla sağlarlar. Bu kuşak grubunda *Wiki* ve *forumlarla* başlayan bilgi paylaşma süreci gelişen uygulamalarla birlikte yerini ağırlıklı olarak bloglara, vloglara bırakmıştır. Bloglarda, kişiler herhangi bir konuda düşünce ve deneyimlerini yazılı olarak paylaşırken vloglarda tüm bu süreçleri video kaydına alarak gerçekleştirirler. Dijital yerliler, metinleri okumayı tercih etmek yerine birden fazla duyu organına hitap ettiği ve zihinde kalıcılığı sağladığı için Vloglar aracılığıyla paylaşılan video içerikleri izlemeyi tercih ederler.

Dijital yerliler, bilgiye ulaşma süreçlerinde internet kaynakları, dijital kütüphaneler, *Wiki* ve *forum* siteleri, bloglar, vloglar, dijital makaleler ve uzman görüşlerini tercih etmektedirler (Haluza, Naszay, Stockinger ve Jungwirth, 2017, s.1344). Dijitalleşen dünya da kütüphaneler dijital kütüphaneye, kara tahtalar akıllı tahtaya, dokümanlar PDF dosya uzantısına, kitaplar E-kitaba dönüşmüştür. Dijitalleşmenin bu kadar hızlı ve keskin yaşandığı dönemde bilginin kaynağının ve öğrenme stillerinin değişimi kaçınılmaz olmuştur. Bu etkilerle yerliler, fiziksel olarak kütüphaneye gitmek yerine tek tuş ile dünyanın diğer ucunda yer alan kütüphanelerdeki kitapları ve makaleleri bilgisayarlarına indirip konforlu alanlarında okumayı tercih ederler.

Dijital yerliler, dijital göçmenlere kıyasla mobil cihazları daha yaygın ve düzenli kullanmaktadır (Haluza et.al., 2017, s.1344). Akıllı telefon, bilgisayar, tablet gibi

teknolojik araçlar uzuvsal parçaları haline gelmiştir. Dünyaya gözlerini açtıkları andan itibaren dijital ve dokunmatik ekranlarla büyüyen kuşak grubu aynı zamanda bu araçların profesyonel kullanıcılarıdır. Keşfederek öğrenme kuşaksal özelliklerinin parçası olduğu için yeni çıkan aygıtları da deneme yanılma yoluyla kullanma kılavuzlarına ve yönergelere ihtiyaç duymadan öğrenirler. Dijital yerliler, teknolojiyle yaşamlarının ilerleyen evrelerinde tanışan ebeveynleri olan dijital göçmenlere akıllı telefon, tablet, sosyal ağ gibi dijital medya araçlarının kullanılmasında rehberlik ederler (Nelissen ve Bluck, 2018, s.382).

Dijital yerliler, teknoloji meraklısı oldukları için göçmenlere göre daha karmaşık bir yapıya sahiptirler. (Wang et.al., 2012, s.3). Yerliler, teknolojik araçların sadece nasıl kullanılacağını bilmezler, aynı zamanda teknoloji temelli olarak bilginin nasıl oluşturulup ve aktarılacağını da bilirler. Dijital yerliler, bilgisayarla büyüyen nesil oldukları için göçmenlere göre farklı düşünme stillerine sahiptirler. Bilgisayar oyunlarına ve dijital medyaya sürekli maruz kalmaları düşünme becerilerinin, zihin haritalarının, görsel ve uzamsal becerilerinin gelişmesine neden olmuştur (Persenky, 2001b, s.4).

Benzersiz teknolojik yeteneklere sahip olan dijital yerliler günlük yaşantılarının birçok rutinini çevrimiçi ağlar üzerinden gerçekleştirirler. Alışveriş için fiziksel olarak mağaza ve marketlere gitmek bu kuşak grubunda zaman kaybı olarak görülmektedir. Ağlar aracılığıyla yaşamsal döngülerini yöneten yerliler çoğunlukla çevrimiçi satın alma davranışı göstermektedir. Tüketim kültürünün çevrimiçi satın alma sürecine doğru evrilmesi uzmanların bu alanlar üzerinde araştırma ve yatırım yapmalarını gerekli kılmıştır. 21.yüzyılın en büyük tüketici grubu olan dijital yerlilerin (Carlson, et.al., 2021, s.2) harcama gücü ve tüketim alışkanlıkları dikkate alındığında ulusal ve uluslararası markaların bu kuşağın beklentilerini, isteklerini ve tüketim kültürüne etkilerini dikkate almaları gerekmektedir.

Dijital yerliler, aşama aşama değişmemişlerdir. Dijital kültürün tüm öğeleri zamanla stillerine, kullandıkları objelere, konuşma tarzlarına, öğrenme stillerine, iletişim ve yaşam tarzlarına da yansımıştır (Persenky, 2001a, s.1). İletişim dilleri ve biçimleri dijitalleşmeyle birlikte yeniden inşaa edilmiştir. Genellikle duygu ve düşüncelerini ifade ederken emoji adı verilen küçük dijital karakterler kullanmaktadırlar. İnternet teknolojilerini sınır tanımaz özelliği sayesinde zaman, mekân fark etmeksizin sürekli

etkileşim halinde olurlar. Eğitim ve çalışma hayatları teknoloji merkezli olarak şekillenir ve kuşaksal özellikleri bu alanlarda da etkisini gösterir. Sosyal medya uygulamalarının sunmuş olduğu kullanım fonksiyonları ile akışkan ve şeffaf bir yaşam tarzı benimserler. Kişisel düşüncelerini, romantik ilişkilerini, günlük rutinlerini, anılarını ve tüm benliklerini sosyal medya uygulamalarında sunmaktan çekinmezler. Bu durumda mahremiyet kavramına olan bakış açılarının tekrar değerlendirilmesi ve sorgulanmasını gerekli kılar.

2.2.Dijital Yerliler ve Çalışma Hayatı

Dijital yerlilerin kuşaksal özellikleri iş hayatının rutin düzenini de doğrudan etkilemiştir. Personel seçme süreçlerinden, çalışma şekli ve saatlerine kadar birçok alan değişiklik göstermiştir. Dijital yerlilerin, iş hayatından beklentileri, çalışma saatleri, kariyer planları, örgütsel hedefleri, bağlılık ve sadakatleri dijital göçmenlere göre büyük farklılık göstermektedir. Dijital çağın tüm çıktılarıyla bütünleşen ve iş hayatlarının temellerini de teknoloji merkezli olarak inşaa eden yerliler küresel olarak iş hayatındaki temel değişimlerin nedeni olmuşlardır.

İnternet dünyası ve geliştirilen sosyal medya uygulamalarıyla birlikte iş başvuruları, personel seçme süreçleri hatta mülakatlar dahi çevrimiçi ortamda yapılmaya başlamıştır. Önemli sosyal medya uygulamalarından olan LinkedIn, iş dünyasından birçok insan kaynakları profesyonellerin, yöneticilerin, liderlerin yer aldığı ve iş başvurularının çevrimiçi olarak gerçekleştirildiği sosyal medya uygulamasıdır. Özellikle dijital yerliler, LinkedIn gibi evrensel uygulamalara üye olarak yönetici ve insan kaynakları profesyonellerinin yayınlamış olduğu yurtiçi ve yurtdışı iş ilanlarına başvurmaktadır. LinkedIn, anlık etkileşim sağladığı gibi günümüzde profesyonel iş dünyası tarafından en çok kullanılan uygulamalıdır. İşe alım süreçlerinin bu kanallar aracılığıyla aktif olması ilk mülakat ve görüşmelerinde ağırlıklı olarak çevrimiçi ortamda gerçekleşmesine neden olmuştur. İş dünyasından profesyonellerle adaylar Teams, Zoom, Google Meet, Skype gibi uygulamaların sunmuş olduğu olanaklarla görüntülü ve sesli aramalar sayesinde ilk iletişimlerini gerçekleştirmektedir.

Günümüzde iş dünyasında iletişim süreci de ağırlıklı olarak İnternet, E-Posta, Microsoft Teams, Google Meet, Zoom, LinkedIn, gibi sosyal medya kanalları aracılığıyla sağlanmaktadır (Obeidat ve Young: 2017, s.296). Sosyal medya uygulamalarının sunmuş

olduğu olanaklarla artık her ekibin sürekli etkileşim halinde olduğu *WhatsApp* grupları bulunmaktadır. Kişiler öncelikli olarak ilk iletişim süreçlerini uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirirler ve anlık bildirim alırlar. Bu gruplarda paylaşılan raporlar, iş akış dosyaları ve kişisel enformasyonlar bilginin bireyselden kolektife yayılmasını kolaylaştırır. İş dünyasında mobil iletişim dijital yerlilerin tercih ettikleri iletişim kanalı olarak kullanılsa da iş arkadaşları, yöneticileri ya da liderleri olan göçmenleri zaman zaman rahatsız etmektedir. Dijital yerlilerin, (Rosa ve Hastings, 2016) iş dışında telefon kullanma sıklıkları göçmenler tarafından medeni olmayan davranış ve kural ihlali olarak görülmektedir (s.39)

Dijital yerlilerin çalışma prensipleri kalıplaşmış örgütsel kurallarla çatışmaktadır. Doğaları gereği tek bir işe saatlerce odaklanıp sabit bir şekilde çalışamazlar, birden fazla işi aynı anda gerçekleştirip esnek çalışma saatlerini tercih ederler. Dijital yerlilerin, (Rosa ve Hastings, 2016, s.39) esnek çalışma saatleri talep etmeleri ve zamansız izin istemeleri mesai kavramı ile bütünleşen, verilen görevi ve işi tamamlamadan iş yerlerini terk etmeyen göçmenler tarafından hoş karşılanmamaktadır. Bu noktada göçmenler, dijital yerlilerin iş ahlakı, iş etiği, işe bağlılık ve sadakat kavramlarıyla ilgili problemleri olduğunu düşünmektedirler.

Dijital yerliler, literatür alt yapısında "mobil yakalılar", "mobil çalışanlar" olarak da ele alınmaktadırlar. Mobil yakalılar, fiziksel ve mekansal durum farketmeden her an çalışabilme özelliği gösterirler. Evde, uçakta, ofiste, müşterilerinin ofislerinde, otelde, toplu taşıma araçlarında hatta restaurant ve cafelerde bile çalışabilirler (Adıgüzel, Batur, Ekşili, 2014, s.177). Fiziksel sınırları dikkate almadan çalışabilme özellikleri ve zamandan tasarruf sağlama istekleriyle esnek çalışma saatlerini benimserler. Dijital yerlilerin esnek çalışma saatlerini tercih etmelerinin temelinde iş ve yaşam dengesine verdikleri önem yer almaktadır. Dijital yerliler, göçmenlerin aksine çalışma hayatı ve özel yaşamları arasında denge kurmak istemektedirler. Teknoloji aktif olarak kullanan, bağımsızlıklarına önem veren, eğlence, gezme ve para harcamayı seven bu kuşağın göçmenler kadar yoğun çalışma temposuna uyum sağlayamadıkları görülmektedir (Ayhün, 2013, s.95). Bu nedenle genellikle esnek çalışma saatlerinin hâkim olduğu, uzakta çalışma açık ya da yarı zamanlı işleri tercih etmektedirler. Böylelikle enerji ve

zamanlarını sadece iş hayatlarına değil, aynı zamanda aile ve özel hayatlarına da ayırmış olurlar.

Dijital yerlilerin, iş hayatında yer almasıyla birlikte şirket yöneticileri iş dünyasındaki birçok dinamiklerin değiştiğini vurgulamışlardır. Profesyoneller esnek çalışma saat ve modellerinin yoğunlaştığını, kâğıt, kalem ve prosedürlerin iyice azaldığını belirtmişlerdir. Departmanlar yerine proje grupları, geçici ekipler, uluslararası iş birlikleri, farklı kültür cinsiyet ve inançtan birçok insanın bir araya gelerek oluşturduğu ortak ekipler kurulmaya başlanmıştır. (Taş, Demirdöğmez ve Küçüköğlu: 2017, s.1041). Dijital yerliler, işbirlikçi çalışmaya ve ekip çalışmasına oldukça yatkındırlar. Bu nedenle özellikle kariyer hayatlarına önemli fırsatlar sunan ve pozitif yönde etki edecek uluslararası kuruluşlarda, projelerde çalışmak istemektedirler.

Dijital yerliler, doğuştan teknolojik araçlarla iç içe oldukları için arama motorları, sanal düzenlemeler ve sanal asistanlar gibi deneyimlere aşinadır (Nakagawa ve Yellowless, 2020, s.6). Yerliler internet teknolojileri ile entegre olan sistemlere, hızla değişen pazar ve rekabet koşullarına uyum gösterirler. Dijital çağın hâkim olduğu bu süreçte her an değişen yeniliklere ve koşullara uyum gösterebilme özellikleriyle iş dünyası için önem arz eden grubu oluştururlar. Bu nedenle iş gücünün önemli bir bölümünü oluşturan bu kuşak grubu için çalışma koşulları ve ortamları yeniden tasarlanmaktadır.

Dijital yerliler, örgütsel hiyerarşi içerisinde yöneticilerinden, liderlerden, iş arkadaşlarından değer ve saygı görmek isterler. Kişisel beklentilerinin tatmin edilmesini, memnuniyetlerinin önemsenmesini beklerler. Kişisel duygu ve düşüncelerini üst ve astlarıyla paylaşmakta çekinmezler, açık ve net olarak kendilerini ifade ederler. Düşüncelerinin önemsenmesini, dikkate alınmasını ve uygulamaya konmasını beklerler. Çalışma arkadaşlarını sadece iş arkadaşı olarak değil sosyal yaşam arkadaşı olarak görürler (Yıldırım alp ve Güvenç, 2020 s.72). Mesai içerisinde ya da dışında iş arkadaşlarıyla eğlenceli zaman geçirmek isterler ve iş arkadaşlıklarının özel hayatlarına dahil etmekten çekinmezler. İş ve yaşam dengesinin korunurken aynı zamanda yeni arkadaşlıklara daima açıktırlar.

Dijital yerliler iş hayatında ağırlıklı olarak bilişim, teknoloji, finans, danışmanlık alanlarında çalışmak istemektedirler. Genellikle mezun olduktan birkaç ay sonra iş

hayatında yer alabileceklerine inanırlar ve işe başladıktan 4-6 yıl sonrasında yönetici kademesinde yer alacaklarını düşünürler. Girişimci ruhlarına paralel olarak göçmenlere göre daha yüksek oranda kendi işlerini kurmak isterler (Ayhün, 2013, s.105). Fakat hem beklentilerinin karşılanmaması hem de sadakat duygularının güçlü olmaması nedeniyle kısa sürede çok fazla iş değişikliği gerçekleştirebilirler.

Tüm bu çıktılarla birlikte çalışma hayatının önemli potansiyel grubunu oluşturan dijital yerlilerin iş dünyasından beklenti ve istekleri yöneticiler tarafından göz önünde bulundurulmalıdır. Dijital becerileri, teknoloji diline hâkim olmaları ve gelişen tüm yeniliklere hızlı bir şekilde uyum göstermeleri iş dünyasının aranan niteliklere uygun personel olduklarının göstergeleridir. Çalışma prensipleri iş hayatından beklenti ve istekleri değişse de verimliliklerini ve sadakat duygularını yükseltmeye yönelik yapılacak çalışmalarla olumsuz olarak nitelendirir koşullara uyum göstermeleri sağlanabilir. Yöneticileri, liderleri, üstleri ve çalışma arkadaşları olan göçmenlerle farklılaşan özellikleri iki kuşağın birbirinin dilini anlayabilecek şekilde yaklaşımlara ortamlar hazırlanarak iletişim sorunlar ortadan kaldırabilir. Dijital göçmenlerin geçmiş bilgi ve deneyimleriyle dijital yerlilerin yenilikçi, yaratıcı, teknoloji odaklı özellikleri dikkate alınarak oluşturulacak çalışma ortamları iki kuşağın motivasyonel süreçlerini olumlu yönde etkileyecektir.

2.3.Dijital Yerliler ve Eğitim Hayatı

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle toplumsal hayatın tüm dinamiklerine yansıyan değişimler eğitim sisteminin temel yapısını da etkilemiştir. Dijital dünyaya gözlerini açan ve doğdukları andan itibaren mobil cihazların uzuvlarının bir parçası haline gelen dijital yerliler eğitim sisteminin geleneksel yapısına uyum gösterememişlerdir. Dijital yerlilerin kuşaksal özellikleri ve diğer nesillere göre bilgiye ulaşmadaki farklılıkları eğitim sisteminin değişime uğramasında ön koşul haline gelmiştir.

Yüzlerce yıldır kitlesel bir şekilde gerçekleştirilen eğitimin ana odak noktası, sunuş yoluyla konuşma odaklı beyinlerimizi okuyabilmek ve yeniden eğitmektir. Geleneksel eğitim yaklaşımı sistemli olarak haftada beş gün, günde birkaç saat ve keskin odaklanma ve dinleme becerisini gerekli kılmaktadır (Persenky, 2001b, s.3). Dijital dünyaya doğan, teknolojik araçlarla donatılan ve çoklu görev özelliği hâkim olan yerliler

için geleneksel eğitim sisteminin dinle, anlat ve tez çözme tekniği kuşaksal özellikleri ile gelişmektedir.

Bu kuşak grubu görsel ve grafiksel şekilleri okumayı tercih ettiklerinden geleneksel eğitim yapısının metne dayalı eğitim araçları ilgililerini çekmemektedir. Bu eğilim göz önüne alınarak bilgi profesyonelleri ile eğitimciler okullar, kütüphaneler, müzeler, sergi salonları gibi birçok eğitsel alanın dijital ortamda en gerçekçi şekilde sunulması için çalışmalar gerçekleştirmektedirler (Selwyn, 2009, s.374). Sınıf içinde kullanılan akıllı tahtalar, tabletler, projeksiyon cihazları, VR gözlükler ve öğrenme temelli dijital oyunlar bu kuşak grubu üzerinde öğrenmeyi zenginleştirmek için gerçekleştirilen çalışmaların ürünüdür.

Dijital yerliler, sunuş yollu eğitim sisteminin tersine olay, olgu ya da bilgileri mobil teknolojiler aracılığıyla kendileri öğrenmek istemektedirler (Selwyn, 2009,s.368). Arama motorları, mobil uygulamalar, sanal kütüphaneler vb. gibi sunulan olanaklarla sorularına hızlı bir şekilde cevap bulabilmektedirler. Örneğin, Akçayır, Dünder ve Akçayır'ın (2016) gerçekleştirdikleri araştırma bulgularına göre öğrencilerin akademik hayatları boyunca dijital teknolojileri aktif olarak kullandıkları ve bu araçlar sayesinde araştırma süreçlerini daha verimli hale getirdikleri saptanmıştır (s.439). Benzer şekilde farklı araştırmada teknoloji becerileri ile akademik başarı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır (Wang, et.al., 2012, s.6). Ayrıca teknolojik aygıtlar ve internet teknolojileri bilgiye ulaşmada kolaylık sağlarken, çok fazla doğrulanmamış bilgilerin yer alması öğrencilerin öğrenme sürecinin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Bu nedenle dijital yerlilerin öğrenme süreçlerinin daha verimli olması için e-öğrenme ve dijital okuryazarlık gibi alanlarda eğitim almaları gerekmektedir.

Tapscott (1998), geleneksel eğitim sisteminin dijital yerlilerin sosyal, motivasyonel ve duygusal ihtiyaçlarına uygun olmadığını belirtmiştir (s.131). Bu durumun nedeni olarak doğdukları andan itibaren akıllı telefon, bilgisayar, tablet aracılığıyla zenginleştirilmiş grafik, görsel, video ve seslerle büyümeleri gösterilebilir. Kuşaksal özellik olarak çoklu görev performansları ve aynı anda birden fazla aktiviteye odaklanmaları geleneksel eğitim yapısındaki ders planlaması ile uyuşmamaktadır. Dijital yerlilerin doğaları gereği herhangi bir etkileşim göstermeden bir ders saati boyunca öğretmenlerin odağında kalmaları mümkün değildir. Eğitim ortamında merkezde dijital

öğelerin yer aldığı, iş birliğine dayalı, yenilikçi, yaratıcı ve tasarım odaklı eğitim sistemi ilgilerini çekmektedir.

Dijital yerliler, öğretmenleri olan dijital göçmenlerin çağın gerisinde kalan aksanlarını ve dilini anlamakta güçlük çekmektedirler. Teknoloji ve dijital kültür öğeleriyle donatılmış yerliler eğitim sisteminin geleneksel yapısında kendilerini soyutlanmış ve yabancılaşmış hissederler. Dijital yerlilerin zihin yapısı bilgiyi hızlı almaya alışkındır, paralel ve çoklu görevi tercih ederler (Persenky, 2001a, s.2). Çoklu görev yetenekleri birden fazla işi aynı anda yapma olanağı sağlamaktadır. Yerliler, müzik dinlerken ya da TV izlerken aynı anda arkadaşlarıyla sohbet edebilir, ödevlerini yapabilirler. Uzmanlar (Long, Ann ve Sarah, 2005) çoklu göreve odaklanma yeteneği gösteren yerlilerin, bilgi iletişim teknolojileriyle birlikte beyin yapılarının değiştiğini hatta yeniden tasarlandığı düşünmektedirler (s.187).

Dijital yerlilerin kuşaksal özellikler ve bilişsel farklılıkları yeni bir eğitim sisteminin geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. Eğitim uzmanları dijital yerlilerin değişen öğrenme ihtiyaçları için "dijital oyun tabanlı öğrenme" sürecini başlatmışlardır (Persenky, 2001b, s.4). Dijital oyunlar yerlilerin çok fazla vakit geçirdikleri, zevk aldıkları ve motivasyonlarının yüksek olduğu alanlardır. Bu nedenle günümüzdeki öğrencilerin artan oyun ve internet bağımlılıkları öğrenme faaliyetleri için ideal bir alan oluşturması için geliştirilmelidir.

Dijital göçmenler, dijital yerlilerin dijital oyun temelli öğrenme süreçlerini eleştirmektedirler. Oyun temelli öğrenme süreçlerinde kazanımlar tam olarak karşılanmadığı süreçler olsa da bunun temel nedeni oyunların kötü tasarlanmış olmasından kaynaklanmaktadır. Çocukların iyi tasarlanmış öğrenme temelli oyunlarında kazanımları tamamen öğrendiklerine dair birçok kanıt bulunmaktadır. Oyun temelli öğrenme yaklaşımı dijital yerliler için büyük bir avantajdır ve gerçekten zevk aldıkları ortamda öğrenme faaliyetlerini gerçekleştirirler (Persenky, 2001b, s.4). Dijital yerli olan öğrenciler için eğitsel olarak tasarlanan oyunlar profesyoneller tarafından hata payı en az olacak şekilde tasarlanmalıdır. Öğrenme faaliyeti ders içerikleri ve müfredat temel alınarak oluşturulmalıdır. Dijital yerlilere uygun olarak tasarlanan oyun temelli öğrenme yaklaşımı öğretmenleri olan göçmenlere de sunulmalı ve görüşleri alınmalıdır.

21.yüzyıl içerisindeki gelişmeler ve yenilikler göz önünde bulundurulduğunda gelecek tartışmasız teknolojik ve dijitaldir. Eğitim sistemi içerisinde yazılım, donanım, robotik, nanoteknoloji, kodlama vb. konular içerirken aynı zamanda tarih, edebiyat, etik, siyasal bilimler, mantık, psikoloji, sosyoloji ve dillerin yeni nesil öğrencilere nasıl aktarılacağı "eski" ve "yeni" eğitim sisteminin birbirine nasıl harmanlanacağı eğitim uzmanları tarafından yeniden tasarlanması gerekmektedir (Persenky, 2001a, s.4). Nitekim, 21.yüzyıldaki teknolojik, sosyolojik, psikolojik tüm gelişmeler göz önüne alındığında yüz yüze eğitim sistemi uzaktan ve online eğitime doğru gelişme göstermiştir. Eğitim sistemi içerisindeki “eski” ve “yeni” yapı olarak ele alınan eğitim-öğretim değerlerinin öğrenciler için en verimli olacak şekilde tasarlanması önem arz etmektedir.

2.4.Dijital Göçmenler ve Genel Özellikleri

Persenky (2001a), 1980 yılı öncesinde dünyaya gelen ve bilgi iletişim teknolojileri ile yaşamlarının ilerleyen aşamalarında tanışan kuşağı dijital göçmenler olarak adlandırmaktadır (s.1). Persenky’nin “*dijital göçmenler*” ifadesi literatür alt yapısında *X kuşağı* ve *Baby boomers* olarak tanımlanan iki kuşağın doğum aralığını kapsayan şemsiye bir kavram olarak ele alınmaktadır. Persenky, kuşaksal sınıflandırmayı dijital yerliler ve dijital göçmenler olarak iki kuşak üzerinde ele alırken dijital çağa doğma ve teknolojik araçları kullanım düzeylerini temel almıştır. Bu araştırma kapsamında da 1980 yılı öncesinde doğanlar dijital göçmenler olarak ele alınmış, kuşaksal özellikler bir bütün olarak ifade edilmiştir.

Dijital göçmenler, analog cihazların, geleneksel kitle iletişim araçlarının hâkim olduğu dönemde büyüdükleri için hızlı bir şekilde gelişen ve sürekli yenilenen dijital dünyanın anadiline uyum göstermeye çalışsalar dahi geçmişten gelen aksanlarının ve yaşam biçimlerinin ayak izlerini korumaktadırlar (Persenky, 2001a, s.2). Gelenekselci ekolün özellikleri, yeniliklere açık olmamaları ve değişime direnç göstermeleri teknoloji kullanım düzeylerini de etkilemektedir. Yeniliklerin hızlı yayılımı, kullanma pratiklerinde zorluk çekmeleri ve iletişim teknolojilerinin alışıldığı dışında olanaklar sunması göçmenlerin dijital çağa yabancılaşma yaşamalarına neden olmaktadır. Fakat tüm bu zorluk, isteksizlik ve yabancılaşmaya rağmen teknoloji dilinin eğitim, sağlık,

bürokrasi, haberleşme, çalışma hayatı gibi tüm alanlarda hâkim olması internet teknolojisi ve yarattığı dili de öğrenmeyi zorunlu kılmaktadır.

Göçmenlerin, teknolojik araçları kullanım pratikleri, yenilikleri kabullenmeleri ve öğrenme süreçleri kuşak içerisinde farklılık göstermektedir. Bu nedenle dijital göçmenler, teknoloji kullanım pratiklerine göre üç grupta ele alınır; *Kaçınanlar*, *Zoraki benimseyenler*, *Hevesliler*. *Kaçınanlar*, yeni teknolojiye direnme eğilimi gösteren grubun içerisinde yer alırlar. Asgari düzeyde teknoloji kullanma eğilimi gösterirler. Cep telefonu ve e-posta adresine sahip olmak kaçınanlar için yeterlidir (Wang, et.al., 2012, s. 1; Uysal, 2020, s.53). *Zoraki benimseyenler*, cep telefonu, e-posta adresi, *Facebook*, *Twitter* gibi sosyal medya uygulamalarını kullansalar da daima tedbirli hareket ederler ve internet teknolojilerini zorunluluktan kaynaklı kullanırlar. *Hevesliler*, ise dijital dünyanın aktif kullanıcıları arasında yer alırlar. Dijital dili ve yeni keşifleri öğrenmeye daima açıktırlar. Bu grup, e-posta adresi kullanır ve birden fazla (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*) sosyal medya hesapları kullanırlar (Zur ve Walker, 2011, s.1- 2; Uysal, 2020, s.53).

Dijital göçmenlerin yaşadıkları dönem dijital ve dijital öncesi süreçleri içermektedir. Yaşam sürelerinin büyük çoğunluğu dijital öncesi dönemde geçirdikleri için teknoloji temelli yeniliklere geç adapte olurlar. Göçmenler teknolojiye bağımlı değildirler, sadece ihtiyaçları oldukları anda kullanırlar (Obeidat ve Young, 2017, s.297). Dijital göçmenler, bilgi arayışında öncelikli olarak bir aracın ya da programın kullanımında internet kaynaklarından yararlanmak yerine kullanım kılavuzunu okumayı tercih etmektedirler (Persenky, 2001a, s.2). Kullanım kılavuzlarında yer alan yönergeler doğrultusunda hareket ederler, ikincil olarak ise daha önce deneyim sahibi olan yakın çevrelerinden yardım isterler. Yönerge ve akran desteği ile yeni programların ya da araçların kullanımı dijital çağ içerisinde göçmenlerin için geleneksel kalmıştır. Bu yüzden, teknoloji kullanımında zorluk yaşayan dijital göçmenlerin genelde teknolojik araçları bilgi amaçlı kullandıkları görülmektedir. Fakat son dönemde internet teknolojilerine bağlı uygulamaların yaygınlaşması bilgiye ulaşmanın dışında eğlence, paylaşım, sohbet, videolu aramalar için de kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Karabulut, 2015, s.19).

Bilgi iletişim teknolojilerinden önce doğan ve yaşamını sürdüren dijital göçmenler, geleneklerine bağlı ve yüz yüze iletişim yoluyla sosyalleşmeyi benimsemiş

olan kuşaktır (Topraklı ve Mazman, 2020, s.48). Bu nedenle, sosyalleşme süreçleri ve iletişim biçimleri yerlilere göre farklılık gösterir. Göçmenler, yakın çevreleri ile aynı ortamda bulunmayı, karşılıklı sohbet etmeyi tercih ederler. Fakat değişen dünyaya uyum göstermek ve yalnızlık yaşamamak için internet teknolojilerinin sunmuş olduğu uygulamalar aracılığıyla sevdikleri ile iletişim kurmak zorunda kalırlar.

Günümüzde yaşanan şeffaf ve akışkan yaşam tarzı ile dijital göçmenlerin doğup büyüdüğü döneme ait toplumsal normlar çatışmaktadır. Göçmenler, kolektif toplum yapısının hâkim olduğu, aile bireylerin birbirine bağlı ve boşanmaların çok az görüldüğü iki ebeveynli ailelerde büyümüşlerdir. Bu kuşak grubu, yapıları gereği sosyal ilişkilerini kapalı bir çevrede yaşamayı tercih ederler ve mahremiyet göçmenlerin en temel ilkesidir. Aile ilişkileri, aile sırları, kişisel fotoğrafları ve düşünceleri onlar için mahremiyet gerektiren hassas konulardır. Bu nedenle günümüzde yaşanan romantik ilişkiler, bireysel aile hayatı, sosyal medya uygulamalarında anlık kamuya sunulan gündelik hayat göçmenlerin onayladıkları ya da uyum gösterdikleri davranışlar değildir.

Her kuşak çocukluğunda icat edilen ve popüler olan iletişim araçlarını tercih etme eğiliminde olurlar. Örneğin, dijital göçmenler çocukluk döneminde yaygın olan ve önemli iletişim araçlarından olan *Televizyon* akışındaki gündüz kuşağı programları, diziler, yarışmalar, haber kanalları ve talk showları izlemeyi tercih ederler. (Lissitta ve Laor, 2021, s.2). Dijitalde yeralan *Netflix*, *Spotify*, *Podcast* gibi kanallar kullanmakta zorlandıkları ve yabancı kaldıkları uygulamalardır. Benzer şekilde iki kuşak arasındaki oyun kültürü de zaman içerisinde değişime uğramıştır. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte oyun kültürü sokak, park ve bahçelerden dijital alana taşınmıştır. Göçmenler, çocuklarından, torunlarından farklı bir sosyalleşme süreci geçirmişlerdir. Sokak, bahçe ve parklarda arkadaşlarıyla körebe, saklambaç, sekiz taş oynayan göçmenler yerlilerin oyun dilini ve kültürünü anlamakta zorlanmaktadır. Bu nedenle dijital yerlilerin her ortamda saatlerce tablet, akıllı telefon ve bilgisayar aracılığıyla sanal oyun oynamaları kaba davranış olarak değerlendirilmektedir.

Dijital göçmenler ve dijital yerlilerin medya tüketim davranışları da farklılaşmaktadır. Dijital yerliler, Instagram, Twitter, Mikro bloglar, Facebook, YouTube, Forum siteleri gibi içerik üreten alternatif medya araçlarını tercih ederken tercih ederken, dijital göçmenler basılı yayın, gazete, TV gibi medya araçlarını tercih ederler. Alternatif

medya kanalları, internet kaynakları, *Wiki* ve *Bloglar* dijital göçmenler için sonraki sıralarda yer alır (Kürkçü, 2015, s.2; Haluza, et.al., 2017, s.1344; Towner ve Munoz, 2016, s.3). Dijital göçmenler daha çok geleneksel kitle iletişim araçlarının hâkim olduğu dönemde yetiştikleri ve yaşamsal döngülerinde bu kanallar önem arz ettiği için sadakatleri devam etmektedir. Fakat, günümüzde bilginin hızlı değişimi ve günlük yaşanan olayların anlık aktarımı alternatif medya kanallarının takibini zorunlu hale getirmiştir.

Dijital göçmenler, doğuştan teknolojik yeteneklere sahip olmasalar da, bir çoğunun eğitim ve yeterli kullanım pratikleri ile yeni teknolojilere uyum sağladıkları görülmüştür (Nakagawa ve Yellowlees, 2020, s.7). Teknolojinin hayatın olağan akışını etkileyen tüm alanlarda aktif olarak kullanılması yeniliklerin öğrenilmesi de zorunlu kılmalıdır. Örneğin, uzaktan eğitim faaliyetlerinin yaygınlaşması, derslerin tamamı ya da bir kısmının çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmesi dijital göçmen olan öğretmenlerinde bu alanı aktif olarak kullanmalarını zorunlu hale getirmiştir. Bu nedenle göçmen olan öğretmenler, çevrimiçi eğitim, akıllı tahta, projeksiyon cihazı, dijital oyun temelli öğrenme gibi birçok yeni nesil öğretim modelini benimsemişlerdir.

Dijitalleşmenin etkisiyle değişime uğrayan alan sadece eğitim alanı ile sınırlı kalmamıştır. Farklı alanlarda hizmet veren birçok kurum ve kuruluş dijital uygulamalar geliştirerek hıza ve teknolojiye uyum göstermişlerdir. *E-Devlet*, *e-Nabız*, *e-Okul*, *e-Ticaret*, dijital bankacılık gibi uygulamalar birçok işlem için hız ve kolaylık sağlamalarına rağmen dijital göçmenler mantıksal ve geleneksel anlayışlarına uymadığı için daha az kullanma eğilimi gösterirler (Özbek, 2020, s.55). Dijital bankacılık uygulamalarının sunmuş olduğu saniyeler içerisinde elektronik ayak izleri ile gerçekleştirilen birçok finansal işlem göçmenlere güven vermemektedir. Dijital göçmenler, bireysel müşteri temsilcisiyle yüz yüze fiş ve dekont karşılığında gerçekleştirebilecekleri işlemleri tercih ederler. Mekânsal beraberlik, somut çıktılar, yüz yüze duyulan güven ilişkisi ve sadakat bu kuşak grubunun birçok yaşamsal pratiklerine yansıyan özellikleridir.

Dijital yerliler, küresel köy haline gelen dünyanın sürekli yenilenen yaşamsal faaliyetlerine uyum sağlarken, dijital göçmenler birçok konuda yerlilere göre geride kalmaktadır (Obeidat ve Young, 2017, s.296). Teknolojik dilini ve yeniliklerini zor benimseyen göçmenler dijital kanalların kullanımını ağırlıklı olarak yerli olan

çocuklarından öğrenmeyi tercih ederler. Dijital kanalları ihtiyaçları temelinde ve gerekli düzeyde kullanır, teknolojik araçların tüm fonksiyonlarını derinlemesine bilmezler. Dijital göçmenler bilgiyi yavaş ve sindirerek almaya alışkın oldukları için hızlı öğrenme ve kavrama bilişsel süreçlerine uygun değildir. Hızlı öğrenmenin ya da fazla enformasyon akışının olduğu durumlarda göçmenlerin kafası karışır. Öğrenme süreçlerine daima sabır ve ciddiyetle yaklaşırlar. Bu nedenle mantıksal olarak neden sonuç ilişkisini kavrayamadıkları herhangi bir konuyu kabul etmezler. Dijitalleşme ile birlikte internet teknolojilerinin her alanda kullanılmasını mantıklı bulmadıkları ve kullanmakta zorlandıkları için dijital araçların kullanımını yerlilere göre daha yavaş öğrenirler.

2.5. Dijital Göçmenler ve Çalışma Hayatı

Kuşaksal farklılıklar çalışma hayatının dinamiklerini doğrudan etkilemiştir. Dijital öncesi ve dijital sonrası süreçte doğan iki kuşakta çalışma hayatında yer almaktadır. Bu nedenle her iki kuşağın farklılık gösteren özellikleri çalışma hayatına da yansımaktadır. Dijital göçmenler, çoğunlukla işveren, yönetici ve lider pozisyonlarda yer aldıkları için geleneksel özelliklerine bağlıyken aynı zamanda hayatın tüm alanlarına yayılan teknolojik gelişmelere de uyum göstermek zorunda kalmaktadırlar. Bu nedenle personel seçme süreçlerinden, çalışma koşullarına ve saatlerine kadar birçok konuda değişimler yaşanmıştır.

Dijital göçmenler, geleneksel özellikleri gereği yüz yüze toplantıları tercih etmektedirler (Kapoor, Solomon, 2011, s.315). Çevrimiçi ortamda gerçekleştirilen uzaktan toplantılar, konferans, kongre ve sempozyumlar göçmenlerin çalışma değerleri ile örtüşmemektedir. Mekansal beraberliğe önem verirler ve uzaktan çalışma doğalarına uygun değildir. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin farklılaşan çalışma prensipleri ekip içerisinde çatışma yaratıp iletişimi zayıflatabilir. Bu bağlamda, bilgi ve tecrübeleri ile çalışma hayatının önemli grubunu oluşturan göçmenler ile geleceğin iş gücünü oluşturan yerlilerin ortak temeller çevresinde birleşmeleri gerekmektedir.

Dijital göçmenlerin çalışkan ve idealist karakteristik yapıları iş hayatlarındaki süreci de etkilemektedir. Göçmenlerin öne çıkan özellikleri yetki duygusu, işkolik ve bencillik gibi bazı olumsuz özelliklere sahip oldukları bilinmektedir. Zor iş ve uzun saat aralığında çalışmasının önemine ve verimli olmasına inanan göçmenler, uzun dönemli istihdam anlayışıyla çalışmayı tercih ederler. Kendi motivasyon süreçlerini içsel olarak

gerçekleştiren göçmenler, takdir edilmekten hoşlanmazlar. Maaş standartları öncelikli tercihleri oldukları gibi, takım toplantılarına ve sürekli denetlenmeye önem verirler (Adıgüzel ve diğerleri ,2014, s.172).

Bayramov, Geylan ve Benligiray (2021), tarafından gerçekleştirilen çalışmada kuşakların esnek çalışma saatlerine yönelik tutumlarının farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır (s.123). Dijital göçmenler, kuşaksal özellikleri gereği disiplinli, otoriter, düzenli ve planlı çalışmayı benimsedikleri için günümüzdeki esnek çalışma saatleri ve uzaktan çalışma stili çalışma prensipleri ile örtüşmemektedir. Aynı zamanda göçmenler, komuta ve kontrol yönetimini merkeze alan liderlik stillerini benimsemektedirler (Rudolph, Rauvola and Zacher, 2017, s.5).

Dijital göçmenler, çalışma hayatında içsel kontrol mekanizmalarına ve resmi kılık kıyafetlerine dikkat etmektedirler (Kelan, 2014, s.26). Çalışma hayatlarında mesai saatlerine dikkat ederler ve günlük rutinlerinin merkezinde işleri vardır. Dijital göçmenler, çalışma arkadaşlarına, yöneticilerine karşı dürüstlük gösterirler ve aynı davranışı takım arkadaşlarından da beklerler. Çalıştıkları kuruma ve kişilere sadakat en temel ilkeleri arasında yer almaktadır. Sürekli iş değiştirme alışkanlıkları yoktur, genellikle emekli olasıya kadar aynı kurumda çalışmayı tercih ederler. Çalıştıkları kurumun örgütsel kurallarına uyarlar ve daima bağlılık gösterirler.

Dijital göçmenler çalışma hayatında ağırlıklı olarak yönetici ya da lider pozisyonunda yer almaktadırlar. (Bayramov, ve diğerleri, 2021, s.125). Göçmenler, dijitalleşen tüm ortamlara uyum göstermekte zorlansalar dahi çalışma hayatında uzun yıllardır devam eden bilgi ve tecrübeleri yeni yetişen kuşaklar için önem arz etmektedir. Bu nedenle, her iki kuşağında çalışma hayatında verimli çalışabilmeleri için bilgi ve tecrübelerini birbirlerine en uygun kanallarla aktarmaları gerekmektedir. Çalışma hayatındaki profesyoneller, her iki kuşağın öne çıkan özelliklerini merkeze alarak eğitimler düzenlemelidirler.

2.6.Dijital Göçmenler ve Eğitim Hayatı

Dijital göçmenler dijital yerlilerin öğretmenleri, ebeveynleri, yöneticileri ve mentörleridir. Dijital yerlilerin eğitilmesi, bilgilendirilmesi, yönetilmesi konusunda otoriter güce sahiptirler (Selwyn, 2009, s.375). Bu nedenle geçmiş deneyimlerini, bilgi ve birikimlerini teknolojik araçlarla harmanlayarak dijital yerlilere en verimli şekilde

aktarmaları gerekmektedir. Dijital araçlar, akıllı tahtalar, oyun temelli öğrenme yaklaşımları, bilgisayar, tablet ve mobil cihazlar dijital göçmenlerin alışkın olmadığı araçlar olsada değişen kuşakla birlikte uyum göstermeleri zorunlu hale gelmiştir.

Geleneksel eğitim sistemi içerisinde öğrenim görmüş olan dijital göçmenler yeni kuşaklara ulaşmak için internet dünyasının gelişen dilini öğrenmek ve uyum göstermek zorundadırlar. Günümüzde eğitim sistemindeki temel sorunlarının altında göçmenlerin yeni neslin dilini anlamaması ve değişime direnç göstermeleri yer almaktadır (Persenky, 2001a, s.2). Dijital çağın içerisinde yetişen ve geleceğin en büyük mimarları olan yerlilerin eğitim sistemi içerisine kuşaksal özellikleri temel alınarak entegre edilmeleri gerekmektedir. Bu nedenle dijitalleşmeyle yaşamlarının ilerleyen evresinde tanışan göçmenlerin yerlilere verimli olabilmeleri için yeni kuşağın dilini ve internet dünyasının tüm öğelerini öğrenmeleri önem arz etmektedir.

Dijital göçmenler, öğrencileri olan yerlilerin internet tabanlı öğrenme yaklaşımlarına ve teknolojik becerilerine çok az değer verirler. Kademeli olarak, adım adım, ciddiyetle ve her seferinde tek bilgiyi bireysel olarak aktaran ve bu öğretme stilini benimseyen göçmenler için yerlilerin öğrenme yaklaşımlar alışıldığı dışında yabancı gelmektedir (Persenky, 2001a, s.2). Göçmenler, sınıf içi yüz yüze eğitime fiziksel ve mekansal birliğe önem verirler. Uzaktan eğitim, E-okul, E-sınav, oyun temelli öğrenme gibi ortamlar göçmenlerin eğitim anlayışı ile çatışmaktadır. Bu nedenle hem eğitici olarak hem de öğrenci olarak bu kanallarda başarı gösterme oranları düşüktür.

Dijital göçmenler, öğrenme faaliyetlerinin televizyon, bilgisayar, tablet ve telefon aracılığıyla çevrimiçi eğlenceli olarak gerçekleşeceğine inançları yoktur. Fakat dijital göçmen olan öğretmenlerin sınıflarındaki öğrenciler dizüstü bilgisayar, telefon ve tablet aracılığıyla video oyunları oynayarak, belgesel seyrederek, müzik indirerek, çevrimiçi görüntülü sohbet ve anlık mesajlaşmayı kullanarak büyümüşlerdir (Persenky, 2001a, s.3). Bu yüzden dijital cihazlarda öğrenme faaliyetlerine bebeklikten başlayan yerliler için sınıflardaki kitlesel, dinleme ve metne dayalı eğitim sistemi ilgi çekici gelmemektedir. Bu durum aynı zamanda öğrencilerin derste sıkılmalarına, dikkat sürelerinin kısalmasına ve hatta dağılmasına neden olmaktadır. Bu yüzden göçmenlerin yakındığı en hassas nokta öğrencilerin dinleme, odaklanma ve dikkat süreleridir.

Dijital göçmenler, geleneksel eğitim sistemi ve öğrenme stratejilerine dijital yerlilerin uyum göstermesini istese de yerlilerin geriye doğru gitme ihtimalleri çok düşüktür (Persenky, 2001a, s.3). Her geçen gün gelişen teknolojiyle birlikte dijital becerilerini bir üst seviyeye taşıyan yerliler için kalem, kâğıt kullanımı dahi geleneksel gelmeye başlamaktadır. Her ne kadar göçmenler teknolojik düzene uyum göstermek istemeselerde eğitim sisteminin içerisinde yer almak, bilgi ve tecrübelerini gelecek nesillere aktarmak için dijital dünyaya uyum göstermeleri gerekmektedir.

Şu anda dijital göçmen olan kuşak eğitim ve kariyer hayatlarının başlarında bilgisayar kullanmadılar (Ransdell, Kent, Gaillard - Kenny, Long, 2011, s.937). Bu yüzden göçmenlerin bilgiyi araştırma ve ulaşma süreçleri dijital yerlilerden farklılık göstermektedir. Göçmenler, araştırma ödevlerini hazırlarken, ders çalışırken arama motorları yerine kütüphanelerde saatlerce kaynak arayarak, ansiklopedi ve kitap okuyarak geçirmişlerdir. Bilgiyi araştırırken anahtar kelimelerden yola çıkarak tek tıkla milyonlarca veriye ulaşmamışlardır. Ödevlerini ve raporlarını beyaz kâğıda siyah pilot kalem ya da daktilo ile yazmışlardır. Günümüzde divit ucu ile güzel yazı tekniğini bilen ve bu şekilde ödev hazırlayan yerli sayısı yok denecek kadar azdır.

Geleneksel eğitim yapısını dijital yerlilerin kuşak özelliklerine göre tasarlanmanın birincil kuralı, dijital göçmen olan öğretmenlerin yerlilerin dilini ve iletişim tarzlarını öğrenmeleri ve içselleştirmeleridir (Persenky, 2001a, s.4). Öncelikli olarak göçmenlere, dijitalleşen dünyada değişimin durağan olmadığı, dinamik ve hızlı bir şekilde devam ettiği aktarılmalıdır. Eğitim profesyonelleri, siyasal güçler, üniversiteler ve bilgi uzmanları göçmen olan öğretmenlerin dijital becerilerini geliştirmeleri, eğitim materyallerini teknolojik araçlarla güçlendirmeleri ve bu aygıtların kullanımlarında öncülük etmeleri gerekmektedir. Değişime uğrayan dünya içerisinde göçmenlerin bilgi ve tecrübelerini yeni nesillere aktarabilmeleri için dijital dünyada varlıklarını ortaya koymaları gerekmektedir. Bu yüzden, dijital göçmenler profesyoneller tarafından bilgi iletişim teknolojileri ve dijital öğelerin kullanımı için teşvik edilmelidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Mahremiyet, insanların var olduğu dönemden itibaren gündem de olan ve birçok disiplin tarafından ele alınan önemli bir konudur. En genel ifadeyle mahremiyet, gizliliğe paralel olan bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde bireyler hem fiziksel olarak hem de düşünsel olarak mahremiyetlerini korumak için çeşitli önlemler almışlardır. Bireylerin kişisel bilgileri, evleri, aile sırları, romantik ilişkileri mahremiyet gerektiren evrensel konular olarak değerlendirilse de anlamı kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Mahremiyetten kastedilen anlamın çeşitli kültürlerde farklılık göstermesi ve dönemselsel olarak yaşanan toplumsal gelişmelerden etkilenmesi tek bir ifade üzerinde tanımlanmasını güçleştirmektedir. Bu yüzden mahremiyet ile bağlantılı tüm olgular değerlendirilirken kültürel değişkenler ve içinde yaşanan dönemin özellikleri, sosyolojik çıktıları dikkate alınmalıdır.

Orta Çağ'dan günümüze kadar farklılaşan ve yaşanan her gelişmeden aşama aşama etkilenen mahremiyet kavramı en radikal değişimini bilgi iletişim teknolojilerinin etkisiyle yaşamıştır. Son yıllarda günlük hayatın her anında kullanılan sosyal medya uygulamaları kişilerarası yüz yüze iletişimin önüne geçmiş ve dijital iletişimin çıktılarıyla mahremiyet kavramı şeffaf bir hal almıştır. Sosyal medya uygulamalarının sunmuş olduğu fonksiyonlarla bireyler tanıdıkları ya da tanımadıkları fark etmeksizin istediği tüm kişi, kurum ya da kuruluşlara kendi hayatlarıyla ilgili enformasyon sunmaya başlamışlardır. Mahremiyetin sosyal medya uygulamalarının etkisiyle esneklik kazanması kuşaklar arasındaki anlayış farklılıklarının yaşanmasına neden olmuştur. Özellikle 1980'li yılların sonlarında teknolojinin içine doğan dijital yerliler ile 1980 yılı öncesi doğan dijital göçmenlerin sosyal medya uygulamalarına bakış açıları ve mahremiyet algıları değişmektedir. Bu bağlamda araştırma kapsamında literatür altyapısından ulaşılan bilgiler temel alınarak, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları ile mahremiyet algıları incelenmiştir.

Araştırmanın temel amacı sosyal medya araçlarını kullanan dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medyadaki mahremiyet algı düzeylerini incelemektir. Elde edilen

veriler doğrultusunda dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya üzerindeki mahremiyet algıları karşılaştırmalı analiz yapılmıştır. Çalışma nitel ve nicel araştırma geleneğini bir arada kullanarak gerçekleştirilmiştir. Bu yüzden alan yazın açısından önem taşımaktadır. Çalışmanın temel araştırma soruları aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

1. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya uygulamalarını kullanma amaçları nelerdir?
2. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya uygulamalarını kullanımında mahremiyet algıları nelerdir?
3. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya uygulamalarını kullanımında mahremiyet algı düzeyleri nelerdir?
 - 3.1. Mahremiyet algısı ve eğitim arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?
 - 3.2. Mahremiyet algısı ve cinsiyet arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya mahremiyet algılarını belirlemek için karma yöntem araştırması gerçekleştirilmiştir. Karma yöntem araştırması; araştırmacı veya araştırmacıların, anlama ve doğrulamanın genişliği ve derinliği nedeniyle nitel ve nicel araştırma geleneğinin bileşenlerini birleştirdikleri bir araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (John W. ve Vicki L., 2018, s.4). Temel öncülü, nitel ve nicel verilerin beraber kullanımı olup, araştırma probleminin tek başına kullanılan nicel ve nitel yöntemlerden çok daha iyi bir şekilde anlaşılmasını sağladığı görülmektedir (John W. ve Vicki L., 2018, s.6). Araştırmanın deseni, açıklayıcı desen olarak belirlenmiştir. Açıklayıcı desen, nicel araştırma yöntemiyle toplanan verilerin, nitel araştırma yöntemiyle toplanan verilerle desteklenmesi, açıklanması ve örneklendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Açıklayıcı desene göre, ilk önce nicel yöntemle veriler toplanır, analiz edilir ve analizlerden yola çıkarak oluşturulan örnekleme birlikte nitel veriler toplanır (Ali ve Hasan, 2016, s.328.). Araştırma yönteminin karma yöntem olarak seçilmesinin amacı, sosyal medya aracılığıyla mahremiyet algısında değişim olduğu varsayılan dijital yerli ve dijital göçmenlerin ilk aşamada mahremiyet algı düzeylerindeki farklılıklara ikinci aşamada ise derinlemesine verilere ulaşmak, farklılıkların altında yatan nedenleri açıklamak ve örneklendirmek için bu yöntem tercih edilmiştir. Çalışmanın özgünlüğü açısından karma yöntem araştırması

ile gerçekleştirilen bu çalışma önemlidir. Araştırmacı tarafından alan yazında her iki araştırma yöntemini kapsayan çalışmalara rastlanmamıştır.

3.3. Araştırmanın Sayıltıları

- Araştırmanın örneklemini evreni temsil etmektedir.
- Araştırma sürecine dahil edilen katılımcılar bilgi iletişim teknolojilerini ve sosyal medya uygulamalarını kullanan kişilerden oluşmaktadır.
- Araştırmanın veri toplama sürecinde kullanılan ölçekler katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarını ve mahremiyet algılarını ölçecek yeterliliğe sahiptir.
- Katılımcıların anket sorularına etik değerler çerçevesinde objektif ve dürüst olarak cevap verdikleri kabul edilmiştir.
- Katılımcıların yarı yapılandırılmış görüşme sorularına etik değerler perspektifin de tarafsız ve dürüst olarak cevap verdikleri kabul edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında, sosyal medya uygulamalarını kullanan dijital yerli ve dijital göçmenlerin mahremiyet algı düzeyleri ile farklılıklarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın bazı sınırları bulunmaktadır. Bunlar;

- Araştırmanın bulguları sadece bu çalışmanın örneklem grubu ile sınırlıdır.
- Araştırmanın veri toplama süreci sadece Türkiye özelinde gerçekleşmiştir.
- Nicel araştırma verileri 2020 Temmuz- Kasım döneminde 5 aylık süre içerisinde toplanmıştır.
- Nitel araştırma verileri Aralık 2020 – Şubat 2021 tarihleri arasında 2 aylık süre içerisinde toplanmıştır.
- Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya uygulamaları üzerindeki mahremiyet algılarını ortaya koymak için gerçekleştirilen araştırmanın soruları kullanılan ölçekler ile sınırlıdır.
- Araştırma kapsamında dijital yerli ve dijital göçmenlerin mahremiyet algıları sadece sosyal medya uygulamaları temelinde ele alınmıştır.

3.5. Nicel Araştırma Süreci

3.5.1. Nicel Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de sosyal medya kullanıcısı olan 1980 yılı öncesi doğan dijital göçmenler ile 1980 – 2000 yılı arasında doğmuş olan dijital yerliler oluşturmaktadır. *We are social* ve *Hootsuite* tarafından hazırlanan “Dijital in 2021 in Western Asia” sosyal medya kullanım verilerine göre Türkiye’de aktif olarak 60 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (datareportal.com, 2021). Türkiye’de aktif olarak sosyal medya kullanan sayısı 1.000.000’den fazla olduğu için büyüklüğü 1 – 100 milyon arası evreni kapsayan %95 güvenilirlik oranı ve %5 örneklem hata payı ile örneklem sayısının en az 384’den kişiden oluşması gerektiği görülmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014, s.50). Araştırmanın örneklem yöntemi olasılık dışı örneklem yöntemlerinden kolay örneklem yöntemi olarak seçilmiştir. Kolay örneklem yöntemi; araştırma amacına uygun olarak isteyen herkesin örneklem içerisine dahil olması olarak ifade edilmektedir (Yıldırım ve diğerleri, 2001, s.73). Aynı zamanda kolay örneklem yöntemi, zaman, mekân ve maliyet açısından önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Bu nedenle katılımcılar internet bağlantısına sahip tüm cihazlardan Google Formlar aracılığıyla anket formuna ulaşabilmektedirler. Google Formlar aracılığıyla internet ortamında oluşturulan anket formunu 687 kişi tarafından yanıtlanmıştır. Uygulanan analizler sonucu hatalı olan 68 anket araştırma sürecinden çıkarılmıştır. Hatalı anketlerin çıkarılmasıyla 619 adet anket formu araştırma sürecine dahil edilmiş, analizlere tabi tutulmuştur.

Tablo 1: Örneklem hatalarına göre örneklem büyüklüğü

Evren Büyük- lüğü	± 0.03 örneklem hatası (d)			± 0.05 örneklem hatası (d)			± 0.10 örneklem hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014, s.50)

3.5.2. Nicel Araştırma Hipotezleri ve Alt Hipotezleri

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları ve mahremiyet algı düzeylerini ölçmek için araştırma sorularına uygun olarak aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

Literatür altyasındaki araştırma sonuçlarına göre dijital yerlilerin dijital göçmenlere göre sosyal medyayı daha çok eğlence, çevrimiçi oyun, mizah, içerik paylaşımı, çevrimiçi bilgi arama, sosyalleşme ve topluluk oluşturmak için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (William, H. ve Ellen, J., 2007; Lenhart, Madden ve Hitlin, 2005, ; Valkenburg, Petter ve Schouten, 2006; Amanda ve Marry, 2007). Bu bulgular ışığında H1, H1a, H1b, H1c, H1d, H1e, H1f ve H1g hipotezleri kurulmuştur.

H1: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H1a: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları araştırma alt boyunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H1b: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iş birliği alt boyutunda anlamlı bir farklılık bir bulunmaktadır.

H1c: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi başlatma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H1d: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi kurma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H1e: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi sürdürme alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H1f: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları içerik paylaşma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H1g: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları eğlence alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Kalaman (2017), Türkiye'de yaşayan insanların sosyal medya ile birlikte değişen mahremiyet algılarını ölçmek için gerçekleştirdiği araştırma 15 yaş ve üzerindeki Facebook kullanıcıları dahil edilmiş ve yirmi altı ilde toplam beş bin kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre, Türkiye'deki Facebook kullanıcılarının mahremiyet eğilimleri cinsiyet, eğitim durumu, çalışma durumu, yaş, bölge gibi farklı değişkenler açısından incelenmiş ve anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Acılar ve Mersin (2015), tarafından gerçekleştirilen araştırma bulgularına göre, Facebook kullanan kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha mahremiyet algı düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Zengin, Zengin ve Altunbaş (2015), tarafından gerçekleştirilen araştırmada kapsamında da aynı sonucuna ulaşılmış, hatta erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre siyasi ve dini ideolojilerini sosyal medya uygulamalarında daha çok paylaştıkları görülmüştür. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre Facebook profillerinde mahremiyeti daha fazla ifşa ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde eğitim düzeyine göre, üniversite ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip olan kişilerin Facebook profillerinde mahremiyeti daha az ifşa ettikleri tespit edilmiştir. Dijital göçmenler grubunda yer alan katılımcıların dijital yerliler grubunda yer alan katılımcılara göre mahremiyetlerini daha az ifşa ettiklerini görülmüş ve dijital göçmenlerin dijital yerlilere göre mahremiyetlerinin ihlal edildiğinin daha çok farkında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uluslararası literatür alt yapısı incelendiğinde benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür (Kisekka, Bagchi - Sen ve Rao, 2013; Tow, Dell, ve Venable ,2010 ; Paine, Reips, Stieger, Joinson ve Buchanan , 2007).

Bu bulgular ışığında H2, H2a, H2b, H2c, H2d, H3, H3a, H3b, H4 ve H5 hipotezleri kurulmuştur.

H2: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında mahremiyet algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H2a: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında hak olarak mahremiyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H2b: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H2c: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında başkalarının mahremiyetini korumanın önemi alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H2d: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında diğer ihtimalli mahremiyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H3: Mahremiyet algısı ve yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3a: Hak olarak mahremiyet alt boyutu ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H3b: Başkalarının mahremiyeti korumanın önemi alt boyutu ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

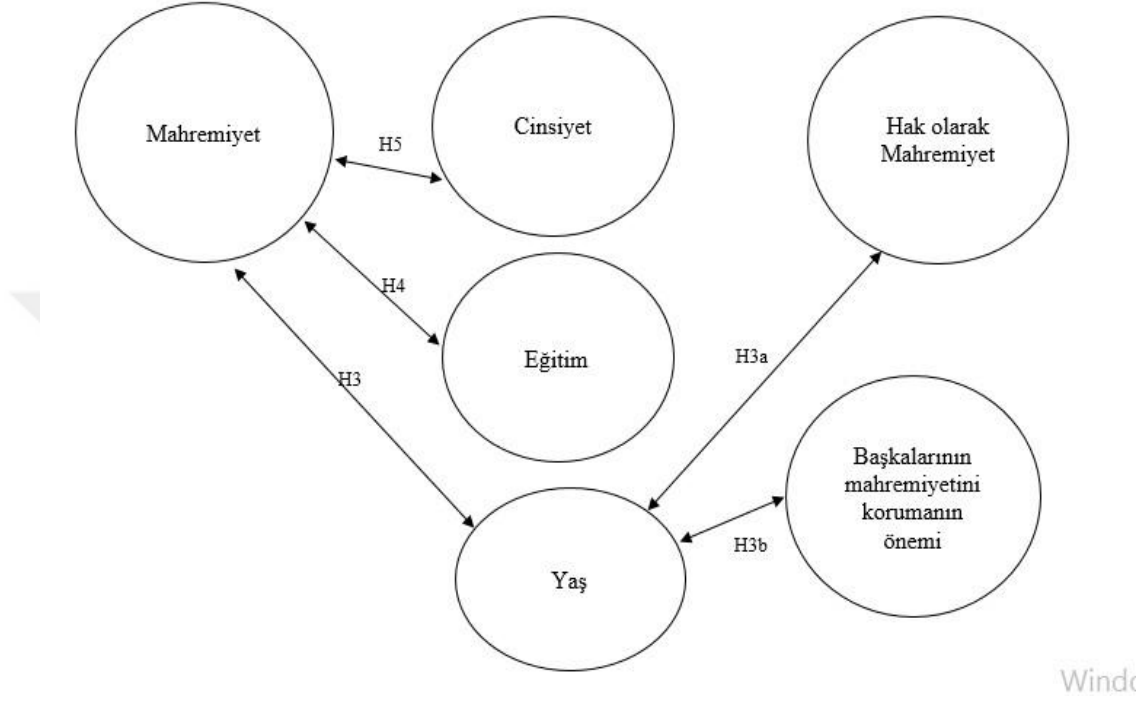
H4: Mahremiyet algısı ve eğitim arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H5: Mahremiyet algısı ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H1, H1a, H1b, H1c, H1d, H1e, H1f, H1g, H2, H2a, H2b, H2c, H2d hipotezleri gruplar arasındaki farklılıkları ölçmek için oluşturulmuştur. H3, H3a, H3b, H4, H5, hipotezleri ise iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü, şiddetini ve gücünü ölçmek için oluşturulmuştur. H3 – H5 arasındaki hipotezlerin araştırma modeli aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

3.5.3. Araştırma Modeli

Şekil 1: Nicel Araştırma Modeli



Araştırma modeline göre, H3, H3a, H3b, H4, H4a, H4b, H5 hipotezlerinin değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu savunulmaktadır.

3.5.4. Nicel Araştırma Veri Toplama Araçları ve Ölçekler

Araştırmanın bu bölümünde nicel geleneğe dayalı veri toplama araçlarından olan anket formundan yararlanılmıştır. Google formlar aracılığıyla çevrimiçi ortamda oluşturulan ve sosyal medya kanalıyla katılımcılara ulaştırılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde araştırmanın amacı ve içeriği ile ilgili bilgiler sunulmuş, katılımcıların onayını içeren soruya yer verilmiştir. İkinci bölümde, demografik bilgilere ve sosyal medya kullanım sıklıklarını ölçmeye yönelik ifadeler katılımcılara sunulmuştur. Üçüncü bölümün de sosyal medya kullanım amaçlarını ölçmeyi hedefleyen sosyal medya kullanım amacı ölçeğine yer verilmiştir. Dördüncü bölümünde ise, sosyal medya ortamında mahremiyet algılarını ölçmeye yönelik ifadeler yer alan mahremiyet ölçeği bulunmaktadır.

Anket formu içerisinde yer alan sorular likert tipi sorulardan oluşturulmuştur. Araştırmanın birinci, ikinci bölümün de yer alan onay ve demografik bilgileri içeren sorularda kendi özelliklerin de likert tipi olarak derecelendirilmiş, sadece bir soru yarı açık uçlu olarak oluşturulmuştur. Araştırmanın üçüncü ve dördüncü bölümünde yer alan ölçek soruları çalışmaların temelleri esas alınarak sosyal ağ kullanım amacı ölçeği için 7'li likert tipi ölçek, çevrimiçi mahremiyet ölçeği için 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Usluel, Demir, Çınar (2014), tarafından geliştirilen 26 ifadeden oluşan sosyal ağ kullanım amacı ölçeği 6 alt boyutundan oluşmaktadır. Araştırma boyutu altında 3 ifade, iş birliği boyutu altında 6 ifade, iletişimi başlatma boyutu altında 3 ifade, iletişim kurma boyutu altında 2 ifade, iletişimi sürdürme boyutu altında 4 ifade, içerik paylaşma boyutu altında 5 ifade, eğlence boyutu altında ise 3 ifade yer almaktadır. Sosyal ağ kullanım amacı ölçeği için 7'li likert tipi ölçek, 1 - Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Pek katılmıyorum, 4-Fikrim yok, 5- Biraz katılıyorum, 6- Büyük ölçüde katılıyorum, 7- Kesinlikle katılıyorum ifadeleri kullanılarak cevaplanmıştır.

Baruh ve Cemalcılar (2014), tarafından geliştirilen ve Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması (Göçmen, 2018) tarafından yapılan 16 ifadeden oluşan Mahremiyet ölçeği anket formunun dördüncü bölümünde yer almıştır. Dört boyuttan oluşan Mahremiyet ölçeğinin, hak olarak mahremiyet boyutu altında 3 ifade, kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı boyutu altında 4 ifade, başkalarının mahremiyetini korumanın önemi boyutu altında 5 ifade, diğeri ihtimalli mahremiyet boyutu altında ise, 4 ifade bulunmaktadır. Mahremiyet ölçeği için, çalışmanın temeli esas alınarak 5'li likert tipi ölçek, 1- Hiç katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kısmen katılıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum ifadeleri kullanılarak cevaplanmıştır.

Tablo 2: Nicel araştırma sürecinde kullanılan ölçekler

Ölçek	Yazar – Yıl	Alt Boyutları	İfade Sayısı
Sosyal Ağ Kullanım Amacı Ölçeği	Yasemin Koçak Usluel, Ömer Demir, Murat Çınar, (2014)	• Araştırma • İş birliği • İletişimi başlatma • İletişimi kurma • İletişimi sürdürme • İçerik Paylaşma • Eğlence	26
Mahremiyet Ölçeği	Lemi Baruh, Zeynep Cemalcılar, (2014)	• Hak olarak mahremiyet boyutu • Kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı boyutu • Başkalarının mahremiyetini korumanın önemi • Diğer ihtimalli mahremiyet	16

Nicel araştırma sürecinde verilerin analizlerin gerçekleştirilmesi için SPSS 17 ve AMOS 21 istatistik programları kullanılmıştır. Anket verileri SPSS programını aktarıldıktan sonra hatalı anketler tespit edilmiş ve araştırma sürecinden çıkarılmıştır. İkinci aşama da ise verilere normal dağılım testi gerçekleştirilmiş Skewness - Kurtosis değerleri alınmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliğini ölçmek için SPSS programı aracılığıyla güvenilirlik testi, geçerliliğini ölçmek için AMOS 21 programı aracılığıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik ve geçerlilik testlerinin kabul edilebilir endeksler aralığında olması sonucu demografik verileri sunmak için betimleyici analizler, hipotezlerle uyumlu olarak Fark testleri, Korelasyon ve Regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

3.5.5. Nicel Araştırma Süreci Normal Dağılım, Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

3.5.5.1.Normal Dağılıma Uygunluk Testi Sonuçları

Bilimsel araştırmalarda elde edilen verilerin tek tek ya da çoklu olarak normal dağılıma uygunluk göstermesi parametrik testlerin gerçekleştirilmesi için ön koşuldur

(A.Hamdi ve Ümit, 2016, s.273). Bu bağlamda araştırma sürecinde kullanılan ölçeklerin normal dağılım testine ait sonuçlar aşağıdaki Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Normal dağılım testi sonuçlarına yönelik bulgular

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	İstatistik	İstatistik	İstatistik	İstatistik	İstatistik	İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Araştırma	619	1,67	7,00	5,3786	1,15708	-,772	,098	,436	,196
İş Birliği	619	1,00	7,00	4,5514	1,43463	-,443	,098	-,655	,196
İletişimi Başlatma	619	1,00	7,00	3,1976	1,53606	,536	,098	-,521	,196
İletişimi Kurma	619	2,50	7,00	6,0153	,85105	-,961	,098	1,256	,196
İletişimi Sürdürme	619	1,00	7,00	5,1838	1,18558	-,719	,098	,438	,196
İçerik Paylaşma	619	1,00	7,00	4,3257	1,48019	-,161	,098	-,777	,196
Eğlence	619	1,00	7,00	4,3872	1,71053	-,444	,098	-,760	,196
Hak olarak Mahremiyet	619	2,00	5,00	4,5137	,61090	-1,277	,098	1,300	,196
Kendi Enformasyonel Mahremiyetine İlişkin Kaygı	619	1,00	5,00	4,0024	,85545	-,741	,098	,141	,196
Başkalarının Mahremiyetini Korumanın Önemi	619	2,25	5,00	4,4895	,59554	-1,134	,098	,779	,196
Diğer İhtimalli Mahremiyet	619	2,00	5,00	4,2394	,70357	-,850	,098	,242	,196

Bilimsel araştırmalarda parametrik testlerin gerçekleştirilebilmesi için normal dağılım testi sonuçlarının +2.0 ile -2,0 arasında olması basıklık- çarpıklık değerlerinin kabul edilebilir aralıklarda olduğunun göstergesidir (Darren ve Paul, 2020, s.114). Bu

bilgiler ışığında, mevcut araştırmanın normallik testi sonucu ulaşılan değerler +2.0 ile 2.0 aralığında olduğu için parametrik testler gerçekleştirilebilir.

3.5.5.2.Verilerin Güvenilirliği

Güvenilirlik, bir araştırmada kullanılan ölçüm aracının aynı koşullara ve benzer girdilere sahip farklı ölçümlerde de benzer sonuçları vermesi olarak tanımlanmaktadır (A. Hamdi ve Ümit ,2016, s.291). Araştırma sürecinde ölçüm aracının güvenilirliğini ölçmek için farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu araştırma kapsamında ise kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek için istatistiksel yöntemden yararlanılarak ölçeklerin cronbach α değerleri alınmıştır. Cronbach α katsayısı temel alınırken aşağıda yer alan güven aralıkları temel alınmıştır;

0,00 < α < 0,40 aralığında ise ölçek güvenilir değildir.

0,41 < α < 0,60 aralığında ise ölçek düşük güvenilirliğe sahiptir.

0,61 < α < 0,80 aralığında ise ölçek kabul edilebilir güven aralığına sahiptir.

0,81 < α < 1,00 aralığında ise ölçek yüksek güvenilirliğe sahiptir (A.Hamdi ve Ümit, 2016, s.292).

Tablo 4: Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği güvenilirlik testi sonuçları

(Cronbach's Alfa)				,920		
SOSYAL AĞLARIN KULLANIM AMAÇLARI ÖLÇEĞİ BOYUT GÜVENİLİRLİKLERİ						
ARAŞTIRM A BOYUTU	İŞ BİRLİĞİ BOYUTU	İLETİŞİMİ BAŞLATM A BOYUTU	İLETİŞİ M KURMA BOYUTU	İLETİŞİMİ SÜRDÜRM E BOYUTU	İÇERİK PAYLAŞM A BOYUTU	EĞLENCE BOYUTU
,754	,893	,689	,801	,880	,880	,809

Gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin Cronbach Alfa güvenilirlik kat sayısı $\alpha = ,920$ olarak tespit edilmiştir. Genel güvenilirlik analizi sonucu $0,81 < \alpha < 1,00$ arasında olduğu için ölçek yüksek güvenilirliğe sahiptir. Boyut bazlı güvenilirlik analizleri gerçekleştirildiğinde araştırma boyutu $\alpha =$

,754, iş birliği boyutu $\alpha = ,893$, iletişimi başlatma boyutu $\alpha = ,689$, iletişim kurma boyutu $\alpha = ,880$, içerik paylaşma boyutu $\alpha = ,880$ eğlence boyutu ise $\alpha = ,809$ olarak saptanmıştır. Sosyal medya kullanım amaçları araştırma, iletişim başlatma, iletişim kurma, eğlence alt boyutlarının güvenilirlik analiz sonuçları $0,61 < \alpha < 0,80$ değerleri aralığında olduğu için güvenilirliği kabul edilebilir seviye sahiptir. İş birliği, iletişimi sürdürme ve içerik paylaşma alt boyutları Cronbach Alfa değerleri $0,81 < \alpha < 1,00$ aralığında olduğu için yüksek güvenilirliğe sahiptir.

Gerçekleştirilen ilk güvenilirlik analizi sonucu iletişimi sürdürme alt boyutu güvenilirlik kat sayısı $\alpha = ,754$ olarak saptanmıştır. Fakat gerçekleştirilen Doğrulayıcı faktör analizi sonucu 15. ve 16. sorularının standartize regresyon ağırlıklarının düşük olması nedeniyle sorular araştırma sürecinden çıkarılmıştır.

Tablo 5: Mahremiyet ölçeği güvenilirlik testi sonuçları

(Cronbach's Alfa)		,913	
MAHREMİYET ÖLÇEĞİ BOYUT GÜVENİLİRLİKLERİ			
HAK OLARAK MAHREMİYET BOYUTU	KENDİ KİŞİSEL ENFORMASYONEL MAHREMİYETİNE İLİŞKİN KAYGI BOYUTU	BAŞKALARININ MAHREMİYETİNİ KORUMANIN ÖNEMİ BOYUTU	DİĞER İHTİMALİ MAHREMİYET BOYUTU
,822	,850	,886	,844

Mahremiyet ölçeği için gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucu Cronbach Alfa güvenilirlik kat sayısı $\alpha = ,913$ olarak saptanmıştır. Genel güvenilirlik analizi $0,81 < \alpha < 1,00$ değerleri arasında olduğu için mahremiyet ölçeğinin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Boyut bazlı güvenilirlik analizleri değerlendirildiğinde, hak olarak mahremiyet boyutu $\alpha = ,822$, kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı boyutu $\alpha = ,850$, başkalarının mahremiyetini korumanın önemi boyutu $\alpha = ,886$ ve diğer ihtimalli mahremiyet boyutu $\alpha = ,844$ olarak ulaşılmıştır. Mahremiyet ölçeği, güvenilirlik alt boyutları analiz sonuçları $0,81 < \alpha < 1,00$ aralığında olduğu için yüksek güvenilirlik kat sayılarına sahiptir.

3.5.5.3. Verilerin Geçerliliği

Bilimsel araştırmalarda güvenilir sonuçlara ulaşmak için yapı geçerliliğinin ölçülmesi son derece önemlidir. Araştırmalarda yapı geçerliliğini ölçmek için aykırı uç değer analizi, madde analizi, güvenilirlik analizi ve doğrulayıcı faktör analizi gibi çeşitli analizler gerçekleştirilir (Akyüz, 2018 s.186). Bu araştırma kapsamında ölçeklerin yapı geçerliliğini ölçümlemek için doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Doğrulayıcı Faktör Analizi; faktörler arasında yeterli ilişkinin olup olmadığını, hangi faktörlerin hangi değişkenlerle ilişkilerinin olduğunu, faktörlerin birbirlerinde bağımsız olup olmadığını tespit etmek için kullanılan analiz yöntemidir (Erkorkmaz, Etikan, Demir, Özdamar ve Sanisoğlu, 2013, s.211). Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin AMOS 21 programı aracılığıyla gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizleri sonuçlarına aşağıdaki tablo ve yorumlarda ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

Tablo 6: Sosyal medya kullanım ölçeğine yönelik doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

Fix Indexes	İyi Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri	Mevcut Çalışma
p value	$0.05 < p \leq 1.00$	$0.01 < p \leq 0.05$	,000
X ² /sd	≤ 3	$\leq 4-5$	4,079
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06- 0,08	,071
NFI	$\geq 0,95$	0,94- 0,90	,895
NNFI=TLI	$\geq 0,95$	0,94- 0,90	,900
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$	,918
GFI	$\geq 0,90$	0,89- 0,85	,888
AGFI	$\geq 0,90$	0,89- 0,85	,853
IFI	$\geq 0,95$	0,94- 0,90	,918

Kaynak: (Meydan ve Şeşen, 2015, s.57)

Tablo 6.'da Sosyal medya kullanım ölçeğine ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde kabul edilebilir uyum değer aralıklarını sağladıkları görülmektedir. Bulgular sonucu, NFI ,895 oranı ile çok yakın uyum değeri gösterirken, CFI değerinin literatür alt yapısında 0,85- 0,95 (Akyüz, 2018, s.196) aralığında kabul görmesi mevcut çalışma da ulaşılan CFI ,918 değerinin kabul edilebilir uyum aralığında yer almasına temel oluşturmuştur.

Doğrulamalı faktör analizi sonucu, standardize regresyon regresyon değerleri düşük olan 15. ve 16. ölçek soruları araştırma sürecinden çıkarılmıştır. İki sorunun araştırma sürecinden çıkarılmasıyla iletişimi sürdürme alt boyunun güvenilirlik kat sayısı da artmıştır. Sosyal ağ kullanım amacı ölçeğinin geçerliliğini ölçmek için gerçekleştirilen ilk doğrulamalı faktör analizi sonucu bazı değerlerin kabul edilebilir oranlara uygunluk göstermedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Değerlerin uyum göstermediği durumlarda modifikasyon indexlerinde iyileştirme analizleri gerçekleştirilmelidir (Akyüz,2018, s.195). Bu nedenle analiz sonucu, uyumu azaltan değişkenler tespit edilmiş, yüksek değerlere sahip olan Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği 7.ölçek sorusu (SM7)-SM8, SM19-SM20, SM-19-SM21, SM21-SM22 soruları arasında toplam dört tane yeni kovaryans oluşturulmuştur. Sorular arasında kurulan kovaryanslar sonucu uyum endeksleri sağlanmış ve Tablo 6’da ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Tablo 7: Mahremiyet Ölçeğine Yönelik Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları

Fix Indexes	Mükemmel Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri	Mevcut Çalışma
p value	$0.05 < p \leq 1.00$	$0.01 < p \leq 0.05$	,000
X ² /sd	≤ 3	$\leq 4-5$	4,469
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06- 0,08	,075
NFI	$\geq 0,95$	0,94- 0,90	,928
NNFI=TLI	$\geq 0,95$	0,94- 0,90	,927
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$	,943
GFI	$\geq 0,90$	0,89- 0,85	,925
AGFI	$\geq 0,90$	0,89- 0,85	,892
IFI	$\geq 0,95$	0,94- 0,90	,943

Kaynak: (Meydan ve Şeşen, 2015, s.57)

Mahremiyet ölçeğine ait doğrulamalı faktör analizi sonuçları değerlendirildiğinde kabul edilebilir uyum değer aralıklarını sağladıkları tespit edilmiştir. Temel alınan değerler perspektifinde CFI değeri 0,943 düşük orana sahip gibi gözükse de literatür alt yapısında (CFI= 0,85- 0,95) yer alan bilgiler doğrultusunda kabul edilebilir uyum aralığında yer aldığı bulgulanmıştır (Akyüz, 2018, s.196). Mahremiyet ölçeği için ilk

gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucu bazı değerlerin uyum endekslerine yakın oldukları tespit edilmiş olsa da tam olarak kabul edilebilir uyum değerleri aralıklarında olmaları için iyileştirme gerçekleştirilmiştir. Yüksek değer aralıklarına sahip olan, MH6 – MH7, MH8-MH9, MH8-MH10, MH9-MH12 soruları arasında dört yeni kovaryans kurulmuştur. Gerçekleştirilen iyileştirme sonucu uyum endeksleri sağlanmış ve Tablo 7’de sunulmuştur.

3.5.6. Nicel Araştırma Süreci Katılımcılarına Ait Demografik Bulgular

Çalışmanın bu bölümde nicel araştırma sürecinde yer alan katılımcıların demografik bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo 8: Katılımcıların cinsiyete göre dağılımları

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kadın	326	%52,7
Erkek	293	%47,3
Toplam	619	100,0

Araştırma sürecine toplam 619 kişi katılmıştır. Katılımcıların cinsiyet faktörüne göre yüzde ve frekans analizleri değerlendirildiğinde örneklem grubunun 326 kadın katılımcı sayısı ile %52,7’sinin kadın, 293 erkek katılımcı sayısı ile %47,3’ünün erkek olduğu görülmektedir. Bu bulgular doğrultusunda, örneklem içerisinde kadın katılımcıların (%52,7) az bir oran ile daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Kuşak temelli cinsiyete göre dağılım

Kuşaklar	Cinsiyet Frekans (f)		Cinsiyet Yüzde (%)	
	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek
Dijital Yerliler	221	148	%35,7	%23,9
Dijital Göçmenler	105	145	%17,0	%23,4
Toplam	326	293	%52,7	%47,3
	619		%100	

Örneklem içerisindeki cinsiyet dağılımları Tablo 9’da kuşak temelli olarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre örneklem dahilindeki kadın katılımcıların %35,7’si dijital yerlilerden, %17,0’sı dijital göçmenlerden oluşturmaktadır. Erkek katılımcıların ise %23,9’u dijital yerlilerden, %23’ü dijital göçmenlerden oluşmaktadır. Kuşak temelli olarak erkek katılımcıların oranları birbirine çok yakın iken, kadın katılımcıların arasında fark olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Katılımcıların yaşa göre dağılımları

Yaş	Frekans (f)	Yüzde (%)
18 ve altı	31	%5
19-25	138	%22,3
26-32	141	%22,8
33-39	61	%9,9
40 ve üstü	248	%40,1
Toplam	619	100,0

Tablo 10’da görüldüğü gibi katılımcıların yaş faktörüne göre yüzde ve frekans analizleri 18 ve altı yaş grubu için 31 katılımcı ile %5, 19-25 yaş grubu 138 katılımcı ile %22, 26-32 yaş grubu 141 katılımcı ile %22,8, 33-39 yaş grubu 61 katılımcı ile %9,9, 40 ve üstü yaş grubu ise 248 katılımcı ile %40,1 olarak tespit edilmiştir. 40 ve üstü yaş grubu %40,1 oranı ile örneklem içerisinde fazla olarak görülse de genç kuşak grubu olan dijital yerlilerin yaş aralıkları bir bütün olarak ele alındığında %59,4 ile daha fazladır. Bunun nedeni olarak, sosyal medya uygulamaları dijital kuşakların dijital göçmenlere göre daha fazla kullandıkları gösterilebilir.

Tablo 11: Kuşak temelli gruplu yaşa göre dağılımları

Kuşak	Frekans (f)	Yüzde (%)
Dijital Yerliler	369	59,6
Dijital Göçmenler	250	40,4
Toplam	619	100,0

Araştırma amacına uygun olarak yaş faktörü 1980 yılı sonrası doğanlar dijital yerliler, 1980 yılı öncesi doğanlar ise dijital göçmenler olarak ikiye ayrılmıştır. Tablo'10 da ayrıntılı olarak sunulan yaş dağılımları Tablo'11'de analizlerde kullanılacak olan kuşak gruplarına ayrılarak sunulmuştur. Kuşak temelli gruplanmış yaş frekans ve analizleri, dijital yerliler 369 katılımcı ile %59,6 olarak, dijital göçmenler 250 katılımcı ile %40,4 olarak saptanmıştır. Örneklem içerisinde %59,6 oranı ile dijital yerli olan kuşak grubunun daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 12: Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımları

Eğitim Durumu	Frekans (f)	Yüzde (%)
İlköğretim	15	%2,4
Ortaöğretim	27	%4,4
Lise	142	%22,9
Ön-lisans	79	%12,8
Lisans	275	%44,4
Lisansüstü	81	%13,1
Toplam	619	100,0

Tablo 12'de görüldüğü gibi, Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde 15 kişi %2,4 oranı ile ilköğretim, 27 kişi %4,4 ile ortaöğretim, 142 kişi %22,9 ile lise, 79 kişi %12,8 ön-lisans, 275 kişi %44,4 ile lisans ve 81 kişi %13,1 oranı ile lisansüstü derecesine sahiptir. Analiz değerlendirildiğinde örneklem grubunda %44,4 ile en çok lisans derecesine en az ise %2,4 oranı ile ilköğretim derecesine sahip katılımcılar yer almaktadır.

Tablo 13: Katılımcıların gelir durumuna göre dağılımları

Aylık Gelir	Frekans (f)	Yüzde (%)
1700 TL ve altı	111	%17,9
1701 – 2200 TL	29	%4,7
2201 – 2700 TL	70	%11,3

2701 – 3200 TL	70	%11,3
3201 – 3700 TL	100	%16,2
3701 TL ve üstü	239	%38,6
Toplam	619	100,0

Tablo 13’de yer alan katılımcılara ait gelir dağılımlarına ait bilgiler, değerlendirildiğinde 1700 TL ve altı gelir aralığında %17,9 oranı ile 111 katılımcı bulunmaktadır. 1701 – 2200 TL aralığında %4,7 oranı ile 29 katılımcı, 2201 – 2700 TL gelir aralığında %11,3 oranı ile 70 katılımcı, 2701 – 3200 TL gelir aralığında %11,3 oranı ile 70 katılımcı, 3201 – 3700 TL aralığında %16,2 ile 100 katılımcı, 3701 TL ve üstü gelir aralığında ise 239 katılımcı yer almaktadır.

Tablo 14: Kuşak temelli günlük ortalama sosyal medya’ da harcanan zaman aralığı dağılımları

KUŞAKLAR	Sosyal Medya’da günde ortalama kaç saat zaman harcıyorsunuz?				Total
	1 saat ve daha az	2-4 saat	5-7 saat	8 saat ve üstü	
Dijital Göçmenler (40 yaş ve üstü)	103 16,6%	112 18,1%	25 4,0%	10 1,6%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	50 8,1%	217 35,1%	77 12,4%	25 4,0%	369 59,6%
Toplam	153 24,7%	329 53,2%	102 16,5%	35 5,7%	619 100,0%

Anket formunun ikinci bölümünde katılımcılara demografik bilgilerine ek sosyal medya uygulamalarında harcadıkları saat aralığı sorulmuştur. Gerçekleştirilen çapraz tablo analizi Tablo 14’de sunulmuştur. Bulgular ışığında, dijital göçmenlerin sosyal medya uygulamalarında %18,1 oranın 2-4 saat, %16,6 oranın 1 saat ve daha az, %4,0 oranın 5-7 saat aralığında, %1,6’sında 8 saat ve üstü zaman geçirdikleri tespit edilmiştir. Dijital göçmenler grubunun günlük ağırlıklı olarak 1 saat ve daha az ile 2 – 4 saat aralığında sosyal medya uygulamalarında zaman geçirdikleri görülmektedir.

Dijital yerliler grubunda yer alan katılımcıların, %35,1'nin 2 – 4 saat, %12,4'nün 5 -7 saat, %8,1'nin 1 saat ve daha az, %4,0'nün ise 8 saat ve üstünde sosyal medya uygulamalarında zaman harcadıkları görülmüştür. Dijital yerliler grubunun günlük olarak sosyal medya uygulamalarında en fazla %35,1 oran ile 2-4 saat ve %12,4 ile 5 – 7 saat aralığında zaman harcadıkları tespit edilmiştir. Her iki kuşağın bir günde sosyal medya uygulamalarında harcadıkları zaman aralıkları değerlendirildiğinde dijital yerlilerin dijital göçmenlere göre daha fazla zaman harcadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünde katılımcılara demografik bilgilerine ek olarak kullanmış oldukları sosyal medya uygulamaları sorulmuştur. Katılımcılara Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, TikTok, Swarm, YouTube ve LinkedIn araştırmacı tarafından seçenek olarak sunulmuştur. Bu sosyal medya uygulamalara ek olarak anket formunda açık uçlu diğer seçeneğine yer verilmiştir.

Tablo 15: Kuşak temelli facebook kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	Facebook		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 yaş ve üstü)	21 3,4%	229 37,0%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	160 25,8%	209 33,8%	369 59,6%
Toplam	181 29,2%	438 70,8%	619 100,0%

Tablo 15’de yer alan bulgular ışığında örneklem grubunun %70,8’nin Facebook kullanıcısı olduğu görülmektedir. Bu kullanıcılar 209 kişi ile %33,8’nin dijital yerliler, 229 kişi ile %37,0’nı dijital göçmenler oluşturmaktadır. Bulgular göre, dijital göçmenlerin Facebook kullanıcısı sayısının dijital yerlilere oranla daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 16: Kuşak temelli twitter kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	Twitter		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 ve üstü yaş)	116 18,7%	134 21,6%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	146 23,6%	223 36,0%	369 59,6%
Toplam	262 42,3%	357 57,7%	619 100,0%

Tablo 16’da yer alan bulgular doğrultusunda, örneklem grubunun %57,7’sinin Twitter kullanıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu grubun, 223 kişi ile %36,0’nı dijital yerliler, 134 kişi ile %21,6’sını dijital göçmenler oluşturmaktadır. Analiz sonucunda %36,0 oranı ile dijital yerli Twitter kullanıcısı sayısının dijital göçmenlere göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 17: Kuşak temelli Instagram kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	Instagram		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 ve üstü yaş)	32 5,2%	218 35,2%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	33 5,3%	336 54,3%	369 59,6%
Toplam	65 10,5%	554 89,5%	619 100,0%

Tablo 17’de yer alan analiz sonuçlarına göre katılımcıların %89,5’nin Instagram kullanıcısı olduğu görülmektedir. Örneklem dahilinde, Instagram kullanıcılarının %54,3’ü dijital yerlilerden, %35,2’si dijital göçmenlerden oluşmaktadır. Bulgular ışığında, dijital yerlilerin Instagram kullanıcı sayısı dijital göçmenlere göre daha fazladır.

Tablo 18: Kuşak temelli whatsApp kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	WhatsApp		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 ve üstü yaş)	10 1,6%	240 38,8%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	28 4,5%	341 55,1%	369 59,6%
Toplam	38 6,1%	581 93,9%	619 100,0%

Tablo 18’de yer alan bulgular perspektifinde, örneklem grubunun %93,9’nun WhatsApp uygulamasını kullandıkları tespit edilmiştir. Bu grubun %55,1’i dijital yerlilerden, %38,8’i dijital göçmenlerden oluşmaktadır. Dijital yerlilerin 341 kişi ve %55,1 oranı ile WhatsApp uygulamasını dijital göçmenlere göre daha fazla kullandıkları görülmektedir. WhatsApp uygulaması aynı zamanda örneklem grubunu içerisinde en çok kullanılan uygulamadır. Bunun nedeni olarak ise, WhatsApp uygulamasının günlük hayatın tüm alanında kullanımının yaygınlaşması olarak gösterilebilir.

Tablo 19: Kuşak temelli TikTok kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	TikTok		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 ve üstü yaş)	228 36,8%	22 3,6%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	315 50,9%	54 8,7%	369 59,6%
Toplam	543 87,7%	76 12,3%	619 100,0%

Tablo 19’da yer alan analiz sonuçlarına göre, örneklem grubu içerisinde TikTok uygulaması kullanıcı sayısı %12,3 olarak saptanmıştır. Bu grubunu %3,6’sını dijital göçmenler, %8,7’sini dijital yerlilerin oluşturdukları tespit edilmiştir. Örneklem içerisinde 54 kişi ve %8,7 oranı ile en fazla dijital yerliler tarafından kullanılmaktadır.

TikTok uygulaması 2020 yılının ilk çeyreğinde aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Kullanımının yeni yaygınlaşmaya başlaması ve sunmuş olduğu fonksiyonlarla ağırlıklı olarak genç kuşaklara yönelik olarak geliştirilmiştir. Bu nedenle küresel ölçekte 2020 yılının en çok indirilen uygulaması olmasına rağmen (Chartr, 2021), örneklem grubunda dijital yerliler tarafından %8,7 oranı ile genel ortalamanın altında kullanım oranına ulaşılmıştır.

Tablo 20: Kuşak temelli Swarm kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	Swarm		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 ve üstü yaş)	237 38,3%	13 2,1%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	333 53,8%	36 5,8%	369 59,6%
Toplam	570 92,1%	49 7,9%	619 100,0%

Tablo 20’de kuşak temelli Swarm kullanım yüzdeleri temelinde, örneklem grubunun %7,9’unun Swarm uygulamasını kullandıkları görülmektedir. Bu grubunun %5,8’i dijital yerlilerden, %2,1’i dijital göçmenlerden oluşmaktadır. Dijital yerlilerin, dijital göçmenlere göre lokasyon bazlı olan Swarm uygulamasını daha fazla kullandıkları saptanmıştır.

Tablo 21: Kuşak temelli YouTube kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	YouTube		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 ve üstü yaş)	59 9,5%	191 30,9%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0 ve 39 yaş)	93 15,0%	276 44,6%	369 59,6%
Toplam	152 24,6%	467 75,4%	619 100,0%

Tablo 21’de yer alan bulgular ışığında, YouTube uygulamasını örneklem grubunun %75,4’ünün aktif olarak kullandıkları görülmektedir. Kuşak temelli değerlendirildiğinde, dijital yerlilerin %44,6’sı, dijital göçmenlerin ise %30,9’u YouTube kullanıcısıdır. Dijital yerliler, 276 kişi ve %44,6 oranı ile dijital göçmenlere göre YouTube uygulamasını daha fazla kullandıkları tespit edilmiştir.

Tablo 22: Kuşak temelli LinkedIn kullanım yüzdeleri

KUŞAKLAR	LinkedIn		Toplam
	Hayır	Evet	
Dijital Göçmenler (40 ve üstü yaş)	167 27,0%	83 13,4%	250 40,4%
Dijital Yerliler (0-39 yaş)	293 47,3%	76 12,3%	369 59,6%
Toplam	460 74,3%	159 25,7%	619 100,0%

Tablo 22’de yer alan analiz bulguları değerlendirildiğinde, örneklem grubunda yer alan katılımcıların %25,7’sinin LinkedIn uygulamasını kullandıkları görülmektedir. Bu grubun, %12,3’ü dijital yerlilerden, %13,4’ ise dijital göçmenlerden oluşmaktadır. Dijital göçmenlerin, LinkedIn uygulamasını dijital yerlilere göre daha fazla kullandıkları tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak dijital göçmenler yaşları itibari ile profesyonel iş hayatında dijital yerlilere kıyasla daha fazla tecrübeye sahip oldukları ve çalışma hayatı temelli ağlarda daha fazla yer aldıkları gösterilebilir.

Tablo 23: Kuşak temelli diğer kullanılan sosyal medya uygulamalarının yüzdeleri

KUŞAKLAR	Bip		Twitch		Discorb		Ekşi		Academia	
	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet
Dijital Göçmenler	250 %40,4	0 ,0%	249 %40,2	1 ,2%	250 %40,4	0 ,0%	246 %39,7	4 ,6%	242 %39,1	8 %1,3
Dijital Yerliler	365 %59,0	4 ,6%	366 %59,1	3 ,5%	365 %59,0	4 ,6%	364 %58,8	5 ,8%	367 %59,3	2 ,3%
Toplam	615 %99,4	4 ,6%	615 %99,4	4 ,6%	615 %99,4	4 ,6%	610 %98,5	9 1,5%	609 98,4%	10 1,6%

Tablo 23 ve Tablo 24’de yer alan analiz sonuçları ise, katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamaları sorusunda diğer seçeneğine yazdıkları açık uçlu cevaplara aittir. Tablo 23’deki bulgulara göre, dijital yerlilerin ,6%’sının Bip uygulamasını ,5%’sının Twitch uygulamasını ,6%’sının Discorb uygulamasını ,8%’sının Ekşi uygulamasını ve ,3%’sının Academia uygulamasını kullandıklarını göstermektedir. Dijital göçmenler ise, ,2% oranı ile Twitch, ,6% ile Ekşi ve %1,3 ile Academia uygulamasını kullandıklarını belirtmişlerdir. Tablo 23, temelinde analiz bulguları değerlendirildiğinde dijital göçmenler, %1,3 ile en çok Academia’yı, dijital yerliler ise ,8% ile ekşi uygulamasını kullanmaktadır. Her iki kuşak grubunun diğer seçeneğine belirttikleri aynı uygulamalar ise, Twitch, Ekşi ve Academia’ya uygulaması olmuştur. Dijital yerlilerin tercih ettikleri uygulamalarının kullanım amaçları itibariyle daha çok iletişim, sohbet ve eğlence amaçlı kullanım pratikleri geliştirdikleri görülmektedir. Ayrıca dijital yerliler araştırma yönlerinin dijital alanlarda daha baskın olmasına rağmen örneklem grubunda Academia, Researchgate gibi birçok bilimsel bilgiye ev sahipliği yapan ağları daha çok dijital göçmenlerin kullandıkları görülmüştür. Bu durum aynı zamanda dijital göçmenlerin bilimsel bilgiye ulaşmada dijital süreci kullanma eğilimi içerisinde olduklarını göstermiştir.

Tablo 24: Kuşak temelli diğer kullanılan sosyal medya uygulamalarının yüzdelikleri

KUŞAKLAR	Tumblr		SnapChat		Researchgate		Tinder	
	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet
Dijital Göçmenler	248 %40,1	2 ,3%	250 %40,4	0 ,0%	247 %39,9	3 ,5%	250 %40,4	0 ,0%
Dijital Yerliler	368 %59,5	1 ,2%	365 %59,1	4 ,6%	368 %59,5	1 ,2%	367 %59,3	2 ,3%
Toplam	616 %99,5	3 ,5%	615 %99,4	4 ,6%	615 %99,4	4 ,6%	617 99,7%	2 ,3%

Tablo 24’de yer alan bulgular ışığında, dijital göçmenlerin ,3%’ünün Tumblr, ,5%’nin Researchgate kullandıkları tespit edilmiştir. Dijital yerliler ,2% oranı ile Tumblr, ,6% oranı ile SnapChat, ,2% oranı ile Researchgate ve ,3% oranı ile Tinder kullandıkları

sonucuna ulaşılmıştır. Her iki kuşak grubunun Tablo 24 özelinde diğer seçeneğine belirttikleri ortak cevaplar Tumblr ve Researchgate olmuştur. Tablo 23 ve Tablo 24 ışığında dijital yerlilerin iletişimsel eylemlerini gerçekleştirmek, sosyalleşmek, romantik ilişkiler yaşamak için birbirinden farklı kullanım amacı barındıran sosyal medya uygulamalarını kullandıkları görülmektedir. Dijital göçmenlerin, dijital yerliler göre bu uygulamaları kullanma oranları çok azdır. Bunun nedeni olarak, dijital göçmenlerin büyümüş oldukları dönem itibarıyla ağırlıklı olarak yüz yüze ve telefonla konuşarak iletişimsel süreçlerini yönettikleri gösterilebilir. Ayrıca sürekli gelişen, yenilenen ve farklı kullanım fonksiyonları sunan sosyal medya uygulamalarını kullanmak dijital göçmenler için zordur.

3.5.7. Nicel Araştırma Hipotez ve Alt Hipotez Testleri

Araştırma'nın hipotezlerini test edebilmek için bağımsız t testi ve basit korelasyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bağımsız t testi sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan ve bağımsız iki gruba tek test uygulandıktan sonra her iki grubun ortalamaları arasındaki farkı tespit etmek gerçekleştirilen analiz yöntemidir (Ayhan ve İbrahim, 2018, s.186). Bu araştırma kapsamında da kurulan hipotezlerin amacına uygun olarak bağımsız t testi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 25: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik analiz sonuçları

Hipotez 1		H1: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean:x)	Standart Sapma(sd)	Df	t	p	Kabul /Red
Dijital Yerliler	369	4,8722	,90602	617	7,684	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	4,2622	1,05553	478,891	7,463	,000	

p<0.05

Dijital yerliler ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçlarındaki farklılıklarını tespit etmek için bağımsız t testi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen fark testi sonucunda, p anlamlılık değeri p=0,00 olarak tespit edilmiştir. (p<0,05). Dijital yerli

ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bulgular ışığında (Mean=4,8722) dijital yerlilerin, dijital göçmenlere göre (Mean=4,2622) sosyal medya kullanım amaçları düzeylerinin farklılaştığı görülmektedir. Gerçekleştirilen analize ait bulgulara Tablo 25’de ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

Tablo 26: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları araştırma alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 1a		H1a: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları araştırma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul /Red
Dijital Yerliler	369	5,5375	1,17409	617	4,207	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	5,1440	1,09221	559,474	4,266	,000	

p<0.05

H1a hipotezini test etmek için bağımsız t testi gerçekleştirilmiştir. Tablo 26’da yer alan bulgular perspektifinde p anlamlılık değeri p=0,00 olarak tespit edilmiştir. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amacı araştırma alt boyunda anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmış ve H1a hipotezi kabul edilmiştir. Dijital yerlilerin (Mean=5,5375) dijital göçmenlere (Mean=5,1440) göre sosyal medya uygulamalarını araştırma amacı kullanma düzeyleri daha yüksektir. Bunun nedeni olarak dijital göçmenlerin bilgiye ulaşmak ve için öncelikli olarak geleneksel kaynakları tercih ettikleri gösterilebilir. Hipotez testi sonucu elde edilen bulgular, literatür alt yapısıyla uyum sağlamıştır.

Tablo 27: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım iş birliği Alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 1b	H1b: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iş birliği alt boyutunda anlamlı bir farklılık bir bulunmaktadır.
-------------------	--

	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	4,9295	1,16103	617	8,403	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	3,9933	1,60979	420,124	7,907	,000	

p<0,05

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amacı iş birliği alt boyutunda anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçümlemek için bağımsız t testi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucu anlamlılık değeri p=0,00 olarak tespit edilmiş, (p<0,05)'den olduğu için H1b hipotezi kabul edilmiştir. Bulgular sonucunda, dijital yerlilerin (Mean=4,9295) dijital göçmenlere (Mean=3,9993) göre sosyal medya uygulamalarını iş birliği amacı ile ilgili kullanım düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analizle ilgili sonuçlara Tablo 27'de ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

Tablo 28: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi başlatma alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 1c		H1c: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi başlatma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	3,3379	1,61598	617	2,774	,006	Kabul
Dijital Göçmenler	250	2,9907	1,38726	583,556	2,856	,004	

p<0,05

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amacı iletişimi başlatma alt boyutundaki farklılıkları ölçmek için bağımsız t testi gerçekleştirilmiş, analiz sonuçları Tablo 28'de ayrıntılı olarak sunulmuştur. Bağımsız t testi bulgularına, göre p anlamlılık değeri dijital yerlilerde p=0,006 olarak, dijital göçmenlerde ise p=0,004 olarak tespit edilmiş ve anlamlılık değeri (p<0,05)'den küçük olduğu için H1c hipotezi kabul edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya

kullanım amacı iletişim kurma alt boyunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Ayrıca, dijital yerlilerin (Mean=3,3379) dijital göçmenlere göre sosyal medya uygulamaları aracılığıyla arkadaşları ya da diğer kişilerle iletişim kurma düzeyleri daha yüksektir.

Tablo 29: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi kurma alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 1d		H1d: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi kurma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean:x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	6,0678	,92270	617	1,865	,063	Red
Dijital Göçmenler	250	5,9380	,72751	602,931	1,951	,052	

p<0,05

Tablo 29’da dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya amaçları iletişimi kurma boyutundaki farklılıkları ölçümlemek için gerçekleştirilen bağımsız t testi analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda, anlamlılık değeri p=0,63 olarak tespit edilmiş ve p>0,05’den büyük olduğu için hipotez reddedilmiştir. Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişim kurma alt boyutunda herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 30: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi sürdürme alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 1e		H1e: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi sürdürme alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul/Red
Dijital Yerliler	369	5,1491	1,21114	617	-,885	,377	Red

Dijital Göçmenler	250	5,2350	1,14730	553,460	-,894	,372	
-------------------	-----	--------	---------	---------	-------	------	--

p<0,05

H1e hipotezini test etmek için bağımsız t testi gerçekleştirilmiştir. Tablo 30’da yer alan analiz sonuçlarına göre, H1e hipotezi için anlamlılık değeri p=,377 olarak saptanmış ve H1e hipotezi reddedilmiştir. Bulgular ışığında, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi sürdürme alt boyutunda anlamlı bir farklılığa ulaşılammıştır.

Tablo 31: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları içerik paylaşma alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez H1f	H1f: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları içerik paylaşma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.						
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	4,5913	1,37380	617	5,554	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	3,9336	1,54584	491,541	5,430	,000	

p<0,05

Tablo 31’de H1f hipotezi için gerçekleştirilen bağımsız t testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Bulgular doğrultusunda, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları içerik paylaşma alt boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonucunda, anlamlılık değeri p=0,00 olarak tespit edilmiş ve hipotez kabul edilmiştir. Dijital yerliler grubunda yer alan katılımcıların (Mean=4,5913) sosyal medya uygulamalarında içerik paylaşma düzeylerinin dijital göçmenlere göre (Mean=3,9336) daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 32: Dijital Yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları eğlence alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez H1g	H1g: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları eğlence alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır
--------------------	--

	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	4,8356	1,25881	617	8,353	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	3,7253	2,04504	376,46 2	7,657	,000	

p<0,05

H1g hipotezine ait gerçekleştirilen bağımsız t testi sonuçları Tablo 32’de yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre, anlamlılık değeri p=0,000 olarak ulaşılmış ve H1g hipotezi kabul edilmiştir. Bulgular bağlamında, dijital yerli olan sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya uygulamalarını eğlence amaçlı kullanma düzeylerinin (Mean=4,8356) dijital göçmenlere (3,7253) oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 33: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında mahremiyet algılarına yönelik analiz sonuçları

Hipotez H2		H2: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında mahremiyet algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	4,1565	,59538	617	-7,696	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	4,4973	,44724	610,442	-8,121	,000	

p<0,05

Tablo 33’de dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında mahremiyet algıları arasındaki farklılıklarını ölçmek için gerçekleştirilen bağımsız t testi sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz sonucunda, anlamlılık değeri p=0,00 olarak tespit edilmiştir ve H2 hipotezi kabul edilmiştir. Bulgular ışığında, dijital göçmenlerin (Mean=4,4973) dijital yerlilere oranla (Mean=4,1565) sosyal medya araçlarında mahremiyet algı düzeylerinin farklılaştığı saptanmıştır. Dijital göçmenlerin, dijital yerlilere oranla sosyal medya ortamında mahremiyet algıları yüksektir.

Tablo 34: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında hak olarak mahremiyet alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez H2a		H2a: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında hak olarak mahremiyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	4,4426	,66060	617	-3,551	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	4,6187	,51259	605,715	-3,725	,000	

p<0,05

H2a hipotezini ölçümlemek için bağımsız t testi gerçekleştirilmiş ve analiz bulgularına Tablo 34’de yer verilmiştir. Anlamlılık değeri p=0,00 olarak saptanmış ve p<0,05’ten olduğu için hipotez kabul edilmiştir. Bulgular perspektifinde, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında hak olarak mahremiyet alt boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca dijital göçmenler (Mean= 4,6187) grubunda yer alan katılımcıların hak olarak mahremiyet algı düzeylerinin dijital yerlilere (Mean= 4,4426) göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 35: Dijital Yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 2b		H2b: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	3,8137	,86936	617	-6,917	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	4,2810	,75403	580,744	-7,108	,000	

p<0,05

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında kendi enformasyonel mahremiyetlerine ilişkin kaygı boyutundaki farklılıkları ölçümlemek için H2b hipotezi için bağımsız t testi analizi gerçekleştirilmiştir. Analizi sonucunda, anlamlılık $p=0,00$ olarak tespit edilmiş ve hipotez kabul edilmiştir. Bulgular ışığında, dijital göçmenlerin (Mean:4,2810) sosyal medya araçlarında kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı düzeyleri dijital yerlilere göre (Mean:3,8131) yüksek çıkmıştır.

Tablo 36: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında başkalarının mahremiyetini korumanın önemi alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 2c		H2c: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında başkalarının mahremiyetini korumanın önemi alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.					
	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	4,4160	,64642	617	-3,771	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	4,5980	,49282	608,441	-3,968	,000	

$p<0,05$

Tablo 36’da H2c hipotezine ait gerçekleştirilen bağımsız t testi sonuçlarına yer verilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda, p anlamlılık değeri $p=0,000$ olarak ulaşılmış $p<0,05$ ’den olduğu için hipotez kabul edilmiştir. Ortalama (Mean) değerleri incelendiğinde ise, dijital göçmenlerin (Mean: 4,5980) dijital yerlilere (Mean, 4,4160) göre sosyal medya araçlarında başkalarının mahremiyetine korumanın önemine gösterdikleri düzey daha yüksek tespit edilmiştir.

Tablo 37: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında diğer ihtimalli mahremiyet alt boyutuna yönelik analiz sonuçları

Hipotez 2d	H2d: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında diğer ihtimalli mahremiyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.
-------------------	--

	N	Ortalama (Mean: x)	Standart Sapma (sd)	Df	t	p	Kabul / Red
Dijital Yerliler	369	4,0515	,75214	617	- 8,530	,000	Kabul
Dijital Göçmenler	250	4,5168	,51277	616,972	- 9,152	,000	

p<0,05

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında diğer ihtimalli mahremiyet alt boyutu arasındaki farklılıkları ölçümlemek için bağımsız t testi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda p anlamlılık değeri p=0,00 olarak saptanmış ve p<0,05 olduğu için H2d hipotezi kabul edilmiştir. Ortalama (Mean) değeri sonucuna göre ise, dijital göçmenlerin (Mean: 4,5168) diğer ihtimalli mahremiyet algı düzeylerinin dijital yerlilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Tablo 37’de analiz bulgularıyla ilgili detaylara ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

H3, H3a ve H3b hipotezleri için basit korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Basit korelasyon analizi; iki değişken arasındaki ilişkinin derecesini, yönünü ve şiddetini belirlemek için gerçekleştirilir (Ayhan ve İbrahim, 2018, s.231). Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucu dikkat edilmesi gereken p ve r gibi önemli değerler bulunmaktadır. Korelasyon testi için p anlamlılık değeri p<0,05 olarak değerlendirildiği gibi bazı kaynaklarda bu değer aralığı p<0,01 olarak görülebilir. Fakat bu çalışma kapsamında tüm hipotez testleri için p<0,05 değeri kullanılmıştır. Korelasyon katsayısının ise +1 ile -1 aralığında olması beklenmektedir. 1.00 olması mükemmel düzeyde pozitif ilişki; -1 olması mükemmel düzeyde negatif bir ilişkiyi tanımlamaktadır. Korelasyon katsayısının 0,30 – 0,00 arasında olması düşük düzeyde bir ilişki, 0,70-0,30 arasında olması orta düzeyde bir ilişkiyi, 0,70-1.00 ilse yüksek düzeyde mükemmel bir ilişki olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2019, s.32). Tablo 38’de analiz sonuçlarına yönelik ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 38: H3 – H3a ve H3b basit korelasyon analizi sonuçları

H3: Mahremiyet algısı ve yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.				
H3a: Hak olarak mahremiyet alt boyutu ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.				
H3b: Başkalarının mahremiyeti korumanın önemi alt boyutu ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.				
Hipotez Numarası	N	r	p	Kabul / Red
H3	619	,296**	,000	Kabul
H3a	619	,142**	,000	Kabul
H3b	619	,150**	,000	Kabul

p<0,05

Tablo 38’de yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre, H3, H3a ve H3b hipotezlerinin anlamlılık değerleri p=0,00 olarak tespit edilmiş ve hipotezler kabul edilmiştir. H3 hipotezi için, mahremiyet algısı ve yaş arasında düşük düzeyde (r=0,296) pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular sonucunda, yaş arttıkça mahremiyet algısının da arttığı görülmektedir. H3a hipotezi değerlendirildiğinde, hak olarak mahremiyet ile yaş arasında düşük düzeyde (r=0,142) pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Katılımcıların yaş oranı arttıkça hak olarak mahremiyet algıları da artmaktadır. H3b hipotezi incelendiğinde ise, başkalarının mahremiyetini korumanın önemi ile yaş arasında (r=,150) düşük düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların yaş oranları arttıkça başkalarının mahremiyetini korumanın önemi de arttığı görülmektedir. H3, H3a ve H3b hipotez sonuçları bütün olarak değerlendirildiğinde, yaş faktörünün mahremiyet ve alt boyutları için önemli bir değişken olduğu saptanmıştır.

Tablo 39: H4 basit korelasyon analizi sonuçları

H4: Mahremiyet algısı ve eğitim arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.				
Hipotez Numarası	N	r	p	Kabul / Red
H4	619	,009	,814	Red

p>0,05

H4 hipotezi için basit korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 39’da yer alan korelasyon testi sonuçları incelendiğinde anlamlılık değeri p=,814olarak tespit edilmiş ve

hipotez reddedilmiştir. Bulgular ışığında, mahremiyet algı ve eğitim arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Tablo 40: H5 Basit Korelasyon Analizi Sonuçları

H5: Mahremiyet algısı ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.				
Hipotez Numarası	N	r	p	Kabul / Red
H5	619	-,040	,320	Red

$p > 0,05$

Tablo 40’da H5 hipotezine yönelik basit korelasyon analizi bulgularına yer verilmiştir. Bulgular sonucunda, $p = ,320$ olarak tespit edilmiş ve H5 hipotez reddedilmiştir. Mahremiyet algısı ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Tablo 41: Hipotez sonuçları

Hipotezler	Hipotez Testi Sonuçları
H1: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçlarında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H1a: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları araştırma alt boyunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H1b: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iş birliği alt boyutunda anlamlı bir farklılık bir bulunmaktadır.	Kabul
H1c: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi başlatma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H1d: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi kurma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Red
H1e: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları iletişimi sürdürme alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Red

H1f: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları içerik paylaşma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H1g: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçları eğlence alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H2: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında mahremiyet algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H2a: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında hak olarak mahremiyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H2b: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında kendi enformasyonel mahremiyetine ilişkin kaygı alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H2c: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında başkalarının mahremiyetini korumanın önemi alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H2d: Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında diğer ihtimalli mahremiyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.	Kabul
H3: Mahremiyet algısı ve yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H3a: Hak olarak mahremiyet alt boyutu ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H3b: Başkalarının mahremiyeti korumanın önemi alt boyutu ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H4: Mahremiyet algısı ve eğitim arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	Red
H5: Mahremiyet algısı ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	Red

Gerçekleştirilen hipotez testleri sonucu, H1, H1a, H1b, H1c, H1f, H1g, H2, H2a, H2b, H2c, H2d, H3, H3a, H3b hipotezleri kabul edilmiş, H1d, H1e, H4 ve H5 hipotezleri ise reddedilmiştir.

3.6.Nitel Araştırma Süreci

3.6.1. Nitel Araştırma Evren ve Örneklemi

Nitel araştırma sürecinin örnekleme yöntemi amaçlı örnekleme olarak belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme; derin bilgiye sahip olduğunu tahmin edilen olay, olgu ya da durumların derinlemesine çalışılmasına temel oluşturmaktadır (Ali ve Hasan, 2019, s. 118). Çalışmanın örnekleme ise, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme olarak belirlenmiştir. Ölçüt örnekleme, önceden belirlenen bir ya da daha fazla kriteri karşılayan durumların derinlemesine çalışması olarak tanımlanmaktadır (Ali ve Hasan, 2018, s.122). Örneklem ölçütü olarak; nicel araştırma anket formuna katılan, analiz sonucunda yüksek ve düşük skor gösteren katılımcılar olarak belirlenmiştir. Nicel araştırma anket formunun son bölümünde katılımcılara açık uçlu bir soru yöneltilmiştir Soru da araştırmanın nitel bölümüne katılıp katılmama isteklerine göre iletişim bilgilerini belirtmeleri istenmiş ve 221 katılımcıdan geri bildirim gelmiştir. Katılımcılara geri dönüş yapılmış ve dijital yerliler 6 kişi, dijital göçmenler 6 kişi olmak üzere toplam 12 kişiyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

3.6.2. Nitel Araştırma Görüşme Sorularının Oluşturulması

Nitel araştırma görüşme soruları hazırlanırken Tablo 42’de belirtilen ölçeklerden yararlanılmıştır. Görüşmeler hazırlanan görüşme soruları temelinde gerçekleştirilmiş, katılımcılardan gelen cevaplara yönelik görüşmeciler tarafından sonda sorular da yönetilmiştir.

Tablo 42: Nitel araştırma görüşme soruları

Görüşme Soruları		Kaynak
1	Sosyal medyayı genel olarak hangi amaçlar için kullanıyorsunuz? Sonda: Sosyal medyada Twitter, Facebook, Instagram gibi uygulamaları kullanıyor musunuz?	1, 2, 3 ve 4. Görüşme soruları hazırlanırken aşağıdaki ölçekten yararlanılmıştır. Koçak Usluel, Y. & Demir, Ö. & Çınar, M. (2014). Sosyal Ağların Kullanım Ölçeği. Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi, 5:2, 1-18.

2	Sosyal medyayı herhangi bir konuda içerik, resim, video ve metin oluşturmak için kullanıyor musunuz? Sonda: Kullandığınız sosyal medya uygulamalarında resim, video paylaşıyor musunuz? Bu paylaşımlar genel olarak ne ile ilgili oluyor?	
3	Sosyal medyada arkadaşlarınız sohbet, anlık iletişim ve için kullanıyor musunuz? Sonda: Sosyal medyada yeni arkadaşlıklar kuruyor musunuz? Size güven veriyor mu?	
4	Sosyal medyada kişisel hayatınızla ilgili ne tür bilgiler paylaşıyorsunuz?	
5	Sosyal medyada siz ya da başkalarının kendilerini doğru yansıttığını düşünüyor musunuz? Neden?	5, 6 ve 7. Görüşme soruları hazırlanırken aşağıdaki ölçekten yararlanılmıştır.
6	Sosyal medya aracılığıyla kişisel duygu, inanç ve düşüncelerinizi paylaşıyor musunuz? Paylaşıyorsanız bu durum size ne hissettiriyor?	Kendini Açma Ölçeği, Wheelless, LR, & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. Hum Commun Res, 2, 338-346.
7	Sosyal medyada kendinizle ilgili olumsuz yönlerinizi paylaşır mısınız?	E & Mersin, S & Türker, T. (2017). Kendini Açma Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerinde Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. Anatolian Journal of Psychiatry, 18:6, 586 – 593.
8	Sosyal medya ve mahremiyet ile ilgili düşünceleriniz nelerdir? Sosyal medya ortamında kişisel verilerinizin korunduğunu düşünüyor musunuz? Sonda: Sizce sosyal medya ile birlikte mahremiyet kavramında değişimler var mı?	8, 9, 10 ve 11. Görüşme soruları hazırlanırken aşağıdaki ölçekten yararlanılmıştır.
9	Sosyal medyada, kendiniz ile ilgili paylaştığınız bilgilerin başkaları tarafından ele geçirilebileceğini düşünüyor musunuz? Sonda: Sosyal medyada fotoğraf, video ve anlık durum bildirimlerinizi sadece arkadaşlarınız mı paylaşıyorsunuz? Yoksa profiliniz genel olarak herkese açık mı?	Baruh, L. & Cemalcılar, Z. (2014). It is More Than Personal: Development and Validation of a Multidimensional Privacy Orientation Scale. Personality and Individual Differences, 70, 165–170.
10	Kişisel bilgilerinizi, özel hayatınızı sosyal medya aracılığı ile başkalarıyla paylaşmak size ne hissettiriyor?	Livberber, Göçmen T. (2018). Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması. Yayınlanmış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Konya.

11	Sosyal medya aracılığıyla, başkalarının özel hayatlarını takip ediyor musunuz? Kişilerin özel hayatlarıyla ilgili bilgi sahibi olmak size ne hissettiriyor?	
----	---	--

3.6.3. Nitel Araştırma Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırma sürecinde geçerlilik ve güvenilirliği artırmak için çeşitli önlemler alınmıştır. Geçerlilik ve güvenilirliği yönelik kullanılan stratejiler literatür alt yapısı temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu stratejiler; Uzun süreli etkileşim, katılımcı teyiti, ikinci bir araştırmacıyı dahil etme ve ayrıntılı betimleme belirlenmiştir (Ali ve Hasan, 2018, s.277-278).

- **Uzun süreli etkileşim;** Araştırmacının veri kaynakları üzerinde öznel etkisini azaltması için uzun süre etkileşim içinde olması önerilir (Ali ve Hasan, 2018, 278). Bu bağlamda, katılımcılarla görüşme öncesinde iki kez görüşme gerçekleştirilmiştir. İlk görüşmede genel tanışma, ikinci görüşme de ise araştırma hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü toplantı da derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Gerçekleştirilen ilk iki görüşme ile katılımcı ve araştırmacının birbirlerini tanımaları ve güven ortamı içinde veri toplama sürecinin gerçekleşmesi hedeflenmiştir.
- **Katılımcılar tarafından verilerin teyit edilmesi;** veri toplama sürecinde gerçekleştirilen görüşmeler ses kaydına alınmış, rapor oluşturularak analiz sürecine hazırlanmıştır. Analiz aşamasına başlamadan önce Dijital Göçmenler Kadın 1. Katılımcı (DGK1), DGK2, DGK3, DGE1, DGE2, DGE3, DYK1, DYK2, DYK3, DYE1, DYE2, DYE3 katılımcılarla tekrar görüşülerek cevapları konusunda onay alınmıştır.
- **İkinci bir araştırmacıyı dahil etme;** geçerlilik ve güvenilirliği artırmak için veri toplama sürecindeki görüşmeler iki araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen tüm görüşmeler her iki araştırmacı tarafından ayrı olarak raporlanmıştır. İlk olarak görüşme raporları karşılaştırılmış, daha sonra ise her iki araştırmacı ayrı olarak veri kodlamalarını gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada ise veri kodları birleştirilerek ortak tema ve alt temalara ayrılmıştır.

- **Ayrıntılı betimleme;** doğal verilerin analiz edilen kavram ve temalara göre yeniden düzenlenerek okuyucuya öznel yorum eklemekten verilerin doğasına bağlı olarak objektif ve doğrudan aktarılması olarak ifade edilmektedir (Ali ve Hasan, s.282). Bu amaçla, veri kodlama süreci tamamlandıktan sonra temalar altında katılımcılara ait girişler doğrudan aktarılmıştır.

3.6.4. Nitel Araştırma Verilerin Analizleri ve Bulgular

Verilerin analiz sürecinde, içerik analizi ve betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, birbirine benzeyen verilerin belirli kavramlar ve temalar perspektifinde bir araya getirilmesi, incelenmesi ve yorumlanması olarak tanımlanmaktadır (Ali ve Hasan, 2018, s.242). Elde edilen verilerin belirli temalar çerçevesinde değerlendirilmesi ve kodlama gerçekleştirilmesi için içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Betimsel analiz yönteminde ise, katılımcılara ait duygu, düşünce ve görüşlerini çarpıcı bir şekilde yansıtmak amacıyla analiz kapsamında kullanımı hedeflenmiştir (Ali ve Hasan, 2018, s.239). Verilerin analizine yönelik bulgular ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Tablo 43: Nitel araştırma süreci katılımcılarına ait demografik bulgular

Kuşak Grubu	Cinsiyet	Doğum Yılı	Eğitim Düzeyi
Dijital Göçmenler			
DGK1	Kadın	1969	Lise
DGK2	Kadın	1972	Ön lisans
DGK3	Kadın	1978	Lisans
DGE1	Erkek	1972	Lise
DGE2	Erkek	1960	Lise
DGE3	Erkek	1978	Lisans
Dijital Yerliler			
DYK1	Kadın	1996	Lisans
DYK2	Kadın	1984	Lise
DYK3	Kadın	1993	Yüksek Lisans
DYE1	Erkek	2000	Lise

DYE2	Erkek	1997	Ön lisans
DYE3	Erkek	2001	Lise

Veri toplama sürecine dahil olan görüşmecilere ait demografik bulgulara Tablo 43'e yer verilmiştir. Derinlemesine görüşmelere dijital göçmenler 6 kişi, dijital yerliler 6 kişi olmak üzere toplam 12 kişi katılmıştır. Cinsiyet faktörü açısından eşitlik sağlanması için her iki kuşak grubuna da erkek ve kadın dağılımlarına dikkat edilmiştir. Bu nedenle dijital göçmen katılımcıları 3 kadın – 3 erkek, dijital yerli katılımcıları 3 kadın ve 3 erkek'ten oluşmaktadır. Doğum yılı aralığı temel alınarak incelendiğinde, DGK1 – 1969, DGK2 – 1972, DGK3 – 1978, DGE1 – 1972, DGE2 – 1960, DGE3 -1978 yılı aralığında doğmuştur. Dijital göçmenler kuşak grubunda yer alan 6 katılımcıda 1980 yılı öncesi doğmuş olma koşulunu sağlamaktadır. DYK1 – 1996, DYK2 – 1984, DYK3 – 1993 ve DYE1 – 2000, DYE2 – 1997, DYE3 – 2001 yılları aralığında doğmuştur. Dijital yerliler grubunda yer alan 6 katılımcıda 1980 yılı sonrası doğmuş olma koşulunu sağlamaktadır. Eğitim temel alınarak incelendiğinde dijital göçmenler grubunda yer alan 3 kişinin lise, 1 kişinin ön lisans ve 1 kişinin lisans mezunu olduğu görülmektedir. Dijital yerliler grubu katılımcılarının ise, 3 kişinin lise, 1 kişinin ön lisans, 1 kişinin lisans ve 1 kişinin yüksek lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 44: Dijital göçmenlere yönelik bulgular

Tema	Alt Tema
Haberdar Olma	• Gündem • Bağlantıda kalma • Anlık iletişim
Gizlilik	• Kişisel veriler • Korumalı hesap
Yansıtma	• Kişisel içerik • Mutlu anlar- Kutlamalar
Mahremiyet İhlali	• Gündelik hayat • Yeni arkadaşlıklar • Başkalarının özel hayatı

--	--

Tablo 44’te dijital göçmenlere yönelik gerçekleştirilen analiz bulgularına yer verilmiştir. Bulgular ışığında, dijital göçmenlerin sosyal kullanım amaçları ve mahremiyet algıları dört tema üzerinden ele alınmıştır. Bu temalar; haberdar olma, gizlilik, yansıtma ve mahremiyet ihlali olarak saptanmıştır. Haberdar olma teması altında üç alt tema (gündem, bağlantıda kalma, anlık iletişim), gizlilik alt temasında iki alt tema (kişisel veriler, korumalı hesap), yansıtma temasında iki alt tema (kişisel içerik, mutlu anlar,kutlamalar), mahremiyet ihlali temasında ise üç alt tema (gündelik hayat, yeni arkadaşlıklar, başkalarının özel hayatı) bulunmaktadır.

3.6.4.1. Dijital Göçmenler Haberdar Olma Temasına Yönelik Görüşler

Dijital göçmenlerin haberdar olma temasına yönelik ifadelerine aşağıda doğrudan yer verilmiştir. Dijital göçmenlerin sosyal medyayı öncelikli olarak güncel olayları takip etmek, yakın çevreleri ile bağlantılı da kalmak ve anlık iletişim kurmak için kullandıkları saptanmıştır. DGK1 olarak kodlanan katılımcı diğer bireylerden farklı olarak sosyal medya uygulamalarını ilk kullanma amacının çocuklarını takip etmek için olduğunu belirtmiştir.

DGK1, Instagram ve WhatsApp kullanıyorum. Bir dönem Facebook’ta kullanmışım. Ama kullanım amacının değiştiğini düşündüğüm için kapattım. Sosyal medya uygulamaların genellikle güncel olayları takip etmek için kullanıyorum, ayrıca internet ortamında yakın çevremi takip ediyorum ama ilk kullanmaya başladığım amaç çocuklarımı takip etmektir.

DGK2, facebook, WhatsApp, Twitter ve Instagram kullanıyorum. Çevremde olup biteni haberdar olmak için, görüştüğüm insanlardan haberdar olmak ve iletişim de kalmak için, ülkemde neler oluyor onları takip etmek için kullanıyorum, gündemi takip etmek için kullanıyorum.

DGK3, Instagram, WhatsApp ve Facebook kullanıyorum. Arkadaş olduğum kişileri takip etmek onların paylaşımlarını görmek amaçlı kullanıyorum.

DGE1, facebook, Instagram, WhatsApp kullanıyorum. Yakın çevremi takip etmek için kullanıyorum. Bazen ülke gündemindeki olaylar sosyal medya ortamına daha hızlı düşüyor, oradan takip ediyorum. İletişim kurmak için kullanıyorum.

DGE2, facebook ve WhatsApp kullanıyorum. İlk kullanma amacım iletişim amaçlı yakın çevremden haberim oluyor, görüşmesek bile neler yaptığını görüyorum. Gündemi de takip ediyorum.

DGE3, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube ve LinkedIn kullanıyorum. Gündemi takip etmek için yakın çevremle iletişim halinde olmak için kullanıyorum. WhatsApp uygulamasını sadece iletişim için kullanıyorum. Arkadaşlarıma fotoğraf, ses kaydı, video kaydı gibi şeyler paylaşıyorum. Twitter uygulamasını tamamen gündem için, haberler için kullanıyorum.

3.6.4.2. Dijital Göçmenler Gizlilik Temasına Yönelik Görüşler

Dijital göçmenlerin gizlilik temasına yönelik ifadeleri kişisel ve korumalı hesap olmak üzere iki alt tema kapsamında incelenmiştir. Aşağıda yer alan ifadelere göre, dijital göçmenler kişisel verilerin korunduğuna inanmamaktadırlar. Bu nedenle katılımcılar hesaplarını korumalı olarak kullanmayı tercih etmektedirler.

DGK1, sosyal medyada gizliliğe inanmıyorum. Mesela Facebook yıllık anılar yapıyor, sonuçta benim hesabıma girip benim fotoğraflarımla bir albüm oluşturuyor. Demek ki benim resimlerimi kullanıyor. Güvenilir bulmuyorum. Ayrıca kişisel bilgilerimizin ele geçirebileceğini düşünüyorum. Bu tür bir olay başımıza da geldi, bu yüzden korumalı hesap kullanıyorum. Sadece arkadaşlarım ve benim eklediğim kişiler var.

DGK2, kişisel verilerimin korunduğu düşünmüyorum. Bu yüzden çok fazla paylaşım yapmıyorum. Şifreleri her yere kaydetmem, kimseyle paylaşmam, şifrelerim standarttır. Korunduğunu düşünmediğim için kendimce tedbir alıyorum. Hesabım korumalı, sadece arkadaşlarıma açık.

DGK3, sadece belirtilmesi gereken bilgilere yer veriyorum, kişisel bilgilerimi paylaşmıyorum. Çünkü kişisel bilgilerimin bu ortamda güvende olduğunu sanmıyorum.

DGE1, sosyal medya ortamında bilgilerim güvenli değil. Buna göre paylaşımda bulunuyorum, hesaplarımı korumaya alıyorum.

DGE2, *kişisel verilerin korumaya alındığını pek zannetmiyorum. Üye olurken onaylıyorum mecbur olarak. Ben bu konu da korunmasının gereklilik olduğunu düşünüyorum. Sonuçta telefonlarımıza da bağlı bu hesaplar. Hesaplarımı sadece tanıdıklarına açıyorum. Ama bazen bakıyorum gençlerinki böyle değil, hiç çekinmiyorlar herkese açık.*

DGE3, *kişisel bilgilerimin ele geçirilebileceğini düşünüyorum. Onun için önlemler alıyorum. Her şeyi paylaşmıyorum ya da hesaplarımı gizliyorum.*

3.6.4.3. Dijital Göçmenler Yansıtma Temasına Yönelik Görüşler

Dijital göçmenlerin, yansıtma temasına yönelik ifadelerine aşağıda yer verilmiştir. Yansıtma teması, kişilerin sosyal medya ortamlarında paylaştıkları içerikler temel alınarak geliştirilmiştir. Dijital göçmenlerin sosyal medya hesaplarında paylaştıkları kişisel içeriklerinde mutlu anlarını, özel günlerini paylaştıkları saptanmıştır.

DGK1, *sosyal medyada hoşuma giden beni etkileyen şeyleri paylaşıyorum. Bazen ailemle ilgili birlikteliği, toplantıyı, bazen manzara ya da hoşuma giden güzel bir alıntıyı paylaşabilirim. Kişisel bilgilerimi paylaşmam sadece özel bir gün o an için bir mutluluk bir sevinç olur odur yani.*

DGK2, *hesaplarımda ailemle ve çocuklarımla olan mutlu anlarımı paylaşmak bana mutluluk veriyor, mutluluğumu paylaşmış oluyorum. Bunun haricinde kişisel bilgilerimi paylaşmıyorum.*

DGK3, *genellikle fotoğraf paylaşıyorum. Bu paylaşımlar genel olarak belirli özel günlerle ilgili oluyor. Ya da çok nadir özel fotoğrafları paylaşıyorum. Özel bilgilerimi paylaşmıyorum.*

DGE1, *kişisel içerik olarak fotoğraf paylaşıyorum, bazen beğendiğim videoları paylaşıyorum.*

DGE2, *içerik olarak özel günlerin fotoğraflarını paylaşıyorum, başka bir şey değil.*

DGE3, *Twitter da paylaşım yapmıyorum sadece gündemi takip etmek için kullanıyorum. Instagram hesabım fotoğraf paylaşıyorum, mutlu zamanlarımı ya da hoşuma giden manzara olduğunda bunu sevdiklerimle paylaşmak için kullanıyorum.*

3.6.4.4. Dijital Göçmenler Mahremiyet İhlali Temasına Yönelik Görüşler

Dijital göçmenlerin mahremiyet ihlali temasına yönelik ifadelerine aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Mahremiyet ihlali teması; gündelik hayat, yeni arkadaşlıklar ve başkalarının özel hayatı olmak üzere toplam üç başlık temelin de incelenmiştir. Bulgular doğrultusunda da dijital göçmenler sosyal medya ile birlikte mahremiyet 'in dönüşüme uğradığını belirtmişlerdir.

DGK1, *mahremiyet kavramında değişim olduğunu düşünüyorum. Mahremiyet diye bir şey olduğuna ben artık inanmıyorum. Çünkü gerçekten insanlar artık ama paylaşımlarda ama durumlarda ama yayınlandıklarında yatak odalarına kadar giriyorlar. Sonuçta oralarda bile çekim yapıyorlar ne bileyim her türlü duygularında ya da ilişkilerinde mahremiyet diye bir şey yok banyolarında bile çekim yapıyorlar.*

DGK1, *sosyal medyada tanımadığım kişilerle arkadaşlık kurmuyorum, güvenli olduğunu düşünmüyorum zaten.*

DGK1, *başkalarının hayatını özellikle takip etmiyorum, akışıma düşerse bakıyorum. Zaten üzülüyorum yani üzülüyorum. Gereksiz, her şey sonuçta yaşadığın bir şeyi üzüntüyse ve kırgınlık durumuyse bu kimsenin bilmesine gerek yok ki. Artık her şey paylaşılıyor.*

DGK2, *insanlar bence sosyal medyada kendi mahremiyetlerini kendileri yaratırlar. Ben ne kadar kendimi tanıtmak istiyorsam ya da mahremiyetimin ne kadar olmasını istiyorsam öyle fotoğraf ve video atarsam öyle algılanır. Ama ben kendimi hiç korumazsam her anımı paylaşırsam bu sefer farklı anlaşılır. Sonuçta atacağım şeyden ben sorumluyum. Kendimle ilgili çok paylaşımda bulunmuyorum zaten. Çünkü insanlar kendi mahremiyetini kendileri yaratır. Bazı genç diyelim yeni yetişen çocuklar gençler orada bir şeyler paylaşıyorlar. Hamile oldukları zaman ultrason fotoğraflarını, hatta vücutlarını bile çekip paylaşıyorlar. Yetişkin kadınlar yatak odalarını bile çekip atabiliyorlar. İnsanların yatak odalarını, çocuklarının odaları atmaları gereksiz ve anlamsız geliyor. Bilinçsiz kullanımdan kaynaklandığını düşünüyorum ve ileride pişman olacaklar. Mahremiyet sınırını aşan davranışlar bunlar.*

DGK2, *internet ortamında tanımadığım kişilerle konuşmayı güvenli bulmuyorum. Hesaplarımı bu yüzden koruyorum.*

DGK3, *çok fazla sosyal medya kullanan insanların mahremiyetine dikkat ettiğini düşünmüyorum. Bazı insanların her şeyi sosyal medya' da bunları da herkes görüyor. Mahremiyet ihlali oluyor ve herkes görüyor.*

DGK3, *bu tür uygulamalar üzerinden yeni arkadaşlıklar kurmuyorum. Ayrıca insanlar tanımadığı insanlarla sohbet edip görüşmesini doğru bulmuyorum.*

DGK3, *kimsenin özellikle özel hayatını takip etmiyorum, önüme gelen hikayelere, resimlere bakıyorum o kadar.*

DGE1, *mahremiyette değişiklik tabi ki var bu mümkün mü? Artık her şey normalleştirilmeye çalışılıyor. Aşklar meşkler, yenilen yemekler, binilen arabalar, paylaşmayanlar garip karşılanıyor.*

DGE1, *tanımadığın insanla nasıl arkadaş olursun ki, çok saçma biliyorum internette arkadaşlıkları. Orası arkadaşlık edinme ortamımı bence değil. Güvenli de değil.*

DGE1, *ben kimsenin hayatına özellikle girip bakmam. Zaten yakınlarımın nerde ne yaptığını biliyorum. Uzaktan gözlememek gibi olur, olmaz o yüzden.*

DGE2, *sosyal medya ile mahremiyetin değiştiğini düşünüyorum. Yeni nesil ile anlayış farklılığı çok fazla. Bana göre mahrem olan şeylere çocuğuma göre öyle olmayabiliyor. Bana göre eşimle fotoğrafımız özeldir mesela.*

DGE2, *sosyal medya da yeni arkadaşlıklar kurmayı, gerçek hayatta bu insanlarla görüşmeyi mantıklı bulmuyorum. Güvenli değil. Emin olamazsın ki kimdir.*

DGE3, *değişimin kesinlikle olduğunu düşünüyorum. Yani mahremiyet kavramının kişiden kişiye göre değişen bir kavram olduğunu düşünüyorum bana göre gizli olan başkasına göre gizli olmayabilir. Burada insanların dikkat etmediğini düşünüyorum ben kişisel olarak dikkat ediyorum fakat genel olarak çevremde dahil dikkat ettiğim dikkat edilmediği görüyorum. Mahremiyet kişiden kişiye değişir. Benim için mahremiyet kısaca gizlilik olarak tanımlanabilir. En kısa tanımlarsak gizlilik olarak ifade edebiliriz.*

DGE3, *yeni arkadaşlıklar kurmuyorum, şu an mevcut çevrem daha önceden herhangi ortamlarda yakından ya uzaktan tanıdığım kişiler mevcut. Sosyal medya olanaklarıyla kimseyle arkadaş olmuyorum. Mevcut konjektör için baktığımızda aslında bu tür davranışlarda bulunan yaş grubunu y ve z kuşağı olarak nitelendirebiliriz. Bu kuşakların sosyalleşme alanları bu ortamlar üzerinde gerçekleştirdikleri için normal*

olabilir, tabii dikkat edilebilir ama buradaki ilişkilerin hepsinin güvenli olmadığını düşünmüyorum.

DGE3, akışa ve hikâye gönderilenlere bakıyorum anlık paylaşımlara bakıyorum haricinde herhangi bir kimsenin hesabına girip bakmıyorum. Yalnız şu şekilde gündemi takip ettiğimi söylemişim mevcut gündem de ünlü, gazeteci ya da habercilerin durumlarına onların profillerine ve düşüncelerine girip bakıyorum.

Tablo 45: Dijital yerlilere yönelik bulgular

Tema	Alt Tema
Paylaşım	• Kamuoyuna katılma • Anlık iletişim • Dijital içerik takip etme • Kişisel içerik üretme • Güncel olaylar
Öğrenme	• Araştırma • Dijital eğitim kanalları
Esnek Gizlilik	• Açık hesap • Kişisel veriler
Esnek Mahremiyet	• Anlık paylaşım • Sosyalleşme • Sosyal çevre genişletme • Romantik ilişki kurma

Tablo 45’te dijital yerlilerin sosyal kullanım amaçları ve mahremiyet algıları dört tema üzerinden değerlendirilmiştir. Bu temalar; paylaşım, öğrenme, esnek gizlilik ve esnek mahremiyet olarak belirlenmiştir. Paylaşım alt teması; kamuoyuna katılma, anlık iletişim, dijital içerik takip etme, kişisel içerik üretme ve güncel olaylar olmak üzere beş alt tema olarak kodlanmıştır. Öğrenme teması; araştırma ve dijital eğitim kanalı olmak

üzere iki alt tema arasında gruplanmıştır. Esnek gizlilik teması; açık hesap ve kişisel veriler olmak üzere iki alt tema temelin de incelenmiştir. Esnek mahremiyet teması ise; anlık paylaşım, sosyalleşme, sosyal çevre genişletme, romantik ilişki kurma olarak belirlenmiştir.

3.6.4.5. Dijital Yerliler Paylaşım Temasına Yönelik Görüşler

Dijital yerlilerin paylaşım temasına yönelik ifadelerin ayrıntılı olarak aşağıda yer verilmiştir. Paylaşım teması; kamuoyuna katılma, anlık iletişim, dijital içerik takip etme, kişisel içerik üretme ve güncel olaylar olmak üzere beş alt temadan oluşmaktadır. Bulgular ışığında dijital yerlilerin sosyal medyayı daha çok anlık iletişim kurmak, güncel olayları takip etmek ve kamuoyuna katılmak için kullandıkları tespit edilmiştir.

DYK1, *Instagram, YouTube, WhatsApp, Twitter kullanıyorum, Twitter uygulamasını daha çok güncel olayları takip etmek için kullanıyorum. Instagram da fotoğraf ve video paylaşıyorum, WhatsApp iletişim ve mesajlaşma için kullanıyorum.*

DYK2, *Daha çok zaman geçirmek için ya da güncel verileri takip etmek için kullanıyorum. Aktif olarak Instagram, Facebook kullanıyorum. Bu hesaplarımda paylaşım yapıyorum, kendi fotoğraflarım oluyor. Çocuğum fotoğrafları ve videoları oluyor. Anlık olarak gittiğim yerleri paylaşıyorum. YouTube üzerinden yemek videoları izliyorum, ya da takip ettiğim dizilerin kanallarını yeni bölüm fragmanları yayınlandığında izlemek için.*

DYK3, *Youtube kullanıyorum, dijital içerik izlemek için çoğunluklu olarak eğitim videolarına bakıyorum. Anlık iletişim sağlamak için ağırlık olarak WhatsApp kullanıyorum. Twitter uygulamasını aktif olarak kullanıyorum, haberleri ve gündemi buradan takip ediyorum. Twitter üzerinde onayladığım düşüncelerle ilgili beğeni ya da RT yapıyorum bu zaten bu düşüncemi kabul ettiğimi gösteriyor. Güncel olayları daha çok alternatif medya üzerinden takip ediyorum. Instagram uygulamasını daha çok yakın çevremi, arkadaşlarımı takip etmek için kullanıyorum. LinkedIn kullanıyorum iş hayatı profesyonel olarak takip etmek ve iş başvuruları gerçekleştirmek için..*

DYE1, *Twitter ve Instagram kullanıyorum. Arkadaşlarımla iletişime geçmek ve gündemi takip etmek için kullanıyorum. Twitter da güncel olaylarla ilgili yorumlarda yapıyorum böylece kamuoyuna katılıyorum.*

DYE2, *Boş zamanlarımı harcamak için kullanıyorum. Arkadaşlarımı ve olayları takip etmek için kullanıyorum.*

DYE3, *Sosyal medya arkadaşlarımı takip etmek için kullanıyorum. Fotoğraf ve video paylaşma için kullanıyorum. Bazen ise düşüncelerimi paylaşıyorum. Yeni arkadaşlıklar kuruyorum. YouTube üzerinde bir kanalım var orada komik videolar paylaşıyorum boş zamanımı değerlendiriyorum.*

3.6.4.6. Dijital Yerliler Öğrenme Temasına Yönelik Görüşler

Dijital yerli katılımcıların öğrenme temasına yönelik görüşlerine aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Öğrenme teması; araştırma ve dijital eğitim kanalları olmak üzere iki alt tema olarak değerlendirilmiştir. Dijital yerlilerin, anlık iletişim ve sosyalleşme dışında eğitsel video ya da faaliyetlere katılmak için de bu uygulamaları kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

DYK1, *Instagram ya da Twitter üzerinden takip etmiş olduğum bazı eğitim hesapları bazen ücretsiz kurslar yayınlıyor onlara ulaşmak için kullanıyorum. E ücretsiz olunca benim için çok avantajlı oluyorum, hemen hemen hepsi online gerçekleşiyor. Böyle olunca daha iyi olur. Herhangi bir yere gitmeden öğrenme gerçekleştiriyorum. Bazen kullandığım programlarda takıldığım yerleri YouTube'dan tamamlamaya çalışıyorum.*

DYK3, *Academia ve Researchgate kullanıyorum ulusal ya uluslararası alanda akademisyenlerin gerçekleştirdikleri yeni araştırmalara bakıyorum. Buralardan takip etmek bana hız kazandırıyor. Kütüphaneye giderek zaman harcamamış oluyorum. YouTube üzerinden eğitim videolarına da bakıyorum. Ayrıca bazen sektörün içinden araştırmacılar da Instagram üzerinden canlı yayın gerçekleştirilebiliyorlar. Online olarak katılım sağlıyorum.*

DYE1, *YouTube üzerinden oyun videoları ve yabancı dilimi geliştirmek için İngilizce dijital içerikler izliyorum.*

DYE3, *Araştırma yapmak için de kullanıyorum. Instagramın # uygulaması ile gezebileceğim yerler arıyorum. Facebook uygulamasında eğitimle ilgili gruplar var oralardan eğitimlere ulaşıyorum. Pdf kitap istediğim sayfalar var oralara bakıyorum.*

Facebook Pdf kitap bulabileceğim birçok grup var, para vermeden kitap edinmiş oluyorum. Böylelikle zaten dijital kütüphanem oldu diyebilirim.

3.6.4.7. Dijital yerliler esnek gizlilik temasına yönelik görüşler

Dijital yerlilerin esnek gizlilik temasına ait görüşlerine aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Esnek gizlilik teması; açık hesap ve kişisel veriler olmak üzere iki alt tema olarak değerlendirilmiştir. Dijital yerlilerin, kişisel verilerin korunmama ihtimaline rağmen açık hesap kullanma durumunda herhangi bir sakınca görmedikleri saptanmıştır.

DYK1, Zaten istediğimiz şeyleri atıyoruz ya da yazıyoruz diyebilirim. Bunu Instagram ve Twitter kullanıcıları adına söylüyorum. Bizim izin verdiğimiz kadar biliyorlar. Örneğin; biyografi bölümüne konumunuzu yazmak tamamen sizin tercihiniz WhatsApp ile ilgili bilgin yok gizlilik politikası var ama bunu da sanırım izin verdiğiniz sürece erişebiliyorlar diye biliyorum. Hesaplarım koruma durumu değişiyor. Bazen istersem kapatıyorum, istersem açıyorum. Tamamen sürekli kapalı olmasını gerektirecek düşünceye sahip değilim.

DYK2, Kişisel verilerin tam olarak korunduğunu düşünmüyorum. Ama korunmasını gerektirecek şeyler değil paylaştıklarım bu gözle bakıyorum. Şu an zaten ulaşılabilirlik kolay. Korumalı hesaplar kullanıyorum.

DYK3, Kişisel bilgilerimin tamamen korunduğunu düşünmüyorum. Ama bu uygulamalara kayıtlı milyonlarca kişi var. Bu bilgilerin sahibi sosyal medya şirketleri benim kişisel fotoğraf, video ya da düşüncelerimi paylaşarak eline ne geçirebilir ki? Ben zaten hesaplarımda paylaşarak kamuya sunmuş oluyorum. Böyle bir kaygım yok. Twitter hesabımı herkese açık kullanıyorum, Instagram hesabım ise sadece takipçilerime açık.

DYE1, Evet genellikle hesaplarımın korunduğunu düşünüyorum. Korumaya almadım hiç, en azından şu anlık.

DYE2, Korumalı hesap kullanmıyorum. Paylaştığım şeylerde korunmasını gereken herhangi bir şey görmüyorum ki.

DYE3, Hesaplarım herkese açık. Kişisel bilgilerimin ele geçirileceğini düşünmüyorum.

3.6.4.8. Dijital yerliler esnek mahremiyet temasına yönelik görüşler

Dijital yerlilerin esnek mahremiyet temasına ait ifadelerine aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Esnek mahremiyet teması; anlık paylaşım, sosyalleşme, sosyal çevre genişletme ve romantik ilişki kurma olarak dört alt tema özelinde değerlendirilmiştir. Bulgular, doğrultusunda dijital yerlilerin günlük birçok rutinlerini ağlar üzerinde gerçekleştirmekte herhangi bir sakınca duymadıkları ve esnek mahremiyet algısına sahip oldukları görülmüştür.

DYK1, Mahremiyet kişinin kendine göre belirlediği sınırlardır diye düşünüyorum ben yani size göre kapalı olan şey başkasına göre olmayabilir. Yani fotoğraftan örnek verelim ben bikinili fotoğraf atabilirim ama size göre atmayabilirim ama bu benim alanım ve benim istediğim kişiler beni takip ediyor. Bu durum da sakınca görmem. Sosyal medya hesaplarımda paylaşırım ama evimin salonundaki duvara asmam. Çünkü Instagram hesabım sadece bana ait. Ayrıca insanlar önceden duygu ve düşüncelerini dile getiremiyorlardı. Bir fotoğraf atarken üstünde çok durup düşünüyorlardı. Artık insanlar özgürce kendilerini ifade edebiliyorlar, özgürce istediğini paylaşabiliyorlar. Kimisine gör bu absurd gelebilir, kişilerin değil ama kendi mahremiyetlerini düşünüyor olabilirler. Ama bu kişisel bir hesap takip edip etmemek bize bağlı, istemediğimiz insanı takip etmeyebiliriz.

DYK2, Mahremiyet bence herkese göre değişir, o yüzden herkes kendi mahremiyet sınırları içersin de paylaşım yapar. Ama benim için net bir mahremiyet tanımım var mı, yok. En azından geçmişteki gibi sıkı değil.

DYK3, ben 93 doğumluyum yirmi sekiz yaşımdayım ve dijital çağın içine doğan ve büyüyen bir kuşağım. Geçmişteki mahremiyetle ilgili bazı değişiklikler olmuş olabilir ama bu bizim yaşadığımız dönemle ilgili bir durum değil. Her dönemin çağına göre değerlendirilmesi gerekiyor. Benim yaşadığım çağ da ya da dönem de şu an ki yaşanan şeylerin mahremiyet sınırını aştığını düşünmüyorum. Çünkü süreç bu şekilde her şey dijital de önceki dönemler de yaşanan kültürel etkenlerle bir değil. Benim arkadaşlarımda arasında sosyal medya ortamında tanışan ve evlenen çok kişi var ya da flört edinen. Bunlar artık gayet normal şeyler ekstra kişinin sosyal medya profilleri bir kişi tanımak için büyük bir etken bence.

DYE1, güvenlik ve gizlilik gerektiren şeyler dışında sosyal medya da paylaşılanların önemli olduğunu düşünmüyorum. Ne olabilir bunlar; banka şifren, tc kimlik numaran gibi şeyler. Onun dışında geçmişte kıyaslayabileceğim bir şey yok zaten ben insanların şeffaf olması gerektiğini düşünüyorum. Her anımı paylaşmakta sıkıntı görmem mesela, çünkü zaten takip ettiğim kişiler arkadaşlarım arasalar zaten ne yaptığımı nerde olduğumu söylerim. Orada paylaşmışım bu sorun değil. Hatta insanları tanımak için iyi bir alan oluyor. İlk kez tanıştığım insanları mutlaka araştırıyorum ve geçmiş paylaşımlarına bakıyorum. O yüzden mahremiyet bence insanın kafasındaki alandır. Sen yenilikçi ve özgürsen oda özgürdür. Ama gelenekselci ve bağnazsan oda dardır.

DYE2, Mahremiyetin zedelendiğini düşünmüyorum. Benim için paylaşım yapmak, fotoğraf paylaşmak mahremiyet gerektiren şeyler değil. İnsanlar artık buralarda sosyalleşiyor, yeni kişilerle tanışıyor çok normal. Mesela bir yakınım, Twitter da bir habere yorum yaptıktan sonra aynı habere onun tweetini RT yapıp cevaplayan kişi ile tanışıp evlendi.

DYE3, Yok hayır ben mahremiyetin değiştiğini düşünmüyorum. Benim için hep aynıydı. İsteddiğimi paylaşır, istediğimi silebilirim. İsteddiğimi hesaplarıma ekler, istemediğimi çıkarabilirim. Mesela, yeni kişilerle tanışıyorum diyelim ki hoşuma gitmeyen bir şey oldu engeller geçerim. Bana böyle bir imkân da sunuyor. Kimin ne paylaştığı da beni ilgilendirmiyor. Herkes istediğini paylaşmakta özgür. Yasallara göre de böyle.

TARTIşMA VE SONUÇ

Tez çalışması kapsamında sosyal medya ile birlikte değişen mahremiyet algısı dijital yerli ve dijital göçmenler temelinde incelenerek mahremiyet algıları arasındaki farklılıkların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma karma yöntem araştırma sürecine göre tasarlanmıştır. Karma yöntem kullanılmasıyla nicel anket formu ile öncelikli olarak yatay bulgulara ulaşılmış, nitel görüşmelerle ise derinlemesine araştırılarak neden, sonuç ilişkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Kuşaklar temelinde mahremiyet algısı araştırılırken sosyal medya kullanım amaçlarının inceleme sürecine dahil edilmesi bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının aynı zamanda kişisel enformasyon sunma oranlarını ve işlevlerini tespit etmek için önem arz etmektedir. Bu nedenle öncelikli olarak sosyal medya kullanım amaçları alt boyutları, ikinci aşamada ise mahremiyet ölçeği ve alt boyutları incelenmiştir.

Nicel araştırma anket formu toplam 687 kişi tarafından yanıtlanmıştır. Analizler sonucu hatalı olarak saptanan 68 anket araştırma sürecinden çıkarılmıştır. 619 adet anket formu araştırmaya dahil edilmiş betimsel analiz, bağımsız t testi, korelasyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ana çıkış noktası kuşaklar temelinde mahremiyet algısını incelemektir. Bu nedenle araştırmaya katılan yaş gruplarının dağılımları önem arz etmektedir. Kuşak temelli cinsiyet dağılımları, katılımcıların %59,6'sının dijital yerlilerden, %40,4'ünün ise dijital göçmenlerden oluştuğunu göstermektedir. Kuşak temelli cinsiyet faktörü değerlendirildiğinde, dijital yerlilerin %35,7'si kadın, %23,9'u erkek, dijital göçmenlerin %17,0'ı kadın, %23,4'ü ise erkek katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Nitel araştırma örneklem grubu ise, nicel araştırma sürecine katılan kişiler arasından seçilmiştir. Nicel araştırma anket verileri toplanırken son bölümde nitel görüşmelere dahil olmak isteyen katılımcıların iletişim bilgilerini bırakabileceklerini açık uçlu metin kutusuna yer verilmiştir. Bu metin kutusuna iletişim bilgilerini bırakan katılımcılara ulaşılmış ve nitel araştırma örneklem grubu belirlenmiştir. Nitel örneklem grubu, Dijital göçmenler 3 kadın, 3 erkek olmak üzere 6 kişi, dijital yerliler 3 kadın, 3 erkek olmak üzere 6 kişi toplam 12 kişiden oluşmaktadır.

Katılımcıların sosyal medya uygulamalarında geçirdikleri zaman aralığı dağılımına ait bulgular incelendiğinde dijital yerlilerin, dijital göçmenlere göre daha fazla zaman harcadıkları tespit edilmiştir. Bu durumun nedeni olarak; nitel bulgularda elde edilen dijital yerlilerin sosyal medya uygulamalarını zaman harcama, boş vaktini değerlendirme, sosyalleşme ve sosyal çevre genişletme alanı olarak görmelerinden kaynaklandığı gösterilebilir.

Nitel araştırma bulguları perspektifinde katılımcıların kuşak bazlı kullanmış oldukları sosyal medya uygulamaları incelendiğinde, dijital göçmenlerin %38,8 oranı ile en çok WhatsApp, %37,0 ile Facebook, %35,2 ile Instagram kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Nitel araştırma bulguları WhatsApp, Facebook ve Instagram için bu oranı destekler niteliktedir. Nitel araştırma sürecine dahil olan dijital göçmenlerin WhatsApp uygulamasını hepsi, Instagram uygulamasını 5 kişi ve Facebook uygulamasını aktif olarak 4 katılımcı kullanmaktadır. Facebook özelinde incelediğimizde diğer 2 kişiden biri eski Facebook üyesi olup zamanla kullanım amacının değiştiğini düşüncesiyle hesabını pasif duruma getirdiğini belirtmiştir. Dijital göçmenlerin Facebook ve WhatsApp kullanım amaçları daha çok iletişim, güncel olaylar ve yakın çevrelerini takip etmek için olduğu saptanmıştır. Sadece eski Facebook kullanıcısı DGK1, dijital göçmen anne olarak ilk kullanım nedenin dijital yerli olan çocuklarını takip etmek için olduğunu belirtmiştir. YouTube uygulamasını ise sadece bir katılımcı DGE3, kullandığını belirtmiştir.

Dijital göçmenlerin Twitter uygulamasını %21,6, LinkedIn uygulamasını %13,4, TikTok uygulamasını %3,6, Swarm uygulamasını ise %2,1 oranında kullandıkları saptanmıştır. Twitter, uygulamasını ülke gündemini ve haberleri takip etmek için kullanmayı tercih ettikleri nitel bulgularla açıklanmıştır. LinkedIn uygulaması ise, profesyonel iş hayatını takip etmek, yetenekleri keşfetmek için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. TikTok uygulaması ve Swarm uygulaması kullanım oranı dijital göçmenlerde düşüktür. Bunun nedeni olarak, her iki uygulamanın kullanım amacı ve kullanım fonksiyonları farklı olduğu ve yaş itibarı ile bu kuşak grubuna uygun olmadığı gösterilebilir.

Dijital yerliler, yaygın olarak %55 oranı ile WhatsApp, %54,3 oranı ile Instagram, %44,6 oranı ile YouTube , %36 ile Twitter ve %33,8 oranı ile Facebook kullandıkları tespit edilmiştir. Bu kuşak birçok iletişimsel aktivitesini WhatsApp aracılığıyla

gerçekleştirmektedir. Sadece mesajlaşma ve konuşmanın dışında, iş akışlarını, eğitimsel süreçlerinin, dosya, ses paylaşımlarını oluşturulan gruplar aracılığıyla bireyselden çok kolektife iletmenin kolaylığı ile kullanım alanını genişletmiştir. Örneğin, öğretmen olarak çalışan DYK1 öğrencilerine ve velilerine oluşturdukları WhatsApp grubu aracılığıyla ulaştığını belirtmiştir. Yerlilerin, Instagram %44,6, Facebook %33,8 oranı ile ağırlıklı olarak sosyalleşmek, boş zamanlarını değerlendirmek, fotoğraf ve video olarak paylaşım gerçekleştirmek için kullandıkları saptanmıştır. Nicel bulgulara, elde edilen %44,6 oranı ile yüksek skor gösteren YouTube kullanım oranı dijital yerliler tarafından dijital video izlemek için, yemek tarifi gibi içeriklere ulaşmak için ve eğitim için kullanmayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. YouTube uygulaması sunmuş olduğu fonksiyonlarla kullanım alanını genişletmiştir. Bu nedenle kullanıcılara video izleme ve üretme etkinliğinden daha fazlasını sunmaktadır. Canlı yayın, kategori temelli kanal oluşturma, çift yönlü iletişim sağlama gibi özellikleriyle dijitalleşme sürecinde öne çıkmaktadır. Dijital yerlilerin, %36'sının aktif Twitter kullanıcısı olduğu saptanmıştır. Yerlilerin Twitter kullanma nedenleri, başlıca gündemi takip etmek, kolektif hareketlere katılmak, düşüncelerini aktarmak ve kamuoyunda varlıklarını hissettirmek için olduğu nitel görüşmelerde desteklenmiştir. Örneğin, DYE1 Twitter üzerinden güncel olayları takip ettiğini ve bu kanal aracılığı ile düşüncelerini yansıtarak kamuoyuna katıldığını belirtmiştir.

Nicel araştırma bulguları doğrultusunda dijital yerli kullanıcıların %12,3'ünün LinkedIn, %8,7 TikTok, %5,8 Swarm uygulamasını kullandıkları tespit edilmiştir. LinkedIn uygulamasının kullanım oranı %13,4 ile dijital göçmen grubunda daha yüksek skora sahiptir. Bunun nedeni olarak dijital göçmenlerin yaş itibarı ile iş hayatında daha fazla süre aktif olarak yer aldıkları gösterebilir. TikTok ve Swarm uygulaması sunduğu kullanım fonksiyonları ile daha çok genç kuşaklara hitap etmekte olduğu için dijital yerliler daha çok kullanım oranı göstermiştir.

Gerçekleştirilen fark testi sonucunda dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amaçlarında anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Nitel araştırma bulgularına göre, dijital göçmenler sosyal medya uygulamalarını anlık iletişim kurmak, yakınlarıyla bağlantıda olmak ve gündemi takip etmek için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dijital yerliler ise, kamuoyuna katılma, anlık iletişim, dijital içerik

takip etme ve üretme, güncel olayları takip etmek, boş zamanlarını geçirmek, sosyalleşme ve romantik ilişkiler kurmak için sosyal medya kullandıkları saptanmıştır. Elde edilen bilgiler literatür alt yapısındaki çalışmalarla uyum sağlamıştır (William, H. ve Ellen, J., 2007; Lenhart, Madden ve Hitlin, 2005; Valkenburg, Petter ve Schouten, 2006; Amanda ve Marry, 2007). Dijital göçmenlerin ağırlıklı olarak anlık iletişim kurmak, yakınlarından haberdar olmak için kısaca mevcut var olan düzene uyum sağlamak için bu uygulamaları kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yerliler, dijital dünyanın içerisine doğdukları ve birçok günlük rutin pratiklerini bu uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirdikleri için birçok nedenle sosyal medya uygulaması kullanmaktadırlar.

Araştırma bulgular sonucunda dijital yerli ve dijital göçmenlerin iş birliği alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır. Dijital yerliler, dijital göçmenlere oranla sosyal medya uygulamalarını iş birliği yapmak için, belirli amaca yönelik görev paylaşımı yapmak ve etkinliklerden haberdar olmak için fazla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin, nitel görüşmeci DYK3 WhatsApp gruplarını iş hayatında aktif olarak kullandığını belirtmiş ve iletilen mesajın aynı anda birçok kişi tarafından okunması, yorumlanmasının iş akış sürecini hızlandığını belirtmiştir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya kullanım amacı araştırma alt boyutunda anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Dijital yerli kullanıcılar, dijital göçmenlere oranla sosyal medya uygulamalarını araştırma gerçekleştirmek için daha yüksek oranda kullanmaktadırlar. Gerçekleştirilen nitel görüşmelerde bulguları destekler niteliktedir. Katılımcılar, çeşitli konularda araştırma gerçekleştirmek için, eğitim amaçlı, ulusal ve uluslararası alanı takip etmek ve kendi dijital kütüphanelerini oluşturmak için sosyal medya uygulamalarını kullandıklarını belirtmişlerdir. Görüşmecilerden DYK1, Twitter ve Instagram hesaplarından eğitim hesaplarını takip ettiğini ve bu kanallar aracılığıyla ücretsiz olarak yayınlanan kurslara katıldığını belirtmiştir. DYE3, Facebook uygulamasındaki üye olduğu gruplar aracılığıyla Pdf kitaplara ulaşabildiğini belirtmiştir. Pdf kitaplar, Academia, Researchgate gibi uygulamalar ulaşılabilirlik, zaman ve maliyet açısından büyük oranda avantaj sağlamıştır. Dijital yerliler, sosyal medya uygulamalarının sunmuş olduğu tüm olanakları hayatlarının her evresine yansıtarak yaşamsal hızlarını arttırmışlardır.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin, iletişimi başlatma alt boyutunda anlamlı bir farklılığa ulaşılmıştır. Dijital yerliler, sosyal medya uygulamaları üzerinden yeni arkadaşlıklar ve romantik ilişkiler başlatma eğilimi gösterirken dijital göçmenler tanımadığı kişilere karşı, iletişime kapalı oldukları görülmektedir. Şimşek (2019), tarafından Instagram kullanan lise öğrencilerinin mahremiyet algılarını romantik ilişkiler temelinde incelemiştir. Katılımcıların büyük oranının Instagram üzerinden romantik ilişki kurma eğilimi gösterdikleri ve arkadaşlarına hislerini sosyal medya üzerinden ifade etmede herhangi bir sakınca görmedikleri sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bulgular literatür alt yapısıyla uyumluluk göstermiştir. Nitekim, nitel görüşmeler sürecinde DYK3, sosyal medya ortamında romantik ilişki kurmanın çağa uygun olduğunu, birçok arkadaşı ve tanıdığının bu uygulamalar aracılığıyla tanışıp evlendiğini belirtmiştir. Günümüzde, birçok kültürel etken değiştiği gibi romantik ilişki kurma, paylaşma ve yaşama süreçleri de değişiklik göstermiştir. Geçmişte bireyler hem magazinsel ifadeler üretmemek için romantik ilişkilerini gizleme ihtiyacı duyarken günümüzde birçok kişi romantik ilişkilerini dahil açık bir şekilde yaşamaktan çekinmemektedir. Hatta Facebook uygulaması, “ilişkisi var”, “ilişkisi yok”, vb. gibi ifadeler kullanıcıların profillerinde yer almasını sağlayan fonksiyonlar sunmaktadır. Dijitalleşme çağının çocukları olan yerliler bu konu da herhangi bir sakınca görmese de dijital göçmenler tarafından onaylanan bir davranış değildir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin iletişim kurma (H1d) ve iletişimi sürdürme (H1e) farklılıklarını ölçümlemek için analiz edilen iki hipotezde reddedilmiştir. Her iki kuşakta, çevreleri ile iletişim kurmak, bağlantıda kalmak için bu uygulamaları kullanmaktadırlar. Nitel araştırma bulguları da her iki kuşağın sosyal medya araçlarını yakınlarıyla iletişimde olmak, bağlantıda kalmak, anlık iletişim ve paylaşım gerçekleştirmek için kullandıklarını tespit edilmiştir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin, içerik paylaşma alt boyutunda anlamlı farklılığa ulaşılmıştır. Dijital yerliler, dijital göçmenlere göre sosyal medya uygulamalarında resim, video, ses dosyaları oluşturmak, fotoğraf ve video albümü oluşturmak için daha yüksek oranda kullanmaktadır. Nitel görüşmeler sonucunda, dijital göçmenler sadece özel ve mutlu olduğu anlarını, yakınlarıyla bir araya geldiği özel

günlerini nadiren hesaplarında paylaşıırken, dijital yerliler için belirli bir kriter olmadığı paylaşımlarını anlık gerçekleştirdikleri saptanmıştır.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin, eğlence alt boyutunda anlamlı bir farklılığa ulaşılmıştır. Dijital yerlilerin, dijital göçmenlere oranla sosyal medyayı karikatür, komik sözler paylaşmak ve mutsuzluğuna neden olan olaylardan kaçmak için daha çok kullanmayı tercih ettikleri görülmüştür.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin mahremiyet algıları arasındaki farklılıkları ölçmek için gerçekleştirilen fark testi sonucu anlamlı bir farklılığı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dijital göçmenlerin, dijital yerlilere göre sosyal medya ortamında mahremiyetlerine dikkat ettikleri saptanmıştır. Nitel görüşmelerde elde edilen bulgular ışığında dijital yerliler esnek mahremiyet algısına sahipken, dijital göçmenler sosyal medya ortamında gerçekleşen birçok davranışı mahremiyet ihlali olarak değerlendirmiştir. Yaş değişkenine bağlı olarak, farklılıklar saptanması literatür alt yapısında önceden gerçekleştirilen araştırmalarla uyum sağlamıştır. Paine, Reipsi Stiege, Joinson, Buchanan (2007), ICQ anlık mesajlaşma uygulamasını kullanan kişiler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında “40 ve üstü yaş” grubunda olan katılımcıların mahremiyet endişe düzeylerinin diğer yaş gruplarına göre yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır (s.533-534). Yabancı, Akça ve Ulutaş (2018), tarafından gerçekleştirilen farklı bir çalışmaya göre ise, mahremiyet endişesi ve çevrimiçi güven duyma üzerinde yaş faktörünün anlamlı bir farklılık gösterdiğini bu farkın daha çok 18 – 25 ve 36-40 yaş grupları arasında gerçekleştiğini sonucuna ulaşılmıştır (s.205).

Nitel bulgular doğrultusunda dijital yerli ve dijital göçmenlerin hak olarak mahremiyet alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dijital göçmenler, dijital yerlilere oranla mahremiyetin bir hak olarak yasalar altında korunması ve daima çeşitli mahremiyet ihlallerine karşı önlemler alınması gerektiğini düşünmektedir. Nitekim, gerçekleştirilen nitel görüşmeler doğrultusunda Dijital göçmen katılımcılar sosyal medya ile birlikte mahremiyet kavramının değişime uğradığını ifade etmişlerdir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya araçlarında kendi enformasyonel mahremiyetlerin ilişkin kaygı alt boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dijital göçmenlerin kişisel bilgilerine karşı mahremiyet algıları dijital

yerlilere oranla yüksek puan almışlardır. Bu durum nedenleri nitel görüşmelerde ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Dijital göçmen olan görüşmecilerin büyük bir çoğunluğu sosyal medya hesaplarında kişisel verilerinin korunmadığını ve ele geçirilebilme kaygısı duyduklarını belirtmişlerdir. Hesaplarında kişisel hayatlarıyla ilgili çok fazla bilgi sunmadıklarını, takip ettikleri kişilerle mutlu anlarını, aile fotoğraflarını ve özel günlerini paylaştıklarını ifade etmişlerdir. Kişisel gizliliklerini korumak korumalı hesap kullandıklarını, ele geçirilebilme ihtimaline karşı şifrelerini kişisel teknolojik araçları hariç herhangi bir yerde kullanmadıklarını ve kimseyle paylaşmadıklarını belirtmişlerdir. DGK1 olan katılımcı, kişisel bilgilerinin ele geçirilme gibi bir olay deneyimlediğini bu yüzden daha dikkatli olduğunu ifade etmiştir. Fakat, tüm kaygı ve ihtimallere rağmen göçmenler sosyal ağlarda varlıklarını korumaya devam etmektedir.

Dijital yerliler sosyal medya uygulamalarında kişisel bilgilerine yönelik düşük mahremiyet puan almışlardır. Nitel bulgular değerlendirildiğinde, dijital yerli olan katılımcılardan 4 kişi sosyal medya ortamında kişisel verilerinin korunduğunu düşünürken, 2 kişi belirli oranda korunduğunu belirtmişlerdir. Dijital yerli katılımcılardan sadece 1 kişi hesaplarını korumaya aldığını diğer katılımcıların ise hesaplarını genellikle açık olarak kullandıkları saptanmıştır. Bunun nedeni olarak dijital yerliler, istedikleri kadar kişisel bilgilerini bu ortamda paylaştıklarını belirtmişler ve herhangi bir sakıncası olduğunu düşünmediklerini ifade etmişlerdir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin başkalarının mahremiyetini korumanın önemin alt boyutu ile anlamlı bir farklılık göstermiştir. Dijital göçmenler, başkalarının mahremiyetini korumanın önemi alt boyutunda yüksek puan almıştır. Benzer bulgulara, nitel görüşmelerde de ulaşılmıştır. Dijital göçmenler, takip ettiği ya da etmediği kişilerin özellikle hesaplarını sürekli kontrol etmediklerini, mahremiyet gerektiren konularla ilgilenmediklerini belirtmişlerdir. Dijital yerliler ise, sadece takip ettikleri ünlü, gazeteci, siyasetçi ya da dünya liderlerinin hesaplarını gündem de gerçekleşen olaylara göre ara sıra incelediklerini belirtmişlerdir. Gerçekleştirilen nitel görüşme sonuçları, nicel bulgulardan farklılık göstermiştir.

Dijital yerli ve dijital göçmenlerin diğer ihtimalli mahremiyet alt boyutlarında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dijital göçmenler, kişisel mahremiyetine önem vermektedir. Dijital göçmenler başta özel hayat olmak üzere

mahremiyet gerektiren bilgi, düşünce ve davranışların sosyal medya uygulamalarında sunulmasını normal karşılamamaktadır. Her kişinin kendi mahremiyet sınırlarını kendilerinin belirlemiş olduğu ve böylelikle başkalarının mahremiyet alanlarına duyulan saygıyı da yansıttıklarını düşünmektedirler. Bu nedenle, dijital göçmenler için ön koşul bireylerin öncelikli olarak kendi mahremiyet alanlarını korumalarıdır. Dijital yerliler ise sosyal medya uygulamalarının etkisiyle mahremiyette özgürleşme olduğunu ve bireylerin artık başkalarının düşüncelerini göz önünde bulundurulmadan istediklerini paylaşımlarının kişisel hakları olarak değerlendirmektedirler.

Gerçekleştirilen basit korelasyon analizi sonucunda mahremiyeti hak olarak mahremiyet, kişisel enformasyona yönelik mahremiyet ve yaş arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının yaş oranları arttıkça mahremiyet algıları da yükselmektedir. Bu durum bireylerin yaşlarının artmasıyla farkındalıklarının artması ve kişisel bilgilerin, özel hayatın gizliliğinin önemini kavramalarıyla ilişkilidir. Eğitim ve cinsiyet arasında ilişkiyi açıklamak için gerçekleştirilen basit korelasyon analizinde ise anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Örneklem grubu, dahilinde cinsiyet ve eğitim faktörü alan yazına uyum göstermemiştir.

Doğdukları çağ ve kültürel etkenler nedeni ile dijital yerlilerin mahremiyet algısı dijital göçmenlere göre oldukça farklılaşmaktadır. Dijital yerliler, günlük rutinlerini, en özel anlarını, duygu, düşünce ve ideolojik görüşlerini herhangi bir sosyal medya ortamında paylaşılmasının çağın bir gerekliliği olarak görmektedirler. Örneğin, DYK1 kullanıcısı, sosyal medya hesaplarını kendi özel alanı olarak tanımlamakta ve burada paylaştığı her şeyin kendi sınırları içinde olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle sosyal medya ortamında, bikinili fotoğraflarını dahi paylaşmaktan çekinmediğini belirtmiş fakat evinde bikinili fotoğraflarına yer vermediğini ifade etmiştir. Bu durumda, dijital yerli olan katılımcının sosyal medya ortamında fotoğraflarını paylaşmaktan çekinmezken evinde yer vermemesi geleneksel fiziksel mahremiyet anlayışının etkisi altında olduğunu göstermektedir. DGK2, yerli olan genç anne adaylarını hamile oldukları ultrason fotoğraflarını, vücutlarının detaylarını ayrıntılı olarak paylaşımlarının mahremiyet ihlali yarattığını ifade etmiştir. Dijital göçmenler için mahremiyet gerektiren bu davranışlar dijital yerliler kuşağında normal karşılanmaktadır. Dijital göçmenler mahremiyet ihlallerinin arttığını ve artık mahremiyetin yok olduğu savunurken, dijital yerliler bu

durum çağın bir gerekliliği olduğunu ve değişimin kaçınılmaz olduğunu savunmaktadırlar.

Sonuç olarak, dijital yerli ve dijital göçmenlerin sosyal medya ortamında mahremiyet algıları farklılaşmaktadır. Dijital göçmenler, sosyal medya uygulamalarının kullanıcıları olsalar dahi sınırlı bilgi ve paylaşım temelinde varlıklarını göstermeyi tercih etmektedirler. Bu uygulamalar aracılığıyla, yakın çevreleri ve arkadaşlarıyla belirli aralıklarla paylaşımlar gerçekleştirirler. Günlük hayatta mahremiyet gerektiren tüm bilgi ve konuların bu alanlarda korunması gerektiğini savunurlar. Dijital göçmenler için sosyal medya uygulamaları büyük bir çoğunlukla iletişimde kaldıkları ve yakın çevrelerini takip ettikleri alandır. Yerliler, gözlerini açtıkları andan itibaren anlık etkileşimli iletişim sağlayan uygulamaların içerisine doğmuşlardır. Bilgi iletişim teknolojilerinin getirdiği yeniliklerin etkisiyle kültürel değer ve algıları farklılık göstermiştir. Bu nedenle, dijital yerliler için en büyük sosyalleşme alanı olan sosyal medya uygulamalarında mahremiyet algısı günlük esneklik göstermektedir. Dijital yerliler, sosyal medya uygulamaları aracılığıyla kişisel bilgilerini, eğitim hayatlarını, romantik ilişkilerini, duygu durumlarını paylaşmakta herhangi bir sakınca görmemektedirler. Dijital yerlilere göre, sosyal medya uygulamaları bireysel alanlarıdır ve mahremiyet sınırlarını kendileri belirlemektedirler.

Tüm bu bilgi ve bulgular ışığında, tarihsel her döngü yaşanan her gelişmenin etkisiyle belirli değişim göstermiş olsa da, internet teknolojileri ve sosyal medya uygulamalarının yaygın kullanımı her iki kuşak arasında mahremiyet algısının derin uçurumlarla açılmasına neden olmuştur.

ÖNERİLER

Sosyal medya ve değişen mahremiyet algısındaki farklılıkları kuşaklar temelinde incelemek için gerçekleştirilen bu araştırma sürecinde elde edilen bilgi ve ulaşılan sonuçlar doğrultusunda gelecek çalışmalara ışık oluşturmaları için öneriler aşağıda sunulmuştur.

- Mahremiyet algısı kuşaklar üzerinde üç nesil temelinde incelenebilir. Örneğin; büyükanne/büyükbaba – anne/baba – çocuk üçgeninde nicel, nitel ya da her iki geleneğe bağlı kalarak çeşitli araştırmalar gerçekleştirilebilir.
- Mahremiyet tanımlanırken en önemli kriter kişilerin yaşadığı toplum ve kültürdür. Kişisel değerlerin ve normların oluşmasında coğrafya en etkili faktördür. Bu nedenle, en uç noktalar olan Avrupa, Asya ve Afrika ülkeleri arasından evrenler belirlenerek kültürlerarası mahremiyet algısına yönelik çalışmalar gerçekleştirilebilir.
- Cinsiyet temelli mahremiyet algıları, kültürlerarası olarak incelenebilir. Örneğin; Doğu kültüründe yetişen kadınlardan oluşan grupla, Batı kültüründe yetişen kadınların mahremiyet algılarında benzerlik ve farklılıklar ortaya konulabilir.
- Kuşak temelli mahremiyet algısı incelenirken kullanılan sosyal medya uygulaması sınırlandırılarak araştırmalar genişletebilir. Örneğin; Bireylerin duygu, düşünce, görüş ve yorumlarını nasıl ve ne düzeyde kamuoyuna açtıklarını araştırmak için Twitter özelinde bir çalışma gerçekleştirilebilir. Dijital araştırma yöntemleri temel alınarak dijital göçmen ve dijital yerli olan kullanıcıların Instagram, Facebook gibi profillerinde yer verdikleri hikâye ve görseller incelenerek mahremiyet sınırları incelenebilir.
- Bireylerin sosyal medya üzerinde kendi mahremiyet algıları kadar başkalarının mahremiyet alanlarına duydukları saygıyı belirlemek için çeşitli araştırmalar gerçekleştirilebilir. Örneğin; Ünlülerden oluşan bir örneklem grubu belirlenip, Instagram, Facebook ya da Twitter gibi uygulamalarda paylaştıkları gönderilere z

KAYNAKÇA

- Acılar, A. & Mersin, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (54), 103-114.
- Adıgüzel, O., Batur, Z. H., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 19.
- Akçayır, M., DüNDAR, H., & Akçayır, G. (2016). What Makes You a Digital Native? Is It Enough to be Born After 1980, *Computers in Human Behaviour*, 60, 435-440
- Akyazı, A. (2019). Mahremiyetin Dönüşümü: Ünlülerin Instagram Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), 197-246
- Akyüz, E., H. (2018). Yapı geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi: uygulamalı bir çalışma, *BEÜ Fen Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 186-198.
- Altaytaş, M. (2015). *Mahremiyetin ölümünden ölümün mahremiyetine*, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, 375-393.
- Avcı, K. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının sosyal ilişkilerine etkisi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (46), 641-655.
- Ayhün, E. S. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 2, Sayı:1.
- Ayaburi, W. E., & Treku, N. D. (2020). Effect of penitence on social media trust and privacy concerns: The case of Facebook, *International Journal of Information Management*, 50 (2020) 171–181.
- Baek, M., Y. (2014). Solving the privacy paradox: A counter – argument experimental approach, *Computer in Human Behavior*, 38, 33-42.
- Başlar, G. (2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijital Kapitalizm*, XV.Akademik Bilişim Konferansı, Antalya.
- Barker, V., & Ota, H. (2011). Mixi Diary versus Facebook Photos: Social Networking Site use among Japanese and Caucasian American Females, *Journal of Intercultural Communication Research*, 40 (1), 39-63.
- Baruh, L., & Cemalcılar, Z. (2014). It is more than personal: Development and validation of a multidimensional privacy orientation scale, *Personality and Individual Differences*, 10, 165-170.

- Baumer, L., D., Earp, B., & Poindexter, C., J. (2004). Internet privacy law: a comparison between the United States and the European Union, *Computers & Security* 23, 400-412.
- Bolton, N. R., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, K., & Yuliya, S. D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda, *Journal of Service Management*, 24 (3), 245-267.
- Bostancı, Mustafa. (2019). Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı, *Online Academic Journal of Information Technology*, 10 (38), 115-128.
- Brown, I. (2015). Social Media Surveillance, *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, First Edition. Edited: Robin Mansell & Peng Hwa Ang. John Wiley & Sons, Inc. Newyork: ABD
- Budak, H. (2018). Sosyal medya iletişiminde mahremiyetin serüveni, *İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 146-170.
- Büyüköztürk, Ş. (2019). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum, *Pegem Akademi*, 25. Baskı, Ankara.
- Cambridge Advanced Learner's Dictionary Third Edition. (2012). Cambridge Universty Press, Cambridge.
- Carril, L.S., Anagnostopoulos, C., & Parganos, P. (2020). Social media in sport management education: Introducing LinkedIn, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 27, 1-6.
- Carlson, J., Rahman, M. S., Rahman, M. M., Wyllie, J., & Voola, R. (2021). Engaging Gen Y Customers in Online Brand Communities: A Cross-National Assessment *International Journal of Information Management*, 56, 1-15.
- Chen, R. (2013). Living a private life in public social networks: An exploration of member self-disclosure, *Decision Support Systems* 55, 661–668.
- Child, J. T., & David, A. (2013). Let's Be Facebook Friends: Exploring Parental Facebook Friend Requests from a Communication Privacy Management (CPM) Perspective, *Journal of Family Communication*, 13: 46–59.
- Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2012). *Hey Mom, What's on Your Facebook? Comparing Facebook Disclosure and Privacy in Adolescents and Adults*, *Social Psychological and Personality Science* 3 (1), 48-54.
- Coi, R.T. & Sungb, Y. (2018). Instagram versus Snapchat: Self-expression and privacy concern on social media, *Telematics and Informatics*, 35, 2289 – 2298.

- Crewell, W. J., Clark, P. L.V. (2018). *Karma Yöntem Araştırmaları Tasarımı ve Yürütülmesi*, Anı Yayıncılık, 3.Baskı Ankara. Çeviri: Yüksel Dede, Selçuk Beşir Demir.
- Çaycı, B., & Karagülle, E. A. (2014). X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı, *International Trends and Issues in Communication & Media Conference*. İstanbul.
- Çeçen, A. (1996). *Kültür ve Politika*, Gündoğan Yayınları, İstanbul.
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information Systems Research*, 17(1), 61–80.
- Dolgun, U. (2004). Gözetim toplumunun yükselişi: Enformasyon toplumundan gözetim toplumuna, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1 (3), 55-74.
- Duygun, A.(2018). Lokasyon Bazlı Pazarlama Açısından Sosyal Ağ Uygulamalarının Kullanımı: Swarm Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, *Online Academic Journal of Information Technology*, 9, 30, 75-94.
- Elmalıca, H. (2016). Bilişim çağının ortaya çıkardığı temel bir insan hakkı olarak unutulma hakkı, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 65 (4), 1603-1636.
- Erkan, N. (2015). *Şer’iyye Sicillerinde Kadın – Erkek Münasabetleri*, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, 349-360.
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir., O., Özdamar, K., & Sanioğlu, Y, S. (2013). Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Uyum Endeksleri, *Türkiye Klinikleri Journals*, 33 (1), 210-223, DOI: 10.5336/medsci.2011-26747
- Foulcault, M. (1992). *Hapishanenin Doğuşu*, İmge Kitabevi Yayınları, Kızılay, Ankara.
- Frampton, D. B., & Child, T.J., (2013). Friend or not to friend: Coworker Facebook friend requests as an application of communication privacy management theory, *Computers in Human Behavior*, 29 (6), 2257-2264.
- Friedl, J. V., & Tkalac, A. (2011). Media preferences of digital natives’ internal communication: A pilot study, *Public Relations Review*, 37 (2011), 84-86.
- George., D. & Mallery, P. (2020). IBM SPSS Statistics 26 Step by Step, sixteenth edition, *Routledge Taylor & Francis Group*, Newyork.
- Giddens, A. (2018). *Mahremiyetin Dönüşümü*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A. (1985). *The Nation – State and Violence*, Cambridge: Polity.

Gruzd, A., Lannigan, J. & Quigley, K.(2018). Examining government cross-platform engagement in social media: Instagram vs Twitter and the big lift project, *Government Information Quarterly*, 35, 579-587.

Gündüz, O. (2015). *Toplumsal değişme ve mahremiyet algısı*, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, 307-319.

Gündoğdu, B. Y. (2017). Mahremiyet eğitiminin temeli insanlık şerefi: Ailenin Mesuliyeti, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7 (2), 387-394.

Güvenç, B. (1979). *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Haluza, D., Naszay, M., Stockinger A., & Junwirth, D. (2017). Digital Natives Versus Digital Immigrants: Influence of Online Health Information Seeking on the Doctor–Patient Relationship, *Health Communication*, 32 (11), 1342-1349, DOI: <https://doi.org/10.1080/10410236.2016.1220044>

Hollenbaugh, E. E., & Ferris, L. A., (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion and motives *Computers in Human Behavior*, 30, 50-58.

Hughes, J.D., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage, *Computers in Human Behavior*, 28, 561-569.

İslamoğlu, H. A. & Alnıaçık, Ü. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Beta Yayıncılık, İstanbul. 5.Baskı.

Kahraman, A. (2015). *Mahremiyetin tanımı ve sınırı*, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, 29-52.

Kalaman, S.(2017). Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Örneği, *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı:14, 1-31.

Kaplan, M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World, unite! The challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizons* 53, 59-68.

Kapoor, C, & Solomon, N.(2011). Understanding and managing generational differences in the workplace, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3 (4), 308-318.

Karabulut, B. (2015). Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 21, 11-23.

Kartarı, A. (2001). *Farklılıklarla Yaşamak – Kültürlerarası İletişim*, Ürün Yayınları. Ankara.

Kelan, K. E. (2014). Organising Generations - What Can Sociology Offer to the Understanding of Generations at Work?, *Sociology Compass*, 8 (1), 20-30, DOI:<https://doi.org/10.1111/soc4.12117>

Kietzmann, H.J, Hermenks, K., McCarthy, P.L., & Silvestre, S.B. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media, *Business Horizons*, 54, 241-251.

Kisekka, V., Sen, B. S., & Rao, R. H., (2013). Extent of private information disclosure on online social networks: An exploration of Facebook mobile phone users, *Computers in Human Behavior* 29 2722–2729.

Kodak, D. (2018). Düşünsel modernitede mahremiyeti yeniden tanımlamak: Kuşaklararası bir araştırma, *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 85-116.

Krasnova, H., Günther, O., Spiekermann, S. & Koroleva, K. (2009). Privacy concerns and identity in online social networks, *International Journal of Human and Computers Studies*, 526-536.

Krasnova, H., Veltri, F. N. (2010). *Privacy Calculus on Social Networking Sites: Explorative Evidence from Germany and USA*, Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, 1-10.

Krishnamurthy, S, & Dou, W. (2008) Note from Special Issue Editors, *Journal of Interactive Advertising*, 8:2, 1-4, DOI: 10.1080/15252019.2008.10722137

Kürkçü, D. D. (2015). *İnternet Gazete Takibinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenler*, XX.Türkiye’de İnternet Konferansı, 1-3 Aralık. 1-7.

Lenhart, A., Madden, M., & Hitlin, P. (2005). Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation, *Pew İnternet & American Life Project*. 1-57.

Lenhart, A., Madden, M., & Hitlin, P.(2007). Teens, privacy and online social networks. *Pew İnternet and American Life Project Report*. Retrieved July 30.

Lisitta, S, & Laor, T. (2021). Baby Boomers, Generation X and Generation Y: İdentifying generational differances in effects of personality traits in on-demand radio use, *Techolgy in Society*, 64, 1-10.

Livberber, Göçmen T. (2018). Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması. Yayınlanmış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Konya.

Long, S. A. (2005). What's new in libraries? Digital natives: if you aren't one, get to know one, *New Library Word*, Vol.106, No.1210/1211, pp. 187-189.

Maitland, B. N., & Lynch, J. (2020). Social Media, Ethcis and the Privacy Paradox, *Ethics, Laws, and Policies for Privacy, Security, and Liability*, 1-14, DOI: 10.5772 / intechopen.90906

Mamonov, S., & Benbunan – Fich, R. (2015). An empirical investigation of privacy breach perceptions among smartphone application users, *Computers in Human Behavior*, 49, 427-436.

Mazhari, N. (2015). *Afganistan'da mahremiyet algısının sosyal yaşamda yansımaları*, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, 361-373.

Meydan, C. H., & Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Montag, C., Błaszczewicz, K., Sariyska, R., Lachmann, B., Andone, I., Trendafilov, B., Eibes, M & Markowetz, A. (2015). Smartphone usage in the 21st century: who is active on WhatsApp? , *BMC Research Notes*, 8, 331, 2-6.

Nakagawa, K., & Yellowlees, P. (2020). Inter- generational Effects of Technology: Why Millenial Physicians May Be Less at Risk for Burnout Than Baby Bommers, *Current Psychiarty Reports*, 1-7.

Nelissen, S. & Bulck, D. V. J. (2018). When digital natives instruct digital immigrants: active guidance of parental media use by children and conflict in the family, *Information, Communication & Society*, 21 (3), 375-387.

Muralidharan, S., Ramussen, L., Patterson, D, & Shin, H. J.(2011). Hope for Haiti: An analysis of Facebook and Twitter usage during the earthquake relief efforts, *Public Relations Review*, 175-177.

Obeidat, S. M, & Young, D. W. (2017). An Assessment of the Recognition and Use of Online Shopping by Digital Immigrants and Natives in India and China, *Journal of International Consumer Marketing*, 29, (5), 293-302.

Oğuz, S. E. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28 (2), 123-139.

Qin, L., Kim, Y., Tan, X., & Hsu, J. (2009). *The Effects of Privacy Concern and Social Influence on User Acceptance of Online Social Networks*, Americas Conference on Information Systems, 1-6.

Oz, Mustafa. (2014). Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Algısı: Facebook kullanıcılarının mahremiyet endişeleri ve farkındalıkları, *Journal of Yasar Universty*, 9 (35), 6099-6260.

Özbek, E. (2020). Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Bankacılık Mobil Uygulama Kullanma Motivasyonlarının Belirlenmesi, *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırma Dergisi*, 14, 44-59.

Özel, C. (2019). *Piyasa ekonomisi ve mahremiyet: 1980'lerden günümüze değişen toplum ve mahremiyet algısı*, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, 268 – 285.

Özger, Ö. (2016). Gözetim kavramının tarihsel gelişimi ve elektronik gözetim, *Cyberpolitik Journal*, 1 (1), 5-31.

Özkan, Ö. (2017). Türk toplumunda geleneksel değerlerin popüler kültür üzerinde dönüşümü, *Türk İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, 12 (24), 131-142.

Paine, C., Reips, D., U., Stieger, S., Joinson, A., & Buchanan, T. (2007). Inter users' perceptions of 'privacy concerns' and 'privacy actions', *International Journal of Human-Computer Studies*, 65 (6), 526-536.

Pekdemir, Ş. (2015). *Mahremiyet algısı hak olgusu*, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, 129-139.

Perea, D., Bonson, E, & Bednarova, M.(2021). Citizen reactions to municipalities' Instagram communication, *Government Information Quarterly*, xxx (xxxx) xxx, 1-18.

Persenky, M. (2001a). Digital Natives, Digital İmmigranst, *MCB Universty Pressi*, Vol.9, No:2, October, 2-6.

Persenky, M. (2001b). Digital Natives, Digital İmmigranst Part:2 Do They, Really Think Differently? , *On the horizon*, November/December, 3-6.

Persenky, M. (2004). Has growing up digital and extensive video game playing affected younger millitary personnel's skill sets? *Paper presented at the I/ITSEC*, 2003.

Premazzi, K., Castaldo, S., Grosso, M., Raman, P., Brudvig, S., & Hofacker, C. F. (2010). Customer information sharing with E-Vendors: The roles of incentives and trust. *International Journal of Electronic Commerce*, 14(3), 63–91.

Ransdell, S., K., Brianna, K, G, & Long, J. (2011). Digital immigrants fare better than digital natives due to social reliance, *British Journal of Educational Technology*, Vol.41, No. 6, 931-938. doi:10.1111/j.1467-8535.2010.01137.x

- Rosa, B. N., & Hastings, O. S. (2016). "Texting in their pockets": Millennials and rule violations in the hospitality industry, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 29 (2016). 33-40.
- Rudolph, W. C., Rauvola, S. R., & Zacher, H. (2017). Leadership and generations at work: A critical review, *The Leadership Quarterly*, 2-18. DOI:<http://dx.doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.09.004>
- Schomen, D.F. (1992). *Privacy and Social Freedom*. Cambridge University Press.
- Schwemmer, C., & Ziewiecki, S.(2018). Social Media Sellout: The Increasing Role of Product Promotion on YouTube, *Social Media + Society*, 1-20.
- Selwyn, N. (2009). The digital native - myth and reality, *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 61, (4), 364-379.
- Serçmeli, C. (2017). Sosyal medyada mahremiyetin gizliliğini ihlalde yeni bir trend olan "Stalk"a hukuku açıdan bir bakış, *Güncel Hukuk Dergisi*, 2(158), 1-10.
- Sezen, A., Erden, M. (2018). Mahremiyetin psiko-sosyal yansımaları, *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (20), 83-92.
- Smith, N. S., Fischer, E., & Yongjian, C.(2012). How Does Brand-related User-generated Content Differ across YouTube, Facebook, and Twitter?, *Journal of Interactive Marketing*, 26 (2012), 102-113.
- Solove, J.D. (2008). *Understanding Privacy*. London, England: Harvard University Press.
- Sucu, İ. (2011). Gözetim toplumuna karşı ütopya yüzü: İktidar güçleri ve ötekiler, *Atatürk İletişim Dergisi*, 2, 125-140.
- Şahoğlu, Tokgöz, C.(2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Konum Paylaşım Motivasyonları: Foursquare ve Swarm Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 257-278.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the Net generation*. New York: McGraw-Hill.
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. & Küçükoğlu, M. (2017). Geleceğimiz olan z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Taşdelen, B. & Taşdelen, İ. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ve mahremiyete yönelik görüşleri: Lefke Avrupa üniversitesi örneği, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (2), 826 – 844.

Thomson, R., Yuki, M., & İto, N. (2015). A socio-ecological approach to national differences in online privacy concern: The role of relational mobility and trust, *Computers in Human Behavior*, 51, 285-292.

Topraklı, K. C., & Mazman, İ. (2020). İnternet Aracılığıyla Sosyalleşmeye Kuşaklararası Bakış, *Uluslararası Beşerî ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 4,1.

Towner, T., & Munoz, L. C. (2016). Boomers versus Millennials: Online Media Influence on Media Performance and Candidate Evaluations, *Social Sciences MDPI*, 5 (50), 1-20, DOI: 10.3390/socsci5040056

Tow, H.F.N. W., Dell, P., & Venable, J. (2010). Understanding information disclosure behaviour in Australian Facebook users, *Journal of Information Technology* 25, 126–136.

Trottier, D. (2012). Interpersonal Surveillance on Social Media, *Canadian Journal of Communication*, 37 (2), 1-7.

Tümurtürkan, M. (2010). Gündelik hayatın gözetimi: “Panoptikon Toplumu”, *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 3(2), 1-19.

Ural, A. & Kılıç, İ. (2008). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, Detay Yayıncılık. 5.Baskı. Ankara.

Usluel, Koçak Y., Demir, Ö. & Çınar, M. (2014). Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği, *Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi*, 5 (3), 1-18.

Utma, S. (2018). Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyet Serüveni, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 1307-9581.

Uysal, T. M. (2020). Yaşlı Bireylerin Sosyalleşmesinde Dijital Teknolojinin Rolü: Dijital Yaşlılar Üzerine Bir Çalışma, *SDÜ Fen- Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 50, 43-59.

Valkenburg, M.P., Peter, J., Schouten, P.A. (2006). Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem, *CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR*, 9 (5), 584-590.

Vincent, D. (2017). *Mahremiyet kısa bir tarih*. Ankara: Epos Yayınları.

Vural, B. & 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.

Wang, E., Myers, D, M., & Sundaram, D. (2012). *Digital Natives and Digital Immigrants: Towards Model of Digital Fluency*, European Conference on Information Systems, Proceeding 39.

Wang, Y.(2020). Humor and camera view on mobile short-form video apps influence userexperience and technology-adoption intent, an example of TikTok (DouYin), *Computers in Human Behavior*, 110, (2020), 1-9.

Warren, S, D., & Brandeis, L, D., (1890), The right to privacy. *Harward Law Reviwe Association*, 4(5), 193-220.

Westin, A. F. (1967). *Privacy and freedom*. New York: Atheneum.

Westin, F, A. (2003). Social and political dimensions of privacy, *Journal of Social Issues*, 59 (2), 431-453.

Wheless, LR, & Grotz, J. (1976). Conceptualization and measurement of reported self-disclosure. *Hum Commun Res*, 2, 338-346.

William, H. Dutton & Ellen, J.Helpsper. (2007). The internet in Britain, *Oxford İnternet İnstitute*.1-83.

Yabancı, C., Akça, F., & Ulutaş, E. (2018). Çevrimiçi mahremiyet kaygısı ve duygusal zekâ arasındaki ilişkinin incelemesi, *Istanbul University Journal of Communication*, 54, 191-218.

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yıldırım, E., Altunışık, R., Coşkun, R. & Bayraktaroğlu, S. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya Kitabevi, Adapazarı.

Yıldırım, S, & Güvenç, D. (2020). “Z kuşağı”nın Çalışma Ortamı Beklentilerine İlişkin Bir Araştırma, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (1).

Yılmaz, Âdem. (2012). Sosyal Medya Kullanımında Güncel Tartışmalar: Üniversite Öğrencileri Örneğinde Mahremiyet – Kamusal Alan İlişkisi, *Global Media Journal: Turkish Edition*, 3 (5), 246 – 264.

Zengin, M., Zengin, G., & Altunbaş, H. (2015). Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, 112-136.

Zlatolas, N. L., Welzer, T., Hericko, M., & Holbl, M. (2015). Privacy antecedents for SNS self-disclosure: The case of Facebook, *Computer in Human Behavior*, 45 (2015), 158-167.

Zur, O, & Walker, A. (2011). On Digital Immigrants and Digital Natives: How the Digital Divide Affects Families, Educational Institutions, and the Workplace. *Zur Institute - Online Publication*, http://www.zurinstitute.com/digital_divide.html.

İnternet Kaynakları

New York Times:
<https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/external/readwriteweb/2010/01/10/10readwriteweb-facebook-zuckerberg-says-the-age-of-privacy-82963.html> Erişim Tarihi: 26.05.2020

<https://www.intechopen.com/online-first/social-media-ethics-and-the-privacy-paradox>
Erişim Tarihi: 26.01.2020

https://www.echr.coe.int/documents/convention_tur.pdf
Erişim Tarihi: 26.01.2020

<https://sozhttp://wearesocial.com/digital-2021>
Erişim Tarihi: 29.04.2021.

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook>
Erişim Tarihi: 01.01.2021

<https://www.chartr.co/newsletters/2020/7/1/facebook-vs-tiktok>
Erişim Tarihi: 30.04.2021

<https://news.linkedin.com/about-us#>,
Erişim Tarihi: 30.04.2021.

<https://www.whatsapp.com/about/#:~:text=Our%20App,phones%20all%20over%20the%20world.>
Erişim Tarihi: 30.04.2021

<https://sozluk.gov.tr/>
17.12.2019

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>
Erişim Tarihi: 15.05.2021

<https://www.chartr.co/newsletters/2020/7/1/facebook-vs-tiktok>
Erişim Tarihi: 30.04.2021

EKLER

EK – 1

SOSYAL AĞ KULLANIM AMAÇLARI ANKET SORULARI

	Aşağıda belirtilen maddelere ne oranda katılırsınız? Sosyal ağlarda; 1-Hiç katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Nadiren Katılıyorum, 4- Katılıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum	1	2	3	4	5
1	Sosyal ağları herhangi bir sorunla ilgili çözüm yolları bulmak için kullanırım.					
2	Sosyal ağları merak ettiğim ya da ilgi duyduğum bir konu hakkında bilgi aramak için kullanırım.					
3	Sosyal ağları görüşlerimi destekleyecek materyaller (fotoğraf, video ve yazı vb.) bulmak için kullanırım					
4	Sosyal ağları arkadaşlarımla herhangi bir konu ya da durum hakkında işbirliği yapmak için kullanırım.					
5	Sosyal ağları ortak ilgi alanına sahip kişilerle bir araya gelmek için kullanırım.					
6	Sosyal ağları belli bir amaçla ilgili görev paylaşımı için kullanırım					
7	Sosyal ağları sosyo-kültürel etkinlik düzenlemek için kullanırım.					
8	Sosyal ağları ortak bir amaç oluşturmak için kullanırım.					
9	Sosyal ağları etkinliklerden haberdar olmak için kullanırım.					
10	Sosyal ağları yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanırım.					
11	Sosyal ağları arkadaşlarıma yüz yüze söyleyemediğim şeyleri söylemek için kullanırım.					
12	Sosyal ağları samimi olmadığım arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanırım.					
13	Sosyal ağları arkadaşlarımla sohbet etmek (anlık iletişim, sesli ve görüntülü iletişim) için kullanırım.					
14	Sosyal ağları arkadaşlarımla mesaj alış-verişi için kullanırım.					
15	Sosyal ağları iletişim bilgilerini bilmediğim arkadaşlarıma ulaşmak için kullanırım.					
16	Sosyal ağları eski arkadaşlarımla bulmak için kullanırım.					
17	Sosyal ağları arkadaşlarımla iletişimimi sürdürmek için kullanırım.					
18	Sosyal ağları arkadaşlarımla bağlantımı koparmamak için Kullanırım.					
19	Sosyal ağları herhangi bir konu hakkında içerik (resim, video ve metin vb.) oluşturmak için kullanırım.					

20	Sosyal ağıları görüşlerimi desteklemek için oluşturduğum görselleri (resim ve video vb.) paylaşmak için kullanırım.					
21	Sosyal ağıları fotoğraf albümü oluşturmak için kullanırım.					
22	Sosyal ağıları video albümü oluşturmak için kullanırım.					
23	Sosyal ağıları kişisel etkinlik günlüğü oluşturmak için kullanırım.					
24	Sosyal ağıları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım.					
25	Sosyal ağıları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım.					
26	Sosyal ağıları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi) yapmak için kullanırım.					

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği; Yasemin Koçak USLUEL, Ömer DEMİR, Murat ÇINAR, SOSYAL AĞLARIN KULLANIM AMAÇLARI ÖLÇEĞİ, Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi, 5 (3), 1-19. Ölçek internet kaynaklarında açık olup, telif hakkı ile korunmamaktadır.

EK – 2 MAHREMİYET ANKET SORULARI

	Aşağıda belirtilen maddelere ne oranda katılırsınız? Sosyal ağlarda; 1-Hiç katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Nadiren Katılıyorum, 4- Katılıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum					
1	İnsanlar kişisel verilerin suiistimal edilmesine karşın yasal olarak korunmalıdırlar.	1	2	3	4	5
2	Mahremiyet (gizlilik) ile ilgili yasalar, kişilerin özel yaşamlarını koruyacak şekilde güçlendirilmelidir.					
3	Eğer bugün bir anayasa yazacak olsaydım büyük ihtimalle kişisel mahremiyeti temel hak olarak eklerdim.					
4	Kişisel bilgilerimi istediğimden daha fazla kişi ile paylaşmış olmak beni kaygılandırıyor.					
5	Kimlik bilgilerini paylaşmanın sonuçları hakkında kaygılıyım.					
6	Etrafımdakilerin özel hayatım hakkında gereğinden fazla bilgiye sahip olduklarından kaygılıyım.					
7	Kişisel bilgilerimin detaylarını birisiyle paylaştığım zaman diğer insanlarla bunları paylaşacağı hakkında endişe duyarım.					
8	Kendileri dikkat etmiyorsa bile, başkalarının mahremiyetine saygı göstermek benim için önemlidir.					
9	Kendimin mahremiyeti kadar diğer insanların mahremiyetine de değer veriyorum.					
10	Başkalarının özel hayatlarına karışmamak için her zaman elimden geleni yaparım.					
11	Başkalarının mahremiyetine saygı, sosyal ilişkilerde önemli bir öncelik olmalıdır.					
12	Bir kişi kendi mahremiyetini korumaya özen göstermiyorsa bile, ben elimden geldiğince o kişinin özel yaşamına burun sokmamaya çalışırım.					
13	Çevremdeki insanların kendi hayatlarının mahremiyetine (gizliliğine) ne kadar özen gösterdikleri benim özelimin ne kadar korunabileceğini etkiler.					
14	Kendi özel yaşamları hakkındaki detayları herkesle paylaşan birine sırdaş olarak güvenemem					

15	Özel hayatımın mahremiyetinin güvende olması için, arkadaşlarımda da kendi özel hayatları hakkında dikkatli olması gerekir.					
16	Kendi özel hayatını korumaya özen göstermeyen kişilerin benim özel hayatıma saygı göstereceğine güvenmiyorum.					

Mahremiyet Ölçeği, Baruh, L. & Cemalcılar, Z. (2014). It is More Than Personal: Development and Validation of a Multidimensional Privacy Orientation Scale. *Personality and Individual Differences*, 70, 165–170. – Ölçek internet kaynaklarında açık olup, telif hakkı ile korunmamaktadır.

Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik, Livberber, Göçmen T. (2018). Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması. Yayınlanmış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Konya. – Çalışma içerisinde ölçek maddeleri, boyutları açık olup, telif hakkı ile korunmamaktadır.

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans süreci akademik alanda kendimi keşfettiğim, aidiyet hissettiğim ve lisans hayatında hayalini kurduğum akademiye daha çok kenetlenmem için büyük bir referans oldu. Doğru yerde olduğumu ve durmadan devam etme kararımı güçlendirdi. Bu süreçte hem lisans hem yüksek lisans hayatım da bilgi ve tecrübesine daima güvendiğim, sorularıma sabırla cevap veren başta tez danışmanım sevgili Doç.Dr. Hidaye Aydan Bilgiler'e sonsuz teşekkürlerimi iletiyorum. Akademi hayatında daima destekçim olan çalışmaktan keyif aldığım ve içimdeki gücü keşfetmeme vesile olan sevgili Prof.Dr.Emet Gürel'e bana kattığı her şey için teşekkür ediyorum. Yüksek lisans sürecimde araştırma ile ilgili bilgilerini paylaşarak bu alanda kuvvetlenmem de büyük emekleri olan Doç.Dr. Nahit Erdem Köker ve Doç.Dr.Mine Yeniçeri Alemdar'a teşekkürlerimi iletiyorum.

Eğitim hayatımın en büyük mimarları canım annem Gülseren Sevimli ve canım babam Sezgin Sevimli 'ye desteklerinden, sevgilerinden ve emeklerinden dolayı teşekkür ediyorum. Ailelerinin bir parçası olmaktan gurur duyduğum Berrin Çetin ve Yılmaz Çetin'e teşekkür ediyorum. İnandığımız yolda her zaman birbirimizin arkasında durduğumuz, koşulsuz sevgiyi ve desteği benden hiçbir zaman esirgemeyen canım abim Cevdet Sevimli ve canım kız kardeşim Ayşe Sevimli'ye teşekkürlerimi iletiyorum. Tez sürecimin araştırma bölümünün mimarları olan anketlerimi kamuoyu ile en çok paylaşan sevgili ablalarım, Esra Sevimli, Yasemin Çetin ve Melike Gültekin'e destekleri için teşekkür ediyorum. Üniversite hayatımdan itibaren akademi hayalimin en büyük ortaklarından aramızda mesafeler olsa da dostluğumuzdan hiç ödün vermediğimiz en yakın dostum Nuray Uçar'a teşekkür ediyorum. Yüksek lisans sürecinde sınıf arkadaşı ve ekip arkadaşı olmaktan gurur duyduğum Buse Keskin'e, ders çalışma konusunda birbirimizi motive ettiğimiz sevgili dostlarım Meltem Düzgün ve Eda Acder'e, kısa süre önce tanıştığımız ve kalbimde dostluk sürecine en çabuk dahil olan sevgili Özge Özgül'e motivasyon kaynağı olmasından dolayı teşekkür ediyorum.

En güzel ve en özel teşekkürü hakkeden, hayattaki tüm başarılarımın gizli kahramanı, destekçim, yol arkadaşım, şansım ve hayatın mutluluklarını olduğu kadar tüm acı ve gerçeklerini birlikte göğüslenerek savaştığımız canım eşim Bilal Çetin'e sevgisinden, sabrından ve desteğinden dolayı teşekkür ediyorum.

ÖZGEÇMİŞ

2016 yılında Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden yüksek onur öğrencisi olarak mezun olmuştur. Aynı yıl Ege Üniversitesi Eğitim Fakültesi pedagojik formasyon eğitimini tamamlamıştır. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı tezli yüksek lisans öğrencisi olarak eğitimine devam etmektedir. Eğitim hayatı boyunca çeşitli projeler gerçekleştirmiş, uluslararası organizasyonlara gönüllü olarak katılmıştır. Öğrenci sempozyumlarında sunulmuş bildirileri, hakemli dergide yayınlanmış iki makalesi ve bir uluslararası yayın tarafından basılmış bir kitap bölümü bulunmaktadır. Şu an kurumsal bir şirkette operasyon uzmanı olarak çalışmaktadır. İngilizce bilmektedir.

Akademik Çalışmalar;

- Basın Kuruluşlarında Sahiplik Yapısı ve Misyon-Vizyon İlişkisi: Türkiye’de Yayımlanan Ulusal Gazeteler Üzerine Bir Analiz, **Lefke Avrupa Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3 Ocak 2021.** Prof.Dr. Emet Gürel, Büşra Çetin
- Siyasi Liderden Beklenen Liderlik Özellikleri: X ve Y Kuşağı Bağlamında Nitel Bir Araştırma, **Lefke Avrupa Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31 Aralık 2019.** Doçent Doktor Hidaye Aydan Bilgilier, Büşra Çetin
- Atatürk İlke ve Devrimleri Bağlamında 10 Kasım Atatürk’ü Anma ve Anlama Günü Reklamlarının Göstergebilimsel Analizi, **ATATÜRK ve İLETİŞİM Fikirler ve Yeni Yaklaşımlar**, Akademisyen Kitabevi, 2021. Büşra Çetin, Buse Keskin
- Ege Üniversitesi 3.Uluslararası İletişim Öğrencileri Sempozyumu 26- 27 Ekim 2015“**Sosyal Pazarlama: Türkiye’de Web Ortamında Uyuşturucu İle Mücadelede Uygulanan Sosyal Pazarlama Kampanyalarına İlişkin Bir İnceleme**”Büşra Sevimli
- Gençlerle 360 derece 3.Uluslararası İktisat Kongresi- Celal Bayar Üniversitesi 5-6 Nisan 2016**Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türkiye’de Çalışan Kadınların İş Yaşamındaki Konumu Üzerine Bir İnceleme-** Büşra Sevimli
- Gençlerle 360 derece 3.Uluslararası İktisat Kongresi- Celal Bayar Üniversitesi 5-6 Nisan 2016**Küresel Rekabet Ortamında Uluslararası İşletmelerin Üstlenmiş Oldukları Kurumsal Vatandaşlık Davranışı Üzerine Bir Değerlendirme** Büşra Sevimli- Nuray Uçar