

İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımındaki Mahremiyet Algısı*

Hüseyin Kasım Koca**

Mustafa Mücahit***

ÖZ

Gelişen teknolojiyle birlikte kullanıma sunulan sosyal medya uygulamaları, insan hayatında yaygın bir kullanım alanı bulmuştur. İletişimi kolaylaştırması beklenen bu uygulamalar zamanla insanın özel hayatına ilişkin bilgilerin de paylaşıldığı bir ortam haline gelmiştir. Daha görünür olmak, beğeni ve takipçi sayısını artırmak gibi amaçlarla paylaşılan özel içeriklerin zamanla bireyin mahremiyetini ihlal edebileceği söylenebilir. Yaşanan bu olumsuz durum birçok insanı etkilediği gibi ilahiyat fakültesinde öğrenim gören öğrencileri de etkilemektedir. Araştırmada ilahiyat fakültesi öğrencilerinin sosyal medyadaki mahremiyet algıları incelenmiştir. Bu amaçla öğrencilerin kendi mahremiyetinin bilincinde olma düzeyleri, ifşa, gözetim farkındalığı ve mahremiyet ihlallerine yönelik tepkileri ele alınmıştır. Nicel araştırma desenlerinden biri olan tarama modeline göre tasarlanan çalışmanın örneklem grubu Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin mahremiyet bilincinin ortalamanın üzerinde çıktığı araştırmada diğer boyutlar ise ortalama düzeyinde ya da daha altıdır. Öte yandan bağımsız örneklemelere ilişkin bulgulara göre; ifşa faktörü dışında gözetim, farkındalık, tepki, kendi ve başkaları için mahremiyet bilinci faktörlerinde katılımcıların bağlantı türüne göre anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, İlahiyat Öğrencileri, Sosyal Medya, Mahremiyet, Mahremiyet Bilinci.

* Yazar; çalışmanın hazırlanması esnasında bilimsel ve etik ilkelere uyulduğunu ve yararlanılan tüm kaynakların kaynakçada belirtildiğini, çalışmanın maddi açıdan fonlanmadığını, çıkar çatışması bulunmadığını beyan etmektedir.

** Millî Eğitim Bakanlığı, Dr. Sadık Ahmet Mesleki Eğitim Merkezi, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmeni, huseyinkoca@hotmail.com, orcid.org/0000-0002-6732-7871

*** Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Eğitimi Anabilim Dalı, mmucahit@hotmail.com, orcid.org/0000-0003-2345-0015

Makalenin Hakemlere Gönderiliş Tarihi : 05.04.2023

Makalenin Hakemlerden Geliş Tarihi : 07.06.2023

The Perception of Theology Students about Privacy in Using Social Networks

ABSTRACT

Social media applications that have entered human life with the developing technology have found widespread use. These applications, which are expected to facilitate communication, have become an environment where information about the private life of individuals is shared over time. It can be said that private content shared in order to be more visible and increase the number of likes and followers may violate the privacy of the individual. This negative situation affects many people as well as students studying at the faculty of theology. In the study, the perception of privacy in social media of theology faculty students was examined. For this purpose, students' awareness of their privacy, awareness of disclosure and surveillance, and their reactions to privacy violations were discussed. In the study in which descriptive research model was used, the sample group consisted of students studying at Sivas Cumhuriyet University Faculty of Theology. In the study in which students' privacy awareness was above the average, other dimensions remained at the average level or below the average. On the other hand, according to the independent sample findings; There was no significant difference in the factors of surveillance, awareness, reaction, self and awareness of others according to the connection type of the participants, except for the explanation factor.

Keywords: Religious Education, Theology Students, Social Media, Privacy, Awareness of Privacy.

GİRİŞ

İnsanı diğerlerinden farklılaştıran özellikler, tercihler, sırlar ve hayatın her alanını sarmalayan kendine özgülük çerçevesi¹ olarak tanımlanan mahremiyet; kişinin kendisi hakkındaki bilgilere erişimini kontrol edip² paylaşmak istemediği, başkasından koruyup sakladığı, kendine ait olan dünyasını ötekinin gözünden, kulağından ve elinden korumayı amaçladığı alanı ifade etmektedir.³ Sosyal hayatta farklı şekillerde karşılaşılan mahremiyet olgusu; bireyin tek başına olma, mahrem alana başkalarını dâhil etme ve büyük kesimin dikkatini çekmeden yaşama gibi şekillerde ortaya çıkabilmektedir. İnsana ait olup ona özel içeriklerinin ifşa ya da ihlal edilmesi yoluyla da gündeme gelen bu olgu, kişinin hür iradesiyle olabileceği gibi farkında olmadan da ihlal edilebilmektedir. Özellikle yaygınlaşan sosyal medya kullanımları da mahremiyet ihlallerine yol açmış, mahrem sayılan birçok içerik başka insanların erişimine açık hale gelmiştir.

Günümüzde birçok insan gibi ilahiyat öğrencileri de sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır. Bu kullanımlar esnasında zaman zaman özel alana ait kalması beklenen içeriklerin de paylaşıldığı görülmektedir. Daha görünür olma, beğenilme ve sosyalleşme gibi amaçlar için paylaşılabilen bu içeriklerin bireyin mahremiyet alanını ihlale varan sonuçlar oluşturacağı söylenebilir. Bu noktada öğrencilerin sosyal medya kullanımlarındaki mahremiyet algılarının tespit edilerek incelenmesi araştırmanın amacıdır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilerin sosyal ağlardaki mahremiyet algıları, paylaşımlara yönelik ifşa ve gözetim farkındalıkları ve mahremiyet ihlallerine yönelik tepkileri ele alınmıştır. Çalışmanın ilahiyat öğrencilerinin mahremiyet algılarının belirlenmesine ve sosyal medya kullanımlarındaki mahremiyet farkındalığının geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu noktada Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “gizlilik”⁴ Büyük Misalli Türkçe sözlükte ise “Başkalarından saklanan, başkaları tarafından görülmesi, bilinmesi, duyulması istenmeyen

¹ Fikret Yılmaz, “XVI. Yüzyıl Osmanlı Toplumunda Mahremiyetin Sınırlarına Dair”, *Toplum ve Bilim* 1/83 (2000), 93.

² Susan Folkman, “Privacy and Confidentiality” *American Psychological Association*, 1/17 (2000), 49.

³ Büşra Nur Duran, “Sesin ve Sözüün Mahremiyeti”, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu ed. Yavuz Ünal vd. (Samsun: Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yay, 2016), 147.

⁴ Türk Dil Kurumu Sözlük, “Mahremiyet” (Erişim 18 Mayıs 2023).

özellik”⁵ olarak tanımlanan mahremiyet algısının üniversite düzeyinde dini eğitim alan ilahiyat öğrencilerinin sosyal medya kullanımında belirgin olması beklenebilir. Çünkü din eğitiminde üzerinde durulan hususlardan birisi de kişinin hem kendi hem de başkalarının mahrem alanlarına göstereceği hassasiyettir.

1. Yöntem

Araştırmada tercih edilen iki ölçek ayrı ayrı kullanılmış ve elde edilen veriler araştırmanın amacına uygun olarak analiz edilmiştir. Bu ölçeklerden alınan verilerden hareketle öğrencilerin mahremiyet algıları altı boyut altında değerlendirilecektir. Bu altı boyut, araştırmada kullanılan ölçeklerin geliştirilmesi sırasında oluşan faktörler esas alınarak belirlenmiştir.⁶ Bu boyutlar şunlardır:⁷

Mahremiyetin İfşası (İfşa): Sosyal ağlarda kişiye özel çoğu bilgilerin paylaşılması, eşe, akrabaya, arkadaşlara yönelik iltifat, sevgi ya da sitem içeren paylaşımlar, yeni insanlarla tanışma ve arkadaş olma, kimi özel mekânlarda çekilen fotoğrafların sosyal medyaya konulması, ev ortamında çekilen fotoğraf ya da videoların yayınlanması vb. konuları kapsamaktadır.

Gözetim Farkındalığı/Mahremiyet Düzeyi (Gözetim): Kişisel bilgileri kişinin isteği dışında ulaşılamayacağını düşünülmesi, kimsenin kendisini izleyemeyeceğini varsayması, devlet tarafından izlenmeyeceğini düşünme, kişiye ait bilgilere devlet ve şirketler tarafından elde edilemeyeceğinin düşünülmesi, ticari kuruluşların kişisel bilgilere ulaşamayacağını düşünülmesi gibi içeriğe sahiptir.

Mahremiyet İhlalinin Farkındalığı (Farkındalık): Sosyal medyanın güvenli bir iletişim ortamı olmasının düşünülmesi, kişisel verilerin kolaylıkla korunabileceği düşüncesiyle rahatlıkla fotoğraf, video ve yazıların sosyal medyaya konulması, kişinin mahrem hayatı için tehlike

⁵ İlhan Ayverdi, *Misalli Büyük Türkçe Sözlük* (İstanbul: Kubbealtı, 2010), “Mahremiyet”, 758.

⁶ Deniz Öztürk vd., “Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Ölçeği”, *Türkiye Klinikleri* 1/27 (2019), 57.

⁷ Sefer Kalaman, “Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Türkiye Örneği”, *UHİVE Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 1/14 (Şubat 2017), 1-25 ; Öztürk vd., “Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Ölçeği”, 57-60.

oluşturulacağı düşünülmemesi, kişisel bilgilerin korunacağı düşünülmesi gibi konuları içermektedir.

Sosyal Medyada Ahlaki Sorumluluk ve Tepki Tutumu (Tepki): Başkalarının tepki gösterdiği konulara tepki verme, toplumdaki dejenerasyona karşı sorumluluk hissetme gerekçesiyle paylaşımlarda bulunma, kişinin inancına aykırı ya da hoş gitmeyen düşünce sahiplerine karşı medyayı bir linç aracı olarak kullanma gibi konuları kapsamaktadır.

Kendine Ait Mahremiyet Bilinci (Kendi Bilinci): Başkalarının yapılan konuşmaları dinlememesi isteği, kişisel bilgilerin herkesçe bilinmemesi, kendi mahremiyetini koruyacak şekilde davranma ve tanımadığı kişilerin de mahremiyetini koruyacak şekilde davranma konularını içermektedir.

Başkaları İçin Mahremiyet Bilinci (Başkaları Bilinci): Yabancıların, arkadaşların mahremiyetini düşünmeme ya da arkadaşların mahremiyetini koruyacak şekilde davranma, toplu taşıma gibi herkesin rahatlıkla birbirinin özelini görebildiği yerlerde başkalarının telefonlarına bakmama, yabancıların konuşmalarına kulak verme gibi konuları kapsamaktadır.⁸

1.1. Araştırmanın Modeli

İlahiyat fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağlardaki mahremiyete ilişkin algılarının ortaya konulmasının amaçlandığı araştırma nicel araştırma desenlerinden biri olan tarama modeline göre tasarlanmıştır. Tarama modelinde araştırılan konu hakkındaki durumun belirlenmesi amacıyla yürütülen çalışmalara betimsel tarama modeli; değişkenler arasında bir değişimin olup olmadığını, varsa bu farklılaşmanın ne yönde ve hangi düzeyde olduğunu belirlemeyi amaçlayan çalışmalara ise karşılaştırmalı ilişkisel tarama modeli denilmektedir.⁹ Bu yöntemle göre tarama modeline dayanan araştırmalarda var olan mevcut bir durum

⁸ Kalamın, "Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Türkiye Örneği", 1-25; Öztürk vd., "Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Ölçeği", 57-60.

⁹ Niyazi Karasar, *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*, (Ankara: Nobel Yayınları, 2017), 107-119

olduğu şekliyle betimlenmeye çalışılır. Ayrıca bu yöntem sayesinde örneklem süreçten etkilemeden veriler toplanabilmektedir.¹⁰

1.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Gurubu

Araştırmanın evrenini, verilerin elde edilmesi ve bu verilerin genellenebilmesi açısından İlahiyat fakültelerinde okuyan tüm öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak evrenin tamamına ulaşmanın mümkün olmaması nedeniyle Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde okuyan öğrenciler evren olarak belirlenmiştir. Türkiye'de araştırmanın yapıldığı 2021-2022 öğretim yılında toplam (İslami ilimler ile Dini Bilimler fakültelerinde okuyan öğrencilerle birlikte) 107.071 öğrenci bulunmaktadır.¹¹ Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde öğrenim gören toplam 1580 öğrenci evrenin %1.47'sini oluşturmaktadır. Bu öğrencilerden gönüllü olarak araştırmaya katılan 193 kişi örneklem gurubunu temsil etmektedir.

Verilerin toplanacağı süreçte öğrencilere çalışma ile ilgili bilgi verilmiştir. Ayrıca tüm öğrencilere bilgilendirici e-mail gönderilerek google anket formu linki paylaşılmıştır. Bu bakımdan çalışma, 2021- 2022 öğretim yılında ilgili fakültede anket sorularına gönüllülük esasına göre cevap veren 193 öğrenciyle sınırlıdır. Bununla birlikte araştırma, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Hukuk Müşavirliği Etik Kurulu'ndan 07.09.2021-72346 tarih ve onay sayısı ile izin alınarak gerçekleştirilmiştir.

1.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada İlahiyat öğrencilerinin mahremiyet algılarını ölçmek için kullanılan ölçek soruları iki farklı kaynaktan elde edilmiştir. Bunların birincisi Sefer Kalaman'ın 2016 yılında yapmış olduğu "Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Örneği"¹² adlı araştırmasıdır. Kalaman'ın yaptığı çalışmada teste tabi tutulan veriler Cronbach's Alpha'ya göre 0,881 değerini göstermekte ve bu da çalışmanın oldukça güvenilir olduğunu ifade etmektedir. Diğer çalışma ise Öztürk, Eyüboğlu ve Baykara tarafından 2018 yılında geliştirilen "Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe

¹⁰ Saim Kaptan, *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri* (Ankara: Bilim Yayınevi, 1998), 6.

¹¹ <https://istatistik.yok.gov.tr/> Erişim: 19.05.2022.

¹² Kalaman, "Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Türkiye Örneği", 1.

Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması”dır. Bu çalışma için de Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterlilik ölçüsü 0,787 ($>0,60$) ve Cronbach alfa katsayısı 0,772 olarak elde edilmiştir. Maddelerin kapsam geçerlik indeksleri Davis tekniği kullanılarak hesap edilmiş ve kapsam geçerlik indeksinden elde edilen değer 0,80 ve üzerinde olan maddeler ölçeğe dâhil edilmiştir. Bu çalışmada “kendine ait mahremiyet bilinci”, “başkaları için mahremiyet bilinci” ve “başkalarının mahremiyetini sürdürmek için davranışlar” boyutları için belirlenen Cronbach alfa katsayılarının sırasıyla 0,732, 0,740 ve 0,707 olduğu görülmüştür. Öte yandan her bir boyutun toplanabilirlik özelliğinin sağlanıp sağlanmadığını belirlemek için varyans analizi yapılmış ve buna göre boyutların toplanabilir olduğu sonucuna ($p>0,05$) ulaşıldığı görülmüştür¹³. Buna göre ölçekler güvenilir kabul edilmekte olup yapı geçerliliğine sahip olduğu doğrulanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular Statistical Package for the Social Sciences 26.0 (SPSS) isimli istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiş; elde edilen sonuçlara güvenilirlik, faktör analizi ve anova testi uygulanmıştır.

2. Araştırmanın Bulguları

2.1. Örneklem Grubuna İlişkin Bulgular

2.1.1. Örneklem Grubuna İlişkin Demografik Bulgular

Tablo 1. Katılımcılara ilişkin Cinsiyet Bilgileri

Cinsiyet	f	%
Kadın	171	88,6
Erkek	22	11,4

Araştırmaya katılan toplam 193 kişiden %88,6’sı kadın, %11,4’ü erkektir.

¹³ Öztürk vd., “Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Ölçeği”.

Tablo 2. Katılımcılara ilişkin Eğitim Bilgileri

Eğitim/Sınıf	f	%
Cevap Yok	20	10,4
1. sınıf	49	25,4
2. sınıf	41	21,2
3. sınıf	36	18,6
4. sınıf	47	24,4

Katılımcıların %25,4'ü 1. sınıfta, %21,2'si 2. sınıfta, %18,6'sı 3. sınıfta ve %24,4'ü 4. sınıfta okuyan öğrenciler olup %10,4 oranındaki 20 kişi bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

2.1.2. İnternet Kullanımı

Tablo 3. Katılımcıların İnternet Kullanımına İlişkin Bilgiler

Günlük İnternet Kullanım Süresi	f	%
1 saatten az	11	5,7
1-3 saat	71	36,8
4-6 saat	82	42,5
7 saatten fazla	29	15,0
İnternete Telefondan Bağlanma	f	%
Evet	179	92,7
Hayır	14	7,3
Gizlilik Ayarını Yapma	f	%
Cevap Yok	2	1,0
Evet	181	93,8
Hayır	10	5,2

Reklam Ayarını Yapma	f	%
Cevap Yok	6	3,1
Evet	52	26,9
Hayır	135	69,9

Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısı	f	%
Cevap Yok	3	1,6
100'den az	71	36,8
100-200 kişi	49	25,4
201-300 kişi	31	16,1
3001-400 kişi	16	8,3
400'den fazla	23	11,9

Kullanım ve Gizlilik Politikalarını Okuma	f	%
Cevap Yok	5	2,6
Evet	99	51,3
Hayır	39	20,2
Hatırlamıyorum	50	25,9

Etiketlendiğinde Zaman Tünelinde Görülme Durumu	f	%
Cevap Yok	12	6,2
Evet	70	36,3
Hayır	111	57,5

Toplam	193	100
---------------	------------	------------

Katılımcıların %5,7'si 1 saatten az, %36,8'i 1 ila 3 saat arası, %42,5'i 4 ila 6 saat arası ve %15'i de 7 saatten fazla bir süre günlük internete bağlanmaktadır. Yine internete %92,7'si cep telefonundan bağlanırken %7,3 oranındaki bir grup cep telefonundan bağlanmamaktadır. Sosyal ağlardaki arkadaş sayısı açısından ankete cevap verenlerin %36,8'inin 100 kişiden az, %25,4'nün 100 ila 200 kişi arası, %16,1'nin 201 ila 300 kişi arası, %8,3'nün 301 ila 400 kişi arası ve %11,9'unun 400 kişiden fazla arkadaşına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3'e göre ankete katılan ilahiyat öğrencilerinin %51,3'ü sosyal ağların kullanım ve gizlilik politikalarını okuduğunu, %20,2'si okumadığını

ve %25,9'u ise bunu hatırlamadığını belirtmişlerdir. Sosyal ağlarda etiketlendiğinde zaman tüneline göre sorusuna %57,5'i hayır, %36,3'ü evet cevabını vermiş ve %6,2'si bu soruya cevap vermemiştir. Büyük çoğunluk %93,8 oranında gizlilik ayarını yaptığını ve %5,2 oranındaki küçük bir kesimin bu ayarı yapmadığını ifade etmiş, yine %69,9 oranındaki büyük çoğunluk reklam ayarı yapmadığını, 26,9 oranındaki bir kesimin bu ayarı yaptığını belirtmişlerdir.

2.1.3. Katılımcıların İnterneti Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular

Tablo 4. İnternet Kullanım Amacı

	f	%
Sosyal Paylaşım ağlarına girmek	126	66
İnternette gezinmek	80	41,9
Araştırma yapmak ve bilgi edinmek	130	68,1
Oyun oynamak	18	9,4
Diğer	33	17,3

Tablo 4'te görüldüğü gibi birden çok seçeneğin sunulduğu interneti kullanım amacı sorusuna, ankete katılanların 130'u (%68,1) araştırma yapmak ve bilgi edinmek, 126'sı (%66) sosyal paylaşım ağlarına girmek, 80'i (%41,9) internette gezinmek, 18'i (%9,4) oyun oynamak ve 33'ü (%17,3) de diğer seçeneğini işaretlemişlerdir.

2.1.4. Katılımcıların Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular

Tablo 5. Sosyal Ağların Kullanım Amacı

Sosyal Paylaşım Ağı Kullanım Amacı	f	%
Arkadaşlarını takip etmek	70	36,6
Gündemi takip etmek	142	74,3
Arkadaşlarıyla iletişim kurmak	115	60,2
Fotoğraf video ve yazı paylaşmak	53	27,7
Diğer	26	13,6

Tablo 5'e göre çok seçenekli sosyal paylaşım ağlarını kullanım amacına ilişkin bu soruya 191 katılımcının 142'si (%74,3) gündemi takip

etmek, 115'i (%60,2) arkadaşlarıyla iletişim kurmak, 70'i (%36,6) arkadaşlarının paylaşımını takip etmek, 53'ü (%27,7) fotoğraf, video ve yazı paylaşmak için sosyal paylaşım ağlarını kullandığı cevabını vermiş, 26 (%13,6) kişi de diğer seçeneğini işaretlemiştir.

2.1.5. Katılımcıların Sosyal Ağlardaki Profillerinde Açıkladığı Bilgiler

Tablo 6. Profilde Yer Verilen Bilgiler

Profildeki Bilgiler	f	%
Gerçek Ad	171	91,9
Doğum Tarihi	30	16,1
Yaşanılan Yer	46	24,7
Eğitim Durumu	93	50
Memleket	51	27,4
Aile ve Akrabalar	13	7

Tablo 6'da görüldüğü üzere anketi cevaplayan 193 katılımcıdan 171'i (%91,9) gerçek adına, 93 kişi (%50) eğitim durumuna, 51 kişi (%27,4) memleketine, 45 kişi (%24,7) yaşadığı yere, 30 kişi (%16,1) doğum tarihine, 13 kişi de (%7) aile ve akrabalarına profilinde yer vermektedir.

2.2. Bağımsız Değişkenlere İlişkin Bulgular

Altı faktörün katılımcıların cinsiyet, internet kullanım süresi, kullanım ve gizlilik politikalarını okuma durumu, sınıf düzeyi, mahremiyet algısı, bağlantı türü, sosyal ağları kullanım amacı ve bu ağlardaki arkadaş sayısı, profilde verilen bilgiler ve sosyal medyayı kullanım amacına göre değişip değişmediği incelenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre öğrencilerin mahremiyetin altı boyutunu oluşturan ifşa, gözetimin farkındalığı, sosyal ağlarda başkalarının mahremiyetine tepki gösterme, kendi mahremiyetinin bilincinde olma ve başkalarının mahremiyetini gözetme konularında cinsiyet, internet kullanım süresi, kullanım ve gizlilik politikalarını okuma durumu, sınıf düzeyi ve kullanım amaçları açısından anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Öte yandan mahremiyet algısı, bağlantı türü, sosyal ağları kullanım amacı, bu ağlardaki arkadaş sayısı ve profilde verilen bilgilere göre anlamlı farklılıklar belirlenmiş ve bu sonuçlar aşağıdaki gibi tablolastırılarak yorumlanmıştır.

2.2.1. Mahremiyet Algısına İlişkin Betimsel Bulgular

Tablo 7. Mahremiyet Algısı Faktörlerine Ait Betimleyici İstatistikler

Faktörler	N	Ort.	ss.
İfşa	193	2,0509	,70042
Gözetim	193	2,8518	,88753
Farkındalık	193	2,2798	,78239
Tepki	193	2,8791	,85480
Kendi Bilinci	193	4,4702	,45367
Başkaları Bilinci	193	2,4991	,39068

Tablo 7 incelendiğinde 193 katılımcının mahremiyet algısına yönelik ortalama puanları $\bar{x} = 2,8798$ olduğu görülmektedir. Bu veriye göre kendine ait mahremiyet bilinci ortalamanın üstünde, diğer boyutlar ise ortalama düzeyinde ya da daha altındadır. Günümüz sanal ortamlarında bireyin kendini ifşası oldukça yaygın olmakla¹⁴ birlikte ilahiyat öğrencilerinin kendilik bilincinin oldukça yüksek çıkması bu anlamda önemlidir. Öte yandan tablodan elde edilen verilerden hareketle çoğu ilahiyat öğrencisinin yaptığı paylaşımların ne anlama geldiğinin bilincinde olmadığı da belirtilebilir. Bu noktada sosyal medyayı kullanmak önemli olduğu kadar, nasıl kullanıldığı ve kullanımın başkaları nezdinde karşılığı da dikkate alınmalıdır.¹⁵ Bu sonuçlardan hareketle öğrencilerin büyük kısmının sosyal medya paylaşımlarında yeterli hassasiyeti göstermediği öne sürülebilir.

¹⁴ Nilüfer Sena Çalık, "Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fikhi Açından Değerlendirilmesi", *Turkish Academic Research Review* 1/3 (Mayıs 2018), 26.

¹⁵ Yunus Emre Sayan, "Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/2 (Aralık 2021), 318.

2.2.2. Bağlantı Türüne Göre Faktörlerin Test Edilmesi

Tablo 8. Bağlantı Türüne Göre Faktörlerin Karşılaştırması

Faktörler	Cep Telefonu ile Bağlantı		N	Ort.	Std. Sapma	t	p
	Evet	Hayır					
İfşa	Evet		179	2,0233	,69075	-1,977	,049
	Hayır		14	2,4048	,75310		
Gözetim	Evet		179	2,8637	,88570	,664	,508
	Hayır		14	2,7000	,93067		
Farkındalık	Evet		179	2,2749	,77371	-,312	,755
	Hayır		14	2,3429	,91628		
Tepki	Evet		179	2,8790	,85657	-,008	,993
	Hayır		14	2,8810	,86338		
Kendi Bilinci	Evet		179	4,4818	,45594	1,276	,203
	Hayır		14	4,3214	,40937		
Başkaları Bilinci	Evet		179	2,5019	,38503	,346	,730
	Hayır		14	2,4643	,47221		

Tablo 8'e göre gözetim, farkındalık, tepki, kendi bilinci ve başkaları bilinci faktörleri katılımcıların bağlantı türüne göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Ancak ifşa faktörü anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Bu sonucun oluşmasında akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte her yerde her an sosyal ağlara erişim imkânı bulabilen öğrencilerin kendilerine özel fotoğraf, video ve bilgileri paylaşımlarındaki kolaylık etkili olabilir.

2.2.3. Sosyal Ağları Kullanım Amacına Göre Faktörlerin Test Edilmesi

Altı faktörün katılımcıların sosyal ağları kullanım amacına göre değişip değişmediği Tek Yönlü Varyans Analizi aracılığıyla test edilmiştir.

Tablo 9. Faktörlerin Sosyal Ağları Kullanım Amacına Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
İfşa	Gruplar Arası	18,239	5	3,648		
	Gruplar İçi	75,955	187	,406	8,981	,000
	Toplam	94,193	192			
Gözetim	Gruplar Arası	9,976	5	1,995		
	Gruplar İçi	141,266	187	,755	2,641	,025
	Toplam	151,242	192			
Farkındalık	Gruplar Arası	12,467	5	2,493		
	Gruplar İçi	105,064	187	,562	4,438	,001
	Toplam	117,531	192			
Tepki	Gruplar Arası	8,593	5	1,719		
	Gruplar İçi	131,697	187	,704	2,440	,036
	Toplam	140,290	192			
Kendi Bilinci	Gruplar Arası	2,235	5	,447		
	Gruplar İçi	37,281	187	,199	2,242	,052
	Toplam	39,516	192			
Başkaları Bilinci	Gruplar Arası	,930	5	,186		
	Gruplar İçi	28,375	187	,152	1,226	,298
	Toplam	29,305	192			

Tablo 9'a göre altı faktörden Kendi Bilinci ve Başkaları Bilinci faktörleri katılımcıların sosyal medya kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Ancak İfşa, Gözetim, Farkındalık ve Tepki faktörleri ise anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Tüm faktörlerin varyansı homojen olduğu için Tukey çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır.

Ortaya çıkan sonuca göre göre İfşa faktöründe tüm grupların ortalaması cevap yok diyenlere göre daha yüksektir. Bu sonucun oluşmasında yukarıda da değinilen öğrencilerin kendi özellerini sosyal ağlarda paylaşabilmelerindeki kolaylık etkili olabilir. Ayrıca “arkadaşların paylaşımlarını takip etmek” diyenlerin ortalaması “diğer” gurubundakilere göre, “arkadaşlarımla iletişim kurmak” diyenlerin ortalaması “diğer” gurubundakilere göre ve son olarak “fotoğraf, video ve yazı paylaşmak” diyenlerin ortalaması “gündemi takip etmek” ve “diğer” grubundakilere göre daha yüksektir. Gözetim ve Farkındalık faktörlerinde “gündemi takip etmek” ve “fotoğraf, video ve yazı paylaşmak” gruplarının ortalaması “cevap yok” diyenlere göre daha yüksek çıkması da öğrencilerin sosyalleşme ihtiyacı göz önünde bulundurulduğunda anlamlı olduğu söylenebilir.

2.2.4.Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısına Göre Faktörlerin Test Edilmesi

Altı faktörün katılımcıların sosyal ağlardaki arkadaş sayısına göre değişip değişmediği Tek Yönlü Varyans Analizi aracılığıyla test edilmiştir.

Tablo 10. Faktörlerin Sosyal Ağlardaki Arkadaş Sayısına Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
İfşa	Gruplar Arası	17,296	5	3,459		
	Gruplar İçi	76,897	187	,411	8,412	<u>,000</u>
	Toplam	94,193	192			
Gözetim	Gruplar Arası	4,487	5	,897		
	Gruplar İçi	146,755	187	,785	1,144	,339
	Toplam	151,242	192			
Farkındalık	Gruplar Arası	8,500	5	1,700		
	Gruplar İçi	109,031	187	,583	2,916	<u>,015</u>
	Toplam	117,531	192			
Tepki	Gruplar Arası	4,321	5	,864		
	Gruplar İçi	135,969	187	,727	1,189	,316
	Toplam	140,290	192			
Kendi Bilinci	Gruplar Arası	1,374	5	,275		
	Gruplar İçi	38,142	187	,204	1,347	,246
	Toplam	39,516	192			
Başkaları Bilinci	Gruplar Arası	,744	5	,149		
	Gruplar İçi	28,561	187	,153	,974	,435
	Toplam	29,305	192			

Tablo 10'a göre altı faktörden gözetim, tepki, kendi bilinci ve başkaları bilinci faktörleri katılımcıların sosyal ağlardaki arkadaş sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Ancak ifşa ve farkındalık faktörleri anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$). İfşa faktörünün varyansı homojen olduğundan farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için yapılan Tukey test sonucuna göre "201-300 kişi", "3001-400 kişi" ve "400'den fazla" olanların ortalaması "cevap yok" ve "100'den az" grubundakilerden daha yüksektir. Yine "400'den fazla" olanların ortalaması "100-200 kişi" grubundakilerden daha yüksektir.

Farkındalık faktörünün varyansı homojen olduğundan farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için yapılan tukey test sonucuna göre “400'den fazla” olanların ortalaması “cevap yok” grubundakilerden daha yüksektir. Buna göre bireylerin mahremiyetine ilişkin gözetimin farkında olmasının çok sayıda arkadaş edinmekten kaçınmasına neden olduğu ifade edilebilir.

2.2.5. Profilde Verilen Bilgilere Göre Faktörlerin Test Edilmesi

Altı faktörün katılımcıların profillerinde verdikleri bilgilere göre değişip değişmediği Tek Yönlü Varyans Analizi aracılığıyla test edilmiştir.

Tablo 11: Faktörlerin Profilde Verilen Bilgilere Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Faktörler	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
İfşa	Gruplar Arası	8,228	6	1,371		
	Gruplar İçi	85,966	186	,462	2,967	,009
	Toplam	94,193	192			
Gözetim	Gruplar Arası	4,553	6	,759		
	Gruplar İçi	146,689	186	,789	,962	,452
	Toplam	151,242	192			
Farkındalık	Gruplar Arası	9,215	6	1,536		
	Gruplar İçi	108,316	186	,582	2,637	,018
	Toplam	117,531	192			
Tepki	Gruplar Arası	9,842	6	1,640		
	Gruplar İçi	130,448	186	,701	2,339	,034
	Toplam	140,290	192			
Kendi Bilinci	Gruplar Arası	,416	6	,069		
	Gruplar İçi	39,100	186	,210	,330	,921
	Toplam	39,516	192			
Başkaları Bilinci	Gruplar Arası	1,321	6	,220		
	Gruplar İçi	27,985	186	,150	1,463	,193
	Toplam	29,305	192			

Tablo 11'e göre altı faktörden gözetim, kendi bilinci ve başkaları bilinci faktörleri katılımcıların soysal ağlardaki profilde verdikleri bilgilere göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Ancak ifşa,

farkındalık ve tepki anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Tüm faktörlerin varyansı homojen olduğu için tukey çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır. Buna göre ifşa ve farkındalık faktörlerinde “gerçek ad”, “doğum tarihi” ve “memleket” gibi bilgilere yer verenlerin ortalaması “cevap yok” diyenlerden daha yüksektir. Tepki faktöründe ise “yaşanılan yer” bilgilere yer verenlerin ortalaması “cevap yok” diyenlerden daha yüksektir. Ankete katılan ilahiyat öğrencilerinden çoklu seçeneğin verildiği “profilinde yer verilen bilgiler” sorusuna %91,9 oranında gerçek ad, %16,1 oranında doğum tarihi, %24,7 oranında yaşanılan yer, %50 oranında eğitim durumu, %27,4 oranında memleket ve %7 oranında aile ve akrabalara ilişkin bilgilere yer verdikleri düşünüldüğünde, çoğu öğrencinin gerçek adını, eğitim durumunu açıklamayı çok da mahrem saymadıkları anlaşılmaktadır. Memleket ve yaşanılan yer daha az oranda paylaşılırken, en az olarak önce aile ve akrabaların, ardından doğum tarihinin paylaşılması bu konuların daha mahrem kabul edildiğini düşündürmektedir.

TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Öğrencilerin büyük çoğunluğu sosyal ağları birçok imkânı içeren bir ortam olarak değerlendirdiği için kişisel bilgilerini çekinmeden sosyal medyaya koyabilmektedir (%82,8). Bununla birlikte öğrenciler yakın çevre hakkında iltifat, sevgi ya da sitem içeren yazılar da paylaşılabilen (%50,8), ev gibi özel hayatın yaşandığı ortamlarda çekilmiş olan fotoğraf ya da videoyu paylaşabilmektedir (%43,3). Görüldüğü üzere ankete katılan ilahiyat öğrencileri mahrem olarak değerlendirilebilecek olan kendilerine ait bilgi, fotoğraf, video ya da yazı paylaşma konusunda aynı kanaatte değildir. Bunun nedeni olarak mahremiyet algısının oluşmasında bireylerin inançları, psikolojik, sosyolojik etkiler ve felsefi tartışmaların etkili olduğu¹⁶ belirtilebilir. Sosyal ağlar içerisinde çıktığı batı toplumlarının kültürel kodlarını taşımaktadır. Bu kodlar, mahremiyet algısının farklılığı, gösterişin endüstri haline gelmesi, bireyciliğin yaygınlaşması vb. şekilde özetlenebilir. Söz konusu ağlar insanın özel içeriklerini kullanma bedeli olarak talep etmekte ve toplumsal birçok değerinin gözden çıkarılmasını istemektedir.¹⁷

¹⁶ Mehmet Yüksel, “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Kültürel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 1/58 (Ocak 2003), 182.

¹⁷Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi (UHİM), Sosyal Paylaşım S siteleri Soruşturması, 1/4, İstanbul: Mart 2011.

Beğenilme ve takdir edilme gibi duygularla yapılan paylaşımlar, mahremiyeti tali bir konuma düşürmektedir. Bireyin belki de kendisini tatmin etme amaçlı fotoğraf, video paylaşımları artık yabancı gözlerin gözetimine terk edilmiş durumdadır. Bunun sonucu olarak da insanlar mahremiyet hassasiyetini yitirmiş, gizlilik değil aleniyet ve ifşa öne çıkmıştır.¹⁸

Sosyal medyadaki kişisel bilgilerime ben istemedikçe kimsenin ulaşamayacağını düşünüyorum sorusuna verilen cevaplar ilahiyat öğrencilerinin büyük çoğunluğunun sosyal medyanın mahremiyet sınırlarını zorlayıcı bir yapısının bulunduğu inandığını düşündürmekte ve bu durum gözetimin farkındalığı konusunda yapılan farklı araştırmalarla da tutarlı görünmektedir. Örneğin Gönenli ve Hürmeç'in¹⁹ yaptığı araştırmaya göre sosyal ağlardan Facebook kullanımının dezavantajları arasında ilk sırada 'özel hayatın deşifre olması' gelmektedir. Batı toplumlarında mahremiyet dokunulmazlık algısına bağlı iken doğu toplumlarında görünmezlik üzerine kurulmuştur. Toplumsal hayatta modernizmin bir sonucu olarak bilişim teknolojileri kanalıyla gözetim, kendini ifşa etme gibi iki yönlü bir tehdit ortaya çıkabilmektedir.²⁰ Bu noktada mahremiyetin insana kendi kendine kalabileceği, başkalarının gözetiminden uzak bir alan oluşturduğu söylenebilir.²¹ Bireyler mahrem alanlarını koruyabilmek için ise sosyal medyadaki profillerini evlerinin mahremiyetini koruduğu gibi korumalı ve dışarıdan gelebilecek tehditlere karşı gizlilik ayarlarını yapmalıdır.²² Öte yandan artık bireyler günümüzde sadece arkadaşlarıyla iletişimde kalabilmek ve olan bitenden haberdar olmak adına sosyal medyada olmayı zorunluluk olarak düşünmekte ve

¹⁸ Şevket Pekdemir, "Mahremiyet Algısı Hak Olgusu", *Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd. (Samsun: Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, 2016), 137.

¹⁹ Gülşah. Gönenli - Pelin Hürmeç, "Sosyal Medya: Bir alan Çalışması Olarak Facebook'u Kullanım", *Sosyal Medya Akademi*, ed. T. Kara-E. Özgen (İstanbul: Beta yay, 2012).

²⁰ Hülya Öztekin - Ahmet Öztekin, "Modernleşme-Mahremiyet İlişkisi ve Siber Mekânda Mahremiyetin Aleniyete Dönüşmesi", *e-Journal of New World Sciences Academy* 5/4 (2010), 527.

²¹ Çalık, "Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fıkhi Açidan Değerlendirilmesi", 28.

²² İlhan Korkmaz, "Facebook ve mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek", *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi* 3/5 (2013), 117.

sistemin dışında kalmayı göze alamamaktadır.²³ Bunun sonucu olarak da başkalarının kendisini izlemediği düşünen öğrencilerin bu ağlarda rahatlıkla paylaşımda bulunduğu ifade edilebilir. Tartışmaya açık güncel kavramlardan birisi olan mahremiyet, bilginin artışıyla birlikte kişilerin özel yaşam alanlarının daralmasına ve sınırlandırılmasına yol açmakta ve bu da mahremiyet kavramının sınırlarının çizilerek yeniden tanımlanmasını ve mahremiyeti ihlal eden durumların gündeme alınmasının önemli olduğunu göstermektedir.²⁴ Araştırmanın verileri de çoğunluğun yasadışı bir durum olmadıkça sosyal ağlarda çok rahat davranabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte sosyal medya kullanan öğrencilerin gizlilik ayarları gibi kısıtlama sistemlerinin ya farkında olmadığı ya da bu tür ayarları önemsemediği söylenebilir.²⁵

Başkalarının mahremiyetini koruma boyutunu ele alındığında öğrencilerin farklı kişilere karşı davranışlarının da değiştiği görülmektedir. Örneğin bir başkasına anlatılmayacak kişisel bir bilgi yerine göre yakın bir arkadaşına veya akrabaya anlatılabilir. Yine adli bir vaka ya da bir hastalık esnasında ilişki farklılığından dolayı sahip olunan özel bilgiler ilgililerle paylaşılabilir. Bu nedenle mahremiyetin korunmadığı durumların önemli bir temeli olabilir.²⁶

Bilişim teknolojilerinin hemen her alanda yer bulması insanların mahremiyet algılarını etkilemektedir. Hayatı kolaylaştıran bu teknolojiler aslında insanı çepeçevre kuşatmakta, onun özel hayatına ilişkin mahrem bilgilerinin açıklanması konusunda tehdit oluşturabilmektedir. Birçok kişinin de bu durumun farkında olmadığı söylenebilir. Dışardan bireyin mahremiyetini ihlal eden durumlar yaşanırken aynı zamanda insanlar şeffaflaşmak ve kendilerini görünür kılmak adına sosyal ağlarda yer almaya devam etmektedir. Çok kısa zaman öncesine kadar kişisel bilgi, fotoğraf, görüntü, video ve yazıların mahrem kabul edildiği dönemlerden özel alana ait mahrem içeriklerin gönüllü olarak herkesin gözetimine açıldığı bir döneme girildiği söylenebilir. Sosyalleşmek, daha çok beğenilmek ve

²³ Elif Erdem, *Elektronik Medya ve Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Ağlar* (İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2010), 61.

²⁴ Çelikoğlu, *Türkiye’de Üniversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşümü*, 2.

²⁵ Sevgi Kesim Güven - Çağlayan Kovanlıkaya, “Postmodern Rear Window: Facebook”, *6th International Symposium Communication in the Millennium* (İstanbul: Yalova Sosyal Bilimler, 2008), 423.

²⁶ Sevgi Güven Dedeoğlu, “Özgürlük, Mahremiyet, Demokrasinin Değeri ve Bilişim Toplumunda Maruz Kaldığı Tehditler”, *Journal Of Yaşar Universty* 9/34 (2014), 5892.

görülme gibi amaçlarla yapıldığı belirtilebilecek olan bu paylaşımlar maddi kazançlar elde etmekten başkalarına maddi manevi zarar verecek eylemlerde bulunmaya hatta kendi hayatını tehlikeye atmaya varıncaya kadar çok değişik şekillerde kendini göstermektedir.

Mahremiyet olgusu utanma duygusuyla ilişkilendirilmesi gereken kavramlardan birisi olması nedeniyle insanlık tarihinde tüm toplumlarda bir mahremiyet algısından söz edilebilir.²⁷ Aynı şekilde insani bir ihtiyaç olarak kabul edilen sosyalleşmenin çok farklı yolları olmakla birlikte günümüzde bunların en önemlileri arasında sosyal medya bulunmaktadır.²⁸ Bu noktada ilahiyat öğrencileri üzerinden yapılan ve mahremiyet algısının ifşa, gözetim, farkındalık, tepki, kendi bilinci ve başkaları bilinci şeklinde altı boyutta ele alındığı bu çalışmada elde edilen sonuçlar şöyle belirtilebilir:

Ifşa boyutuyla ilgili olarak katılımcıların çok büyük bir kısmı isim, doğum tarihi, eğitim durumu, memleket, yaşanılan yer, yapılan iş gibi kişisel bilgilerinin çoğuna kullandığı sosyal ağlarda yer vermektedir. Bununla birlikte katılımcıların geneli yakın çevresindeki insanlar hakkında bu mecralarda paylaşımlar yapmaktan kaçınmaktadır. Ayrıca sosyal ağlar, öğrencilerin çoğunluğunun (%70,8) yeni insanlarla tanışma ortamı oluşturmada ve toplumsal mahremiyetlerin ortak alanlara yayılmasında etkili gözükmemektedir. Öğrencilerin fiziksel mahremiyete büyük oranda dikkat ettiği söylenebilir. Öte yandan en mahrem alanlardan olan evlerde çekilen fotoğraf veya videoların sosyal medyada paylaşım oranı nispeten daha yüksektir (kararsızlarla birlikte %23,5). Önemli anlara ilişkin fotoğraf, video ve yazı paylaşımı ise daha yüksek orandadır (%48). Mahremiyetin ifşasına yönelik bu sonuç, Kalaman'ın 2016 yılında yapmış olduğu "Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Türkiye Örneği" adlı çalışması ile Toprak tarafından, 2017-2018 eğitim öğretim yılında Erciyes üniversitesinde eğitim gören öğrencilerle yapılan "Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği" adlı çalışmayla da uyumludur.

²⁷ Nalan Çelikoğlu, *Türkiye'de Üniversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşümü* (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007), 177.

²⁸ Semra Aydın Avşar, *Anne-baba ve Ergen Çocukların Mahremiyet Algısındaki Farklılıkların Sosyal Medya Üzerinden Okunması* (İstanbul Sebhattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018), 32.

Gözetimin farkındalığına ilişkin ilahiyat öğrencilerinin kişisel bilgilerine başkalarının ulaşabileceği (%41,1), gizlilik ayarı yaptığında bile başkalarının kendisini izleyebileceği (%43,4), kanuna aykırı davranmadıkça devlet tarafından gözetilmeyeceği (%50), kendi bilgisi dışında bilgilerinin ele geçirilebileceği (%51) ve ticari şirketlerin bilgilerine ulaşabileceği (%52,4) konusunda net bir bilgiye sahip olmadığı görülmektedir. Gözetimin farkındalığı konusunda kararsızlar, katılanlar ve katılmayanlar birbirlerine yaklaşık bir orandadır. Bu veriler Kalaman'ın bulgularıyla da örtüşmektedir.

Mahremiyet ihlalinin farkındalığı açısından öğrencilerin büyük kısmının sosyal medyaya güvenmedikleri görülmektedir. Bu noktada sosyal medyayı güvenli bir iletişim ortamı olarak görenlerin oranı %23,2'dir. Gizlilik ayarları yapıldığında kişisel verilerin korunacağına inanma konusunda bu oran %17,5; sosyal medyanın mahremiyet için bir tehlike oluşturmadığını düşünenlerde ise bu oran sadece %11,6'dır. Öğrencilerin kişisel bilgilerini sosyal medyanın koruduğunu düşünme konularını kapsayan mahremiyet ihlalinin farkındalığına ilişkin elde edilen verilere göre ilahiyat öğrencilerinin büyük kısmı sosyal medyaya güvenmemektedir. Bu noktada Kalaman'ın "Facebook'un benim mahrem hayatım için bir tehlike olmadığını düşünüyorum" sorusundan elde ettiği bulguların (kesinlikle katılmıyorum %20,2, katılmıyorum %19,6, karasızım %27,6, katılıyorum %24,2, kesinlikle katılıyorum %8,4) bu araştırmanın bulgularından farklı olduğu görülmektedir.

Sosyal medyada ahlaki sorumluluk ve tepki boyutuna ilişkin verilerde ise bir çeşitlilik söz konusudur. İlahiyat öğrencilerinin başkalarının tepki gösterdiği konulara tepki gösterme oranı %36,5, kendisini sorumlu hissettiği için toplumun ahlaki dejenerasyonuna dur diyecek önemli yazı ve videoları paylaşma oranı %56,1 ve düşüncesine, inançlarına aykırı, hoşuna gitmeyen bir kişinin konuşmaları nedeniyle sosyal medya aracılığıyla linç edilmesini isteme oranı ise %20,1 seviyesindedir.

Kendine ait mahremiyet bilinci (kendi bilinci) boyutuna ilişkin olarak öğrencilerin büyük çoğunluğunun oldukça hassas olduğu görülmektedir. Başkalarının arkadaşlarıyla sosyal medyadaki yazışmalarını görmemelerini isteme (%95,8), kişisel bilgilerinin herkesçe bilinmemesini isteme (%94,8), kendi mahremiyetini koruyacak şekilde davranma (%96,9) ve tanımadığı kişilerin de mahremiyetini koruyacak şekilde davranma (%90,6) konularında ilahiyat öğrencilerinin net bir

anlayışa sahip oldukları görülmektedir. Bu sonucun oluşmasında İlahiyat fakültelerinde alınan eğitim ile birlikte mensup olunan aile yapısının niteliği de öğrencilerin kendine ait mahremiyeti koruyacak şekilde davranmasını gerektirdiği ifade edilebilir.

Başkaları için mahremiyet bilinci (başkaları bilinci) boyutuyla ilgili olarak da öğrencilerin oldukça hassas olduğu belirtilebilir. Yabancı kişilerin mahremiyetini düşünme (%81,8), arkadaşların mahremiyetini düşünme (%91,7), arkadaşların mahremiyetini koruyacak şekilde davranma (%95,3), toplu taşıma gibi herkesin rahatlıkla birbirinin özelini görebildiği yerlerde başkalarının telefonlarına bakmama (%87,5), yabancıların konuşmalarına kulak vermeme (%94,3) konularında ilahiyat öğrencilerinin oldukça bilinçli ve mahremiyete özen gösterdiği söylenebilir.

Belirtilen bu sonuç ve tartışmalar ışığında araştırmanın önerileri olarak şu başlıklar sunulabilir:

Sosyal ağlarda mahremiyeti koruyabilmek için gizliliğin, kişisel bilgilerin korunması için geliştirilen yöntemlerden yararlanılması ve bunların kullanımını teşvik ve tavsiye edilmelidir.

Sosyal ağlar, kişilerin hayatlarını diğer bireylerle paylaşma üzerine tasarlanmış platformlar olduğu için bu ağları kullananların bilinçlendirilmesi, özel hayatın gizliliğinin önemi ve değeri gençlere telkin edilmelidir.

Mahremiyetin, insanın onur ve şerefini ilgilendiren önemli bir değer olması yönüyle bu duygu ve bilincin öncelikle ailede kazandırılmasına çalışılmalıdır.

Mahremiyetin dini, ahlaki ve toplumsal bir sorumluluk olduğundan hareketle bireylerde özdenetim bilinci oluşturularak kişinin kendi isteğiyle mahremiyetini ve sınırlarını koruması istenmelidir.

Sanal ortamda yapılan dedikodu, gıybet, iftira, ayıplama, vb. mahremiyet ihlallerinin normal hayattaki ile aynı sorumluluğu gerektirdiği öğretilmelidir.

Din eğitimi bilimi sosyal medya mahremiyeti üzerinde yoğunlaşarak bu alanı nitelikli çalışmalar yapılabilecek bir alan olarak görmelidir.

Mahrem bir bedene istenildiği gibi dokunulmaması, bakılmaması, bir zarar verilmemesi ve onun mahremiyeti olduğu takdirde biyolojik bir

yığından ²⁹ Allah'ın yarattığı şerefli, üstün bir varlık konumuna yükseleceği bilinmelidir.

Göz, kulak ve dilin mahremiyetinin olduğu ³⁰ bunlardan insanın sorumlu tutulacağı unutulmamalıdır.

Mahremiyetin hukuken meşru bir eylemin dış dünyaya karşı gizliliğinin olduğu ve bu gizliliğin korunmasını gerekliliğinin bilincinde olunmalıdır ³¹.

Başkalarının evinin gözetlenmesinin yasaklığının sosyal medyayı da kapsadığına dikkat çekilmelidir.

KAYNAKÇA

Avşar, Semra Aydın. *Anne-baba ve Ergen Çocukların Mahremiyet Algısındaki Farklılıkların Sosyal Medya Üzerinden Okunması*. İstanbul Sebahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2018.

Ayverdi, İlhan. *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*. İstanbul: Kubbealtı, 2010.

Çalık, Nilüfer Sena. “Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fıkhi Açıdan Değerlendirilmesi”. *Turkish Academic Research Review* 1/3 (Mayıs 2018), 25-44.

Çelikoğlu, Nalan. *Türkiye’de Üniversite Gençliğinde Mahremiyetin Dönüşümü*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007.

Dedeoğlu, Sevgi Güven. “Özgürlük, Mahremiyet, Demokrasinin Değeri ve Bilişim Toplumunda Maruz Kaldığı Tehditler”. *Journal Of Yaşar Universty* 9/34 (2014), 5887-5897.

²⁹ Huriye Martı, “Hz. Peygamberin Hadislerinde Bir Değer Simgesi Olarak Beden ve Mahremiyeti”, *Marife* 9/2 (2009), 16.

³⁰ İsmail Güllük, “Avret Mahremiyeti Prensipleri Açısından Görüntü, Gerçeklik, Sanal Alem ve Cinsellik Üzerine Fıkhi Bir Analiz”, *İslam Hukuk Araştırmaları Dergisi* 1/23 (2014), 105-118.

³¹ Kahraman, *İslâm Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel Hayatın Gizliliği (Mahremiyet)*, 34.

- Duran, Büşra Nur. “Sesin ve Sözüün Mahremiyeti”. *Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu* ed. Yavuz Ünal vd. Samsun: Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yay, 2016.
- Erdem, Elif. *Elektronik Medya ve Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Ağlar*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2010.
- Folkman, Susan. “Privacy and Confidentiality”. *American Psychological Association*, 1/17 (2000), 49-57.
- Gönenli, Gülşah. - Hürmeriç, Pelin. “Sosyal Medya: Bir alan Çalışması Olarak Facebook’u Kullanım”. *Sosyal Medya Akademi*, ed. T. Kara-E. Özgen. İstanbul: Beta yay, 2012.
- Güllük, İsmail. “Avret Mahremiyeti Prensipleri Açısından Görüntü, Gerçeklik, Sanal Alem ve Cinsellik Üzerine Fıkhi Bir Analiz”. *İslam Hukuk Araştırmaları Dergisi* 1/23 (2014), 105-128.
- Gündoğdu, Yusuf Bahri. “Mahremiyet Eğitiminin Temeli İnsanlık Şerefi: Ailenin Mesuliyetleri”. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi* 2/7 (Temmuz 2017), 387-394.
- Güven, Sevgi Kesim - Kovanlıkaya, Çağlayan. “Postmodern Rear Window: Facebook”. *6th International Symposium Communication in the Millenium*. İstanbul: Yalova Sosyal Bilimler, 2008.
- Kalamın, Sefer. “Yeni Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Türkiye Örneği”. *UHİVE Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* 1/14 (Şubat 2017), 2-31.
- Kaptan, Saim. *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri*. Ankara: Bilim Yayınevi, 1998.
- Karasar, Niyazi. *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*, Ankara: Nobel Yayınları, 2017.
- Korkmaz, İlhan. “Facebook ve mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek”. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi* 3/5 (2013).
- Martı, Huriye. “Hz. Peygamberin Hadislerinde Bir Değer Simgesi Olarak Beden ve Mahremiyeti”. *Marife* 9/2 (2009), 9-23.
- Öztekin, Hülya - Öztekin, Ahmet. “Modernleşme-Mahremiyet İlişkisi ve Siber Mekânda Mahremiyetin Aleniye Dönüşmesi”. *e-Journal of New World Sciences Academy* 5/4 (2010), 526-540.

- Öztürk, Deniz, vd. “Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Ölçeği”. *Türkiye Klinikleri* 1/27 (2019), 57-64.
- Pekdemir, Şevket. “Mahremiyet Algısı Hak Olgusu”. *Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd. Samsun: Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, 2016.
- Sayan, Yunus Emre. "Diyanet İşleri Başkanlığı'nın Sosyal Medya Kullanımı: Başkanlık ve Birimleri Üzerine Bir Araştırma". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 4/2 (Aralık 2021), 317-340 .
- Türk Dil Kurumu Sözlük, “Mahremiyet” Erişim 18 Mayıs 2023. <https://sozluk.gov.tr/>
- Yılmaz, Fikret. “XVI. Yüzyıl Osmanlı Toplumunda Mahremiyetin Sınırlarına Dair”. *Toplum ve Bilim* 1/83 (2000), 92-110.
- Yüksel, Mehmet. “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Kültürel Gelişimi”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 1/58 (Ocak 2003), 181-213.