

Anne-Baba ve Ergen Çocukların Mahremiyet Algısındaki Farklılıkların Sosyal Medya Üzerinden Okunması

Kadir CANATAN¹ & Semra AYDIN AVŞAR²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, anne-baba ve ergen çocukların mahremiyet algısındaki farklılaşmayı sosyal medya üzerinden okumaktır. Çalışmaya, İstanbul'un farklı ilçelerinden seçilen ve sosyal medya kullanıcısı olan 20 aile (anne-baba ve çocuk) katılmıştır. Veri toplama aracı olarak, (1) Kişisel Bilgi Formu, (2) Sosyal Medya Tutum Ölçeği, (3) Çocuk – Genç Görüşme Formu ve (4) Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşme Formu kullanılmıştır. 2018 yılı ilk bahar ve yaz döneminde toplanan veriler nicel (ANOVA, korelasyon) ve nitel analiz (içerik analizi) teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen veriler, ebeveynler ile çocukları arasında sosyal medyaya yönelik tutumlar açısından negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ebeveynler ile çocukları arasında sosyal medya paylaşımları dikkate aldıklarında beden, ev ve aile mahremiyetine yönelik algıları ve kaygıları açısından farklılıklar gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet, Aile, Çocuk, Sosyal Medya

The Analysis of The Diversity Between Parents' And Children's Perception of Privacy in Social Media

ABSTRACT

This study aims at analyzing the diversity between parents' and children's perception of privacy in social media. The sample group of this study is composed of 20 family (mother, father and children) as social media users from different districts of Istanbul. In order to collect the research data such instruments as (1) Personal Informal form, (2) Social Media Attitude Scale, (3) Child – Adolescence Interview Form and (4) Interview Schedule for Social Media Usage have been used. The field study of the investigation was done during the spring and summer seasons of 2018. In analyzing the research data both quantitative (ANOVA and correlation) and qualitative techniques (simple discourse analysis) have been used. The finding of the research indicates that there is a statistically significant difference between parents' and their children's attitudes toward the private issues which are reflected in social media. The difference between two groups is particularly seen in the case of sharing the pictures about body, home and family in social media. The photographs that are not shared in social media by the parents because of their feeling of privacy are easily shared by their children.

Key words: Privacy, family, children, social media.

¹ Prof. Dr., İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, kadir.canatan@izu.edu.tr

² İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi,
071semra@gmail.com

Giriş

Küreselleşen dünyada bireylerin bilgiye ulaşma ihtiyacı, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin ortaya çıkmasına ve yeni teknolojilerin üretilmesine neden olmuştur. Bu teknolojilerin başında internet ve web teknolojileri gelmektedir. Birbiriyle bağlı ağlar (*interconnected webs*) ya da “ağların ağı” olarak tanımlanan internet, birçok alt ağdan oluşmakta ve mekân olarak birbiriyle çok uzaklarda olan birçok kullanıcıya yazılı, görsel ve işitsel olarak birbirleriyle iletişim ve etkileşim imkânı sunmaktadır. İnternet, ağları birbirine bağlayan, her türlü veriyi sayısal hale getirerek çok çeşitli ölçeklerde (bireysel, ulusal veya küresel) alınıp verilmesini sağlayan şifreleme veya şifre çözmeye dayalı olan ve özel bir dil kullanımı ile olanaklı olan çoklu ortamdır (Törenli, 2005). Dolayısıyla internet, sağlamış olduğu eşsiz imkânlardan dolayı gerek resmi gerekse özel kuruluşlar ile sosyal çevrelerde birçok kullanıcının ilgisini çekmekte ve böylelikle cep telefonu, bilgisayar, tablet vb. birçok teknolojik araç yoluyla insanların birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını sağlayan en büyük ağ olma özelliğini taşımaktadır (Özen, Gülaçtı ve Çıkkılı, 2004:52). Canlı ve dinamik bir özelliğe sahip olan bu sistem, sürekli olarak kendini yenilemekte, kullanıcılarına ihtiyaçlarına yönelik çok çeşitli imkânlar sunmakta ve dolayısıyla bireylere istedikleri an ve zamanda çok kısa bir sürede her türlü bilgiyi sunabilmektedir.

Günümüzde internet, eski teknolojiler ile karşılaştırıldığında çok yönlü iletişim imkânı sunmakta ve bu bireylerin birbirleriyle bilgi paylaşımına olanak sağlamaktadır. Özellikle, insanların duygu, düşünce ve çeşitli eserlerini paylaşabilme imkânları sunan bu yeni teknolojiler paylaşım ve etkileşim temelli bir medya ortamının oluşmasına katkı sağlamaktadır (Vural ve Bat, 2010: 3349). Son yıllarda internet tabanlı uygulamalarla ortaya çıkan sosyal medya, Web 2.0 uygulamalarından bir tanesidir (Acılar ve Mersin, 2015: 104) ve kullanıcılar arasında hızla artan bir şekilde etkileşim aracı olarak kullanılmaktadır. Sosyal medya platformları, mobil tabanlı olarak

zaman ve mekân sınırlaması olmadan kullanıcılarına birçok alanda (resim, müzik, bilgi, belge vb.) paylaşım imkânı sunan bir etkileşim ortamlarıdır. Vural ve Bat (2010: 3351)'ın da belirttiği gibi sosyal medya platformları, sosyal iletişimin çeşitli dosyalar yoluyla (ses, görseller ve kelimeler vb.) sağlandığı, insanların tecrübe ve hikâyelerini bu dosyalar yoluyla paylaştığı bir çerçevedir.

Sosyal medya kullanıcıları kendilerine ait özel bilgileri, sosyal medya ağları üzerinden diğer kişiler ile paylaşmaktadır. Gençler yanında ebeveynler de (anne – baba) sosyal medyayı sıklıkla kullanmaktadır. Tokel, Başer ve İşler (2013) 40 ebeveyn ile yapmış olduğu araştırmada, ebeveynlerin sosyal ağlara üye olma oranının %42 olduğunu, ebeveynlerin yarısına yakınının (%44) bu sitelere haftada 1-5 saat, %44'ünün de 1 saatten az ziyaret ettiğini tespit etmişlerdir. Diğer bir rapor olan “İnternet Riskleri ve Güvenliği” raporunda, Ülkemizdeki sosyal medya kullanımı oranı ebeveynlerin %11'i çocukları ise %32'dir (Tokel ve ark., 2013). Ipsos Sosyal Araştırmalar Enstitüsü tarafından gençlerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutum ve davranışlarını incelemek amacıyla 26 ilden seçilen 15-29 yaş grubu 2057 kişi ile yapılan araştırmada, internet kullanan gençlerin %96'sı sosyal medya kullanıcısı olup gençlerin %40'ının annesi %47'sinin de babası aynı zamanda sosyal medya kullanıcısıdır. Her üç gençten birisi günde en az 3 saat sosyal medyayı kullanmaktadır (Bulut, 2013).

Sosyal medyanın kontrol edilemez bir şekilde büyümesi ve bu yolla bilgi paylaşımı, bu medya içinde yer alan çeşitli sosyal ağların kontrolünü ve takibini de zorlaştırmaktadır. Bu durum, sosyal medyanın bireyler ve toplum üzerindeki biçimlendirici etkisinin de kontrol edilememesine neden olmaktadır. Bu kontrol edilemeyiş, aynı zamanda kişisel haklar, özel yaşam ve mahremiyet gibi kişiye ait özel alanın müdahalesiyle bile sonuçlanmaktadır. Modernleşme ile birlikte bireyselleşmenin artması ve buna

bağlı olarak bireye özgü özel alan genişlerken buna karşın sosyo-kültürel alandaki değişimler ile bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile bireye özgü özel alana olan müdahale artmış ve mahremiyet alanının sınırları daralmıştır (Çelikoğlu, 2007:2).

Dolayısıyla, devletin, kurumların ve bireylerin, bu gelişmeler yoluyla bireylerin özel alanlarına yani mahremiyetlerine müdahalesi söz konusudur. Bireylerin kendilerine ait özel bilgilerin ve belgelerin çok çeşitli teknolojiler ile ulaşılabilir olması ve böylelikle özel yaşama ait alanın daralması ile özel yaşamın sık sık ihlal edilmesi söz konusudur.

Diğer yandan modernleşme süreci ile birlikte, bireylerin ve toplumların mahremiyet algıları birbirinden farklılık göstermeye başlamış, özel yaşam olarak kabul edilen veya özel yaşamın sınırları içerisinde olması beklenen birçok dokümanın (örn. bilgi, belge, resim vb.) hiçbir sakınca görülmeden paylaşılması ve bunun da şeffaflık veya dürüstlük olarak görülmesi özel yaşamın dönüşümü sonucunda gözlenen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Çelikoğlu, 2007:2). Toplumsal ve kişisel yaşamın en önemli yanlarından biri olan mahremiyet veya özel alan, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler neticesinde kolaylıkla müdahale edilebilen veya ihlal edilebilen bir alan haline dönüşmüştür (Yüksel, 2003).

Modernleşme, toplumsal dönüşümler ve teknolojik gelişmeler neticesinde bir önceki nesilde özel alan sınırları içinde görülen birçok durum, mahremiyet algısındaki ve mahremiyete ilişkin görüşlerdeki esneklik ile birlikte özel yaşam sınırları dışına çıkar hale gelmiştir. Bu durumu, mahremiyet algısının toplumsal faktörlerden etkilenen dinamik bir yapısının olduğu anlamına gelmektedir (Çelikoğlu, 2007:2).

Araştırmanın Problemi

Bu çalışmanın temel sorusu, “Sosyal medyanın kuşaklararası mahremiyet algısına etkisinin olup olmadığını, varsa bunun nasıl geliştirdiği”ni incelemektir. Sosyal medyanın araçlarından olan sosyal paylaşım ağları, kişisel iletişimleri devam ettirmenin alanı olmaktan ziyade, internetin yeni bir kamusal alanı olma özelliğini de taşımaktadır. Eş zamansızlığın ön plana çıktığı sosyal medyada, bilgi paylaşımı diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha özgür bir ortamda gerçekleşmektedir. İnsanlar sosyal medyada günlük düşüncelerini yazmakta, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte, kendilerine ait fotoğraf, video gibi paylaşımlar yapmakta, hatta bu ağlar üzerinden iş veya eleman bulabilmektedir. Özellikle gençler zamanlarının büyük bir kısmını sosyal medyada geçirmekte, bu sanal dünyadan etkilenmekte ve yaşam pratiklerine bu etkiyi seri bir şekilde yansıtmaktadırlar. Her geçen gün internet ve sosyal medya kullanıcılarının artmasıyla özel alan veya mahremiyet alanı ile ilgili sorunlar da yaşanmaya başlanmıştır.

Gençler arasında sosyal medya kullanımı dikkate alındığında, bu kullanımı kontrol eden bir mekanizmanın (teknik olarak) olmaması veya var olanlarının da yeterli olmamasından dolayı, gençlerin iletişim biçimlerinin ve özel alan paylaşımlarının kontrolü daha çok ailelerine düşmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda, ailelerin sosyal medya kullanıcısı olmalarının altında yatan temel neden, çocuklarını kontrol etme eğilimleri ile ilişkilidir (Tokel, Başer ve İşler, 2013: 226). Konu ile ilgili yapılan literatür taramasında sosyal medya ve mahremiyet algısı ile sosyal medya kullanımının mahremiyet algısının oluşumuna ilişkin çeşitli araştırmaların olduğu ve bunların birçoğunun da üniversite gençliği örneklemini ile yapıldığı görülmektedir. Ailenin, sosyal medya kullanıcısı olan çocuklarının mahremiyet algısının oluşumuna yönelik çalışmalar oldukça sınırlıdır ve daha çok yabancı literatürde göze çarpmaktadır. Dolayısıyla, tüm aile bireylerinin (anne, baba ve çocuk(lar))

kullandıkları sosyal medya platformlarının kendi mahremiyet algılarına olan etkisi, kuşaklar arası mahremiyet algısındaki değişiklikler ve bu değişikliklerin sosyal medya üzerinden yorumlanması oldukça önemlidir.

Bu çalışma bulgularının konu ile ilgili literatürün gelişmesine ve ileride yapılacak olan benzer çalışmalara temel oluşturacağına inanılmaktadır. Ayrıca, mahremiyet algısının oluşmasına yönelik bilgi sağlayacak olan bu çalışma, sosyal medya tasarımcılarına bu açıdan da bilgi ve perspektif kazandıracaktır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmayla, aile bireylerinden mahremiyet algısının oluşmasına yönelik derinlemesine bilgi elde edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak, hem nitel hem de nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı karma araştırma yöntemi tasarlanmıştır. Araştırmanın nicel kısmında, katılımcılara sosyal medya tutum ölçeği uygulanarak genel eğilimleri ortaya konulmaya çalışılmış, nitel kısmında ise, veri toplarken görüşme formu kullanılmıştır. Yapılan görüşmelerde hem kapalı uçlu anket soruları sorularak sayısal analizler yapılmış, hem de mülakat tekniği kullanılarak derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Mahremiyet kavramının farklı örnek olaylarda nasıl algılandığının ve ebeveynler ile çocukları tarafından ne şekilde değerlendirildiğinin ortaya konulması ve mahremiyet olgusunun aile bireyleri tarafından nasıl kavramsallaştırıldığına belirlenmesi amacıyla anne – baba ve çocuklar ile ayrı ayrı olmak üzere bir dizi görüşme yürütülmüştür. Görüşmelerde katılımcılara çeşitli örnek olaylar ile video, fotoğraf ve sosyal medya paylaşımları gösterilmiştir. Bu sunulan örnek olayların ve sosyal medya paylaşımlarının ortak özelliği, mahremiyet sınırlarını zorlayan geleneksel Türk aile yapısına göre çok kabul edilmeyen durumlar olmasıdır. Böylelikle katılımcıların tutum ve değerlendirmeleri üzerinden yapılan tespitlerde, normal mi karşılıyorlar, itiraz mı ediyorlar vs. gibi

değerlendirmeler, mahremiyet algıları ve buna paralel olarak olası sosyal medya paylaşımları değerlendirilmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, İstanbul’da ortaöğretim (ortaokul-lise) çağında çocuğu olan, sosyal medya kullanan ebeveynler ve çocukları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise “amaçlı örneklem yöntemi” kullanılarak İstanbul’un farklı ilçelerinden gönüllülük esaslı çalışmaya davet edilen 20 aile (20 anne, 20 baba ve 20 çocuk) oluşturmaktadır. Bu ailelerin gelir düzeyleri ve eğitim durumları farklı olup, çocuklar farklı türdeki okullara (meslek lisesi, kolej, temel lise, fen lisesi vb.) devam etmektedirler.

Veri Toplama Araçları

Çalışmanın amacına yönelik olarak dört adet veri toplama aracı kullanılmıştır. Bu araçlar; (1) Kişisel Bilgi Formu, (2) Sosyal Medya Tutum Ölçeği, (3) Çocuk – Genç Görüşme Formu ve (3) Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşme Formu.

Kişisel Bilgi Formu, çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal ve demografik özelliklerini ortaya koymak üzere toplam 9 sorudan oluşan bir bilgi formudur. Formda, öğrencilerin cinsiyeti, ailelerinin gelir düzeyi, sosyal medya üyeliklerinin olup olmadığı, ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullandıkları, sosyal medya kullanım sıklıkları, sosyal medyada ortalama harcadıkları ortalama süre, sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamlardan bağlandıkları, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok hangi araçları kullandıkları ve en çok kullandıkları sosyal medya ortamlarının neler olduğuna dair sorular yer almaktadır.

Sosyal medya tutum ölçeği, Otrar ve Arğın (2015) tarafından geliştirilmiş olup, bu çalışmada anne, baba ve çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumlarını ortaya koymak için kullanılmıştır. Bu ölçek, 5’li Likert yapıda

toplam 23 tutum maddesinden oluşmaktadır. Katılımcılara ayrı ayrı olmak üzere her bir maddeye 5 seçenekten (Kesinlikle katılmıyorum – 1, Katılmıyorum – 2, Kararsızım – 3, Katılıyorum – 4 ve Kesinlikle Katılıyorum – 5) birini işaretleyerek yanıt vermeleri istenmiştir. Bu ölçek anne, baba ve çocuklara ayrı ayrı uygulanmış olup, her biri için ayrı tutum puanı hesaplanmıştır. Katılımcıların bu ölçekten alacakları en düşük puan 23 iken en yüksek puan 115'dir. Ölçeğin tümü için Cronbach's alpha güvenilirlik katsayısı 0.85'dir.

Çocuk – Genç Görüşme Formu, çalışmaya katılan öğrencilerin okudukları okul türü, doğum tarihi, sosyal medya hesapları, sosyal medya kullanım süresi, ailenin bazı demografik ve sosyo ekonomik özellikleri, çocukların eve-giriş saatleri, TV izleme durumları, parasını nelere harcadığı, evdeki sorumlulukları paylaşma durumu, okulunu ve öğretmenlerini sevmeye durumu, okul değişikliği durumu, en az ve en çok başarılı olduğu ders, kitap okuma alışkanlığının olup olmadığı, takıntısının olup olmaması, utangaçlık durumuna, sigara vb. madde kullanımının olup olmamasına yönelik sorular yer almaktadır. Bu form, ebeveynler tarafından doldurulmuştur.

Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Görüşme Formu, katılımcıların sosyal medya kullanımına yönelik tutumlarını ve değerlendirmelerini ortaya koymak üzere hazırlanmış bir görüşme formudur. Formla, katılımcılara 8 adet farklı örnek verilmiş ve bu durumlarda sosyal medyada paylaşım yapma tercihleri sorulmuş ve bu tür paylaşımları nasıl değerlendirdikleri incelenmiştir. Ayrıca, sosyal medya profillerinde kullandıkları fotoğrafların neler olduğu sorulmuştur. Formun en sonunda, katılımcılara dört farklı konu ile ilgili sosyal medyada başkaları tarafından yapılan bazı paylaşımlar gösterilmiş ve bu paylaşımları değerlendirmeleri istenmiştir.

Veriler, 2018 yılı ilkbahar ve yaz dönemlerinde toplanmıştır. Katılımcılar ile bağlantıya geçilerek anket uygulama ve görüşme yapma için randevu alınmış,

bu uygulamalar katılımcıların uygun gördüğü yer ve zamanda gerçekleştirilmiştir. Bazı uygulamalar katılımcıların evinde bazıları ise İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Halkalı Merkez Kampüsünde yapılmıştır. Uygulamalarda, katılımcılara dört adet veri toplama aracı arka arkaya uygulanmıştır.

Veri Analizi

Araştırma kapsamında toplanan veriler hem nitel hem nicel özellik taşımaktadır. Nicel verilerin analizinde betimsel istatistiğin yanında tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve çoklu korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Tüm istatistiksel analizler %95 güven aralığında yapılmıştır. Nitel verilerin analizinde ise nitel analiz tekniklerinden “içerik analiz tekniği” kullanılmıştır. İçerik analiz tekniği ile katılımcıların örnek olaylara ve kendilerine gösterilen fotoğraflara verdikleri yanıtlar kodlanmış, bu kodlar genel olarak üç kategori altında, özelde ise her bir örnek olaya katılımcıların verdikleri ifadeler ile desteklenerek sunulmuştur. Katılımcılardan alıntılar yapılırken katılımcılara kodlar verilmiştir. “E” kodu ebeveyn için, “Ö” kodu çocuk için kullanılmıştır.

Bulgular

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çalışmaya katılan öğrencilerin 9’u erkek 11’i kızdır. Bu öğrencilerin 19’u liseye 1’i ise ortaokula gitmektedir. Liseye giden öğrencilerin 5’i imam hatip lisesine, 3’ü temel liseye, 3’ü koleje, 3’ü meslek lisesine, 2’si yabancı koleje, 2’si fen bilimleri lisesine ve 1’i sosyal bilimler lisesine gitmektedir. Çalışmaya katılan ebeveynlerin demografik bilgilerine bakılacak olursa, ailelerin 4’ü düşük gelir düzeyinde, 6’sı orta gelir düzeyinde ve 10’u yüksek gelir düzeyinde olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışmaya katılan annelerin yaşları 34 ile 50 arasında değişmektedir. Eğitim düzeylerine bakılacak olursa 1’inin sadece okuma yazma bildiği, 6’sının ilkokul mezunu olduğu, 1’inin

ortaokul mezunun olduğu, 6'sının lise mezunu olduğu, 1'inin ön lisans ve 5'inin üniversite mezunun olduğu görülmektedir. Annelerin mesleklerine bakıldığında, 12'sinin ev hanımı, 2'sinin diş hekimi, 2'sinin muhasebeci, 1'inin işletmeci, 1'inin yönetici, 1'inin memur ve 1'inin serbest meslek alanında çalışan olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan babaların yaşları 37 ile 55 arasında değişmektedir. Eğitim düzeylerine bakılacak olursa 2'sinin ilkokul mezunu, 2'inin ortaokul mezunu, 8'inin lise mezunu, 1'inin ön lisans ve 7'sinin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Babaların mesleklerine bakıldığında, 2'sinin yönetici, 2'sinin üst düzey yönetici, 3'ünün iş adamı, 2'sinin memur, 2'sinin işçi, 2'sinin esnaf, 1'inin elektrikçi, 1'inin diş hekimi, 1'inin doktor, 1'inin demir doğramacı, 1'inin emekli ve 1'inin serbest meslek alanında çalışan olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin kardeş sayılarına bakıldığında, 2'si hiç kardeşi olmadığını, 4'ü bir kardeşinin olduğunu, 8'i iki kardeşinin olduğunu, 2'si üç kardeşinin olduğunu, 2'si dört kardeşinin olduğunu ve 1'i beş kardeşinin olduğunu belirtmiştir. Bir kişi bu soruya yanıt vermemiştir.

Katılımcıların Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları

Sosyal medyaya yönelik katılımcıların tutumlarını ortaya koymak üzere “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçekte toplam 23 tutum maddesi yer almakta olup, ölçek tüm katılımcılara ayrı ayrı uygulanmıştır. Kullanılan ölçekten elde edilen toplam puanlara bakıldığında, çocukların sosyal medyaya yönelik tutumlarının ortalaması $\bar{X} = 99.30$, annelerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının ortalaması $\bar{X} = 78.50$ ve babaların sosyal medyaya yönelik tutumlarının ortalaması ise $\bar{X} = 72.65$ 'dir. Bu sonuç, çocukların sosyal medyaya yönelik tutumlarının anne ve babalarından çok daha yüksek olduğunu, annelerin tutumlarının ise babaların tutumlarından bir miktar daha yüksek olduğunu göstermektedir.

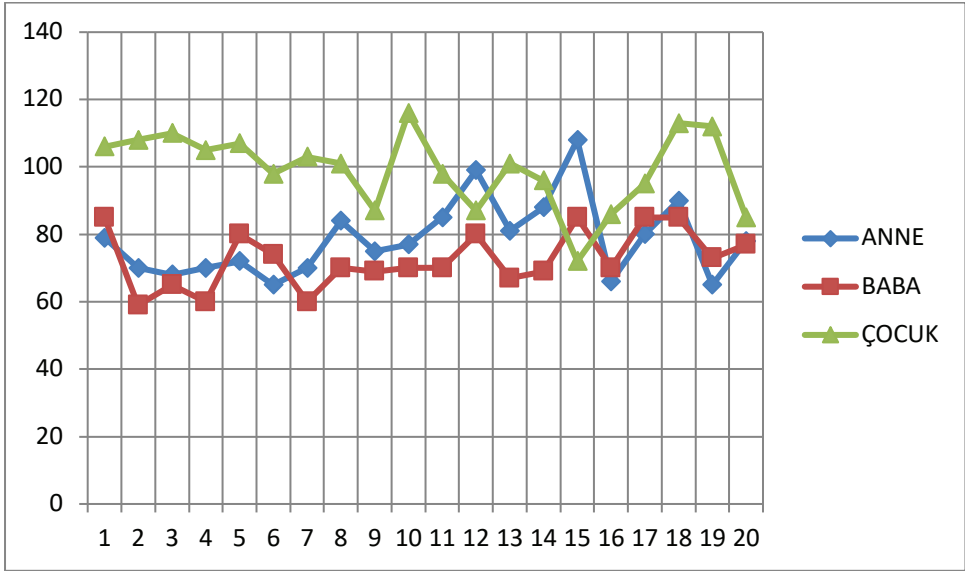
Katılımcılar arasında, sosyal medyaya yönelik tutum açısından farklılığın olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucu istatistiki olarak anlamlı olup [$F(2, 57) = 35.355, p < 0.05$], gruplar arasında farklılaşma gözlemlenmiştir. Farkın kaynağını ortaya koymak üzere Tukey testi kullanılarak Post hoc analizi gerçekleştirilmiştir. Çocukların sosyal medyaya yönelik tutumları anne ve babalarından daha yüksek olup, farklar istatistiki olarak anlamlıdır. Ancak, her ne kadar annelerin sosyal medyaya yönelik tutumları daha yüksek olsa da anne – baba arasındaki tutum farklı birbirine çok yakın olup istatistiki olarak anlamlı değildir.

Anne, baba ve çocukların tutumları arasındaki ilişkinin varlığını ortaya koymak için çoklu korelasyon analizi kullanılmıştır. Bu analiz sonucuna göre, anne ile çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişki istatistiki olarak anlamlı olup [$r = -0.490, p = .028$], bu ilişki yüksek düzeyde ve ters yönlüdür. Bu sonuç, anne ve çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumları arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğunu, çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumları artarken, annelerin tutumlarının azaldığı anlamına gelmektedir. Baba ile çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişki ise her ne kadar ters yönlü olsa da, bu ilişki istatistiki olarak anlamlı değildir [$r = -0.279, p = .233$]. Diğer yandan, anne ve babaların sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişki pozitif yönlü ve yüksek düzeyde olup, bu ilişki istatistiki olarak anlamlıdır, [$r = 0.531, p = .016$].

Bu sonuç, anne ve babaların sosyal medyaya yönelik tutumları arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu, annelerin sosyal medyaya yönelik tutumları artarken, babaların da tutumlarının arttığını, yani anne ve babalar arasındaki sosyal medyaya yönelik tutumların uyumlu olduğunu göstermektedir. Tüm bu sonuçlar birlikte dikkate alındığında, çocukların ebeveynleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları açısından farklılıklar

yaşadıkları, ancak ebeveynlerin kendi aralarında bu konudaki tutumlarının uyumlu olduğu anlaşılmaktadır.

Anne, baba ve çocukların sosyal medyaya yönelik tutumlarının bireylere göre dağılımı aşağıdaki Şekil 5.5.1’de gösterilmektedir. Korelasyon analizinde de görüldüğü üzere, bu şekil ebeveynleri ile çocukları arasında sosyal medyaya yönelik tutumlar açısından farklılıkların olduğunu, ebeveynlerin kendi aralarında ise daha uyumlu bir eğilim sergilediklerini göstermektedir.



Şekil 5.5.1. Anne, Baba Ve Çocukların Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları (Toplam Puan Üzerinden)

Katılımcıların Mahremiyet Algısı

Katılımcıların, kendilerine yöneltilen açık uçlu sorulara verdikleri yanıtlar dikkate alındığında dört mahremiyet alanının ortaya çıktığı görülmektedir. Bu

mahremiyet alanları; beden mahremiyeti, aile mahremiyeti, ev mahremiyeti ve sosyal ilişkilerde mahremiyet olarak gruplanmıştır.

(1) **Beden Mahremiyeti**

Beden mahremiyeti ile ilişkili olarak katılımcıların kendilerine veya ailelerine ait mayolu fotoğrafları sosyal medya hesaplarında paylaşmış, paylaşmamaları ve video sitelerinde popülerleşen ve kullanıcının sadece gözlerinin müzik eşliğinde gösterildiği göz videoları ile ilişkili algı, görüş ve eğilimleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu mahremiyet alanına ilişkin iki örnek olay üzerinden katılımcıların görüşleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

İlk örnek olayla ilgili olarak ebeveynlerin 16'sı böyle bir fotoğrafı sosyal medya hesaplarında paylaşmayacaklarını ifade ederken, çocuklarının sadece 8'si böyle bir fotoğrafı paylaşmayacaklarını ifade etmiştir. Çocuklardan 12'si bu tarz bir paylaşımı yaptıklarını ve yapacaklarını ifade etmişlerdir. Buradan da anlaşılacağı üzere, ebeveynlerinin aksine çocukları sosyal medya hesaplarında sahilde çektiydikleri mayolu bir resmi paylaşabileceklerini ifade etmektedirler. Mayolu bir resmi paylaşmayacağını ifade eden ebeveynler buna gerekçe olarak çeşitli nedenler ortaya koymuşlardır. Ebeveynler paylaşmama gerekçesi olarak böyle bir fotoğrafın ayıp olacağı, teşhir olacağı, inancı gereği doğru olmayacağı gibi gerekçeler sunmaktadırlar.

Katılımcılara son zamanlarda gençler arasında popüler olan “göz akımı videoları” hakkında görüşleri sorulmuştur. Bu videoları izleyip izlemedikleri, böyle bir video paylaşmak isteyip istemedikleri ve ebeveynlere çocuklarının böyle bir video paylaşmaları durumunda ne düşünecekleri ve hissedecekleri sorulmuştur. Bu akım hakkında fikri ve bilgisi olmayan ebeveynlere örnek video izlettirilmiştir.³ Ebeveynlerin 7'si bu tür bir videoyu daha önce hiç izlemediğini ifade etmiştir. Kendilerine gösterilen örnek video üzerinden bu

³ Bakınız: <https://www.youtube.com/watch?v=mpEsRIK7Xl8>

tür bir paylaşımın anlamsız, saçma ve yanlış olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca bazı ebeveynler, gözün vücudun önemli bir organı olduğunu, gözlerin çekici olduğunu, mahrem bir yer olduğunu dolayısıyla bu tür bir paylaşımın uygun olmadığını vurgulamışlardır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin hemen hepsi bu tür bir videoyu daha önceden izlediğini ve konuyu bildiklerini belirtmişlerdir. Çocuklardan 13'ü böyle bir videoyu paylaşmayacağını ifade etmiştir. Bu çocuklar paylaşmama gerekçelerini, gözlerinin güzel veya estetik olmadığına, bu tür bir paylaşımın çocukça ve saçma olduğuna vurgu yaparak açıklamışlardır.

Geri kalan öğrencilerin bir kaçı böyle bir denemeyi daha önceden yapıp paylaştıklarını diğer bir kaçı ise böyle bir video çekip paylaşabileceğini ifade etmişlerdir. Göz videosu paylaşabilirim diyen bazı öğrencilerin ifadeleri şu şekildedir.

(2) Ev Mahremiyeti

Ev mahremiyeti ile ilişkili olarak katılımcıların; kendi evlerinden ev içi kıyafetle, fotoğraflarını ve evin iç görüntülerini sosyal medya hesaplarında paylaşma durumlarına yönelik algı, görüş ve eğilimleri sorulmuştur. Bu mahremiyet alanına ilişkin iki örnek olay üzerinden katılımcıların konuyla ilgili görüşleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Ebeveynlerin hemen hemen hepsi, ev içi kıyafetleri (özellikle de pijama, gecelik ve iç giyim) ile yapılan sosyal medya paylaşımlarını uygun bulmadıklarını ifade etmişlerdir. Diğer örnek olaylardaki durumlar ile karşılaştırıldığında, ailelerin bu konuda daha katı bir tutum içinde oldukları ve ev giysileri ile paylaşım yapılmasına karşı duruşlarına ilişkin ise mahremiyet kavramına daha fazla atıf yaptıkları görülmektedir.

Aileler, ev içi kıyafetlerle paylaşım yapmanın, evin mahremiyetine uygun olmadığını, özel yaşam alanlarından biri olan ev halinin paylaşımının ayıp,

şık ve doğru olmayan bir durum olduğunu ve daha ötesi mahremiyetin ihlal edildiğini açıkça dile getirmişlerdir.

Diğer yandan, öğrencilerin bu örnek olaydaki duruma verdikleri yanıtlara bakıldığında, birçoğunun ailelerine paralel olarak ev kıyafetleriyle paylaşım yapmayacaklarını ifade ederken, bir kısmı daha önceden iç kıyafeti ile değil ancak şort vb ile evden paylaşımları zaten yaptıklarını ve ileride de yapabileceklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin hemen hemen hepsi iç giyim / çamaşır, atlet, pijama veya gecelik paylaşım yapılmasının uygun olmadığını belirtmektedirler. Ancak, üç öğrenci dışında, hiçbir öğrenci mahremiyete atıf yapmamıştır. Öğrencilerin birçoğu daha önceden “Snapp” kullanarak evden paylaşım yaptığını, ancak bu paylaşımları yaparken üzerlerinde şort veya eşofman gibi kıyafetler olduğunu ve pijama, iç giyim olmadığı sürece, şort veya eşofman ile yapılan paylaşımların kendileri için sorun olmayan normal bir durum olduğunu ifade etmektedirler.

Katılımcılara, evlerinin iç görüntülerini sosyal medyada paylaşmayı nasıl gördükleri ve örneğin mutfakta yemek yaparken çekilen bir video veya fotoğrafın paylaşılmasına yönelik ne düşündükleri sorulmuştur. Bu örnek olaydaki evin tamamının veya belirli bir bölümünün görünmesine ilişkin olarak ebeveynlerin çok çeşitli eğilimlerinin ve değerlendirmelerinin olduğu görülmektedir. Bazı aileler evin içinden paylaşım yapmanın uygun olmadığını ve paylaşım yapmayacaklarını ifade ederken bazı aileler ise paylaşım yapabileceklerini ifade etmektedirler.

Paylaşım yapmam diyen ailelerin bir kısmı evin bütününe özel alan olarak tanımlamakta ve mahremiyetinden dolayı hiçbir kısmına veya bölümüne ilişkin fotoğrafın veya videonun paylaşımının yapılmasının uygun olmadığını belirtmektedirler.

Bazı ailelerin evin fotoğraflarının paylaşılmasından rahatsız olduklarını ve uygun olmadığını belirtmelerine rağmen, mutfak gibi belirli bir alanda çekilen fotoğrafın veya videonun çok sorun olmayacağını ifade etmişlerdir.

Diğer taraftan, öğrencilerin bu örnek olaya yönelik değerlendirmeleri incelendiğinde, öğrencilerin birçoğu, evin iç görüntülerinin sosyal medyada paylaşımına sıcak bakmaktadır. Her ne kadar, öğrenciler bu konuya olumlu baksalar da, daha önceden yapmış oldukları paylaşımlarda daha çok kendi odalarından paylaşım yaptıklarını ifade etmektedirler. Ayrıca, öğrenciler özellikle evin tamamını veya bir bölümüne yönelik çekim yapıp paylaşmadıklarını, sadece çekim yaparken evde ve kendi odalarında oldukları için evin bir kısmının görüldüğünü ifade etmektedirler. Ancak, öğrencilerin neredeyse hiç biri, ev içi fotoğraf veya video paylaşımının özel alan ihlali olduğunu ifade etmemiş veya mahremiyetin kamusallaştırıldığına yönelik bir atıfta bulunmamışlardır.

Ancak bazı öğrenciler, çektikleri video veya paylaşımın içeriğine göre evin farklı odalarını da kullandıklarını ve bu durumun onlar için bir sorun olmadığını şu şekilde ifade etmektedirler.

“Odamı ara sıra paylaşıyorum. Ev de derli topluysa, konuyla ilgisi varsa paylaşıyorum” (Ö17)

“evde sadece kendi odamda paylaşım yapıyorum. Ama bazen, musically, video çekerken banyo, mutfak, neresi uygunsa çekiyorum” (Ö18)

Bazı öğrenciler ise ev içi paylaşım yapmadıklarını ve bunu uygun bulmadıklarını şu şekilde ifade etmektedirler.

“Evin içini paylaşmam. ...Paylaşanı yadırgamam” (Ö15)

“Abartılı ve gösterişli olduğunu düşünüyorum” (Ö19)

Bir öğrenci ise odasının olmadığından dolayı çekip paylaştığı videoları salonda çektiğini şu şekilde ifade etmektedir “*Odam yok benim, videolarımı genelde salonda çekiyorum, sorun olmuyor*” (Ö20).

(3) Aile Mahremiyeti

Aile mahremiyeti ile ilgili olarak, katılımcılara aile bireylerinin olduğu veya çocuklarının bebekliklerine dair özel fotoları paylaşıp paylaşmayacakları sorulmuştur. Ayrıca özellikle bir kıyafet giyip, o kıyafetle ilgili bir paylaşım yapıp yapmayacakları ile profil fotosu tercihleri ile ilgili görüşleri sorulmuştur.

Katılımcılara, misafir davet ettiklerinde, misafirleri ile çektiydikleri bir fotoğrafı veya herhangi bir gün yemek masasının fotoğrafını paylaşıp paylaşmayacakları, fotoğrafı paylaşırken dikkat ettikleri kriterlerin olup olmadığı sorulmuştur.

Öğrencilerin tamamına yakını toplu halde çekilen bir fotoğrafı paylaşabileceklerini ve bu tür fotoğrafların paylaşılabilirliğini ifade etmektedirler. Bu tür fotoğrafları paylaşabileceklerini ifade eden öğrencilerin sadece ikisi paylaşmadan izin alacağını (Ö17 ve Ö20), çoğu ise ortak resim çektiğinin zaten izin vermek anlamına geldiğini ifade etmektedirler.

Ayrıca bu konuda, Ö4 kodlu öğrenci “*paylaşılmasını istemediğim kareye girmem*”, Ö5 kodlu öğrenci “*paylaşım istemeyen foto çektiirmesin*”Ö1, Ö8 ve Ö18 kodlu öğrenciler, böyle bir fotoğrafı paylaştıklarında, fotoğraf karesinde olup paylaşılmasını istemeyen kişileri etiketlemediklerini belirtmişlerdir. Ö15 kodlu öğrenci paylaşma konusunda tek kriterinin fotoğrafın estetik olması olarak, Ö10 ve Ö16 kodlu öğrenciler ise fotoğraf karesinde kendilerinin güzel çıkmasının paylaşmak için yeterli kriter olduğunu ifade etmektedirler.

Katılımcılara, kendilerine yakıştığını düşündükleri bir kıyafetin fotoğrafını sosyal medya aracılığıyla paylaşma durumları sorulmuştur. Ebeveynlerin

yarisından çoğu, kendilerine yakışan bir fotoğrafı sosyal medyada paylaşabileceklerini belirtmektedirler. Bazı ebeveynler bu tür paylaşımları ara sıra yaptıklarını, bazıları ise özel bir günde giydiği kıyafeti paylaştığını şu şekilde belirtmektedir;

“Özellikle giyinip paylaşmam, ama çekilen güzel bir foto ise paylaşırım” (E1)

“Kaynımın düğününde giydiğim elbise özel dikimdi. Onu paylaştım. Ama pek heves etmem” (E4)

“Hepsini değil, bayram kıyafeti olabilir” (E6)

Bazı ebeveynler ise, bu tür bir fotoğrafı paylaşabileceklerini, ancak kıyafetin ne olduğuna göre, açık olup olmamasına göre ve edep dahilinde olmasına göre paylaşımın değişebileceğini şu şekilde ifade etmektedirler;

“...kıyafetin çok açık olmamasına dikkat ederim (anne)” (E3)

“...kıyafetin ne olduğu önemli tabi” (E18)

“Edep dahilinde olabilir” (E19)

Diğer yandan, öğrencilerin 18’i ise kendilerine yakışan bir kıyafetin fotoğrafını paylaşabileceklerini şu şekilde ifade etmektedirler.

“İnstagram hesabım var ve yeni bir şey alınca paylaşırım” (Ö7)

“Özellikle bazı markaları giydiğimde paylaşım yapıyorum. Tarzımı paylaşmak hoşuma gidiyor” (Ö18)

Ö9 ve Ö12 kodlu öğrenciler, bu tür resimleri paylaştıklarını, çünkü kendilerini bu paylaşımlarından dolayı takip eden veya edecek olan kişilerin olduğunu belirtmişlerdir. Ö11 kodlu öğrenci ise *“hoşuma gitmez, gösteriş”* ifadesini kullanarak böyle bir fotoğrafı paylaşmadığını, Ö17 kodlu öğrenci paylaştığını, ancak utanmasından dolayı marka yazmadığını ifade etmiştir.

Katılımcılara, çocuklarının bebeklik fotoğraflarını sosyal medyada paylaşma durumları ile çocukları büyürken gelişim süreçlerini sosyal medyada paylaşma durumları sorulmuştur. Ebeveynlerin 13'ü çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaştığını geri kalanı ise paylaşmadığını ifade etmişlerdir. E9 kodlu ebeveyn, “uzaktaki aile yakınlarımız görsün diye” ifadesini kullanarak çocuğunun resmini paylaştığını belirtmiştir. E12 kodlu ebeveyn, çocuğunun resmini paylaşmasından memnun olmadığını “*şimdiki aklım olsa paylaşmazdım*” ifadesiyle ortaya koymaktadır. Paylaşım yapan ebeveynlerden, bu paylaşımı konusunda memnun olmayan veya çeşitli gerekçelerle bu fotoğrafları paylaşımlarından kaldıran diğer aileler şu ifadeleri kullanmaktadır.

“Evet paylaştım. Daha sonra medyada pedofili haberleri artınca kaldırdım” (E1)

“Paylaştım. Orta 2'ye geçtiğinde, çocuğum rahatsız olduğunu söyleyince kaldırdım” (E15)

Diğer taraftan öğrencilerin 12'si, çocukları olduğunda çocuklarının fotoğraflarını sosyal medyada paylaşmayacaklarını, ikisi bu konuda emin olmadığını, geri kalanı ise paylaşabileceklerini ifade etmektedirler.

Katılımcılara, eşinizle veya ailenizle birlikte yaptığınız etkinlikler, geziler veya aktiviteler hakkında sosyal medyada paylaşım yapma durumları sorulmuştur. Ebeveynlerin yarısı, ailesi ile yapmış olduğu herhangi bir etkinlik, gezi veya faaliyete ilişkin sosyal medya üzerinden bir paylaşımında bulunmadığını, geriye kalanların bir kısmı paylaşım yaptığını bir kısmı ise yerine veya duruma göre paylaşım yaptığını ifade etmişlerdir. Sosyal medyada, bu tür bir paylaşım yapmadığını belirten ebeveynler bu tür paylaşımların ayıp ve gösteriş olduğunu (E10, E11) ve saklı kalması (E10) gerektiğini ifade etmektedirler. Sadece belirli önemli gün ve etkinliklerde

yerine ve duruma göre paylaşım diyen katılımcılar ise bu durumu şu ifadelerle açıklamaktadırlar

“Sadece düğün olduğu zaman. Bilgi paylaşımı yapmam” (E1)

“Yerine göre. Bazen orada olduğumuzu duyurmamız gerekiyor (siyasi parti etkinliği gibi)” (E7)

Diğer taraftan, öğrencilerin yarısı böyle bir paylaşım yaptığını ve yapabileceklerini, paylaşım yaparken seçici davrandıklarını, her etkinliği veya faaliyeti paylaşmadıklarını, mekâna veya ortama göre paylaşım yaptıklarını ifade etmektedirler. Ö1 kodlu öğrenci, mekânın güzel olması durumunda paylaşım yaptığını, Ö7 özellikle şık mekânlarda, Ö12 güzel ve ünlü mekânları paylaşım yaptığını; Ö6 tüm etkinlikleri değil, seçici davrandığını; Ö4 ve Ö8 arkadaşları ile olan faaliyetlerini paylaştıklarını; Ö16 mekanın durumuna göre paylaşım yaptığını, Ö17 ortamına göre paylaştığını ve Ö19 fotoğraf olmadan paylaşım yaptığını belirtmektedir.

Katılımcıların Sosyal Medyada Paylaşılan Bazı Fotoğraflara Yönelik Değerlendirmeleri

Katılımcılara, sosyal medyada paylaşılan dört farklı paylaşım gösterilmiş ve bu resimlere yönelik değerlendirmelerde bulunmaları istenmiştir. Bu resimlerden ilki, hac esnasında şeytan taşlama alanının önünde selfie yapan bir adamın sosyal medya paylaşımına ilişkin bir fotoğraftır. İkinci paylaşım ise, bir türbede bir kadının dua ederken çektiği fotoğrafı; üçüncü paylaşım, *“herkes uyuduğuna göre sigara show başlasın”* başlığıyla 13-14 yaşlarında bir çocuğun kendi evinde uyuyan kişilerin önünde sigara içerken çektiği selfilere ilişkin dört adet fotoğraf paylaşımı; son paylaşım ise, donatılmış bir sofradan çekilen ancak ancak kişilerin resimlerinin görülmediği bir paylaşımıdır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada, anne-baba ve çocuklarının sosyal medya – mahremiyet ilişkisine yönelik algı ve değerlendirmeleri ile sosyal medya paylaşımlarında mahremiyet olgusuna hangi ölçüde anlam yükledikleri, neleri mahrem neleri mahrem olmayan olarak gördükleri, yapılan görüşmeler yoluyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, ebeveynler ile çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumlar karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Sosyal medyanın kullanımı günümüzde toplumun tüm kesimleri tarafından kabul görmekte ve kullanım sıklığı her geçen gün özellikle gençler ve çocuklar arasında yaygınlaşmaktadır. Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, hızlı bilgi paylaşımı ve bilgiye ulaşma ile birçok kişiyle anlık görüşme imkânı tanınmasıyla ortaya çıkmaya başlamıştır. Sosyal medyanın yaygın bir şekilde kullanımının temelinde yine bireylerin ve toplumların birçok alandaki değişen ve dönüşen talepleri yatmaktadır. Dolayısıyla, teknoloji ile sosyal yapı arasında karşılıklı bir ilişki söz konudur.

Sosyal medya ve sosyal ağlar, birbirlerinden ayrı ve kopuk yaşayan toplumun birçok kesimini, bünyesinde barındırdığı birçok sosyal paylaşım platformu sayesinde zaman ve mekân sınırlılığı olmadan hızlı ve pratik iletişim kurmalarını sağlar. Bu durum bireyin toplum içinde yeniden kendini tanımlamasına neden olur. Sosyal medya araçlarının çeşitlenmesi ve bu araçların her geçen gün daha tanınır hale gelip gündelik hayatta kullanım sıklığının artması, toplumsal hayatta çok çeşitli değişimleri beraberinde getirir. Her ne kadar sosyal medya kullanımının bireylere, eğitim, kültür, sanat, iletişim, ekonomi ve daha birçok açılardan katkı sağlama potansiyeli olsa da toplumları veya bireylerin kavramlara yükledikleri anlamların dönüşümüne neden olabilmektedir. Bu kavramların başında mahremiyet kavramı gelmektedir. Bu kavramın öne çıkmasının temel nedeni, sosyal medya paylaşımlarında aile, ev, beden ve daha birçok özel alana ilişkin

unsurların kamusallaştırılarak özel alan - kamusal alan sınırlarının net olarak çizilememesinden ve bu geçişkenliğin birçok faktörden (yaş, cinsiyet, toplumsal tabaka, sosyo-ekonomik durum vb.) kaynaklanmaktadır.

Araştırmadan da görüleceği üzere, hem ebeveynler hem de çocukları sosyal medya araçlarını yakından tanımaktadırlar. Araştırmamızdan elde edilen bulgulara göre, farklı yaşlardan, mesleklerden ve sosyo-ekonomik düzeylerden ailelerin sosyal medyaya yönelik tutumları birbirinden çok farklılık göstermemektedir. Ancak, bu faktörlerden bağımsız olarak anne ve babaların sosyal medyaya yönelik tutumları arasında paralellik söz konusu iken aynı paralellik ebeveynleri ile çocukları arasında bulunmamaktadır. Çocukların sosyal medyaya yönelik tutumları ailelerinden çok daha fazladır. Çocuklar ile ebeveynleri arasında istatistiksel fark bulunurken, anne ve baba ile çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumları arasında negatif yönlü ve yüksek düzeyde korelasyon söz konusudur.

Yani çocukların sosyal medyaya yönelik ilgileri artarken özellikle annelerinin ilgileri azalmaktadır. Bu sonuçlar, ebeveynler ile çocuklarının sosyal medyaya yönelik tutumlarının farklılaşmakta olduğunu göstermektedir. Birçok faktör bu sonucu etkilemektedir. Ancak bu faktörlerin başında ebeveynler ile çocuklarının sosyal medya kullanım sıklığının ve alışkanlıklarının farklılaşması gelmektedir. Çocuklar ve gençler, günün birçok saatini sosyal medya platformlarında ve sosyal ağlarda geçirirken, ebeveynler gerek meslekleri gerekse sorumlulukları nedeniyle belki daha sınırlı sürede sosyal medyayı kullanmaktalar.

Mahremiyet kavramına yönelik atfedilen anlamlar ve manalar günümüzde eskisinden daha farklı olmakla birlikte, kuşaklar arasında, cinsiyetler arasında, sosyal, psikolojik ve demografik birçok değişken açısından farklılaşmaktadır. Buradaki çalışmada, ebeveynler ile çocukları arasında sosyal medya kullanım ve paylaşımlarında mahremiyet algılarının farklılıklar gösterdiği çok net

görülmektedir. Araştırma bulgularından üç temel mahremiyet alanı olan beden, ev ve aile mahremiyetine ilişkin ebeveyn ve çocukların kendilerine sunulan örnek olaylara yönelik değerlendirmeleri birçoğunda farklılık göstermektedir. Geçmiş ile kıyaslandığında ebeveynlerin bile özel alan veya mahrem bölge olarak görmedikleri durumlara karşı çocuklarının değerlendirmeleri çok daha farklıdır.

Sonuç olarak, ebeveynler ile çocuklarının sosyal medya kullanım sıklıkları farklı olduğu kadar sosyal medya paylaşımları ve bu paylaşımlardaki mahremiyet algıları da farklılık göstermektedir. Ebeveynlerin mahrem veya özel alan olarak tanımladıkları ve sosyal medya platformlarında paylaşma konusunda endişe duydukları konu, olay, ortam veya fotoğraf konusunda çocukları benzer algı ve kaygıları taşımamaktadırlar. Alan yazında, konu ile ilgili, aile ve çocukları ile birlikte yapılan pek araştırmaya rastlanmamıştır. Daha çok öğrenciler ile yapılan çalışmalara rastlanmaktadır. Yapılan araştırmalarda, mahremiyet kaygısı yüksek olan kişilerin, sosyal medya platformlarında kendilerine ait bilgileri paylaşmaktan kaçındıkları rapor edilmiştir (Alkeiny ve Norwawi, 2014; Young ve Quan-Haase, 2013). Üniversite öğrencilerinin mahremiyet kaygıları ile facebook kullanımları arasındaki ilişkiyi inceleyen Acılar ve Mersin (2015), facebook kullanan üniversite öğrencilerinin mahremiyet kaygılarının facebook kullanmayan öğrencilerden daha düşük olduğunu görmüşlerdir. Diğer yandan, 23-46 yaşları arasındaki kadın ve erkekler ile yapılan diğer bir araştırmada, Sarı (2012) facebook kullanım sıklığı ile mahremiyet arasında bir ilişkinin olmadığı, yetişkinlerin mahrem olarak nitelendirdikleri bilgileri paylaşma konusunda daha temkinli oldukları ve bu konuda sınırlar belirledikleri, yani mahremiyetlerini koruma eğilimi gösterdiklerini ifade etmiştir. Sosyal medya platformları, kişilerin kendileri ve çevreleriyle ilgili olan bilgi, video, fotoğrafları diğerleri ile paylaşmalarına olanak tanıyarak onların diğer kişilerle anlık ve hızlı bir şekilde iletişime geçmelerini sağlamaktadır. Ancak,

bu tür paylaşımlar bazen özel alanın kamusallaştırılmasına neden olmakta ve mahremiyet sorununa neden olabilmektedir.

Özel alanın ihlal edilmemesi ve iyi niyetli paylaşımların hiç umulmadık bir şekilde kötü niyetlerle kullanılmaması için kişilerin mahremiyet ve sosyal medya paylaşımları konusunda bilgilendirilmesi onların özel alanlarına daha fazla muhafaza etmelerine yardımcı olacaktır. Bu konuda yapılan araştırmalarda, mahremiyet ve sosyal medya kullanımı konusunda farkındalık düzeyleri yüksek olan kişilerin kendilerine ait daha az bilgiyi paylaştıkları görülmektedir.

Üniversite yaşındaki gençlerin sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algılarını belirlemeye yönelik yaptığı araştırmada, Oz (2014), mahremiyet konusunda farkındalığı yüksek olan facebook kullanıcılarının kendi profillerinde gizlilik ayarları konusunda daha dikkatli olduklarını ve bu ayarları daha kapalı hale getirdiklerini gözlemlemiştir. Benzer şekilde, De Wolf, Willaert ve Pierson (2014) yaptıkları araştırmada, özellikle facebook kullanan kullanıcıların mahremiyet konusundaki farkındalık düzeylerinin artması onların kendileri ile ilgili daha sınırlı düzeyde bilgi paylaşımlarına neden olmaktadır.

KAYNAKÇA

Acılar, A., ve Mersin, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 103-114.

Alkeinay, N. Y. & Norwawi, N. Md. (2014). User oriented privacy model for social networks. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 129, 191-197.

Altun, A. (2008). Yapılandırmacı öğretim sürecinde Viki kullanımı. 8. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Konferansı (IETC), 6-9 Mayıs 2008, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.

Ayduran, G. (2005). *Dilemma between security and privacy on the internet*. Unpublished Master Thesis, Institute of Science and Engineering, Işık University, İstanbul.

Balaman, F. ve Karataş, A. (2012). Lise öğrencilerinin internet ortamında sosyal paylaşım sitelerini kullanım amaçları ve sosyal paylaşım unsurları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 497 - 504.

Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. Akademik Bilişim 2013 konferansı, İstanbul. 23.02.2018 tarihinde <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Beceni, Y. ve Uçkan, Ö. (2002). Bilişim – İletişim Teknolojileri ve Ceza Hukuku. Türkiye Bilişim Şurası Hukuk Çalışma Grubu Raporu, Ankara: T.C. Başbakanlık

Berkup, S.B. (2015). *Sosyal ağlarda bireysel mahremiyet paylaşımı: X ve Y kuşakları arasında karşılaştırmalı bir analiz*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ege Üniversitesi, İzmir.

Bilgiç, H.G., Duman, D., ve Seferoğlu, S.S. (2011). Dijital yerlilerin özellikleri ve çevirim içi ortamların tasarlanmasındaki etkileri. Akademik Bilişim, 2-4 Şubat, 2011, (ss. 1-7). İnönü Üniversitesi, Malatya

Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Yüksek lisans tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erciyes Üniversitesi, Kayseri

Boyd, D.M. (2008). *American teen sociality in networked publics*. Unpublished PhD Thesis, Berkeley University, California, USA.

Borzart, J. (2010). *Social media for trainers*. San Francisco: Pfeiffer Publish.

Bulut, M. (2013). *Gençlik ve sosyal medya araştırma raporu: Yönetici özeti*. Ankara: Gençlik ve Spor Bakanlığı. 30.01. 2018 tarihinde <https://leventeraslan.files.wordpress.com/2015/09/genclik-sosyalmedyayonetici-ozeti.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Constantinides, E. ve Fountain S.J. (2007). “*Special Issue Papers Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues*” Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, s.231-244.

Croteau, D., Hoynes, W, & Milan, S. (2012). *Media society: Industries, images and audiences*. (4th ed.). LosAngeles: Sage

Çap, E. (2017). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişki tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Çaycı, B., ve Karagülle, A.E. (2014). X kuşağından Z kuşağına değişen mahremiyet algısı (ss. 190-196). Proceeding Book. International Trends and Issues in Communication & Media Conference, February 5-7, 2014 Dubai, UAE, www.iticam.net.

Çelik, T., ve Karaaslan, E. (2003). İnternet toplumu oluşum süreci. 9. Türkiye’de İnternet Konferansları. 11-13 Aralık 2003, İstanbul 11.02.2018 tarihinde <http://inet-tr.org.tr/inetconf9/> adresinde elde edilmiştir

Çelikoğlu, N. (2007). *Türkiye’de üniversite gençliğinde mahremiyetin dönüşümü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Dedeoğlu, G. (2004). Gözetleme, mahremiyet ve insan onuru. *Türkiye Bilişim Derneği Dergisi*, 153, 1-4.

Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 27-50.

Deniz, A. (2012). *Sosyal ağ kullanımı ve sosyal ağlarda benlik algısı: Muğla ili örneği*. Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Deperlioğlu, Ö. ve Köse, U. (2010). *Web 2.0 teknolojilerinin eğitim üzerindeki etkileri ve örnek bir öğrenme yaşantısı*. XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri (s. 337-432). <http://tojde.anadolu.edu.tr/elearning.pdf> adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.

Derebaşı, M. (1999). *İnternet*. İstanbul: Kamer Bilgisayar.

Devellioğlu, F. (1970). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat*. Ankara: Aydın Kitabevi Yayınları.

Dilmen, N.E. (2014). Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri – bloglar ve gazeteciliğe yansımaları. 10.02.2018 tarihinde <http://e-dergi.marmara.edu.tr/maruid/article/view/5000013287> adresinden elde edilmiştir.

Dilmen, N.E., ve Öğüt, S. (2010). Sosyalleşmenin yeni yüzü: Sosyal paylaşım ağları. 04.04.2018 tarihinde <http://www.sertacogut.com/blog/wp-content/uploads/2010/05/Ogut-Dilmen-Sosyalleşmenin-Yeni-Yüzü-Sosyal-Paylaşım-Ağları.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., Ulusu, Y., Kılıç, B. (2010). *Facebook'tayız, sosyal paylaşım ağlarının bireylere ve işletmelere yönelik incelenmesi: Facebook üzerine bir araştırma*. İstanbul: Beta

Ekinil, B. (2009). A new era on the internet: Facebook. *İletişim Dergisi*, 28, 93-114.

Erkan, H. (1993). *Bilgi toplumu ve ekonomik gelişme*. (3. Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Erkul, E.R. (2009). Sosyal medya araçlarının (Web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği Dergisi*, 116, 96-101.

Ersoy, M. ve Balyemez, M. (2013). Geleneksel ve Sosyal Medyanın Dili : “Zaytung Örneği”, II. International Conference on Communication, Media, Tecnology and Design, 02-04 May 2013, Famagusta – North Cyprus, (Çevrimiçi) <https://www.academia.edu/8293948>, (Erişim Tarihi:29.09.2014),

Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F.İ, ve Kurt, A.A. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ sitelerin kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technology & Teacher Education*, 3(2), 17-28.

Flaherty, David H. (2000) “Privacy Impact Assessments: An Essential Tool for Data Protection, *Privacy Law and Policy Reporter*, No. 2000/45, pp. 85-104.

Fogel J., & Nehmad E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25, 153-160.

Genç, Z. (2010). Web 2.0 yeniliklerinin eğitimde kullanımı: Bir Facebook eğitim uygulama örneği. *Akademik Bilişim '10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*.http://ab.org.tr/ab10/kitap/genc_AB10.pdf (Erişim: 18-07-2014)

Gross, R., & Acquisti, A. (2005). Information revelation and privacy in online social networks. *Proceedings of WPES'05*. 29.01.2018 tarihinde <http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacyfacebook-gross-acquisti.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Guo, Y. Y. 2010. The privacy issue on social network sites: Facebook. *Journal of Digital Research and Publishing*. 2, 83-90.

Gürkan, O., (2001). *İnternet kullanım kılavuzu ve chat rehberi*. Ankara: Yargı Yay.

Güven, K.S., ve Kovanlıkaya, Ç. (2008). Postmodern rear window: Facebook. *6th International Symposium Communication in the Millenium*, Vol. 1, 14-16 May, İstanbul.

Hatipoğlu, H. B. (2009). Sosyal medya ve ticaret hayatına etkileri. *CIO Club Dergisi*, 71-74.

Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.

How does MySpace work? 14.02.2018 tarihinde <http://creative.myspace.com/safety/safetyguideparents.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Hoy, M. G. & Milne, G. (2010). Gender differences in privacy-related measures for young adult Facebook users. *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), 28-45.

<https://www.lifewire.com/what-is-facebook-3486391> adresinden elde edilmiştir.

İnan, M. (2008). Mahremiyet: Kişiyeye özel alan tartışmaları (Tanıtım - Değerlendirme). *Sakarya Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18, 203-209.

İnternet Kurulu, Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı (TİB) ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) (2011). Çocukların sosyal paylaşım sitelerini kullanım alışkanlıkları araştırması raporu. 10.02.12 tarihinde <http://www.guvenliweb.org.tr/istatistikler/node/43> adresinden elde edilmiştir.

İnternetin İcadı- İnternetin Tarihi, 12. 06. 2016 tarihinde <http://www.icatlarbuluslar.com/internetin-icadi-internetin-tarihi-interneti-kim-buldu.html> adresinden elde edilmiştir.

İşlek, M.S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Karaman.

İşman, A. (2015). *Öğretim teknolojileri ve materyal tasarımı*. (5. Baskı) Ankara: Pegem Akademi Yayın Dağıtım.

Java, S., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why we twitter: Understanding microblogging usage and communities. Joint 9th WEBKDD and 1st SNA-KDD Workshop '07 , August 12, 2007 , San Jose, California , USA. 14.02.2018 tarihinde <http://aisl.umbc.edu/resources/369.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Kahraman, M. (2013). *Sosyal medya 101 2.0, Pazarlamacılar için sosyal medyaya giriş* (2. Baskı). İstanbul: MediaCat Kitapları, Kapital Medya Yayınları.

- Kaplan, İ. (2017). *Üniversite öğrencisi sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algısı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Karabulut, B. (2015). Bilgi toplumu çağında dijital yerliler, göçmenler ve melezler. *Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 11-23.
- Karagülle, A.E. (2015). *Günümüzde değişen mahremiyet algısının sosyal ağlar bağlamında incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Karaoğlu, G. (2010). *Kamusal ve Özel Alan Ekseninde Medya ve Mahremiyet*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Kılıç G., ve Karaaslan, H. (2004). *Okullarda internet kullanımı: Avantajları, dezavantajları ve alınması gereken tedbirler*. 21 Temmuz 2004 tarihinde <http://inettr.metu.edu.tr/bildiriler/okullar.htm> adresinden elde edilmiştir.
- Kılıç, Ç. (2015). Gündem belirleme kuramı çerçevesinde siyasal karar verme sürecine sosyal medya etkisinin incelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Korkmaz, İ. (2013). Facebook ve mahremiyet: Görmek ve gözetle(n)mek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 3:5, 107-122.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., ve Moon, S. (2010). What is twitter, a social network or a news media? International World Wide Web Conference Committee (IW3C2) konferansında sunulan bildiri (Tam metin). 26-30 Nisan 2010, North Caroline, USA. 14.02.2018 tarihinde <http://www.ambuehler.ethz.ch/CDstore/www2010/www/p591.pdf> adresinden elde edilmiştir.
- Laudon, K.C., & Laudon, J.P. (2011). *Yönetim bilişim sistemleri dijital işletmeyi yönetme*. U. Yozgat (Çev). 12. Basım. Nobel Yayınları.
- Lerman, K. (2007). Social information processing in news aggregation. *IEEE Internet Computing*, (2007), 16-28.
- Levy, M. (2009). WEB 2.0 implications on knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 13(1), 120-134.
- Lewis, K., Kaufman, J., Gonzalez, M., Wimmer, A., ve Christakis, N. (2008). Tastes, ties, and time: A new social network dataset using Facebook.com. *Social Networks*, 30(4), 330-42.
- Litt, E. (2013). Understanding social network site users' privacy tool use. *Computers*

in Human Behavior, 29, 1649-1656.

Maigret, E. (2010). *Medya ve iletişim sosyolojisi*. (Çev. Halime Yücel). İstanbul: İletişim Yayınları.

Mayfield, A. (2008). "What is Social Media, An e-book by Antony Mayfield from iCrossing" 15.02.2018 tarihinde http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden elde edilmiştir.

Meriç, B. (2010). *İnternet üzerindeki paylaşım sitelerinin ve blogların tüketici davranışları üzerine etkisi*. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Mestçi, A. (2009). *Web 2.0 teknolojisi & interaktif pazarlama ve reklam modelleri*. Akademik Bilişim'09 - XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 11-13 Şubat, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.

Mişçi, S. (2006). *Yeni medya kullanımının organizasyon yapısı üzerindeki etkileri*, İstanbul: Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı.

Otrar, M. ve Argın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 391-403.

Oz, M. (2014). Sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı: Facebook kullanıcılarının mahremiyet endişeleri ve farkındalıkları. *Journal of Yasar University*, 9(35), 6099-6260.

Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Özen, Y., Gülaçtı, F., ve Çıkkılı, Y. (2004). Eğitim bilimleri ve internet. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 2004, 52-57.

Öztekin, H., ve Öztekin, A. (2010). Modernleşme – mahremiyet ilişkisi ve siber mekanda mahremiyetin aleniye dönüşmesi. *E-Journal of New World Science Academy*, 5(4), 526-540.

Pensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon, MCB University Pres*, 9(5), 1-6. 25.02. 2018 tarihinde <https://www.marcpensky.com/writing/Pensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Rayport, J. F. (2009). *Social networks are the new web portals*. 01.04.2018 tarihinde http://www.businessweek.com/technology/content/jan2009/tc20090121_557202.htm adresinden elde edilmiştir.

Rudestam, K.E., ve Schoenholtz-Read, J. (Eds.). (2010). *Handbook of online learning* (2nd Ed). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Ryan, P.K. (2011). Digital and information literacy: Socail network. New York: The Rosen Publishing Group Inc. (Google book 15.02.2018 tarihinde, <https://books.google.com.tr/books?id=rshCY6J7E0QC&printsec=frontcover&dq=social+network&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwjovv3606jZAhXGxqQKHbywCzQQ6AEIZjAI#v=onepage&q=social%20network&f=false> adresinden elde edilmiştir.

Saeri, A. K., Ogilvie, C., La Macchia, S.T., Smith, J. R., & Louis, W. R. (2014). Predicting Facebook users' online privacy protection: Risk, trust, norm focus theory, and the theory of planned behavior. *The Journal of Social Psychology*, 154(4), 352–369.

Saraç, N. (2014). 8. Sınıf öğrencilerinin benlik saygıları ile sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki ilişki (Beykoz İlçesi Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.

Sarı, Ö. (2012). *Türkiye'de facebook kullanıcılarının mahremiyet algısı ve kimlik inşası üzerine bir çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Sarıhan, T. D. (1995). *Herkes için internet*. İstanbul: Sistem Yayınları.

Sepetçi, N. (2017). *Sosyal medyanın mahremiyet algısının çöküşü: Instagram örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Söylemez Hark N. (2013). *Öğretmen adaylarının sosyal ağ sitelerini kullanma durumlarına göre sosyal beceri düzeylerinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Dicle Üniversitesi, Diyarbakır.

Stutzman, F. ve Kramer–Duffield, J. (2010). Friends only: Examining a privacy-enhancing behavior in Facebook. Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems (Atlanta), pp. 1,553

Şendağ, S. (2008). Web'de yeni eğilimler: öğrenme ortamlarına entegrasyonu. Proceedings of 8th International Educational Technology , *Anadolu University, Faculty of Education*, 995-1001, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Şimşek, T. N. (2012). *Modern kent toplumunda facebook ile yalnızlaşan gençlik: İstanbul Üniversitesi örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Tataroğlu, M. (2013). Mahremiyet sorunlarının önlenmesinde mahremiyet etki değerlendirmesi (MED). *Yönetim ve Ekonomi*, 20(1), 264-289.

Teh, Jeanette (2001-2002) "Privacy Wars in Cyberspace: An Examination of the Legal and Business Tensions in Information Privacy", *Yale Journal of Law & Technology*, Vol. 2001-2002, pp. 4-96.

Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Yayınları.

Tokel, S.T., Başe, D., & İşler, V. (2013). Türkiye’de ebeveynlerin çocukların internet ve sosyal paylaşım siteleri kullanımına yönelik bilgi seviyeleri ve algıları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 25-236

Tonta, Y. (2009). Dijital yerliler, sosyal ağlar ve kütüphaneciliğin geleceği. *Türk Kütüphaneciliği*, 23(4), 742-768.

Törenli, N. (2005). *Bilişim teknolojileri temelinde haber medyasının yeniden biçimlenişi: Yeni medya, yeni iletişim ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat.

Using Flickr Guide 15.02.2008 tarihinde https://www.superhighways.org.uk/documents/view/factsheets-and-guides/impact-aloud/Superhighways_Flickr_Guide.pdf adresinden elde edilmiştir.

Ünal, Y. (2009). Bilgi toplumunun tarihçesi. *Tarih Okulu*, 5, 123-144.

Varol, A. (1998). *İnternete Genel Bakış*, Uzaktan Eğitim, Kış, 10-16. Yayım Dağıtım Ltd. Şti., Ankara.

Vural, Z. B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.

We are social & Hootsuite (2017). Digital in 2017 Global overview: A collection of internet, social media and mobile data from around the World. 12.02.2018 tarihinde <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview> adresinden elde edilmiştir.

What is a wiki? Tutorial 1 for new wikieducators. 13.02.2018 tarihinde http://wikieducator.org/images/3/34/Newbie_Tut1.pdf adresinden elde edilmiştir.

What is blog? 13.02.2018 tarihinde <http://www.ccebl.manchester.ac.uk/events/archive/aligningcollaborativelearning/Blog.pdf> adresinden elde edilmiştir.

What is Facebook? 14.02.2018 tarihinde

What is youtube? 15.02.2018 tarihinde <https://www.gcflearnfree.org/youtube/what-is-youtube/1/> adresinden elde edilmiştir.

Yang, C., ve Chang, Y.S. (2012). Assessing the effects of interactive blogging on student attitudes towards peer interaction, learning motivation, and academic achievements. *Journal of Computer Assisted Learning*, 28, 126–135.

Yayla, K. (2010). *İnternet pazarlamasında yeni eğilimler: Çevrim içi sosyal ağların üniversite öğrencilerinin satın alma davranışlarına etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.

Young, A. L. ve Quan-Haase, A. (2013). Privacy protection strategies on Facebook. *Information, Communication & Society*, 16(4), 479-500.

Yüksel, M. (2003). Modernleşme ve mahremiyet. *Kültür ve İletişim*, 6 (1): 74-103.

Yüksel, M. (2009). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(1), 181-213.

