

SOSYAL MEDYA VE DEĞİŞEN MAHREMİYET

“FACEBOOK MAHREMİYETİ”¹

Mücahid ZENGİN²

Güldane ZENGİN³

Hüseyin ALTUNBAŞ⁴

ÖZET

Facebook, Twitter ve benzeri “sosyal medya” olarak adlandırılan sitelerin gelişimi internette bilgi paylaşım şeklimizi değiştirmiştir. Bilginin anlık paylaşılabilir olması özellikle de gençlerde akıllarından geçenleri takipçileri ile hemen paylaşma isteği oluşturmaktadır. Ancak anlık paylaşım ve takipçiler tarafından “beğenilme” ihtiyacı paylaşılanların uzun vadede doğuracağı sonuçlar düşünülmeden gönderilmesine sebep olmaktadır. Özellikle gençlerin sosyal medya sitelerindeki gizlilik ayarlarına güvenerek daha rahat davranmaları mahkemede bitebilecek durumlara kapı açmaktadır. Bu çalışma gençlerin Facebook’ta mahremiyete bakış açılarını ele almaktadır. Çalışmada kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 145 Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencisine anket yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen verilere göre, katılımcılar Facebook üzerinde paylaşılan bilgilerin olumsuz bir sonuç doğurabileceğinin farkındadır, ancak olası risklerin boyutlarının ve risklerin kaynağının farkında değildir. Paylaşılan içeriklerin arkadaş listelerinin dışına çıkmayacağını düşünmektedirler. Buna ek olarak, olumsuz sonuçlara maruz kaldığını belirten erkek katılımcıların oranının kadın katılımcılardan daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, Facebook, mahremiyet, mobil internet

SOCIAL MEDIA AND THE CHANGING PRIVACY

“FACEBOOK PRIVACY”

ABSTRACT

Social media sites such as Facebook and Twitter have changed the way we share information on the internet. Since it is possible to share instantly, especially the youth wants to send anything that comes to their mind instantly to their followers. But this instant nature of the sharing in social media and the need to get liked by followers causes them to share information without thinking through. The belief that the privacy settings of social media sites can hide all these information may result in cases that end in the court. In this study we have conducted

¹ Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde 6-8 Kasım 2013 tarihinde gerçekleştirilen Medya ve Mahremiyetin Sınırları Ulusal Sempozyumu’nda sunulan bildirinin gözden geçirilmiş halidir.

² Arş.Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, mucahidzengin@gmail.com

³ Arş.Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, guldanezengin@gmail.com

⁴ Doç.Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, haltunbas@selcuk.edu.tr

a survey on 145 Selcuk University Communication Faculty students to examine the perspectives of youth about the privacy on Facebook. According to the data gathered, the participants are aware of some risks involved with sharing on Facebook, but they are not aware of the scope or source of the risks. They believe that the post that they share can be viewed only by the people in their friends list. It is also found that male participants suffer from negative consequences more than female participants.

Keywords: Social media, Facebook, privacy, mobile internet

Giriş

İnternetin cep telefonlarımıza kadar girdiği, bilgi paylaşımının son derece kolaylaştığı bir çağda yaşamaktayız. İnsanlar artık günlük hayatlarında yaşadıkları şeyleri, akıllarından geçenleri anlık olarak paylaşmakta ve paylaşılanları tüketmektedirler. Sosyal medyada bilginin viral olarak çok hızlı bir şekilde milyonlarca kişiye yayılabildiği göz önüne alındığında, sosyal medyanın kimi zaman fırsat, kimi zaman ise tehdit olabileceği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Zira böyle bir ortamda üzerinde fazla düşünmeden yapılan bilgi paylaşımları, mahremiyet konusunda yeni problemleri beraberinde getirmektedir. Bu çalışma, gençlerin Türkiye’de en çok kullanıcıya sahip olan sosyal paylaşım ağı Facebook sitesinde yaptıkları paylaşımların boyutlarını, risklerin farkında olup olmadıklarını, bu riskleri ne seviyede önemsediklerini ele alarak, sosyal ağlarda mahremiyet algısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaçla öncelikle internet, sosyal medya ve sosyal ağ siteleri anlatılacak, ardından sanal dünyadaki gerçek mahremiyet riskleri ele alınacaktır. Son olarak araştırma bulgularına yer verilecektir. Çalışmanın ana sorunsalını “Gençlerin sosyal ağlarda mahremiyet algısı nasıldır?” sorusu oluşturmaktadır.

1. İnternet ve Sosyal Medya

İnternetin yaygınlaşması ve web sitelerinin gelişen teknik altyapısı internet üzerinde etkileşimi arttırmış, sosyal medyanın ve sosyal ağ sitelerinin önünü açmıştır. 90’lı yılların başında insanlar internet üzerinden görüşmek için WELL (Whole Earth ‘Lectronic Link – Dünya Çapında Elektronik Bağlantı) ve benzeri sistemleri kullanmışlardır. WELL kullanıcıları bilgisayar ortamında yazışmış, arkadaşlık kurmuş, hatta gerçek hayatta buluşmalar ayarlamıştır (Chen, 2011: 755). Ancak internette kalıcı bir şekilde var olmak için insanların kendilerine birer kişisel web sayfası yapmaları gerekmiştir. “Homepage” adı verilen bu statik web sayfalarında kişiler kendilerini tanıtmış (Kaplan ve Haenlein, 2010: 60), ilgi duydukları konuları

yazmış, beğendikleri sitelerin bağlantılarını ve evcil hayvanlarının fotoğraflarını paylaşmıştır. Kimi sitelerde e-posta adresi vermiş, kimilerinde de ziyaretçi defteri yer almıştır; ancak etkileşim bundan ibarettir. Bu statik web sayfaları çeşitli yazılımlar aracılığıyla üretilebilse de, internette var olmak için teknik bilgiye ihtiyaç duyulmuştur.

İnsanların internette daha kolay var olabilme ihtiyacı Blogger ve benzeri internet günlüğü yazma sitelerinin önünü açmıştır. Bir blog sahibi olmak için çok az teknik bilgiye ihtiyaç vardır (Akar, 2010: 47). Adı “blog” olsa da, bu siteler “homepage”lerin yerine geçmektedir, zira insanlar bloglarda da ilgi duydukları konularda paylaşım yapmaktadır.

Bloglara paralel olarak, belirli alanlara odaklanmış sosyal medya siteleri ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, Kaplan ve Haenlein (2010: 61) tarafından şu şekilde tanımlanmıştır: “*Sosyal medya, Web 2.0’ın teknolojik ve ideolojik temelleri üzerine kurulan ve kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin oluşturulmasına ve paylaşılmasına imkan veren bir grup internet tabanlı uygulamadır*”. Web 2.0’ın temel prensipleri arasında internetin uygulama çalıştırmak için bir platform olarak kullanılması, kullanıcılara içeriklerinin kontrolünü verme ve içeriği daha kolay paylaşmak için yeni metotların kullanımı bulunmaktadır (Whittaker’dan aktaran: Akar, 2010: 11). Fotoğraf paylaşmak ve fotoğrafçılık odaklı konularda bir gruba dahil olmak için Flickr, video paylaşmak için YouTube, müzik dinlemek ve müzisyenler etrafında topluluklar oluşturmak için Last.FM gibi siteler kullanılmaktadır.

2. Sosyal Ağ Siteleri

Facebook, Twitter, LinkedIn gibi sosyal ağ siteleri “sosyal medya” kavramının kapsamı içerisinde değerlendirilebilir. Sosyal ağ siteleri insanların tanıdıkları ile iletişim kurmasını, eski arkadaşları ile tekrar görüşmesini, ve hobiler, ilgi alanları, topluluklar ve arkadaş çevreleri dolayısıyla yeni insanlarla ilişki kurmasını sağlar (Zhang vd., 2010: 13).

Sosyal ağlar temelde şu özelliklere sahiptir (Zhang vd., 2010: 13):

- Kullanıcılarının profilleri aracılığıyla kendilerini dijital ortamda ifade etmelerine olanak sağlar.

- Diğer sosyal ağ kullanıcıları ile ilişkilerini, yani arkadaş / takipçi listelerini ortaya koymalarını sağlar.
- Kullanıcıların gerçek dünyada var olan sosyal ilişkilerini sanal ortamda da yönetmelerine olanak sağlar.
- İlgi alanları, mekan ve aktiviteleri temel alarak yeni ilişkilerin oluşmasına olanak sağlar.

Sosyal ağların tarihi 1997 yılına kadar uzanmaktadır. Boyd ve Ellison'a göre ilk sosyal ağ sitesi 1997'de kurulan SixDegrees.com'dur (2007: 214). Bu site kullanıcılarına profil oluşturma, arkadaşlarını listeleme ve 1998'den itibaren de arkadaş listelerinde gezinebilme imkanı vermekteydi. Site ticari olarak sürdürülebilir olamamış ve 2000 yılında kapanmıştır. O yıllarda internetin günümüzdeki kadar yaygın olmaması arkadaş olarak eklenebilecek kişileri sınırlamıştır. Buna ek olarak insanlar birilerini ekledikten sonra da yapılacak bir şey bulamamışlardır. 2001'de ise Ryze.com ile ticari bağlantılar kurma amaçlı ilk sosyal ağ sitesi ortaya çıkmıştır 2002 yılında kurulan Friendster ise "arkadaşlarının arkadaşlarını" bulmayı sağlaması dolayısıyla dikkat çekmiştir. Ancak Friendster'in kurumların, müzik gruplarının vb. profil oluşturmalarına izin vermemesi 2003'te kurulan MySpace'in önünü açmıştır (Boyd ve Ellison, 2007: 214-217).

Mark Zuckerberg 2004 yılında Harvard'daki yurt odasında Facebook'un temellerini thefacebook.com adresinde atmıştır. Facebook ilk olarak sadece Harvard e-posta adresi olan öğrencilerin kullanabileceği özel bir site olarak açılmıştır. Yeni girdikleri yabancı üniversite ortamında arkadaşlıklar kurmak isteyen öğrenciler için Facebook bulunmaz bir kaynak olmuştur. Sitenin sadece Harvard öğrencileri ile sınırlı olması kullanıcıların paylaşma istediğini arttırdığı gibi, sitenin adı duyuldukça sadece belirli kişilerin girebildiği bu özel kulübe katılmak isteyenlerin sayısı da artmış, site herkese açılmıştır (Delaney, 2013: 88). Bugün Facebook'un 1 milyarın üzerinde kullanıcısı bulunmaktadır (Facebook, 2013).

Sosyal ağ siteleri insanların yeni "homepage"i olmuştur. Önceleri sadece gerekli teknik bilgiye sahip kişiler internette bir şeyler paylaşabilirken, sosyal ağ sitelerinin getirdiği kolaylıklar sayesinde herkes paylaşım yapabilme imkânına sahip

olmuştur. E-posta mesajı göndermek yerine Facebook mesajı göndermek (Qualman, 2011: 52-53); MSN Messenger gibi programlarda mesajlaşmak yerine Facebookta mesajlaşmak; web sitesi adresi vermek yerine Facebook sayfası adresi vermek; blog’da yazmak yerine Facebook’ta paylaşmak popüler olmuştur.

Sosyal ağların önemli özelliklerinden biri paylaşımın kolaylaştırılmış olmasıdır. Beğenme, tekrar paylaşma, bildirimler gibi özellikler dolayısıyla bilgi daha hızlı bir şekilde yayılır olmuştur. Sosyal ağlar yaygınlaşmadan önce de insanlar e-posta mesajlarını birbirlerine yönlendirmekteydi, ancak bilginin sosyal ağlar üzerindeki yayılımı e-posta üzerindeki yayılımdan daha etkilidir (Qualman, 2011: 110).

Buna ek olarak, sosyal ağlar insanların kendileri hakkında bir şeyler paylaşmasını teşvik etmektedir. Sosyal ağların mesaj gönderim kutularının kullanıcılarına “Ne yapıyorsun?” ve benzeri şekilde sorular sormakta, fotoğraflarda kişileri etiketlemeyi tavsiye etmekte, bulunduğunuz konunun GPS koordinatlarını istemektedir. Örneğin Twitter 2006’da açıldığında ilk kullanıcılardan cevaplamasını istediği soru şu olmuştur: “Şu anda ne yapıyorsun?” Kimileri yemekte ne yediğini yazmıştır, kimileri benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle bağlantı kurmuştur, kimileri de hayatları hakkında yazdıkları detaylara bakarak yabancıları tanımaya çalışmıştır (Chen, 2011: 755).

3. Dijital Dünyada Mahremiyet

Mahremiyet (privacy), “Yalnız kalma hakkı”, “kişisel bilgileri diğerlerinden koruma hakkı” gibi şekillerde tanımlanabilmektedir. İnternetin gelişimi “bilgilerin gizli kalması” noktasının da mahremiyet kapsamına girmesini gerektirmektedir (Chen ve Michael, 2012:44). Altman’a göre ise mahremiyet kişiler arası sınırları belirleme sürecidir. Buna göre insanlar kiminle ne kadar bilgi paylaşacaklarını belirlerler. Amaç sadece gizlemek değildir, hem bağlantı kurmak istenir, hem de bu bağlantı belirli sınırlar içerisinde tutulur. Böylece bir denge yakalanmaya çalışılır (Tüfekçi, 2008: 21).

Geçmişte günlük tutulur ve sıkı sıkı saklanırken, bugün akla gelen her şey internet üzerinden yüzlerce kişi ile paylaşılmaktadır. Ancak sosyal ağlarda atılan bir mesaj silinse bile pek çok kişiye ulaşmaktadır. Tüfekçi (2008: 21)’nin de belirttiği gibi, dijital iletişim kalıcı olmaktadır. Yazılanlar web siteleri, internet servis sağlayıcıları,

arama motorları tarafından arşivlenmektedir. Bu mesajlar ilişkileri zedeleyebilmekte, yasal sıkıntılara, işten atılmalara sebep olabilmektedir (Qualman, 2011: 124). Yurtdışında işverenlerin bir kişiyi işe almadan önce Facebook hesabını göstermesini istediği durumlar bile yaşanmaktadır (Delaney, 2013: 91-92). Bir araştırmada işverenlerin %63'ünün sosyal ağ sitelerinde adaylarla ilgili gördüklerine dayanarak iş başvurularını reddetmiştir (Chauhan, 2013: 130). Hayatlarına dair pek çok detayı paylaşan kişiler, kötü niyetli kişilere açık kapı bırakmaktadır.

Facebook'ta varsayılan paylaşım ayarı, arkadaş listesindeki kişilerle paylaşımıdır. Facebook'a üye olan bir kişi hiçbir ayarı değiştirmeden yazmaya, fotoğraflar göndermeye başlarsa, bu gönderiler sadece o kişinin arkadaş listesindeki kişiler tarafından görülebilir. Ancak bu durum paylaşılan şeylerin güvende olduğunu göstermemektedir. Zira Facebook'ta arkadaş sayısını yükseltmek için yabancılar bile arkadaş olarak eklenebilmektedir (Chen ve Michael, 2012: 49). Bu durum "arkadaşlar" ile sınırlı olan bir profilin görünürlüğünü arttırmaktadır (Brandtzæg, 2010: 1007). Arkadaş listesini gruplara ayırıp bu mesajların sadece belli arkadaşlara gitmesini sağlayan ayarlar olsa da, özellikle de genç kullanıcılar bundan haberdar olmayabilir (Mannen, 2010: 1026). Cinsiyeti dâhil, pek çok bilgisi muğlak olan, aslında var olmayan bir öğrenciyeye Facebook hesabı açmış, okuldaki diğer öğrencilere gönderdiği arkadaşlık isteklerine %72 oranında olumlu cevap almıştır (Lemieux, 2012:291). Benzer araştırmalarda arkadaşlık isteklerine %30 ile %41 oranında olumlu cevap verildiği görülmüştür (Debatin vd., 2009: 87). Bununla birlikte arkadaş ekleme konusunda sosyal baskılar da olabilmektedir. Örneğin bir kişi patronundan gelen arkadaşlık isteğini reddetmekte zorlanabilir, böylece iş hayatı ile özel hayatını istemeden de olsa birbirine katmak zorunda kalabilir (Mannen, 2010: 1027).

Bilginin dijitalleşmesi mahremiyet konusunda üç sıkıntıyı beraberinde getirmiştir (Tüfekçi, 2008: 22):

- Mekansal sınırların olmaması: Kişi bir sınıfta, bir kafede, bir restoranda ise, izlerkitlesi duvarlar, kapılar ya da uzaklıkla sınırlıdır. Dijital dünyada ise bu sınır kalkmaktadır.
- İzlerkitlenin gelecekte var olabilmesi: Bilginin kayıt altına alınabilmesi ve kalıcı olabilmesi bir bilginin gelecekte de tüketilebilmesine olanak

vermektedir. Artık bir kafede yapılan konuşma geçici ve sadece o anda orada bulunanlara yönelik değildir, çünkü kaydedilip gelecekte kontrol edemediğimiz, haberimiz bile olmayan bir izlerkitle tarafından dinlenebilir.

- Sanal ve fiziksel ortamların kesişmesi: Bir kişi bir partide uygun davranışlar sergilemiş olsa da, bu kişinin partide çekilip sosyal ağ sitelerinden birine yüklenen bir fotoğrafı, fotoğraf o kişinin hayatının tamamını yansıtmıyor olsa bile, potansiyel işverenler tarafından uygunsuz kabul edilebilir.

Zhang ve arkadaşlarına göre (2010: 13) sosyal ağ siteleri üye olmayı ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmak adına mahremiyet kontrol mekanizmalarını özellikle zayıf tutmaktadır. Tüfekçi ise (2008: 20) gençlerin internette gönüllü olarak hayatlarına dair detayları paylaşmasını ebeveynlerin anlamakta zorlandığını belirtmektedir; gençler görülmek ve fark edilmek istemektedir. North Carolina üniversitesinde yapılan bir araştırmada gençlerin %96,2'sinin doğum günlerini, %83,2'sinin ilişki durumlarını, %74,7'sinin siyasi görüşünü ve %16,4'ünün cep telefonu numaralarını paylaştıkları ortaya çıkmıştır (Tufekci 2008: 23).

Kimi bireylerin gönüllü olarak kişisel bilgilerini ifşa etmesine karşın kimilerinin de rızaları dışında kişisel bilgileri kullanılmaktadır. Her iki durumda da mahremiyetleri tehlike altına girmektedir. Westin'e göre mahremiyete yönelik tehditler şu şekildedir (Yüksel, 2003: 185-186):

- Kişinin kendini ifşa etmesi (Self-revelation): İnsanların kendileri hakkında yaptıkları açıklamalarla özel yaşam alanlarını sınırlandırmasıdır.
- Merak (Curiosity): Kültüre ve bireye göre değişmekle birlikte, evrensel bir eğilimdir.
- Gözetleme (Surveillance): Temel sosyal kontrol araçlarından biridir. Gözetim teknikleri zaman içerisinde gelişmiştir. Üç türünden söz edilebilir: Gözlem, ifşa ettirme ve iletişimin kayıt cihazlarıyla kaydedilip yeniden üretilmesi.

Bu tehditlerin üçünün de Facebook için geçerli olduğu söylenebilir. Facebook'ta kişiler kendilerine dair bilgileri ifşa etmekte, diğer kişiler ifşa edilen bu bilgilere bakıp merak duygularını tatmin etmekte, paylaşılanlar ana-baba, sevgili/eski

sevgili, öğretmenler, işverenler/potansiyel işverenler, devlet kuruluşları vb. tarafından takip edilebilmektedir. Yüksel'in (2013: 183) de belirttiği gibi, günümüzde mahremiyete yönelik tehditler sadece devlet birimlerinden değil, özel kişi ve kuruluşlardan da gelebilmektedir.

Kullanıcılar sosyal ağlarda bilgilerini gizlemeyi seçmiş olsalar bile, arkadaş listelerindeki kişilerin eylemleri sonucu gizlemek istedikleri bilgilerin bir kısmı açığa çıkabilir (Zhang vd., 2010: 13). Bir kullanıcı fotoğrafını ya da bulunduğu yerleri paylaşmasa da, arkadaşlarından birinin paylaştığı fotoğrafta ve koordinatlarda onu etiketlemesi sonucu bu bilgileri ortaya çıkabilir.

Sosyal ağ sitelerinde ortaya çıkan güvenlik problemlerinin bazıları aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Abdulhamid vd., 2011: 34-35):

- **Virüsler:** Web sayfalarına gömülebilen ya da bir linke tıklanması ile bilgisayara yüklenebilen zararlı yazılımlar.
- **Araçlar:** Sosyal ağ hesaplarını ele geçirme amaçlı çeşitli yazılımlar saldırganlar tarafından kullanılabilir.
- **Sosyal Mühendislik Saldırıları:** Saldırganlar güvenilir kaynaklardan geliyormuş gibi gözükten e-posta mesajları ya da linkler aracılığıyla özel bilgilerinizi vermeniz için çaba harcayabilir.
- **Kimlik Hırsızlığı:** Saldırganlar, kişinin internette paylaştığı bilgileri kullanarak adınıza hesap açabilir.
- **Üçüncü-parti Yazılımlar:** Bazı sosyal medya siteleri kişilerin hesaplarına web tarayıcısı üzerinden çalışan yazılımlar yüklenmesine izin vermektedir. Bu yazılımlar kimi zaman paylaşmak istenilmeyen, ya da kullanıcının paylaştığından haberi dahi olmayan verilere erişebiliyor olabilir. Örneğin, arkadaş listenizdeki tüm kişilerin e-posta adresleri gibi.
- **Ticari Verilere Yönelik Tehditler:** Şirket içinde olanlara, ticari anlaşmalara, müşterilere dair verilere sosyal ağ sitelerinde yer vermek rakiplerin işine yarayabilir.

- **Profesyonel Saygınlığa Yönelik Saldırıları:** Sosyal ağ sitelerinde kullanıcıların kendi istekleri ile paylaştıkları veriler kişinin kariyerine olumsuz etki yapabilir. Pek çok şirket bir kişiyi işe almadan önce internette neler paylaştığını incelemektedir.
- **Kişisel İlişkilerin Zedelenmesi:** Sosyal ağ sitelerine anlık gönderim yapılabilmesi kimi zaman sonuçları üzerinde düşünülmeden, daha sonra pişman olunabilecek paylaşımlar yapılmasına neden olmaktadır. İnternette paylaşılan bir verinin kontrolü paylaşan kişiden çıkmaktadır.
- **Kişisel Güvenlik Tehditleri:** Paylaşılan kimi bilgiler kullanıcıların kişisel güvenliği açısından tehdit oluşturmaktadır. Örneğin kullanıcıların evden uzakta olduğunu belirtir mesajlar göndermesi hırsızlık riski doğurabilir.

Ortalama bir kullanıcının profilinde hangi okula gittiği, evcil hayvanına hangi ismi verdiği, ailevi detayları vb. bilgiler bulunduğu ve bu tür bilgilerin çeşitli internet sitelerindeki “şifremi unuttum” bölümlerinde güvenlik amacıyla sorulduğu düşünülürse, riskin büyüklüğü anlaşılabilir (Chen ve Michael, 2012: 49). Çeşitli çalışmalarda edinilen sonuçlara göre, kullanıcılar güvenlik risklerinin farkında olsalar bile kişisel bilgilerini paylaşmaya devam etmektedir (Henson vd., 2011: 255). Mahremiyete yönelik dışarıdan gelebilecek tehditlere ek olarak, Facebook’un kendisinin de tehdit oluşturduğu söylenebilir. Facebook’un üyeleri hakkında topladığı veriler ve bunların ticari kullanımı göze görünmemektedir (Debatin vd., 2009:88). Halbuki Facebook kurulduğu günden beri pek çok tartışmaya konu olmuştur. Beacon programı, Facebook Connect programı, kullanıcı sözleşmesinde sessizce yapılan değişiklikler ve benzerleri tartışılmaktadır (Hoy ve Milne, 2010: 30).

4. Facebook’ta Mahremiyet Üzerine Yapılan Çalışmalar

Stutzman ve arkadaşları (2011), yaptıkları araştırmada, gizlilik bildirgesini okuyan katılımcıların daha az mesaj paylaşımı yaptıkları bulgusuna ulaşmışlardır. Yazarlar, gizlilik bildirgesini okumanın mahremiyet ile ilgili kaygıları artırdığını, ancak gizlilik bildirelerinin ve gizlilik ayarlarının basitleştirilmesinin faydalı olabileceğini belirtmişlerdir.

Nosko ve arkadaşları (2010), katılımcıların yaşı yükseldikçe, profillerde paylaşılan kişisel bilgi seviyelerinin azaldığını bulmuşlardır. Bu çalışmada, katılımcıların bilgi paylaşımı seviyelerinde, politik ve dini görüş paylaşımı dışında, cinsiyete dayalı bir anlamlı farklılık bulunmamıştır. Erkeklerin, politik ve dini görüşlerini kadınlara göre daha fazla paylaştıkları bulunmuştur.

Fogel ve Nehmad (2009), 205 üniversite öğrencisine yaptıkları araştırmada, kadınların mahremiyet kaygılarının erkeklere göre daha fazla olduğu, erkeklerin telefon numaralarını ve ev adreslerini daha fazla paylaşma eğiliminde olduklarını, sosyal ağlarda profilleri olan kullanıcıların, olmayanlara göre daha fazla risk alma eğilimi bulunduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Hoy ve Milne (2010), sosyal ağlarda mahremiyet ihlalleri ile ilgili kaygıların hem erkekler, hem de kadınlarda düşük olduğunu bulgusuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte, kadınların erkeklere göre daha fazla kaygı duydukları da bulunmuştur. Kadınlar aynı zamanda paylaştıkları bilgilerin nasıl kullanıldığı hakkında bilgi sahibi olmanın kendileri için önemli olduğunu belirtmiştir.

Kolek ve Saunders (2008) üniversite öğrencilerinin Facebook profillerinde neler paylaştıklarını incelemiş ve öğrencilerin %48.1'inin adreslerini, %14,6'sının telefon numarasını paylaştıklarını; %87,3'ünün profil resmi olarak kendi fotoğraflarını kullandıklarını bulmuştur. Buna ek olarak, kadınların erkeklere göre daha fazla paylaşım yaptıkları da bulgular arasındadır.

Acılar ve Mersin'in (2015) 789 katılımcı üzerine yaptığı anket çalışmasında Facebook kullanan ve kullanmayan öğrencilerin mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucuna göre Facebook kullanmayan katılımcıların, kullananlara göre daha çok mahremiyet kaygısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte araştırmada, Facebook kullanan katılımcıların arkadaş sayısı, Facebook kullanma sıklığı ve Facebook'ta bir gün içinde geçirilen ortalama süre ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı bir negatif ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Zengin ve Zengin'in (2015) 514 katılımcının yer aldığı çevrimiçi anket ile yaptıkları çalışmada katılımcıların Facebook'ta sahip oldukları arkadaşlarının nitelikleri mahremiyet konusunda etkili olmaktadır. Katılımcıların Facebook

arkadaşları önceden tanıdıkları kişilerden oluştuğu için Facebook'u yeni arkadaşlar edinilen bir ortam olarak görmemektedirler. Katılımcılar, Facebook'taki arkadaşlarının seçiminde temkinli davranmak, profiline yüklediği fotoğraflar konusunda titiz davranmak, dâhil olduğu grupları dikkatli seçmek gibi davranışlarla mahremiyetlerini korumaktadır. Ancak sosyal ağın güvenlik ayarları yoluyla mahremiyetin korunması o kadar da güçlü değildir. Dolayısıyla katılımcılar mahremiyetlerini seçicilik yoluyla koruduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, araştırmada cinsiyetler arasında mahremiyet kaygısı açısından bir farklılık olup olmadığı da sorgulanmış, istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmasa da ağırlıklı ortalamalara göre kadınların daha fazla mahremiyet kaygısı güttükleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Öz (2014)'ün çalışmasına göre Facebook'un günlük kullanım süresi arttıkça, mahremiyetin olumsuz sonuçları hakkındaki farkındalık seviyesi de artmaktadır. Buna ek olarak, farkındalıkları yüksek olan katılımcıların Facebook'taki paylaşımlarını sadece arkadaşlarıyla sınırlandırma eğiliminde oldukları bulgusuna ulaşılmıştır.

Yukarıdaki literatür taramasının ışığında, bu çalışmada aşağıdaki sorular yanıtlanmaya çalışılacaktır:

Araştırma sorusu 1: Katılımcıların Facebook kullanım sıklığı nedir?

Araştırma sorusu 2: Katılımcılar Facebook kullanımının doğurabileceği mahremiyet risklerinin farkında mıdır ve bu riskleri önemsemekte midir?

Araştırma sorusu 3: Katılımcılar Facebook kullanımının sonucu olumsuz sonuçlara maruz kalmış mıdır ve bu konuda cinsiyete dayalı bir farklılık var mıdır?

Araştırma sorusu 4: Katılımcılar Facebook'ta farklı türlerde verileri ne düzeyde paylaşmaktadır?

5. Yöntem

Araştırma örneklemini gençlerin sosyal medyayı yoğun olarak kullanması dolayısıyla Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi olarak belirlenmiştir. Araştırma Eylül-Ekim 2013 tarihlerinde fakülteadaki tüm bölümlere uygulanmıştır. Uygulama öncesinde ön test uygulanmış ve yapılan düzenlemeler sonucunda 155 lisans

öğrencisine kolayda örneklem metodu uygulanarak anket uygulaması yapılmış olup 10 anket çeşitli nedenlerle geçersiz sayılmıştır. Toplamda uygulanan geçerli anket sayısı 145'tir.

Anketten elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Anketin ilk bölümünde katılımcıların Facebook kullanımı ile ilgili bilgileri elde etme amaçlı sorulara yer verilmiştir. Ardından katılımcıların Facebook'ta hangi tür paylaşımları ne sıklıkta yaptığına dair 8 soruya yer verilmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar "Hiçbir zaman", "Nadiren", "Arasına", "Sıklıkla" ve "Her zaman" seçenekleri ile birbirinden ayrılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise fayda, farkındalık ve önemseme kategorilerinde 13 soruya yer verilmiştir. Katılımcılar bu sorulara cevap verirken "Kesinlikle Katılmıyorum", "Katılmıyorum", "Kararsızım", "Katılıyorum" ve "Kesinlikle Katılıyorum" seçeneklerinden birini seçmiştir. Bir sonraki bölümde katılımcıların Facebook'ta hangi tür kişisel bilgilerini kimlerle paylaştıklarını öğrenmeyi amaçlayan 8 soru sorulmuştur. Son olarak, Facebook'ta kişisel bilgilerin paylaşılması sonucu oluşabilecek olumsuz durumlar listelenerek, katılımcıların bu durumlara maruz kalıp kalmadığı sorgulanmıştır. Anket demografik bilgiler alınarak sonlandırılmıştır.

6. Bulgular

Araştırma, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin Halkla İlişkiler, Gazetecilik, Radyo TV Sinema ve Reklamcılık bölümlerinde, 1. ila 4. sınıflarda okumakta olan 17-24 yaş arasındaki gençlere yapılmıştır. Katılımcıların %44,4'ü kadın, %55,6'sı erkektir.

6.1. Facebook Kullanımı

Katılımcıların %49,7'si Facebook'a bilgisayardan, %47,6'sı cep telefonundan, %2,8'i tableten bağlanmaktadır. Cep telefonundan bağlanma oranının yüksekliği dikkat çekicidir. Katılımcıların %90'ı Facebook'u evde kullandıklarını belirtmiştir. Okulda kullananların oranı %6,3'tür. Katılımcıların %71'i, günde birkaç kez Facebook'a girmektedir. Günde bir girenlerin oranı %17,2 iken, haftada birkaç kez diyenlerin oranı %8,3'tür. Buna göre katılımcıların %88,2'si her gün Facebook'a girmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Facebook'taki arkadaşlarının sayısı

		N	Minimum	Maximum	\bar{X}	SS
Facebook'ta kaç arkadaşınız var?	Toplam	142	50,00	1350,00	357,06	229,15
	Kadın	63	50,00	750,00	299,58	20,93
	Erkek	78	53,00	1350,00	406,14	29,57

Katılımcıların Facebook'taki arkadaş sayıları 50 ile 1350 arasında değişmektedir. Ortalama arkadaş sayısı 357'dir. Kadınların ortalama arkadaş sayısı 299 iken, erkeklerin arkadaş sayısı 406'dır. Yapılan bağımsız örneklem t-testine göre, ankete katılan kadınlarla erkeklerin arkadaş sayıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($t=2,810$; $sd=139$; $p<0,05$).

Bununla birlikte "Facebook'taki arkadaş sayım ne kadar çoksa o kadar iyi" ifadesine katılımcıların çoğu katılmadıklarını belirtmiştir. Bu ifadeye katıldığı belirtenlerin oranı sadece %6,8 iken, katılmayanların oranı %80'dir ($\bar{X}=1,86$; $ss=1,00$). Kadınların ve erkeklerin bu ifadeye katılım değerleri arasında da anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($t=-,407$; $sd=142$; $p>0,05$).

Katılımcılara, Facebook'ta neler paylaştıklarına dair sorular sorulmuştur. Katılımcılar "Hiçbir zaman", "Nadiren", "Ara sıra", "Sıklıkla" ve "Her zaman" seçeneklerinden birini seçmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Facebook'ta paylaştıkları içerikler

	Hiçbir Zaman	Nadiren	Ara Sıra	Sıklıkla	Her Zaman	\bar{X}	SS
Profil resmi olarak kendi fotoğraflarımı kullanırım	4,1	3,4	4,1	17,9	70,3	4,46	1,02
Kendi fotoğraflarımı paylaşıyorum	5,5	12,4	47,6	22,8	11,7	3,22	0,99
Siyaset ve gündem ile ilgili görüşlerimi yazarım	22,4	28,0	26,6	14,7	8,4	2,58	1,22
O andaki ruh halimi yazarım	22,2	36,1	27,8	10,4	3,5	2,36	1,04
Firmalar ile ilgili şikâyetlerimi yazarım	45,5	34,3	16,8	2,1	1,4	1,79	0,89
Yediğim içtiğim şeylerin fotoğraflarını paylaşıyorum	60,7	26,9	8,3	3,4	0,7	1,56	0,84

Katılımcıların %70,3'ü "Profil resmi olarak kendi fotoğraflarımı kullanırım" ifadesine "Her zaman" cevabını vermiştir. Bu ifadeye "Hiçbir zaman" cevabını veren katılımcıların oranı sadece %4,1'dir. Katılımcılardan kendi fotoğraflarını hiçbir zaman

paylaşmayanların oranı %5,5'te kalmaktadır. Ağırlıklı ortalamalara bakıldığında, profil resmi olarak kendi fotoğrafını paylaşma ($\bar{X}=4,46$) ve kendi fotoğraflarını paylaşma ($\bar{X}=3,22$) maddelerinin öne çıktığı söylenebilir. Buna ek olarak, yapılan t-testi sonuçlarına göre, erkekler ($\bar{X}=2,01$; $ss=0,94$) firmalarla ilgili şikayetlerini kadınlara ($\bar{X}=1,53$; $ss=0,74$) göre daha fazla yazmakta ($t=3,28$; $sd=140$; $p<0,05$) ve yine erkekler ($\bar{X}=2,79$; $ss=1,25$), siyaset ve gündem ile ilgili görüşlerini kadınlara ($\bar{X}=2,34$; $ss=1,12$) göre daha fazla paylaşmaktadır ($t=2,20$; $sd=140$; $p<0,05$).

6.2. Fayda

“Facebook arkadaşlarımla iletişimi kolaylaştırıyor” ifadesine katılımcıların %87,6'sı katıldığını ifade etmiştir ($\bar{X}=4,15$; $ss=0,96$) . “Facebook’un hayatımda önemli bir yeri var” ifadesinde ise katılanların oranı %41,7, katılmayanların oranı %35,4, kararsızların oranı %22,9’dur ($\bar{X}=3,09$; $ss=1,21$) . Facebook olmasaydı arkadaşları ile daha az görüşebileceğini ifade eden katılımcıların oranı %30,1 iken, bu ifadeye katılmayanların oranı %50,4’tür ($\bar{X}=2,65$; $ss=1,28$) .

Sonuçlardan görüleceği üzere katılımcılar Facebook’un iletişimi kolaylaştırdığını düşünmekle beraber, Facebook’u hayatlarının olmazsa olmazı olarak da görmemektedir.

6.3. Farkındalık

Facebook kullanımının mahremiyet açısından risklerinin farkında olup olmadıklarını anlamak için katılımcılara aşağıdaki sorular yöneltilmiştir. Katılımcılar “Kesinlikle Katılmıyorum” (SD), “Katılmıyorum” (D), “Kararsızım” (N), “Katılıyorum” (A) ve “Kesinlikle Katılıyorum” (SA) seçeneklerinden birini seçmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Facebook kullanımının mahremiyet açısından riskleri hakkındaki farkındalıkları

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{X}	SS
Facebook'ta paylaştığım bir şeyin gizlilik ayarını herkes olarak işaretlediysen bunu internetteki herkes görebilir.	7,7	9,1	9,8	38,5	35,0	3,83	1,21
Facebook'ta paylaşılan şeyler insanın başını derde sokabilir	2,8	8,5	28,4	39,0	20,6	3,80	1,97
Paylaşılan şeyler insanın kişisel güvenliğini tehlikeye sokabilir.	11,3	15,6	20,6	36,9	15,6	3,29	1,23

Facebook'taki uygulamalar-oyunlar benim kişisel bilgilerime erişebilir.	19,3	22,1	20,0	27,9	10,7	2,88	1,30
Gizlilik ayarlarımı yapmış olsam bile Facebook'ta paylaştığım şeyleri arkadaş listem dışındaki kişiler görebilir.	29,4	28,0	15,4	19,6	7,7	2,48	1,30

Facebook'ta paylaşılan bir şeyin herkese açık olması, Facebook üyesi olması gereksiz internete girebilen herkesin o şeyi görebilmesi anlamına gelmektedir. Bunun doğru anlaşılıp anlaşılmadığını anlamak için katılımcılara yöneltilen “Facebook'ta paylaştığım bir şeyin gizlilik ayarını herkes olarak işaretlediysen bunu internetteki herkes görebilir.” ifadesine %63,5'i katıldığını belirtmiştir. Ağırlıklı ortalamaya bakıldığında ($\bar{X}=3,83$) katılımcıların bu ifadeye “Katılıyorum” cevabı verdikleri görülmektedir. “Gizlilik ayarlarımı yapmış olsam bile Facebook'ta paylaştığım şeyleri arkadaş listem dışındaki kişiler görebilir.” ifadesine katılanların oranı ise 27,3'tür. Ağırlıklı ortalamaya göre ($\bar{X}=2,48$) katılımcıların bu ifadeye “Katılmıyorum” cevabı verdikleri söylenebilir. Ancak kişinin sadece arkadaş listesi ile paylaştığı şeyleri arkadaşlarından birinin kaydedip, herkese açık bir şekilde yayınlama olasılığı her zaman bulunmaktadır.

Katılımcıların %52,5'i “Facebook'ta paylaşılan şeyler insanın kişisel güvenliğini tehlikeye sokabilir” ifadesine katıldığını belirtirken, %26,9'u katılmadığını ifade etmiştir ($\bar{X}=3,29$). Katılımcılar bu ifade konusunda kararsızdılar. “Facebook'ta paylaşılan şeyler insanın başını derde sokabilir” ifadesine ise %59,6 oranında katıldıklarını ifade etmişlerdir ($\bar{X}=3,80$). Bu ifadeye katılıyor olmaları, bir risk olduğunun farkında olduklarını göstermektedir. Ancak “Facebook'taki uygulamalar-oyunlar benim kişisel bilgilerime erişebilir.” ifadesine %38,6 katıldığını, %31,4'ü katılmadığını belirtmiştir ($\bar{X}=2,88$). Bu konudaki farkındalığın yeterince yüksek olmadığı söylenebilir.

Yapılan t-testlerinde katılımcıların bu sorulara verdikleri yanıtlarda cinsiyet açısından istatistiki olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bununla birlikte, “Facebook'taki uygulamalar-oyunlar benim kişisel bilgilerime erişebilir.” sorusu haricindeki tüm sorularda, erkeklerin ortalamaları daha yüksek değerdedir.

6.4. Önemseme

Katılımcılara “Facebook’ta kimlerin arkadaşlık isteğini kabul ediyorsunuz” sorusu yöneltilmiş, katılımcıların %49,3’ü “Şahsen tanıdığım kişilerin”, %34,7’si “Tanıdık gelen herkesin”, %9’u “Arkadaşlarımın”, %3,5’i “Yakın arkadaşlarımın”, yine % 3,5’i “İstek gönderen herkesin” cevabını vermiştir. Katılımcıların bir bölümünün tanıdık gelen herkesin arkadaşlık isteklerini kabul etmesi dikkat çekicidir. Buna ek olarak katılımcıların %6,2’si firmalardan gelen arkadaşlık isteklerini de kabul etmektedir.

“Facebook’ta paylaştıklarınızı kimler görebiliyor” sorusuna katılımcıların %80’i “Sadece arkadaşlarım” cevabını vermiştir. Bununla birlikte ortalama arkadaş sayısının 357 olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Katılımcıların Facebook kullanımı sonucu oluşabilecek mahremiyet ihlallerini önemseyip önemsemediklerine dair sorulan sorular aşağıdaki gibidir.

Tablo 4: Katılımcıların Facebook kullanırken mahremiyetlerini önemsemeleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{x}	SS
Facebook'ta bir şeyler paylaşmaktan bana zarar gelmez.	8,7	19,6	33,3	31,2	7,2	3,08	1,07
Facebook'ta yazdıklarımın kötü niyetli kişiler tarafından kullanılmasından korkuyorum.	13,8	24,1	23,4	22,8	15,9	3,02	1,29
Facebook'un benim kişisel bilgilerime sahip olması beni rahatsız etmiyor.	10,5	23,8	31,5	25,2	9,1	2,98	1,13
Başkaları bana dair bir şeyler paylaştığı zaman rahatsız oluyorum.	7,7	33,8	25,4	21,8	11,3	2,95	1,15
Bugün iş başvurusu yapacak olsam Facebook'ta yazdığım bazı şeyleri silerdim.	30,6	34,0	13,2	13,2	9,0	2,36	1,28

“Facebook’un benim kişisel bilgilerime sahip olması beni rahatsız etmiyor” ifadesine verilen cevaplara bakıldığında, katılımcıların ortak bir fikre sahip olmadıkları söylenebilir. Nitekim katılımcıların %34,3’ü katılmadığını, yine %34,3’ü katıldığını, %31,5’i ise kararsız kaldığını belirtmiştir. Ağırlıklı ortalama değeri ($\bar{X}=2,98$) de “Kararsızım” aralığında bulunmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların üçte birinin bu konuda rahatsızlık duymuyor olması dikkat çekicidir.

Facebook'ta yazdıklarının kötü niyetli kişiler tarafından kullanılmasından korkanların oranı %38,7 iken, korkmadığını belirtenlerin oranı %37,9'dur ($\bar{X}=3,02$). "Facebook'ta bir şeyler paylaşmaktan bana zarar gelmez." ifadesine ise % 38,4'ü katıldığını belirtmiş, % 33,3'ü kararsız olduğunu belirtmiştir ($\bar{X}=3,08$). Katılımcıların %64,6'sı "Bugün iş başvurusu yapacak olsam Facebook'ta yazdığım bazı şeyleri silerdim." sorusuna katılmıyorum yanıtını vermiştir ($\bar{X}=2,36$). "Başkaları bana dair bir şeyler paylaştığı zaman rahatsız oluyorum." sorusuna ise % 41,5'i rahatsız olmadığını belirtmiştir ve ağırlıklı ortalama değeri ($\bar{X}=2,95$) kararsız olduklarına işaret etmektedir.

Yapılan t-testlerinde katılımcıların bu sorulara verdikleri yanıtlarda "Facebook'un benim kişisel bilgilerime sahip olması beni rahatsız etmiyor" sorusu haricinde, cinsiyet açısından istatistiki olarak anlamlı bir farklığa rastlanmamıştır. Bu soruya verilen cevaplara bakıldığında, kadınların ($\bar{X}=2,77$; $ss=0,98$) verdiği cevapların ağırlıklı ortalamasının erkeklere göre ($\bar{X}=3,16$; $ss=1,21$) daha düşük olduğu, dolayısıyla rahatsızlık seviyelerinin daha yüksek olduğu görülmektedir ($t=2,04$; $sd=140$; $p<0,05$). Bununla birlikte, ağırlıklı ortalama değerlerine bakıldığında, kadınların mahremiyet kaygılarının erkeklere göre daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

6.5. Olumsuz Sonuçlar

Katılımcıların Facebook kullanımı sonucu mahremiyet açısından olumsuz sonuçlarla karşılaşmış ve karşılaşmadıklarını anlamak üzere aşağıdaki sorular sorulmuştur.

Tablo 5: Katılımcıların Facebook kullanımı sonucu mahremiyet açısından olumsuz sonuçlarla karşılaşmaları

		Evety	Hayır
Facebook'ta paylaştıklarımın dolaylı başıma istemediğim şeyler geldi.	Toplam	5,6	94,4
	Kadın	1,6	98,4
	Erkek	8,9	91,1
Paylaştıklarım bana sorulmadan başka yerlerde kullanıldı.	Toplam	23,1	76,9
	Kadın	14,3	85,7
	Erkek	30,4	69,6
Özel hayatıma dair paylaşılmasını istemediğim şeyler paylaşıldı.	Toplam	4,2	95,8
	Kadın	3,2	96,8
	Erkek	5,1	94,9
Verdiğim bilgileri kullanarak adıma sahte hesap açıldı.	Toplam	5,6	94,4
	Kadın	6,3	93,7
	Erkek	5,1	94,9
Hesabım başkaları tarafından ele geçirildi.	Toplam	16,8	83,2

Facebook'tan öğrendikleri ile beni rahatsız edenler oldu.	Kadın	15,9	84,1
	Erkek	17,7	82,3
	Toplam	21,7	78,3
Paylaştığımdan dolayı utanç duyduğum şeyler oldu.	Kadın	25,4	74,6
	Erkek	19,0	81,0
	Toplam	9,1	90,9
Paylaşmak istemediğim şeyleri yanlışlıkla paylaştığım oldu.	Kadın	4,8	95,2
	Erkek	12,7	87,3
	Toplam	31,5	68,5
	Kadın	25,4	74,6
	Erkek	36,7	63,3

Katılımcıların %31,5'i paylaşmak istemediği şeyleri yanlışlıkla paylaştığını, %23,1'i paylaştıklarının kendisine sorulmadan başka yerlerde kullanıldığını, %21,7'si, Facebook'tan öğrendikleri ile kendisini rahatsız edenlerin olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %31'i başına gelenlerden sonra gizlilik ayarlarını değiştirdiğini, %8,3'ü ise Facebook hesabını kapattığını belirtmiştir.

Tablodan görüleceği üzere, “Verdiğim bilgileri kullanarak adıma sahte hesap açıldı.”, “Facebook'tan öğrendikleri ile beni rahatsız edenler oldu.” ifadeleri dışında, erkeklerin, kadınlara göre olumsuz sonuçlara maruz kaldığını belirtme oranları daha yüksektir. Yapılan t-testi sonuçlarına göre ise, kadın ve erkek katılımcılar arasında “Paylaştıklarım bana sorulmadan başka yerlerde kullanıldı” ifadesi dışında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu ifadeye erkekler, kadınlara göre daha fazla evet cevabı vermiştir ($t=-2,28$; $sd=140$; $p<0,05$).

6.6. Uygulama

Katılımcılara ayrıca kendileri ile ilgili bilgileri Facebook'ta kimlerle paylaştıkları sorulmuştur. Facebook'taki paylaşım seçeneklerinin yansıtılması amaçlanarak, “Herkes”, “Arkadaşlarımla”, “Arkadaşlarım”, “Sadece Ben” seçenekleri sunulmuş, bunlara ek olarak “Bilmiyorum” ve “Bu bilgimi hiç yazmadım” seçenekleri de eklenmiştir.

Tablo 6: Katılımcıların Facebook'ta kendileri hakkında kimlerle, hangi bilgileri paylaştığına dair veriler

		Herkes	Arkadaşlarımla Arkadaşları	Arkadaşlarım	Sadece Ben	Bilmiyorum	Yazmadım
Doğum tarihi	Toplam	27,8	6,3	56,3	6,9	0	2,8

Harita üzerindeki konum	Kadın	18,8	1,6	64,1	9,4	0	6,3
	Erkek	34,2	10,1	50,6	5,1	0	0
	Toplam	21,0	5,6	55,9	5,6	2,1	9,8
Telefon numarası	Kadın	15,5	1,6	59,4	7,8	3,1	12,5
	Erkek	24,4	9,0	53,6	3,8	1,3	7,7
	Toplam	1,4	0,7	22,2	34,0	1,4	40,3
Yaşadığı şehir	Kadın	0	0	9,5	44,4	0	46,0
	Erkek	2,5	1,3	32,5	26,3	2,5	35,0
	Toplam	37,8	5,6	51,0	0,7	2,1	2,8
Ev adresi	Kadın	29,7	4,7	59,4	1,6	0	4,7
	Erkek	43,6	6,4	44,9	0	3,8	1,3
	Toplam	1,4	0	14,8	22,5	1,4	59,9
E-posta adresi	Kadın	0	0	12,9	21,0	0	66,1
	Erkek	2,5	0	16,5	24,1	2,5	54,4
	Toplam	10,4	4,2	36,8	30,6	3,5	14,6
İlişki durumu	Kadın	1,6	1,6	32,8	39,1	4,7	20,3
	Erkek	17,7	6,3	40,5	22,8	2,5	10,1
	Toplam	11,9	2,1	52,4	11,2	1,4	21,0
Siyasi görüşü	Kadın	4,8	0	47,6	14,3	1,6	31,7
	Erkek	16,5	3,8	57,0	8,9	1,3	12,7
	Toplam	8,4	1,4	29,4	11,2	3,5	46,2
	Kadın	1,6	1,6	28,6	11,1	3,2	54,0
	Erkek	13,9	1,3	30,4	11,4	3,8	39,2

Katılımcıların Facebook'ta hiç belirtmediği bilgilerin başında %59,9 ile ev adresi gelmektedir. Bunu siyasi görüş (%46,2), telefon numarası (%40,3) ve ilişki durumu (%21) izlemektedir. Sadece kendilerinin görebileceği şekilde ayarlanmış bilgilerde ise en yüksek oranlar telefon numarası (%34), e-posta adresi (%30,6) ve ev adresindedir (%22,5).

Katılımcıların herkese açık olarak belirttikleri bilgileri ise yaşanılan şehir (%37,8), doğum tarihi (%27,8), harita üzerindeki konumdur (%21). Bu bilgilerin sadece arkadaşlara değil, herkese açık olarak paylaşılması dikkat çekicidir.

Katılımcıların %56,3'ü doğum tarihlerini, %55,9'u harita üzerindeki konumlarını, %52,4'ü ilişki durumunu, %51'i yaşadığı şehri, %36,8'i e-posta adresini arkadaşları ile paylaşmaktadır. En az paylaşılan bilgiler ev adresi (%14,8), telefon numarası (%22,2) ve siyasi görüştür (%29,4).

Katılımcıların toplamda başkaları (arkadaşları, arkadaşlarının arkadaşları, herkes) ile paylaştıkları bilgilerin oranına bakıldığında, yaşanılan şehrin %94,4 ile birinci sırada geldiği görülmektedir. Bunu takiben katılımcıların %90,4'ü doğum tarihlerini, %82,5'i harita üzerindeki konumlarını, %66,4'ü ilişki durumlarını, %51,4'ü e-posta adreslerini, %32,9'u siyasi görüşlerini, %24,3'ü telefon numaralarını paylaşmaktadır.

Cinsiyetler arası farklara bakıldığında, bütün başlıklarda erkeklerin bilgi paylaşımında daha açık oldukları dikkat çekmektedir. Tablo 6’da da görüldüğü üzere, kadınlar paylaştıkları bilgilerin kimlere açık olduğu sorulduğunda çoğunlukla “Arkadaşlarım” “Sadece Ben” ve “Bu Bilgimi Hiç Yazmadım” cevaplarını vermektedir. “Herkes” ve “Arkadaşlarımın Arkadaşları” ayarları ile paylaşılan bilgilere bakıldığında ise, erkeklerin daha yüksek oranlara sahip oldukları görülmektedir.

Bunlara ek olarak, katılımcıların %36,2’si mesajlarına kişiye/gruba özel görüntüleme ayarı yapmış, %47,9’u uygulamaları ve oyunları engellemiştir. Facebook’ta akrabalık ilişkilerini “annem”, “dayım” vb. şekilde işaretleyerek belirtenlerin oranı %37,9’dur. Bu noktada, bankaların “Annenizin evlenmeden önceki soyadı” şeklinde sorduğu güvenlik sorusunun cevabının Facebook’ta “dayı” olarak işaretlenen bir kişinin soyanına bakarak anlaşılabilceğini belirtmekte fayda vardır.

Facebook’ta gizlilik ayarları bölümüne girip girmedikleri sorulduğunda, katılımcıların %89’u girdiklerini, %1,4’ü girmediklerini belirtmiş; %9,7’si ise bu soruya cevap vermemiştir. Katılımcıların %56,9’u profilinin başkalarına nasıl gözüktüğünü düzenli olarak kontrol ettiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %76,4’ü ilk kez karşılaştığı bir kişiyi daha iyi tanımak için profilinde paylaştıklarını incelediğini belirtmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada gençlerin Facebook üzerinde mahremiyete yaklaşımları incelenmiştir. Katılımcıların %88,2’si günde en az bir kere Facebook’a girmektedir. Katılımcıların yarısına yakınının cep telefonundan Facebook’a giriyor olması mobil kullanımın ne kadar yaygın olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Katılımcılar Facebook’ta paylaşılanların oluşturabileceği risklerin kısmen de olsa farkındadır. Facebook’ta yapılan paylaşımların başlarını derde sokabileceğini düşünmekte, fakat bunun kişisel güvenliklerini tehlikeye sokacak düzeyde olabileceğinden emin değildirler. Ancak kişileri arkadaş listelerine ekleme konusunda yeterince seçici davranmamaktadırlar. Tanıdık gelen herkesi ekleyenlerin oranı %34,7’dir. Arkadaşlarını ve yakın arkadaşlarını ekleyenlerin oranı %12,5’te

kalmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların arkadaş sayıları 50 ile 1350 kişi arasında değişmekte, ortalama arkadaş sayısı 357 kişi olmaktadır. Kadınların arkadaş sayıları, erkeklere göre daha azdır. Fogel ve Nehmad'ın (2009) çalışmasında da benzer bir bulguya ulaşılmıştır.

Mahremiyetin önemsenmesi başlığı altında sorulan sorulardan sadece biri istatistiki olarak anlamlı farka işaret ediyor olsa da, ağırlıklı ortalamalara bakıldığında kadın katılımcıların mahremiyet kaygılarının erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç literatürdeki diğer çalışmalarla paraleldir (Acılar ve Mersin'in, 2005; Fogel ve Nehmad, 2009; Külcü ve Henkoğlu, 2014).

Katılımcıların yarısından fazlası arkadaş listesindeki kişilerle doğum tarihi, harita üzerindeki konum, ilişki durumu ve yaşanılan şehir bilgilerini paylaşmaktadır. Katılımcıların bir bölümü bu bilgileri "arkadaşlarının arkadaşları" ve "herkes" ile de paylaştıklarını belirtmiştir. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre bilgilerini daha açık şekilde paylaştığı da bu araştırmanın bulguları arasındadır. Bu bilgilere ek olarak katılımcılar Facebook'ta kendi fotoğraflarını paylaşmakta, ruh hallerini yazmakta, siyaset ve gündem ile ilgili görüşlerini belirtmektedir. Yapılan t-testlerine göre erkek katılımcılar, kadın katılımcılara göre firmalarla ilgili şikâyetleri ile siyaset ve gündem ile ilgili görüşlerini daha fazla paylaşmaktadır. Nosko ve arkadaşları (2010) da erkeklerin politik ve dini görüşlerini kadınlara göre daha fazla paylaştıkları bulgusuna ulaşmışlardır.

Facebook'ta en çok karşılaşılan problemlerden biri paylaşmak istenilmeyen şeylerin yanlışlıkla paylaşılmasıdır (%31,5). Bunun ardından paylaşımların sorulmadan başka yerlerde kullanılması (%23,1), Facebook'tan öğrenilen bilgilerle kişilerin rahatsız edilmesi (%21,7) ve hesabın ele geçirilmesi (%16,8) gelmektedir.

Katılımcıların %89'u gizlilik ayarları bölümüne girdiğini belirtse de, ilişki durumlarından harita üzerindeki konumlarına kadar pek çok bilgiyi paylaşmaktan çekinmemektedirler. Bazı bilgilerin sadece arkadaş listesindeki kişiler ile paylaşılıyor olması da yeterli değildir, zira arkadaş sayısının çokluğu ve tanıdık gelen herkesin ekleniyor olması bu kısıtlamayı anlamsız kılmaktadır. Katılımcıların %80'i yazdıklarını arkadaşlarının görebildiğini belirtmişlerdir. Buna ek olarak, Facebook'ta

yapılan paylaşımların arkadaş listesi dışındaki kişilere de ulaşabileceğini göz önünde bulundurmamaktadırlar. Buradan hareketle sahte bir güvenlik hissine kapıldıkları söylenebilir.

Bu çalışmada elde edilen önemli verilerden biri, erkek katılımcıların mahremiyet ile ilgili olumsuz sonuçlara kadın katılımcılardan daha fazla maruz kaldıklarını bildirmelerine rağmen, erkeklerin bilgi paylaşımı konusunda daha açık olmaları ve kadınlara göre daha düşük mahremiyet kaygısı gütmeleridir.

Her ne kadar Facebook kullanıcıları kişisel bilgilerini kendi rızaları doğrultusunda kullansalar da Facebook firmasının ya da üçüncü şahısların kendi bilgilerini onların ne şekilde kullanıldığı konusunda yeterli bilgiye sahip değildirlere ve bu yüzden de mahremiyetlerinin ihlali onları rahatsız etmemektedir.

KAYNAKÇA

- ABDULHAMID, Shafi'i Muhammad; HASSAN, T. Abdulazeez; ABRAHAM, Ochoche; MOHAMMED, Umar (2011). "Analyzing Membership Profile Privacy Issues in Online Social Networks", *The IUP Journal of Information Technology*, 7(3), s. 32-44.
- ACILAR, Ali; MERSİN, Sevinç (2015). "Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ile Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki", *14(54) Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. s. 103-114.
- AKAR, Erkan (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması*. Ankara: Elif Yayınevi.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. (2008). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), s. 210-30.
- BRANDTZÆG, Petter Bae; LUDERS, Marika; SKJETNE, Jan Håvard (2010). "Too Many Facebook 'Friends'? Content Sharing and Sociability Versus the Need for Privacy in Social Network Sites", *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(11/12), s. 1006-1030.

- CHAUHAN, Rahul S.; BUCKLEY, M. Ronald; HARVEY, Michael G. (2013). "Facebook and Personnel Selection: What's the Big Deal?", *Organizational Dynamics*, 42(1), s. 126-134.
- CHEN, Gina (2011). "Tweet This: A Uses and Gratifications Perspective on How Active Twitter Use Gratifies a Need to Connect with Others", *Computers in Human Behavior*, 27(1), s. 755-762.
- CHEN, Xi; MICHAEL, Katina (2012). "Privacy Issues and Solutions in Social Network Sites", *IEEE Technology and Society Magazine*, 31(4), s. 43-53.
- DEBATİN, Bernhard; LOVEJOY, Jennette P.; HORN, Ann Kathrin; HUGHES, Brittany. N. (2009). "Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), s. 83-108.
- DELANEY, James (2013). "Employer Use of Facebook and Online Social Networks to Discriminate Against Applicants for Employment and Employees: An Analysis Balancing the Risks of Having a Facebook Account and the Need for Protective Legislation", *Labor Law Journal*, 64(2), s. 86-102.
- Facebook. (2013). "Facebook Reports First Quarter 2013 Results", Facebook: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=761090> adresinden alınmıştır.
- FOGEL, Joshua; NEHMAD, Elham (2009). "Internet Social Network Communities: Risk Taking, Trust, and Privacy Concerns" *Computers in Human Behavior*, 25(1), s. 153-160.
- HENSON, Billy; REYNS, Bradford W.; FISHER, Bonnie S. (2011). "Security in the 21st Century: Examining the Link Between Online Social Network Activity, Privacy, and Interpersonal Victimization", *Criminal Justice Review*, 36(3), s. 253-268.
- HOY, Mariea Grubbs; MILNE, George (2010). "Gender Differences in Privacy-Related Measures for Young Adult Facebook Users", *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), s. 28-45.

- KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael (2010). "Users of the World, Unite! The challenges and opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 53(1), s. 59-68.
- KOLEK, Ethan A.; SAUNDERS, Daniel (2008). "Online Disclosure: An Empirical Examination of Undergraduate Facebook Profiles", *National Association of Student Personnel Administrators Journal*, 45(1), s. 1-25.
- KÜLCÜ, Özgür; HENKOĞLU, Türkey (2014). "Privacy in Social Networks: An Analysis of Facebook", *International Journal of Information Management*, 34, s. 761-769.
- LEMIEUX, Robert (2012). "Fictional Privacy Among Facebook Users", *Psychological Reports: Relationships & Communication*, 111(1), s. 289-292.
- MANEN, Max Van (2010). "The Pedagogy of Momus Technologies: Facebook, Privacy, and Online Intimacy", *Qualitative Health Research*, 20(8), s. 1023-1032.
- NOSKO, Amanda; WOOD, Eileen; MOLEMA, Seija (2010). "All About Me: Disclosure in Online Social Networking Profiles: The Case of Facebook". *Computers in Human Behavior*, 26(3), s. 406-418.
- ÖZ, Mustafa (2014). "Changes in Use and Perception of Privacy: Exploring Facebook Users' Privacy Concerns and Awareness of Privacy Implications", *Journal of Yasar University*. 35(9), s. 6245-6254.
- QUALMAN, Erik (2011). *Socialnomics*, New Jersey: Wiley.
- STUTZMAN, Fred; CAPRA, Robert; THOMPSON, Jamila (2011). "Factors Mediating Disclosure in Social Network Sites *Computers in Human Behavior*", 27(1), s.590-598.
- TÜFEKÇİ, Zeynep (2008). "Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites", *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1), s. 20-36.
- YÜKSEL, Mehmet (2003). "Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 58(1), s. 181-213.

ZENGİN, Melis Oktuğ; ZENGİN, İbrahim (2015). "Facebook'ta Güvenlik Davranışı ve Mahremiyet Kaygısı: İstanbul'da Yaşayan Kullanıcılara İlişkin Bir Araştırma", Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi. 3(6), s. 1-41.

ZHANG, Chi; SUN, Jinyuan; ZHU, Xiaoyan; FANG, Yuguang (2010). "Privacy and Security for Online Social Networks: Challenges and Opportunities", IEEE Network, 24(4), s. 13-18.