



# Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

## Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(16): 64-80



### Instagram'da Mahremiyet Algısının Benlik İnşasına Etkisi: BAİBÜ Öğrencileri Örneği

The Effect of Privacy Perception on Self-Construction in Instagram: The Example of BAİBÜ Students

Rengim SİNE NAZLI<sup>1</sup> Özge AKCAOĞLU ERDEM<sup>2</sup>

Geliş Tarihi (Received): 14.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 15.10.2023

Yayın Tarihi (Published): 23.10.2023

**Öz:** Araştırmanın temel amacı, mahremiyet algısı ile benlik inşası etkileşimini belirlemektir. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu "mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde etkileşimi nasıl ve ne yöndedir" şeklinde belirlenmiştir. Araştırma sorusunun cevaplanabilmesi için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden (n=329) anket yöntemiyle veriler elde edilmiştir. Araştırma verileri SPSS 25 ve AMOS 24 programlarıyla analiz edilmiştir. Analiz bulgularına göre mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi bulunurken, mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü ilişki belirlenmiştir. Araştırma bulgularına göre mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde zayıflatıcı bir etkisi bulunmaktadır. Sonuç bölümünde analiz bulguları ışığında çeşitli öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet Algısı, Benlik İnşası, Instagram, İletişim, Fakülte.

&

**Abstract:** The main purpose of the research is to determine the interaction between the perception of privacy and self-construction. In this context, the main question of the research was determined as "How and in what direction does the perception of privacy interact with self-construction". To answer the research question, data were obtained from Bolu Abant İzzet Baysal University Communication Faculty students (n=329) by questionnaire method. Research data were analyzed with SPSS 25 and AMOS 24 programs. According to the analysis findings, while the perception of privacy has a negative and significant effect on self-construction, a negative relationship was determined between the perception of privacy and self-construction. According to the research findings, the perception of privacy has a debilitating effect on self-construction. In the conclusion part, various suggestions are presented in light of the analysis findings.

**Keywords:** Perception of Privacy, Self Construction, Instagram, Communication, Faculty.

**Atıf/Cite as** Sine Nazlı, R., Akcaoğlu Erdem Ö. (2023). Instagram'da Mahremiyet Algısının Benlik İnşasına Etkisi: BAİBÜ Öğrencileri Örneği, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (16): 64-80.

**İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic:** Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

**Copyright** © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

<sup>1</sup> Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: rengimsine@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9784-766X

<sup>2</sup>Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, e-posta: ozgeakcaogluerdem@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8672-7600

## Giriş

1990’lı yıllardan itibaren internet bireyler tarafından yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. İnternet ile birlikte teknolojik alanda yaşanan gelişmeler ve akıllı cihazların daha uygun fiyata temin edilebilmesi internet kullanımını daha farklı boyutlara yöneltmiştir. Bu doğrultuda günümüzde bireylerin interneti daha farklı amaçlar için kullanmaya başladıkları görülmektedir. Başlangıçta iş amaçlı kullanılan internet daha sonraları bireylerin eğlence ihtiyaçlarını karşılamak ve sosyalleşmek için de kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle sosyal medya platformlarının insanlara sunduğu fırsatlar sayesinde bireyler, Instagram, Facebook, Twitter ve WhatsApp gibi uygulamalar ile daha fazla vakit geçirmeye ve sosyalleşme ihtiyaçlarını gidermeye başlamışlardır. Bu oluşum özellikle COVID-19 pandemi sürecinde daha da yoğun gözlenir hale gelmiştir. İnternetin bu denli yoğun kullanılması ve özellikle sosyalleşme amaçlı kullanılır hale gelmesi bazı sorunlara neden olmaktadır.

Etkileşime izin veren sosyal medya platformlarında insanların anlık durumlarını paylaşabilmesi, paylaşımlarına anında dönüt alması gibi özelliklerinden dolayı bireyler bu ortamlarda daha fazla vakit geçirmeye başlamışlardır. Yapılan bu paylaşımlarda insanlar mahrem sayılabilecek bazı bilgileri paylaşmakta, kendilerini olduklarından daha farklı bir durumda lanse edebilmektedir. Bunun altında yatan en önemli neden ise beğenilme arzusudur. İnsanlar kendi benlikleri dışında daha farklı bir benliğe bürünerek diğer kullanıcıların istediği biçimde kendilerini tanıtmaktadır. Diğer kullanıcıların çoğunluğu ise bu bilgilerin doğruluğunu teyit etmeden inanmaktadırlar.

Mahremiyet, insanlığın varoluşundan itibaren her dönemde sorun oluşturan bir kavram olmakla birlikte din, ahlaki sosyoloji, tıp ve psikoloji alanlarında birçok araştırmanın konusunu olmuştur (Lis ve Iwankowski, 2021; Farooq vd., 2023). Mahremiyet bireylerin özel hayatlarındaki gizlilik veya bireyin duygusal olarak en yakını tarafından bildiği özel durum ve yaşantıları olarak bilinirken özellikler internetin yoğun kullanılması ile sosyal medyada mahremiyetin ihlal edildiği de son zamanlarda bireyler tarafından şikâyet edilmektedir (Vural ve Bat, 2010; Xiao ve Mou, 2019; Zhao vd., 2019; Ayaburi ve Treku, 2020). Normalde mahrem sayılacak bilgiler hiç sorgulanmadan bu platformlardan paylaşılmaktadır. Beğeni ve takipçi sayısının popülerliği ve başarıyı sembolize ettiği sosyal medya platformlarında ön planda olabilmek için mahremiyet de ne yazık ki göz ardı edilmektedir. Fenomen adı altında popülerliği elde edebilmek için her şey artık sıradan ve normal gelmektedir. Özellikle 85.59 milyon nüfuslu ülkemizdeki internet kullanıcı sayısının 71.38 milyon ile nüfusun %83.4’üne karşılık gelmesi önemli bir veridir. Yine ülkemizde 2023 yılı itibariyle aktif sosyal medya kullanıcıları 62.55 milyon kişiye ulaşmıştır. Türkiye’de nüfusa göre aktif sosyal medya kullanıcılarının oranı %73.1 iken internet kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu sosyal medya kullanmaktadır. Böyle bir ortamda sosyal medya kullanımının mahremiyet bağlamında benlik oluşumuna etkisi önem teşkil etmektedir.

Bu bilgilerden hareketle araştırmanın kapsamında mahremiyet algısı ile benlik inşası kavramları ele alınmıştır. Çalışmada, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim görmekte olan lisans öğrencilerinin mahremiyet alguları ile benlik inşası algılarını belirlemeye çalışılarak Instagram’da mahremiyet algısının benlik inşasına etkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu: “mahremiyet algısının benlik inşasına etkileri nasıl ve ne yöndedir” şeklinde belirlenmiştir. Araştırma sorusunun cevaplanabilmesi için nicel araştırma yönteminden anket yöntemi uygulanmıştır.

## 1. Yeni Medyanın Görsel Şöleni: Instagram ve Benlik İnşası

Her bir bireyin kendisini tanımlama şekli farklılık göstermektedir. Bireyler kendilerini tanımlayabilmek için; soy isimlerini, isimlerini, sosyal ve kültürel yapıları, fiziksel ve ruhsal özellikleri gibi farklı birçok kriterler kullanmaktadır. Bu tanımlamalar ile insanlar kendilerine has benlik algısı oluşturmakta ve yine bu tanımlara başvurarak kendilerine özgü iç dünyalarını yansıtmaktadırlar (Karaoğlu, 2010: 20). Goffman

(2014: 29), bu durumu performans olarak tanımlayarak, kişinin oynadığı role inandığını belirtir: “Bir kimse bir rolü canlandırdığında ima yoluyla gözlemcilerinden gözleri önüne serilen izlenimleri ciddiye almalarını talep eder. İzledikleri karakterin sahipmiş gibi görüldüğü niteliklere gerçekten de sahip olduğuna, yapmakta olduğu işin yol açacağı ima edilen sonuçlara gerçekten yol açacağına ve genelde her şeyin görüldüğü gibi olduğuna inanmaları istenir kendilerinden. Buna uygun olarak, kişinin performansını ve sahnelediği gösteriyi ‘başkaları için’ yaptığına dair popüler bir görüş de bulunmaktadır.”

Bu bağlamda benlik kişinin kendisine ait bilgiler, farklı kişilerin o kişiye ait görüşleri ve bireyin kendisini değerlendirmesinden elde edilmektedir. Genelde bu bilgiler ve elde edilen değerlendirmeler çevrede hazır olarak bulunmaktadır. Birey kendisi hakkında sunulan şeyleri kendi benliğinin bir parçası olarak görür ve o şekilde ifade etmektedir. Genellikle de ona atfedilen benliğe göre davranmaya çalışır. Bireyin kendisinin oluşturduğu benlik ile çevresi tarafından oluşturulan benlik çoğu zaman birbiri ile çelişmektedir. Bu durumun sonucu olarak da birey iç çatışma yaşamaktadır (Cüceloğlu, 1996). Landau vd. (2011) benliği bireyin eylemlerini kendisinin değerlendirmesinden öte çevresi tarafından değerlendirilmesi olarak görmektedir. Benliğin bazı işlevleri vardır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir (Güney, 2009: 77):

- Kişinin çevresinde yer alan nesnelere ve insanlar ile bağlantıya geçmesi,
- Doğru olana uyum sağlayabilmek,
- Doğru olanı anlamak, denemek ve tanımlayabilmek,
- Kavramlar arasında bütünlük kurmak ve kavramları birleştirebilmek,
- Geleceğe yönelik amaçları ve beklentileri belli etmek,
- Bireyin kişiliğinde etkili olan kaygıdan kurtulabilmek için savunma mekanizmaları kullanmaktır.

Bütün bu sayılanların dışında benliğin işlevini ve yönünü belli eden bilişsel ve duygusal olmak üzere iki boyutu yer almaktadır. Bilişsel boyutu kişinin kendisine ait düşünceleri, algıları ve bilgileridir. Duygusal boyut ise bireyin olumlu veya olumsuz duyguları ve bu duyguların sonucunda oluşan değerlendirmelerdir (Ersanlı, 1996: 10).

İletişimin günümüzde geldiği nokta insanoğlunun uygarlık alanında gösterdiği gelişimin toplamını göstermektedir. İnsanlar arasındaki ilk iletişim sesler ile başlayıp daha sonra resim, yazı, basım ve nihayetinde dijital iletişim ile devam edip günümüzdeki şeklini almıştır. İnternet kullanımı 1990’lı yıllarda başlayıp 2000’li yıllarda akıllı telefonların kullanılmaya başlanmasıyla dijitalleşme günlük hayatımızda kendine önemli bir yer edinmiştir. Dijitalleşmeyle birlikte dijital iletişim iyice yaygınlaşmaya başlayıp insanların davranışlarında, sosyalleşmelerinde ve hayat tarzlarında iyice etkisini göstermeye başlamıştır. İnternetin gelişmesi sonucunda kullanılmaya başlanan dijital platformlar insanlar arasındaki iletişim biçimini değiştirerek günümüzdeki en önemli iletişim şekillerinden biri haline gelmiştir (İşman vd., 2016).

İnternetin Web 1.0. dönemindeki tek taraflı hükümdarlığı Web 2.0. teknolojisiyle son bulmuştur. Bu yenilginin en büyük nedenleri olarak ise Web 2.0. teknolojiyle birlikte insanların yaşamına yeni eklenen medya teknolojilerinin üç özelliği gösterilmiştir. Bu üç özellik şu şekildedir (Rogers vd., 2014):

- Etkileşim: Yeni medya şu an eski kitle iletişim araçlarının olmadığı kadar etkileşimcidir, yeni medya bireylerin iletişimini daha kişilerarası iletişime dönüştürse de yüz yüze olan iletişimden daha çok kişiye ulaştırır. Bu nedenle yeni iletişim teknolojileri, iletişim araçlarının ve kişilerarası iletişim yollarının belirli özelliklerini birleştirerek daha geniş kitlelere hitap eder,
- Kitlesizleştirme: Yeni iletişim teknolojileri büyük bir kullanıcı kitlesi içinde, her bireyle belirli bir mesaj alışverişi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir. Böyle bir kitlesizleştirme, yeni medyayı yüz yüze kişilerarası iletişime benzetir ama yüz yüze değildir. Kitlesizleştirme, kitle iletişim sistemlerinin genellikle mesaj üreticisinden, medya tüketicisine taşınması demektir,

- Eşzamansız Olabilme (asenkron): Yeni iletişim sistemlerinde, katılımcıların aynı anda iletişimde olmasına gerek yoktur. Bilgisayar temelli iletişimin eşzamansız olma durumu genelde iletişim sürecini etkileyen bir değişken olan zamanla başa çıkma becerisine sahiptir.”

Toplum ve teknoloji arasında sürekli bir etkileşim vardır. Web 2.0'ın gelişim göstermesi beraberinde internete daha ucuz maliyet ve daha rahat bir şekilde ulaşmasına imkân tanımıştır. Web 2.0'ın sosyal uygulamaları sosyal medya olarak ifade edilmektedir (Çalışkan ve Mencik, 2015). Sosyal medya platformlarının dünya çapında yaygınlaşması sonucunda kullanıcı sayısında da hızlı bir artış gözlenmiştir. Sosyal medya platformlarının her birinin özellikleri birbirinden farklıdır ve bu özellikleri ile öne çıkmaktadır. Bunlar kimlik, sohbet, paylaşım, ilişkiler, itibar ve gruplar şeklinde ayrılmaktadır (Durak ve Seferoğlu, 2016: 528). Görüntünün ön plana çıktığı sosyal medya mecraları arasından Instagram, “görsel estetik kültürün yükselişi ve toplumsal iletişim sisteminin giderek daha fazla görsel içeriklere açık hale gelmesi ile birlikte, bireysel ve kolektif anlatıların inşa edildiği bir alana dönüşmesi” (Sönmez, vd., 2022: 129) sebebiyle yoğun ilgi görmektedir.

Instagram, insanların o anda yaşadıkları durumun resmini veya videosunu çekerek anında paylaşım yapma imkânı sunmaktadır (Sabuncuoğlu ve Gülay, 2016: 113). Ekim 2010'da piyasaya sürüldüğünden bu yana kullanıcı sayısı ve yüklenen görsellerin de hızla büyüdüğü Instagram, mobil lokasyon tabanlı bir sosyal ağ uygulamasıdır (Sine, 2017: 21). Instagram kullanıcıları farklı kişilerin yaptığı görsellere yorum ve beğeni yapabilmektedirler. Bunun dışında Instagram'da yer alan mesajlaşma özelliğini kullanarak karşılıklı sohbet edebilme imkânı bulmaktadırlar. Ayrıca Instagram, insanlara ürünlerini tanıtmaya imkânı ve canlı yayın yapabileme fırsatı sunmaktadır. Günümüzde birçok firma Instagram'ın bu imkânından faydalanırken (Atasoy, 2018: 27), çoğu kişi de bireysel içerik üretmek için markalarla iş birliği yapmaktadır.

Instagram'da yapılan paylaşımlar insanların kimlik ve benlik oluşumlarını etkilemektedir. Her gün paylaşılan fotoğraf ve videolarla insanlar kendi hikayelerini görsel olarak yazmakta, çevrimiçi kimliklerini inşa etmekte ve benliklerini olmak istedikleri gibi sunmaktadırlar (Tombul ve Sarı, 2021). Goffman, benliği ve bireyin benlik sunumunu "Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu" adlı kitabında bir tiyatroya benzetirken sahne önünde olanları bireyin gösterdiği benlik, sahne arkasında olanlar ise bireyin göstermediği benlik olarak açıklamaktadır. Bireyin asıl kendi olduğu bölüm sahne arkasında görülmektedir (Değer ve Sine Nazlı, 2022: 31). Goffman'ın kuramı ile Instagram'da yapılan paylaşımların benlik oluşumuna nasıl etki ettiği açıklanabilmektedir. Goffman bir oyuncu bir rolü canlandırdığında izleyicilerden ciddiye alınmayı talep ettiğini söyler. Buna göre kişi performansını başkaları için yapmaktadır (Tombul ve Sarı, 2021: 106-107). Instagram'da paylaşılan şahsi öğeler başkalarının onayını almayı bekleyen “-miş gibi” hayatlardır. Her bir bireyin kendisini tanımlama şekli farklılık göstermektedir. Bireyler kendilerini tanımlayabilmek için; soy isimlerini, isimlerini, sosyal ve kültürel yapıları, fiziksel ve ruhsal özellikleri gibi farklı birçok kriterler kullanmaktadır. Bu tanımlar ile insanlar kendilerine has benlik algısı oluşturmaktadır. Birey bu tanımlara başvurarak kendilerine özgü iç dünyalarını yansıtmaktadır. (Karaoğlu, 2010: 20). Gerçek anlamda benlik üzerinde bilişsel ve çevresel faktörler etkili olurken sosyal medyada sunulan benlik üzerinde kullanıcılar ve platformlar etkili olmaktadır (Kalafat Çat, 2021: 178).

Benlik kişinin kendisine ait bilgiler, farklı kişilerin o kişiye ait görüşleri ve bireyin kendisini değerlendirmesinden elde edilmektedir. Genelde bu bilgiler ve elde edilen değerlendirmeler çevrede hazır olarak bulunmaktadır. Birey kendisi hakkında sunulan şeyleri kendi benliğinin bir parçası olarak görür ve o şekilde ifade etmektedir. Genellikle de ona atfedilen benliğe göre davranmaya çalışır. Bireyin kendisinin oluşturduğu benlik ile çevresi tarafından oluşturulan benlik çoğu zaman birbiri ile çelişmektedir. Bu durumun sonucu olarak da birey iç çatışma yaşamaktadır (Cüceloğlu, 1996). Landau vd. (2011) benliği bireyin eylemlerini kendisinin değerlendirmesinden öte çevresi tarafından değerlendirilmesi olarak görmektedir. Benliğin bazı işlevleri vardır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir (Güney, 2009: 77):

- Kişinin çevresinde yer alan nesnelere ve insanlar ile bağlantıya geçmesi,
- Doğru olana uyum sağlayabilmek,

- Doğru olanı anlamak, denemek ve tanımlayabilmek,
- Kavramlar arasında bütünlük kurmak ve kavramları birleştirebilmek,
- Geleceğe yönelik amaçları ve beklentileri belli etmek,
- Bireyin kişiliğinde etkili olan kaygıdan kurtulabilmek için savunma mekanizmaları kullanmak.

Bunların dışında dijital dünyada yer alan gösterinin bir parçası olmak ve kendini arzu ettiği şekilde görünür kılmak isteyen birey, daha çok sosyal mecralarda aktifleşerek iletiler paylaşıp “ben de buradayım” demektedir. Ancak bu durum gündelik ve profesyonel hayata bir takım yeni alışkanlıklar eklerken bazı mevcut kavramların da anlamları değişmiştir. Benlik ve mahremiyet ilişkisi tam da bu noktada yer almaktadır. Dijitalleşmiş öznenin görünürlük ve mahremiyet ihtiyacı arasında bir çelişki bulunmaktadır. Pek çok konuda olduğu gibi sanal alanda da benlik sunumu, roller ve kimlikler arasında bir kaos söz konusudur (Tombul ve Sarı, 2021: 106).

## 2. Mahremiyet Kavramı

İnsanoğlu dünyaya gelişinden itibaren kendini arayış içerisinde. Bu gelişimin tarihine baktığımızda uzun çağlar içerisinde geçildiği ve büyük uygarlıklar inşa edildiği görülmektedir. Bütün bu gelişimlerin içerisinde insanların kendisini anlama çabasında büyük boşluklar olduğu ve bu boşlukları doldurmak içinde kendisini anlama çabasının hala devam ettiği görülmektedir. Bu merak uyandıran unsurlardan birisi de “mahrem”dir. İnsanın özüne indiğimizde mahrem bir varlık olduğunu görmekteyiz. İnsanın kendisi olabilmesi için mahremiyete ihtiyacı olduğu gibi, yine kendisi olabilmesi için mahrem alanını başkaları ile paylaşması da gerekmektedir (Köse, 2011; Vatandaş, 2020).

Mahremiyet kavramı ile ilgili bugüne kadar çok çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Mahremiyet “birey” kavramı ile birlikte değer kazanmaya başlamıştır. Günümüze değin yaşanan süreçteki değişimler, o dönemin içinde bulunduğu şartlar, kültür, dil, din, aile ve bireyler arasındaki farklılıklar sebebiyle mahremiyetin genel bir tanımının yapılmasını zor hale getirmiştir. Bauman (2009) toplumların genelinin birer anlam üretme fabrikası işlevinin olduğunu ifade etmektedir. İnsan yaşadığı toplumdan etkilenmektedir; bu nedenle mahremiyetin anlamı da içerisinde yer aldığı toplumdan topluma değişkenlik göstermekte ve o toplum içerisinde anlamlı olabilmektedir (Kulluk, 2022).

Mahremiyet kelimesinin kökü Arapçadan gelmektedir. Türk Dil Kurumu bu kelimeyi, “kişisel gizlilik ve gizlilik” olarak tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu Atasözleri ve Deyimler Sözlüğünde ise “bir kimsenin özel hayatını öğrenecek kadar ona yakın olmak” şeklinde tanımlanmaktadır (Dalgaldere ve Kılıç, 2015: 208). Mahremiyet kelimesinin sınırlarının belirlenmesinde gizlilik kelimesi yer almaktadır. Gizlilik kelimesi mahremiyetin sınırlarını belirlediği gibi bu sınırları güçlendirmektedir de. Mahremiyet insanın kendi oluşturduğu bir krallıktır. Kişi ‘ben kimim’ sorusuna kendisinin karar verdiği, kişinin hem tanınıp hem de saygı duyulduğu, tek ve bölünmez egemenliğin olduğu topraklardır (Bauman, 2009).

Mahremiyet kavramını 1980 yılında ilk kullanan kişi Brandeis’tir. Bu kavramı “yalnız kalma hakkı ve özgürlüğüne değer veren insanlar tarafından en çok önem verilen hak” olarak tanımlamış ve bu tanımlı yaparken de özgürlüğe de değinmiştir. Post (1990) mahremiyet ihlal edildiği zaman bireyin dokunulmaz bir kişiliğe sahip olma hakkının ve bireyin tek kalma hakkının ihlal edildiğini vurgulamaktadır. Bir kişinin dokunulmazlığı o kişinin tekliğini, bağımsızlığını ifade etmektedir. Hür bir bireye yapılan mahremiyet ihlali o kişinin özgürlüğüne de yapılmış demektir.

Petronio ise mahremiyet teorisini altı tez üzerinden açıklamaktadır. Bu tezler şu şekildedir (Child vd., 2009):

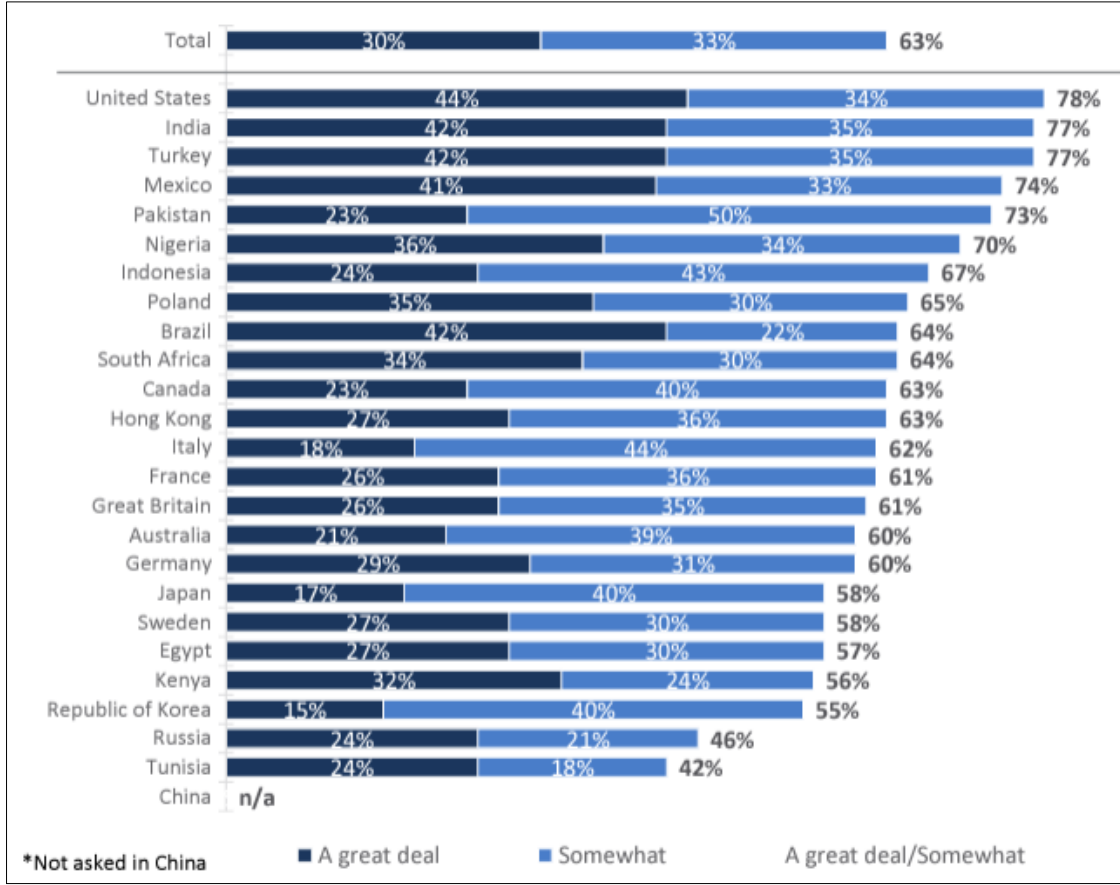
- Bireyin mülkiyeti nasıl kendisine aitse mahremiyeti de bu şekilde algılamaktadır. Mahremiyet de bireyin kendisine aittir.

- İletişime geçildiğinde de diğer bireyin özel bilgilerin erişimde belli kurallar vardır. Bu kurallar sayesinde mahremiyetin toplumsal ve özel kuralları belirlenmiş olur.
- Her bireyin kişisel bilgileri kendisine aittir. Bu sebeple paylaşımlardaki yetkinin de kendisine ait olduğunu düşünür.
- Bilgi denetimi hakkında sorunlar yaşanmaktadır. Var olan bilginin üçüncü bir şahsa aktarılmasında mahremiyetin belli kuralları üzerine tartışılmalı ve ortak bir karara varılmalıdır.
- Kişiyne ait özel bilgiler paylaşıldığı zaman ortak bir mahremiyet sınırı aşılmış olmaktadır. Bilgiye ulaşan kişilerle ortak bir alan oluşturulmalıdır.
- Ortak olarak tutulan bilgiler aktif olarak kullanılmadıkları zaman sınırlarla ilgili bir problem yaşanması kaçınılmazdır.

Mahremiyetin, insanın sosyal hayatı ve yaşamı üzerine önem arz eden bazı fonksiyonları bulunmaktadır. Mahremiyet ile birlikte insanlar kimlerle ne zaman ve hangi şekilde iletişime geçeceklerine dair önemli bir güce sahip olurlar. Örneğin; değer verdiğimiz insanlar ile kalabalık bir ortamda değil daha özel bir yerde baş başa görüşmek isteriz. Mahremiyet sayesinde iletişim anındaki kontrolü biz sağlamış oluruz. Kiminle yalnız kalmak istediğimize ve kim ile görüşmek istediğimize kendimiz karar veririz. Bizim kim olduğumuz ve karşımızdaki insanlar ile nasıl bir ilişkiye gireceğimize dair düşünme için gerekli olan zamanı kazanırız. Mahremiyet kimlik duygusunun gelişmesine katkı sağladığı gibi, kamusal alanlarda gün yüzüne çıkmayan duyguların açığa çıkmasına fırsat tanımıştır (Yüksel, 2003: 107).

Teknolojide yaşanan gelişmeler insanların yaşam tarzlarında da değişimlere sebep olmakla birlikte yeni teknolojik gelişmelerin küresel alanda kullanılması ile dünyadaki iletişim tarzı dijital ağlar üzerinden yapılmasında etkili olmuştur. Günümüzde toplumun çoğunluğu dijital platformu aktif olarak kullanmaktadır. Buna rağmen dijital mahremiyet bilgisi oldukça eksiktir ve bununla ilgili yasal düzenlemelerde mevcut değildir. (Zhao vd., 2023; Wilkowska, 2022: 4; Kulkarni ve Bedekar, 2022: 384). Prensky internetin yaygın olarak kullanıldığı dönemde doğan kişileri 'Dijital yerliler' olarak adlandırmıştır. Dijital ortamda dünyaya gelmemiş fakat dijital değişimlerden faydalanan kişilerde "Dijital Göçmenler" olarak adlandırmış ve bu kişilerin dijital ortamlara uyum sağladıklarında zorlandıklarını belirtmiştir (Prensky, 2021: 2).

Ipsos Araştırma ve Danışmanlık Şirketi'nin, Kanadalı düşünce kuruluşu CIGA (Center for International Governance Innovation) ile 2018 yılında gerçekleştirdiği 25 ülke ve Türkiye'nin de dâhil olduğu çalışmada insanların sosyal medya platformlarında mahremiyete olan bakış açılarını değerlendirmiştir. Yapılan bu çalışma sonucunda internet kullanıcıların bir yıl önceki seneye göre mahremiyet konusunda daha kaygılı olduklarıdır. Uygulanan çalışmaya katılan bu kişilerin %63'ü sosyal medyanın daha etkili olduğunu, %57'si ise arama motorlarının çok fazla etkiye sahip olduğunu düşünmektedir. Mahremiyet alanında yaşanan kaygıların sebebi olarak da: %74 oranında internet şirketleri, %66 oranında diğer internet kullanıcıları, %81 oranında da siber suçlar, %63 oranında da hükümet, %58 oranında yabancı hükümetler olarak sıralanmıştır. Mahremiyete karşı kullanıcıların aldıkları önlemlerde yapılan çalışmaya katılanların %36'sı anti virüs yazılımı kullandığını, katılanların %43'ü bilmedikleri bir adresten gelen e-mailleri açmadıklarını, %31'i şifrelerini düzenli değiştirdiklerini, %36'sı bazı web sitelerine özellikle girmediklerini %30'u ise bazı web uygulamalarını özellikle indirmelerini belirtmektedir (Ipsos, 2018). Şekil 1 de ülkelerin dijital ağda hissettikleri gizlilik kaygısı oranlarına yer verilmiştir:



**Şekil 1.** “Ipsos’un Yirmi Beş Ülkede Dijital Alanda Kaygı Düzeyi” Konusunda Yapmış Olduğu Araştırma (Kaynak: Ipsos, 2018: 6).

Yapılan araştırmada Amerika %78 oranla kaygı düzeyi yüksek olan ülkeler arasında ilk sırada yer alırken, Türkiye ve Hindistan %77 oranla kaygı düzeyi yüksek olan ikinci sırada yer alan ülkeler arasındadır. Tunus ise kaygı düzeyi en düşük ülkedir.

Chul Hun’ın (2017: 15-17) Şeffaflık Toplumu isimli kitabında belirttiği gibi “şeffaflık” günümüz moda kavramlarının en başında yer almaktadır. Mahremiyet sonrası olarak tanımlanan ideolojinin savunduğu gibi sosyal ağların getirdiği şeffaflıktan geri dönüş yoktur ve insanların bu duruma ayak uydurması gerekmektedir (Chul Han, 2017: 15-17). Mahrem olanın kalıplarını kırarak yeniden tanımlandığı sosyal ağlar arasında en önemlisinin Instagram olduğu kabulünden hareketle; çalışmanın bundan sonraki kısmında Instagram’da mahremiyet algısının benlik inşasına etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır.

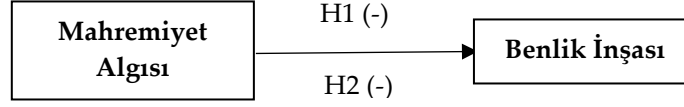
### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evreni Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerden oluşmaktadır. İletişim Fakültesinde öğrenim görmekte olan 1103 öğrenci bulunmaktadır. Bu sayı araştırma evrenini oluşturmaktadır. Evrenden örneklem seçme işleminde basit tesadüfi yöntemle 329 birey örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmanın örnekleme evreni temsil etme oranına göre %29 olarak belirlenmiş olup bu oran örneklemin evreni temsil ettiğini göstermektedir (Balci, 2001: 95; Tutar ve Erdem, 2020: 298).

### 3.2. Araştırma Modeli, Ölçekleri ve Veri Toplama Tekniği

Araştırmada alan araştırması yöntemi uygulanmıştır. Uygulama olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır; mahremiyet algısı, benlik inşası ile demografik özellikler hakkında sorulara yer verilmektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklerden ilki "Mahremiyet Bilinci Ölçeği"; Öztürk vd. (2019) tarafından geliştirilen ve 11 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmanın ikinci ölçeği olan benlik sunumu ölçeği, Özkan vd. (2022) tarafından geliştirilmiş olup 51 ifadeden oluşmaktadır. Araştırma modeli Şekil 2'de belirtilmektedir.



Şekil 2. Araştırma Modeli

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H1: Mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H2: Mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü etkisi vardır.

### 3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ile Güvenilirlik ve Geçerlilik Analiz Sonuçları

Araştırma ölçeklerinin güvenilirliklerini belirlemek amacıyla Cronbach Alfa testi uygulanmıştır. Alfa katsayıları; mahremiyet algısı ölçeği için  $\alpha = 0.871$  ve benlik inşası ölçeği için  $\alpha = 0.885$  olarak belirlenmiştir. Alfa sonuçları ölçeklerin güvenilir olduğu göstermektedir. Araştırma kapsamında yapılan temel bileşen analizine göre model yapısının geçerliliğini belirlemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. DFA için AMOS programı kullanılmıştır. İyi uyum ve geçerlilik ölçüleri ile araştırma modeli Tablo 1'de belirtilmektedir.

Tablo 1. Model-Veri Uyum Değerleri ile Tek Faktör Modeli-Veri Uyum Değerleri

Veri-Model Uyum İndisleri	Tek Faktör Model Veri-Model Uyum İndisleri	Karşılaştırmalı Model Uyumu
Ki-Kare (X2) = 3018,16	Ki-Kare Tek Faktör (X2) = 5823,17	$\Delta X2 = 2805,01$
CMIN/SD = 3.262	CMIN/SD = 9.546	
DF = 925, p<0,01	DF = 610	
NFI = 0.915	NFI = 0.518	
GFI = 0.891	GFI = 0.427	
TLI = 0.932	TLI = 0.572	
CFI = 0.929	CFI = 0.514	
RMSEA = 0.059	RMSEA = 0.181	

\*RMSEA (Root mean square error of approximation); 0.08 altında iyi bir model kabul edilir (Browne, 1993)

$\chi^2/SD$  (Relative Ki-Kare); 1 ile 5 arasında olması beklenir (Marsh ve Hocevar, 1985)

CFI (Comperative fit index); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (McDonald ve Marsh, 1990)

NFI (Normated fit index); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (Bentler ve Bonett, 1980)

GFI (Goodness of fit index); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (Tanaka ve Huba, 1985)

TLI (Tucker-Lewis indeksi); İyi model için 1'e yakın olması beklenir (Bentler ve Bonett, 1980)



Araştırma kapsamında tek faktörlü yapıya yönelik inceleme sonucunda elde edilen Ki-Kare ( $\chi^2$ ) bulguları değişkenler ile karşılaştırılarak anlamlı bir farkın bulunup bulunmadığı belirlenmiştir. Bu yöntemle araştırma modelindeki soruların ölçümünde ortak yöntem sapmasının var olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır (MacKenzie ve Podsakoff, 2012).

RMSEA, NFI, GFI, CFI ve TLI değerlerine yönelik sonuçlar Tablo 1’de gösterilmektedir. İki faktörlü araştırma modeline yönelik  $\chi^2$  değerlerinin anlamlı olduğu ( $p<0,01$ ) görülmektedir. Buna ek olarak,  $\chi^2/SD$  değeri 3,262 olarak belirlenirken bu değer 5’ten düşük olması sebebiyle araştırma modeli geçerlilik açısından uyum ölçütünü sağlamıştır. Diğer yandan RMSEA = 0.059, GFI = 0.891, TLI = 0.932, NFI = 0.915 ve CFI = 0.929 değerlerine ilişkin verilerin iyi uyum sağladığı da araştırma kapsamında görülmektedir (Tablo 1). Bu bulgular neticesinde araştırma kapsamında ortak yöntem sapmasının olmadığı belirlenmiştir (MacKenzie ve Podsakoff, 2012). Verilerin analizinde tek faktörlü model ile çok faktörlü model arasında uyum olup olmadığını belirlemek amacıyla  $\chi^2$  değerlerine “Ki-Kare Fark Testi” analizi uygulanmış ve anlamlı farkın olduğu görülmüştür (Tablo 1). Elde edilen bu sonuçlar araştırma modelinin iyi uyum sağladığını göstermektedir. Tablo 2 ve Tablo 3’te ölçeklere yönelik t değerleri, standartlaştırılmış faktör yükleri ve ortalamalar belirtilmektedir.

**Tablo 2.** Mahremiyet Algısı Ölçeği Faktör Yükleri

Mahremiyet Algısı Ölçeği İfadeleri	Ort.	Standart	
		Faktör	t
		Yükleri	
Mahremiyetimi kesinlikle korumak isterim.	2,67	0,921	8,607
Başkalarının, arkadaşlarımla yaptığım konuşmaları dinlemelerini istemem.	3,01	0,945	9,443
Kişisel bilgilerim, herkes tarafından bilinmemelidir.	2,67	0,916	9,726
Kendi mahremiyetimi koruyacak şekilde davranırım.	2,39	0,821	8,821
Genellikle tanımadığım kişilerin mahremiyetini koruyacak şekilde davranırım.	2,59	0,903	9,237
Yabancı kişilerin mahremiyetini genellikle düşünmem.	3,21	0,901	9,425
Arkadaşlarımla mahremiyetini genellikle düşünmem.	2,71	0,877	8,742
Genellikle arkadaşlarımla mahremiyetini koruyacak şekilde davranırım.	2,71	0,812	8,866
Toplu taşıma araçlarını kullanırken başkalarının telefonlarına bakmamayı alışkanlık hâline getirdim.	3,12	0,972	9,652
Yabancı kişiler arasındaki konuşmaları kasıtlı olarak dinlerim	3,25	0,921	9,772
Yabancı biri yakınımda telefon ile görüşürken onu kasıtlı olarak dinlerim	3,51	0,911	9,921
<b>Ortalama Değerler</b>	<b>2,89</b>	<b>0,900</b>	<b>9,292</b>

Zenofobi ölçeğine ilişkin faktör bulguları Tablo 3’te belirtilmektedir.

Tablo 3. Benlik İnşası Ölçeği Faktör Yükleri

Benlik İnşası Ölçeği İfadeleri	Ort.	Standart	
		Faktör Yükleri	t
Başkalarının takdirini kazanmak için onları öven cümleler kurarım.	2,71	0,923	10,771
İnsanların sempatisini kazanmak için zayıflıklarımı kullanırım.	2,70	0,920	10,761
Beni kabul etmeleri için insanlara onlarla benzer tutumlara sahip olduğumu söylerim.	3,30	0,921	10,012
İnsanları kendi tarafıma çekmek için onlara iltifat ederim.	3,12	0,913	9,617
Bir şey istediğimde, başkalarına iyi görünmeye çalışırım.	2,59	0,901	8,138
Beni sevmeleri için insanlara iyilik yaparım.	2,62	0,873	9,617
Daha sonra bana yardım etsinler diye insanlara yardım ederim.	2,81	0,891	9,761
İnsanların benim için bir şeyler yapmalarını sağlamak adına onlara benden daha güçlü veya becerikli olduklarını söylerim.	2,77	0,882	9,561
İnsanlardan yardım almak için onların bazı şeyleri yapamayacağıma inanmalarını sağlarım.	2,91	0,865	9,551
Başka insanların hoşuna gidecek görüşler ifade ederim.	2,95	0,881	9,697
Yanlış bir şey yaptığımda özür dilerim.	2,31	0,902	9,712
Açık bir şekilde benim hatamdan kaynaklanan kötü bir davranış için suçlamaları kabul ederim.	2,76	0,953	8,232
Eğer birine zarar verirsem özür diler ve bunu bir daha yapmayacağıma dair söz veririm.	2,66	0,911	9,712
Yanlış bir şey yaptığımda pişmanlık ve suçluluk hissettiğimi ifade ederim.	2,90	0,876	9,792
Başkalarına verdiğim herhangi bir zararı telafi etmeye çalışırım.	3,12	0,891	9,661
İnsanlara nasıl davranmaları gerektiği konusunda model olmaya çalışırım.	3,12	0,812	9,512
İnsanlara örnek olmaya çalışırım.	3,25	0,881	9,217
İnsanların beni olumlu bir örnek olarak görüp model almaları için çabalarım.	3,06	0,915	8,872
Başkalarının da benim gibi doğru davranışlarda bulunmaları için çabalarım.	3,42	0,922	9,615
İnsanlara örnek olmaya çalışırım.	2,92	0,934	9,291
Başkalarının yanlış bulabileceği bir şeyi yapmadan önce davranışima dair açıklamalar yaparım.	3,12	0,899	9,553
İnsanlardan gelebilecek olumsuz tepkileri azaltmak için davranışımı gerekçelendiririm.	2,99	0,923	9,342
Başkalarının beğenmeyebileceği eylemlerimi önceden gerekçelendiririm.	2,92	0,913	10,332
Başkalarının olumsuz algılayabileceği bir şeyi yapmadan önce onların onayını almaya çalışırım.	3,02	0,902	10,432
Başkalarının gözünü korkuturum.	3,11	0,932	10,192
İnsanlara istediğim şeyleri yaptırmak için benden korkacakları şeyler yaparım.	3,21	0,914	9,452
İnsanların benden korkmasını sağlayacak şekilde davranırım.	2,98	0,903	8,334
İstediğimi elde etmeme yardımcı olarsa insanları tehdit ederim.	2,77	0,912	9,344
İnsanları etkilemek için gerekirse bedenimi ve gücümü kullanırım.	2,89	0,934	9,243
Davranışım başkalarına ne kadar kötü görünürse görünsün, o davranışım için sağlam nedenler sunarım.	2,98	0,884	9,164
İnsanlar davranışımı olumsuz olarak değerlendirdiklerinde, davranışimde haklı olduğumu anlayacakları açıklamalar yaparım.	3,19	0,812	9,578

Olumsuz bir eylemden sonra, insanların benim yerimde olsalardı aynı şeyi yapacaklarını anlamaları için uğraşırım.	3,23	0,882	9,146
Suçlanmaktan kaçınmak için zarar verme niyetimin olmadığını söylerim.	3,31	0,901	9,346
İşler ters gittiğinde, neden bundan sorumlu olmadığını açıklarım.	3,14	0,956	8,842
Bir şey için suçlandığımda mazeretimi belirtirim.	3,66	0,900	9,234
İnsanları olumsuz olaylardan sorumlu olmadığıma ikna etmeye çalışırım.	3,33	0,893	9,182
Başkalarının zor bulduğu bir işi iyi yaptığım zaman insanlara bundan bahsederim.	3,43	0,872	9,682
Yaptığım ancak diğer insanların fark edemediği olumlu şeylere dikkat çekerim.	3,34	0,802	9,345
Sahip olduğum şeylerden bahsederken o şeylerin değerinden de söz ederim.	3,51	0,882	9,653
İnsanlara başarılarımdan bahsederim.	3,08	0,941	8,723
Verdiğim hediyelerin değeri azımsandığında o hediyelerin gerçek değerini vurgularım.	2,77	0,844	9,182
Bir işte başarılı olduğumda, o işin ne kadar önemli olduğunu vurgularım.	2,74	0,955	9,483
Kaygı performansımı engeller.	2,98	0,812	8,891
Bir şeyi iyi yapmak için çok fazla baskı hissettiğimde hastalanırım.	3,11	0,853	9,322
Eğitim hayatımda, kronik bir hastalığım olmasa da ortalama bir öğrenci olmamın nedeni sağlığımın pek de iyi olmamasıdır.	3,32	0,873	9,213
Başarımlarımın önüne engeller çıkarırım.	3,43	0,890	9,102
Yapmadığım şeyler üzerinde hak iddia ederim.	3,14	0,934	8,921
Popüler olmayan gruplar hakkında olumsuz şeyler söylerim.	3,64	0,930	8,734
Kendimi daha iyi göstermek için başkalarını eleştiririm.	3,31	0,862	8,882
Bir grupla bir proje üzerinde çalışırken sunduğum katkıyı olduğundan daha fazlaymış gibi gösteririm.	3,25	0,921	8,531
Benimle yarışan kişilerin olumsuz özelliklerini abartırım.	3,44	0,943	9,452
<b>Ortalama Değerler</b>	<b>3,06</b>	<b>0,896</b>	<b>9,390</b>

Araştırmada kurgulanan modele göre ölçek ifadelerinin mevcut durumu ölçüp ölçmediğine yönelik iki yöntem kullanılmış olup bu yöntemler; yakınsama geçerliği (convergent validity) ve ıraksama geçerliği (discriminant validity) yöntemleridir (Churchill Jr, 1979; Erdem, 2021a). Tablo 2 ve Tablo 3'te görüleceği üzere ölçeklere yönelik ifadelerin standartlaştırılmış faktör yükleri 0,5'ten yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca faktör yüklerine yönelik incelemede parametrik değerlendirme t değerlerinin 8,13 ile 10,77 arasında değiştiği belirlenmiştir. Analiz sonuçlarında elde edilen bu değerler ışığında araştırma modeli anlamlı ve uyumlu olarak belirlenmiştir (Hair vd., 2006). Tablo 4'te ölçeklerin toplam değerleri belirtilmektedir.

**Tablo 4.** Ortalama, Korelasyon, Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ortalama	S. S	CR	AVE	1	2
1. Mahremiyet Algısı	2.89	.981	.867	.781	-	
2. Benlik İnşası	3.06	.973	.832	.779	-.616**	-

Not: SS, standart sapma; \*0,05 düzeyinde anlamlıdır (çift-yönlü). \*\*0,01 düzeyinde anlamlıdır (çift-yönlü)

Tablo 4'e göre araştırma kapsamında elde edilen verilerin Average Variance Extracted-(AVE) yani ortalama açıklanan varyans değerlerine göre yakınsama geçerliliği belirlenmiştir. Araştırma modelinin AVE değeri 0,5'ten yüksek olması (Mahremiyet algısı: 0,781 ve Benlik İnşası: 0,779) ile ölçek ifadelerinin örtük değişkenlerinin geçerli olduğu söylenebilir (Fornell ve Larcker, 1981; Hu ve Bentler, 1999). Ayırt edici geçerliliğe yönelik ölçekler arasında korelasyon değerinin (0,616) 0,80'den küçük olması ile araştırma

modelinin iraksama ayırt edici geçerliliğini sağladığını göstermektedir (Kline, 2014; Erdem, 2021b). Diğer yandan Tablo 4'te belirtildiği üzere korelasyon değerlerinin 0,80 değerinden düşük ve anlamlı olması iraksama ayırt edici geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir.

## 4. Bulgular

### 4.1. Demografik Bulgular

Araştırmadaki katılımcıların yaş, cinsiyet, sınıf ve alan değişkenlerine göre demografik bilgileri, Tablo 5'te belirtilmektedir

**Tablo 5.** Demografik Bulgular

Cinsiyet	F (Sıklık)	% Yüzde	Alan	F (Sıklık)	% Yüzde
Kadın	159	48,3	Gazetecilik	76	23,1
Erkek	170	51,7	Radyo	165	50,2
			Televizyon		
			Sinema		
			Halkla İlişkiler Tanıtım	88	26,7
<b>Toplam</b>	<b>329</b>	<b>100,00</b>	<b>Toplam</b>	<b>329</b>	<b>100,00</b>
Yaş	F (Sıklık)	% Yüzde	Sınıf Düzeyi	F (Sıklık)	% Yüzde
18-20	148	44,9	1. Sınıf	94	28,6
21-24	105	31,9	2. Sınıf	81	24,6
25-30	67	20,5	3. Sınıf	76	23,1
31-35	9	2,7	4. Sınıf	78	23,7
<b>Toplam</b>	<b>329</b>	<b>100,00</b>	<b>Toplam</b>	<b>329</b>	<b>100,00</b>

Tablo 5'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin %48,3'ü kadınlardan, %51,7'si erkeklerden oluşmaktadır. Yaş değişkenine göre katılımcıların %44,9'u 18-20, %31,9'u 21-24, %20,5'i 25-30 ve %2,7'si 31-35 yaş arası bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların alanlarına yönelik bulgulara göre %23,1'i Gazetecilik bölümünde, %50,2'si Radyo Televizyon Sinema bölümünde ve %26,7'si ise Halkla İlişkiler Tanıtım bölümünde olduğu belirlenmiştir. Son olarak katılımcıların %28,6'sı 1. Sınıf, %24,6'sı 2. Sınıf, %23,1'i 3. Sınıf ve %23,7'si ise 4. Sınıfta oldukları belirlenmiştir.

### 4.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmada kurgulanan ilk hipotezin test edilmesine yönelik Korelasyon analizi uygulanmış olup korelasyon değerleri Tablo 6'da belirtilmektedir.

**Tablo 6.** Korelasyon analizi sonucu

Değişken	Benlik İnşası
Mahremiyet Algısı	-0.616**

Korelasyon analizinde mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki belirlenmiştir ( $r=-.616$ ,  $p<.001$ ). H1 hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmada kurgulanan ikinci hipotezin test edilmesi için verilere yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli analizine sonucunda doğrudan etki sonuçlarına yönelik değerler Tablo 7'de belirtilmektedir.

Tablo 7. Doğrudan Etki

Değişkenler	β	t	SE	P
Mahremiyet algısı-Benlik İnşası	-0.561	-7.153	0.081	***

Not: SH, standart hata; \*0.05, \*\*0.01, \*\*\*0.001 düzeyinde anlamlı (çift yönlü)

Tablo 7'de görüleceği üzere Mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $\beta=-.561$ ,  $t=-7.153$ ,  $p<0.001$ ). Elde edilen bu sonuca göre mahremiyet algısının benlik inşasını negatif yönde anlamlı olarak etkilediği görülmektedir. H2 hipotezi desteklenmiştir.

## Sonuç

Bireyler ancak ihtiyaçları karşılandığı sürece toplum ile birlikte ve kurallara uyarak yaşarlar. Bireyler istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasıyla huzurlu bir şekilde yaşayabilirler. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde de belirttiği gibi bireylerin ilk ihtiyaçları fizyolojik ihtiyaçlardır. Bireyler hayati ihtiyaçları olan fiziksel ihtiyaçlarının karşılanmasını birincil sırada talep ederler. Fizyolojik ihtiyaçları karşılanan bireylerin ikincil ihtiyaçlarının güvenlik ihtiyacı olduğunu belirten Maslow, bireylerin bu ihtiyaçlarının karşılanmasından sonra üçüncü basamak ihtiyaçlarını tatmin etmek istediklerinden bahsetmektedir. Üçüncü ihtiyacının ise sevmeye, sevilme ve sosyalleşme ihtiyacı olduğunu belirten Maslow'a göre bu ihtiyacın tatmin edilmesi önemlidir. Maslow'un da belirttiği bireylerin sosyalleşme ihtiyaçları tatmin edilmediği sürece toplumlarda sorun ve huzursuzluk baş gösterecektir. Bu doğrultuda bireyler sosyalleşme ve eğlence ihtiyaçlarını internet ortamındaki sosyal medya platformlarında giderme eğilimi göstermektedir.

Sosyal medya alanında bireyler rahatlıkla iletişim kurmakta, mesajlarını doğru kanallarla doğru kişilere ulaştırmaktadır. Sosyal medya bu kapsamda kolaylıkla mesaj atılabilecek, kolaylıkla mesaj, resim ve fotoğraf gönderilebilecek bir alan olması açısından bireylerin işlerini kolaylaştırmaktadır. Diğer yandan teknolojinin gelişmesi ile bireyler her ne kadar kolay iletişim kurar hale gelmişlerse de toplumların durumları ve dünyada görülen birtakım krizler iletişimin zorlaşmasına da neden olmaktadır. İnternetin de birçok etik sorunlara yol açtığı da bilinmekle birlikte bu sorunların başında mahremiyet ve benlik gelmektedir.

Araştırmada mahremiyet algısı ve benlik inşası alguları Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi lisans öğrencileri örnekleminde bir uygulama yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre mahremiyet algısının benlik inşası algısı üzerinde negatif yönlü anlamlı bir etkisinin ( $p<0.001$ ) bulunduğu belirlenirken buna ek olarak mahremiyet algısı ile benlik inşası arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki ( $p<0.001$ ) de tespit edilmiştir. Araştırma bulgularından mahremiyet algısının benlik inşası algısını zayıflattığı belirlenmiştir. Bireyler Instagram ve diğer internet platformlarında kendilerini ya çok farklı olarak tanıtmaya eğiliminde olmakta ya da kendileri ile ilgili bilgileri göstermeme eğiliminde olmaktadır. Bu doğrultuda beğenilme arzusu içerisinde olan bireyler benliklerini doğrudan sergilememekte veya daha manipülatif yollarla kendilerini farklı olarak göstermektedirler. Diğer bir ifadeyle Instagram gibi internet ortamlarında benliklerini sergilemek istemeyen ve bu platformlara güvenmeyen, mahremiyet algıları yüksek olan bireylerden internet ortamında benliklerini olduğu gibi göstermeleri beklenmemelidir.

Gelişen teknoloji ile birlikte bireylerin kendilerini topluma kabul ettirmeleri, beğenilme arzusu, kendini gerçekleştirme isteği gibi durumlar nedeniyle bireyler kendilerini topluma daha açık hale getirmişlerdir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında mahremiyet algısı yüksek olan bireylerin benlik inşalarının düştüğü belirlenmiştir. Literatürde araştırma bulgularını destekleyen çalışmalara rastlanılmıştır. Yang vd. (2018) bireylerin sosyal medya ve internet ortamında mahremiyet algılarından dolayı benliklerini ya manipülatif olarak ya da hiç göstermeme eğiliminde olduklarını belirtmişlerdir. Bu doğrultuda ilgili yazar mahremiyet

algısının benlik inşasını zayıflattığını belirtmektedir. Karayel Bilbil ve Atalay (2020) Instagram kullanıcılarının mahremiyet ve benlik algıları üzerine yaptıkları kavramsal araştırmalarında mahremiyet algısı ile benlik inşası kavramlarını sadece cinsiyet değişkenine göre incelemişlerdir. Suveren ve Zeren Kosal (2021) benlik inşası ve mahremiyet algısının etkileşimi üzerine yaptıkları sosyolojik kavramsal araştırmalarında iki değişken arasında bir gerilimin olduğundan bahsetmektedirler. Zhou (2022) iki farklı sosyal medya olan WeChat ve Weibo örneğinde yaptığı araştırmada muhafazakâr internet platformlarından bireylerin benliklerini daha kolay ortaya koyduklarını belirtirken bireylerin güvenmedikleri ve muhafazakâr olmayan internet platformlarında daha korumacı olduklarını belirlemişlerdir. Bu araştırmaya sonucunda mahremiyet algısının benlik inşasını zayıflattığı sonucuna ulaşmışlardır. Literatürde de görüleceği üzere mahremiyet algısının benlik inşası üzerinde negatif yönlü etkileşiminin olduğuna dair görüşün hâkim olduğu görülmekle birlikte bu durumda araştırma bulguları ile literatür sonuçları örtüşmektedir.

Araştırma vereninin Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden elde edilmesi bir sınırlılıktır. Bu kapsamda araştırmanın teorik önerileri olarak daha farklı üniversitelerde veya daha farklı kurum ve kuruluşlarda araştırma yapılması farklı örneklerle araştırma uygulamasının tekrarlanması önerilebilir. Diğer yandan araştırma verilerinin anket yöntemiyle uygulanması yani nicel araştırma yöntemi uygulanırken ilgili öğrencilerden derinlemesine mülakat yapılmaması da bir kısıt olarak gösterilebilir. Bu doğrultuda daha farklı örneklerle mülakat yöntemiyle karma araştırma yapılması da önerilmektedir. Diğer yandan araştırmanın pratik önerileri olarak mahremiyet algısı ve benlik inşasını konu edinen ilköğretim okulları ile üniversitelerde eğitici çalışma ve derslerin müfredata konulması önerilebilir. Ayrıca medya okuryazarlığı, mahremiyet algısı ve benlik inşası gibi durumları kapsayan internet ortamında nasıl davranılacağına yönelik televizyon, gazetece ve internet ortamlarında eğitici yayınların yapılması da pratik öneriler arasında gösterilebilir.

## **Kaynakça**

- Atasoy, M. U. (2018). İnternet reklamlarının tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi. Yaşar Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ayaburi, E. W. ve Treku, D. N. (2020). Effect of penitence on social media trust and privacy concerns: The case of Facebook. *International Journal of Information Management*, 50: 171-181.
- Balcı, A. (2001). Sosyal bilimlerde araştırma. Yöntem, Teknik ve İlkeler, Ankara: PegemA Yayınları.
- Bauman, Z. (2009). Sosyolojik Düşünmek (6. Baskı). Çeviren: Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bentler, P. M. ve Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological bulletin*, 88(3): 588.
- Browne, M. W. (1993). Alternative ways of assessing model fit. *Testing structural equation models*, 136-162.
- Child, J. T., Pearson, J. C. ve Petronio, S. (2009). Blogging, communication, and privacy management: Development of the blogging privacy management measure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(10): 2079-2094.
- Cüceloğlu, D. (1996). İnsan ve davranışı (7. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi* (50): 254-277.
- Dalgaldere, S. ve Kılıç, E. (2015). Büyük veri ve mahremiyet sorununa eleştirel bir bakış. R. Çelik & S. Dalgaldere (Edt.), *Yeni ve geleneksel medya okumaları*, İstanbul: İskenderiye, 201-219.

- Değer, B. E. & Sine Nazlı, R. (2022). Sosyal Medyada Influencer Etkisi Bağlamında Benlik Sunumu. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 15 (2) : 25-45 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/usaksosbil/issue/74678/1210396>
- Durak, H. ve Seferoğlu, S. S. (2016). Türkiye'de Sosyal Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Ağ Kullanım Örüntülerinin İncelenmesi. Journal of International Social Research, 9(46).
- Erdem, A. T. (2021a). The Moderator Role Of Generations X And Y İn The Effect Of Resource Dependency Management Strategy on Corporation Entrepreneurship: Ankara Ostim Industry Case. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(1): 55-62.
- Erdem, A. T. (2021b). Ethical Leadership, Service İnnovation and Psychological Capital İnteraction: A Research in Nevşehir Hotel Sector. Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 515-532.
- Ersanlı, K. (1996). Benliğin gelişimi ve görevleri. Eser Ofset, Samsun.
- Farooq, A., Dahabiyeh, L. ve Javed, Y. (2023). When Whatsapp Changed Its Privacy Policy: Explaining Whatsapp Discontinuation Using in Enablers-İnhibitors' Perspective. Online Information Review.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
- Goffman, E. (2009). Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity: Simon and Schuster.
- Güney, S. (2009). Sosyal Psikoloji, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Basım, Ankara.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis (Vol. 6).
- Hu, L. t. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria For Fit İndexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal, 6(1), 1-55.
- Ipsos. (2018, mayıs 25). Game Changers. <https://www.ipsos.com/tr-tr/internet-ve-mahremiyet-ipsos-25-ulkede-arastirdi> adresinden alındı. Erişim Tarihi: 01.08.2023.
- İşman, A., Buluş, B. ve Yüzüncüyıl, K. S. (2016). Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu. TRT Akademi, 1(2), 608-619.
- Kalafat Çat, A. (2021). Virtual Identities and Self-Presentation in Social Media Instagram Mothers, New Paradigms within the Communication Sciences, (Ed. Enes Emre Başar, Pınar Bacaksız). UK: Cabridge Scholar Publising, 172-187.
- Karaoğlu, G. (2010). Kamusal ve Özel Alan Ekseninde Medya ve Mahremiyet. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Karayel Bilbil, E. ve Atalay, D. (2020). Sosyal Medya Ekseninde Mahremiyetin Dönüşümü ve Benlik İnşası. Global Media Journal TR Edition, 10(20), 176-195.
- Kırık, A. M. ve Yazıcı, N. (2017). Instagram Örneği Üzerinden Sosyal Medyada Hikâye Anlatıcılığı. Erciyes İletişim Dergisi, 5(2), 82-99.
- Kline, P. (2014). An Easy Guide to Factor Analysis: Routledge.
- Köse, H. (2011). Medya Mahrem: Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar: Ayrıntı Yayınları.
- Kulkarni, S., & Bedekar, M. (2022). Perception of Privacy in a Data Driven World. Int. J. Mod. Trends Sci. Technol, 8, 380-388.

- Kulluk, R. (2022). Sosyal Medyada Mahremiyetin Değişiminin Habitusun Dönüşümü Üzerinden İncelenmesi: Konya Örneği. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Landau, M. J., Vess, M., Arndt, J., Rothschild, Z. K., Sullivan, D. ve Atchley, R. A. (2011). Embodied metaphor and the “true” self: Priming entity expansion and protection influences intrinsic self-expressions in self-perceptions and interpersonal behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(1), 79-87.
- Lis, A. ve Iwankowski, P. (2021). Why is dense vegetation in city parks unpopular? The mediative role of sense of privacy and safety. *Urban Forestry & Urban Greening*, 59, 126988.
- MacKenzie, S. B. ve Podsakoff, P. M. (2012). Common method bias in marketing: Causes, mechanisms, and procedural remedies. *Journal of retailing*, 88(4), 542-555.
- Marsh, H. W. ve Hocevar, D. (1985). Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: First-and higher order factor models and their invariance across groups. *Psychological bulletin*, 97(3), 562.
- McDonald, R. P. ve Marsh, H. W. (1990). Choosing a multivariate model: Noncentrality and goodness of fit. *Psychological bulletin*, 107(2), 247.
- Özkan, Ö. S., Durna, G. ve Arzu, A. (2022). Psychometric Evaluation Of The Turkish Version Of The Self-Presentation Tactics Scale. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 779-800.
- Öztürk, D., Eyüboğlu, G. ve Göçmen Baykara, Z. (2019). Mahremiyet bilinci ölçeği: Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Turkiye Klinikleri J Med Ethics*, 27(1)(1), 57-64.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently?. *On the horizon*, 9(6), 1-6.
- Prensky, M. (2009). H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom. *Innovate: Journal of Online Education*, 5(3).
- Post, R. C. (1990). Rereading Warren and Brandeis: Privacy, property, and appropriation. *Case W. Res. L. Rev.*, 41, 647.
- Rogers, E. M. (1986). “Communication Technology” (Vol. 1). Simon and Schuster.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.
- Sabuncuoğlu, A. ve Gülay, G. (2016). Sosyal Medyada Görsel Paylaşımından Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(15).
- Sine, R. (2017). *Alternatif Medya ve Haber, Literatürk: Konya*.
- Sönmez, G. , Keskin, S. , Laleh, N. & Kömür, G. (2022). Dijital Hikâye Anlatısı Olarak Instagram Kimliği: ‘Biyografi’ Yazma Kültürü Üzerine İnceleme . *Yeni Medya* , 2022 (13) , 127-147 . DOI: 10.55609/yenimedya.1150306
- Suveren, Y. ve Zeren Kosal, A. G. (2021). Sosyal medyada ‘benliğin sunumu’: Benlik ve mahremiyetin sunumunun bireysel ve toplumsal anlamı üzerine sosyolojik bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 1226-1241.
- Tanaka, J. S. ve Huba, G. J. (1985). A fit index for covariance structure models under arbitrary GLS estimation. *British journal of mathematical and statistical psychology*, 38(2), 197-201.



- Tombul, I. (2018). Sosyal Medyada Mahremiyetin Dönüşümü ve Gençlerin Mahremiyete Bakışı, Yeni Medyaya Yeni Yaklaşımlar, Literatürk: Konya, 131-175.
- Tombul, I. & Sarı, G. (2021). Transformation of Self Presentation in Virtual Space. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi , 2021 (53) , 93-108 . DOI: 10.47998/ikad.85284
- Tutar, H., ve Erdem, A. T. (2020). Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve SPSS uygulamaları. Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- Vatandaş, S. (2020). Mahremiyetin Dönüşümü Ve İletişim Araçları. HUMANITAS-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 8(16), 437-458.
- Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 5(20), 3348-3382.
- Wilkowska, W., Offermann, J., Spinsante, S., Poli, A., & Ziefle, M. (2022). Analyzing technology acceptance and perception of privacy in ambient assisted living for using sensor-based technologies. Plos one, 17(7), e0269642.
- Xiao, L. ve Mou, J. (2019). Social media fatigue-Technological antecedents and the moderating roles of personality traits: The case of WeChat. Computers in Human Behavior, 101, 297-310.
- Yang, M., Cao, C. ve Liao, H. (2018). Social media privacy concerns and self presentation. Paper presented at the 2018 International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME).
- Yüksel, M. (2003). Modernleşme ve mahremiyet. Kültür ve İletişim, 6(11), 75-108.
- Zhou, S. (2022). The Influence of Social Platform Privacy on Self-Construction and Public Opinion Tendency--Sina Weibo and WeChat as Examples. Journal of Education, Humanities and Social Sciences, 4, 155-161.
- Zhao, J., Wang, G., Dally, C., Slovak, P., Edbrooke-Childs, J., Van Kleek, M. ve Shadbolt, N. (2019). I make up a silly name' Understanding Children's Perception of Privacy Risks Online. Paper presented at the Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- Zhao, Y., Yao, Y., Fu, J., & Zhou, N. (2023). {"If} sighted people know, I should be able to {know:"} Privacy Perceptions of Bystanders with Visual Impairments around Camera-based Technology. In 32nd USENIX Security Symposium (USENIX Security 23) (pp. 4661-4678).