



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN FACEBOOK KULLANIMI İLE MAHREMİYET KAYGISI ARASINDAKİ İLİŞKİ

THE RELATIONSHIP BETWEEN FACEBOOK USAGE AND PRIVACY CONCERN AMONG UNIVERSITY STUDENTS

Ali ACILAR¹
Sevinç MERSİN²

Öz

Günümüzde İnternet ve sosyal ağ sitelerinin kullanımı toplumun hemen her kesiminde, özellikle gençler arasında artmıştır. Yaşamımıza giren bu teknolojik gelişmeler aynı zamanda beraberinde etik ve sosyal sorunların da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sorunların en önemli konularından birisi de mahremiyettir. Sosyal ağ sitelerindeki paylaşımlar kullanıcıların kişisel mahremiyetini tehdit edebilmekte ve telafisi zor sonuçlara neden olabilmektedir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırma, 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılı Bahar Döneminde, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümleri öğrencileri ile yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler kullanılarak yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda Facebook kullananlar ile kullanmayan öğrenciler arasında mahremiyet kaygısı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Facebook kullanmayan öğrencilerin mahremiyet kaygısının, Facebook kullananlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Facebook kullanan üniversite öğrencilerinde; Facebook kullanma sıklığı, Facebook'ta bir günde geçirilen ortalama süre ve Facebook profilindeki arkadaş sayısı ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif bir ilişki saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite öğrencileri, Facebook, mahremiyet

Abstract

Today, Internet and social media have become prevalent in the society, especially among young generations. These technological advancements have led to the emergence of social and ethical issues. One of the most important of these issues is privacy. Sharing in social network sites can threaten privacy and may cause unrecoverable problems. In this study, the relationship between Facebook usage and privacy concern among university students is explored. The research data was obtained from the survey conducted to undergraduate students in the Department of Economics and the Department of Business Administration at Bilecik Şeyh Edebali University in the spring semester of 2013-2014 academic year. As a result of the analysis, it is found that there is a statistically significant difference between Facebook users and not users regarding privacy concerns. Students who do not use Facebook are more concerned about privacy than Facebook users. In addition, the results showed that there was a negative relationship between frequency of Facebook use, the average time spent on Facebook in daily, number of friends on Facebook profile and privacy concern among Facebook users.

Key Words: University students, Facebook, privacy

¹ Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İİBF, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ali.acilar@bilecik.edu.tr

² Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, sevinc.mersin@bilecik.edu.tr

1. GİRİŞ

Özellikle İnternet ve mobil teknolojilerde meydana gelen gelişmeler sonucu insanların zaman ve mekân bağımsız bir şekilde iletişim halinde olmaları, hiçbir zaman günümüzdeki kadar kolay olmamıştır (Genç, 2010). Yeni iletişim teknolojileri insanların düşüncelerini ve eserlerini paylaşabilecekleri, etkileşim ve paylaşım temelli bir medya sunmaktadır (Vural & Bat, 2010). Günümüzde, İnternet ve sosyal ağ sitelerinin kullanımı toplumun hemen her kesiminde, özellikle gençler arasında artmıştır. Mobil cihazların yaygınlaşması ve sosyal ağ sitelerinin etkileşim özelliği, sosyal ağ sitelerinin kullanımının hızlı bir şekilde yayılmasında önemli bir etkidir. İnternet, dünyada milyonlarca ağın birbirine bağlanmasıyla, kişilerin dünya genelinde bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde ulaşmasına yardımcı olmanın yanında bireyler arasında etkileşimi sağlayan ortamların altyapısını da sunmaktadır (Akçay, 2011).

İnternet'in ilk yaygınlaşmaya başladığı yıllarda kurulan web siteleri statik içeriğe sahip olup kullanıcılarla herhangi bir etkileşimi bulunmamaktaydı. İnternet'in bu ilk dönemi Web 1.0 olarak adlandırılmaktadır. Web 1.0 web siteleri, geleneksel medyanın tek taraflı iletişim özelliğine sahipti. Fakat günümüzün web siteleri içerdikleri statik muhtevaya ek olarak, insanların işbirliği yapabilmesine, bilgi paylaşabilmesine, çevrim içi yeni hizmet ve ürünler oluşturabilmesine olanak sağlamaktadır (Laudon & Laudon, 2011: 272). Web 2.0 İnternet'in gelişiminin içinde bulunduğumuz zamandaki aşaması olarak kabul edilebilir (Constantinides & Zinck Stagno, 2011). Laudon ve Laudon, (2011: 272)'a göre Web 2.0'ın dört belirgin özelliği bulunmaktadır: Etkileşim, gerçek zamanlı kullanıcı kontrolü, sosyal katılım (paylaşım) ve kullanıcı tarafından üretilmiş içerik. Web 2.0 teknolojisinin sunduğu yenilikler arasında; ağ günlükleri (blogs), müzik, radyo ve video yayınları, vikiler (wikis), sosyal ağlar, yer imleri (bookmarks), etiketleme (tagging), karma (bütünleşik) Web siteleri (mashups) ve resim ve video paylaşımı sayılabilir (Genç, 2010).

Günümüzün en popüler Web 2.0 uygulamalarından birisi de sosyal medyadır. Kaplan ve Haenlein (2010)'a göre sosyal medya, kullanıcı tarafından içerik oluşturulmasına ve bunun paylaşılmasına olanak sağlayan Web 2.0 temelli bir grup İnternet tabanlı uygulamadır. Sosyal medya, vikiler, bloglar, sosyal ağ siteleri, sanal dünyalar ve video paylaşım siteleri gibi farklı teknolojileri içermektedir (Kane ve diğerleri, 2014). Sosyal ağ siteleri de bir Web 2.0 uygulaması olarak kabul edilmektedir ve insanların çevrim içi nasıl vakit geçirdiğini, insanların kimlerle ve nasıl iletişim kurduğunu, işadamlarının müşterilerle, tedarikçilerle ve çalışanlarla nasıl temas halinde olduğunu; mal ve hizmet sağlayıcıların müşterileri hakkında nasıl öğreneceğini ve reklamcılarının potansiyel müşterilere nasıl ulaşacağını kökten değiştirmektedir (Laudon & Laudon, 2011: 274). Sosyal ağ sitelerinin kullanımı dünya genelinde çok yaygındır. Popüler sosyal ağ sitelerinin yüz milyonlarca kayıtlı aktif üyesi bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar insanların, bu ortamda gün geçtikçe daha fazla vakit harcadıklarını, burada gerçek yaşam ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içinde yeni bir dünya kurarak yaşadıklarını göstermektedir (Vural & Bat, 2010). Sosyal ağ özellikleri olan sosyal ağ ve içerik paylaşım siteleri İnternet'te önemli bir çevrim içi faaliyet ve en etkileyici medyalardan biri haline gelmiştir (Raad & Chbeir, 2013).

Günümüzde özellikle gençlerin daha aktif olduğu sosyal medya ortamında kullanıcıların mahremiyeti ile ilgili durumlarla karşılaşabilmektedir. Bundan dolayı bu durumun önemine dikkat çekmek ve sonuçlarının paylaşarak yeni çalışmalar başta olmak üzere erken dönemde alınması gereken önlemlerin belirlenmesine yardımcı olmak için bu çalışma önem arz etmektedir. Çalışmada üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki araştırılmakta olup, bu amaçla günümüz sosyal ağ siteleri içerisinde lider bir pozisyonda olan Facebook'u kullanan ve kullanmayan öğrenciler arasında bir karşılaştırma yapılmıştır. Ayrıca, Facebook kullanan üniversite öğrencilerinde, Facebook kullanımı ile ilgili olarak Facebook üyelik süresi, kullanma sıklığı, Facebook'ta bir günde geçirilen ortalama süre, Facebook profilindeki arkadaş sayısı ve Facebook profilini güncelleme sıklığı gibi özellikler ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma, 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılı Bahar Döneminde,

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümleri öğrencileri ile yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler kullanılarak yapılmıştır.

1. 1. Mahremiyet

Günümüzde özellikle sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamaların kullanılabildiği mobil cihazların toplum içinde yaygınlaşması ile birlikte herkes her yerde bir şeyler paylaşabilmektedir. Yaşamımıza giren bu teknolojik gelişmeler aynı zamanda beraberinde etik ve sosyal sorunların da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sorunların en önemli konularından birisi de mahremiyettir. Sosyal ağ sitelerindeki paylaşımlar kullanıcıların kişisel mahremiyetini tehdit edebilmekte ve telafisi zor sonuçlara neden olabilmektedir.

Mahremiyet olgusu incelendiğinde, bu kavramın neredeyse insanlık tarihi kadar eski olduğu görülmekte olup mahremiyetin alanı, kültürden kültüre ve aynı toplum içerisinde zamandan zamana değişiklik göstermektedir (Korkmaz, 2013). Bu durum, mahremiyet kavramının tanımlanmasını ve sınırlarının belirlenmesini zorlaştırmaktadır (Korkmaz, 2013). Mahremiyet insan ile ilgili bir kavram olarak psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, insan kaynakları, pazarlama ve yönetim bilişim sistemleri disiplinlerinde çalışan araştırmacıların ilgisini çekmiş ve incelenmiştir (Dinev, Xu & Smith, 2009). Çelikoğlu (2007: 8) mahremiyeti “kişilerin yalnız başlarına kalabildikleri, başkalarıyla hangi koşullarda ilişki içerisine gireceklerine kendilerinin karar verebildikleri bir alan” olarak tanımlamıştır. Laudon ve Laudon (2011: 131)’a göre mahremiyet; bireylerin yalnız kalma, diğer bireylerin ve devlet de dâhil olmak üzere örgütlerin gözetiminin veya müdahalesinin olmamasını talep etme hakkını ifade etmektedir.

İnsanların mahremiyete ilişkin tutumları farklılık gösterebilmektedir (Chignell, Gwizdka & Quan-Haase, 2003). İnsanlar farklı bilgi teknolojilerine ve bilgi içeriklerine maruz kalınca, mahremiyete ilişkin tutumlarında da değişiklik olması muhtemeldir (Chignell, Gwizdka & Quan-Haase, 2003). Bazı insanlar, sosyal ağ sitelerinde, video paylaşma sitelerinde veya anlık mesajlaşma ile kendilerinin özel birçok alanını ortaya koyabilirken, bir kısmı ise, kendileriyle ilgili davranış ve tutumları göz önüne sermek istemeyebilmektedir. Chignell, Gwizdka ve Quan-Haase (2003) yapmış oldukları çalışmada mahremiyete ilişkin tutumları farklı olan üç grup insan olduğunu saptamıştır; birinci grup kişisel bilgilerinin ve görüntülerinin korunması ile ilgili çok kaygıları olan fakat izlenme ve korunma ihtiyacı konusunda nispeten umursamaz insanlardan oluşmaktadır, ikinci grup insanlar mahremiyet hakkında nispeten umursamazdır ve üçüncü grup da mahremiyet hakkında en fazla endişesi olanlardan oluşmaktadır.

1. 2. İnternet'te Mahremiyet

Kullanımının dünya genelinde yaygınlaşması ve bilgisayarlardan, cep telefonu gibi taşınabilir cihazlara kadar erişimin kolaylaşması sonucu İnternet, eğitimden eğlenceye, sağlıktan turizme, iletişimden iş hayatına günlük yaşantımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Toplumsal dinamikler, iş modelleri ve kişisel ilişkiler, İnternet başta olmak üzere yeni iletişim ortamlarının çevresinde toplanmaya başlamıştır (Dilmen & Öğüt, 2010). Günümüz modern yaşantısının vazgeçilmez bir parçası haline gelen İnternet, kişisel mahremiyetin korunmasının oldukça zor olduğu bir ortam sunmaktadır. İnternet'te bulunan bir belgeye kolaylıkla erişilebilir, iletebilir, üzerinde değişiklik yapılabilir olması, İnternet kullanıcıları için mahremiyeti açık bir sorun haline getirmiştir (Saeri ve diğerleri, 2014). Modern bilgisayar teknolojileri ile geçmişten oldukça farklı ölçekte ve farklı bir biçimde detaylı kişisel bilgilerin kullanılması, kaydedilmesi, korunması, düzenlenmesi ve tekrar oluşturulması olanaklı hale gelmiştir (Sparck-Jones, 2003).

İnternet'te mahremiyet ihlalleri insanların önemli sosyal, finansal ve psikolojik zarar görmelerine neden olabilmektedir (Saeri ve diğerleri, 2014). İnternet'te insanları zor duruma düşürebilecek fotoğraflar veya mahrem olan kişisel görüşmeler, başkalarına yayılabilir veya kimlik bilgileri dolandırıcılık için kullanılabilir (Saeri ve diğerleri, 2014).

Bir kişi sosyal ağ profilinde yüzlerce kişi ile arkadaş olarak, binlerce kişi ile de sosyal ağ bağlantıları ile bağlantılı olabilir ve bu bağlantılı kişilerin çoğu gerçek hayatta arkadaş değil belki

tamamen yabancı olabilmesine rağmen, kişisel ve çoğu zaman hassas bilgiler hiç çekinmeden herkese sunulabilmektedir (Gross & Acquisti, 2005). Facebook, insanların İnternet'te kendileri hakkında fotoğraf, kişisel bilgi ve haberleri paylaşabileceği, çeşitli derecelerde başkaları tarafından da erişilebilen bir alan sunan popüler bir sosyal ağ sitesi olup, bir üyenin profilindeki kayıtlı arkadaşlarıyla (Facebook'ta binlerce olabilir) paylaştığı bir bilgi veya resim onların ilişkide olduğu üyelerle de paylaşabilmekte ve sonuçta bir üyenin bilgisi, paylaşımı kısa bir süre içerisinde binlerce belki milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir (Saeri ve diğerleri, 2014). Paylaşılan bir fotoğrafın alakalı olmayan kişilerce de paylaşılabilmesi kişisel ilişkilerde sorunlara sebep olabilmektedir. Ayrıca, Facebook'ta bir üyenin paylaştığı bilgi veya resim, arkadaş grubu için uygun olabilirken başkaları için (örneğin işveren) uygun olmayabilmektedir (Raynes-Goldie, 2010). Bu ortamda paylaşılanlar artık üyenin kontrolünden çıkmaktadır (Raynes-Goldie, 2010). Bu durumların sonuçları, mahremiyet ve gizlilik algısının araştırılmasını gerekli kılmıştır.

Gross ve Acquisti (2005) Amerika'da Facebook kullanan 4.540 üniversite öğrencisinin profilleri üzerinde yapmış olduğu çalışma sonucu öğrencilerin hiç çekinmeden birçok kişisel bilgi paylaştığını ve mahremiyet tercihlerinin sınırlandırılmasının nadiren kullanıldığını saptamıştır. Fogel ve Nehmad (2009) sosyal ağ sitelerinde profilleri olan öğrencilerin olmayanlara göre riske girme tutumlarının daha fazla olduğunu ve bayanlarda genel mahremiyet kaygısının erkeklerden daha fazla olduğunu saptamıştır.

Saeri ve diğerleri (2014) tarafından Facebook kullanan öğrencilerle yapılan çalışmada, araştırmaya katılanların büyük bir risk algıladığı zaman, İnternet'te mahremiyetlerini korumak için daha pozitif bir niyet ortaya koyduklarını ve ayrıca bayanların diğer Facebook kullanıcılarına erkeklerden daha az güvendiğini saptamışlardır.

2. YÖNTEM

Araştırma evrenini Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümleri öğrencileri oluşturmaktadır. Bu çalışmada tesadüfî olmayan örnekleme yöntemlerin birisi olan “kolayda örnekleme” yöntemi kullanılmıştır. Anket çalışması 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılı Bahar Döneminde, 5 Mayıs - 25 Mayıs tarihleri arasında Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümleri derslerine katılan öğrenciler ile yapılmıştır. Anket uygulanmadan önce on öğrenci ile test edilmiştir. Ankete katılanlardan 789'u değerlendirilmeye alınmıştır. Hazırlanan anket formunda İnternet'te mahremiyet kaygısı, Dinev ve Hart (2006)'ın çalışmalarında kullandığı ölçeğin tercümesi kullanılarak ölçülmüştür. Bu çalışmada, Facebook kullanımı ile İnternet'te mahremiyet kaygısı arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Facebook kullananlar ile kullanmayanların mahremiyet kaygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H2: Facebook kullanan bayan ve erkeklerin mahremiyet kaygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H3: Facebook kullananların yaşı ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı pozitif doğrusal bir ilişki vardır.

H4: Facebook kullananların ne zamandan beri Facebook üyesi olduğu ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif doğrusal bir ilişki vardır.

H5: Facebook kullananların hangi sıklıkla Facebook'a girdiği ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif doğrusal bir ilişki vardır.

H6: Facebook kullananların Facebook'ta bir günde ortalama geçirdiği süre ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif doğrusal bir ilişki vardır.

H7: Facebook kullananların Facebook profilindeki arkadaş sayısı ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif doğrusal bir ilişki vardır.

H8: Facebook kullananların hangi sıklıkla Facebook profillerini güncelledikleri ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif doğrusal bir ilişki vardır.

3. VERİLERİN ANALİZİ

3. 1. Demografik Özellikler

Ankete katılan öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 1'de sunulmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin %69,58'i bayan, %30,42'si erkektir ve %75'i (592 kişi) 20-23 yaş aralığındadır. Katılımcıların %52,6'sı 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Ankete katılanların çoğunluğu (%77,4'ü) 5 yıl veya daha fazla süredir İnternet'i kullandıklarını belirtmiştir.

Tablo 1. Ankete Katılanların Demografik Özellikleri

	n	%
Cinsiyet		
Bayan	549	69,58
Erkek	240	30,42
Yaş		
18	18	2,28
19	72	9,13
20	122	15,46
21	170	21,55
22	178	22,56
23	122	15,46
24-30	55	6,97
Boş	52	6,59
Sınıf		
1	170	21,55
2	203	25,73
3	198	25,10
4	217	27,50
Boş	1	0,13
İnternet kullanım süresi		
1 yıldan az	6	0,76
1-3 yıl	41	5,20
3-5 yıl	130	16,48
5 yıl veya daha fazla	788	77,44
Boş	1	0,13

3. 2. Katılımcıların Facebook Kullanımı

Araştırmaya katılan öğrencilere Facebook üyelik durumu sorulmuş ve katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Ankete Katılanların Facebook Üyelik Durumu İle İlgili Özellikleri

	n	%
Facebook üyelik durumu		
Halen üye hesabım var (Aktif kullanıcı)	696	88,21
Üyeliğimi dondurdum	64	8,11
Hiç üye olmadım	16	2,03
Facebook hakkında hiç bir bilgim yok	1	0,13
Boş	12	1,52

Ankete katılan öğrencilerden %88,21'i (696 kişi) halen aktif üye olduğunu ve %2,03'ü (16 kişi) de hiç üye olmadığını belirtmiştir. 12 katılımcının bu soruyu cevaplamadığı saptanmıştır.

Ankette halen üye hesabı olanlara (aktif kullanıcı) Facebook kullanımı ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların bu sorulara verdikleri cevaplar Tablo 3'te sunulmuştur. Halen üye hesabı olan Facebook kullanıcılarının çoğunluğunun (547 kişi, Facebook kullanıcılarının %78,6'sı) 3 yıl veya daha uzun süredir Facebook üyesi olduğu saptanmıştır. Katılımcıların Facebook'u yoğun olarak kullandığı görülmektedir. 266 kişi (%38,22) fırsat bulduğu her an, 139 kişi (%19,97) de günde 4 kez veya daha fazla Facebook'a girdiğini belirtmiştir.

Halen üye hesabı olanların çoğunluğu (427 kişi) günde bir saate kadar Facebook kullanmakta olup, 83 kişi günde üç saat veya daha fazla Facebook kullandığını belirtmiştir. Halen üye hesabı olan Facebook kullanıcılarının çoğunluğu (439 kişi, Facebook kullanıcılarının %63,07'si), Facebook profilindeki arkadaş sayısının 200 veya daha fazla olduğunu belirtmiştir. Facebook kullanıcılarının, profillerinde en fazla paylaşmak istemedikleri bilginin “siyasi görüş” (413 kişi, %59,34), ondan sonra sırasıyla “ilişki durumu” (273 kişi, %39,22), “E-posta adresi” (256 kişi, %36,78) ve “dini inanç” (217 kişi, %31,18) olduğu saptanmıştır.

Tablo 3. Halen Üye Hesabı Olanların (Aktif Kullanıcı) Facebook Kullanım Durumları

	n	%
Ne zamandan beri Facebook üyesisiniz?		
1 yıldan az	29	4,17
1-3 yıl arası	91	13,07
3-5 yıl arası	255	36,64
5 yıl veya daha fazla	292	41,95
Boş	29	4,17
Hangi sıklıkla Facebook'a giriyorsunuz?		
Fırsat bulduğum her an	266	38,22
Günde 4 kez veya daha fazla	139	19,97
Günde 3 kez	99	14,22
Günde 1 kez	110	15,80
Haftada birkaç kez	49	7,04
Haftada bir kez	22	3,16
Ayda birkaç kez	4	0,57
Ayda bir kez	5	0,72
Yılda birkaç kez	1	0,14
Boş	1	0,14
Facebook'ta bir günde ortalama ne kadar zaman geçiriyorsunuz?		
30 dakikadan az	189	27,16
30 dakika ile 1 saat arası	238	34,20
1-2 saat arası	122	17,53
2-3 saat arası	63	9,05
3 saat veya daha fazla	83	11,93
Boş	1	0,14
Facebook profilinizdeki arkadaş sayısı kaçtır?		
50 kişiden az	27	3,88
50-99 kişi	45	6,47
100-199 kişi	152	21,84
200-299 kişi	197	28,30
300 veya daha fazla	242	34,77
Boş	33	4,74

Facebook'ta kendinizle ilgili neleri paylaşmak istemezsiniz?		
Gerçek ad ve soyadınız	106	15,23
Fotoğrafınız	173	24,86
Doğum tarihiniz	126	18,10
Doğum yeriniz	128	18,39
Dini inancınız	217	31,18
Siyasi görüşünüz	413	59,34
E-posta adresiniz	256	36,78
İlgi alanlarınız	98	14,08
İlişki durumunuz	273	39,22
Eğitim bilgileriniz	98	14,08
Sevdiğiniz filmler	79	11,35
Sevdiğiniz müzikler	76	10,92

3. 3. Hipotez Testleri Sonuçları

Araştırmaya katılan öğrenciler arasında Facebook kullananlar ile kullanmayan katılımcılar arasında mahremiyet kaygısı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak amacıyla t-testi yapılmıştır. T-testi sonuçları Tablo 4'de sunulmuştur.

Tablo 4. Facebook Kullanan ve Kullanmayan Katılımcılar Arasında Mahremiyet Kaygısı Değerlendirmesi, T-Testi Sonuçları

	Kullanan		Kullanmayan		
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	p
İnternette verdiğim bilgilerin kötüye kullanılabileceğinden (istismar edilebileceğinden) endişe duyuyorum.	3,38	1,21	3,75	1,19	0,006*
Birinin internette benimle ilgili özel bilgiler bulabileceğinden endişe duyuyorum.	3,12	1,26	3,44	1,27	0,022*
İnternette bilgi teslim etmekten (göndermekten) başkalarının bu bilgilerle yapabilecekleri şeyler nedeniyle endişe duyuyorum.	3,36	1,24	3,68	1,17	0,015*
İnternette bilgi teslim etmekten (göndermekten) endişeliyim çünkü öngöremediğim bir şekilde kullanılabilir.	3,44	1,18	3,72	1,21	0,030*
Mahremiyet Kaygısı Ölçeği	13,30	4,20	14,59	4,30	0,007*

Ort.: Ortalama, S.S.: Standart sapma, *: $p < 0,05$

T-testi sonuçlarına göre Facebook kullananlar ile kullanmayan katılımcılar arasında mahremiyet kaygısı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmakta olup, Facebook kullanmayanların mahremiyet kaygısının kullananlara göre daha fazla olduğu saptanmıştır ve H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 5. Facebook Kullanan Erkek ve Bayan Katılımcılar Arasında Mahremiyet Kaygısı Değerlendirmesi, T-Testi Sonuçları

	Erkek Facebook kullanıcıları			Bayan Facebook kullanıcıları			
	N	Ort.	S.S.	N	Ort.	S.S.	p
Mahremiyet Kaygısı Ölçeği	209	13,08	4,29	487	13,39	4,17	0,377

Facebook kullanan bayan ve erkeklerin mahremiyet kaygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını saptamak için de t-testi kullanılmıştır (Tablo 5). Facebook kullanan bayanların mahremiyet kaygısı ortalaması, Facebook kullanan erkeklere göre daha

yüksektir. Fakat t-testi sonucuna göre Facebook kullanan bayan ve erkeklerin mahremiyet kaygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmış olup H2 hipotezi ret edilmiştir.

Tablo 6. Yaş ile Mahremiyet Kaygısı Arasında Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

Pearson Korelasyon	0,024
Sig. (2-tailed)	0,546
N	650
Boş (yaş)	46

Facebook kullananların yaşı ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı pozitif doğrusal bir ilişki olup olmadığını test etmek amacı ile Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır (Tablo 6). Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre Facebook kullananların yaşı ile mahremiyet kaygısı arasında pozitif doğrusal bir ilişki görülmektedir. Fakat istatistikî olarak anlamlı bir ilişki saptanmadığı ($p>0.05$) için H3 hipotezi ret edilmiştir.

Tablo 7. Spearman Parametrik Olmayan Korelasyon Analizi Sonuçları

	A	B	C	D	E	F
Mahremiyet Kaygısı Ölçeği (A)	1,000					
Facebook üyelik süresi (B)	0,030	1,000				
Facebook kullanma sıklığı (C)	-0,090*	0,159*	1,000			
Facebook'ta bir günde geçirilen ortalama süre (D)	-0,104**	0,093*	0,433*	1,000		
Facebook profilindeki arkadaş sayısı (E)	-0,108**	0,266*	0,127*	0,122*	1,000	
Hangi sıklıkla Facebook profillerini güncelledikleri (F)	-0,062	0,135*	0,236*	0,186*	0,145*	1,000

*: 0,05 anlamlılık düzeyine göre, **: 0,01 anlamlılık düzeyine göre

Facebook kullananların hangi sıklıkla Facebook'a girdiği, Facebook'ta bir günde ortalama geçirdiği süre, Facebook profilindeki arkadaş sayısı ve hangi sıklıkla Facebook profillerini güncelledikleri ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişkiyi incelemek için ankette sıralı kategorik değişkenler kullanılması nedeniyle Spearman parametrik olmayan korelasyon analizi uygulanmıştır (Tablo 7). Analiz sonuçlarına göre Facebook kullanan üniversite öğrencilerinde; Facebook kullanma sıklığı, Facebook'ta bir günde geçirilen ortalama süre ve Facebook profilindeki arkadaş sayısı ile mahremiyet kaygısı arasında anlamlı negatif bir ilişki saptanmış olup, H5, H6 ve H7 hipotezleri kabul edilmiştir, H4 ve H8 hipotezleri ise ret edilmiştir.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

İnternet ve bilgisayar, modern toplumun vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Fakat bu teknolojiler ayrıca mahremiyet gibi bazı etik sorunların da ortaya çıkmasına neden olmuştur (Acılar & Aydemir, 2010). Bu durum araştırmacıların sosyal medya kullanımı ile mahremiyet kaygısı arasındaki ilişkinin incelemesine olan ilgisini arttırmıştır (De Wolf, Willaert & Pierson, 2014; Oz, 2014; Taneja, Vitran & Gengo, 2014; Zlatolas ve diğerleri, 2015).

Mahremiyet, sosyal medya kullanımında kişinin ne kadar bilgiyi İnternet'te paylaşabileceğini ve bununla ilgili karar vermesinde etkin bir role sahiptir (Alkeinay & Norwawi, 2014; Zlatolas ve diğerleri, 2015). Yapılan çalışmalarda mahremiyet algısı yüksek olan bireylerin sosyal medya kullanımında kendileriyle ilgili kişisel bilgilerini sergilemekten kaçındıkları ve bunları diğerleriyle paylaşmadıkları görülmektedir (Alkeinay & Norwawi, 2014; Oz, 2014; Young & Quan-Haase, 2013). Yapılan bu çalışmamızda, Facebook kullanan üniversite öğrencilerinin mahremiyet kaygılarının, Facebook kullanmayan üniversite öğrencilerine göre daha

düşük olduğu bulunmuştur. Facebook, kişilerin kendini dışa vurabileceği; fotoğraf, bilgi, video yayınları, resim gibi birçok paylaşım olanak sağlamaktadır. Özellikle mobil cihazların yaygınlaşması ile kişiler her yerde ve her zaman paylaşım geçebilmektedir. Oz (2014) yaptığı çalışmada, Facebook ile mahremiyetle ilgili farkındalık azaldığında kişilerin sosyal medyada kendilerinden daha fazla bilgiyi İnternet'e koyduğunu göstermiştir (Oz, 2014). De Wolf, Willaert & Pierson (2014), Facebook kullanıcılarının mahremiyetle ilgili farkındalıkları artınca, kendileriyle ilgili bilgilerini kısıtladıklarını belirtmişlerdir. Mahremiyet açısından burada üzerinde durulması gereken bir husus bulunmaktadır. Spark-Jones (2003)'e göre, İnternet'e koyulan bilgi sonsuza kadar İnternet'te kalabilir ve bunun yayılması kişinin bilgisi dışında gerçekleşebilir (Spark-Jones, 2003). Bu nedenle, İnternet ve sosyal ağ sitesi kullanıcılarının kendileriyle ilgili hangi bilgileri ve bunların ne kadarını İnternet ortamında paylaşabileceğini bilmesi önemlidir. Bizim araştırmamızda da, İnternet kullanımında mahremiyet kaygısı değerlendirmesinde, Facebook kullanmayanlar en çok “İnternette verdiğim bilgilerin kötüye kullanılabileninden (istismar edilebileceğinden) endişe duyuyorum” maddesine katıldıkları görülmektedir (Tablo 4).

2013-2014 Eğitim-Öğretim yılı Bahar Döneminde, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümleri öğrencileri ile yapılan bu araştırmanın sonuçlarına göre, araştırmaya katılan öğrencilerden Facebook'ta halen aktif üyelik durumu olanların verdikleri cevaplara göre; halen üye hesabı olan Facebook kullanıcılarının çoğunluğu 3 yıl veya daha uzun süredir Facebook üyesidir, 266 kişi fırsat bulduğu her an, 139 kişi de günde 4 kez veya daha fazla Facebook'a girdiğini belirtmiştir. Aktif üyelerin çoğunluğu günde bir saate kadar Facebook kullanmakta olup, 83 kişi günde üç saat veya daha fazla Facebook kullandığını belirtmiştir. Halen üye hesabı olan Facebook kullanıcılarının çoğunluğu Facebook profilindeki arkadaş sayısının 200 veya daha fazla olduğunu belirtmiştir. Facebook kullanıcılarının profillerinde en fazla paylaşmak istemedikleri bilginin “siyasi görüş”, ondan sonra sırasıyla “ilişki durumu”, “E-posta adresi” ve “dini inanç” olduğu saptanmıştır.

Facebook kullananlar ile kullanmayan öğrenciler arasında mahremiyet kaygısı açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Facebook kullanmayanların mahremiyet kaygısının kullananlara göre daha fazla olduğu saptanmıştır.

Bu araştırmada, cinsiyetler arasında mahremiyet kaygısı açısından bir değerlendirme yapıldığında, bayan öğrencilerin mahremiyet kaygısının, erkek öğrencilere göre daha yüksek olmasına rağmen istatistiksel olarak aralarında anlamlı bir fark saptanmamıştır (Tablo 5). Saeri ve diğerleri (2014) yaptığı çalışmada da kadın kullanıcıların mahremiyetlerini koruma davranışlarının erkek kullanıcılarından daha fazla olduğunu belirlemişlerdir (Saeri ve diğerleri, 2014). Sosyal medya kullanımında genel olarak kadınlar, mahremiyete erkek kullanıcılardan daha fazla dikkat etmektedir (De Wolf, Willaert & Pierson, 2014; Hoy & Milne, 2010; Külcü & Henkoğlu, 2014, Litt, 2013).

Çalışmada incelenen bir diğer kişisel özellik de yaş değişkenidir. Bu araştırmada, öğrencilerin yaşı arttıkça, mahremiyet kaygısının arttığı görülmekle birlikte öğrencilerin yaşı ile mahremiyet kaygısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. De Wolf, Willaert ve Pierson (2014) yaptıkları araştırmada yaş arttıkça, kişisel mahremiyet yönetimiyle ilgili özelliklerin daha fazla kullanılmasının olası olduğunu bulmuşlardır. Litt (2013)'in yaptığı çalışmada ise, yaş arttıkça mahremiyetin daha az önemli olduğu saptanmıştır.

Facebook kullanım özellikleriyle, mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki incelendiğinde ise, Facebook kullanım sıklığı, Facebook'ta bir günde geçirilen ortalama süre ve Facebook profilindeki arkadaş sayısı ile Facebook kullanıcılarının mahremiyet kaygıları arasında negatif bir ilişki saptanmıştır (Tablo 7). Külcü ve Henkoğlu (2014)'nın yaptığı çalışmada da, Facebook'taki arkadaş sayısı ile mahremiyet seviyesi arasında negatif anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Çalışmamızda, Facebook'ta bir günde geçirilen ortalama süre ile mahremiyet kaygısı arasında negatif anlamlı bir ilişki saptanmış olmasına rağmen, Oz (2014)'un yaptığı çalışmada, Facebook'ta geçirilen süre arttığı zaman kullanıcıların mahremiyete daha fazla dikkat ettikleri

saptanmıştır. Christofides, Muise ve Desmarais (2011) ise, Facebook'ta geçirilen süre arttıkça kişilerin kendileriyle ilgili bilgileri daha çok ortaya koyduklarını bulmuştur (Christofides, Muise & Desmarais, 2011).

Günümüzde dünya genelinde yaygın olarak kullanılan sosyal ağ sitelerinin ülkemizde de özellikle gençler arasında yoğun bir şekilde kullanılması, işletmeler ve eğitim-öğretim kurumları için bir fırsat ve avantaj olarak kabul edilebilir. Fakat gençlerin bu ortamda karşılaşabileceği etik, sosyal ve hukuki sonuçlara neden olabilecek durumlara karşı bilinçlenmeleri gerekmektedir. Bu özel durumların en önemlilerinden birisi de mahremiyettir. Sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanan gençlerin kendileri için telafisi zor olan sonuçlar doğurabilecek olan mahremiyet konusunda farkındalıklarını arttıracak bilgilendirmelerin sağlanması son derece önemlidir. Bu amaçla, üniversitelerde özellikle dışa vurumun yoğun olarak gerçekleştiği sosyal medya başta olmak üzere İnternet'te mahremiyet konusunun ilgili derslerde ders içeriğinin bir parçası haline getirilmesi, İnternet'te mahremiyetin korunması ile ilgili afişler ve bilgilendirici toplantıların düzenlenmesi yararlı olabilir.

Araştırmamızın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışmada örneklem seçiminde kolayda örneklem yönteminin kullanılmış olması ilk sınırlılığımızdır. Daha sonra araştırmanın sadece Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi'nin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat ve İşletme bölümleri öğrencileriyle yapılmış olması ikinci sınırlılığımızdır. Bu nedenle bu çalışmadan elde edilen sonuçlar genellenemez. Gelecek araştırmalarda, mahremiyet kaygısının yanında, bu kaygının Facebook kullanıcılarının davranışlarına ne kadar etkili olduğunun araştırılması ve bu araştırmanın farklı üniversite öğrencileriyle yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Acılar A., Aydemir M. (2010), "Students' attitudes towards software piracy-the gender factor: a case of a public university in an emerging country" The Eleventh ETHICOMP International Conference on the Social and Ethical Impacts of Information and Communication Technology, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, Spain, 14th April to 16th April 2010, p.2-8.
- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 33, 137-161.
- Alkeinay, N. Y. & Norwawi, N. Md. (2014). User oriented privacy model for social networks. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 129, 191-197.
- Chignell, M., Gwizdka, J., & Quan-Haase, A. (2003). The privacy attitude questionnaire (PAQ) and Internet use. *AoIR 2003 Annual Conference*, Toronto, Canada, Oct. 16-19. http://comminfo.rutgers.edu/~jacekg/pubs/txt/2003_PrivacyPaper-%20AOIR_wCite.pdf (Erişim: 13-02-2014)
- Christofides, E., Muise, A. & Desmarais, S. (2011). Hey mom, What's on your Facebook? Comparing Facebook Disclosure and Privacy in Adolescents and Adults. *Social Psychological and Personality Science*, 1-7.
- Constantinides, E., & Zinck Stagno, M. C. (2011). Potential of the social media as instruments of higher education marketing: a segmentation study. *Journal Of Marketing For Higher Education*, 21:1, 7-24.
- Çelikoğlu, N. (2007). *Türkiye'de üniversite gençliğinde mahremiyetin dönüşümü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- De Wolf, R., Willaert, K. & Pierson, J. (2014). Managing privacy boundaries together: Exploring individual and group privacy management strategies in Facebook. *Computers in Human Behavior*, 35, 444-454.
- Dilmen, N. E., & Ögüt, S. (2010). Sosyalleşmenin yeni yüzü: Sosyal paylaşım ağları. *İkinci Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*, İstanbul, Türkiye. <http://www.ocelott.com/documents/papers/sosyallesmenin-yeni-yuzu-sosyal-paylasim-aglari-ogut-dilmen-tr.pdf> (Erişim: 18-07-2014)
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). Internet privacy concerns and social awareness as determinants of intention to transact. *International Journal of Electronic Commerce*, 10:2, 7-29.
- Dinev, T., Xu, H., & Smith, H. J. (2009). Information privacy values, beliefs and attitudes: An empirical analysis of Web 2.0 privacy. *Proceedings Of The 42nd Hawaii International Conference On System Sciences*. Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society Press.
- 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*. <http://www.heinz.cmu.edu/~acquisti/papers/privacy-facebook-gross-acquisti.pdf> (Erişim: 25-07-2014)
- 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.
- Kane, G. C., Alavi, M. A., Labianca, G. J., & Borgatti, S. P. (2014). What's different about social media networks? A framework and research agenda. *MIS Quarterly*, 38:1-30, 274-304.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Korkmaz, İ. (2013). Facebook ve mahremiyet: Görmek ve gözetle(n)mek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 3:5, 107-122.
- Külcü, Ö. & Henkoğlu, T. (2014). Privacy in social networks: An analysis of Facebook. *International Journal of Information Management*, 34, 761-769.
- Laudon, K.C., & Laudon, J.P. (2011). *Yönetim bilişim sistemleri dijital işletmeyi yönetme*. U. Yozgat (Çev). 12. Basım. Nobel Yayınları.
- Litt, E. (2013). Understanding social network site users' privacy tool use. *Computers in Human Behavior*, 29, 1649-1656.
- Oz, M. (2014). Sosyal medya kullanımı ve mahremiyet algısı: Facebook kullanıcılarının mahremiyet endişeleri ve farkındalıkları. *Journal of Yasar University*, 9(35), 6099-6260.
- Raad, E., & Chbeir, R. (2013). Privacy in online social networks, In R. Chbeir, & B. Al Bouna (Eds.), *Security and Privacy Preserving in Social Networks* (pp. 3-45). Springer, http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/97/59/98/PDF/Privacy_in_Online_Social_Networks.pdf (Erişim: 23-07-2014)
- Raynes-Goldie, K. (2010). Aliases, creeping and wall cleaning: Understanding privacy in the age of Facebook. *First Monday Peer-Reviewed Journal On The Internet*, 15:1. <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/prINTERfriendly/2775/2432> (Erişim: 23-07-2014)

- 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.
- Sparck-Jones, K. (2003). Privacy: What's different now? *Interdisciplinary Science Reviews*. 28:4, 287-292.
- Taneja, A., Vitrano, J. & Gengo, N. J. (2014). Rationality-based beliefs affecting individual's attitude and intention to use privacy controls on Facebook: An empirical investigation. *Computers in Human Behavior*, 38, 159-173.
- Vural, Z. B. A. & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20:5, 3348-3382.
- Young, A. L. & Quan-Haase, A. (2013). Privacy protection strategies on Facebook. *Information, Communication & Society*, 16(4), 479-500.
- Zlatolas, L. N., Welzer, T., Hericko, M. & Hölbl, M. (2015). Privacy antecedents for SNS self-disclosure: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 45, 158-167.