

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ AİLE İÇİ MAHREMİYET
ÜZERİNE ETKİSİ**

İdris ŞİMŞEK

DOKTORA TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Simge ÜNLÜ

EYLÜL- 2025

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ AİLE İÇİ
MAHREMİYET ÜZERİNE ETKİSİ

DOKTORA TEZİ

İdris ŞİMŞEK

Enstitü Anabilim Dalı: Halkla İlişkiler ve Reklamcılık

“Bu tez 30/09/2025 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI
Prof. Dr. Metin IŞIK	Başarılı
Doç. Dr. Simge ÜNLÜ	Başarılı
Doç. Dr. Şakir GÜLER	Başarılı
Doç. Dr. Serdar GEZER	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi İsmail KURTULDU	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

İdris ŞİMŞEK

30/09/2025

ÖNSÖZ

Günümüzde dijitalleşmenin hızla yaygınlaşması, dijital medya araçlarını bireylerin günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası hâline getirmiştir. Ancak bu araçların aşırı ve denetimsiz kullanımı, zamanla bireysel ve toplumsal ilişkilerde çeşitli olumsuzlukların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Özellikle aile yapısı ve mahremiyet kavramı, dijital dönüşüm sürecinde en çok etkilenen alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda yürütülen bu çalışma, modern yaşamın dijital dönüşüm sürecinde aile mahremiyetine yönelik tehditleri ortaya koymayı ve bu alanda farkındalık oluşturmayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın planlanmasından uygulanmasına kadar geçen süreçte bilgi ve deneyimleriyle çalışmaya rehberlik eden değerli danışman hocama; katkılarıyla sürece yön veren Tez İzleme Komitesi üyelerine teşekkür ederim.

Ayrıca, araştırma kapsamında verilerini paylaşarak çalışmaya önemli katkı sunan katılımcılara; süreç boyunca maddi ve manevi destekleriyle yanımda olan aileme, eşime ve arkadaşlarıma da içten şükranlarımı sunarım.

İdris ŞİMŞEK

30/09/2025

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ	viii
ÖZET	ix
ABSTRACT	x
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: DİJİTAL TEKNOLOJİLERİN GELİŞİMİ	9
1.1. Web Teknolojileri.....	9
1.2. İnternetin Yaygınlaşması.....	10
1.3. Akıllı Cihazların Gelişimi	10
1.3.1. Akıllı Teknolojiler.....	11
1.3.2. Aplikasyonlar	13
1.4. Teknoloji ve Refah	19
1.5. Sosyal Medyanın Olumsuz Yönleri	22
1.6. Sosyal Medyanın Olumlu Yönleri.....	24
1.7. Davranışsal Bağımlılıklar.....	26
1.7.1. Akıllı Cihaz Bağımlılığı.....	29
1.7.2. Dijital Oyun Bağımlılığı	30
1.7.3. Uygulama Bağımlılığı.....	32
2. BÖLÜM: MAHREMİYET.....	38
2.1. Mahremiyetin Tanımı.....	38
2.2. Mahremiyetin Tarihsel Gelişimi.....	40
2.3. Dijital Çağda Mahremiyetin Dönüşümü.....	44
2.4. Mahremiyet Alanları.....	49
2.4.1. Kişisel Mahremiyet	51
2.3.2. Mekân Mahremiyeti	53
2.4.3. Enformasyon (Bilgi) Mahremiyeti	55
2.4.4. Dijital Mahremiyet	57
3. BÖLÜM: AİLE KURUMU	60
3.1. Aile Sistemi	62

3.2. Ailenin Temel İşlevleri.....	64
3.3. Aile Türlerinin Sınıflandırılması	68
3.3.1. Yapısına Göre Aile Türleri.....	68
3.3.2. Evlilik Biçimine Göre Aile Türleri	69
3.3.3. Otorite ve Yerleşim Biçimine Göre Aile Türleri	70
3.3.4. Fonksiyonuna Göre Aile Türleri	71
3.4. Türk Toplumunda Aile	72
4. BÖLÜM: SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ AİLE İÇİ MAHREMİYET	
ETKİLERİ ÜZERİNE MEVCUT LİTERATÜR.....	74
5. BÖLÜM: ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEMİ	80
5.1. Araştırma Deseninin İnşa Süreci	80
5.2. Araştırma Değişkenleri.....	81
5.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	83
5.4. Çalışma Evren ve Örneklemi.....	84
5.4. Kullanılan Gereçler.....	86
5.5. Araştırmanın Ön Çalışması ve Uygulanması	89
6. BÖLÜM: BULGULAR.....	90
6.1. Katılımcıların Demografik Değerlerine Yönelik Dağılımlar	91
6.2. Araştırma Ölçeklerinin Geçerlilik ve Güvenirliklerinin Test Edilmesi	98
6.2.1. DMB'ye ve DM'ye Ait KMO ve Bartlett Test Değerleri Dağılımı	100
6.3. Sosyal Medya Bağlılığının Aile içi Mahremiyet Üzerindeki Etkisine Dair	
Bulgular	101
SONUÇ	124
KAYNAKÇA.....	134
EK	180
ÖZGEÇMİŞ	184

KISALTMALAR

Big Data	: Büyük Veri
B	: Bırakmama
Beytü'l Hikme	: Bilgelik Evi
ÇMFÖ	: Çevrim İçi Mahremiyet Farkındalığı Ölçeği
DMBÖ	: Dijital Medya Bağımlılığı Ölçeği
DKOMAÖ	: Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği
DMÖ	: Dijital Mahremiyet Ölçeği
DBÖ	: Dijital Bağımlılık Ölçeği
DNA	: Deoksiriboz Nükleik Asit
DD	: Duygu Durumu
ENIAC	: Electronic Numerical Integrator And Computer
EKG	: Elektrokardiyografi
GDPR	: Genel Veri Koruma Tüzüğü
GPS	: Küresel Yer Belirleme Sistemi
HAE	: Hayatın Akışını Engelleme
LoT	: Nesnelerin İnterneti
PC	: Personal Computer – Kişisel Bilgisayar

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Instagram Kullanım Yaş Aralığı	16
Tablo 2: Türkiye’de Dijital Platform Kullanım Verileri	18
Tablo 3: Dijital Medya Bağımlılığı (DMBÖ) Değişkenlerine Ait Kodlar	81
Tablo 4: Dijital Mahremiyet Değişkenlerine Ait Kodlar.....	82
Tablo 5: Güncel Nüfus Verisi ve Örneklem Dağılımı.....	85
Tablo 6: Güven Düzeyine göre Örneklem Sayısı	86
Tablo 7: Araştırma Değişkenlerine Yönelik Ortalama, Standart Hata, Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	90
Tablo 8: Katılımcıların Demografik Özellikleri	91
Tablo 9: Katılımcıların Coğrafi Bölge Dağılımları	92
Tablo 10: Katılımcıların Sosyal Medya Hesap Sayısı Dağılımları	93
Tablo 11: Katılımcıların Dijital Mecralarda Geçirdikleri Zaman Dağılımı	93
Tablo 12: Katılımcıların Anonim (kendi isimleri dışında) Hesap Kullanma Durumları	94
Tablo 13: Katılımcıların Paylaşımlarının Herkese Açık Olup Olmama Durumu	94
Tablo 14: Katılımcıların Sosyal Medya Hesabınızda /Hesaplarınızda Paylan İçeriklere Yönelik Endişe Duyma Durumu.....	94
Tablo 15: Katılımcıların Sosyal Medya Sayfalarını Günlük Kontrol Etme Sıklığı.....	95
Tablo 16: Katılımcıların Sosyal Medya Hesaplarında En Sık Ne ile İlgili Paylaşım Yaptıklarının Dağılımı	95
Tablo 17: Katılımcıların Sosyal Medya Paylaşımlarından Dolayı Mahremiyeti Riske Atma Durumu	96
Tablo 18: Katılımcıların Sosyal Ortamlarda (Gezi, piknik ya da arkadaş çevresiyle birliktelikler) İçerik Paylaşma Dağılımı	96
Tablo 19: Dijital Araçları/platformları Yokluğunda Muzdarip Olma Durumu.....	96
Tablo 20: Dijital Araçlarla Vakit Geçirirken Mutlu Hissetme Dağılımı.....	97
Tablo 21: Katılımcıların Özel alanda çeline içerikleri paylaşma dağılımı	97
Tablo 22: Katılımcıların Dijital Platformlarda Duygu Durumu Paylaşma Dağılımı	98
Tablo 23: Katılımcıların yakın çevresi (Eş, sevgili, akraba, arkadaş, dost vb.) hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren paylaşımlar Yapma Durumu	98
Tablo 25: Araştırma Ölçeklerinin Güvenilirlik Değerleri ve Çıkarılan Maddeler	98
Tablo 26: DMB’ye ve DM’ye Ait KMO ve Bartlett Test Değerleri	100

Tablo 27: Sosyal Medya Bağımlılığının Mahremiyet Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi.....	101
Tablo 28: Cinsiyet Açısından Katılımcıların Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde Farklılaşma Durumu.....	101
Tablo 29: Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi).....	102
Tablo 30: Katılımcıların Eğitim Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	102
Tablo 31: Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi).....	103
Tablo 32: Katılımcıların Medeni Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	104
Tablo 33: Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi).....	104
Tablo 34: Katılımcıların Gelir Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	105
Tablo 35: Katılımcıların Çalışma Alanlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi).....	107
Tablo 36: Katılımcıların Çalışma Alanları Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	107
Tablo 37: Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi).....	108
Tablo 38: Katılımcıların Yaş Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	108
Tablo 39: Katılımcıların Bölgelerine Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi).....	110
Tablo 40: Katılımcıların Bölgelere Göre Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	110
Tablo 41: Katılımcıların Dijital Medya Sayısı Dağılımlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	111
Tablo 42: Kullanılan Dijital Platform Sayısı Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	112

Tablo 43: Katılımcıların Günlük Dijital Platformlarda Geçirdikleri Süre Dağılımına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	112
Tablo 44: Katılımcıların Dijital Platformlarında Geçirdikleri Süre Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu.....	113
Tablo 45: Anonim Hesap Kullanıp Kullanmama Açısından Katılımcıların Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde Farklılaşma Durumu t testi	114
Tablo 46: Paylaşımların Herkese Açık Olup Olmama Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	114
Tablo 47: Paylaşımların Herkese Açık Olup Olmama Durumlarına Göre Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	115
Tablo 48: Katılımcıların Paylaşımlarından Duydukları Endişe Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	115
Tablo 49: Katılımcıların Paylaşımlarından Duydukları Endişe Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	116
Tablo 50: Dijital platformları Günlük Kontrol Etme Sayısına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	116
Tablo 51: Dijital Platformları Kontrol Etme Sıklığı Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	117
Tablo 52: Katılımcıların Dijital Platformlarında Yaptıkları Paylaşım Bağlamında Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	118
Tablo 53: Katılımcıların Dijital Platformlarda Yaptıkları Paylaşımlar Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu.....	119
Tablo 54: Katılımcıların Mahremiyetlerini Riske Atma Bağlamında Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	121

Tablo 55: Katılımcıların Dijital Platformlarda Yaptıkları Paylaşımlardan Dolayı Mahremiyetlerini Riske Atma Bağlamında Aile İçi Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu.....	121
Tablo 56: Katılımcıların İzinsiz Paylaşım Yapma Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)	122
Tablo 57: Katılımcıların İzinsiz Paylaşım Yapma Durumlarına Göre Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu	122



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Sistem Düzeyleri	63
Şekil 2: Araştırma Modeli.....	83



ÖZET	
Başlık: Sosyal Medya Bağımlılığının Aile İçi Mahremiyet Üzerine Etkisi	
Yazar: İdris ŞİMŞEK	
Danışman: Doç. Dr. Simge ÜNLÜ	
Kabul Tarihi: 30/09/2025	Sayfa Sayısı: x (ön kısım) + 180 (ana kısım) + 4 (ek)
Bu çalışmada sosyal medya araçlarının aile içi mahremiyet üzerindeki etkisi irdelenmiştir. İlgili çalışma ilişkisel tarama modeli üzerine inşa edilmiştir. Araştırma verileri Türkiye'nin yedi bölgesinden toplamda 1016 kişiden toplanmıştır. Araştırma anketi; kişisel bilgi formu (KBF), Dijital medya bağımlılığı ölçeği (DMBÖ) ve Dijital mahremiyet ölçeği (DMÖ) olmak üzere toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Öte yandan ilgili araştırma verileri Regrasyon analizi yapılarak, demografik faktörler ve DMBÖ/DMÖ durumlarına yönelik farklılıklar Independent Samples T ve One- Way ANOVA testleri ile analiz edilmiştir. Betimsel istatistiksel ise Frekans analizi yapılarak değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma neticesinde ulaşılan bulgulara göre sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyeti etkilediği sonucuna varılmıştır. Ayrıca anonim hesap kullanan bireylerin ($x=3.8$) anonim hesap kullanmayan bireylere ($x=3.3$) nazaran daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu görülmektedir. Dijital mecralarda herkese açık paylaşım yapan bireylerin, diğer kişilere (herkese açık paylaşım yapmayanlar) nazaran dijital platformlara bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde herkese açık paylaşım yapan bireylerin, diğer kişilere nazaran daha fazla dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir. Yapılan araştırmada kadınların ($x=3.6$) erkeklere ($x=3.5$) nazaran daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra günlük dijital platformları kontrol etme (sosyal medya sayfalarına bakma sıklığı) düzeyi arttıkça dijital medya bağımlılığı ve aile içi mahremiyet ihlalinin arttığı gözlenmiştir. Benzer şekilde kullanılan platform sayısı arttıkça dijital bağımlılığın ve aile içi mahremiyet ihlallerinin arttığı görülmektedir. Dijital bağımlılığı yüksek kullanıcıların dijital mahremiyet konusunda daha bilinçli ve dikkatli olması önerilmektedir. Mevcut durum mahremiyet açısından, dijital bağımlılığı yüksek kişilerin risk altında olduğuna işaret etmektedir.	
Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Mahremiyet, Aile İçi Mahremiyet, Dijital Medya, Dijital Mahremiyet	

ABSTRACT	
Title of Thesis: The Effect of Social Media Addiction on Family Privacy	
Author of Thesis: İdris ŞİMŞEK	
Supervisor: Assoc. Prof. Simge ÜNLÜ	
Accepted Date: 30/09/2025	Number of Pages: x (pre text) + 180 (main body) + 4 (add)
In this study, the impact of social media tools on intra-family privacy was examined. The research was designed using the relational screening model. Data were collected from a total of 1,016 participants across the seven regions of Türkiye. The survey instrument consisted of three sections: a Personal Information Form (PIF), the Digital Media Addiction Scale (DMAS), and the Digital Privacy Scale (DPS). In addition, the research data were analyzed through regression analysis, while differences related to demographic factors and DMAS/DPS scores were examined using Independent Samples t-tests and One-Way ANOVA. Descriptive statistics were evaluated through frequency analysis. According to the findings, social media addiction was found to have an effect on intra-family privacy. Moreover, individuals using anonymous accounts ($x = 3.8$) displayed higher levels of social media addiction compared to those who did not use anonymous accounts ($x = 3.3$). It was also observed that individuals who share publicly on digital platforms have higher levels of digital platform dependency than those who do not. Similarly, individuals who make publicly accessible posts were found to violate intra-family privacy on digital platforms more frequently compared to others. The study further revealed that women ($x = 3.6$) have higher levels of social media addiction than men ($x = 3.5$). Additionally, as the frequency of checking digital platforms (social media browsing frequency) increases, both digital media addiction and intra-family privacy violations tend to rise. Likewise, the greater the number of platforms used, the higher the levels of digital addiction and intra-family privacy violations. It is recommended that users with high levels of digital addiction become more conscious and careful regarding digital privacy. The current situation indicates that individuals with high digital addiction are at increased risk in terms of privacy.	
Keywords: Social Media Addiction, Privacy, Family Privacy, Digital Media, Digital Privacy	

GİRİŞ

Dijital teknolojilerin hayatın merkezine yerleşmesi, bireysel ve toplumsal düzeyde köklü dönüşümlere yol açmıştır. Geleneksel medyanın aksine çift yönlü iletişim, anlık enformasyon akışı ve geniş sosyal ağlara erişim imkânı sunan sosyal medya platformları, bu dönüşümün en belirgin araçları olarak öne çıkmaktadır. TÜİK (2025) Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması verilerine göre, 16-74 yaş grubundaki bireylerin %90,9'unun sosyal ağ kullandığını ortaya koyarak, bu platformların yaşam pratiklerimizde edindiği merkezi konumu somutlaştırmaktadır. Ancak bu yaygınlık, beraberinde bireyin en temel haklarından biri olan mahremiyet olgusunu karmaşık bir hale getirmiş ve "dijital mahremiyet" kavramını gündeme getirmiştir.

Mahremiyet kavramı, literatürde farklı biçimlerde ele alınsa da ortak nokta bireyin özel alanında rahatsız edilmeden kalabilmesi, kişisel bilgileri üzerindeki kontrolü elinde bulundurması (Margulis, 2003) ve başkalarına kendine dair bilgileri ne ölçüde açıklayacağına karar verme yetisi (Jourard, 1966) olarak tanımlanmaktadır. Daha geniş bir perspektiften bakıldığında, mahremiyet; bireyin başka bir insanla veya grupla arasında enformasyon ve eylem kontrolünü sağlamasını (Altman, 1975), eylemleri üzerinde kontrol sağlama yeteneğini (Wolfe ve Laufer, 1977) ve istediği gibi düşünme, davranma ve iletişim kurma özgürlüğünü kapsar (Yüksel, 2003). Bu sınırların izinsiz aşılması ise mahremiyet ihlali olarak nitelendirilir (Akgül vd., 2018). Ancak dijital platformlarda, bu ihlal sadece dışarıdan bir müdahale değil, aynı zamanda bireyin kendi iradesiyle gerçekleştirdiği bir paylaşım sürecine de dönüşmüştür (Tanışık ve Bal, 2024). Utma (2018), sanal ortamlardaki etkileşimlerin ve günlük paylaşımların, bireylerin ahlaki ve sosyal değerleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğini belirtmektedir (s. 1194).

Sosyal medya bağımlılığı, bu noktada mahremiyet algısını aşındıran kritik bir mekanizma olarak karşımıza çıkmaktadır (Özkes, 2023). Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin platformları kullanma süreleri ve sıklığı üzerindeki kontrolü kaybetmeleri, kullanmadıklarında yoksunluk hissetmeleri ve gündelik yaşamlarının olumsuz etkilenmesi olarak tanımlanabilir (Griffiths ve Kuss, 2017). Bu bağımlılık döngüsü, bireyleri sürekli çevrimiçi kalma ve düzenli içerik paylaşma yönünde bir baskıyı içselleştirmeye sevk etmektedir (Sun ve Zhang, 2021). Dolayısıyla "sürekli bağlı olma" ve "var olma" arasındaki çizgiyi bulanıklaştırarak, bireyleri bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde yalnızca kendilerine ait değil, aynı zamanda aileleri, arkadaşları ve sosyal

çevrelerine ilişkin mahrem bilgileri de paylaşmaya yönlendirebilmekte (Özkes, 2023, s. 73) ve bu yolla başkalarının mahremiyet alanlarını ihlal etmelerine neden olabilmektedir. Duygulu (2019) ve Üstündağ'ın (2023) da vurguladığı üzere, özel hayatın ve ailenin en mahrem anları artık bu platformlarda paylaşılmakta, özel alanlar kamusallaştırılmaktadır. Paylaşım kültürünün bu denli yaygınlaşması, Petronio'nun (1994) iletişimsel mahremiyet sınırı kuramı¹ bağlamında değerlendirildiğinde, birden fazla kişiyi ilgilendiren enformasyon paylaşımında anlaşmazlık ve ihlal riskini ciddi ölçüde artırmaktadır.

Aile üyelerine ait fotoğrafların, ev içi görüntülerin veya gündelik aile yaşantısına ilişkin olayların sosyal medya üzerinden paylaşılması, başkalarının mahremiyet haklarını ihlal etme potansiyeli taşımaktadır (Özkes, 2023; Ahmedi, 2023). Bu tür paylaşımlar aile içi güveni zayıflatabilir, iletişimde çatışmalara yol açabilir ve mahremiyet sınırlarının belirsizleşmesine neden olabilir. Keza Yayman (2019), Nguyen vd. (2020), Şener (2021) ve Shabahang vd. (2024) gibi araştırmacılar, dijital platformların özel ve kamusal alan ayrımını bulanıklaştırarak mahremiyeti kırılğan hâle getirdiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla bağımlılık ve mahremiyet ihlali ilişkisi, en yıkıcı etkilerini aile kurumu içerisinde göstermektedir (Erol, 2022). Sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerindeki etkisi, bu bağlamda kritik bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Bireylerin sosyal medya hesaplarını sürekli kontrol etme ihtiyacı (Griffiths ve Kuss, 2017, s. 49), dijital mecralarda geçirilen sürenin artmasına ve dolayısıyla aile üyeleriyle geçirilen kaliteli zamanın azalmasına yol açmaktadır (Budak, 2018; Erol, 2022). Bu durum, aile içi iletişim dinamiklerinin zedelenmesine (Demir, 2016), güven sorunlarına ve zaman yönetimi bozukluklarına zemin hazırlamaktadır (Kale, 2019). Daha da önemlisi, bireyin paylaştığı bilgiler yalnızca kendi mahremiyetini değil, aile üyelerinin mahremiyetini de riske atmakta; aile içi olay, konu ve bilgilerin paylaşılması, aile içi mahremiyet sınırlarının ihlal edilmesi anlamına gelmektedir. Hou vd. (2019) bu durumun bireylerin sosyal medya platformlarına olan bağımlılık düzeyleri arttıkça daha belirgin hale

¹ İletişimsel Mahremiyet Sınırı Kuramı" (Communication Privacy Management - CPM) insanlar, özel bilgilerini paylaşırken kontrol ve sınır oluşturur. Her birey, kendi mahrem bilgilerini kimlerle paylaşacağına karar verir ve bu paylaşımlarla ilişkili haklar ve sorumluluklar ortaya çıkar. Bilgi paylaşıldığında, karşı taraf da bu bilgiyi yönetme sorumluluğunu üstlenir. Kuram, mahremiyetin statik değil, dinamik bir denge ve pazarlık süreci olduğunu vurgular. Kurama göre, aile üyeleri arasında örtük veya açık olarak oluşan mahremiyet kurallarının, sosyal medya kullanımı nedeniyle ihlal edilmesi 'sınır türbülansına' yol açmakta ve bu durum aile içi ilişkilerde çatışma ve güvensizlik ile sonuçlanabilmektedir."

geldiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, sosyal medya platformları bir yandan iletişimi kolaylaştırırken, diğer yandan aile içi bağları, iletişimi ve nihayetinde mahremiyeti zedeleyebilmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerine etkisini incelemektir. Sosyal medya ve mahremiyet ilişkisi, alanyazında birçok boyutuyla ele alınmıştır (Yüksel, 2003; Aydın, 2014; Duygulu, 2019; Akar ve Akar, 2021; Avcı ve Kayıran, 2023; Ahmed, 2023; Üstündağ, 2023). Ancak, sosyal medya bağımlılığı ile aile içi mahremiyet arasındaki ilişkiyi doğrudan ve bütüncül bir şekilde inceleyen çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu bağlam, mevcut araştırmanın özgün değerini ve alanyazına yapmayı hedeflediği katkıyı ortaya koymaktadır. Çalışma, nicel yöntem deseni kapsamında ilişkisel tarama modeliyle yürütülmüş; veri toplamada anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma toplamda altı bölümden oluşmakta olup dijital bağımlılık türleri, aile kurumu, mahremiyet kavramı, sosyal medya bağımlılığı ve aile içi mahremiyet ilişkisine dair literatür, yöntem ve bulgular sistematik bir bütünlük içerisinde ele alınmıştır.

Araştırma Konusunun Tanımı

Dijital çağın beraberinde getirdiği dönüşüm, yalnızca teknolojik bir olgu olmanın ötesine geçerek bireyin toplumsal var oluş biçimini yeniden şekillendirmektedir. Bu süreçte, sosyal medya platformları, bireylerin sadece bilgiye erişimlerini değil, aynı zamanda sosyal kimlik inşalarını, kişilerarası ilişki dinamiklerini ve mahremiyet algılarını derinden etkileyen birer etkileşim ortamı haline gelmiştir (Meral, 2021). Bu ekosistem, kullanıcıları pasif alıcılar olmaktan çıkararak aktif içerik üreticilerine dönüştürmüş ve iletişimi tek yönlü bir kanal olmaktan uzaklaştırıp karşılıklı, çok katmanlı bir etkileşim ağına dönüştürmüştür. Ancak, bu dinamik yapının bireysel ve toplumsal yaşama entegrasyonu, beraberinde önemli bir paradoksu getirmiştir. Sosyal bağları güçlendirdiği iddia edilen bu araçların (Ellison vd., 2007), aynı zamanda bu bağların en organik hali olan aile içi ilişkileri ve mahremiyeti zedeleyebilme potansiyeli taşıdığı ifade edilmektedir (Topino vd., 2023). Sosyal medya bağımlılığı, bu çelişkinin merkezinde yer alan kritik bir mekanizmadır. Literatürde, bireyin platform kullanımı üzerindeki kontrolünü kaybetmesi, kullanmadığı zaman yoksunluk hissetmesi ve işlevselliğinin bozulması olarak tanımlanan bu olgu (Griffiths ve Kuss, 2017), mahremiyet yönetiminin (privacy management) doğasını dönüştürmektedir. Bağımlılık döngüsü, bireyleri sürekli

çevrimiçi kalma ve düzenli içerik paylaşma yönünde içselleştirilmiş bir baskıya maruz bırakmakta (Sun ve Zhang, 2021) ve bu durum, kişisel sınırların aşınmasına neden olmaktadır. Nitekim Özkes (2023), bireylerin yalnızca kendilerine ait mahrem bilgileri değil, aile ve arkadaş çevrelerine dair özel bilgileri de paylaşabildiğini, bu yolla başkalarının mahremiyet alanlarını ihlal ettiklerini saptamıştır (s. 73).

Bu ihlallerin en yıkıcı sonuçları, aile kurumu içerisinde gözlemlenmektedir (Duygulu, 2019, Şener, 2021). Sosyal medya bağımlılığının yol açtığı aşırı kullanım, aile üyeleri arasındaki yüz yüze etkileşim süresinin ve kalitesinin azalmasına neden olmakta (Budak, 2018; Erol, 2022), bu da aile içi iletişim dinamiklerinin zedelenmesine zemin hazırlamaktadır (Demir, 2016). Daha da önemlisi, Petronio'nun (1994) İletişimsel Mahremiyet Sınırı Kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, ailevi bilgilerin sosyal medyada paylaşılması, aile üyeleri arasında örtük veya açık olarak oluşan mahremiyet kurallarının ihlali anlamına gelmekte ve "sınır türbülansı"² olarak adlandırılan bir dizi çatışma, güvensizlik ve hayal kırıklığına yol açabilmektedir. Bu süreç, güven sorunları ve zaman yönetimi bozuklukları gibi ek psikososyal problemleri de beraberinde getirebilmektedir (Kale, 2019). Dijital platformlarda oluşan bu yoğun etkileşim durumu, aile içi ilişkilerin niteliğini dönüştürmekte ve psikososyal problemlere yol açabilmektedir. Mahremiyet ihlalleri, güven sorunları ve zaman yönetimi güçlükleri bu problemlerin başlıcalarıdır (Duygulu, 2019; Üstündağ, 2023). Ayrıca, sosyal medya bağımlılığı, bireylerin özel alanlarını kamusallaştırarak aile içi güven ve iletişim dinamiklerini zayıflatmakta ve bireyler arasında çatışmalara zemin hazırlamaktadır (Yayman, 2019; Nguyen vd., 2020; Şener, 2021; Shabahang vd., 2024). Dolayısıyla bu çalışma, sosyal medya bağımlılığı ve aile içi mahremiyet ilişkisini irdelemeyi dijital platformlarda geçirilen sürenin aile içi mahremiyet algısı üzerindeki etkilerini ortaya koymayı hedeflemiştir. Araştırma, güncel literatürle desteklenen ve sarmal bir yapı ile konuyu sunmaktadır.

² Sınır türbülansı, bireylerin özel bilgilerini başkalarıyla paylaştıkları durumlarda ortaya çıkan uyumsuzluk veya çatışmaları ifade eder. Petronio'ya göre, insanlar özel bilgilerini paylaşırken mahremiyet sınırları oluşturur ve bu sınırlar, paylaşılan bilgiyi alan kişiler tarafından da genellikle kabul görür. Ancak paylaşılan bilgilerin beklenmedik kişilerce öğrenilmesi veya paylaşıldığı kişilerin bu sınırları ihlal etmesi durumunda sınır türbülansı oluşur. Bu, yanlış anlaşılmalara, güven kaybına ve sosyal ilişkilerde çatışmalara yol açabilir. Kısaca sınır türbülansı, bilgi paylaşımı sırasında sınırların ihlal edilmesi sonucu ortaya çıkan iletişimsel kaos veya çatışmadır.

Araştırmanın Amacı

Dijital iletişim teknolojilerinin yaşamın tüm alanlarına nüfuz etmesi, bireylerin mahremiyet algılarında ve aile içi iletişim pratiklerinde köklü bir dönüşüm yaratmaya başlamıştır. Sosyal medya platformlarının oluşturduğu “bağlanma-bağlanmama ikilemi” (Sepetci, 2017), bir yandan küresel ölçekte sosyal ağları güçlendirirken diğer yandan bireyin en yakın sosyal çevresi olan aile içindeki mahremiyet sınırlarını aşındırabilmektedir (Kolek ve Saunders, 2008). Bu doğrultuda araştırmanın temel amacı, sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerindeki etkilerini nicel bir yöntemle ortaya koymaktır. Sosyal medya bağımlılığı, bireyin platform kullanımı üzerindeki kontrolünü kaybetmesi ve işlevselliğinin bozulması olarak tanımlanmaktadır (Griffiths, 2005). Bu bağımlılık durumu, bireyleri sürekli içerik paylaşımı ve çevrimiçi kalma yönünde bir baskı hissetmeye sevk etmekte (Sun ve Zhang, 2021), bu da mahremiyet yönetimini derinden etkilemektedir. Petronio’nun (1994) İletişimsel Mahremiyet Sınırı Kuramı, bu süreci anlamak için kritik bir çerçeve sunmakta; sosyal medya bağımlılığı nedeniyle ihlal edilen mahremiyet kurallarının “sınır türbülansı” yaratarak aile içi ilişkilerde güvensizlik, çatışma ve hayal kırıklığı gibi olumsuz sonuçlara yol açabileceğini öne sürmektedir.

Bu kapsamda araştırmanın temel soruları şunlardır: Katılımcıların dijital mecralara yönelik bağımlılık düzeyleri ile mahremiyete yönelik tutumları arasında bir etki bulunup bulunmadığı, katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir gibi demografik özelliklerinin mahremiyet tutumlarını etkileyip etkilemediği ve katılımcıların dijital mecralarda geçirdikleri süre ile mahremiyet tutumları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı araştırmanın odağını oluşturmaktadır

Araştırmanın Önemi

Araştırmanın önemi üç temel boyutta ortaya çıkmaktadır. İlk olarak, sosyal medya bağımlılığının aile sistemi üzerindeki etkilerini mahremiyet odağında inceleyerek, dijital bağımlılık ve aile çalışmaları literatürlerine disiplinlerarası bir katkı sunacaktır. Mevcut alanyazın, sosyal medya ve mahremiyet ilişkisini genel olarak ele almış (Yüksel, 2003; Aydın, 2014; Duygulu, 2019), sosyal medya bağımlılığının bireysel mahremiyet ihlalleri üzerindeki rolünü inceleyen çalışmalar bulunsada (Sepetci, 2017; Kolek ve Saunders, 2008), bu ilişkinin aile birimi özelinde ve kuramsal bir çerçeveye derinlemesine

incelendiği araştırmalar sınırlıdır. İkinci olarak, araştırmanın kullanacağı nicel yöntem ve ilişkisel tarama modeli, sosyal medya bağımlılığı ile aile içi mahremiyet arasındaki ilişkilere dair ampirik ve ilgili alanyazına katkı sağlayacak bulgular sunacaktır. We Are Social (2024) verileri, Türkiye'de 57.5 milyon sosyal medya kullanıcısı olduğunu ortaya koyarak, bu etkilerin potansiyel olarak geniş bir nüfusu ilgilendirdiğini göstermektedir. Son olarak, araştırma bulgularının, aile danışmanlığı hizmetlerinde, dijital okuryazarlık eğitimlerinde ve aile içi mahremiyet sınırlarının sağlıklı bir şekilde yeniden yapılandırılmasına yönelik geliştirilebilecek müdahale programlarına yol gösterecek olası çıkarımlar sunması beklenmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, yalnızca akademik bir boşluğu doldurmakla kalmayacak, aynı zamanda dijital çağın aile üzerindeki etkilerine ışık tutarak toplumsal fayda da üretmesi beklenmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, nicel (kantitatif) çalışma paradigması çerçevesinde, ilişkisel tarama (correlational survey) modeline dayandırılarak tasarlanmıştır (Karasar, 2016). İlişkisel Tarama Modeli, iki veya daha fazla sayıda değişken arasında birlikte değişim gösteren veya derecesini saptamayı hedefleyen araştırma modelidir (Punch, 2013). Bu bağlamda araştırmanın temel amacı sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerindeki etkilerini nicel bir yöntemle ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini Türkiye'nin 7 bölgesinden sosyal medyayı kullanan 18 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır. Evren ve örneklem grubuna erişmek için TÜİK'in 2024 yılında yayınladığı hane halkı nüfus dağılımı baz alınarak bölge nüfus yoğunlukları ölçülmüştür. Bu bağlamda araştırmaya en uygun örneklem yöntemi olarak düşünülen “tabakalı (Stratified) örnekleme” ve katılımcılara ulaşım kolaylığı sağlaması açısından “Basit Rastgele Örnekleme (Simple Random Sampling)” yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırmanın verileri anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Anket formunda katılımcıların demografik özelliklerini, sosyal medya kullanım sürelerini, sosyal medya bağımlılık düzeylerini ve aile içi mahremiyet tutumlarını belirlemeye yönelik ifadeler ve yer almaktadır. Toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öncelikle betimsel istatistiklerden yararlanılarak katılımcılara ilişkin yüzde ve frekans dağılımları hesaplanmıştır. Daha sonra araştırma sorularını yanıtlamak amacıyla parametrik testler uygulanmıştır. Katılımcıların demografik değişkenlerine göre mahremiyet tutumlarında

anlamalı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı ile mahremiyet tutumları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla ise regresyon analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Özgün Değeri

Mevcut çalışmalar genellikle mahremiyeti birey-platform ekseninde incelerken, bu çalışma, dijital bağımlılığın tetiklediği paylaşım pratiklerinin aile sistemi içinde yarattığı "ikincil mahremiyet ihlali" olgusunu merkeze yerleştirmektedir. Başka bir deyişle, özgün katkı, bireyin kendi mahremiyetini feda etmesinden ziyade, aile üyelerinin mahremiyetini bir sosyal sermaye aracı olarak kullanma eğiliminin altında yatan bağımlılık temelli mekanizmayı ortaya çıkarmayı hedeflemesidir. Alan yazın incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı kavramının genellikle bireysel psikolojik süreçler ve davranış örüntüleri bağlamında ele alındığı; özellikle bağımlılığın motivasyonları, kullanım biçimleri ve psikolojik etkilerine odaklanan çok sayıda çalışma bulunduğu görülmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017; Andreassen vd, 2017; Ryan vd., 2014). Buna karşılık, mahremiyet ve özellikle aile içi mahremiyet üzerine yapılan çalışmaların, kavramı daha çok kültürel normlar, toplumsal değerler, aile içi roller ve ilişkisel sınırlar çerçevesinde incelediği; bireyin dijital davranışlarından ziyade, aile yapısı ve sosyal normlarla ilişkilendirdiği görülmektedir (Altman, 1975; Margulis, 2003; Petronio, 2002; Yüksel, 2003). Bu iki literatürün çoğu zaman birbirinden ayrı geliştiği ve dijital bağımlılık ile aile içi mahremiyetin doğrudan birlikte ele alındığı araştırmaların oldukça sınırlı olduğu çeşitli araştırmacılar tarafından da ifade edilmektedir (Duygulu, 2019; Akar ve Akar, 2021; Üstündağ, 2023). Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerindeki etkisini birlikte inceleyen çalışmaların sınırlılığı, bu araştırmanın literatüre ayrıca özgün bir katkı sunması beklenmektedir.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, dijital platformların aile içi mahremiyet üzerindeki etkilerini sistematik biçimde incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın kapsamı, Türkiye'nin yedi bölgesinden yetişkin bireyler (18 yaş ve üstü), dijital platformları aktif olarak kullanan katılımcılar ile sınırlandırılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, sosyoekonomik durum) ve dijital platformlardaki mahremiyet algıları

arasındaki farklılıklar araştırmanın bir diğer odak noktasıdır. Çalışmada incelenen dijital platformlar, kullanıcı etkileşimi ve içerik paylaşımına imkân tanıyan başlıca mecralar (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok ve YouTube) ile sınırlandırılmıştır.

Katılımcıların yalnızca dijital platformları aktif olarak kullanan bireylerden seçilmiş olması, internet erişimi veya dijital yeterliliği sınırlı bireylerin örnekleme dahil edilememesi nedeniyle veri çeşitliliğini kısıtlamaktadır. Ayrıca, zaman, ulaşım ve bütçe kısıtları veri toplama sürecini etkilemiş ve örneklem büyüklüğünün daha geniş bir düzeye ulaşmasını sınırlandırmıştır. Örneklem büyüklüğü 1016 kişi olup, Türkiye'nin yedi bölgesi baz alınarak nüfus yoğunluğu oranlarına göre tabakalı örnekleme (Stratified Sampling) yöntemi uygulanmıştır. Her bölgeden belirlenen katmanlar içinde, katılımcılara ulaşım kolaylığı sağlamak ve veri toplama sürecini etkinleştirmek amacıyla basit rastgele örnekleme (Simple Random Sampling) yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca çalışmada kullanılan anket formu, katılımcıların kendi beyanlarına (self-report) dayalıdır. Bu durum, sosyal olarak arzu edilen cevaplar verme (social desirability bias) riski taşımakta ve verilerin objektifliğini etkileyebilmektedir. Bu riski azaltmak için anket maddeleri nötr bir dille ifade edilmiş ve anketin tamamen anonim olduğu katılımcılara garanti edilmiştir. Bu sınırlılıkların etkileri, araştırmanın yorumlanması ve sonuçların genellenebilirliği açısından dikkate alınmalıdır. Örneğin, tabakalı ve rastgele örnekleme ile elde edilen bulgular, Türkiye genelindeki tüm yetişkin nüfusa doğrudan yansıtılamaz. Benzer şekilde, belirli platformları kullanan katılımcılar üzerinde odaklanması, bazı dijital davranış örüntülerinin kapsam dışında kalmasına neden olabilir. Bu sınırlılıklar çerçevesinde elde edilen bulguların, Türkiye'deki yetişkin sosyal medya kullanıcılarına ilişkin değerli bir kesit sunması ve alanyazına katkı sağlaması beklenmektedir.

1. BÖLÜM: DİJİTAL TEKNOLOJİLERİN GELİŞİMİ

İnternet altyapısına bağlı olarak gelişen web teknolojileri, ortaya çıkışından bu yana pek çok aşamadan geçmiştir. Her bir aşama, interneti daha dinamik, etkileşimli, mobil ve kullanışlı kılan yeni teknolojilerin doğuşuna öncülük etmiştir. Nitekim web teknolojisi, basit bir metin paylaşım aracı olarak başladığı serüveninde hızla gelişmiş; günümüzde görsel ve multimedya içeriklerle zenginleşen, etkileşimli ve dinamik platformlara dönüşmüştür.

1.1.Web Teknolojileri

İnternet altyapısı, 1970'li yıllarda ABD'de askerî iletişim amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Tim Berners-Lee'nin 1990 yılında Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'nde (CERN) geliştirdiği World Wide Web (WWW), internet altyapısının sivil kullanıma açılmasını sağlayarak kitlesel bir yaygınlık kazanmasına zemin hazırlamıştır (Castells, 2008: 65). 1990'lı yıllardan itibaren web sayfaları ve internet altyapısından faydalanan kişi sayısı hızla artmaya başlamıştır. Zaman ve mekân kavramlarının anlamını dönüştüren internet teknolojisi, dünyanın bir ucundaki bireyin diğer ucundaki bireyle saniyeler içinde iletişim kurmasına olanak sağlamıştır (Urry, 2009: 245). İnternet altyapısının kitlesel kullanımının ilk aşamasını temsil eden 1990'lı yıllar, Web 1.0 dönemi olarak adlandırılmaktadır (Choudhury, 2014).

İnternet altyapısının gelişiminin ilk aşamasını temsil eden Web 1.0 döneminde, sayfalar statik bir yapıya sahipti ve HTML ile oluşturulan temel içeriklerden oluşmaktaydı. Bu dönemde kullanıcı etkileşimi oldukça kısıtlıydı; içerikler sadece okunabiliyor, kullanıcıların herhangi bir katkı veya değişiklik yapma imkânı bulunmuyordu (Nath, 2014). Web siteleri genellikle yalnızca temel başlık, metin, liste ve bağlantılar gibi basit öğeler içeriyor, grafik ve animasyon gibi unsurlar ise ya hiç kullanılmıyor ya da son derece sınırlı kalıyordu (García Aretio, 2007). Örneğin, ilk web sitelerinden biri olan "info.cern.ch" yalnızca metin ve temel görsellerden oluşmaktaydı (İbrahim, 2021). Bu tek yönlü iletişim modeli, kullanıcıları pasif birer tüketici konumunda sınırlandırıyordu.

İnternet altyapısının gelişimi ve yaygınlaşmasıyla birlikte, pasif ve tek yönlü bu iletişim modeli zamanla yerini etkileşimli bir modele bırakmaya başladı. Artan web sayfası sayısı ve kullanıcı ihtiyaçları, çift yönlü iletişimin zeminini hazırladı ve böylece Web 2.0 süreci başlamış oldu (Nath, 2014; Choudhury, 2014).

1.2. İnternetin Yaygınlaşması

21. yüzyılın başlarından itibaren internet teknolojisinin küresel ölçekte yaygınlaşması, mekân ve zaman sınırlarını belirsizleştirerek toplumsal iletişim paradigmasında köklü bir dönüşüm yaratmıştır (Méndez, 2009). Bu dönüşümün merkezinde, 2004 yılında O'Reilly Media tarafından kavramsallaştırılan “Web 2.0” olgusu yer almaktadır (García Aretio, 2007). Web 2.0, yalnızca bir teknolojik yenilik değil; aynı zamanda internetin etkileşim ve iş birliğine dayalı yeni bir iletişim felsefesini yansıtmaktadır. Böylelikle kullanıcılar, pasif içerik tüketicisi olmaktan çıkarak aktif içerik üreticileri konumuna ulaşmıştır (Fuchs vd., 2010).

Web 1.0'ın statik ve tek yönlü yapısının aksine, Web 2.0 ile birlikte kullanıcılar karmaşık teknik bilgiye ihtiyaç duymaksızın metin, ses, video ve görsel gibi içerikleri kolaylıkla paylaşabilir hâle gelmiştir. Bu sayede wikiler, çevrimiçi iletişim araçları ve sosyal ağ platformlarından oluşan dinamik bir dijital ekosistem ortaya çıkmıştır (Kollmann, 2016). Söz konusu geçiş, bilgiye erişimi demokratikleştirerek ucuz ve hızlı bir enformasyon paylaşım ortamı yaratmış; bu da teknolojinin benimsenme ve yayılma hızını önemli ölçüde artırmıştır. 2004 sonrasında sosyal medya platformlarının hızla yaygınlaşmasıyla birlikte, Facebook, X (eski adıyla Twitter), Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn ve WhatsApp gibi uygulamalar küresel ölçekte milyarlarca kullanıcıya ulaşmıştır (Méndez, 2009; Fuchs, 2011). Dolayısıyla internetin yaygınlaşması, salt teknolojik bir ilerleme olmanın ötesinde, bireylerin sosyal etkileşimlerini, topluluk aidiyetlerini ve enformasyonla kurdukları ilişkiyi kökten dönüştüren küresel ölçekte bir sosyokültürel dönüşümün temel unsuru hâline gelmiştir.

1.3. Akıllı Cihazların Gelişimi

Akıllı cihazların teknolojik evrimi, internet ve Web 2.0'in sağladığı altyapı üzerinde yükselerek, dijital etkileşimin bireysel kullanıcı deneyiminin merkezine yerleşmesinde belirleyici bir rol oynamıştır (Gosak vd., 2021). Bu cihazlar, sadece iletişim aracı olmanın ötesine geçerek, sosyal medya platformlarına sürekli erişim, anlık enformasyon akışı ve her an çevrimiçi olma özellikleriyle gündelik yaşam pratiklerini yeniden şekillendiren birer arayüze dönüşmüştür (Kushlev ve Leita, 2020: 77 -78).

Bu dönüşümün en kritik sonuçlarından biri, teknolojinin bireyin fiziksel ve zihinsel sağlığı üzerindeki doğrudan etkilerinde kendini göstermiştir. Araştırmalar, akıllı

telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte, mavi ışığa uzun süre maruz kalmanın uyku düzeninde bozulmalara yol açtığını (Gosak vd., 2021) ve yoğun ekran kullanımının göz sağlığı üzerinde olumsuz etkiler doğurabildiğini ortaya koymaktadır (Liv vd., 2021). Psikolojik düzlemde ise, akıllı cihazlar aracılığıyla sürekli erişilebilir olan sosyal medya platformları, bireyleri sürekli bir sosyal karşılaştırma döngüsüne sokmakta ve bu durum kaygı, olumsuz benlik algısı gibi ruh sağlığı sorunlarına zemin hazırlayabilmektedir (Ostic, 2021).

Akıllı cihazların yaşamı kolaylaştıran işlevlerinin yanı sıra, bireyleri sürekli bir "bağlı olma" haline sürüklemesi, onları mahremiyet ve bağımlılık açısından yeni risklerle karşı karşıya bırakabilmektedir (Kushlev ve Leita, 2020). İletişim ve bilgiye erişimde sağlanan kolaylıklar (Siddiqui ve Singh, 2016; Raut ve Patil, 2016), dijital gözetim ve kişisel veri ihlali endişeleriyle paralel yürümüştür (Smith vd., 2012). Nihayetinde, akıllı cihazlar aracılığıyla kurulan bu yeni etkileşim modeli, bireyin yalnızca gündelik alışkanlıklarını değil, aynı zamanda sosyal ilişkilerini ve benlik algısını da derinden etkileyen çok boyutlu bir olgu olarak öne çıkmaktadır (Raut ve Patil, 2016).

1.3.1. Akıllı Teknolojiler

Akıllı cihazların gelişimi, insanların günlük yaşamında önemli bir yer edinmiş ve yaşam tarzlarını dönüştüren başlıca teknolojilerden biri haline gelmiştir (Silverio-Fernández vd., 2018). Akıllı telefonlar, tabletler, kişisel bilgisayarlar, televizyonlar, giyilebilir akıllı saatler, sağlık cihazları ve ev asistanları bu teknolojilerin temel örneklerindendir (Cho ve Lee, 2020). Bu cihazlar, internet altyapısı, veri tabanları, yapay zekâ ve bulut sistemlerinden faydalanarak kullanıcılarına konfor, sağlık, iletişim ve güvenlik gibi çeşitli kolaylıklar sunmaktadır.

Akıllı cihazların temelleri, dijital bilgisayar sistemlerinin geliştirilmesiyle atılmıştır (Wildman ve Shults, 2018). Modern anlamda ilk bilgisayar, Electronic Numerical Integrator and Computer (ENIAC) olarak adlandırılan sistemdir (Goldstine ve Goldstine, 1996). Bu bilgisayar, II. Dünya Savaşı sırasında askeri amaçlarla geliştirilmiş; 1945–1970 yılları arasında üretilen bilgisayarlar da benzer şekilde savunma odaklı kullanılmıştır. 1970'lerden itibaren kişisel bilgisayarların temelleri atılmış, Apple ve IBM gibi firmalar bu süreçte öncü olmuştur (Weik, 1961; Hagedoorn, 2001). Böylece bilgisayarlar yalnızca

uzmanların kullandığı araçlar olmaktan çıkmış; ofis, eğitim ve ev ortamlarında yaygınlaşarak gündelik yaşamın bir parçası haline gelmiştir.

1980'ler ve 1990'larda Apple Macintosh ve Microsoft Windows arayüzleri, bilgisayar kullanımını kolaylaştırmış ve erişilebilirliği artırmıştır (Chapman, 2003). 2000'li yıllarda internet altyapısının güçlenmesiyle bilgisayarlar, enformasyona erişimin en önemli aracı haline gelmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin ve sosyal medya platformlarının gelişimi, çevrim içi alışveriş ve dijital hizmetlerin yaygınlaşmasını hızlandırmıştır (Kollmann vd., 2016). Teknolojik ilerlemeler aynı zamanda bilgisayar boyutlarının küçülmesini sağlamış; böylece dizüstü bilgisayarlar ve tabletler gibi taşınabilir cihazların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Palmer, 2016).

Tablet bilgisayarlar ilk olarak 2000'li yılların başında geliştirilmeye başlanmış, ancak 2010 yılında Apple'ın iPad modelini tanıtmasıyla geniş kitlelere ulaşmıştır (Dias ve Victor, 2017). Tabletlerin hafif yapısı, dokunmatik ekranları ve taşınabilirliği kullanıcılar için önemli avantajlar sağlamıştır (Pereira, 2013). iOS ve Android işletim sistemleriyle birlikte uygulama ekosistemlerinin gelişmesi, tabletlerin eğitimden eğlenceye, okumadan çevrim içi iletişime kadar geniş bir kullanım alanı kazanmasına katkı sağlamıştır (Pop-Iliev, 2008; Enriquez, 2010; Vaportzis vd., 2017).

Mobil teknolojilerdeki hızlı gelişmeler yalnızca bilgisayarların değil, iletişim araçlarının da dönüşümünü beraberinde getirmiştir (Müller vd., 2015). Donanım kapasitesindeki artış (Mobasheri vd., 2015) ve mobil internet erişiminin yaygınlaşması (Stieglitz ve Brockmann, 2013), teknolojik cihazların çok işlevli hale gelmesini sağlamıştır. İlk cep telefonları yalnızca sesli iletişim sunarken, 2000'li yıllarda e-posta, kamera ve internet bağlantısı gibi özellikler eklenmiştir (Lacohée vd., 2003). 2007 yılında Apple'ın iPhone modelini tanıtmasıyla telefonlar, işlevsellik açısından küçük birer bilgisayara dönüşmüştür (Tracy, 2013). Yine web 2.0 ile birlikte akıllı telefonlar sosyal medya platformlarının merkezine yerleşmiştir (Latif vd., 2019).

Mobil cihazlar, bireylerin anlık haber akışına erişmesini, iletişim kurmasını ve günlük ihtiyaçlarını dijital ortamda karşılamasını kolaylaştırmaktadır (Kollmann vd., 2016; Riva, 2006). Uygulama ekosistemleri sayesinde kullanıcılar; sağlık, bankacılık, spor, alışveriş ve eğlence gibi birçok hizmete tek tıkla ulaşabilmektedir. Böylece mobil cihazlar, yalnızca bilgiye erişim aracı olmaktan çıkıp yaşam tarzını şekillendiren dijital asistanlara dönüşmüştür (Cousin vd., 2011; Liang vd., 2019). Dijital teknolojilerin taşınabilir hale

gelmesi, giyilebilir akıllı cihazların gelişimine de ivme kazandırmıştır (Hickey, 2021). Bu cihazlar, insan bedeniyle entegre çalışarak sağlık ve yaşam takibini kolaylaştırmaktadır (Chan, 2012). Giyilebilir akıllı saatler, kullanıcıların adım sayısı, uyku düzeni, kalp atış hızı ve oksijen seviyeleri gibi sağlık verilerini gerçek zamanlı izlemelerine imkân tanımaktadır (Seneviratne vd., 2017; Long vd., 2023; Liang vd., 2019). Bu özellikler, bireysel sağlık farkındalığını artırmanın yanı sıra önleyici sağlık hizmetlerine de katkı sağlamaktadır (Bayoumy vd., 2021; Reeder ve David, 2016).

Günümüzde akıllı cihazlar, nesnelerin interneti (IoT) aracılığıyla birbirine bağlanarak akıllı ev sistemlerinin temelini oluşturmaktadır (Saheb vd., 2022). Bu cihazlar, kullanıcıların yaşam alanlarındaki enerji tüketiminden güvenliğe, sağlık takibinden gündelik ev işlerine kadar pek çok işlevi uzaktan yönetebilmesine imkân tanımaktadır. Bu gelişmeler, akıllı teknolojileri yaşam tarzını şekillendiren dijital asistanlar haline getirerek bireylerin teknolojiyle etkileşim biçimini kökten değiştirmiştir.

1.3.2. Aplikasyonlar

Sosyal medya uygulamaları, mekân ve zaman sınırlarını ortadan kaldırarak; metin, fotoğraf, video ve benzeri çeşitli içerikleri paylaşma olanağı sunan dijital araçlardır (Dawot ve Ibrahim, 2014: 177-179). İnternet altyapısıyla bağlantı kuran bu araçlar, Web 2.0 teknolojisinin geliştirilmesiyle ortaya çıkmıştır (Tang ve Liu, 2014: 1-2). Sosyal medya araçları, temelde kullanıcılarına bilgiyi yapılandırma, dağıtma, paylaşma ve erişme kolaylığı sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, bu platformlar kullanıcılara; ilgi alanları ve düşünce tarzlarına ilişkin fikirlerini paylaşma ve bilgiye kolayca ulaşma imkânı sunduğu için cazip görülmektedir (Weller, 2016: 256). Ayrıca söz konusu araçlar, bireylere karşılıklı etkileşim ve sanal sosyalleşme olanağı tanıyan çevrimiçi platformlar olarak da değerlendirilmektedir (Bozyiğit vd., 2021).

Bu araçları geleneksel medyadan ayıran temel özellikler şunlardır: kullanıcılar kendi özgün içeriklerini üretebilmekte, herhangi bir içeriğe geri bildirimde (yorum, beğeni, paylaşım) bulunabilmekte ve içeriklere katkı sağlayabilmektedir (Scott, 2010: 38). Böylece kullanıcılar yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda aktif birer üretici konumuna gelmektedir. Kullanıcılar, dijital mecralar aracılığıyla düşüncelerini geniş kitlelere ulaştırabilmekte ve sosyal etkileşim ağlarını kolaylıkla genişletebilmektedir. Sosyal medya ağları; fotoğraf ve video paylaşım siteleri (X, Facebook, Instagram,

YouTube, TikTok, LinkedIn, Snapchat vb.), podcast'ler, bloglar ve mikrobloglar gibi platformlardan oluşmaktadır (Weller, 2016). Sosyal medya platformlarının temel amaçları benzer olsa da her biri farklı işlevlere sahiptir. Nitekim sosyal medya araçlarının her biri, kullanıcıların hem kültürel hem de sosyal açıdan daha etkileşimli bir medya deneyimi yaşamasına olanak tanımaktadır (Weller, 2016).

X (eski adıyla Twitter), 2006 yılında 140 karakterle sınırlı mesajların paylaşılmasına olanak tanıyan mikroblog tabanlı bir sosyal medya platformu olarak geliştirilmiştir. Platformun ismi, 2023 yılında “X” olarak değiştirilmiş ve bu tarihten itibaren Amerikan menşeli X Corp. şirketi tarafından işletilmeye başlanmıştır. X, kullanıcıların metin, fotoğraf ve video içerikleri paylaşabildiği etkileşimli bir dijital ortam sunmaktadır. 2024 yılı verilerine göre platformda yaklaşık 1,3 milyar kayıtlı hesap bulunmakta; bunların yaklaşık 368 milyonunun aktif kullanıcı olduğu bildirilmektedir (Dixon, 2023). Küresel ölçekte en fazla X kullanıcısına sahip ülke Amerika Birleşik Devletleri olup yaklaşık 106,23 milyon kullanıcıyla ilk sırada yer almaktadır. ABD’yi Japonya (69,28 milyon) ve Hindistan (25,45 milyon) takip etmektedir. Ayrıca Endonezya (24,85 milyon), Birleşik Krallık (24,3 milyon), Brezilya (21,48 milyon) ve Türkiye (19,74 milyon) platformun en yoğun kullanıldığı diğer ülkeler arasında yer almaktadır (Statista, 2024). Demografik veriler, X kullanıcılarının yaklaşık %63,7’sunun erkek, %36,3’ünün kadın olduğunu göstermektedir. Bu oranlar, platformun kullanıcı tabanında erkeklerin daha baskın bir paya sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Singh, 2025).

Facebook: 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından geliştirilen bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar, Facebook üzerinde arkadaş listeleri oluşturabilmekte, kişisel bilgilerini paylaşabilmekte, ilgi alanlarına göre gruplara katılabilmekte ve diğer kullanıcılarla iletişim kurarak etkileşimde bulunabilmektedir. Ayrıca metin, fotoğraf ve video içerikleri paylaşma olanağı sunmaktadır. Facebook, bireysel kullanıcıların yanı sıra işletmelere de pazarlama stratejilerini destekleme imkânı sağlamaktadır. Bu platform, markaların kendilerini tanıtmalarına, hedef kitlelerine daha kolay ulaşmalarına ve reklam performanslarını ölçmelerine yardımcı olmaktadır (Ahmed ve Ibrahim, 2016: 57). Bununla birlikte Facebook, kullanıcıların ilgi alanı, yaş, cinsiyet, konum ve zaman gibi değişkenlere göre özelleştirilmiş reklamlar oluşturarak hedef kitlelere erişim kolaylığı sunmaktadır (Liew vd., 2014: 345-347).

We Are Social (2024) verilerine göre Facebook, 2024 yılı itibarıyla 3,05 milyar aktif kullanıcıya sahiptir. Bu oran, dünya nüfusunun yaklaşık üçte birinin Facebook kullandığını göstermektedir. Pew Araştırma Merkezi (2024) tarafından yapılan bir çalışmada, ABD'deki yetişkinlerin %70'inden fazlasının aktif Facebook kullanıcısı olduğu belirlenmiştir. ABD'deki farklı yaş grupların Facebook kullanım dağılımlarını incelediğimizde ise; 18-29 yaş arası bireylerin %70'i, 30-49 yaş aralığındaki bireylerin %77, 50-64 yaş aralığındaki bireylerin %73'ü, 65 yaş ve üstü bireylerin ise % 50'si Facebook kullanıcısıdır. Buna bağlı olarak bireylerin Facebook kullanım motivasyonlarını incelediğimizde ise, kullanıcıların %20'sinden fazlası Facebook üzerinden alışveriş yapmaktadır. Ayrıca Facebook kullanıcılarının %30'undan fazlası günlük haber akışını Facebook üzerinden takip etmektedir. Ayrıca Facebook kullanan bireylerin büyük çoğunluğu (%30) haber almada Facebook'a güvendiklerini bildirmektedir (Pew Araştırma Merkezi, 2024).

Instagram, 6 Ekim 2010 tarihinde Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından Kaliforniya'nın San Francisco şehrinde geliştirilen ve öncelikli olarak görsel içerik paylaşımına odaklanan bir sosyal medya platformudur. Platform, ilk aşamada yalnızca iOS işletim sistemli cihazlar için kullanıma sunulmuş, 2012 yılında Android kullanıcılarına da açılmasıyla birlikte küresel kullanıcı kitlesinde önemli bir büyüme kaydetmiştir (Amanda vd., 2024). Aynı yıl Facebook (Meta) şirketi tarafından satın alınması, platformun altyapı ve kullanıcı deneyimi olanaklarının genişlemesine ve küresel erişiminin hızlanmasına katkı sağlamıştır (Kemp, 2024). Platform, kullanıcılarına fotoğraf ve video paylaşımı, anılarını belgeleme ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurma gibi temel işlevler sunmaktadır. Kullanıcılar, platformun ücretsiz olarak sunduğu filtreler ve görsel düzenleme araçları aracılığıyla içeriklerini kişiselleştirebilmektedir (Instagram, 2025). Bu özellikleriyle Instagram, sanatçılar, içerik üreticileri ve ünlüler için bir sergi alanı ve kişisel ifade platformu işlevi görmektedir.

Instagram'ın işlevselliği, Hikâye paylaşımı, canlı yayın ve etiket (hashtag) kullanımı gibi özelliklerle daha da zenginleşmiştir. Bu özellikler, kullanıcıların ortak ilgi alanları etrafında topluluklar oluşturmalarına ve bu topluluklarla etkileşim kurmasına olanak tanımaktadır (Ferwerda, vd., 2016). Platformun görsel ağırlıklı yapısı, onu markalar, küçük işletmeler ve dijital etkileyiciler (influencer'lar) için etkili bir pazarlama ve tanıtım kanalı haline getirmiştir. İşletmeler, platform üzerinden reklam yayınlama ve içerik

üreticilerle iş birliği yapma yoluyla hedef kitlelerini genişletme imkânı bulmaktadır (Singh, 2020).

Statista (2024) verilerine göre Instagram, 2024 yılı itibarıyla 2 milyar aylık aktif kullanıcıya ulaşmıştır. Platformun küresel kullanıcı dağılımında Hindistan 230 milyon kullanıcı ile başı çekerken, onu ABD (143 milyon) ve Brezilya (113 milyon) takip etmektedir. Türkiye'de ise Instagram kullanımına ilişkin veriler, referans alınan nüfus grubuna göre farklılık göstermektedir. Toplam nüfusa oranlandığında, 58,3 milyon kullanıcı ile ülke nüfusunun %67,6'sına karşılık gelmektedir (NapoleonCat, 2024). Meta'ya göre bu oran %66,4 olarak rapor edilmiştir (Kemp, 2024). Instagram'ı diğer sosyal medya platformlarından ayıran temel özelliklerden biri, kullanım yaş sınırının 13 olarak belirlenmesidir. Bu durum, platformun ergenlik dönemindeki kullanıcılar için de erişilebilir olmasını sağlamaktadır. Meta'nın platformu 13 yaş ve üzeri bireylerle sınırlandırması nedeniyle, asıl anlamlı veri bu yaş grubundaki penetrasyon oranıdır. Dolayısıyla 2024 verilerine göre Türkiye'de 13 yaş ve üzeri nüfusun %82,8'i Instagram'ı aktif olarak kullanmaktadır (Kemp, 2024).

Platformun demografik yapısı incelendiğinde, kullanıcıların %62,4'ünün 18-34 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bu oran, Instagram kullanıcı kitlesinin büyük ölçüde Y ve Z kuşağı bireylerden oluştuğunu göstermektedir (NapoleonCat, 2024). Söz konusu yaş grubunun platform üzerindeki ağırlığı, Instagram'ın genç nüfus nezdinde etkili bir iletişim ve pazarlama aracı olarak konumlanmasını sağlamaktadır.

Tablo 1: Instagram Kullanım Yaş Aralığı

16 -24 Yaş Aralığı	% 31.3
25 -34 Yaş Aralığı	%31
35 - 44 Yaş Aralığı	%16.4
45 -54 Yaş Aralığı	%9
55 - 64 Yaş Aralığı	%4.8
65 Yaş ve üzer	%3

Kaynak: Statista, 2024

Instagram kullanan bireylerin yaş aralığına baktığımızda (bkl: tablo 1), platformu kullanan bireylerin neredeyse 3 te biri (%31,3) 18 – 24 yaş aralığındaki bireylerden oluşmaktadır. Bunu 25 – 34 yaş aralığı (%31) takip etmektedir. Dolayısıyla 18 -34 yaş arası Instagram kullanıcıları %62.3'ünü temsil etmektedir.

TikTok, Çin merkezli teknoloji şirketi ByteDance tarafından 2016 yılında geliştirilmiş olup, özellikle Z kuşağı (18–24 yaş arası) kullanıcılar arasında hızla popülerlik kazanmıştır. Uygulama, kullanıcıların kısa video formatında eğlenceli ve yaratıcı

içerikler üretmesine ve paylaşmasına olanak tanıyan bir sosyal medya platformudur (TikTok, 2025). Ceci (2024) verilerine göre, 2024 yılı itibarıyla TikTok en fazla kullanıcıya sahip ilk üç ülke sırasıyla Endonezya (157,6 milyon), ABD (120,5 milyon) ve Brezilya'dır (105,3 milyon). Türkiye'de ise aynı yıl itibarıyla 37,73 milyon aktif TikTok kullanıcısı bulunmaktadır (Akbaş, 2024). Her ne kadar TikTok Çin merkezli bir uygulama olsa da, platformun Çin'de kullanımı yasaklanmıştır. Bunun yerine yalnızca Çin'de erişilebilen, benzer işlevlere sahip "Douyin" adlı versiyon kullanılmaktadır (Yang, 2024; Berry, 2024). TikTok kullanıcılarının büyük çoğunluğu 18–24 yaş aralığındadır ve bu kullanıcıların %57'si kadın, %43'ü erkektir (Berry, 2024). Bu oran, platformda kadın kullanıcıların erkeklere kıyasla daha baskın olduğunu göstermektedir. TikTok, içerik yapısı ve kullanıcı kitlesi nedeniyle bazı ülkelerde kültürel, siyasal, ahlaki ve güvenlik temelli tartışmalara konu olmuştur. Bu bağlamda Hindistan, 2020 yılında ulusal güvenlik gerekçesiyle TikTok'u tamamen yasaklamıştır (Sehrawat, 2023). Endonezya ise 2018 yılında "ahlaka aykırı içeriklerin yayılması" gerekçesiyle kısa süreli bir yasak getirmiş, ardından gerekli düzenlemelerin yapılmasıyla platform yeniden erişime açılmıştır. Afganistan 2022 yılında "toplumsal değerlere zarar verdiği" gerekçesiyle TikTok'u kalıcı olarak yasaklamıştır. Benzer şekilde Pakistan, 2020 ve 2021 yıllarında ahlaka aykırı içeriklerin yayılmasını önlemek amacıyla platforma geçici erişim engelleri getirmiştir. Batılı ülkelerde ise tartışmalar daha çok ulusal güvenlik ekseninde yürütülmektedir. ABD, 2020 yılında güvenlik gerekçesiyle TikTok'a erişim yasağı getirmeyi gündeme almış, ancak yasak uygulanmamıştır. 2023 yılı itibarıyla ABD'de kamu çalışanlarının TikTok kullanımı yasaklanmıştır (Clausius, 2022). Benzer biçimde Avrupa Birliği ülkeleri, Avustralya ve Kanada da kamu çalışanlarının TikTok kullanımına güvenlik gerekçesiyle kısıtlama getirmiştir (Yang, 2024).

LinkedIn, kullanıcılarına iş fırsatlarını keşfetme, profesyonel ağlarını genişletme ve kariyer gelişimlerini destekleme olanağı sunan profesyonel bir sosyal medya platformudur. Katılımcıların mesleki başarılarını paylaşabildikleri ve profesyonel etkileşimlerde bulunabildikleri çevrim içi bir ağ olarak tanımlanabilir (LinkedIn, 2022). Ayrıca kullanıcılar, belirli alanlardaki uzmanlarla, potansiyel işverenlerle veya hedefledikleri kurum ve kuruluşlarla bağlantı kurabilmektedir.

2024 yılı itibarıyla LinkedIn'in küresel kullanıcı sayısı yaklaşık 1,13 milyar kişidir. Bu kullanıcıların 296 milyonu Avrupa'da, 323 milyonu Asya-Pasifik bölgesinde, 255

milyonu Kuzey Amerika’da, 183 milyonu Latin Amerika’da ve 72 milyonu Orta Doğu ile Afrika’da bulunmaktadır. Kullanıcıların demografik dağılımı incelendiğinde ise, katılımcıların %60’ından fazlasını 25–34 yaş aralığındaki (Y kuşağı) bireyler, %21,7’sini 18–24 yaş aralığındaki (Z kuşağı) bireyler ve %2,9’unu 55 yaş ve üzeri (Baby Boomers kuşağı) bireyler oluşturmaktadır (Degenhard, 2024).

WhatsApp, 2009 yılında Jan Koum ve Brian Acton tarafından kurulan ve küresel ölçekte milyarlarca kullanıcı tarafından günlük iletişim ihtiyaçları için kullanılan bir anlık mesajlaşma platformudur. Erişim kolaylığı ve güvenilir arayüzü sayesinde (Baulch, 2020) popülerliğini sürekli artıran uygulama, 2014’te Meta (Facebook) şirketi tarafından satın alınmış ve kullanıcı ihtiyaçlarına paralel olarak sürekli geliştirilmiştir. We Are Social (2024) raporuna göre, 2024 itibarıyla 2.3 milyar aktif kullanıcıya ulaşan WhatsApp, başlangıçtaki metin tabanlı yapısının ötesine geçerek; video, fotoğraf, belge paylaşımı, sesli mesaj, görüntülü ve sesli arama gibi kapsamlı iletişim araçları sunmaktadır (Suárez-Lantarón vd., 2022). Ayrıca, "Topluluklar" ve grup sohbetleri gibi özellikleriyle toplu iletişim ve etkileşim imkânı tanımaktadır (Pustikayasa, 2019).

Platformun gücü, iOS, Android, web tarayıcıları ve masaüstü uygulamaları arasında sağladığı senkronizasyondan gelmektedir. Bu çok platformlu ve cihazlar arası uyum, kullanıcılarına her yerden iletişim kolaylığı sağlamaktadır. WhatsApp’ın bir diğer önemli işlevi ise ticari kullanımdır (Wati, 2020: 137). WhatsApp İş (WhatsApp Business) uygulaması, küçük ve orta ölçekli işletmelerin müşteri hizmetleri sunmasına, pazarlama yapmasına, ürün kataloğu paylaşmasına ve kişiselleştirilmiş hizmetler geliştirmesine olanak tanıyan bir kanal olarak hizmet vermektedir (Mefolere, 2016; Sixto-García, 2021). Tüm bu özellikleriyle WhatsApp, basit bir mesajlaşma uygulaması olmanın ötesine geçerek dijital iletişim, iş birliği ve ticari faaliyetlere olanak tanıyan kapsamlı bir platform haline gelmiştir (Sixto-García, 2021; Fitriana, 2023).

Sosyal medya platformları, giderek artan çeşitlilikleriyle farklı kategoriler altında sınıflandırılabilir. Dawley (2009), bu platformları sosyal ağlar, mikro bloglar, bloglar, profesyonel ağlar, fotoğraf paylaşım platformları, wikiler, video paylaşım araçları, sosyal işaretleme araçları ve sanal dünyalar şeklinde kategorilendirmiştir. Benzer şekilde, Kaplan ve Haenlein (2010) dijital platformları; içerik üretici grupları, sanal sosyal araçlar, işbirlikçi araçlar, sanal oyun platformları, blog/mikro bloglar ve sosyal ağlar olarak gruplandırmıştır. Safko ve Brake (2009) ise sosyal medya araçlarını iş

birliği, iletişim/etkileşim, multimedya paylaşımı, incelemeler ve sosyal etkileşimler temelinde sınıflandırmıştır.Bu sınıflandırmalar, sosyal medya araçlarının kullanım amaçlarını ve düzeylerini anlamak açısından önem taşımaktadır.

Nitekim Türkiye'deki sosyal medya kullanım verileri, bu platformların toplumda nasıl karşılık bulduğunu göstermektedir. TÜİK (2024) verilerine göre, internet kullanım amaçları arasında sosyal mecralarda vakit geçirmek ilk sırada yer almaktadır. 16-74 yaş aralığındaki bireylerin %88,8'inin aktif internet kullandığı tespit edilmiştir. Bu oran erkeklerde %92,2, kadınlarda ise %85,4'tür. En yaygın kullanılan sosyal medya ve mesajlaşma uygulaması %86,2 ile WhatsApp'tır. Bunu %71,3 ile YouTube ve %65,4 ile Instagram takip etmektedir. Platform kullanım oranları cinsiyete göre incelendiğinde ise; erkeklerin %89,5'inin, kadınlara %82,9'unun WhatsApp'ı; erkeklerin %74,7'sinin, kadınlara %68'inin YouTube'u; erkeklerin %67'sinin, kadınlara %63,9'unun ise Instagram'ı kullandığı görülmektedir. Dolayısıyla TÜİK (2024) verileri, genel olarak erkeklerin sosyal medya platformlarını kadınlara kıyasla daha sık kullandığını göstermektedir.

Tablo 2: Türkiye’de Dijital Platform Kullanım Verileri

Aplikasyon	Oran
Instagram	57,10 milyon
TikTok:	37,73 milyon
X (Twitter):	20,67 milyon
LinkedIn:	16 milyon
Facebook:	34,35 milyon
YouTube	57,50 milyon

Kaynak: Akbaş, 2024

Tablo 2'ye göre, Türkiye'deki en yaygın sosyal medya platformları ve kullanıcı sayıları şu şekildedir: YouTube 57,50 milyon kullanıcı ile ilk sırada yer alırken, onu 57,10 milyon kullanıcı ile Instagram, 34,35 milyon kullanıcı ile Facebook, 37,73 milyon kullanıcı ile TikTok, 20,67 milyon kullanıcı ile X (eski adıyla Twitter) ve 16 milyon kullanıcı ile LinkedIn takip etmektedir.

1.4. Teknoloji ve Refah

Tarih boyunca ilerleme ve teknoloji kavramları çoğu zaman yan yana kullanılmaktadır. Dolayısıyla “teknolojiyi elinde bulunduran, güce hükmeder” anlayışı güncelliğini korumaktadır. Öte yandan toplumların gelişim evreleri dört aşamada özetlenebilir. Bu

aşamalar; avcılık ve toplayıcılık dönemi (Yurtseven, 2021), yerleşik hayata geçilerek toprağın işlenmeye başlandığı dönem (Yükçü, 2011), 18. yüzyılda İngiltere’de başlayan ve kömür ile demirin enerji kaynağı olarak kullanıldığı sanayi dönemi (Rostow, 1971) ve günümüz bilgi/bilişim çağı (Çapcıoğlu ve Anık, 2021) olarak sıralanabilir. Sanayi Devrimi ile başlayan ilerleme ivmesi günümüzde yapay zekâ ile devam etmektedir (Davenport, 2018). Bu gelişmeler bir yandan insanlığa konfor ve refah getirirken, diğer yandan toplum, doğa ve canlı yaşamı üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır.

Sanayileşmenin hızlandığı toplumlarda seri üretim bir norm hâline gelmiş, üretimde büyük artışlar yaşanmıştır (Günay, 2002). Üretim kapasitesinin artması sadece ekonomik büyümeyi desteklemekle kalmamış, aynı zamanda üretim maliyetlerini düşürerek malların erişilebilirliğini kolaylaştırmıştır. Böylece daha önce belirli bir gelir grubunun ulaşabildiği mallar, seri üretim sayesinde daha geniş toplum kesimlerine ulaşmıştır. İnsan yaşamını kolaylaştıran ve konfor alanını genişleten mikrodalga fırın, buzdolabı, telefon ve televizyon gibi temel teknolojik araçlar, seri üretimin sağladığı maliyet avantajları sayesinde ortalama tüketicinin alım gücüne hitap etmeye başlamıştır (Topaloğlu ve Güngör, 2016). Ayrıca sağlık alanında yaşanan gelişmeler, özellikle antibiyotiklerin bulunmasıyla zatürre ve tüberküloz gibi hastalıkların tedavisini kolaylaştırmıştır (Demirağ, 2017). Bu ilerlemeler insan yaşam süresini ciddi biçimde uzatmış, yaşam kalitesini artırmıştır. Ancak insan merkezli gerçekleşen bu ilerlemeler, doğa ve hayvanlar üzerindeki etkileri çoğu zaman göz ardı etmiştir. Bu gelişmelerin gölgesinde yapılan üretim faaliyetleri doğaya zarar vermeye başlamıştır (Ergün ve Çobanoğlu, 2012; Kıcık, 2023). Özellikle sanayi, enerji ve savunma alanlarındaki gelişmeler, ekosistemde tahribatlar yaratmış; bu durum yalnızca çevresel sürdürülebilirliği değil, aynı zamanda küresel güvenliği de tehdit eder hâle gelmiştir. Nitekim nükleer çalışmalar, dünyada nükleer savaş tehdidi oluşturarak canlı yaşamının yok olma riskini artırmaktadır (Candan ve Arı, 2023).

Orta Çağ ve modern çağda tarımdaki teknolojik gelişmeler (örneğin değirmen ve sabanların gelişmesi), yoksul köylüye beklenen faydayı sağlamamıştır (Toplu, 2000). Avrupa’da geliştirilen büyük ve güçlü gemi teknolojileri, küresel ticaretin gelişmesine katkı sağlarken, köle taşımacılığını kolaylaştırarak kölelik sisteminin yayılmasına zemin hazırlamıştır (Zengin, 2018). Benzer biçimde, İngiltere’de ortaya çıkan Sanayi Devrimi, küçük bir azınlığa büyük servet kazandırırken, işçi sınıfının gelirleri uzun süre artmamış,

çalışma saatleri uzamış ve yaşam koşulları kötüleşmiştir (Manga, 2018). Çırçır makinesinin icadı, Amerika'yı küresel ölçekte pamuk ihracatçısı hâline getirirken, köle sayısında büyük bir artışa yol açmıştır. İcat öncesinde bir köle günde yarım kilogram pamuk temizleyebilirken, icat sonrası bu miktar 25 kilograa çıkmıştır. Bu nedenle Amerika'da köle sayısı 700 binden 4 milyona yükselmiştir (Gümüş, 2020).

19.yüzyılın sonlarına doğru geliştirilen yapay gübre, tarımsal verimi artırmış; ancak aynı tekniklerle üretilen kimyasal silahlar, I. Dünya Savaşı'nda yüz binlerce insanın ölümüne yol açmıştır (Yadigaroglu, 2017). Bu durum, teknolojinin hem fayda hem de tehdit unsuru barındırabileceğini göstermektedir. Modern dönemde dijital teknolojiler de ekonomik ve sosyopolitik dengeleri yeniden şekillendirmektedir. Bilgisayar ve bilişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, büyük verilerin (big data) tekelleşmesine ve küçük bir grubun zenginleşmesine yol açmıştır (Şahin ve Çapcıoğlu, 2021). 2000'li yıllardan itibaren gelişen internet ağı ve sosyal medya araçları, insanların bilgi ve düşüncelerini paylaştığı, iletişim kurduğu ortamın doğmasına zemin hazırlamıştır (Gabriel ve Röhrs, 2017). Bu sanal ortamlar, bir yandan sosyal etkileşimi güçlendirirken, diğer yandan maruz kalınan içeriklerin niteliğine ve kullanım alışkanlıklarına bağlı olarak farklı etkiler yaratabilmektedir (Fatima ve Tasgheer, 2021). Nitekim Cromity (2012), dijital teknolojilerin bireylerin iyi oluş (well-being) ve mutluluk düzeyi üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabileceğini ifade etmektedir.

Kaya ve Vangölü (2023), akademik başarı düzeyi arttıkça iyi oluş düzeyinin yükseldiğini, ancak dijital bağımlılık arttıkça iyi oluşun azaldığını saptamıştır. Bunun yanı sıra dijital teknolojilerin aşırı kullanımı, bireylerde dikkat dağınıklığı, odaklanma güçlüğü ve sosyal izolasyon gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Greenfield, 2020; Rosen, 2012). Fakat enformasyona hızlı erişim, ücretsiz eğitim materyallerine ulaşma gibi avantajlar da bireylerin öğrenme süreçlerini desteklemektedir (Holtzblatt vd., 2023; Uhls vd., 2017). Mobil araç ve uygulamalar, bireylerin günlük yaşamlarını organize etmelerine olanak tanıyarak zaman tasarrufu sağlamaktadır (Siddiqui ve Singh, 2016). Ayrıca dijital sağlık teknolojileri, meditasyon uygulamaları ve psikolojik destek platformları, bireylerin mental sağlık ve yaşam doyumuna katkı sağlamaktadır (Tosyalı ve Sütçü, 2016; Schueller ve Torous, 2020; Torous vd., 2020). Ancak dijital medyanın aşırı ve bilinçsiz kullanımı, bireyleri başkalarıyla kıyaslama eğilimine iterek öz saygı, öz değer ve mutluluk düzeylerinde azalmaya neden olabilmektedir (Holtzblatt vd., 2013). Laçın vd. (2023)

araştırmalarında, sosyal destek düzeyi arttıkça mutluluk ve yaşam doyumunun yükseldiğini, ancak sosyal destek azaldıkça dijital bağımlılığın arttığını ve mutluluk düzeyinin düştüğünü bulgulamıştır.

Yine araştırmalar, sosyal medya kullanım sıklığının bağımlılık riskini artırdığını vurgulamaktadır (Andreassen vd., 2017). Dijital bağımlılık düzeyi yüksek bireylerde uyku bozuklukları (Macit, 2019), sosyal izolasyon (Ünlü, 2018) ve fiziksel hareketsizlik gibi sorunlar gözlenmektedir (Sucu, 2022). Ayrıca teknolojik cihazların sürekli bildirimleri ve dikkat dağıtıcı unsurları, akademik başarı ve odaklanmayı olumsuz etkileyebilmektedir (Koca ve Tunca, 2019; Daysal ve Yılmazel, 2020). Küresel ölçekte artan veri ihlalleri ve gözetim endişeleri, kullanıcıların mahremiyet kaygılarını artırmaktadır (Zuboff, 2023; Solove, 2012). Özellikle sosyal medya şirketlerinin kişisel verileri ticari amaçla kullanması, platformlara olan güveni azaltmaktadır (Acquisti vd., 2015). Pew Araştırma Merkezi'nin (2022) verilerine göre kullanıcıların %65'i kişisel verilerinin kötüye kullanılmasından endişe duymaktadır. Bununla birlikte, dijital teknolojilerin bilinçli ve dengeli kullanımı, bireylerin iyi oluş düzeyini artırabilir (Çamalan ve Demirbaş, 2024; Gür ve Duman, 2024). Dijital detoks uygulamaları ve ekran süresinin azaltılması, bireylerin teknolojiyi daha bilinçli tüketmesini sağlayabilir.

1.5. Sosyal Medyanın Olumsuz Yönleri

Sosyal medya platformları, günümüzde bireylerin yoğun biçimde etkileşimde bulunduğu dijital araçlar haline gelmiştir. Genellikle genç bireyler tarafından tercih edilmekle birlikte, farklı yaş gruplarında da yaygın şekilde kullanılmaktadır (şener ve Yücel, 2020). Ancak bu platformların bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımı, bireyler üzerinde çeşitli olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Bu etkiler; aile yapısı ve özel yaşam (mahremiyet, gizlilik), kişisel (sosyal, psikolojik, fiziksel) ve toplumsal (dezenformasyon, yanlış bilgi, kitlesel hareket) düzeylerde ortaya çıkabilmektedir.

Dolayısıyla sosyal medya platformları bireyler üzerinde hem iyileştirici hem de zarar verici ikili bir etkiye sahip olabilmektedir (Piazza vd., 2022). Örneğin çevrim içi terapi hizmetleri ve sağlık içerikleri bireylerin psikolojik refahını artırabilirken, platformların bağımlılık yapıcı doğası depresyon, kaygı ve bağımlılık gibi problemleri tetikleyebilmektedir (Shensa vd., 2018). Bunun yanı sıra, sosyal medyada yayılan dezenformasyon ve zararlı içerikler, bireylerin psikolojik sağlığı

üzerinde olumsuz bir yük oluşturmaktadır (Pennycook ve Rand, 2021; Aïmeur vd., 2023). Özellikle genç kullanıcıların bu tür içeriklere maruz kalması, anksiyete ve depresyon riskini artırabilmektedir (Primack vd., 2017). Dahası, yanlış bilginin sistematik biçimde yayılması, toplumsal güven üzerinde aşındırıcı bir etkiye neden olabilmektedir (Lewandowsky vd., 2017). Sosyal medya platformlarının bireysel refah üzerindeki etkileri, yalnızca bireysel düzeyde değil, toplumsal refah açısından da belirgin olabilmektedir. Keza “dijital uçurum” olarak ifade edilen dijital teknolojilere erişim eşitsizliği, toplumsal refahın zedelenmesine yol açabilmektedir (Haryanti ve Rusfian, 2018). Özellikle kırsal bölgelerde yaşayan, düşük gelirli veya düşük eğitim seviyesine sahip bireylerin dijital teknolojilere erişim ve kullanımda dezavantajlı konumda olduğu görülmektedir (Van Dijk, 2020; Ragnedda, 2017). Bu eşitsizlikler, mevcut sosyoekonomik farklılıkları daha da belirginleştirmekte ve dijital dışlanmaya zemin hazırlayabilmektedir (Helsper, 2021).

Sosyal medya platformlarının bir diğer kritik risk alanı ise mahremiyet ve güvenlik olgusudur. Sosyal medya platformlarında yaşanan mahremiyet ihlalleri, kişisel verilerin kötüye kullanımı ve siber güvenlik tehditleri, kullanıcıların bu mecralara olan güvenini zedeleyebilmektedir (Zuboff, 2023; Marwick ve Boyd, 2014). Bu tür tehditler karşısında özellikle çocuklar, ergenler, yaşlı bireyler, düşük dijital okuryazarlık düzeyine sahip kullanıcılar ve sosyoekonomik açıdan dezavantajlı gruplar gibi savunmasız kesimlerin daha korunmasız olduğu vurgulanmaktadır (Baruh vd., 2017). Platformların toplumsal dinamikler üzerindeki gücü de göz ardı edilemez. Sosyal medya aracılığıyla kitlesel olayların hızlı biçimde organize edilebilmesi, ulusal ve küresel ölçekte eylemlerin gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır. Ancak bu iletişim gücü, aynı zamanda dezenformasyon ve manipülasyon içeriklerine açık bir alan yaratarak kamu düzeni, toplumsal istikrar ve güvenlik açısından önemli riskler barındırabilmektedir (Schradie, 2018; Shu vd., 2020; Bradshaw ve Howard, 2018). Nitekim Piazza (2022) tarafından 150’den fazla ülkede yürütülen bir araştırmada, sosyal medyada yayılan dezenformasyon içeriklerinin siyasal kutuplaşmayı artırdığı ve bazı durumlarda iç karışıklıklar ile terör eylemlerini tetikleyebileceği saptanmıştır. Bireysel düzlemde ise, sosyal medya platformlarında sürekli içerik üretimi ve etkileşim davranışları, kullanıcıların dış onay (external validation) arayışını körüklemektedir (Burnell vd., 2020). Bu süreç, “dijital onay arayışı” olarak

adlandırılmakta ve bireylerin öz-değerlerini dışsal geri bildirimlerle tanımlamasına neden olabilmektedir (Walther, 2024). Özellikle genç yetişkinlerde, bu davranış biçimi öz-yeterlik algısının zayıflamasıyla ilişkilendirilmektedir (Hocevar, 2024). Sürekli bir sosyal beğenirlik arayışı içinde olmak, bireylerin kendi yaşam tarzını ve beden imajını olumsuz biçimde değerlendirmesine yol açmakta (Geneci, 2019), bu durum onaylanmadıklarında benlik saygısında azalma ve değersizlik hissi gibi sonuçlar doğurabilmektedir (Büyük, 2017; Güler ve Sezgin, 2020). Böylece kullanıcılar, siber zorbalığa ve dijital saldırılara karşı daha savunmasız hale gelmektedir (Campbell, 2005). Bu konuda Blachnio vd. (2016) yaptıkları çalışmada, sosyal medya bağımlılığı yaşayan bireylerde benlik saygısı ve yaşam doyumunun düştüğünü tespit etmiştir. Seabrook vd. (2016) ise 70 çalışmayı inceleyerek, sosyal medya etkileşimi ile depresyon ve kaygı düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur. Başka bir deyişle, etkileşim düzeyi arttıkça bu olumsuz ruh hali belirtilerinde de artış gözlemlenmektedir.

Tüm bu bulgular ışığında, sosyal medya bağımlılığı veya bilinçsiz kullanımının; stres (Wolfers ve Utz, 2022), anksiyete (Vannucci vd., 2017), yalnızlık (Halston vd., 2019), depresyon (Aalbers, 2017) ve düşük özgüven (Jan vd., 2019) gibi psikolojik sorunlara, ayrıca uykusuzluk, hareketsizlik, obezite gibi fiziksel problemlere zemin hazırladığı söylenebilir (Sakib vd., 2021; Irawati vd., 2023). Dolayısıyla özellikle dijital okuryazarlık becerilerinden yoksun bireylerin sosyal medya platformlarını kullanımı, yoğun dezenformasyon ve yanıltıcı içeriklere maruz kalma riskini daha da artırabilmektedir (Shu vd., 2020). Bu nedenle, bireysel refahın ve toplumsal uyumun korunması, dijital platformlarla ilişkide daha dengeli, bilinçli ve eleştirel bir yaklaşımı gerekli kılmaktadır.

1.6. Sosyal Medyanın Olumlu Yönleri

Sosyal medya platformlarının kullanıcılar üzerinde bilişsel, psikolojik ve sosyal yönden çeşitli olumsuz etkileri bulunmakla birlikte (Vannucci vd., 2017; Irawati vd., 2023), bu platformların sunduğu fırsatlar da göz ardı edilmemelidir. Özellikle sosyal medya platformlarının iletişim alanında sağladığı kolaylıklar, kişiler arasındaki etkileşimin sınırlarını genişletmiştir (Suvankulov, 2012). Sosyal medya araçlarının aracılık işlevi, geleneksel iletişim yöntemlerinin ötesinde yeni bir etkileşim alanı oluşturmuş gibi

görülmektedir. Bu platformların, bireylerin sosyal çevreleriyle sürekli iletişim hâlinde kalmalarını sağlayarak coğrafi mesafelerden kaynaklanan engelleri aşmalarına ve uzak ilişkileri canlı tutmalarına olanak tanımaktadır (Verduyn, 2017). Sosyal medya platformları aracılığıyla ilişkilerini sürdüren bireylerde yalnızlık hissinin azalabileceği (Pittman ve Reich, 2016) ve psikolojik iyi oluş düzeylerinin yükselebileceği gözlemlenmiştir. Balcı ve Demir (2018) tarafından yapılan çalışmada, dijital medya araçlarını etkin kullanan bireylerin mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğu ve kullanım amaçlarıyla psikolojik iyi oluş arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya göre, kullanıcıların dijital platformlardan sosyal çevreleriyle etkileşimde bulunmak, eğlenmek, boş zamanlarını değerlendirmek, enformasyona erişmek, mesajlaşmak ve dinlenmek amacıyla dijital platformlarını kullandıkları ve bireylerin bu platformları kullanım düzeyleri arttıkça mutluluk düzeylerinde de artış olduğu gözlemlenmiştir.

Sosyal medya araçlarının insanların refah düzeyi üzerindeki olumlu etkileri alanyazında bir diğer tartışma konusu olarak değerlendirilmektedir. İnternet teknolojileri ve mobil uygulamaların yaygınlaşmasıyla birlikte bilgiye erişimde önemli ölçüde kolaylaşmaya başlamıştır (Van Dijk, 2017). Yapılan araştırmalar, dijital araçların sağlık hizmetlerine erişimi kolaylaştırarak (Sántha, 2018), uzaktan eğitim olanaklarını artırarak (Bozkurt ve Sharma, 2020) ve mesleki fırsatları çeşitlendirerek (Suvankulov, 2012) yaşam kalitesinin yükselmesine katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Sosyal medya platformların toplumsal etkileri incelendiğinde, doğru kullanım durumunda hem siyasal katılımı artırdığı (Forrester ve Matusitz, 2010; Güler ve Sezgin, 2019) hem de sosyo-psikolojik iyi oluşu desteklediğini göstermektedir. Özellikle dijital toplulukların, bireylerin ortak ilgi alanları çerçevesinde bağlantı kurmalarına imkân tanıyarak sosyal sermayeyi güçlendirdiği tespit edilmiştir (Appel, 2016). Ayrıca, bu platformların toplumsal farkındalık kampanyalarının yayılmasında (Tufekçi, 2017) ve sosyal hareketlerin örgütlenmesinde (Boykoff, 2012) kritik bir rol oynadığı çeşitli çalışmalarla desteklenmiştir. Özellikle sosyal medya platformları arasında öne çıkan çevrimiçi öğrenme platformları, insanların ilgi alanları çerçevesinde bilgiye erişimini kolaylaştırmakta ve yaşam boyu öğrenme süreçlerine katkılar sağlayabilmektedir (Greenhow ve Lewin, 2019). Yapılan araştırmalar, bu platformların her birey için eşit öğrenme fırsatları sunarak eğitimde fırsat eşitliğini artırdığını (Moghavvemi, 2017;

Zawacki-Richter vd., 2019) göstermektedir. Bu durum, sosyal medya araçlarının verimli kullanımının bireysel gelişim ve öğrenme süreçlerine katkısını ortaya koymaktadır (Moghavvemi, 2017).

Sağlık alanında ise dijital dönüşüm, bireylerin kendi sağlık durumlarını izleyebilmeleri ve yönetebilmeleri için yenilikçi çözümler sunabilmektedir. Giyilebilir teknolojiler, akıllı saatler ve sağlık izleme uygulamalarının fiziksel ve zihinsel sağlığın iyileştirilmesinde etkili olduğu (Lupton, 2020) ifade edilmektedir. Özellikle tele-tıp hizmetlerinin, sağlık hizmetlerine erişimde coğrafi engelleri ortadan kaldırarak önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir (Mills vd., 2020). Öztürk ve Öymen (2013), sağlık alanında dijital medyanın kullanılmasının kamuoyuyla iletişim kurmada ve sağlık alanında bilinçlenmeyi güçlendirmede etkili olduğunu aktarmıştır. Fisher ve Clayton (2012) ABD’de aile kliniklerindeki hastaların örneklem olarak kullanılan araştırmada, katılımcıların %56’sının doktorların dijital medyayı kullanmaları gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca katılımcıların %83’ünün dijital medyayı aktif kullandıkları, doktorlarının ise randevu oluşturma ve hatırlatma, sağlık durumlarıyla ilgili bilgi paylaşma, test sonuçlarını raporlama ya da soruların cevaplandığı bir platform olarak dijital medyayı aktif kullanmaları gerektiğini belirtmişlerdir.

Dijital platformların ekonomik alandaki etkileri de bir diğer dikkat çekici etkidir. Bu platformlar bir taraftan yeni iş modelleri ve girişimcilik fırsatları oluşturarak ekonomik büyümeyi teşvik etmekte (Shatila ve Jalloul, 2022), diğer taraftan uzaktan çalışma imkanları sunarak küresel işgücü piyasasını (Raghuram, 2003; Ferdous, 2021) dönüştürebilmektedir. E-ticaret platformlarının ise işletmelerin pazar erişimini genişlettiği ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunduğu çeşitli çalışmalarla (Andonov vd., 2021) değinilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya platformlarının olumsuz etkilerinin yanı sıra, bireylerin sosyal bağlarını güçlendirebilme, bilgiye erişimi kolaylaştırabilme ve psikolojik iyi oluşu destekleyebilme gibi önemli katkılar sunduğu söylenebilmektedir. Ancak, bu olumlu etkilerin sürdürülebilir olabilmesi için bireylerin sosyal medya platformlarını bilinçli, dengeli ve amaç odaklı biçimde kullanmaları gerekmektedir.

1.7. Davranışsal Bağımlılıklar

Bağımlılık, bireyin bir maddeye veya davranışa yönelik kontrolünü kaybettiği, sosyal, psikolojik ve fiziksel boyutları olan karmaşık bir durumdur (Sezgin ve Şimşek, 2019;

Hesse, 2006). Bu durum, bireyin bağımlısı olduğu madde veya eylemin zararlarını bilmesine rağmen onu bırakamaması ve süreklilik göstermesiyle karakterizedir (Köknal, 2001; Günüş ve Kayrı, 2010). Bağımlılık süreci genellikle bireyin iradesiyle başlamakta, ancak zamanla irade dışında devam etmektedir (Yıldırım vd., 2011). Bağımlılık, psikolojik, sosyolojik ve biyolojik tahribat oluşturan bir sağlık sorunudur (Alexander ve Schweighofer, 1988). Biyolojik açıdan, bağımlılık şiddetli bir arzuyla nükseden, istenilen elde edildiğinde bireyde geçici bir haz duygusu ve rahatlamaya sebep olabilmekte (Akers, 1991), yoksunluk durumunda ise anksiyete, yalnızlık ve depresyon gibi olumsuz duyguların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Saritepeci, 2021).

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve dijitalleşme süreci, bağımlılık kavramına yeni bir boyut kazandırmıştır. İnternet altyapısının yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler sanal dünyayla tanışmış ve birçok gündelik işlem sanal ortamlara taşınmıştır (Joshi vd., 2022). Dijital ortamların sunduğu erişim kolaylığı, hızlı enformasyon akışı ve kişiselleştirilmiş içerikler, bireylerde bağlantıda kalma ve sürekli kontrol etme dürtüsünü tetikleyerek dijital bağımlılık riskini artırmaktadır (Aslan, 2020). Sosyal medya platformları ve dijital teknolojilerin hayatımızdaki yerinin artmasıyla "dijital bağımlılık" terimi akademik yazında önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir (Arslan vd., 2015). Alanyazında dijital bağımlılık; internet bağımlılığı, sanal oyun bağımlılığı ve akıllı cihaz bağımlılığı gibi alt türlerde ele alınmaktadır (Günüş ve Kayrı, 2010; Köksal, 2015; Blachnio vd., 2016). İnternet tabanlı uygulamaların kontrolsüz ve aşırı kullanımı, bireylerin gündelik yaşamını olumsuz etkileyecek düzeyde yaygınlaşmıştır (Eryılmaz ve Çukurluöz, 2018). Dijital bağımlılığın temel belirtileri arasında; kontrolsüz internet kullanımı, gündelik sorumluluklarda ihmal, kullanım sürelerinde artış, sosyal izolasyon, uyku düzensizlikleri ve akademik/iş performansında düşüş yer almaktadır. Bu bağımlılık türü, geleneksel bağımlılıklarda olduğu gibi bireyin yaşam kalitesi üzerinde önemli olumsuz etkiler oluşturabilmektedir. Yeni nesil bağımlılık belirtileri (Köksal, 2015; Greenhow ve Lewin, 2019; Saritepeci, 2021) temelde altı alt madde de değerlendirilmektedir. Bu maddeler; Bireylerin kontrolsüz bir şekilde internet bağlantısını sürekli kontrol etme ve kullanma ihtiyacı hissetmesi, Gündelik hayattaki iş, okul, sorumluluk gibi rutin işlerin, görevlerin yerine getirmede isteksizlik hissi, Dijital medya, dijital uygulamalar ve oyun kullanım sürelerinde sürekli artış olması, zamanın kontrolsüz şekilde bu araçlarda harcanması, Bağımlı bireylerin sürekli kendi odalarında dijital platformlarda ve diğer dijital

uygulamalarda zaman geçirme hissi, sosyal izolasyon ve duygusal sorunların ortaya çıkması, Sürekli uykusuz, yorgun hissetme ve gözlerde kızarma, göz sorunları gibi fiziksel sağlık problemlerin görülmeye başlanması, Dijital medya, oyun veya dijital uygulamalarının iş, okul performansında düşüş veya sosyal ilişki kurmada isteksizlik, olumsuzluk hissi gibi durumlardır.

Yeni nesil bağımlılık, modern yaşamın getirdiği dijitalleşme süreciyle ortaya çıkan bir bağımlılık türü olarak tanımlanmaktadır (Lozano-Blasco vd., 2022). Dijital bağımlılık olarak da adlandırılan bu olgu, dijital araçların ve uygulamaların aşırı ve kontrolsüz kullanımı sonucunda ortaya çıkmaktadır (Blachnio vd., 2016; Savcı ve Aysan, 2017). Bu bağımlılık türü, geleneksel bağımlılıklardan farklı olarak bireyleri maddeye değil; teknolojiye, sanal platformlara ve dijital cihazlara (akıllı telefon, tablet, bilgisayar, akıllı saat, akıllı televizyon vb.) yönlendirmektedir (Aslan, 2020: 212–213). Çift yönlü etkileşim ortamı sağlayan sanal platformlar (Shensa, 2018), akıllı telefonlar (Panova ve Carbonell, 2018), sanal oyunlar (Rajan vd., 2018) ve video akış platformları (Aalbers vd., 2019) bu bağımlılık türünün ana unsurlarını oluşturmaktadır.

Yeni nesil bağımlılıkların arkasındaki önemli psikolojik mekanizmalardan biri dopamin dürtüsüdür. Dijital ortamlar, kısa vadeli ve sık tekrarlanan ödül mekanizmaları (beğeni almak, seviye geçmek, yeni içerik keşfetmek vb.) aracılığıyla bireylerde dopamin salgısını tetiklemekte ve bu da bağımlılık döngüsünü güçlendirmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017; Brailovskaia ve Teichert, 2020). Araştırmalar, dünya genelinde dijital platformlara bağımlı birey sayısının giderek arttığını göstermektedir.

We Are Social (2024) raporuna göre 2024 yılında dünyada 8.08 milyar insan yaşamakta olup, bu insanların %66'sından fazlasının (5.35 milyar) internet erişimi bulunmaktadır. Dünya nüfusunun 5.61 milyarı (%69.4) akıllı mobil cihaz kullanmakta ve 5.04 milyar insan (%62.3) sosyal medya kullanmaktadır. Ortalama bir sosyal medya kullanıcısı günde 6 saat 40 dakika bu platformlarda zaman geçirmekte olup, kullanıcıların %94.7'si mesajlaşma hizmetlerinden yararlanmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin sağladığı faydaların yanı sıra kontrolsüz kullanım, bireylerde çeşitli olumsuz etkilere yol açabilmektedir (Aalbers vd., 2019). Dijital platformlarda geçirilen sürenin artması, bireylerin beğeni ve takipçi sayısına bağlı onay arayışı içine girmesine neden olabilmekte (Kuss ve Griffiths, 2017; Brailovskaia ve Teichert, 2020), bu durum stres, sosyal kıyaslama, anksiyete ve kişisel tatminsizlik gibi problemlere sebep

olabilmektedir (Shensa vd., 2018). Benzer şekilde dijital ortamlarda oynanan oyunlar bireylerin gerçek dünyadan kopmasına, sosyal ilişkilerin zayıflamasına ve akademik/iş performansında düşüşe yol açabilmektedir (Siddiqui ve Singh, 2016). Video akış platformlarında içerik tüketimi ise dikkat bozukluğu (Ra vd., 2018; Yeung vd., 2022), uyku düzensizlikleri (Abdalqader, 2018) ve zaman yönetimi problemleri yaratabilmektedir.

1.7.1. Akıllı Cihaz Bağımlılığı

Akıllı cihaz bağımlılığı, bireylerin akıllı telefon, tablet ve diğer dijital cihazlara aşırı bağımlılık geliştirdiği bir durumdur. Akıllı televizyon gibi cihazların önünde uzun süre vakit geçirmek, pasif bağımlılığa yol açarak bireylerin psiko-sosyal hayatını olumsuz etkileyebilmekte ve hareketsiz bir yaşam tarzına sebep olabilmektedir (Kubey ve Csikszentmihalyi, 2002). Televizyon ayrıca, bireyleri hazır tüketici konumuna getirerek sorgulama yeteneklerini köreltebilmekte ve sosyal çevrelerine karşı duyarsızlaşmalarına neden olabilmektedir (Arık, 2020).

Akıllı telefon bağımlılığı ise cihazları sürekli elde tutma, uygunsuz zamanlarda kontrol etme ihtiyacı ve yokluğunda huzursuzluk hissetme şeklinde tanımlanmaktadır (Zhu vd., 2024; Azizi, 2024). Bireyler akıllı telefonları daha çok dijital platformlarda zaman geçirmek, oyun oynamak, içerik tüketmek ve iletişim kurmak amacıyla kullanmaktadır (Pirwani ve Szabo, 2024; Obee, 2012). Aljomaa vd. (2016) araştırmasında gençlerin %48'inin akıllı telefon bağımlısı olduğunu tespit etmiştir. İnternet kullanım süresi arttıkça dijital platform bağımlılığının da arttığı görülmekte (Tektaş, 2014; Kırık vd., 2015) ve bireyler akıllı cihazlarını özellikle sosyal medya platformlarında zaman harcamak için kullanmaktadır (İnce ve Koçak, 2017).

Akıllı cihaz bağımlılığının altında merak, takip etme arzusu, beğenilme ihtiyacı gibi psikolojik faktörler yatmaktadır (Brailovskaia ve Teichert, 2020). Bu bağımlılık; gündelik sorumlulukların ihmal edilmesine (Yogesh vd., 2024a), FOMO (Fear of Missing Out) sendromuna, sosyal ilişkilerin zayıflamasına ve akademik performansta düşüşe yol açabilmektedir (Azizi, 2024; Morsi, 2025). Bağımlı bireyler, sürekli bildirim kontrol etme ihtiyacı hissetmekte (Yogesh vd., 2024b), mesajlaşma platformlarında uzun süre vakit geçirmekte (Xie ve Luo, 2024), uyku düzenleri bozulmakta (Luo, 2025) ve telefonsuz kaldıklarında kaygı yaşamaktadırlar (Zhong vd., 2025). We Are Social (2024)

verilerine göre Türkiye'de 86.04 milyon kişinin 80.69 milyonu (%93.8) cep telefonu kullanmaktadır. TÜİK (2024) verileri ise çocukların %76.1'inin akıllı telefon sahibi olduğunu, bu çocukların %32.6'sının cihazlarını en az 30 dakikada bir kontrol etme ihtiyacı hissettiğini göstermektedir. Çocukların büyük çoğunluğu akıllı telefonları internette gezinmek, iletişim kurmak ve video içerikleri izlemek için kullanmaktadır. Bireyler yemek yerken, televizyon izlerken, toplantılarda hatta araç kullanırken bile telefonlarıyla ilgilenmektedir (Lennon vd., 2017). Aşırı telefon kullanımı "nomofobi" (telefonsuz kalma korkusu), "textiety" (mesajlara anında yanıt verme zorunluluğu) ve "txtaphrenia" (bildirim geldiği hissiyle sürekli telefonu kontrol etme) gibi yeni psikolojik durumlar ortaya çıkarmıştır (Semerci, 2019; Jahagirdar, 2021; Ögel, 2020; Alinejad, 2022). Araştırmalar, yoğun akıllı telefon kullanımının stres, depresyon ve düşük öz-saygı ile ilişkili olduğunu göstermektedir (Elhai vd., 2016; Panova ve Lleras, 2016). Günde 2 saatten fazla dijital medya kullanımı yüksek depresif semptom riski taşıırken (Twenge vd., 2018b; Krasnova vd., 2015), ekran dışı aktiviteler ise psikolojik refahla pozitif ilişkilidir (Twenge vd., 2018a). Akıllı cihazlar "phubbing" (telefonla meşgul olup karşıdakini görmezden gelme) davranışına yol açmakta, bu durum iletişim kalitesini düşürmektedir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016). Dwyer vd. (2018) araştırması, sohbet esnasında masada telefon bulunmasının bile dikkat dağıttığını ve iletişim kalitesini olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur. Bu durum, sosyal etkileşimlerde dikkat dağınıklığına ve ilişkisel doyumun azalmasına sebep olmaktadır.

1.7.2. Dijital Oyun Bağımlılığı

Dijital oyunlar, başlangıçta eğlence amacıyla kullanılan araçlar olarak görülse de kontrolsüz ve aşırı kullanım bireylerde bağımlılık davranışı oluşturabilmektedir (Bao vd., 2024). Özellikle dijital çok oyunculu oyunlar, kullanıcıları ekranlara fazlaca bağlayarak hem fiziksel hem de sosyo-psikolojik sağlığını etkileyebilmektedir (Shahid vd., 2025; Gavcar vd., 2024). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) bu durumu, bireyin ilgi alanlarını ve gündelik sorumluluklarını belirlemede güçlük oluşturan, sürekli tekrarlanan ve yaşamı önemli ölçüde olumsuz etkileyen bir davranış paterni olarak tanımlamakta ve bir ruh sağlığı sorunu olarak kabul etmektedir. Bağımlılığın temel belirtileri arasında oyun oynama sıklığı, yoğunluğu ve süresinde denetim kaybı, günlük faaliyetlere kıyasla oyuna

öncelik verilmesi ve karşılaşılan olumsuz sonuçlara rağmen bu davranışın sürdürülmesi yer almaktadır (Sağlam ve Turan, 2024).

Küresel ölçekte bakıldığında, We Are Social (2024) raporuna göre dünya nüfusunun %32,4'ü aktif olarak dijital oyun uygulamaları kullanmaktadır. Türkiye özelinde ise TÜİK (2024) verileri, 6-15 yaş arası çocukların %74'ünün çevrimiçi oyun oynadığını göstermektedir. Bu grubun %90,8'i düzenli olarak dijital oyun oynadığını ifade etmektedir. Oyun oynama süreleri incelendiğinde, düzenli oyuncuların %41,8'inin hafta sonları, %25,6'sının ise hafta içi günde iki saatten fazla vakit ayırdığı görülmektedir. Demografik dağılımda cinsiyet ve yaş gruplarına göre farklılıklar dikkat çekmektedir. Erkek çocuklarda oyun oynama oranı %82,8 iken, bu oran kız çocuklarında %64,8'dir. Yaş gruplarına göre ise 6-10 yaş aralığındaki erkek çocukların %80,6'sı, kız çocukların %70,6'sı; 11-15 yaş aralığındaki erkek çocukların %85'i, kız çocukların ise %58,7'si çevrimiçi oyun oynamaktadır.

Bağımlılık davranışının yaygınlığını gösteren bulgular oldukça çarpıcıdır. Çevrimiçi oyun oynayan çocukların %46,3'ü ailelerinden oyunda çok fazla zaman geçirdikleri yönünde sürekli uyarı aldıklarını belirtmiştir. Ayrıca, katılımcıların %40,1'i planlanan süreden daha fazla oyun oynadığını, %35,6'sı oyunun günlük sorumluluklarını (ödev, aile ile zaman geçirme vb.) aksattığını, %29,9'u oyun için gereğinden fazla zaman harcadığını ve %23,4'ü ise oyun oynamadığı zaman kendisini mutsuz ve huzursuz hissettiğini ifade etmiştir.

Dijital oyun bağımlılığının artmasında internet teknolojisindeki (Web 1.0'dan Web 2.0'a geçiş) gelişmeler ve bilgisayar, akıllı telefon, tablet gibi cihazlara erişimin kolaylaşması önemli bir rol oynamaktadır (Yogesh vd., 2024a; 2024b). İnsanların hayatını dijitalleştirerek yeniden inşa eden birden çok online oyunun boş vakit geçirme, stres atma gibi pozitif işlevleri olduğu ifade edilse de (Şahin ve Muslu, 2024) çoğu oyun şiddet ögesi barındırmakta ve bu öğeleri özendirilmektedir (Bao vd., 2024; Sağlam ve Turan, 2024). Öte yandan, oyunların sosyal etkileşim, başarı hissi, rekabet ve kazanma duygusu gibi psikolojik mekanizmalarla tasarlanmış olması, bireylerde yoğun duygusal deneyimler yaratarak bağımlılık potansiyelini artırmaktadır (Almulla vd., 2024; Shahid vd., 2025). Kazanma/kaybetme olgusuna bağlı olarak geliştirilen şiddet alt yapılı online oyunlarda yenilen bireylerin daha fazla hırs yapabildiği ve bu durumun öfke ile saldırgan eylemleri tetikleyebildiği belirtilmektedir (Burak ve Ahmetoğlu, 2015). Özellikle çok

oyunculu çevrimiçi oyunların sunduğu sosyal bağlantılar, kullanıcıların sanal dünyaya daha derin bir şekilde bağlanmasına yol açabilmektedir (Irmak ve Erdoğan, 2015).

Dijital oyunların etkileri değerlendirilirken dengeli bir bakış açısı benimsemek gerekmektedir. Literatürde, geliştirici ve eğitici oyunların kontrollü kullanımının bireylerin bilişsel ve sosyal gelişimine katkı sağlayabileceği, stratejik oyunların problem çözme becerilerini geliştirebileceği ve çok oyunculu oyunların takım çalışması ruhunu güçlendirebileceği belirtilmektedir (Almulla vd., 2024; Kozlov vd., 2024; Larreina-Morales ve Mangiron, 2024). Ancak olumlu potansiyelin yanı sıra, özellikle aşırı ve kontrolsüz oyun oynamanın ciddi olumsuz sonuçları bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar, oyuna ayrılan süre arttıkça bireylerin anti-sosyal ve saldırgan eğilimlerinin artabildiğini (Kars, 2010; Güler, 2021), sosyal çevre, aile ve okul ilişkilerinin olumsuz etkilenebildiğini (Koçak ve Köse, 2014) ortaya koymaktadır. Bireyde saldırgan davranışların gelişmesinde sosyal çevre, aile ve bireysel faktörler de etkili olmakla birlikte (Kaplan ve Aksel, 2013), çevrimiçi dünyada oynanan oyun türü veya bireyin bağımlılık düzeyi, çevresine veya kendisine karşı olumsuz davranışlar sergilemesine neden olabilmektedir (Torun vd., 2015). Şiddet içerikli oyunlarda karakterlerin sürekli mücadele etmesi ve şiddetin normalleştirilmesi, bireylerin gerçek yaşamda da bu davranışları sergileme eğilimini artırabilmektedir (Karaaslan, 2015; Toksöz, 1999). Ayrıca, çevrimiçi oyun bağımlılığı ile öz saygı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu; bağımlılık düzeyi arttıkça bireylerin öz saygılarının azalma eğilimi gösterdiği tespit edilmiştir (Yang vd., 2021; Lemmens vd., 2022).

1.7.3. Uygulama Bağımlılığı

Sosyal medya platformlarındaki etkileşimler (paylaşım, beğeni, yorum vb.) kullanıcıların duygu durumları üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Araştırmalar, bu tür dijital etkileşimlerin dopamin salımını tetiklediğini ve bunun bireylerde geçici bir haz duygusu oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Macit, 2018). Bu haz duygusu, kullanıcıları platformlarda daha fazla zaman geçirmeye ve içerik üretmeye yönelten bir pekiştirme döngüsü oluşturmaktadır (Nandiraju ve Verma, 2023; Nakirikanti, 2025). Zamanla bu döngü, bireylerin sürekli bildirim kontrol etme alışkanlığı kazanmasına ve sosyal medya bağımlılığının oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Griffiths, 2018).

Netflix, YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, Twitter ve WhatsApp gibi platformlar, kullanıcıları uzun süre ekran başında tutmak üzere tasarlanmış algoritmalarla sahiptir. Bu algoritmalar, değişken oranlı pekiştirme sistemine benzer şekilde çalışarak kullanıcıların platformlarda geçirdiği süreyi artırmaktadır (Nakirikanti, 2025). Böylece bireylerdeki sürekli merak ve çevrimiçi kalma arzusu (Macit, 2018) zaman yönetimini zorlaştırmakta, günlük sorumlulukların yerine getirilmesini güçleştirmektedir. Bu durumun temelinde dijital platformların kişiselleştirilmiş içerik üretim süreçleri yer almaktadır. Platformlar, kullanıcıların davranışlarını analiz eden algoritmalar sayesinde ilgi alanlarına yönelik içerikler sunmakta ve bu sayede kullanıcıların dikkatini uzun süre koruyabilmektedir (Nadeem ve Ahmed, 2022). Örneğin TikTok'un "Sizin İçin" sayfası, yapay zekâ aracılığıyla kullanıcı tercihlerini hızla öğrenerek içerikleri kişiye özel hâle getirmektedir. Bu durum, sağlıksız bir kullanım biçimini teşvik ederek bağımlılık özellikleri gösteren davranışların ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Montag vd., 2021).

Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, bireylerin medya araçlarını belirli ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla kullandıklarını öne sürer (Whiting, 2013). Bu kuram, bireylerin medya kullanımını eğlenme, bilgi edinme, güdülenme, kimlik kazanma ve sosyal entegrasyon gibi beş temel ihtiyaç üzerinden açıklar (Ezumah, 2013). Dolayısıyla Twitter, Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok ve YouTube gibi platformlar; eğlence, duygusal doyum, sosyal ilişki kurma ve kendini ifade etme gibi gereksinimlerin karşılandığı dijital alanlara dönüşmüştür (Kamboj, 2020). Bu mecralarda içerik oluşturma, paylaşma ve etkileşime girme davranışları bireyler için güçlü bir motivasyon kaynağıdır. Sosyal ağları genişletme, yaratıcılığını sergileme veya şöhret arayışı da kullanıcıları bu platformlarda daha fazla vakit geçirmeye yönlendirmektedir (Shao ve Lee, 2020). We Are Social (2024) verilerine göre dünya genelinde kullanıcılar günde ortalama 6 ila 7 saatini çevrimiçi geçirirken, bu sürenin büyük kısmı dijital platformlarda içerik tüketimiyle geçmektedir. Özellikle 18–34 yaş arası bireylerin dijital platformlarda en aktif kullanıcılar olduğu ve haftada 45 saatin üzerinde çevrimiçi oldukları bildirilmektedir (Kempt, 2024; Tektaş, 2014; Sütüloğlu, 2015; Eryılmaz ve Çukurluöz, 2018). Bu oran, bireylerin uyanık oldukları zamanın yaklaşık %40'ına denk gelmektedir (Tan, 2024). Platformların gençler arasında bu kadar popüler olmasının temel nedenleri, eğlence odaklı içerik üretimi, kişiselleştirilmiş algoritmalar ve etkileşim imkânlarıdır. Bossen ve Kottasz (2020), bireylerin dijital platformları eğlence, duygusal tatmin, içerik üretimi ve etkileşim kurma

gibi güdülerle kullandıklarını belirtmektedir. Benzer şekilde, Omar ve Dequan (2020), kullanıcıların bu platformlarda sorumluluklardan kaçma, boş zaman geçirme ve kendini ifade etme gibi amaçlarla aktif olduklarını saptamıştır.

Bu durumu açıklayan en uygun yaklaşımlardan biri Sosyal Etki Kuramıdır. Latane tarafından geliştirilen bu kurama göre, bireylerin fikir, tutum ve davranışları sosyal çevrelerinden gelen etkilere bağlı olarak değişim gösterebilir (Aranson vd., 2012). Dijital platformlar, bu etki mekanizmasını güçlendirerek yanlış bilgi yayılımı, ideolojik yönlendirme ve manipülasyon gibi alanlarda kullanılmaktadır (Montag vd., 2021). Platformların cazibesini artıran bir diğer unsur da ücretsiz ve erişilebilir hizmet sunmalarıdır. Örneğin WhatsApp gibi mesajlaşma uygulamaları, maliyet gerektirmeden sürekli iletişim olanağı sağlayarak kullanıcı bağlılığını güçlendirmektedir. Ancak bu durum, bireylerin günlük yaşam rutinlerini olumsuz etkileyebilmekte; sürekli içerik tüketimi ve çevrimiçi olma arzusu zihinsel, fiziksel ve psikolojik sorunlara yol açabilmektedir (Wang vd., 2021). Sürekli etkileşim arzusu, sosyal kaygı ve olumsuz değerlendirilme korkusunu da tetikleyebilmektedir (Yuan vd., 2020b). Etkileşim kaygısı yüksek bireyler, sosyal çevrelerini tehdit olarak algılayabilir ve sosyal ilişkilerden kaçınma eğilimi gösterebilirler. Essau vd. (2014), genç bireylerin %30'undan fazlasının sosyal etkileşim kaygısı yaşadığını tespit etmiştir. Yalom ve Roth (2021) ise bu bireylerin aile ve arkadaş ilişkilerinde güçlük yaşadığını vurgulamaktadır. Sosyal medya platformlarının bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımı yalnızlık hissini artırmakta, akademik performansı ve sosyal ilişkileri olumsuz etkilemektedir (Thomas, 2020). Ayrıca etkileşim kaygısının büyük depresif bozukluk (Dutta vd., 2018), madde kullanımı ve anksiyete bozukluklarıyla ilişkili olduğu da saptanmıştır (Seabrook vd., 2016).

1.7.4. Bir Uygulama Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığı, bireyin dijital platformları kontrolsüz biçimde kullanması, kullanım süresini sınırlamakta güçlük çekmesi ve çevrimdışı yaşamındaki sorumlulukları ihmal etmesiyle karakterize edilen davranışsal bir bağımlılık türüdür (Griffiths, 2018). Bu tür bağımlılık, bireyin sosyal medya etkileşimlerinden aldığı haz ve tatmin duygusunun giderek artmasıyla pekişmekte, kullanıcıların zamanla bu platformlara duygusal ve psikolojik bir bağlılık geliştirmesine yol açmaktadır (Macit, 2018; Nandiraju ve Verma, 2023). Bu bağımlılık, platformların algoritmik yapıları ve psikolojik mekanizmalar

aracılığıyla tetiklenmekte ve kullanıcıların davranışlarını derinden etkilemektedir. Sosyal medya platformları, kullanıcıların dopamin salınımını tetikleyerek geçici bir haz duygusu oluşturmakta (Macit, 2018), bu da onları platformlarda daha fazla zaman geçirmeye ve içerik üretmeye yönlendiren bir pekiştirme mekanizması yaratmaktadır (Nandiraju ve Verma, 2023; Nakirikanti, 2025). Bu durum, kullanıcıları sürekli bildirimleri kontrol etme davranışına itmekte ve bağımlılığın oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Griffiths, 2018). Özellikle TikTok, Instagram, Facebook gibi platformlar, değişken oranlı pekiştirme sistemine benzer algoritmalarla kullanıcıları uzun süre ekran başında tutmayı hedeflemekte (Nakirikanti, 2025), bu da zaman yönetimini zorlaştırarak gündelik sorumlulukların aksamasına neden olabilmektedir (Macit, 2018).

Bağımlılığın psikolojik temelleri, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı çerçevesinde anlaşılabilir. Bireyler, sosyal medyayı eğlenme, bilgi edinme, kimlik kazanma ve sosyal entegrasyon gibi belirli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullanmakta ve bu doyum hissi, davranışın süreklilik kazanmasına yol açmaktadır (Ezumah, 2013; Whiting, 2013: 362-364). Dolayısıyla bu ihtiyaçların platformlarda aşırı derecede karşılanması, bağımlılık davranışının gelişmesine yol açabilmektedir. Platformların, kullanıcıların ilgi alanlarına göre içerik sunan algoritmaları (örneğin TikTok'un "Sizin İçin" sayfası), bireyleri daha sürükleyici bir deneyime çekmekte (Nadeem ve Ahmed, 2022) ve sağlıklı bir kullanım döngüsü yaratabilmektedir (Montag vd., 2021). Ayrıca, bireylerin sosyal çevrede kabul görme endişesi, kendini gösterme isteği ve duygusal kaçış arayışı gibi psikolojik faktörler de bağımlılığı tetikleyebilmektedir (Macit vd., 2018: 108-110; Aslan, 2020: 152-155). Depresyon, sosyal kaygı, çekingen kişilik ve iletişim becerilerindeki zayıflık gibi özellikler, bireyleri dijital platformlara yönelterek bağımlılık riskini artırabilir (Kayri ve Günüş, 2009: 19; Tutgun-Ünal ve Deniz, 2015: 52). Dijital bağımlılığın bir diğer açıklaması sosyal etki kuramı çerçevesinde ele alınabilir. Latane'nin (1981) sosyal etki kuramına göre bireylerin düşünce, tutum ve davranışları sosyal çevrelerinin etkisi altında değişmektedir (Aronson vd., 2012). Bu bağlamda dijital platformlar, kullanıcıların tutumlarını, davranışlarını ve hatta dünya görüşlerini etkileyen güçlü araçlara dönüşmüştür. Reklam, pazarlama ve siyasal kampanyalarda bu etki mekanizması sıklıkla kullanılmakta; kullanıcıların farkında olmadan belirli tutumlara yönlendirilmesine zemin hazırlanmaktadır (Montag vd., 2021).

Öte yandan sosyal medya bağımlılığının en dikkat çeken sonuçlarından biri, "dijital çelinme" olarak adlandırılan odak kaybıdır. Bu durum, bireylerin herhangi bir işle meşgulken anlamsız ve zamansız bir şekilde dijital cihazlara yönelmesi olarak tanımlanır (Vermaat vd., 2017; Aagard, 2017). Dijital çelinme, özellikle eğitim ortamlarında öğrenme sürecini olumsuz etkilemekte (Sayan ve Yıldız, 2021) ve dijital bağımlılıkla anlamlı bir ilişki göstermektedir (Awofala vd., 2020; Kurt vd., 2021; Rostaminejad vd., 2022). Bağımlı bireylerde dikkat dağınıklığı ve odaklanma sorunları yaygın olarak görülmektedir (Karataşlıoğlu ve Özkanal, 2023). Öte yandan genç kullanıcılar, dijital platformlarda en yoğun içerik tüketen grubu oluşturmaktadır. We Are Social (2024) verilerine göre, 18–44 yaş aralığındaki bireylerin %70'inden fazlası aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Özellikle 18–34 yaş grubundakilerin %69,4'ü TikTok'ta aktiftir. Kullanıcılar günde ortalama 6 saat 36 dakika dijital platformlarda vakit geçirmekte, bu süre zarfında video izleme, müzik dinleme, çevrimiçi alışveriş yapma ve sosyal medya etkileşimleri gibi çeşitli aktivitelerde bulunmaktadır (Kemp, 2024; Tektaş, 2014; Eryılmaz ve Çukurluoğlu, 2018). TÜİK (2024) verilerine göre de, çocukların %66,1'inin dijital platformları kullandığını ve bu kullanımın %97,9 oranında düzenli olduğunu göstermektedir, bu da bağımlılık potansiyelini işaret etmektedir. Bu veriler, bireylerin uyanık oldukları sürenin yaklaşık %40'ından fazlasını çevrimiçi geçirdiklerini göstermektedir, ki bu oran bağımlılığın yaygınlığını ortaya koymaktadır (Tan, 2024).

Bir diğer önemli etki, "gelişmeleri kaçırma korkusu" (FOMO – Fear of Missing Out) dur. FOMO, kullanıcıların çevrimdışı olduklarında kaçırdıkları fırsatlarla aşırı meşgul olmaları olarak tanımlanır (Alutaybi vd., 2019; Wang vd., 2021). Sosyal medya platformlarının ücretsiz ve kolay erişilebilir yapısı, bağımlılığın sürdürülmesinde önemli bir diğer etkidir. Özellikle WhatsApp gibi anlık mesajlaşma uygulamaları, sürekli iletişim hâlinde olma isteğini beslemekte ve bireylerde çevrimdışı kalma kaygısını tetiklemektedir. Yapılan araştırmalar etkileşim kaygısı yüksek olan bireyler, sosyal tehditlere karşı daha duyarlı olmakta ve çevresini tehdit unsuru olarak algılayabilmektedir (Yuan vd., 2020a). Bu durum, sosyal korkuların artmasına ve kaygılı davranış kalıplarının pekişmesine neden olabilmektedir. Essau vd. (2014) çalışmalarında gençlerin %30'undan fazlasının sosyal etkileşim kaygısı yaşadığını saptamıştır. Benzer şekilde Yalom ve Roth (2021), yüksek kaygı düzeyine sahip bireylerin aile ve arkadaş ilişkilerini sürdürmekte güçlük çektiğini belirtmektedir. Bu durum, sosyal medyaya sorunlu bağlanmanın bir türü

olarak kabul edilmekte ve uyku eksikliği, yaşam doyumunda azalma, duygusal gerginlik, kaygı ve fiziksel refahın düşmesi gibi olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir (Cham vd., 2019; Altuwairiqi vd., 2019). Bağımlı bireyler, platformları kontrolsüz bir şekilde kullanma eğilimindedir (Hou, 2019: 534) ve bu durum fiziksel, duyuşsal, kişilerarası ve psikolojik sorunlarla ilişkilendirilmektedir. Diğer bağımlılıklarda olduğu gibi, bilişsel, duygusal ve davranışsal meşguliyet ile ani ruh hali değişimleri gözlemlenebilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2012). Dolayısıyla, sosyal medya bağımlılığı, platformların tasarımından kaynaklanan algoritmik ve psikolojik mekanizmalarla güçlendirilen ciddi bir davranışsal sorundur (Nandiraju ve Verma, 2023). Bireylerin psikolojik ihtiyaçları ve zayıflıkları, bu bağımlılığın gelişiminde kritik bir rol oynamakta ve sonuçları dijital çelinme, FOMO ve çeşitli psiko-sosyal riskleri içermektedir (Vermaat vd., 2017; Alutaybi vd., 2019). Bu nedenle dijital okuryazarlık, zaman yönetimi ve farkındalık temelli önleyici stratejilerin geliştirilmesi önem taşımaktadır (Thomas, 2020; Seabrook vd., 2016).

2. BÖLÜM: MAHREMİYET

2.1. Mahremiyetin Tanımı

Mahremiyet kavramı, Arapça *haram* kökünden türemiş olup, “korunması gereken, özel ve dokunulmaz olan alan” anlamına gelmektedir. Haram" dinen yapılması yasak olan şey anlamına gelirken, "mahrem" ise gizli olan, başkalarına söylenmeyen, öğrenilmesi veya görülmesi yasak olan şey anlamını taşımaktadır (Karaman vd., 2016). Türk Dil Kurumu'na (2024) göre mahremiyet, “kişinin özel yaşamı, gizlilik alanı ve başkalarıyla paylaşılmaması gereken durumlar” şeklinde tanımlanmaktadır. Aynı kökten gelen *mahrem* kelimesi “yakın, gizli, başkalarına söylenmeyen şey” anlamına gelir. “Haram” kavramından türeyen bu terim, dinî açıdan “öğrenilmesi veya görülmesi yasak olan, dokunulmaz” şeyleri ifade etmektedir (Karaman vd., 2016). Dolayısıyla mahremiyet hem dinî hem de toplumsal değerler açısından sınırların korunmasıyla ilişkilendirilen bir kavramdır. Oxford English Dictionary (2022) mahremiyeti “bireyin yaşamına ve bilgilerine dış müdahale olmaksızın yaşama hakkı” olarak açıklarken; Cambridge Dictionary (2024) bu kavramı “kişisel hayatını gizli tutma ve başkaları tarafından rahatsız edilmeden yaşama hakkı” biçiminde tanımlar. Sami (1899) Osmanlıca-Türkçe sözlüğünde (*Kamus-ı Türkî*) mahremiyet kavramını, gizli olma, sır sahibi olma, müdahale edilmeme durumu” gibi anlamlarda kullanmıştır. Etimolojik olarak mahremiyet, bireyin kendi sınırlarını belirleme, özel alanını koruma ve dış müdahalelere karşı mesafe koyma davranışını ifade eder. Bu yönüyle mahremiyet yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda psikolojik, sosyal, kültürel ve dijital boyutları olan çok yönlü bir olgudur (Altman, 1975; Petronio, 2002; Nissenbaum, 2004).

Mahremiyet kavramının alanyazında net bir tanımını yapmak oldukça güçtür, zira bu kavram zaman, mekân, kültür ve toplumsal yapıya bağlı olarak sürekli bir dönüşüm ve anlam genişlemesi içindedir (Yüksel, 2003; Solove, 2008; Giddens, 2018). Örneğin Cüceloğlu (2016: 96) mahremiyet durumunu kültürelenden kültüre, toplumdan topluma, coğrafi bölgeye göre farklılık gösterebileceğini şöyle bir gözlemlerle aktarmaktadır: “Kaliforniya’da bir çocuk parkında üç buçuk yaşlarındaki kızının yaptığı bir şeyden çok etkilenen annenin kızını öpmek için ondan izin isteyişini hatırlıyorum. Annenin kızının önünde diz çöküşünü ve ona “Kızım seni kucaklamak, öpmek istiyorum, izin verir misin?” diye soruşuna çok hayret etmiştim. Bireyselliğin ağır bastığı bir toplumda bu davranış

normal olabilirdi. Oysa benim içinde yetiştiğim toplumda biz istediğimiz anda, çocuğu hiç sormadan kucaklar ve bazen çocuğun isteğinin tersine, onun karşı koymasına rağmen, onu şapur şupur öperdik. Bunun doğal sonucu olarak bu iki kültürde yetişen bireyler, bedenleri hakkında birbirlerinden farklı sınırlara ve sorumluluk bilincine sahip olacaklardır.”

Kavramın bu denli çok boyutlu olması, onu disiplinlerarası bir inceleme alanı haline getirmiştir. Felsefi açıdan mahremiyet, “özgürlük” ve “kendilik bilinci” kavramlarıyla ilişkilendirilmiştir. John Stuart Mill (1859), bireyin yaşamına dış müdahalenin sınırlandırılmasını özgürlük alanının ön koşulu olarak değerlendirirken; Hannah Arendt (1958), mahremiyeti kamusal yaşamın karşısında yer alan, bireyin iç dünyasına ait özel bir alan olarak tanımlamıştır. Sosyolojik açıdan mahremiyet, toplumsal normlar ve kültürel değerler çerçevesinde şekillenir. Sosyolog Erving Goffman (1959), bireyin toplumsal yaşamında “sahne önü” ve “sahne arkası” ayrımıyla mahremiyetin, bireyin kendini ne zaman, nerede ve kime göstereceğine dair bir sınır çizme süreci olduğunu belirtmiştir. Psikoloji disiplinde mahremiyet, bireyin kişisel alanına yapılan müdahalelerin stres, kaygı ve güven duygusu üzerindeki etkileriyle ilişkilendirilir (Altman, 1975). Hukuk alanında ise mahremiyet, “özel hayatın gizliliği” ilkesi çerçevesinde bireyin kişisel verilerinin, iletişimlerinin ve yaşam alanının korunması hakkı olarak tanımlanır (Warren ve Brandeis, 1890; Özdemir, 2019). İletişim biliminde mahremiyet, bireylerin kişisel bilgilerini kimlerle, hangi koşullarda ve ne ölçüde paylaştıklarıyla ilgilidir (Petronio, 2002).

Öte yandan batı düşüncesinde mahremiyetin modern anlamda kuramsallaşması, Warren ve Brandeis’in (1890) “The Right to Privacy” adlı çalışmasıyla başlamıştır. Bu çalışmada mahremiyet “yalnız kalma hakkı” (*the right to be let alone*) olarak tanımlanmıştır. Alan Westin (1967) mahremiyeti, “bireyin kendisine ilişkin bilgilerin ne zaman, nasıl ve ne ölçüde paylaşıldığını kontrol etme hakkı” olarak açıklamış; Helen Nissenbaum (2004) ise bu tanımı “bağlamsal bütünlük” kavramıyla derinleştirerek mahremiyetin yalnızca bireysel değil, toplumsal bir bağlamda da anlaşılması gerektiğini savunmuştur.

Dolayısıyla günümüz dijital çağında mahremiyet, fiziksel sınırların ötesine geçerek dijital veriler, çevrimiçi kimlikler ve gözetim pratikleriyle yakından ilişkili hale gelmiştir. Shoshana Zuboff (2019), dijital mahremiyetin “gözetim kapitalizmi” sürecinde tehdit altında olduğunu ileri sürmektedir. Gözetim kapitalizmi, bireylerin dijital ortamda

bışaktıkları izlerin ekonomik bir değere dönüştürölmesi ve bu verilerin şirketler tarafından davranışsal tahminler üretmek amacıyla kullanılması sürecidir. Luciano Floridi (2015) dijital çağda mahremiyetin, bireyin “bilgi kimliğini koruma hakkı” anlamına geldiğini vurgularken; Van Dijck (2018) ve Andrejevic (2020) mahremiyetin artık yalnızca bireysel değil, aynı zamanda etik ve politik bir mesele haline geldiğini belirtmektedir.

Mahremiyet aynı zamanda temel bir insan hakkıdır. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 12. maddesinde “Hiç kimsenin özel yaşamına, ailesine, konutuna ya da haberleşmesine keyfi müdahale yapılamaz” denmektedir (Dolgun, 2008). Bu ifade, mahremiyetin yalnızca bireysel bir tercih değil, insan onurunun ve demokratik yaşamın korunması için evrensel bir gereklilik olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda mahremiyet, bireyin fiziksel, psikolojik, toplumsal ve dijital sınırlarını koruma ihtiyacını kapsayan çok boyutlu bir kavramdır (Dolgun, 2008). Tanımı disiplinlere, kültürlere ve dönemlere göre farklılaşsa da özü itibarıyla mahremiyet, bireyin kendine ve çevresine dair sınırlarını belirleme hakkını temsil etmektedir (Barkuş ve Koç, 2019). Mahremiyetin tarihsel kökenleri, kültürel bağlamlarda nasıl biçimlendiği ve farklı dönemlerde nasıl anlam kazandığı ise çalışmanın bir sonraki bölümünde, “Mahremiyetin Tarihsel Gelişimi” başlığı altında ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

Mahremiyet kavramı evrensel ve sabit bir anlam taşımadığı aksine, antik dönemden modern çağa kadar toplumların ahlaki, sosyo-kültürel ve siyasi yapıları çerçevesinde sürekli bir dönüşüm geçirdiği görülmektedir (Thompson, 2011). Antik dönemden itibaren

mahremiyet, devletlerin ahlaki anlayışları ve sosyo-kültürel yapıları çerçevesinde değerlendirilmiş; bu bağlamda hem Batı hem de Doğu medeniyetlerinde farklı biçimlerde yorumlanmıştır (Morris, 1987). Antik Roma ve Yunan kültürlerinde özel yaşam ile kamusal yaşam arasındaki ayrım belirgin olsa da mahremiyet modern anlamda bir hak olarak görülmemektedir (Smith, 2013). Bu dönemde mahremiyetin biçimlenişi daha çok sosyal sınıf farklılıklarına ve toplumsal hiyerarşilere bağlıydı (De Coulanges, 1874). Örneğin, Roma Hukuku'nda kişisel alanlar kısmen korunmuş olsa da yönetici sınıfların bu alanlara müdahale etme hakları bulunmaktaydı (Scheidel, 2009). Kamu (*public*) ve özel (*private*) alan ayrımı hem Batı hem de Doğu kültürlerinde kadim bir geçmişe sahiptir (Condren, 2009). Bu ayrım toplumsal düzenin temelini oluşturmuş, sosyal ilişkilerin ve ahlaki sınırların belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır (Horwitz, 1981). Ancak bu ayrım, kültürler göre farklı anlamlar kazanmıştır. Çin Felsefe geleneğinde Konfüçyüsçü düşünürler, kamu ve özel alan arasındaki farklar keskin biçimde tanımlamış, ahlaki düzenin sağlanması bu ayrımın korunmasına bağlamıştır (Brindley, 2013; Kim, 2015; Welter, 2017). Antik Yunan düşüncesinde ise bu ayrım daha çok siyasal katılım ve yurttaşlık bağlamında ele alınmıştır. Bu nedenle günümüz anlamıyla “mahremiyet” kavramı ne klasik Yunan düşüncesinde ne de Orta Çağ kültürlerinde doğrudan karşılık bulmamıştır (Roessler ve Mokrosinska, 2013: 771-774).

Antik Yunan'da toplumsal yaşam, *polis* (kamusal alan) ve *oikos* (hane/özel alan) ayrımı üzerine kuruluydu (Christidēs vd., 2007; Hansen, 1993). Hane, erkeklerin, kadınların, çocukların ve kölelerin bulunduğu, aile yaşamının geçtiği ve bir bakıma mahrem alan olarak görülebilecek gizli bir alandı (Pomeroy vd., 1999). Ancak bu mahremiyet, eşitlikçi değildi. Hanenin mutlak yöneticisi erkekti ve köleler, kadınlar ile çocuklar üzerinde otorite sahibiydi (Flensted-Jensen vd., 2000). Toplumsal görünürlük ve söz hakkı ise yalnızca özgür erkek yurttaşlara aitti (Sealey, 1976). Antik Yunan toplumunda insan olarak değer görmek, kamusal alanda söz söyleme hakkına sahip olmakla özdeşleştirilmişti. Dolayısıyla kadınlar yalnızca ev içinde “görece özgür” sayılırken, kölelerin ve çocukların ise hiçbir özgür alanı bulunmamaktaydı (Morris, 1987; Hansen, 1993; Brindley, 2013; Welter, 2017). Bu katı hiyerarşik yapının, Antik Yunan tarihi boyunca değişmediği görülmektedir (Hansen, 1993).

Antik Yunan'daki bu yapının aksine, Roma kültüründe mahremiyet farklı bir şekilde algılanıyordu. Roma anlayışında, insanların "göründükleri kadar var olduklarına" dair bir

inanç hâkimdi (Russell, 2011). Bu nedenle, gizlenmesi gereken durumları ne kadar ortaya koyarlarsa, toplumda o kadar kabul görüyorlar; mahremiyet ise geriliğin ve ezikliğin sembolü olarak değerlendiriliyordu (Riggsby, 1997; Bowes, 2008). Romalı politikacı Livius Drusus'un, mimarından evini içeride olup bitenlerin dışarıdan görüneceği şekilde tasarlamasını istemesi (Carucci, 2012: 50) ve filozof Diodotus'un yıllarca köleleriyle birlikte yaşaması (McGuire, 2012: 36), "özel alan" anlayışının Roma'da geçerli olmadığını göstermektedir (Riggsby, 1997). İnsanların birbirlerini gözlemlemesi, bireylerin yüksek ahlak standartlarını sergilemesi ve kamusal kabul görmesi için bir fırsat olarak değerlendirilmekteydi (Carucci, 2012: 49). Cicero'nun eşi Terentia hakkındaki mektuplarında, onun özelliklerini övmesi veya sadakatini kaybetmesini "hırs" olarak nitelemesi, eşler arası ilişkilerin bile kamusal bir yorumlamaya ve denetlemeye açık olduğunu göstermektedir (Plutarch, 1949).

Mahremiyet kavramı kültürlerin kendi sosyo-kültürel kodlarıyla biçimlenmiştir. Dolayısıyla mahremiyet, özünde "gizlilik" ve "özel olanın korunması" anlamını taşıırken, her kültürde farklı biçimlerde yorumlanan bir toplumsal olgudur. Örneğin eski İbrani kültüründe mahremiyet, yönetime karşı bireysel bir hak olarak düşünülse de bu hak açık biçimde tanımlanmamıştır (Newell, 1995: 88). Mahremiyetin tarihsel temelleri aynı zamanda mimariyle de ilişkilidir. Ev kavramı, bireyi dış tehlikelerden koruyan bir yapı olmanın ötesinde, "kapalılık" özelliğiyle mahremiyetin mekânsal temsiline dönüşmüştür (Toprak vd., 2009: 140). Ev içindeki eylemler "mahrem alan" olarak görülmüş; bu alanın sınırları istisnai durumlar dışında ihlal edilmemiştir. Bireylerin kendine ait olanı koruma ve gizleme eğilimi, mahremiyetin tarih öncesi köklerine işaret eder (Şen, 2016: 1; Schermer, 2009: 64).

Dini gelenekler de mahremiyet olgusunun kökeni, insanın yaratılış anlatılarına kadar uzanır. Semavi dinlerin kutsal metinlerinde Âdem ile Havva'nın yasak meyveyi yemesinin ardından çıplaklıklarının farkına "utanma" duygusunu hissetmeleri, mahremiyet bilincinin sembolik başlangıcı olarak yorumlanır. Bu anlatı, insanın hem kendisinden hem de başkasından gizlenme ve korunma ihtiyacını (mahremiyet bilincinin) temsil eder. İslam hukukunda mahremiyet, bireyin özel yaşamının korunmasıyla ilişkilendirilmiş; "harem" kavramı, aile yaşamına duyulan saygının ifadesi olmuştur (Hallaq, 2009). Fıkıh ve hadis kaynaklarında da insanların mahremiyetine ilişkin açık düzenlemeler bulunmaktadır. Benzer şekilde Yahudilik ve Hristiyanlıkta da mahremiyet

önemli bir ahlaki ilke olarak yer alır. İtiraf ve günah çıkarma pratikleri, bireylerin özel yaşamına ilişkin bilgilerin gizliliğini koruma amacını taşımaktadır (Gerstein, 1978; Anderson, 2013). Kutsal metinlerde (Eski ve Yeni Ahit) insanların mahrem alanlarının korunmasına yönelik kurallar belirlenmiş ve özel yaşama saygı gösterilmesi gerektiği vurgulanmıştır (Charlesworth, 2010; House, 2012).

Orta Çağ'da ise mahremiyet, dinsel normların ve feodal düzenin gölgesi altında şekillenmiştir. Feodal düzende soylu sınıfın özel alanları belirgin olsa da köylü sınıflarında mahremiyet oldukça sınırlıydı. Kilise ve din adamları, bireylerin özel yaşamları üzerinde güçlü bir denetim mekanizması kurmuştu (Goodman, 1992). Dolayısıyla bu dönemde kişisel mahremiyet bilincinin oldukça zayıf olduğu ve özel yaşamın neredeyse tamamen kamusal denetim altında bulunduğu söylenebilir. Aydınlanma Çağı ile birlikte mahremiyet, insanın doğuştan sahip olduğu temel haklardan biri olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Bu dönemin önemli düşünürlerinden John Locke (1632–1704), bireylerin doğa durumundan gelen “yaşam, özgürlük ve mülkiyet” haklarına sahip olduğunu ve yöneticilerin bu hakları ortadan kaldıramayacağını savunmuştur. Montesquieu (1689–1755) ise iktidarın tek elde toplanmasının özgürlük için tehlike oluşturduğunu belirterek, yönetim gücünün “yasama, yürütme ve yargı” organları arasında dengeli biçimde dağıtılması gerektiğini öne sürmüştür. Immanuel Kant (1724–1804), evrensel etik ve hoşgörü ilkeleriyle yönlendirilen ahlaki ve rasyonel bireylerin eşit haklara sahip olması gerektiğini vurgulamış, Jean-Jacques Rousseau (1712–1778) ise kimsenin bir diğeri üzerinde doğuştan bir üstünlüğe ya da yetkiye sahip olmadığını, bireylerin doğal olarak eşit olduklarını ve kaba kuvvetin bir hak teşkil etmeyeceğini savunmuştur. Bu düşünürlerin ortak paydası, bireyin doğuştan sahip olduğu temel hakların devlet karşısında korunması gerektiği yönündedir. Bu düşünceler Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi ve Amerikan Anayasası gibi metinlere yansımış; bireysel özgürlükler çağının temellerini oluşturmuştur. Modern anlamda mahremiyet hakkı ise Warren ve Brandeis'in (1890) “The Right to Privacy” adlı makalesiyle şekillenmiş ve bireyin “yalnız bırakılma hakkı” olarak tanımlanmıştır. Bu yaklaşım, mahremiyetin yalnızca etik değil aynı zamanda hukuki bir hak olarak kabul edilmesinin önünü açmıştır (Şahin, 2014).

19. yüzyılın sonlarında Sanayi Devrimi ve kentleşme süreçleriyle birlikte mahremiyetin sınırları yeniden tanımlanmıştır. Kentsel yaşamın yoğunlaşması ve basının

yaygınlaşması, bireylerin özel yaşamlarının kamuya açılma riskini artırmış; bu durum, mahremiyetin korunması yönünde hukuki adımların atılmasını zorunlu kılmıştır (Solove, 2008). 20. yüzyıla gelindiğinde mahremiyet kavramı artık uluslararası hukukta yerini almıştır. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 12. maddesi ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 8. maddesi, bireyin özel ve aile yaşamına saygı gösterilmesini güvence altına almıştır (United Nations, 1948). Bu bağlamda mahremiyet kavramı tarihsel süreç boyunca farklı kültür, inanç ve toplumsal yapılar tarafından çeşitli biçimlerde tanımlanmış; ancak her dönemde insanın kendine ait olanı koruma arzusunu temsil etmiştir. Bu tarihsel gelişim, mahremiyetin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve teknolojik dönüşümlerle şekillenen dinamik bir kavram olduğunu göstermektedir. Mahremiyetin dijital çağda geçirdiği dönüşüm, bir sonraki bölümde ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

2.3. Dijital Çağda Mahremiyetin Dönüşümü

20. yüzyılda uluslararası belgelerle güvence altına alınan mahremiyet hakkı, dijital teknolojilerin yükselişiyle birlikte dönüşüm yaşamaya başlamıştır. McLuhan'ın (2020) öngördüğü “küresel köy”³ metaforu, internet ve sosyal medya platformlarıyla somut bir gerçeğe dönüşmüş; ancak bu durum mahremiyetin sınırlarının belirsizleşmesi ve aşınması sonucunu doğurmuştur. Bu dönüşümün temel dinamiği, teknolojinin artık yalnızca bir araç değil, toplumsal ilişkileri ve bireyin özerk alanını yeniden şekillendiren bir güç haline gelmesidir. McLuhan teknolojinin kontrolden çıkma potansiyeline işaret ederken, Çaycı ve Karagülle (2014) iletişim ve taşıma araçlarının kamusal ve özel alanı iç içe geçirdiğini vurgulamıştır.

Dijital mahremiyet ihlallerinin arka planında, devletlerin gözetim kapasitelerindeki artış ve hukuki boşluklar yer almaktadır (Tanışık ve Bal, 2024). İnternet altyapısının gelişmesi, Althusser'in (2010) teorize⁴ ettiği türden devlet aygıtlarının yarattığı denetim alanlarını genişletmiş; kişisel bilgilerin üçüncü şahıslar tarafından kolaylıkla erişilebilir hale gelmesi, dijital mahremiyet tartışmalarını kaçınılmaz kılmıştır. 1980'ler ve 1990'larda

³ Küresel köy” metaforu, iletişim teknolojilerinin dünyayı adeta küçük bir köy gibi birbirine bağlayarak coğrafi uzaklıkları ortadan kaldırdığı bir durumu ifade eder.

⁴ Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* adlı çalışmada, devletin yalnızca baskı araçlarıyla değil, eğitim, din, aile ve medya gibi "ideolojik aygıtlar" aracılığıyla da iktidarını sürdürdüğünü teorileştirmiştir. Dijital çağda, bu aygıtların yarattığı boşluklar ve denetim mekanizmaları, kişisel verilerin üçüncü şahıslarca ele geçirilmesine zemin hazırlayarak yeni mahremiyet tehditleri oluşturmaktadır.

bilgisayarların yaygınlaşmasıyla veri gizliliği önemli bir mesele haline gelirken (Hajli, 2021), 2018’de yürürlüğe giren Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) bu yeni tehditlere karşı hukuki bir koruma mekanizması oluşturma çabasını temsil etmiştir (Dülger, 2019: 81-84).

Ancak dijital mahremiyetin dönüşümü yalnızca hukuki veya teknolojik boyutlarla sınırlı değildir; aynı zamanda bilgi, güç ve kimlik anlayışının köklü bir biçimde değiştiği post-modern ⁵bir bağlamda şekillenmektedir. Lyotard (1984), postmodern dönemde bilginin “meşrulaştırıcı büyük anlatılar”dan koparak parçalara ayrıldığını, bu durumun bireyin kendisini de parçalı ve akışkan bir özneye dönüştürdüğünü belirtir. Bauman (2000) ise modernitenin katı yapılarının yerini “akışkan modernlik”e⁶ bıraktığını, bu süreçte mahremiyetin kalıcılığını yitiren, sürekli paylaşım açılan bir deneyim biçimine dönüştüğünü vurgular. Foucault’nun gözetim toplumuna ilişkin analizleri de (1997), dijital çağda bireyin kendi üzerindeki denetimi içselleştirerek, gönüllü bir şekilde mahremiyetini ifşa eden bir özneye dönüştüğünü anlamamıza imkân verir. Zuboff’un (2019) “gözetim kapitalizmi” kavramsallaştırması ise, kişisel deneyimlerin ve duyguların ekonomik değere dönüştürülmesiyle mahremiyetin sistematik biçimde metalaştığını göstermektedir. Bu dönüşüm, Orwell’in “1984”ünde betimlenen zorlayıcı gözetimden çok, bireyin kendini gönüllü biçimde açığa vurduğu “şeffaflık rejimi”ni andırır (Han, 2022). Birey artık mahremiyetini korumak yerine, onu paylaşarak toplumsal varlık kazanmaya çalışır. Bu durum, dijital çağın “özel özgürlük” söylemiyle maskelenmiş bir denetim biçimi olduğunu gösterir. Böylece mahremiyet, bireyin rızasıyla yürütülen bir denetim ilişkisine dönüşür.

Öte yandan asıl dönüştürücü etki, “gözetim kapitalizmi” olarak adlandırılan ve kişisel verileri birer meta haline getiren ekonomik modelle ortaya çıkmıştır (Çağatay ve Güven, 2024). Günümüzde akıllı cihazlar (Lennon vd., 2017; Abi-Jaoude vd., 2020) ve dijital platformlar aracılığıyla toplanan büyük veri (Abdalgader vd., 2018), mahremiyetin sınırlarını karmaşıktırıştırır. Facebook ve Google gibi şirketlerin kullanıcı verilerini

⁵ Post-modern düşünme yapısı, bireyin kimliğini sabit ve kapalı bir özne olarak değil, sürekli yeniden inşa edilen bir anlatı olarak görür. Bu yaklaşımda mahremiyet de sabit sınırlarla korunan bir alan olmaktan çıkar; bireyin dijital ve toplumsal etkileşimlerde kendi benliğini görünür kılma biçimlerine göre değişen, akışkan bir olguya dönüşür. Mahremiyeti sabit bir özel alan olmaktan çıkararak bireyin toplumsal ilişkiler içinde sürekli yeniden tanımladığı, değişken bir deneyim haline getirir.

⁶ Akışkan modernlik (Liquid Modernity) Bauman’a göre modern dönemin katı yapıları kimlik, aile, aidiyet, mahremiyet gibi kavramlar post-modern toplumda akışkan, yani değişken, geçici ve sürekli yeniden tanımlanan hale gelmiştir.

ticari amaçlarla kullanması (Aalbers vd., 2019), mahremiyetin en büyük tehditlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Haggart, 2018). Bireylerin dijital izlerinin sürekli takip edilmesi (Arya vd., 2019), Gane (2012) ve Leclercq-Vandelannoitte (2023)'in vurguladığı üzere, panoptikon'dan "omniptikon"⁷ evrilen gözetim mekanizmalarının doğuşuna işaret etmektedir.

İlginç bir biçimde sosyal medya, mahremiyet anlayışında tarihsel bir paradoksu canlandırmıştır. Roma ve ilkel toplumlarda olduğu gibi bireyin "göründüğü kadar var olduğu" (Riggsby, 1997) ve mahremiyetin bir zayıflık olarak algılandığı (Russell, 2011) anlayış, dijital platformlarda "paylaştıkça var olma" mantığıyla yeniden hayat bulmuştur. Tarihsel süreçte dinlerin katkısıyla mahremiyetin korunmaya başladığı (Cannataci, 2009) ve "sırların gizliliği"nin birey olmanın bir parçası haline geldiği (Führding, 2013) düşünüldüğünde, sosyal medyanın bu anlamda bir geri dönüşü temsil ettiği söylenebilir (Çalışkan ve Mencik, 2015).

Bu dönüşümün en çarpıcı tezahürü, geleneksel olarak en mahrem sayılan aile içi alanların bile sosyal medya platformlarında gönüllü biçimde sergilenmesidir (Ahmedi, 2023). Alanyazın, bireylerin en kişisel anlarını aile yemekleri, çocukların büyüme süreçleri, hatta ev içi tartışmalar veya duygusal krizleri bir "içerik" malzemesi olarak paylaşmaktan giderek daha az çekindiklerini göstermektedir (Marwick, 2013). Bu platformlar, mahremiyetin tasfiyesini bireyin "rızası" ve "iradesi" üzerinden meşrulaştırır (Ashuri vd., 2018). Kullanıcı, en mahrem anlarını bir ilişkinin başlangıcını, kişisel bir krizi ya da günlük bir rutini "story" veya "reel" formatında paylaşıırken, bunu özgür bir seçim olarak deneyimler. Ancak bu görünürdeki özgürlük, bireyin kendi mahremiyetini teşhir etmesini teşvik eden dijital kültürün içselleştirilmiş bir sonucudur (Han, 2022; Bauman & Lyon, 2013). Sosyal medyanın bu yönü "küratörlük kültürü"⁸ kavramıyla açıklanabilir (Bowen, 2016). Küratörlük kültürü, bireylerin dijital platformlarda içerikleri seçip düzenleyerek kendi kimliklerini ve görünürlüklerini yönettikleri bir temsil biçimidir ((Mihailidis, 2015: 443-445). Instagram gibi görselliğe dayalı platformlar, mahremiyeti bir estetik ve statü

⁷ Foucault'nun Pan kelimesi bütün anlamına gelirken, opticon kelimesi ise gözlemlemek anlamına gelmektedir. Bu nedenle yapı yerine getireceği göreve uygun olarak "Bütünü Gözetlemek" anlamına gelen Panoptikon adını alır. Denetimin tek merkezden (panoptikon) sağlandığı modelden, dijital çağda herkesin herkesi gözetlediği çok merkezli bir gözetim sistemine (omniptikon) geçişi anlatır.

⁸ Dijital çağda bireylerin içerikleri yalnızca tüketmek yerine seçip, düzenleyip, yeniden anlamlandırarak paylaşma pratiklerini ifade eder. Başka bir deyişle, kullanıcıların bilgi ve içerik akışı içinde "seçici editör" rolü üstlenmesi anlamına gelir.

göstergesine dönüştürür; birey, kendine ait olanı ifşa ederek sosyal sermaye elde etmeye çalışır (Senft, 2013). Örneğin, evlilik teklifleri, hamilelik duyuruları veya lohusalık anları profesyonel biçimde kurgulanarak paylaşılır; böylece mahrem anlar kişisel markalaşmanın bir parçasına dönüşür. Bu durum, “dijital yaşam günlüğü” (lifelogging) pratiğinin mahremiyetin sınırlarını nasıl dönüştürdüğünü gösterir (O’Hara vd., 2022).

Benzer biçimde, “sharenting” (ebeveyn paylaşımı) fenomeni, ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetini onların rızası olmadan dijital görünürlük ve takipçi uğruna sergilemelerini ifade eder (Blum-Ross ve Livingstone, 2017). Sosyal medya platformları, kullanıcıların yalnızca bilgi alışverişi yaptığı mecralar olmaktan çıkarak, bireylerin kendi kişisel bilgilerini, duygularını, düşüncelerini, deneyimlerini veya özel yaşamına dair unsurları başkalarıyla gönüllü olarak paylaşma biçimlerinin şekillendiği birer sosyo-dijital alan haline gelmiştir. Nitekim Wirawan vd. (2019) tarafından yapılan bir araştırmada, Instagram hikâye paylaşımı, bireyin kendi kişisel bilgilerini, duygularını, düşüncelerini, deneyimlerini veya özel yaşamına dair unsurları başkalarıyla gönüllü paylaşımlarını %11,4 oranında artırmaktadır. Yani Instagram’ın “story” formatı, kişilerin özel yaşamına dair (mahremiyet) unsurları paylaşma eğilimini güçlendirmektedir. Benzer biçimde, Oeldorf-Hirsch ve Sundar’ın (2015) çalışması, sosyal medya ortamlarında gönderi paylaşma, yorum yapma ve etiketleme gibi etkileşimsel pratiklerin, bireylerin yalnızca bilgi iletiminde bulunmadığını; aynı zamanda kendi kimliklerini, düşüncelerini ve duygusal değerlendirmelerini görünür kılma sürecine dönüştüğünü göstermektedir. Bu durum, sosyal medyanın iletişimsel bir araç olmanın ötesinde, kişisel ifade ve kimlik performansı alanına dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Bertaglia vd. (2024) yaptıkları çalışma da bu durumu destekler niteliktedir. Araştırma, influencer’ların Instagram üzerinden uzun süre kendi deneyimlerini ve özel yaşam unsurlarını gönüllü biçimde paylaşarak dijital kimliklerini sürdürülebilir hale getirdiklerini göstermektedir. Bununla birlikte, sponsorluk içeren paylaşımlarda bu tür kişisel açıklamaların nispeten azaldığı; çünkü ticari içeriklerin samimiyet algısını zedelediği saptanmıştır. Bu bulgu, gönüllü kişisel paylaşımın aynı zamanda bir sosyal sermaye ve güven inşası stratejisi olarak işlediğine işaret eder. Lee ve Attablayo’nun (2023) çalışması ise gönüllü kişisel paylaşımların mahremiyet farkındalığıyla nasıl ilişkilendiğini göstermektedir. Araştırmaya göre, mahremiyet risklerini yüksek algılayan kullanıcılar bu tür gönüllü paylaşımlardan kaçınma eğilimi gösterirken; mahremiyetin sosyal faydalarına odaklanan

kullanıcılar (örneğin sosyal onay alma, aidiyet hissi kurma) daha fazla kişisel paylaşım yapmaktadır. Dolayısıyla, bireylerin dijital ortamlarda mahremiyetlerini açığa çıkarma biçimleri yalnızca platformların teknik yapısından değil, aynı zamanda risk-fayda dengesine dayalı bilişsel değerlendirmelerinden de etkilenmektedir. Duygulu'nun (2019) araştırması, sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça ailelerin ev içi paylaşımlarının da arttığını ve özel alan ile kamusal alan arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığını göstermiştir. Bu araştırmaların ortak noktası, dijital platformların bireyleri gönüllü olarak mahremiyetlerini paylaşmaya yönlendirdiğini göstermektedir. Kullanıcılar, kişisel deneyimlerini paylaşmayı genellikle “özgür bir seçim” olarak algılasa da platformların algoritmik yapıları, beğeni ekonomisi ve görünürlük ödülleri bu gönüllü paylaşımı teşvik eden bir altyapı yaratmaktadır (Oeldorf-Hirsch ve Sundar, 2015). Böylece birey, farkında olmadan kendi mahremiyetini bir performans biçimine dönüştürmekte ve özel yaşam unsurlarını dijital toplumsallığın bir parçası haline getirmektedir (Attablayo, 2023; Bertaglia vd., 2024). Bu gönüllü ifşanın arkasında ise sosyal onay arayışı, aidiyet hissi ve dijital kimlik inşa etme arzusu bulunmaktadır (Tiidenberg ve van der Nagel, 2020). Dolayısıyla birey, mahremiyetini koruma hakkı ile sosyal medyanın sunduğu görünürlük vaadi arasında bir ikilem yaşamakta ve çoğu zaman görünürlük lehine tarihsel bir hak olan mahremiyetinden feragat etmektedir (Kumar vd., 2023).

Sosyal medya platformlarının arayüz tasarımları da bu gönüllü ifşayı sistematik biçimde teşvik edebilmektedir. Örneğin TikTok'un “For You Page” algoritması, kullanıcıyı en kişisel sorunlarını paylaşan diğer kullanıcılarla karşılaştırarak, bu tür açıklıkların sosyal bir norm olduğu hissini pekiştirir. Akıl sağlığına dair paylaşılan kişisel mücadele videoları milyonlarca görüntüleme alırken, bu süreçte bireylerin en mahrem deneyimleri platform verisine dönüşür ve ticarileştirilir (Andalibi ve Öztürk, 2021). WhatsApp'ın “geçici mesaj” özellikleri de benzer biçimde, paylaşımın sonuçlarına dair kaygıyı azaltarak mahremi değersizleşmesine katkıda bulunur. “Zaten silinecek” düşüncesiyle paylaşılan özel mesaj veya ekran görüntüleri, geçicilik algısının mahremiyet sınırlarını nasıl aşındırdığını göstermektedir (Milan ve Barbosa, 2020). Bu, Van Dijck'in (2018) deyimiyle bir “ilişkisel ekonomi”dir⁹; duygular ve mahrem deneyimler, platformlar

⁹ İlişkisel ekonomi, bireylerin ve kurumların ekonomik değeri artık mal veya hizmet üretiminden değil, kurdukları dijital ilişkilerden ve etkileşimlerden elde ettiği bir toplumsal-ekonomik düzendir. Van Dijck'e göre sosyal medya platformları, kullanıcıların aralarındaki bağlantıları, beğenilerini, yorumlarını ve paylaşımlarını ekonomik değere dönüştüren sistemlerdir.

için değer yaratan sosyal bağların temel para birimine dönüşmüştür. Dijital çağ mahremiyeti bu nedenle iki yönlü bir karakter taşır: bir yandan hukuki korumalarla güvence altına alınmaya çalışılırken, diğer yandan gözetim kapitalizminin sistematik ihlalleri ve bireylerin kendi “dijital bedenlerini” sergileme eğilimiyle derin bir çelişki yaşar. Mahremiyet, antik dönemde toplumsal statüye bağlı bir ayrıcalıktan modern dönemde evrensel bir hak haline gelmiş; dijital çağda ise hem metalaşmış hem de bireyin kendi iradesiyle pazarlık ettiği stratejik bir varlığa dönüşmüştür. Bu bölümden sonra mahremiyet alanları kapsamlı bir şekilde ele alınacaktır.

2.4. Mahremiyet Alanları

Yapılan araştırmalarda, mahremiyet alanlarının farklı biçimlerde değerlendirildiği görülmektedir. Mahremiyet teriminin temel boyutlarına ilişkin yapılan ilk çalışma, 1972 yılında Kanada İletişim ve Adalet Bakanlıkları tarafından yayımlanan raporda ele alınmıştır. Bu raporda mahremiyet, mekân mahremiyeti, kişisel mahremiyet ve bilgi mahremiyeti olmak üzere üç boyutta incelenmiştir (Rosenberg, 1992: 197–198). Pala (2019), mahremiyet boyutlarını aile yaşamı, cinsellik, ev, beden ve bilgi mahremiyeti olarak sınıflandırmıştır (s. 56). Berkup (2015) ise mahremiyeti; kadın–erkek ilişkileri, dinî–siyasî görüş, beden, cinsellik, ev ve aile hayatı mahremiyeti bağlamında ele almıştır. Altıparmak (2019) mahremiyet kavramını ekonomik, hukuksal, sosyolojik ve teknolojik boyutlar çerçevesinde incelemiştir (s. 30–34). Kütükoğlu (2019) da mahremiyetin, toplum yapısı içinde bireylerin diğerleriyle kurduğu ilişkileri şekillendiren bir kavram olduğunu ve bu ilişkilerin mekânsal, bireysel ve bilgi mahremiyeti üzerinden biçimlendiğini ifade etmektedir.

Burgoon vd. (1989), mahremiyet kavramını iletişimsel (etkileşimsel), fiziksel, psikolojik ve enformasyonel (bilgi) olmak üzere dört boyutta değerlendirmiştir. Laurie (2002), mahremiyeti iki başlıkta ele alır: Birincisi, kişinin psikolojik ya da fiziksel benliğine erişilmemesi durumunu ifade eden mekânsal mahremiyet; ikincisi ise birey hakkındaki kişisel bilgilere başkalarının erişememesi anlamına gelen bilgi mahremiyetidir (s. 6). Craig ve Ludloff (2011) da mahremiyeti beden mahremiyeti, mekân mahremiyeti ve bilgi mahremiyeti şeklinde sınıflandırmaktadır (s. 14). Mahremiyet kavramına farklı bir yaklaşım getiren Petronio (2008), “İletişim Mahremiyet Yönetimi Teorisi”nde (Communication Privacy Management Theory), insanların her zaman mahremiyete

ihtiyaç duyduğunu ve ifşa ile gizlilik arasındaki dengenin mahremiyet kurallarıyla belirlendiğini ileri sürmektedir. Bu teoriye göre mahremiyet sınırları, kapalılık ve açıklık arasında değişken bir yapıdadır. Kapalılık, kişisel bilginin özel kalması gerektiğini; açıklık ise bireyin kendi rızasıyla bu bilgileri paylaşma durumunu ifade eder (s. 178).

Westin (1967), mahremiyeti bireyin fiziksel veya psikolojik yollarla kamu alanından gönüllü ve geçici olarak geri çekilmesi ya da kısmen izole olması olarak tanımlar. Bu durum, yalnız kalma isteği olabileceği gibi, bir grubun içinde dayanışma ya da anonimlik ihtiyacından da kaynaklanabilir. Westin (1966), mahremiyeti dört boyutta ele alır: Yalnızlık, kişinin gözetimden uzaklaşması; yakınlık (samimiyet), seçilmiş bireylerle kurulan özel ilişkiler; gizlilik (anonimlik), kamusal alanlarda kimliğin korunması ve kendini muhafaza etme, bireyin kişisel sınırlarını koruma çabasıdır. Rosenberg (1992), mahremiyeti beden, bilgi ve mekân mahremiyeti olarak üç başlık altında incelemiştir. Belsey (1992) ise mahremiyet haklarını beden, bölgesel, bilgi ve düşünce (fikir) mahremiyeti olmak üzere dört başlıkta ele alır. Bu sınıflandırmada bedensel mahremiyet, bireyin bedenine izinsiz temas edilmemesi ya da gözlemlenmekten uzak kalabilmesi anlamına gelir. Düşünce mahremiyeti, bireyin dinlenmeden ya da psikolojik müdahaleye maruz kalmadan düşüncelerini özgürce ifade edebilmesi ve bunları dilediği ortamda paylaşabilmesidir. Bilgi (enformasyon) mahremiyeti, kişisel verilerin korunmasına yöneliktir. Bu bağlamda iş, eğitim, sağlık, güvenlik, banka ve aile kayıtları gibi kişisel bilgiler, yalnızca rızaya dayalı olarak paylaşılmalıdır. Bölgesel mahremiyet ise kişinin yaşadığı mekânın (ev, mesken) dokunulmazlığını ifade eder ve mekânsal mahremiyetle yakından ilişkilidir.

Burgoon (1982) da mahremiyeti toplumsal, bilgi, psikolojik ve fiziksel olmak üzere dört boyutta sınıflandırmıştır (s. 216). Toplumsal mahremiyet, bireyin sosyal ilişkilerden geri çekilmesini veya belirli ortamlardan uzak durma ihtiyacını kapsar. Psikolojik mahremiyet, bireyin duygu ve düşüncelerini ne zaman ve kiminle paylaşacağına kendisinin karar verebilmesidir. Enformasyonel mahremiyet, sağlık, eğitim veya ekonomik veriler gibi kişisel bilgilere erişimin sınırlandırılmasıdır. Fiziksel mahremiyet ise bireyin bedenine ne ölçüde yaklaşılabilmesine dair karar verme hakkını içerir. Görülmek veya dokunulmak gibi fiziksel temaslar yalnızca kişisel rıza doğrultusunda gerçekleşmelidir. Alanyazın incelendiğinde, mahremiyet kavramının bireylerin ihtiyaçları, koşulları ve kültürel bağlamlarına göre farklı boyutlarda ele alındığı

görülmektedir. Ancak genel olarak mahremiyet, kişisel mahremiyet, beden mahremiyeti, bilgi (enformasyon) mahremiyeti ve mekân mahremiyeti boyutlarında değerlendirilmektedir. Günümüzde bu boyutlara, dijital çağın etkisiyle ortaya çıkan “dijital mahremiyet” alanının da eklenmesi gerekmektedir (Okumuş ve Atilgan, 2021). Dijital ortamlarda mahremiyetin korunması hem bireylerin değişen mahremiyet algıları hem de iktidarların kişisel verileri kullanma biçimleri nedeniyle önemli bir boyut haline gelmiştir (Ergen, 2018).

2.4.1. Kişisel Mahremiyet

Özel yaşam ya da kişisel mahremiyet olgusunun, insanların toplumsal hayatının önemli bir parçası olduğu belirtilmektedir (Acquisti vd., 2015: 510–512). Kişisel mahremiyet, bireyin özel yaşam alanlarının, şahsi bilgilerinin ve duygusal dünyasının dış etkilerden korunması anlamına gelir (Abril vd., 2012). Bu olgu, kişiye güven duygusu kazandıran temel bir hak olup hem fiziksel hem de dijital dünyada büyük önem taşır. Kişisel mahremiyet, bireyin sosyal çevresiyle arasına koyduğu sınırı ifade eder (Acquisti vd., 2015: 511). Başka bir ifadeyle, kişilerin birbirlerinin özel alanlarına saygı göstermesi ve bu alanların müdahalelerden, istenmeyen gözlemlerden ya da paylaşımlardan korunması gerekir (Kruck, 2002: 77–79).

Bir kişinin izni olmadan özel eşyalarına dokunulması, kişisel alanına girilmesi veya fiziksel temasta bulunulması, mahremiyet ihlali olarak değerlendirilir. Örneğin bir kimsenin evine ya da odasına izinsiz girilmesi ya da rıza olmaksızın bedenine dokunulması, kişisel mahremiyete yönelik bir saygısızlıktır. Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın 20. maddesinin (a) bendi özel hayatın gizliliğini güvence altına almaktadır (Kaplan, 2019: 7). Kişisel mahremiyet yalnızca bireyin özel alanıyla değil, bedeniyle de yakından ilişkilidir. Bu bağlamda beden mahremiyeti, kişisel mahremiyetin bir alt boyutunu oluşturur. Birey, bedeni üzerinde dokunulmaz bir kalkan oluşturarak ona anlam ve değer atfeder (Kruck vd., 2002: 77–78). Kişisel mahremiyet aynı zamanda, bireyin kendi vücuduna kendisi dışında kimsenin dokunmasına veya müdahale etmesine izin vermemesi anlamına gelir (Baruh vd., 2017: 27–30). Bu durum, bireyin sosyal çevresindeki fiziksel alan üzerinde kontrol sahibi olmasını da kapsar (Abril vd., 2012: 50–51).

Kişisel mahremiyetin temeli insanın özüne dayanır (Abril vd., 2012). Bu konu, kutsal metinlerde edep, iffet, onur ve kişisel sınırlar çerçevesinde ele alınmıştır. Farklı dinlerin kutsal kitapları, bedenin korunması ve mahremiyetine saygı gösterilmesi gerektiğini açıkça vurgular. Örneğin, Âdem ve Havva'nın yasak meyveden yemeleri sonucunda örtülerinin kalkması ve mahrem bölgelerini gizlemeye çalışmaları, beden mahremiyetinin insanlığın başlangıcına kadar uzandığını göstermektedir (Martı, 2009: 9). Bedenin gizlenmesi ve örtünme davranışı, insanoğlunun doğasında yer alan bir tutumdur. Bu durum, İncil'de de insanın doğasında bulunan utanma duygusuyla ilişkilendirilmiştir (Duerr, 1999: 284). İslam'da beden mahremiyeti, hem bireyin kendi özel alanını koruması hem de başkalarının mahremiyetine saygı göstermesi yönünden önemlidir. Kur'an-ı Kerim'de birçok ayet, mahremiyetin korunmasına dikkat çeker. Örneğin Nur Suresi'nin 30. ve 31. ayetlerinde, erkek ve kadınların iffetlerini korumaları ve örtünmeleri gerektiği vurgulanmaktadır (Kur'an, Nur Suresi, 24:30–31). Benzer şekilde, Hristiyanlıkta da beden kutsal kabul edilir. İncil'in Korintliler bölümünde “Bedeniniz Tanrı'dan aldığınız Kutsal Ruh'un tapınağıdır; bu bedeni kendi malınızmış gibi kullanamazsınız” ifadesi yer alır (İncil, 1. Korintliler 6:19–20). Yine 1. Timoteos 2:9'da kadınların sade ve saygın giyinmeleri öğütlenmiştir. Yahudi geleneğinde ise “Tzniut” adı verilen örtünme ve edep kuralları hem erkekler hem kadınlar için mahremiyet sınırları belirler. Eski Ahit'te (Tevrat), “kadınların erkek, erkeklerin de kadın kıyafeti giymemesi gerektiği” ve insan bedeninin kendisine özel olduğu, dolayısıyla yakın akraba bile olsa kimsenin bir başkasının bedenine dokunmaması gerektiği** belirtilir (Tevrat, Levililer 18:6; Tesniye 22:5). Bu örnekler, İslam, Hristiyanlık ve Yahudilik gibi semavi dinlerde kişisel mahremiyetin kutsal bir değer olarak korunduğunu göstermektedir.

İnsanın kendi bedenini gizleme eğilimi doğuştan gelen bir içgüdüdür (Kaplan, 2019: 7). Giyinme ve örtünme, yalnızca kültürel bir gelenek değil, medeniyetin bir sonucu olarak da görülmektedir (Karagülle, 2015: 30). Mahremiyet bilinci çocuklukta, özellikle aile içinde şekillenir. Çocuk, ailesinden bedenini korumayı ve gizlemeyi öğrendikçe mahremiyetin ilk aşamasını kazanır (Berkup, 2015: 37). Bu nedenle aile içinde verilen mahremiyet eğitimi, çocuğun kişisel sınırlarını koruyabilmesi açısından hayati bir öneme sahiptir. Çocuk istemediği fiziksel temasa maruz kaldığında buna karşı çıkabilmeli, mahrem alanına girilmesinin yanlış olduğunu öğrenmelidir (İpek, 2020: 39). Yakın akraba bile olsa çocuğun özel alanına izinsiz girilmemesi gerektiği öğretilmelidir.

Bununla birlikte, günümüzde kişisel mahremiyet alanlarının çeşitli biçimlerde ihlal edildiği görülmektedir (Abril vd., 2012: 50–57). Modern teknolojiler ve post-modern düşünce yapısı, bireyleri görünür olmaya, hızlı yaşamaya, hızlı tüketmeye ve kendini sürekli sergilemeye yöneltmiştir (Lyotard, 1984; Bauman, 2000). Bu süreçte mahremiyet, dijital platformlar aracılığıyla kamusal alana taşınmış, bireyin özel alanı ile kamusal alan arasındaki sınırlar bulanıklaşmıştır (Aksoy vd., 2025; Baruh vd., 2017: 27–33). Mahremiyetin kamusal görünürlüğe taşınması, “görünürlük” olgusunu post-modern bir değer haline getirmiştir (Chen vd., 2017: 292). Özellikle beden üzerinden teşhirin artması, bireysel mahremiyetin en çok aşıldığı alanlardan biri haline gelmiştir (Hajli vd., 2021: 549–551). Bu noktada, mahremiyetin korunmasında en büyük sorumluluk bireyin kendisine düşmektedir. Her birey, hem kendi mahrem alanını korumalı hem de başkalarının özel sınırlarına saygı göstermelidir. Kişisel mahremiyet, yalnızca hukuki bir hak değil (Abril vd., 2012; Aksoy vd., 2025); bireyin kimliğini, onurunu ve toplumsal değerini koruyan bir etik sorumluluktur.

2.3.2. Mekân Mahremiyeti

Mahremiyet, bireyin psikolojik, fiziksel ve sosyal sınırlarını koruyarak kendini güvende ve huzurlu hissetmesini sağlayan temel bir ihtiyaçtır (Göle, 2016). Bu bağlamda mekân mahremiyeti, bireyin yaşadığı, çalıştığı veya bulunduğu alanlarda dış etkenlerden korunmasını sağlayan, kişisel alanın sınırlarını belirleyen önemli bir unsurdur (Düzgüner, 2022: 23-26). Rosenberg’a (1992) göre mekân mahremiyeti, bireyi çevreleyen ve rızası dışında ihlal edilemeyecek fiziksel bir alanı ifade eder. Bu alanın korunması amacıyla tarihsel süreçte hem sosyal normlar hem de hukuki düzenlemeler geliştirilmiştir. Türkiye’de mekân mahremiyeti, Anayasa ve Türk Ceza Kanunu gibi temel yasal metinlerle güvence altına alınmıştır. 1982 Anayasası’nın 20. ve 21. maddeleri uyarınca, herkesin özel ve aile hayatına saygı gösterilmesi gerektiği, özel alanın ve konutun dokunulmaz olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca Türk Ceza Kanunu’nun 116. maddesi “konut dokunulmazlığının ihlali”ni suç saymakta; 134. maddesi ise “özel hayatın gizliliğini ihlal” eden ses veya görüntü kayıtlarını yasaklamaktadır. Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) da bireyin konutundaki verilerin izinsiz işlenmesini cezai yaptırıma bağlamaktadır. Bu yasal çerçeve, bireyin yaşadığı mekâna yönelik izinsiz müdahalelerin mahremiyet ihlali olarak değerlendirileceğini ortaya koyar.

Mekân mahremiyetinin anlamı, yalnızca fiziki bir koruma alanı oluşturmakla sınırlı değildir. İnsanlar, yaşadıkları alanlarda yalnız kalabilme, düşüncelerini özgürce ifade edebilme ve sosyal ilişkilerini kendi iradeleriyle düzenleyebilme ihtiyacı duyarlar (Düzgüner, 2022). Bu nedenle mekânsal mahremiyet, bireyin fiziksel olduğu kadar psikolojik ve sosyolojik özgürlüğünün de bir parçası haline gelmiştir (Thompson ve Warzel, 2022). Günümüzde mekânsal mahremiyet, yalnız ev içi sınırlarla değil; kamusal alandaki davranış biçimleri, sosyal mesafe ve dijital ortamda paylaşılan mekân imgeleri üzerinden de şekillenmektedir (Düzgüner, 2022). Habermas (2018), özel alan ve kamusal alan ayrımının kökenini, kapitalist sistemin ortaya çıkışıyla ilişkilendirerek açıklar. Ona göre modern toplumda ekonomik faaliyetler kamusal alanı genişletmiş, bireyin özel alanı ise giderek daralmıştır. Benzer şekilde Duby (2006), özel yaşam kavramının aile ve ev merkezli olarak 19. yüzyılda belirginleştiğini belirtir. Bu dönemden itibaren ev, bireyin kamusal alandan uzaklaştığı, kendi kimliğini ve güvenliğini koruduğu bir mekân olarak görülmüştür. Tarihsel olarak bakıldığında, Türk mimarisinde avlulu evler, haremlik-selamlık uygulamaları ve pencerelere yapılan kafes sistemleri bireyin mahremiyetini koruma amacına hizmet etmiştir. Bu yapısal düzenlemeler, dış dünyanın bakışından uzak bir yaşam alanı oluşturmuş, aile içi yaşamın mahremiyetini güvence altına almıştır. Ancak günümüzde apartman yaşamı, fiziksel yakınlık ile sosyal uzaklığın aynı anda yaşandığı bir yapı ortaya çıkarmıştır (Hekimoğlu, 2019). Evlerin doğrudan sokağa açılması, ses yalıtımının zayıflığı ve komşuluk ilişkilerinin zayıflaması, mekân mahremiyetinin sınırlarını daraltmıştır.

Bu değişim, yalnızca mimari formlarda değil, insanların sosyal davranışlarında da dönüşüm yaratmıştır (Aydemir, 2012). Milgram'ın (1970) kentsel yaşam üzerine yaptığı çalışmalar, büyük şehirlerde bireylerin birbirine karşı duyarsızlaştığını ve “kendi işine bakma” kültürünün yaygınlaştığını ortaya koymuştur. Aynı şekilde Darley ve Latané'nin (1968) “seyirci etkisi” deneyi, kalabalık ortamlarda yardım etme olasılığının azaldığını göstermiştir. Bu bulgular, modern şehir yaşamında hem sosyal bağların hem de bireysel mahremiyetin giderek zayıfladığını desteklemektedir. Teknolojik ilerlemeler ve dijital kültürün yükselişi de mekân mahremiyetini yeni biçimlerde tehdit etmektedir. Akıllı cihazlar, güvenlik kameraları, sosyal medya paylaşımları ve “akıllı ev” sistemleri, bireylerin özel alanlarını görünür hale getirmiştir (Feng vd., 2021; Nurse vd., 2021). Özellikle dijital platformlarda bireyler, evlerinin en mahrem bölümlerini bile fotoğraf ve

videolar aracılığıyla paylaşmakta; bu durum mahrem alanların kamusal dolaşıma açılmasına yol açmaktadır (Tanışık ve Bal, 2024). Dolayısıyla mekân mahremiyeti, yalnızca fiziksel bir alanın korunması değil; bireyin sosyal, psikolojik ve dijital varlığını sürdürebilmesi açısından da temel bir güvenlik alanıdır (Düzgüner, 2022: 23-25). Geleneksel toplumlarda mimari ve kültürel yapılarla korunan mahremiyet (Hekimoğlu, 2019), modern dönemde hukuki düzenlemeler ve teknolojik sınırlarla güvence altına alınmaya çalışılmaktadır. Ancak dijital çağın getirdiği sürekli gözetim (Solove, 2012), paylaşım dayalı kültür (Çakır ve Temir, 2022) ve kamusal-özel sınırların bulanıklaşması, mekân mahremiyetini tehdit eder hale gelmiştir (Çelik, 2022). Bu başlıktan sonra enformasyon mahremiyeti detaylandırılacaktır.

2.4.3. Enformasyon (Bilgi) Mahremiyeti

Bilgi, insanlık tarihinin en eski dönemlerinden itibaren bireylerin hem doğayı anlamlandırma hem de toplumsal ilişkilerini düzenleme biçimlerinin temelinde yer almıştır (Adami, 2016). Ancak bilginin üretim, paylaşım ve saklanma biçimleri, her tarihsel dönemde farklı biçimlerde örgütlenmiş (Aydın, 1997); bu durum, mahremiyetin sınırlarını da yeniden tanımlamıştır. İlk çağlarda bilgi daha çok dinsel otoritelerin, rahiplerin veya yöneticilerin elinde bulunurken, yazının icadıyla birlikte bilgi aktarımı kurumsallaşmış ve belirli bir denetim alanı oluşmuştur (Gökhan, 2013; Çetinkaya, 2016). Bu dönemde bilginin paylaşımı sınırlı, seçici ve hiyerarşik olduğundan, bilgi aynı zamanda güç ve gizlilikle özdeşleşmiştir (Davenport, 1979; Smith, 2009). Matbaanın icadıyla birlikte bilginin dolaşımı artmış, bireylerin düşünsel özerkliği gelişmiş (Moran, 1971; Feather, 2013), fakat bu kez bilginin “kamusallaşması” ile mahrem olanın sınırları bulanıklaşmaya başlamıştır.

Modern dönemde bilgi, sanayi devrimiyle birlikte üretim süreçlerinin, yönetim biçimlerinin ve toplumsal ilişkilerin merkezine yerleşmiştir (Adami, 2016). Bu süreçte bilgi, yalnızca bilmek anlamına gelmeyip, bireyin kimliği, davranışları ve sosyal konumunu belirleyen bir güç aracına dönüşmüştür (Dowding, 2011:3). Michel Foucault’nun “iktidar-bilgi ilişkisi”¹⁰ vurgusu bu bağlamda önemlidir; zira bilgi, bireyi disipline eden ve gözetim altında tutan bir iktidar biçimine evrilmiştir. Jeremy Bentham’ın panoptikon metaforuyla simgelenen bu gözetim anlayışı, modern devletin

¹⁰ Michel Foucault’nun “iktidar-bilgi ilişkisi” kavramı, bilginin yalnızca gerçekleri açıklayan tarafsız bir araç olmadığını, aynı zamanda iktidarın bireyleri denetleme, yönlendirme ve normalleştirme biçimlerinden biri olduğunu savunur. Yani bilgi, iktidarın kurulmasında ve sürdürülmesinde etkin bir güç aracıdır.

birey üzerindeki denetimini rasyonelleştirmiştir (Foucault, 1977). Bilgi mahremiyeti, bu tarihsel dönüşüm içerisinde bireyin kendisine ait olan bilginin izni dışında toplanmaması, paylaşılması ve işlenmemesi hakkını ifade eder (Chingnell vd., 2003). Günümüzde dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte, bu hak giderek karmaşık bir hale gelmiştir ((Regan vd., 2016; Aalbers, 2019). Sosyal medya, arama motorları, akıllı cihazlar ve veri toplama algoritmaları aracılığıyla bireylerin en mahrem verileri bile sürekli olarak işlenmekte, analiz edilmekte ve ekonomik değere dönüştürülmektedir (Regan vd., 2016:81–85). Bu durum, bireyin “rızasıyla” paylaştığı içeriklerin bile, küresel platformların gözetim ağlarına dahil olmasına yol açmakta; mahremiyet, görünmez bir gözetim ekonomisinin parçası haline gelmektedir. Cambridge Analytica krizi ¹¹bu sürecin en çarpıcı örneklerinden biridir (Aksoy ve Türkölmez, 2020: 41-45). Milyonlarca Facebook kullanıcısının kişisel verileri, politik tercihlerinin manipülasyonu amacıyla izinsiz kullanılmış ve demokratik süreçler bu yolla yönlendirilmiştir (Isaak ve Hanna, 2018). Bu örnek, bilgi mahremiyetinin yalnızca bireysel bir hak değil, aynı zamanda toplumsal bir güvenlik meselesi olduğunu göstermektedir. Zira bilgi, artık yalnızca bireyin kendisine ait bir alan değil, ekonomik, siyasal ve kültürel bir sermaye biçimidir. Adorno ve Horkheimer’in (2019) “Kültür Endüstrisi”¹² kavramı, bu dönüşümü anlamak açısından önemlidir. Bilginin metalaştığı bu çağda, bireyler kendi deneyimlerini, tercihlerini ve duygularını gönüllü biçimde paylaşarak sermayenin hammaddesi haline gelirler. Sosyal medya platformları, kullanıcıların her etkileşimini bir “veri ürünü”ne dönüştürür (Çarpın ve Temir, 2022); bu ürünler reklamcılık, siyaset veya toplumsal yönlendirme amacıyla kullanılır (Belsey, 2011). Böylece mahremiyet, bireyin özgür iradesiyle değil, görünmez ekonomik sistemlerle şekillenen bir “ilişkisel ekonomi”nin parçası olur (Aydoğan ve Akyüz, 2010: 6). Bu bağlamda akışkan modernlik kavramı (Bauman, 2000), bilgi mahremiyetinin kırılgan yapısını açıklamak için işlevseldir. Akışkan modern toplumda sınırlar, aidiyetler ve mahrem alanlar sabit değildir; birey, sürekli olarak görünür olma, paylaşma ve bağlantıda kalma baskısı

¹¹ Cambridge Analytica krizi, 2018’de ortaya çıkan ve milyonlarca Facebook kullanıcısının kişisel verilerinin, izinsiz biçimde toplanarak seçmen davranışlarını etkilemek amacıyla kullanıldığının ortaya çıktığı olaydır.

¹² *Kültür Endüstrisi*” kavramı, Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer tarafından geliştirilmiş olup, kültürel üretimin kapitalist sistem içinde standartlaştırılmış, ticarileştirilmiş ve kitleleri yönlendiren bir endüstri haline geldiğini ifade eder. Bu endüstri, bireylerin eleştirel düşünme yetisini zayıflatır ve tüketim odaklı bir bilinç üretir (Adorno ve Horkheimer, 2019).

altındadır. Bu durum, mahremiyetin bireysel bir tercih olmaktan çıkıp, toplumsal normlara uyumun bir gerekliliğine dönüşmesine neden olur. Lyotard'ın (1984) vurguladığı “postmodern bilgi durumu”nda¹³ ise bilgi, doğruluktan çok kullanışlılık ve dolaşım hızına göre değer kazanır. Bu da bilginin içeriğinden çok erişim biçimini öne çıkararak mahremiyetin sınırlarını daha da geçirgen hale getirir. Dijital çağda bilgi mahremiyetinin kaybı, sadece teknik bir mesele değil, aynı zamanda etik ve ontolojik bir sorundur (Çarpın ve Temir, 2022). Bilgi, artık bireyin öznesi olmaktan çıkmış; algoritmaların, platformların ve yapay zekâ sistemlerinin nesnesine dönüşmüştür (Dowding, 2011: 3). Bu süreçte birey, kendi verisi üzerindeki kontrolünü kaybetmekte; mahremiyet, bilginin hızına yenik düşmektedir. Bireyin rızasıyla paylaştığı bilgiler, çoğu zaman farkında olmadan gözetim kapitalizminin bir parçasına dönüşmekte; bu durum, mahremiyetin en temel anlamı olan “kendine ait olma” halini zedelemektedir (Zuboff, 2019). Bu bağlamda bilgi mahremiyeti, dijital çağın en kritik tartışma alanlarından birini oluşturmaktadır (Zuboff, 2019; Remolina ve Findlay, 2021; Robles-Carrillo, 2024). Bilginin küresel ölçekte dolaşımı, bireylerin kişisel sınırlarını giderek aşındırmakta aşındırmakta (Trepte ve Reinecke, 2011: 63); mahremiyet, artık yalnızca korunması gereken bir hak değil, yeniden tanımlanması gereken dinamik bir kavram haline gelmektedir (Zuboff, 2019). Bu dönüşüm, bireyin özerkliği, öznel bütünlüğü ve dijital ortamda var olma biçimi üzerinde derin etkiler yaratmaktadır (Remolina ve Findlay, 2021). Dolayısıyla bilgi mahremiyeti, gizliliğin ötesinde, dijital çağ insanının kimliğini, etik sorumluluğunu ve özgürlük alanını belirleyen bir olgu olarak değerlendirilmektedir (Robles-Carrillo, 2024). Bir sonraki bölümde, dijital mahremiyet başlığı detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

2.4.4. Dijital Mahremiyet

Mahremiyet alanlarından biri olan dijital mahremiyet, bireylerin çevrimiçi ortamlarda paylaştıkları kişisel bilgilerin, verilerin ve dijital izlerinin korunmasını ifade eder (Markos vd., 2012). Mahremiyet kavramının dijitalleşme sürecinde aldığı bu yeni biçim, bireylerin teknolojik sistemler içinde kimliklerinin, verilerinin ve davranışlarının görünürlüğü

¹³ *Postmodern bilgi durumu* kavramı, Jean-François Lyotard tarafından ortaya atılmış olup, modern dönemdeki evrensel, nesnel ve bütüncül bilgi anlayışının yerini parçalı, göreceli ve yerel bilgi biçimlerine bıraktığını ifade eder. Lyotard'a göre, postmodern çağda büyük anlatılar (metanarratifler) geçerliliğini yitirir ve bilgi, iktidar ve teknolojiyle iç içe geçmiş bir biçimde üretilir (Lyotard, 1984).

üzerinde sahip oldukları kontrol düzeyiyle ilgilidir (Aslanyürek, 2016: 80-82). Westin (2003) mahremiyeti, bireyin “kendisiyle ilgili bilgileri ne zaman, nasıl ve hangi ölçüde paylaşacağına karar verme hakkı” olarak tanımlarken; Solove (2007) dijital mahremiyeti, kişisel bilginin toplanması, depolanması ve paylaşılması süreçlerinde bireysel kontrolün korunması olarak açıklar. Benzer biçimde Tavani (2008) dijital mahremiyeti, bireylerin sanal ortamlarda kişisel bilgilerinin izinsiz erişim veya ifşadan korunması hakkı şeklinde tanımlamaktadır. Bu doğrultuda dijital mahremiyet, bireyin dijital ortamlarda kendisine ait bilgilerin kimler tarafından, hangi amaçla ve ne ölçüde erişileceğine karar verme özgürlüğü olarak değerlendirilebilir (Milne, Rohm ve Bahl, 2004).

Dijital mahremiyet, modern teknolojinin yarattığı en kritik etik ve hukuki tartışma alanlarından biridir. Çevrimiçi iletişim, e-ticaret, sosyal medya ve mobil uygulamalar aracılığıyla bireylerden toplanan büyük veri, kişisel bilgilerin ticari veya politik amaçlarla kullanılabilmesine zemin hazırlamaktadır. Zuboff (2019) bu süreci “gözetim kapitalizmi” olarak adlandırmakta ve dijital platformların kullanıcı verilerini sistematik biçimde birer ekonomik kaynağa dönüştürdüğünü belirtmektedir. Bu ekonomik model, mahremiyetin yalnızca bireysel bir hak olmaktan çıkarak dijital sistemler tarafından pazarlık edilen stratejik bir değere dönüşmesine neden olmuştur.

Öte yandan boyd (2014), sosyal medya çağında bireylerin görünür olmayı sosyal kabulün bir biçimi olarak gördüklerini; bu nedenle “ifşa kültürünün” mahremiyetin sınırlarını bulanıklaştırdığını ifade etmektedir. Sosyal medya, bireyin kimliğini görünürlük üzerinden kurduğu bir alan hâline gelmiş, mahremiyet ise paylaşım kültürüyle iç içe geçmiştir. Jordaen ve Heerden (2017), bireylerin dijital ortamlarda mahremiyet konusunda endişe duymalarına rağmen kişisel bilgilerini paylaşmaya devam ettiklerini belirtmiştir. Sepetci (2017)’nin araştırması da bu durumu desteklemekte; bireylerin özel hayatlarıyla ilgili paylaşımlar yapmaktan rahatsızlık duymadıklarını, hatta bunu dijital katılımın doğal bir parçası olarak gördüklerini göstermektedir.

Dijital mahremiyet, aynı zamanda bireylerin internette bıraktıkları izlerin (digital footprints) kontrolünü de kapsar. Markos vd. (2012) dijital ayak izlerini, bireylerin çevrimiçi ortamlarda gerçekleştirdikleri her türlü etkinliğin izlenebilir ve depolanabilir veri kalıntıları olarak tanımlamaktadır. Kligienė (2012) ve Volkova (2024), bu izlerin sanal hizmetler, arama geçmişi, sosyal medya etkileşimleri, formlar ve diğer çevrimiçi faaliyetler aracılığıyla sistematik biçimde toplandığını vurgulamaktadır. Blue vd. (2018)

ise dijital ayak izlerinin, bireylerin günlük yaşamlarını kolaylaştıran uygulamalar (örneğin haritalar, alışveriş siteleri veya sosyal ağlar) tarafından sürekli biçimde kaydedildiğini belirtmektedir. Bu kayıtlar silinmesi zor veriler oluşturmakta ve Krishnamurthy ve Wills (2006)'a göre, bireylerin istemedikleri şekilde üçüncü taraflarca erişilebilir hâle gelerek mahremiyet ihlallerine zemin hazırlamaktadır. Dijital ortamlarda mahremiyetin sağlanması yalnızca teknik değil, aynı zamanda farkındalık temelli bir süreçtir. Abril (2012), bireylerin dijital ortamlarda mahremiyet bilincine sahip olmalarının, kişisel bilgilerini korumanın en etkili yolu olduğunu savunur. Chen vd. (2017) ise kullanıcıların gizlilik politikalarını anlamaları ve kişisel bilgilerini hangi koşullarda paylaşacakları konusunda bilinçli olmaları gerektiğini vurgular.

Araştırmalar, bireylerin dijital mahremiyet konusundaki tutumlarında çelişkiler olduğunu göstermektedir. Jorjaan ve Heerden (2017), insanların mahremiyet endişeleri olmasına rağmen kişisel bilgilerini paylaşmaya devam ettiklerini belirtmektedir. Sepetci (2017) çalışmasında, katılımcıların büyük çoğunluğunun özel hayatları ve kişisel bilgileri hakkında paylaşım yapmaktan rahatsızlık duymadıklarını saptamıştır. Çarpın ve Temir (2022) ise dijital platform kullanıcılarının %90,5'inin gerçek isimlerini kullandığını, %44,3'ünün eğitim durumu, yaş, cinsiyet, meslek gibi kişisel bilgileri paylaşmaktan çekinmediğini ortaya koymuştur. Kolek ve Saunders (2008) çalışmasında da benzer bulgulara ulaşılmıştır: Katılımcıların %87,3'ü gerçek resimlerini, %48,1'i adres bilgilerini, %14,6'sı ise telefon numaralarını paylaştıklarını ifade etmiştir. Araştırmada dikkat çeken bir diğer bulgu da kadın katılımcıların erkek katılımcılardan daha fazla paylaşımda bulunmasıdır. Ayrıca araştırmalar, dijital mahremiyet algısının cinsiyet, yaş ve kullanım sıklığı gibi değişkenlere göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Kolek ve Saunders (2008), dijital platformlarda kadın kullanıcıların erkeklere oranla daha fazla kişisel paylaşım yaptıklarını saptamışlardır. Bu bulgu, mahremiyetin dijital bağlamda yalnızca bir güvenlik meselesi değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir davranış kalıbı hâline geldiğini göstermektedir. Bu bağlamda dijital mahremiyet bireylerin dijital platformların sunduğu kolaylıklarla kişisel verileri üzerindeki kontrol hakları arasında sürekli bir denge kurmak zorunda kaldığı bir alanı tanımlamaktadır (Abril, 2012). Kişisel bilgiler üzerinde kontrol kaybı hissi (Sutanto vd., 2013) ve dijital gözetim endişeleri, bireylerin dijital ortamlardaki davranışlarını şekillendiren temel faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. BÖLÜM: AİLE KURUMU

İnsanı diğer canlılardan ayıran temel özellik, onun düşünsel ve zihinsel bir yapıya sahip olmasıdır. Bu özellik sayesinde insan, yalnızca varlığını sürdürmekle kalmaz; aynı zamanda dünyayı anlamlandırmaya, anladığı ölçüde ona bir düzen getirmeye çalışır (Baumeister ve Leary, 2017). Bu zihinsel kapasite, insanın türdeşleriyle çeşitli ilişkiler kurmasına da zemin hazırlar (Ceran, 2021: 64). Bu ilişkiler neticesinde de insan, varoluşundan bu yana kendi türdeşleriyle birlikte yaşamının bir gereği olarak aile, devlet gibi bazı toplumsal yapılar (gruplar) kurmuştur (Ulucanlı, 2020: 43-44).

Toplumsal grup, en az iki kişinin bir amaç için bir araya gelmesi ve birbiriyle ilişki kurmasıyla başlayan, belirli değer ve normları paylaşarak devam ettirdikleri insansal bir birlikteliktir (Tolan, 1983: 420). Dolayısıyla insanoğlunun kurduğu bu birlikteliklerin süregelen en yaygın şekli ailedir (Özkalp vd., 2007). Bu durumda, insanlar arası ilişkilerle kurulan aile, küçük ölçekli toplumsal birliktelik / gruptur (Ulucanlı, 2020: 45). Alanyazına baktığımızda "Aile nedir?" sorusu, ilk bakışta basit bir tanımlama sorusu gibi görünse de sosyoloji, psikoloji, antropoloji ve hukuk gibi çeşitli disiplinlerde çok farklı şekillerde ele alınmakta ve bu nedenle ortak bir tanıma ulaşmak güçleşmektedir. Ayrıca aile teriminin tanımlanmasındaki bir diğer güçlük, büyük ölçüde bu birimin tarihsel, kültürel, ideolojik ve ekonomik bağlamlara göre farklılaşmasından kaynaklanmaktadır (Giddens, 2013).

Geleneksel yaklaşımlar aileyi genellikle evlilik, kan bağı ve birlikte yaşama esasına dayalı, anne-baba ve çocuklardan oluşan bir kurum olarak tanımlamaktadır (Parsons ve Bales, 1955). Bu bakış açısı, bu tezin de eksene aldığı özellikle sanayi toplumlarında yaygınlaşan çekirdek aile modeline (Engin, 2021 :237) dayanmaktadır. Ancak bu tanım, günümüz toplumlarında gözlemlenen tek ebeveynli aileler, yeniden evlenmeyle oluşan karma aileler, evlilik dışı birliktelikler, eşcinsel ebeveynli aileler gibi çoğul aile biçimlerini dışarda bırakmaktadır (Stacey, 1996; Brooks, 2017). Ayrıca, farklı kültürlerde "aile" kavramının kapsadığı kişiler de değişebilmektedir. Örneğin bazı Afrika ve Asya toplumlarında aile kavramı çok daha geniş bir akrabalık ağını kapsarken, Batı toplumlarında bu sınırlar daha dar tutulmaktadır (Levi-Strauss, 1969; Korn, 2013). Bu durum, evrensel bir aile tanımı yapma çabalarını daha da karmaşık hale getirebilmektedir. Aile tanımını zorlaştıran bir diğer unsur da ideolojik etkilerdir. Feminist yaklaşımlar, aile kurumunun çoğu zaman ataerkil normları yeniden ürettiğini ve bu nedenle "ideal aile"

tanımlarının toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini meşrulaştırdığını ileri sürmektedir (Delphy ve Leonard, 1992; Oakley, 1974). Bu bakımdan aile tanımı, yalnızca betimleyici değil, aynı zamanda normatif bir yön de taşımaktadır. Dolayısıyla hangi aile biçimlerinin “normal” veya “meşru” kabul edildiği, bölge, politik ve kültürel bağlamlara göre değişebilmektedir.

Günümüzde birçok sosyal bilimci, aileyi sabit bir yapı yerine, toplumsal ilişkiler ağı olarak tanımlamayı tercih etmektedir. Örneğin David Morgan (1996), “aileyi” bir nesne değil, bir eylem ve pratikler bütünü olarak ele alır. Bu yaklaşım, aile ilişkilerinin sadece hukuki ya da biyolojik değil, aynı zamanda duygusal ve sosyal etkileşimlere dayalı olduğunu vurgular. Öte yandan aile, bireyin dünyaya geldiği andan itibaren içinde yer aldığı, ona yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli bakım ve desteğin sunulduğu sosyal bir ortam olarak ifade edilmektedir (Yılmazçoban, 2008: 154-155). Dolayısıyla toplumsal bir insan kurumu olan aile denildiğinde (Nirun, 1994) genelde ilk olarak akla gelen bir hane ya da ev terimidir. Diğer bir ifade ile aile hangi türden olursa olsun, aileyi oluşturan kişiler mutlaka bir hane içinde yaşamaktadır (Ulucanlı, 2020: 23). Aile yapısının temelinde ise güven, sevgi, saygı, minnet ve sadakat gibi kişiler arası etik ilişki değerleri yer almaktadır. Toplumun sahip olduğu değer yargıları, normatif kurallar ve sosyalleşmenin en ciddi ve yoğun olarak yaşandığı toplumsal yapı ailedir (Doğan, 2013). Birleşmiş Milletler’in nüfus sayımları ve istatistiki çalışmalar için önerdiği tanıma göre, aile; aralarında kan bağı, evlilik ya da evlat edinme gibi yasal yollarla kurulmuş akrabalık ilişkisi bulunan ve aynı hanede yaşayan bireylerin oluşturduğu bir topluluktur (United Nations, 2017). TDK’ye (2025) göre ise aile, “evlilik ve kan bağına dayanan, karı, koca, çocuk ve kardeşler arasındaki ilişkilerin oluşturmuş olduğu toplum içindeki en küçük birlik veya aynı soydan gelen, aralarında akrabalık ilişkileri bulunan kimselerin tümü” şeklinde ifade edilmektedir.

Yukarıda da ifade edildiği üzere ailenin ne olduğunu tanımlamak zor olmakla birlikte, ailenin genellikle, çeşitli şekillerde evlilik yoluyla inşa edildiği söylenebilir (Wells, 1994; Ulucanlı, 2020: 45). Evlilik ise, insan türünün devamını sağlayan toplumsal bir birliktelikten gelmektedir. Bu doğal birliktelik, yaşanılan toplum tarafından tanınıp kurumsal bir düzenlemeyle onaylandığında kurulmuş olur (Burç, 2018: 137-139). Ayrıca, evlilik süreciyle ortaya çıkan anne, baba, çocuk, büyükanne, büyükbaba, gibi akrabalık bağları da evliliğe bağlı olarak düzenlenmektedir (Ulucanlı, 2020: 45-46). Fakat aileyi

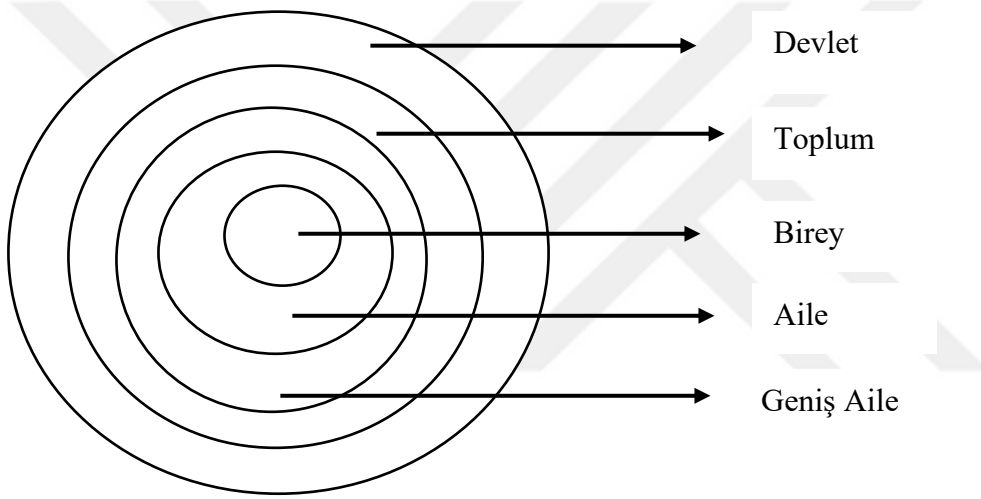
sadece evlilik yoluyla kurulan bir toplumsal yapı olarak belirlemek eksik kalacaktır (Oren ve Ben-Ari, 2020). Zira günümüzde aileye geniş anlamda baktığımızda; birlikte yaşama, evlat edinme, tıbbi yöntemlerle çocuk sahibi olma vb. bir evlilik gerçekleşmeden kurulan çeşitli aile biçimlerinin de olduğu görülmektedir (Çiçekli, 2025: 3). Bu nedenle, her ne şekilde olursa olsun diğer insanlar ile çeşitli ilişki örüntüleriyle hukuki açıdan meşru bir “hane” içinde birlikte yaşamak niyetiyle kurulan gruplara aile denilebilir (Ulucanlı, 2020: 46). Yukarıdaki bilgiler ışığında, ailenin diğer canlılar gibi tür olarak insanın varlık yapısından kaynaklı ortaya çıktığı söylenebilir. Bu sebeple, her ne kadar yere, zamana ve kültüre göre aile yapılanmaları farklı olsa da bu birliktelik biçiminin ilk insan toplumlarından bu yana bir şekilde devam ettiği ve bundan sonra da devam edeceği sonucuna varılabilir (Ulucanlı, 2020: 45).

3.1. Aile Sistemi

Aile sistemi, bireylerin karşılıklı ilişkiler içerisinde yer aldığı, duygusal, sosyal, ekonomik ve kültürel işlevlerin paylaşıldığı birincil toplumsal yapıdır (Bowen, 1978). Sistem kuramı bağlamında aile, üyelerinin her birinin davranışlarının diğerlerini etkilediği, karşılıklı etkileşim içinde bulunan dinamik bir bütün olarak ele alınır (Minuchin, 1974). Bu yaklaşıma göre aile, bireylerden oluşan bir toplamdan ibaret olmayıp, bireyler arası ilişkilerin örüntüleri ve etkileşim biçimleriyle kendine özgü bir yapı sergilemektedir (Cüceloğlu, 2019).

Aile sisteminde roller, kurallar, sınırlar ve iletişim biçimleri gibi unsurlar hem bireysel gelişimi hem de aile içi dengeyi belirleyen temel faktörlerdir (Kaya, 2015). Örneğin, sistem içinde meydana gelen bir değişiklik, bir bireyin davranışındaki ya da ailenin yapısındaki bir dönüşüm, sistemin bütününe etkileyebilir. Bu bağlamda aile, homeostatik (dengeleyici) eğilim gösteren, ancak aynı zamanda değişime de açık bir yapıdadır (Minuchin, 1974). Aile, karmaşık bir yapıya sahip olup çeşitli alt sistemlerden oluşan bir sosyal sistemdir (Dierker vd., 2025). Belirli amaçlara yönelmiş olan bu yapı, söz konusu amaçlara ulaşabilmek için çeşitli işlevler ve görevler üstlenir (Kaya, 2015). Bu görevlerin yerine getirilmesi ise belirli stratejilerin geliştirilmesini ve uygulanmasını gerektirir (Bowen, 1978). Bireyler, bu alt sistemlerin etkileşimi içinde yer alarak yaşamlarını sürdüren bir sistemin parçası olarak konumlanırlar.

Her alt sistemde bireyler, daha büyük ve çok katmanlı bir yaşam sistemi (living system) içinde konumlanmaktadır (Şekil 1). Bu bağlamda birey, aile sistemi içerisinde yer alan bir alt sistem olarak değerlendirilebilirken; aile ise geniş aile (extended family) yapısının bir parçasını oluşturur. Bu geniş aile yapısı da daha büyük bir sosyal sistem olan topluluk (community) düzeyine bağlanır. Topluluklar ise toplumsal organizasyonun daha üst düzeyi olan devlet sisteminin alt sistemidir. Bu çok katmanlı yapı, bireyden devlete kadar uzanan bir sistem hiyerarşisi içerisinde, her düzeyde karşılıklı etkileşim ve geri bildirim mekanizmalarıyla işler (Bronfenbrenner, 1979; Boss vd., 2021; Fiese vd., 2019). Sistem kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, her düzeydeki yapı hem kendi içinde işlevseldir hem de bir üst sistemin işlevselliğini etkiler (Nazlı, 2009: 20-21).



Şekil 1: Sistem Düzeyleri

Kaynak: Nazlı,2009: 21

Birey (Merkez): Sistemin odak noktası ve başlangıcıdır. Tüm diğer sistemler nihayetinde bireyin üzerinde etkiye sahiptir ve birey de onları etkiler. Kişinin kendi düşünceleri, duyguları ve bireysel kimliği burada yer alır.

Aile: Bireyin en yakın, en samimi ve en doğrudan etkileşimde bulunduğu sosyal birimdir. Kişilik gelişimi, temel değerler ve güven duygusu öncelikle bu katmanda şekillenir.

Geniş Aile: Çekirdek ailenin dışındaki akrabaları (kuzenler, teyzeler, amcalar, büyükanne/büyükbaba vb.) temsil eder. Bu katman, aileye kültürel gelenekler, miras ve daha geniş bir destek/denetim ağı sağlar.

Topluluk: Aile ve geniş ailenin ötesindeki sosyal çevredir. Bu, bireyin içinde yaşadığı mahalle, arkadaş çevresi, okulu, iş yeri ve dini gruplar gibi toplulukları kapsar. Toplumsal normlar ve "biz" bilinci bu katmanda güçlü bir şekilde işler.

Devlet (En Dış Halka): En kapsayıcı ve resmi yapıyı temsil eder. Yasalar, eğitim sistemi, sağlık politikaları, ekonomik düzen ve ulusal kimlik gibi, bireyin ve diğer tüm iç sistemlerin işleyişini doğrudan veya dolaylı olarak düzenleyen kurumları içerir.

Bu sistemin iç yapısında yer alan alt sistemler arasındaki karşılıklı etkileşim nedeniyle, sistemin herhangi bir bileşeninde ortaya çıkan bir sorun, diğer alt sistemleri de doğrudan etkileyebilmektedir (Nazlı, 2009).

3.2.Ailenin Temel İşlevleri

Aile, toplumun en temel sosyal kurumlarından biri olarak bireylerin doğumundan itibaren içinde yer aldığı ve yaşam boyu etkilerini hissettiği bir yapıdır (Cüceloğlu, 2019; Ulucanlı, 2020). Alanyazında aileye atfedilen işlevler, yalnızca bireyin biyolojik ihtiyaçlarını karşılamaktan ibaret olmayıp, sosyal, duygusal ve kültürel alanlarda da derin etkiler yaratmaktadır (Giddens, 2008; Kır, 2011; Günindi vd., 2012; Yıldırım, 2019). Bu bağlamda aile işlevleri, çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Ayrıca bu işlevlerin her biri bireyin sağlıklı gelişimi ile toplumun sürekliliği açısından kritik önem taşımaktadır.

Ailenin Biyolojik ya da üreme işlevi, ailenin en temel ve doğal rollerinden biridir. Aile, neslin devamını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda çocuğun sağlıklı bir şekilde dünyaya gelmesi ve büyümesi için gerekli ortamı oluşturmaktadır (Giddens, 2008). Üreme işlevi, yalnızca biyolojik bir süreç olarak değil (Arslan, 2023), aynı zamanda çocuğun gelişim sürecine dair sosyal bir sorumluluğun başlangıcı olarak da değerlendirilmektedir (Günindi vd., 2012). Bu süreç, yalnızca bir üreme eylemi olmanın ötesinde (Kır, 2011: 385), toplumsal kabul görmüş normlar çerçevesinde gerçekleşmekte ve böylece toplumun varlığının idamesine hizmet etmektedir (Yıldırım, 2019).

Ailenin ekonomik işlevi, Aile kurumu, tarihsel süreç içerisinde birçok temel işlevi bünyesinde barındırmakla birlikte, ekonomik işlevi bu işlevler arasında önemli ve köklü bir yere sahiptir. Nitekim aile, bireylerin ekonomik yaşam tarzlarını belirleyen temel bir iktisadi kurum olarak değerlendirilebilir (Develi, 2020). Ailenin ekonomik işlevi; üretim, tüketim, tasarruf, yatırım, gelir ve harcama gibi ekonomik faaliyetleri içermekte olup hem bireylerin hem de toplumun ekonomik refahının desteklenmesine katkı sağlamaktadır

(Kır, 2011: 397-398). Bu bağlamda, aile bireylerinin ekonomik ihtiyaçlarının karşılanması ve sürdürülebilir bir yaşam standardının sağlanması açısından hayati bir rol üstlenmektedir (Arslan, 2023). Aile, aynı zamanda toplumsal düzlemde bir kaynak ve destek mekanizması olarak da işlev görür (Nazlı, 2009). Bir kaynak olarak, bireylerin ekonomik beceri ve yetkinliklerinin geliştirilmesine, mesleki yönelimlerinin belirlenmesine, kariyer planlaması yapılmasına ve girişimcilik faaliyetlerine katılımına imkân tanır (Arı, 2023: 131). Böylelikle aile, bireylerin ekonomik fırsatlara erişimini ve seçeneklerini genişletir. Bir destek unsuru olarak ise aile, bireylerin karşılaştıkları ekonomik sorunlarla baş etmelerine yardımcı olur; ekonomik güvenliklerini sağlamalarına, riskleri minimize etmelerine ve olası krizlere karşı direnç kazanmalarına katkıda bulunur (Günindi vd., 2012). Keza ekonomik işlev aile kurumunun toplumsal yapı içindeki yerini ve önemini pekiştiren temel bir unsurdur (Arslan, 2023). Ailenin yalnızca bireysel değil, toplumsal düzeyde de ekonomik katkı sağlayan bir kurum olması, onun toplumsal hayatın vazgeçilmez bir bileşeni olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Nitekim ailenin ekonomik işlevi tarihsel süreçte biçim değiştirmiş olsa da önemini korumaktadır (Kır, 2011: 397). Geleneksel toplumlarda üretim birimi olan aile, modern toplumlarda daha çok bir tüketim birimi olarak öne çıkmaktadır (Parsons, 1955). Ancak her iki durumda da aile, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşıladığı bir yapı olmaya devam etmektedir (Kır, 2011: 397). Aile üyeleri arasında kaynak paylaşımı, ekonomik destek ve dayanışma bu işlevin temelini oluşturmaktadır.

Eğitim ve sosyalleştirme işlevi, Aile, bireyin toplumsallaşma sürecindeki ilk ve en etkili sosyalizasyon aktörü olarak hem bireysel gelişimin yönlendirilmesinde hem de kültürel sürekliliğin sağlanmasında temel bir işlev görmektedir (Sanders ve Morawska, 2018). Diğer bir ifade ile aile, bireyin ilk sosyalleştiği kurumdur ve birey burada toplumun değerlerini, normlarını, kurallarını ve beklentilerini öğrenmektedir (Berger ve Luckmann, 1966). Bu bağlamda aile, bireyin kimliğinin oluştuğu ve içselleştirildiği bir “ilk okul” işlevi görür (Nirun, 1994: 27-28). Özellikle çocukluk döneminde, ailenin sağladığı eğitim ve yönlendirme, bireyin ileriki yaşamındaki sosyal uyum becerileri açısından belirleyici olmaktadır. Erken çocukluktan itibaren birey, aile aracılığıyla yalnızca temel yaşam becerilerini değil, aynı zamanda sosyal normları, değer sistemlerini ve toplumsal rollerini de öğrenmektedir. Bu süreçte aile, hem formel eğitim süreçlerine hazırlık işlevi görmek hem de bireyin informal öğrenme yoluyla kendi kimliğini inşa etmesine katkı

sunmaktadır (UNICEF, 2021). Ailenin eğitim işlevi, yalnızca akademik becerilerin değil; duygusal dayanıklılık, sosyal zekâ ve etik değerlerin kazandırılması açısından da belirleyicidir (Bronfenbrenner ve Morris, 2006; Darling-Hammond vd., 2020). Bununla birlikte, sosyalleştirme işlevi, bireyin içinde bulunduğu kültürel bağlamı içselleştirmesi, toplumsal normlara uygun davranış geliştirmesi ve sosyal kimlik edinimi gibi çok katmanlı süreçleri kapsamaktadır (Grusec ve Hastings, 2015). Aile, bu bağlamda yalnızca normatif düzenin taşıyıcısı değil; aynı zamanda değişen toplumsal yapılar karşısında bireyin adaptasyon kapasitesini destekleyen dinamik bir kurum olarak konumlanmaktadır (Kır, 2011). Bu çerçevede aile, bireyin yalnızca toplumsal düzene uyum sağlamasını değil (Yıldırım, 2019); aynı zamanda eleştirel düşünme, empati ve çok kültürlü duyarlılık gibi çağdaş beceriler geliştirmesini mümkün kılan çok yönlü bir toplumsal öğrenme ortamı sunmaktadır.

Ailenin Psikolojik ve Duygusal İşlevi, Aile, bireyin psikolojik gelişimi ve duygusal sağlığının inşasında temel bir yapı taşı olarak işlev görmektedir. Psikolojik ve duygusal işlevsellik bağlamında aile; bireyin kendilik algısının oluşumu, güven duygusunun gelişimi, sosyal becerilerin edinilmesi ve duygu düzenleme kapasitelerinin kazanılmasında belirleyici bir role sahiptir. Aile sadece biyolojik bir birim olmanın çok ötesinde, bir duygusal sığınak, bir kişilik atölyesi ve bir psikolojik destek sistemidir (Bronfenbrenner ve Morris, 2006). Sağlıklı bir aile yapısı, bireye hayat boyu taşıyacağı psikolojik sağlamlık, pozitif benlik algısı ve etkili ilişki becerileri kazandırarak, onun yalnızca bireysel iyilik haline değil, aynı zamanda toplumun genel ruh sağlığına da katkıda bulunur.

Aile, bireyin sevgi, güven, aidiyet gibi temel psikolojik ihtiyaçlarını karşıladığı bir ortamdır (Bowlby, 2012). Sağlıklı aile ilişkileri, bireyin ruhsal sağlığını olumlu yönde etkilerken, işlevsiz aile yapıları bireyde duygusal bozukluklara ve sosyal uyum sorunlarına yol açabilmektedir (Kır, 2011). Özellikle bağlanma kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde (Cleary, 1999), çocuğun ebeveynleriyle kurduğu güvenli bağ, ileriki yaşantısında kuracağı ilişkilerin temelini oluşturur (Yıldırım, 2019). Çocukluk döneminde gerçekleşen ilk bağlanma deneyimleri, bireyin yaşam boyu kuracağı kişilerarası ilişkilerin niteliğini etkileyebilmektedir. Bowlby'nin (1969) bağlanma kuramı çerçevesinde, birincil bakım verenle kurulan sağlıklı bir bağlanma ilişkisi, çocuğun dünyayı güvenli bir yer olarak algılamasını kolaylaştırmakta ve duygu düzenleme

becerilerinin temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, ailenin sağladığı sevgi, ilgi ve destek, bireyin ruh sağlığını doğrudan etkileyen temel psikososyal girdiler arasında yer almaktadır (Molina Moreno vd., 2024). Aynı zamanda aile, bireyin duyguları tanıma, ifade etme ve yönetme süreçlerini deneyimlediği ilk sosyal bağlamdır (Kır, 2011). Empati, öz-saygı, benlik değeri ve öz-yeterlik gibi psikolojik yapılar büyük ölçüde aile içi etkileşimler yoluyla biçimlenmektedir (Yavuzer, 2013). Özellikle ebeveyn tutumları, bireyin öznel iyi oluş düzeyi ve stresle baş etme stratejileri üzerinde uzun vadeli etkilere sahip olabilmektedir (Zakiei, 2020: 2-3). Demokratik, destekleyici ve duyarlı aile ortamları, bireylerin psikolojik dayanıklılığını güçlendirirken; otoriter veya ihmalkâr tutumlar ise çeşitli ruhsal sorunlar için risk faktörü oluşturabilmektedir (Duman ve Nacak, 2025: 226- 228). Bununla birlikte aile, yalnızca çocukluk dönemiyle sınırlı kalmamakta, yaşam boyu birey için duygusal bir destek kaynağı işlevi görmektedir (Cüceloğlu, 2019). Kriz durumlarında aile tarafından sağlanan psikolojik dayanışma ve aidiyet duygusu, bireyin travmatik yaşantılarla başa çıkmasını kolaylaştırabilmektedir (Özgen, 2017). Dolayısıyla aile; bireyin psikolojik ve duygusal gelişimini biçimlendiren, destekleyen ve sürdürülebilir kılan temel bir sosyal kurumdur (Arı, 2023: 131-132). Ailenin işlevselliği, yalnızca bireysel ruh sağlığı açısından değil, aynı zamanda toplumun genel psikososyal refah düzeyi açısından da belirleyici bir rol oynamaktadır.

Ailenin koruyucu işlev ise aileyi bir güvenlik alanı olarak ifade edilebilir (Kır, 2011) Aile, bireylerini yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal tehlikelere karşı da koruyan bir yapıdır (Arı, 2023: 132-133). Ailenin koruyucu işlevi, bireylerin fiziksel, psikolojik ve sosyal açıdan güvenliğinin sağlanmasını kapsar. Bu işlev çerçevesinde aile, üyelerini dış tehditlere karşı korur, sağlık ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılar ve ruhsal destek sunarak bireylerin psikolojik dayanıklılığını artırır (Certel,2024: 351-358). Özellikle çocuklar ve yaşlılar için aile, dış dünyanın risklerine karşı bir sığınak işlevi görür (Bronfenbrenner, 1979). Bu işlevin zayıfladığı aile yapılarında, bireyler dış çevrenin olumsuz etkilerine daha açık hale gelir.

Bunun yanı sıra, aile bireylere *toplumsal kimlik* de kazandırır. Bireyin cinsiyeti, dini, dili, kültürel değerleri ve toplumsal rolleri büyük ölçüde aile aracılığıyla şekillenir. Bu yönüyle aile, bireyin topluma entegrasyonunda aracı bir kurumdur. Aynı zamanda dinî ve kültürel aktarım işlevi sayesinde aile, toplumun kültürel sürekliliğini sağlar. İnanç

sistemleri, gelenek ve görenekler, ritüeller ve bayramlar gibi öğeler aile içinde öğrenilir ve kuşaktan kuşağa aktarılır (Durkheim, 1912).

Alanyazın incelendiğinde aile işlevlerinin yalnızca bireysel düzeyde değil, toplumsal düzeyde de çok yönlü etkiler yarattığı görülmektedir (Tire, 2020). Bu işlevlerin bir ya da birkaçının zayıflaması, yalnızca bireyin değil, toplumun da sağlıklı işleyişini tehdit edebilir. (Thomas vd., 2017). Bu nedenle aile, sosyal politikalar, eğitim sistemleri ve toplumsal yapı içinde desteklenmesi gereken temel kurumlardan biridir.

3.3. Aile Türlerinin Sınıflandırılması

Aile, insanlık tarihinin en eski ve en evrensel kurumlarından biri olarak farklı toplumlarda farklı biçimlerde örgütlenmiştir (Ünal, 2013). Bu örgütlenme biçimleri alanyazında çeşitli aile türleri olarak kavramsallaştırılmıştır. Aile türleri, başta yapısal özellikler olmak üzere, hane halkı bileşimi, otorite ilişkileri, evlilik biçimleri ve kültürel farklılıklar temelinde sınıflandırılmaktadır (Duman ve Nacak, 2025). Bu sınıflandırmalar, aile yapılarının toplumsal değişimle nasıl dönüştüğünü anlamak açısından da önem taşımaktadır.

3.3.1. Yapısına Göre Aile Türleri

Yapısal açıdan aileler genellikle çekirdek aile ve geniş aile olarak iki ana gruba ayrılır (Karataş, 2001; Düzenli, 2011). Çekirdek aile, anne, baba ve çocuklardan oluşan temel birimdir (Aslantürk, 2020; Ünal, 2013). Bu yapı, özellikle sanayileşme ve kentleşme süreçleriyle birlikte yaygınlaşmış ve çağdaş sanayi toplumlarının baskın aile modeli haline gelmiştir. Tarihin çeşitli dönemlerinde görülmüş olmakla birlikte, çekirdek aile günümüzde daha çok sanayi toplumlarının ihtiyaçlarına yanıt veren bir yapı olarak değerlendirilmektedir (Ünal, 2013:590) Sanayileşme ve kentleşme süreçleriyle birlikte özellikle Batı toplumlarında baskın hale gelen (Akdoğan, 2002) bu aile tipi, Sosyolog Talcott Parsons (1955) çekirdek ailenin endüstriyel toplumların ihtiyaçlarına özgün biçimde uyum sağladığını ifade etmektedir. Ayrıca Parsons çekirdek aile yapısını modern toplumun işlevsel yapısına en uygun aile biçimi olarak tanımlanmıştır. Parsons'a göre çekirdek aile, iş gücü mobilitesini ve bireysel özgürlüğü teşvik eden bir yapıdır. Parsons çekirdek aile yapısını iki temel işlevi olduğunu vurgulamaktadır. Birinci işlev çocukların sosyalleşmesi, ikinci işlev ise yetişkin bireylerin kişilik dengesinin sürdürülmesidir. Bu

bağlamda, anne aile içi duygusal ihtiyaçların karşılanmasında ve aile atmosferinin yönetiminde merkezi bir rol üstlenirken; baba, ekonomik kaynakların sağlanmasından sorumlu olmaktadır.

Öte yandan, geniş aile, birden fazla kuşağın aynı çatı altında yaşadığı, büyükanne-büyükbaba, amca, hala gibi akrabaların da aile birimine dahil olduğu yapı olarak tanımlanır (Duman ve Nacak, 2025: 225). Bu yapı, güçlü akrabalık bağları, gelenek ve göreneklere olan bağlılık ile karakterizedir (Aslantürk vd., 2020). Geniş ailede genellikle en yaşlı erkek birey (baba) otoriteyi temsil eder ve ailenin reisi olarak kabul edilir. Mülkiyet çoğu zaman tek bir kişinin, çoğunlukla da bu otorite figürünün elindedir (Ünal, 2013:590). Özellikle tarımsal üretime dayalı toplumlarda yaygın olan bu aile türü, dayanışma ve kolektif yaşam üzerine kuruludur (Goode, 1963). Geniş aile yapısının, toplumsal dayanışma ve çocuk bakımındaki avantajları nedeniyle modern toplumlarda bile kimi zaman yeniden önem kazandığı görülmektedir.

3.3.2. Evlilik Biçimine Göre Aile Türleri

Evlilik biçimine göre aileler, monogamik (tek eşli) ve poligamik (çok eşli) olarak sınıflandırılmaktadır (Tire, 2020). Monogami, bir kadının ve bir erkeğin oluşturduğu evlilik birimidir ve günümüzde birçok toplumda norm haline gelmiştir (Yılmaz, 2015). Monogami (tek eşlilik), modern Batı toplumlarının yanı sıra Türk Medeni Kanunu'nun da benimsediği yasal evlilik biçimidir. Bu form, mülkiyetin aktarımında belirginlik sağlaması ve duygusal yakınlık ideali ile ilişkilendirilir (Giddens, 2013). Yapılan araştırmalarda monogaminin, eşitlik, sadakat ve çocukların bakımı açısından daha istikrarlı bir yapı sunduğu ileri sürülmektedir (Levi-Strauss, 1969). Buna karşılık, poligami çok eşliliği ifade eder ve kendi içinde polijini (bir erkeğin birden fazla kadınla evlenmesi) ve poliandri (bir kadının birden fazla erkekle evlenmesi) olarak ayrılır (Arslan vd., 2020; Tire, 2020). Polijini, tarihsel olarak daha yaygın bir pratik olmuş ve bazı kültürel, ekonomik ya da dinsel nedenlerle sürdürülebilir bir aile biçimi olarak görülmüştür (Bindik, 2021). Ancak modern hukuk sistemlerinde çoğunlukla yasaklanmıştır. Poliandri ise oldukça nadir olup genellikle toplumsal ya da ekonomik zorunluluklarla ortaya çıkmaktadır (Murdock, 1949; Ember ve Ember, 1983). Eş seçimine dayalı kurallar bağlamında ise endogami ve egzogami öne çıkar. Endogami, bireyin kendi sosyal, dini veya etnik grubu içinden evlenmesi kuralıdır ve grubun

bütünlüğünü koruma işlevi görür. Egzogami ise, bireyin kendi yakın akraba grubu dışından evlenmesini zorunlu kılarak, sosyal ağları genişletme ve yeni ittifaklar kurma potansiyeli taşır (Lévi-Strauss, 1969).

3.3.3. Otorite ve Yerleşim Biçimine Göre Aile Türleri

Ailelerdeki otorite ilişkileri ve yerleşim biçimleri de aile türlerini belirleyen önemli unsurlardandır. Ataerkil (patriarkal) aile, yapısında erkek egemendir ve soy erkek üzerinden devam ederken, anaerkil (matriarkal) yapısında kadın egemenliği söz konusudur (Ortaylı, 1980). Ataerkil aile, otoritenin en yaşlı erkekte (baba) toplandığı geleneksel modeldir (Caldu, 2020). Miras ve soy bu hat üzerinden aktarılır. Feminist kuram, bu yapıyı, kadınlar ve çocuklar üzerindeki tahakkümün temel kaynağı olarak ele alır ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yeniden üretilmesindeki merkezi rolüne dikkat çeker (Walby, 1990). Anaerkil aile ise, teoride otoritenin kadında olduğu bir model olmakla birlikte, antropolojik veriler saf bir anaerkil toplum örneğinin oldukça sınırlı olduğunu göstermektedir (Caldu, 2020). Öte yandan her ne kadar anaerkil aile yapıları tarihsel olarak sınırlı örneklerle temsil edilse de antropolojik çalışmalar bazı toplumlarda kadının ailedeki merkezi konumunu ortaya koymuştur (Reed, 1975). Daha yaygın olarak, soyun anne tarafından takip edildiği (matrilineal) ancak siyasi otoritenin erkek akrabalarda bulunduğu sistemler gözlemlenmiştir (Ortaylı, 1980). Modern toplumlarda ise, özellikle kentli ve eğitilmiş ailelerde eşitlikçi (egalitarian) aile yapısı yaygınlaşmaktadır. Bu modelde kararlar eşlerin ortak katılımıyla alınır ve otorite, rasyonel tartışma ve uzlaşma üzerine inşa edilir (Caldu, 2020).

Yerleşim biçimi açısından aileler ise, evliliğin ardından çiftin hangi ailenin yanına yerleştiğine göre sınıflandırılır. Patrilokal yerleşim, çiftin erkeğin ailesinin yanında yaşamasını; matrilokal yerleşim, kadının ailesinin yanında yaşamayı; neolokal yerleşim ise çiftin bağımsız bir konut kurmasını ifade eder. Modern toplumlarda neolokal yerleşim yaygınlaşmış olsa da kırsal bölgelerde patrilokal yapıların hâlâ egemen olduğu görülmektedir (Fox, 1967). Sanayileşme ve kentleşme ile birlikte neolokal yerleşim, modern toplumlarda baskın hale gelmiştir. Soy zinciri bağlamında ise, soyun baba tarafından takip edildiği patrilineal, anne tarafından takip edildiği matrilineal ve bireyin hem anne hem de baba tarafını eşit derecede kendi soyu olarak gördüğü bilateral sistemler mevcuttur. Türkiye'de Medeni Kanun ile birlikte bilateral sistem benimsenmiştir.

3.3.4. Fonksiyonuna Göre Aile Türleri

Ailenin işlevlerine göre yapılan sınıflandırmalarda da biçimsel (resmi) ve duygusal (duygu temelli) aile ayrımı yapılmaktadır. Özellikle duygusal işlevlerin ön plana çıktığı ailelerde, bireylerin sevgi, güven, destek gibi ihtiyaçlarının karşılanması önceliklidir. Modern toplumlarda bireylerin evliliğe ve aile kurmaya ilişkin motivasyonlarının da daha çok duygusal tatmin odaklı hale geldiği gözlemlenmektedir (Beck ve Beck-Gernsheim, 2002).

Biçimsel (resmi) aile, hukukî ve toplumsal kurallarla tanınan ve devlet tarafından resmiyet kazandırılmış aile yapısını ifade eder. Bu aile modeli, evlilik akdi, nüfus kayıtları, miras ve velayet gibi resmi düzenlemelerle belirlenir. Biçimsel aile, toplumsal düzenin devamını sağlamak ve bireylerin yasal haklarını güvence altına almak amacıyla önemli bir rol oynar (Langton ve Berger, 2011). Bu yapı, toplumsal istikrarın temelini oluştururken, bireylerin toplum içindeki yerini ve rollerini de belirler. Diğer yandan, duygusal (duygu temelli) aile, bireyler arasında sevgi, bağlılık, güven ve karşılıklı destek temeline dayanan ilişkiler ağıdır. Bu tür ailede bağ, biyolojik ya da resmi olmaktan çok, duygusal yakınlık ve psikolojik dayanışma ile kurulur. Modern toplumlarda, duygusal bağların önemi giderek artmakta, bireyler resmi bir bağ olmaksızın da aile hissiyatı yaşayabilmektedir (Ayhan ve Sasman Kaylı, 2023). Aile içi duygusal bağlar, bireylerin psikolojik iyilik halini destekler ve sosyal uyumu artırır (Thomas vd., 2017). Bu iki aile modeli birbirini tamamlar niteliktedir. Biçimsel aile bireylere sosyal ve hukuki güvence sağlarken, duygusal aile psikolojik ihtiyaçların karşılanmasında ve sağlıklı ilişkilerin gelişmesinde kritik rol oynar. Aile işleyişinin kalitesi, bireylerin duygusal zekâsı ve sosyal becerileri üzerinde doğrudan etkilidir (Family functioning and trait emotional intelligence, 2018). Bu nedenle, sağlıklı bir toplum için her iki aile yapısının dengeli bir şekilde desteklenmesi önemlidir. Endüstrileşme, kentleşme, göç, kadınların iş gücüne katılımı gibi dinamikler aile türlerinde önemli dönüşümlere neden olmuştur. Alanyazın, modern toplumlarda çekirdek ailenin yaygınlaşmasına rağmen, farklı kültürel bağlamlarda çok çeşitli aile biçimlerinin varlığını sürdürdüğünü ortaya koymaktadır. Bu nedenle aile türleri coğrafi bölge, kültürel görecelilik ve tarihsel bağlamlara göre değişebilmektedir.

3.4. Türk Toplumunda Aile

Aile, Türk toplumunun en temel ve en eski toplumsal kurumlarından biri olarak, bireyin sosyalizasyon sürecinin ilk basamağını oluşturmakta ve toplumsal yapının sürekliliğini sağlamaktadır (Erkal, 1993: 15 -17). Hem biyolojik hem de toplumsal yönleri bulunan aile kurumu, tarihsel süreç içerisinde farklı toplumsal, ekonomik ve kültürel koşulların etkisiyle şekillenmiş ve dönüşmüştür (Nirun, 1994). Bu dönüşüm, Türk toplumunun göçebe dönemlerinden günümüze kadar izlenebilmektedir (Kağıtçıbaşı, 1982).

Türk ailesinin kökeni Orta Asya bozkır topluluklarına kadar uzanır. Bu dönemdeki aile yapısı, büyük ölçüde göçebe yaşam tarzının gereklerine uygun olarak şekillenmiştir. Aileler genellikle patrilineal (baba soyuna dayalı) ve patriyarkal (erkek egemen) bir yapı arz ederken, aynı zamanda kadının üretim süreçlerindeki aktif rolü nedeniyle görece dengeli bir toplumsal cinsiyet ilişkisi söz konusuydu (Eyce, 2000: 233 -235; Ortaylı, 2003). Aile, yalnızca bir yaşam birimi değil, aynı zamanda bir ekonomik üretim ve savunma birimi olarak da işlev görmüştür (İnalcık, 2000). İslamiyet'in kabulü ve yerleşik hayata geçişle birlikte aile yapısında önemli değişiklikler meydana gelmiştir (Çelik, 2010: . Osmanlı toplumunda, aile genellikle heteronormatif, çok eşli ve patriyarkal bir yapıya sahip olmuştur (Eyce, 2000). Özellikle kırsal kesimde geniş aile modeli yaygınken, şehirleşmiş bölgelerde ise çekirdek aile yapısı daha yaygındı. Aile, aynı zamanda dini kurallarla şekillenen bir yapıydı (Mübeccel, 1984: 69 – 72); evlilik, boşanma ve miras gibi meseleler şeriat hukuku çerçevesinde çözülüyordu (İnalcık, 2000). Osmanlı'daki aile kurumu, devletin sosyal yapıyı kontrolünde ve düzenlemesinde önemli bir araç olarak görülmüştür (Nirun, 1994). Kadınların sosyal yaşama katılımı sınırlı olsa da aile içindeki konumları kimi zaman ekonomik statüleriyle güçlenebilmiştir (Ortaylı, 2003).

Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte aile yapısında köklü dönüşümler yaşanmıştır. 1926 yılında İsviçre Medeni Kanunu'nun adapte edilmesiyle, aile hukuku laikleştirilmiş ve kadın-erkek eşitliği esasına dayandırılmıştır (Zafer, 2013). Tek eşlilik yasal zorunluluk haline getirilmiş, kadına boşanma hakkı, miras hakkı ve velayet hakkı gibi önemli yasal kazanımlar tanınmıştır (Arat, 1998). Bu dönemde aile, modern ulus-devletin inşasında “çağdaşlaşmış bireylerin yetiştirildiği birincil kurum” olarak yeniden tanımlanmıştır (Zafer, 2013). Bu hukuki değişimlere rağmen, sosyal hayatta geleneksel aile yapısının etkileri uzun süre varlığını sürdürmüştür (Arat, 1998). Dolayısıyla Cumhuriyet döneminde de kırsal bölgelerde geniş aile yapısı, akrabalık ilişkileri ve ataerkil normlar

baskınlığını korumuş; buna karşın kentleşmenin hızlandığı bölgelerde çekirdek aile yapısı yaygınlık kazanmıştır (Türkdoğan, 2006). Sanayi devrimi ile beraber Türkiye’de hızlanan kentleşme, sanayileşme, eğitim düzeyinin yükselmesi ve kadınların iş gücüne katılımının artması, aile yapısında önemli değişimlere neden olmuştur (Ekici, 2014). Özellikle 1980 sonrası dönemde yaşanan neoliberal politikalar ve küreselleşme, aile içi ilişkileri yeniden yapılandırmıştır (Ayata, 2002). Bu süreçte, geleneksel otorite yapılarında zayıflama yaşanmış; kadınların ev içindeki rollerine ek olarak ekonomik alanda da aktif hale gelmeleri, toplumsal cinsiyet rollerini sorgulatır hale gelmiştir. Aile içinde karar alma süreçleri daha eşitlikçi bir zemine oturmaya başlamış, partner temelli ilişkiler ön plana çıkmıştır (Kağıtçıbaşı, 2005). Ayrıca, boşanma oranlarındaki artış, evlilik yaşının yükselmesi, bekâr yaşam tarzlarının yaygınlaşması, tek ebeveynli ailelerin artışı gibi demografik göstergeler (Nirun, 1994), Türk aile yapısının çeşitlendiğine işaret etmektedir (Demir, 2015). Bu durum, yalnızca yapısal değil, aynı zamanda değerler düzeyinde de bir dönüşümün yaşandığını göstermektedir.

Bugün Türkiye’de aile yapısı, bir yandan modernleşme ve bireyselleşmenin etkilerini taşıırken, diğer yandan geleneksel kültürel değerlerin izlerini sürdürmektedir (Nirun, 1994: 27-28). Özellikle kırsal ve kent çeperlerinde, akrabalık ilişkileri, namus kavramı, evlilik öncesi cinsellik tabusu gibi geleneksel normlar etkisini korumaktadır. Buna karşın, büyük kentlerde alternatif yaşam biçimleri, kadınların evlilik dışı bireysel hayatları, evlenmeden birlikte yaşama gibi olgular daha görünür hale gelmiştir (Bilgin, 2020). Devlet politikaları da aile yapısını etkilemeye devam etmektedir. Son yıllarda “güçlü aile” vurgusu yapılan sosyal politikalar, aileyi koruma, boşanmayı azaltma ve nüfus artışını teşvik etme amacı gütmektedir (Akkan, 2018). Aile yapısı yalnızca bireyler arası ilişkileri değil, aynı zamanda toplumsal yapının genel işleyişini de yansıtan bir ayna olarak görülmektedir (Zafer, 2013: 121-124) Sonuç olarak Türk toplumunda aile, tarih boyunca sürekli bir dönüşüm içinde olmuş; geleneksel değerler ile modernleşmenin etkileri arasında dinamik bir denge kurmaya çalışmıştır (Erkan, 1993). Bir sonraki başlıkta sosyal medyan bağımlılığının aile içi mahremiyet etkileri üzerine mevcut literatüre detaylandırılacaktır.

4. BÖLÜM: SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ AİLE İÇİ MAHREMİYET ETKİLERİ ÜZERİNE MEVCUT LİTERATÜR

Dijitalleşmenin her alanı kuşattığı günümüzde, “kamusal alan” ile “mahrem alan” arasındaki sınır giderek bulanıklaşmıştır. Eskiden gizlenen her şey mahrem kabul edilirken, bugün görünür olmayan her şey kamusal bağlamın dışında kalmaktadır. Westin (1967), Gagnier (2010), Capurro (2013) ve Ergen (2018) mahremiyeti bireysel özgürlük ve kişisel bütünlükle ilişkilendirirken; Margulis (2003), Roessler (2013) ve Poyraz (2020), modern toplumlarda mahremiyetin tanınırlık ve görünürlük uğruna kolaylıkla feda edilebildiğini vurgular. Şişman (2016)’ın belirttiği gibi, bir zamanlar devletlerin istihbarat yoluyla elde ettiği bilgilerin artık bireyler tarafından gönüllü biçimde sosyal medyada paylaşılması, mahremiyetin öznel bir tercihten kamusal bir performansa dönüştüğünü göstermektedir. Bu dönüşüm, bireyin rızasının dahi mahremiyet ihlallerini meşrulaştırabildiği bir yeni dijital kültür yaratmıştır (Hanlon ve Jones, 2023: 2). Mahremiyet algısındaki bu dönüşümün ardında dijital teknolojilerin gözetimsel doğası yatmaktadır. Şen (2016), geçmişte fiziksel olarak ihlal sayılan eylemlerin, örneğin izinsiz mektup açma veya eve girme artık dijital cihazlar aracılığıyla rutin birer gözetime dönüştüğünü vurgular. Akıllı telefonlar, dron kameraları ve ses kayıt araçları bireyin özel alanını fiziksel sınırların ötesine taşıyarak dijital erişime açık hale getirmektedir. Bu, yalnızca teknik bir değişim değil, aynı zamanda bireyin özel alanına ilişkin algısının yeniden tanımlanması anlamına gelir. Mahremiyetin mekânsal bir sınır olmaktan çıkıp, dijital izler üzerinden yeniden şekillenmesi, aile içinde dahi bireylerin birbirlerine karşı şeffaflık baskısı hissetmelerine yol açmaktadır (Sultan vd., 2023: 2-3).

Yeni iletişim teknolojileri, bireyler arası bilgi aktarımını kolaylaştırmakla kalmayıp, davranış kalıplarını ve değer sistemlerini de dönüştüren bir kültürel ekosistem oluşturmuştur. Web 2.0 altyapısının sağladığı etkileşim imkânları, bireyleri sadece üretici değil, aynı zamanda gözlemlenen, denetlenen ve yönlendirilen öznelerle dönüştürmektedir (Bradshaw ve Howard, 2018: 23-25). Artık birey, mesajın içeriğinden çok, mesajın dolaşıma girdiği platformun yapısı tarafından biçimlenmektedir. Bu durum, mahremiyetin bireysel tercih olmaktan çıkıp, platformların algoritmik mantığına bağımlı bir pratik haline geldiğini göstermektedir (Aïmeur vd., 2023). Böylece dijital medya, yalnızca bilginin taşıyıcısı değil, aynı zamanda bireysel mahremiyetin sınırlarını

belirleyen yeni bir norm üreticisi olmaya başlamıştır (Choi, 2021). We Are Social (2024) verileri, dijitalleşmenin küresel ölçekte ulaştığı boyutu göstermesi açısından dikkat çekicidir. Dünyada 5,35 milyar kişi (%66,2) internet kullanırken, Türkiye’de bu oran %86,5’e ulaşmıştır. Türkiye’deki bireylerin günde ortalama 6 saat 57 dakikayı dijital ekranlarda geçirdiği, bunun 4 saat 7 dakikasının mobil cihazlar üzerinden olduğu görülmektedir. Bu rakamlar, dijital bağımlılığın yalnızca yetişkinlerde değil, çocuklarda da giderek yaygınlaştığını göstermektedir (Dinleyici, 2016). Radesky vd. (2020), çocukların %35’inin kişisel dijital cihazlara sahip olduğunu ve ortalama 115 dakikayı bu cihazlarla geçirdiğini saptamıştır. Ebeveynlerin ise çocuklarının kullanımını çoğu zaman hafife aldığı veya yanlış değerlendirdiği saptanmıştır. TÜİK (2024) verileri de benzer biçimde, çocukların üçte birinden fazlasının dijital cihazlarını her yarım saatte bir kontrol etme ihtiyacı duyduğunu göstermektedir. Bu bulgular, dijital ortamların çocukluk çağında bile bağımlılık davranışını tetikleyebildiğini ve ailelerin bu süreci hafife aldığı veya yeterince fark edemediğini göstermektedir (Radesky, 2020). Dijital bağımlılığın psikolojik boyutu, mahremiyetin içsel boyutuyla doğrudan ilişkilidir. Zajac vd. (2017), çevrim içi ortamlardan uzak kalındığında “internete ihtiyacım var” hissinin bir tür çekilme davranışı yarattığını, Khang vd. (2013) ve Keles vd. (2020) ise bu durumun depresif semptomlarla ilişkili olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla dijital bağımlılık yalnızca bir davranış bozukluğu değil, aynı zamanda bireyin duygusal denge ve mahrem sınırlarını aşındıran bir psikososyal süreçtir. Dijital platformların bilinçsiz kullanımı, bireylerin iç dünyası ile dış dünyanın sınırlarını bulanıklaştırarak, mahremiyetin temelini oluşturan “kendine ait alan” duygusunu zayıflatmaktadır (Yang vd., 2021; Kuss ve Griffiths, 2013).

Dijital içerik üretimi, bu bağlamda mahremiyetin en kırılgan noktalarından biridir. Zararlı alışkanlıkların teşviki (Tan vd., 2021), ev içi görüntülerin paylaşımı (Zheng vd., 2021) ve çocukların dijital mecralarda bilinçsiz varlığı, aile içi çatışmaların yeni biçimlerini doğurmuştur. Houghton ve Joinson (2014), teknolojinin kişisel bilgilerin üçüncü kişilerce ele geçirilmesine yol açarak özel hayatın korunmasını güçleştirdiğini vurgular. Bu, bireyin mahremiyetinin sadece dışsal müdahalelerle değil, kendi rızasıyla paylaştığı içerikler üzerinden de aşıldığını göstermektedir (Hanlon ve Jones, 2023). Dijital bağımlılığın kısa vadede bireye tatmin, uzun vadede ise yalnızlık, sosyal izolasyon ve mahremiyet bilincinin zayıflaması gibi sonuçlar doğurduğu saptanmıştır (Abril vd., 2012;

Brailovskaia ve Teichert, 2020; Cruz-Ros vd., 2024). Doğan ve Karakuş (2016), dijital platformların yalnızlık duygusunu artırdığını ve aile içi iletişimi zayıflattığını belirtirken; Marwick ve Boyd (2014)'un “bağlam çöküşü”¹⁴ kavramı, aileye ait özel anların sosyal medyada yanlış bağlamlarda görünür hale gelmesini açıklar. Brosch (2018)'in “sharenting” olarak tanımladığı davranış biçimi ise çocukların gelecekteki dijital kimliğini tehdit eden bir mahremiyet ihhalidir. Bu durum, ebeveynlik pratiklerinin toplumsal onay ve görünürlük arayışıyla iç içe geçtiğini göstermektedir. Aile içi mahremiyetin zedelenmesi, iletişim kalıplarıyla doğrudan ilişkilidir. Malkoç (2001), yapıcı iletişim biçimlerinin evlilik uyumunu artırdığını, yıkıcı kalıpların ise eşler arasında uzaklaşmayı tetiklediğini belirtmiştir. Dijital platformlarda geçirilen sürenin artması, bu iletişimsel kopukluğu derinleştirmekte ve aile üyeleri arasında duygusal teması azaltmaktadır (Demir, 2016; Villegas, 2013; Güleç, 2018). Ülker (2020) ve Sepetçi (2017) çalışmalarında, bireylerin mahremiyet bilincine sahip olmalarına rağmen paylaşım davranışlarını sürdürdüklerini; özellikle Z kuşağının “paylaşım kültürü”ne daha yatkın olduğunu belirtmiştir. Bu bulgu, dijital tanınma ve sosyal onay ihtiyacının mahremiyet bilincini bastırdığını göstermektedir. Karakoç vd. (2020)'nin “phubbing”¹⁵ üzerine bulguları, dijital odaklı davranışların duygusal mahremiyeti nasıl aşındırdığını açıkça ortaya koyar. Bireyin partneriyle ilgilenmek yerine telefona yönelmesi, mahremiyetin temel bileşeni olan “duygusal yakınlığı” zedelemekte, aile içi iletişimde görünmez duvarlar yaratmaktadır. Canatan ve Avşar (2019) ise ebeveynlerle çocuklar arasında dijital mahremiyet algısında belirgin bir kuşak farkı bulunduğunu; ebeveynlerin gizli saydığı unsurların, çocuklar tarafından rahatlıkla paylaşılabildiğini tespit etmiştir. Bu fark, dijitalleşmenin aile içinde değerler sistemini dönüştüren bir kültürel kırılma yarattığını göstermektedir. Akgül (2023) ve Akgül ve Toprak (2019) ise eğitim düzeyinin dijital bağımlılık düzeyini azalttığını, ancak bireylerin fiziksel mahremiyetlerine dijital mahremiyetlerinden daha fazla özen gösterdiklerini ortaya koymuştur. Bu bulgu, fiziksel

¹⁴ Bağlam çöküşü, sosyal medya ortamlarında farklı sosyal gruplara (örneğin aile, arkadaş, iş çevresi) yönelik olarak ayrı ayrı kurgulanan kimlik ve iletişim biçimlerinin tek bir dijital bağlamda iç içe geçmesi durumunu ifade eder. Bu durumda birey, farklı sosyal rolleri arasında sınır koymakta zorlanır; böylece mahremiyet, kimlik ve sosyal etkileşim sınırları bulanıklaşır. Kavram ilk olarak danah boyd (2008) ve Michael Wesch tarafından sosyal medya etkileşimlerinde ortaya çıkan bu karmaşayı tanımlamak için kullanılmıştır.

¹⁵ Phubbing”, İngilizce “phone” (telefon) ve “snubbing” (hor görmek, görmezden gelmek) kelimelerinin birleşiminden türetilmiş bir kavramdır. Bu terim, bir kişinin yüz yüze etkileşimde bulunduğu bireyleri görmezden gelerek veya ihmal ederek akıllı telefon veya başka dijital cihazlarla meşgul olması durumunu tanımlar.

ve dijital mahremiyet arasındaki algısal kopukluğun altını çizmektedir. Demir'in (2016) tespit ettiği gibi, bireyler özel sorunlarını artık aile içinde değil, çevrim içi ortamlarda paylaşma eğilimi göstermektedir. Bu eğilim, mahremiyetin kolektif bir değer olmaktan çıkarak bireysel tanınırlık arzusuna hizmet eden bir araç haline geldiğini göstermektedir. Aydın ve Demirtaş (2023) ile Maraslı vd. (2023)'ün bulguları da bu tabloyu destekler niteliktedir: Türkiye'de ebeveynlerin %84,3'ü çocuklarıyla ilgili içerik paylaşmakta, İngiltere'deki annelerin ise %75'i çocuklarını Instagram'da göstermektedir. Bu paylaşımlar, çocukların gelecekte dijital istismar veya dışlanma riskiyle karşılaşmasına zemin hazırlayabilmektedir. Kumar ve Schoenebeck (2015)'in araştırması, annelerin sosyal medya platformlarını "iyi annelik" performansı sergilemek amacıyla kullanırken, çocuklarının mahremiyetini istemeden ihlal ettiklerini ortaya koymuştur. Anneler, sevgi dolu ebeveynlik göstergesi olarak paylaştıkları içeriklerle toplumsal onay arayışını da pekiştirmekte; bu durum aile mahremiyetinin sınırlarını geçirgen hale getirmektedir. Benzer biçimde Şimşek (2019)'in bulguları, sosyal medya kullanım sıklığının artmasıyla mahremiyet farkındalığının azaldığını ve kimlik davranışlarında belirgin dönüşümler yaşandığını göstermektedir. Bu iki çalışma birlikte değerlendirildiğinde, dijital görünürlük arzusu ile mahremiyet bilinci arasında yapısal bir gerilim olduğu görülmektedir. Bireyler ve ebeveynler, sosyal onay ve aidiyet ihtiyacıyla hareket ederken, farkında olmadan aile içi sınırların çözülmesine katkıda bulunabilmektedir. Kırık (2014)'ün belirttiği gibi, ebeveynlerin büyük bir kısmı çocuklarının dijital etkinliklerine müdahale etmemekte; Statista (2024) verileri de kadınların dijital platform kullanım oranlarının yüksek olduğunu göstermektedir. Bu tablo, medya okuryazarlığı eğitimlerinin önemini artırmaktadır (Kaya, 2019). Andreassen (2015) ve Kuss ve Griffiths (2017), sosyal medya bağımlılığının aile bağlarını zayıflattığını ve mahremiyet ihlallerini sıradanlaştırdığını; Mesch (2006) ise dijital etkileşimlerin aile içi duygusal destek sistemleriyle çatıştığını ortaya koymuştur. Livingstone ve Helsper (2008) ve Steinberg (2017) ebeveynlerin çocukların hesaplarını "güvenlik" gerekçesiyle kontrol etmesinin dahi çocuk mahremiyetini ihlal edebildiğini belirtmiştir. Bu durum, dijital ebeveynliğin koruma ve ihlal arasında sıkıştığını göstermektedir.

Sosyal medya bağımlılığı aile içi mahremiyetin sınırlarını silikleştirebilmektedir (Kuss ve Griffiths, 2017). Sürekli çevrim içi olma hali, duygusal uzaklaşma ve iletişimsel kopukluk yaratırken, dijital gözetim mekanizmaları mahremiyetin hem görünürlüğünü

hem anlamını dönüştürebilmektedir (Zuboff, 2019). Zuboff (2019)’un “gözetim kapitalizmi”¹⁶ kavramı, bu dönüşümün yalnızca bireysel değil, yapısal boyutunu da açıklar. Fuchs (2021), sosyal medya platformlarının aile içi davranış kalıplarını ekonomik değere dönüştürdüğünü vurgulayarak, mahremiyetin artık sadece etik değil, ekonomik bir meseleye dönüştüğünü belirtmektedir. Böylece aile mahremiyeti, dijital ekonominin işleyişine ilişkin bir unsur haline geldiği görülmektedir. Zhou vd. (2022) sosyal medya platformlarında annelerin ev içi ortamları, çocuk bakım süreçleri ve gündelik yaşamlarını paylaşma motivasyonlarını incelemiş; katılımcıların hem gelir elde etmek için hem de kimlik/özne olma çabasıyla bu paylaşımları gerçekleştirdiklerini saptamıştır. Çalışmada, paylaşımların aile içi “mahremiyet sızması” (privacy leakage) gibi sorunlara yol açtığı ve dolayısıyla aile mahremiyetinin dijital ekosisteme açık hâle geldiği vurgulanmıştır. Benzer şekilde He vd. (2022) sosyal medyada ev içi durumların, aile ve çocuk bakım işlerinin paylaşılmasının, “ev içinde çalışma”, “duygusal emek” ve “girişimsel emek” biçimlerine dönüştüğünü ortaya koymuştur. Bu durum, evin mahrem alanının dijital ortamda görünür bir kamusal alana dönüşebileceğini göstermektedir. Hödl ve Myrach (2023) ise, içerik üreticilerin paylaşımlarını çoğunlukla algoritmik ödül sistemlerine göre şekillendirdiğini ve aile içi mahremiyet unsurlarının, örneğin evden canlı yayın yapma, özel mekânlardan içerik üretme platform mantığı içinde “görünürlük” ve “meta” hâline geldiğini belirtmişlerdir. Liu vd. (2022) de ev içi ortamda çekilen ve sosyal medya platformlarında paylaşılan canlı yayın verilerinin kamusal veri hâline geldiğine dikkat çekmiştir. Conti vd. (2024) ise özellikle ev içi görüntülerin ve çocuklara dair bilgilerin paylaşılmasının, çocukların dijital kimliklerinin erken yaşta oluşmasına ve mahremiyet ihlaline yol açtığını bulmuştur. Beyzan (2025) Türkiye özelinde yaptığı araştırmada ise, ebeveynlerin dijital ortamda kendileri ve çocuklarına dair içerik paylaşırken mahremiyet kaygısını göz önünde bulundurduklarını ve bu kaygının sosyal medya platformlarında davranışlarını şekillendirdiğini saptamıştır. Bu bağlamda, Türkiye’de aile mahremiyetinin dijital platformlarda giderek görünür hale geldiği ve tartışmalı bir unsur hâline geldiği söylenebilir. Sehnálek (2023) tarafından Avrupa Birliği bağlamında

¹⁶ Gözetim kapitalizmi (surveillance capitalism), Shoshana Zuboff tarafından geliştirilen bir kavramdır ve dijital platformların kullanıcı verilerini toplama, analiz etme ve ekonomik değere dönüştürme sürecini tanımlar. Bu kavram, geleneksel kapitalizmden farklı olarak, artık sadece ürün ve hizmet satışı değil, bireylerin davranışlarını, tercihlerini ve etkileşimlerini gözlemleyerek tahmin etme ve yönlendirme üzerine kurulu bir ekonomik sistemi ifade eder.

yapılan araştırmada ise, çocukların mahremiyetinin dijital paylaşımlarla risk altına girdiğini, özel ve kamusal alan sınırlarının bulanıklaştığını ve ülkeden ülkeye yasal koruma uygulamalarının farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Çalışma, sosyal medya aracılığıyla aile mahremiyetinin görünür hâle geldiğini ve dijital ekonomi kapsamında kontrol edilemez bir unsur hâline dönüşebileceğini göstermektedir. Ayrıca Andreassen (2015) ve Kuss ve Griffiths (2017) gibi çalışmalarda sosyal medya bağımlılığının bireysel ve ilişkisel düzeyde izolasyon ve duygusal uzaklaşma yarattığı, bunun sonucunda aile bağlarının zayıfladığı vurgulanmaktadır. Bu süreç, bireylerin davranış biçimlerinden toplumsal değer sistemlerine kadar uzanan çok katmanlı bir dönüşüm yaratmakta; nihayetinde yeni bir “dijital mahremiyet kültürü”nün oluştuğunu göstermektedir (Sutanto vd., 2013; Sepetçi, 2017; Blue vd., 2018). Bu bulgular, aile mahremiyetinin sosyal medya aracılığıyla giderek görünür hâle geldiğini (Zhou vd., 2022; Sehnálek, 2023) ve kontrol edilmesi güç bir unsur hâline dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

5. BÖLÜM: ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEMİ

Araştırmada kantitatif (niceleyici) yöntem deseni benimsenmiş olup kullanıcıların sosyal medya bağımlılığı ile dijital mahremiyetleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu kapsamda verileri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma anketi toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Anket formu likert tarzında yapılmış ölçme araçları ve sosyo-demografik veri toplama formu gibi bileşenleri barındırmaktadır.

5.1.Araştırma Deseninin İnşa Süreci

İlgili araştırma deseni kapsamlı bir alanyazın taranmasından sonra inşa edilmiştir. Çalışma süreci, niceleyici araştırma yöntemlerine uygun olarak sistemli bir şekilde yürütülmüştür. Bu kapsamda araştırmanın ilk adımında sosyal medya bağımlılığı ve aile içi mahremiyet konularına yönelik detaylı bir alanyazın taraması yapılmıştır. Detaylı tarama neticesinde araştırmanın kuramsal temeli inşa edilmiş ve araştırmanın amacı netleştirilmiştir. Alanyazın taraması neticesinde elde edilen bilgiler çerçevesinde araştırma deseni belirlenmiş; araştırmanın yapısı, kapsamı ve içeriği bu desen kapsamında şekillendirilmiştir. Öte yandan araştırmada kullanılacak veri toplama araçları, ilgili çalışma konusu ve amacına uygun bir şekilde seçilmiş, ölçme araçlarının geçerlilik / güvenirlik açısından uygunluğu dikkate alınmıştır. Araştırma kapsamında seçilen ölçeklerin uygulanabilirliğini test etmek için, araştırma grubuna dahil edilmeyen 120 kişi ile bir pilot çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan pilot uygulaması ile araştırmaya yönelik anket maddelerin anlaşılabilirliği ve uygulama süresi değerlendirilmiştir. Anlaşılmayan maddeler yeniden revize edilmiş, maddeler katılımcıların anlayacağı basit, anlaşılır bir forma dönüştürülmüştür. Anket formu hazır hale gelmesi sonucunda asıl veri toplama süreci başlatılmıştır. Araştırma, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden (Akdeniz Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi, Ege Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi, Marmara Bölgesi) gönüllülük esası dikkate alınarak katılım sağlayan bireylerle yürütülmüştür. Katılımcılardan elde edilen veriler üç haftalık bir süre zarfında toplanmış olup daha sonra istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda dijital bağımlılık ile aile içi mahremiyet algısı arasında anlamlı ilişkiler ve dikkat çekici bulgular elde edilmiştir. Öte yandan elde edilen sonuçlar, mevcut yapılan araştırmalar ile karşılaştırılarak değerlendirilmiş ve bulgular

ışığında yorumlanmıştır. Araştırma, sonuçların yorumlanması ve tartışılmasıyla beraber tamamlanmış ve ilgili konuya katkı sağlayacak nitelikte kapsamlı bir yapıya kavuşturulmuştur.

5.2.Araştırma Değişkenleri

Araştırma kapsamında kullanılan temel değişkenler üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm katılımcıların demografik özelliklerini tanımlamaktadır. Ayrıca Kişisel Bilgi Formu olarak da ifade edilen bu bölümde katılımcıların, yaş, cinsiyet, medeni durum, çalışma alanı, eğitim durumu, katılımcıların yaşadıkları bölge gibi demografik bilgilerin yanı sıra, kullanılan dijital medya sayısı, dijital platformlarda geçirilen süre, dijital platformlarda ne ile ilgili paylaşım yapıldığı, paylaşımlara yönelik risk durumu, paylaşımlara yönelik mahremiyet endişesi gibi tutumlarını ölçmeye yönelik ifadeler de yer almaktadır. Çalışma değişkenleri ikinci bölümünde Dijital bağımlılık ölçeği maddeleri yer alırken, Üçüncü bölümde ise Aile içi Mahremiyet ölçeğine yönelik ifadelerle yer verilmiştir. Öte yandan Kesici ve Tunç (2018) tarafından geliştirilen dijital bağımlılık ölçeği (DBÖ) çalışma desenine uygun görüldüğü için seçilmiştir. İlgili ölçek alt değişkenleri ise nüksetme, hayatın akışını engelleme, duygu durumu ve bırakamama olmak üzere beş faktörden oluşmaktadır. Bu araştırmada kapsamında ise ölçek dijital bağımlılık (DB) ve Dijital Yoksunluk (DY) olmak üzere iki alt değişkende toplanmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler, katılımcıların dijital bağımlılık düzeyleri ile ilgili bilgi vermeye odaklanmaktadır. İlgili ölçek maddeleri 5’li likert tarzında kodlanan ifadelerle ölçülmüştür. Çalışmaya yönelik değişkenler ve değişkenlerin kodları tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3: Dijital Medya Bağımlılığı (DMBÖ) Değişkenlerine Ait Kodlar

Değişkenler	Kod
Dijital Bağımlılık Alt boyut	
Sosyal medya platformlarında çok vakit harcadığımdan dolayı birçok fırsatı kaçırdığım olmuştur	Dmb1
Sosyal medya platformlarıyla uğraştığım zaman çevremde olup bitenden haberim olmaz.	Dmb2
Sosyal medya platformları ev ve okul ile ilgili sorumluluklarımı yerine getirmemi engelliyor.	Dmb3
Dijital platformları kullanmam nedeniyle üretkenliğimin azaldığını hissediyorum.	Dmb4
Dikkat gerektiren işleri yaparken bile telefon, tablet gibi dijital araçlarla uğraşırım	Dmb5
Dijital araçlarla harcadığım zamanı azaltamıyorum	Dmb6
Dijital araçlarla harcadığım zamanı kıstamak için başarısız çabalarım oldu	Dmb7
Dijital platformları amacı dışında aşırı bir şekilde kullanıyorum	Dmb8

Dijital platformlarda vakit geçirirken bana herhangi bir iş verilmesi beni öfkeliendirir.	Dmb9
Sahip olduğum Sosyal medya araçlarını uzun süre kullanmadığımda kendimi çok mutsuz ve sınırlı hissedirim	Dmb10
Dijital araçları kullanma süresini konusunda kendimi kontrol edemiyorum.	Dmb11
Bir işle uğraşırken kendimi Sosyal medya platformlarını kontrol ederken buluyorum.	Dmb12
Dijital platformları kullanamayacağım ortamlar beni sıkıyor	Smb13
Dijital araçlarla vakit geçirirken kendimi çok mutlu hissediyorum	Smb14
Gezi, piknik veya arkadaşlarla olduğum sosyal ortamlarda sürekli dijital platformlara bakarım	Smb15

Dijital Yoksunluk Alt Boyutu

Yemek yerken aynı zamanda dijital platformlarla meşgul olurum.	DY1
Sahip olduğum dijital medya hesaplarımın kapanması beni huzursuz eder.	DY2
Sahip olduğum dijital araçların bozulması beni mutsuz eder.	DY3
Kısa süreliğine bile olsa evden ayrıldığımda telefon/tablet gibi dijital araçları yanıma almak isterim	DY4

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırma kapsamında DMBÖ'ye Ait alt değişkenler Tablo 3'te sıralanmaktadır. DMBÖ'ye ait istatistik bilgiler tablo: 3'te sunulmuştur. Ayrıca katılımcılardan toplanan veriler sonucunda elde edilen faktör dağılımları referans alınarak yukarıda DMBÖ'nin boyutları sınıflandırılmıştır.

Tablo 4: Dijital Mahremiyet Değişkenlerine Ait Kodlar

Değişken	Kod
Sosyal medyada tanımadığım kişilerle aile bireylerimin veya kendimin kişisel bilgilerini (adres, doğum tarihi, yaş, iş, telefon vb.) paylaşmaktan çekinmem.	DM1
Sosyal çevremdeki insanlarla (Arkadaş, aile vb.) yaptığım yazışmaları / çekindiğimiz fotoğrafları / videoları izin almaya gerek duymadan paylaşmaktan çekinmem.	DM2
Aile bireylerime ait bilgi, resim, video vb. içerikleri sosyal medya platformlarında izin almaya gerek duymadan paylaşırım.	DM3
Sosyal medyada tanımadığım kişilerin beni veya ailemi takip etmesinde veya arkadaş olmasında herhangi bir sakınca görmem	DM4
Sosyal medyada tanımadığım kişilerle iletişim kurmaktan çekinmem.	DM5
Ailemle Tatil, iş ya da ziyaret için gittiğimiz yerlerde kaldığımız odada/evde çektiğimiz fotoğrafları /videoları dijital platformlarda paylaşırım	DM6
Evde çektiğimiz fotoğraf / videoyu dijital platformlarında paylaşırım.	DM7
Bir kişi ya da bir konu hakkında çok kızdığım ya da çok mutlu olduğumda dijital platformlarda bu duygumu paylaşırım	DM8
Yakın çevrem (eşim, çocuğum, akrabam, arkadaşım ya da dostum vb.) hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşırım.	DM9
Hayatımdaki önemli anları (mezuniyet, iş hayatında terfi, hastalık, doğum günü vb.) dijital platformlarda paylaşırım	DM10
Kamusal ya da özel (spor salonunda, havuzda, AVM, kuaför vb.) alanda çektiğimiz fotoğrafları / videoları dijital platformlarda paylaşmaktan çekinmem.	DM11
Ailemle birlikte beğendiğim içerikleri dijital platformlarda paylaşırım.	DM12

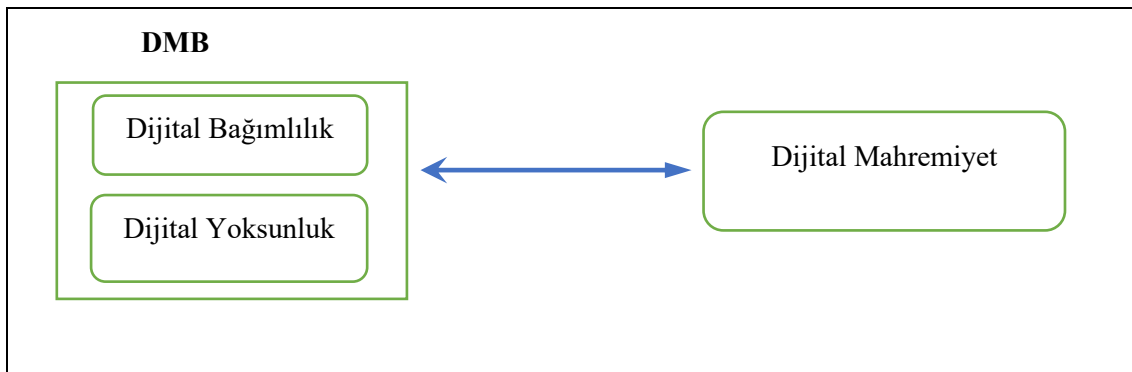
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmanın anketinin üçüncü bölümünde ise katılımcıların dijital medyada mahremiyet durumlarını esas almaktadır. Dolayısıyla Dijital Mahremiyet Ölçeği (DMÖ) tek boyut

şeklinde toplamda 12 maddeden oluşmaktadır. DMÖ'ye ait değişkenler 5'li likert tipi kodlama yöntemi kullanılarak seçenklendirilmiştir. İlgili ölçek alanyazın taraması sonucunda araştırmaya en uygun olarak değerlendirilen Büyük (2023) tarafından geliştirilen Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği'nden *Dijital Mahremiyet algısı alt boyutu* ve Korkmaz vd. (2021) geliştirmiş oldukları "Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeği'nin İletişim alt boyutu ilgili çalışmada kullanılmıştır. Her iki ölçekten alınan maddeler 3 farklı uzman görüşünün geri dönütü referans alınarak ilgili araştırmaya uyarlanmıştır. Veri Toplama Araçları bölümünde ölçeğe yönelik istatistik bilgiler verilmiştir. Ayrıca katılımcılardan toplanan veriler sonucunda elde edilen faktör dağılımları referans alınarak yukarıda DMÖ'nin boyutları sınıflandırılmıştır. İlgili değişkenler ve değişken kodları Tablo: 4'te sunulmuştur.

5.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmada, nicel (kantitatif) çalışma paradigması çerçevesinde, ilişkisel tarama (correlational survey) modeline dayandırılarak tasarlanmıştır (Karasar, 2016). Tarama modeli, geniş bir evren kümesini temsil eden örneklem grubu üzerinde sistematik veri toplama sürecini kapsamaktadır (Punch, 2013). Ayrıca bu yöntem vasıtasıyla evrene yönelik geçerlilik ve güvenilirlik çıkarımları yapılabilmektedir. İlişkisel tarama modeli ise, en az iki ya da daha fazla değişken arasında karşılıklı değişim derecelerini (Neuman, 2014: 78), bu değişkenlerin birbirleri arasındaki ilişki düzeyini (korelasyonel) (Karasar, 1984: 83), yönünü (pozitif veya negatif) ve gücünü istatistiksel yöntemlerle ortaya koymayı amaçlayan bir araştırma desendir (Punch, 2013).



Şekil 2: Araştırma Modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Diğer bir ifade ile *İlişkisel Tarama Modeli*, iki veya daha fazla sayıda değişken arasında birlikte değişim gösteren veya derecesini saptamayı hedefleyen araştırma modelidir

(Karasar, 1984: 82-85; Punch, 2013: 216; Neuman, 2014: 78). Bu kapsamda araştırma deseni değişkenler arası ilişkisel tarama modeli üzerine inşa edilmiştir. Ayrıca araştırmanın özet niteliğini taşıyan, Dijital Medya Bağımlılığı (DMBÖ) ve Dijital Mahremiyet (DMÖ) değişkenleri arasındaki ilişkinin tasvir edildiği ilişkisel tarama modeli şekil 1’de gösterilmektedir. Bu kapsamda araştırma hipotezleri de şu şekilde sıralanabilir:

H1: Katılımcıların dijital medya bağımlılık durumları dijital mahremiyet davranışlarını etkilemektedir.

H2: Katılımcılar cinsiyet durumlarına göre dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları bağlamında farklılaşmaktadır.

H3: Katılımcılar eğitim durumlarına göre dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları bağlamında farklılaşmaktadır.

H4: Katılımcılar medeni duruma durumlarına göre dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları bağlamında farklılaşmaktadır.

H5: Gelir değişkenine göre katılımcıların dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H6: Katılımcılar çalışma alanlarına göre dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları bağlamında farklılaşmaktadır.

H7: Katılımcılar yaşa göre dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları bağlamında farklılaşmaktadır.

H8: Katılımcılar bölgelere göre dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları bağlamında farklılaşmaktadır.

H9: Dijital platformlarda kullanılan mecra sayısı değişkenine göre katılımcıların dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H10: Günlük sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre katılımcıların dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

H11: Dijital mecralarda mahremiyeti riske atma değişkenine göre katılımcıların dijital medya bağımlılığı ve dijital mahremiyet durumları arasında anlamlı bir fark vardır.

5.4. Çalışma Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni, bir saha çalışmasında incelenmek istenen tüm bireylerin (bütün çalışma gurubunun), olayların ya da nesnelerin oluşturduğu topluluğun bütünüdür ifade

etmektedir. Diğer bir ifade ile evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istenen bütün olarak tanımlanmaktadır. Araştırma kapsamında ilgi duyulan terimler, insan ve değerleri kapsayan araştırma evreni, popülasyon, anakütle gibi kavramlarla da belirtilmektedir (Sönmez ve Alacapınar, 2020). Öte yandan Karasar (1984) evreni, soyut evren ve çalışma evreni şeklinde iki şekilde ele almaktadır. Örneğin insanı baz alan bir çalışmada evrenin bütününe erişmek mümkün olmayabilir. Dolayısıyla bu araştırma kapsamında değerlendirilen çalışma evreni Türkiye’de sosyal medya kullanan 18 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır. Örneklem grubu ise bir çalışmanın yapıldığı evrenin (anakütlenin) bütünü yerine evreni temsil etmesi için seçilen daha küçük alt gurubunu temsil etmektedir. Bu seçilen gurup evren ile ilgili genelleme yapmak için kullanılır (Karasar, 2016; Sönmez ve Alacapınar, 2020). Dolayısıyla ilgili çalışmada örneklem gurubu olarak Türkiye’nin 7 bölgesinden sosyal medyayı kullanan 18 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır. Evren ve örneklem grubuna erişmek için TÜİK’in 2024 yılında yayınladığı hane halkı nüfus dağılımı baz alınarak bölge nüfus yoğunlukları ölçülmüştür. Dolayısıyla TÜİK (2024) verilerine göre bölge nüfus dağılımları aşağıdaki tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5: Güncel Nüfus Verisi ve Örneklem Dağılımı

Bölge	Nüfus	(%)	Örnek Sayısı
Marmara	24.899.126	%28,33	283
İç Anadolu	12.896.255	%14,67	147
Ege	10.974.357	%12,48	125
Akdeniz	10.584.506	%12,04	120
Güneydoğu Anadolu	8.576.391	%9,76	98
Karadeniz	7.696.132	%8,76	88
Doğu Anadolu	6.513.106	%7,41	74
Toplam	88.143.873	%100	1000

Kaynak: *Tuik, 2024*

Türkiye toplamda 7 bölgeden oluşmaktadır. Ülke genelinde birbirinden farklı sosyo-kültürel, ekonomik ve coğrafi özellikler taşımaktadır. Dolayısıyla her bölgeyi tabaka (katman) olarak ele alınıp, Ülkenin her bölgesinden belirli sayıda katılımcı alarak bütün ülkenin çeşitliliği daha sağlıklı bir şekilde evren / örneklem grubunda yansıtılabilir. Bu bağlamda araştırmaya en uygun örnekleme yöntemi olarak düşünülen “tabakalı (Stratified) örnekleme” ve katılımcılara ulaşım kolaylığı sağlaması açısından “Basit Rastgele Örnekleme (Simple Random Sampling)” yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda

araştırmada tabakalı örnekleme ve tesadüfi olmayan basit örnekleme olmak üzere iki farklı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. İlk adımda tabakalı örneklemden yola çıkılarak örneklem yoğunlukları tespit edilmiştir. Tabakalı örneklemede “Bölge Örneği= (Bölge Nufusu/ Toplam Nüfus) x Toplam örnek sayısı” hesaplanarak örneklem sayısı saptanmaktadır. Tabakalı örneklem aşamaları, ilk etapta toplam nüfus hesaplanır, Türkiye’de Toplam nüfus 88.143.873 (TUİK, 2024) olarak tespit edilmiştir. İkinci etapta bölgeye göre nüfus dağılımları (nüfus yoğunlukları) sıralaması (tablo 5) tespit edilmiştir. Sonrasında ulaşılması muhtemel örneklem gurubu (n=1016) tespit edilmiştir. Keza evreni kapsayan birimlerin toplam sayısı bilinmesi durumunda 500.000 ve üzeri evren sayısı için toplamda 384 örneklem sayısı $\pm\%5$ hata payı ile $\%95$ geçerlilik (Can, 2018; Sönmez ve Alacapınar, 2020) sağladığı ifade edilmektedir. Öte yandan hata payının daha da düşük ($\pm3\%$) istendiği durumlarda ise $\%97$ geçerlilik ile toplamda 1067 örneklem sayısının yeterli olacağı (Krejcie ve Morgan, 1970; Van Haute, 2021) ön görülmektedir. Evren örneklem büyüklüğüne göre nicel bilimsel çalışmalarda sıklıkla atfedilen (Cochran, 1977) formül referans alınarak türetilmiştir.

Tablo 6: Güven Düzeyine göre Örneklem Sayısı

Güven Düzeyi	Hata Payı ($\pm$)	Gerekli Örneklem Sayısı
$\%90$	$\pm\%5$	271 kişi
$\%95$	$\pm\%5$	384 kişi
$\%99$	$\pm\%5$	666 kişi
$\%95$	$\pm\%3$	1.067 kişi
$\%95$	$\pm\%2$	2.401 kişi
$\%99$	$\pm\%2$	4.158 kişi

Kaynak: Cochran, 1997

Tabakalı örneklemede son olarak bölge başı düşen (tablo 6) örneklem sayısı tespit edilip ikinci örnekleme aşamasına geçilmiştir. Tabakalı örnekleme yapıldıktan sonra veriler tesadüfi olmayan rastgele örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Nitekim Singleton ve Strait’e (1999: 165) göre örneklem büyüklüğünün ölçülmesinde önemli hususlardan biri de araştırmayı yapan kişinin imkanları kapsamındaki ulaşabildiği kaynaklardır.

5.4. Kullanılan Gereçler

Çalışmada veri toplama araçları olarak katılımcılara yönelik Sosyodemografik Form, Dijital bağımlılık Ölçeği ve Mahremiyet ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada kantitatif veri toplama yöntemlerinden faydalanılmıştır. Araştırma grubu Türkiye’nin 7 bölgesinden 18

yaş ve üzeri sosyal medya araçlarını kullanan bireylerden oluşturulmuştur. Öte yandan Alanyazı taraması yapılarak ilgili çalışmaya en uygun görülen ölçekler çalışmada kullanılmıştır.

Sosyodemografik Form: araştırma kapsamında katılımcıların cinsiyetleri, gelir düzeyleri, yaşları, medeni durumları, eğitim düzeylerinin yanı sıra; dijital platformları kullanım durumları, kaç mecrada hesapları olduğu, dijital mecralarda geçirilen süre durumu, dijital platformlarda anonim hesap kullanma durumu, paylaşımların herkese açık olup olmama durumu, sosyal medya hesaplarını günlük kontrol etme sıklıkları, paylaşılan içeriklerle ilgili endişe duyma durumu, dijital mecralarda sıklıkla neyle ilgili paylaşım yapıldığı ve yapılan paylaşımlardan kaynaklı mahremiyet ihlali durumlarına yönelik toplamda 16 maddeden oluşan bir form oluşturulmuştur. Sosyo-demografik form alanyazından da faydalanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Dijital bağımlılık ölçeği:

Kesici ve Tunç (2018) tarafından geliştirilmiş olan ölçek, (*Kesinlikle Katılmıyorum=1*", "*Katılmıyorum=2*", "*ne katılıyorum ne katılmıyorum (kararsızım) 3*", "*katılıyorum 4* ve "*kesinlikle katılıyorum 5*") beşli likert şeklinde değerlendirilmektedir. Ölçek katılımcıların sosyal medya bağımlılığına yönelik (dijital bağımlılık) durumlarını saptama işlev görmektedir. Ölçekte Nüksetme (NB) (madde 8, 9, 10), *aşırı kullanma* (AK) (madde 19, 6, 3, 5, 1), *hayatın akışını engelleme* (HAE) (madde 24, 25, 27, 28), *duygu durumu* (DD) (madde 14, 11, 16, 12) ve *bırakamama* (B) (madde. 17, 21, 23) olmak üzere toplamda beş faktörde dağılım göstermektedir. Ölçek maddeleri "dijital araçları kullanamayacağım ortamlar beni sıkıyor (madde 11), "dijital araçları kullanma süresi konusunda kendimi kontrol edemiyorum" (madde 6), "sahip olduğum dijital araçlar bozulması veya kaybolması beni huzursuz eder" (madde 17) ve "dijital araçlarla vakit geçirirken kendimi çok mutlu hissediyorum" (madde 9) gibi bireylerin dijital medya (*sosyal medya*) bağımlılık düzeylerini saptamaya odaklanmaktadır. İlgili ölçek genelinde en düşük puanın 19, en yüksek puanın ise 95 olan bir skalaya sahip olduğu görülmektedir. Ölçek genelinde güvenirlik (Cronbach alfa değeri) 0,88 olarak saptanmıştır. Ölçeğin alt boyut Cronbach alfa değerine (güvenirlik) bakıldığında *nüks etme* alt faktöründe 0,79, *aşırı kullanma* alt faktöründe 0,74, *Duygu Durumu* alt faktöründe 0,74 *hayatın akışını engelleme* alt faktöründe 0,76 ve *bırakamama* alt faktöründe 0,72 düzeyinde bir dağılım göstermektedir. Yapılan bu çalışmaya yönelik genel güvenirlik (Cronbach alfa) değeri

$a=,934$ olarak saptanmıştır. Ayrıca bu çalışmada anket maddeleri dijital bağımlılık (DB) ve dijital yoksunluk (DY) şeklinde toplamda iki alt boyut şeklinde dağılım göstermiştir. dijital bağımlılık alt boyutu (DB) $a=,934$ ve dijital yoksunluk alt boyutu $a=768$ güvenilirlik aralığına sahiptir.

Dijital Mahremiyet Ölçeği:

Böyük (2023) tarafından geliştirilen “Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği” (DKOMAÖ) Dijital Mahremiyet Algısı alt boyutu (13 madde) ve Korkmaz vd. (2021) Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalığı ölçeğinin (ÇMFÖ) İletişim ve Paylaşım alt boyutundan (5 madde) faydalanılarak oluşturulmuştur. Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği (DKOMAÖ), (“(1)Kesinlikle Katılmıyorum”, “(2)Katılmıyorum”, “(3)Kararsızım”, “(4)Katılıyorum”, “(5)Kesinlikle Katılıyorum”) beşli likert olarak derecelendirme uygulanmıştır. Ölçek çalışması sonucunda yapılan açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analiz sonucunda DKOMAÖ’nün, dijital karnaval ortamı ve dijital mahremiyet şeklinde 2 alt boyutta dağıldığı ortaya çıkmıştır. Ölçekten en düşük 20, en yüksek 100 puan alınabilmektedir. Yüksek puan alan katılımcıların dijital medya ortamlarında karnavalesk eylem sergilediği ve mahremiyet algısının düşük seyrettiği sonucuna varılmıştır. Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeği’ dijital mahremiyet algısı alt boyutu (13 madde) ve dijital karnaval alt boyutu (23 madde) şeklinde iki alt boyut ve 36 maddeden oluşmaktadır. Ölçek genelin de güvenilirlik katsayısına baktığımızda Cronbach’s Alpha $a=0,938$, Dijital mahremiyet alt boyutunda $a=,913$ ve dijital karnaval alt boyutunda $a=,914$ şeklinde dağıldığı görülmektedir.

Öte yandan Korkmaz vd. (2021) Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalığı ölçeği (ÇMFÖ) 17 madde ve 3 adet alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte“(1)Kesinlikle Katılmıyorum”, “(2)Katılmıyorum”,“(3)Kararsızım”, “(4) Katılıyorum”, “(5)Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde beşli likert tipi derecelendirme ile ölçüm yapılmaktadır. Ölçek ait boyutları dikkat alt boyutunda (7 madde), Güvenlik alt boyutunda (5 madde) ve iletişim ve paylaşım alt boyutunda (5 madde) şeklinde sıralanmaktadır. Çevrim içi mahremiyet ölçeği güvenilirliği (Cronbach’s Alpha) $a=,794$, alt boyutlarda ise, Dikkat alt boyutu $a=776$, Güvenlik alt boyutu $a=696$ ve son olarak İletişim ve Paylaşım alt boyutu $a=,713$ olarak dağılmaktadır. Bu çalışmada Dijital Mahremiyet ölçeği tek boyutta dağılmıştır. Dijital Mahremiyet Ölçeği (DMÖ) toplamda 15 madde olarak değerlendirmeye alınmış fakat 3 madde (DM7, DM8, DM9) ölçekten çıkarılmış olup son analizde toplam 12 madde

olarak değerlendirmeye alınmıştır. Dijital Mahremiyet leği genelinde güvenirlik kat sayısı (Cronbach's Alpha), $\alpha=924$ olarak hesaplanmıştır.

5.5. Araştırmanın n çalışması ve Uygulanması

İlgili alışma verileri online anket (survey) tekniği ile önceden belirlenmiş olan evren / örneklem üzerinde toplanmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin tamamı gönüllülük esasını göz önünde bulundurarak araştırmaya katkı sağlamıştır. Bunun yanı sıra araştırma anket formu katılımcılara sunulmadan önce araştırmanın ne maksatla yapıldığı, araştırma konusu, katılım esasları, araştırmanın yayınlanacağı yer, araştırmaya katılım esasları, araştırma katılımında gönüllülük (kendi rızası) esas beyanı ve araştırma formu doldururken dikkat edilmesi gereken hususlar etraflıca sunulmuş, katılımcılara bu konuda bilgi verilmiştir. Araştırma verileri toplanmaya başlanmadan önce bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir.

İlgili araştırmaya yönelik saha çalışması başlamadan önce araştırma grubu dışında bulunan 120 kişi üzerinde bir pilot çalışması uygulanmıştır. Yapılan pilot uygulaması ile araştırmaya yönelik anket maddelerin anlaşılabilirliği ve uygulama süresi değerlendirilmiştir. Anlaşılmayan maddeler yeniden revize edilmiş, maddeler katılımcıların anlayacağı basit, anlaşılır bir forma dönüştürülmüştür. Yapılan pilot uygulamasından elde edilen geribildirimler çerçevesinde anketteki maddeler gözden geçirilerek doktora tez çalışmasının anket formu son şeklini almıştır.

Saha alışması kapsamında toplamda 1251 kişiye ulaşılmıştır. Fakat 1251 katılımcıdan, 231 kişi anket formunu yarıda bırakmadan, rastgele doldurma, anket formunu hatalı doldurma ve sosyal medya platformlarını kullanmadığı gibi nedenlerden dolayı bu formlar geçersiz sayılmıştır. Dolayısıyla alışma kapsamında geri kalan 1016 form değerlendirmeye alınmıştır. Nitekim bir örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde önemli şartlarından birisi imknlar kapsamında ulaşılabilir olması (Singleton ve Strait, 1999: 165) ve rneklemi temel alan kitleyi temsil edebilmesidir. Bu kapsamda, bir çalışma evreninin 500.000'den büyük olması ve toplamda $n= 384$ örneklem ulaşıldığında güvenirlik payının %95 olacağı alayazında (Sencer ve Irmak, 1984; Büyüköztürk, 2012; Baştürk ve Teptaş, 2013; Can, 2018) birçok araştırmacı tarafından kabul görmektedir. Dolayısıyla bu araştırmanın evreni göz önüne alındığında ($n=1016$) rneklem büyüklüğünün yeterli olduğu varsayılmıştır.

6. BÖLÜM: BULGULAR

Elde edilen veriler hangi testlerin uygulanacağına yönelik yapılan basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) değerleri incelenmiştir. Alanyazın incelendiğinde çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1.5 ile +1.5 arasında olması verilerin normal dağıldığı ifade edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2015). Ayrıca alanyazında çoğunlukla atıfta bulunulan normallik koşulları -1,96 / +1,96 arasında (Can, 2018: 85) seyretmektedir. Öte yandan yine bazı araştırmacıların basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) kat sayısını +2 ile -2 aralığında dağılması durumunda da verilerin normal dağılım gösterdiği (Hair vd., 2009; George ve Mallery 2010; HahsVaughn ve Lomax, 2013) kabul görmektedir. Bu konuda Kline (2011: 63) yapılan nicel çalışmalarda normallik varsayımın gerçekleşmesi için basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) değerlerinin 3'ten küçük olması gerektiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla bu araştırmada basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) değerleri -1.5 ile +1.5 arasında seyrettiği için normallik koşulunu sağladığı (Tabachnick ve Fidell, 2015; Can, 2018: 85) ifade edilebilir (Tablo 7). Dolayısıyla yapılan normallik testi sonucunda homojen dağıldığı saptanan veriler SPSS 26 (Statistical Package for the Social Sciences) programından faydalanılarak değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın yönelik hipotezleri Regresyon analizinden yararlanılarak değerlendirmeye alınmıştır. Bunun yanı sıra demografik faktörler kapsamında farklılaşan hipotezler, Independent Samples T Testi ve ANOVA testlerinden yararlanılarak sınanmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin betimsel özellikleri Frekans analizi aracılığıyla yüzdelik (%) olarak hesaplanmıştır.

Tablo 7: Araştırma Değişkenlerine Yönelik Ortalama, Standart Hata, Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	Min.	Max.	Mean (X)	Std. D.	Skewness		Kurtosis	
					Statistic	Std. E.	Statistic	Std. E.
Dijital Bağımlılık	1,00	5,00	3,4876	,85489	-,494	,077	-,156	,153
Dijital Yoksunluk	1,00	5,00	3,8399	,88962	-,783	,077	,334	,153
Dijital Medya Bağımlılık	1,00	5,00	3,5536	,80989	-,523	,077	-,017	,153
Aile içi Mahremiyet	1,11	5,00	3,6759	,80578	-,506	,077	-,222	,153

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıdaki tablo 7'de yer alan değerler referans alınarak, katılımcıların Dijital Medya Bağımlılığı bağlamında Dijital Yoksunluk alt boyutu ($x=3,8399$) en yüksek ortalama değere sahip olduğu görülmektedir. Bunu takiben Dijital Bağımlılık alt boyutu ($x=3,4876$) gelmektedir. Dijital medya bağımlılığı genelinde ($x=3,5536$) ortalama

düzeyde bir bağımlılığa sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca dijital medya bağımlısı olan bireylerin en yüksek değere sahip dijital yoksunluk alt boyutu ($x= 3,8399$) değerlendirdiğimizde; katılımcıların dijital yoksunluk yönünden oldukça yüksek ir puanlamaya sahiptir. Diğer bir ifade ile dijital medya araçlarının olmadığı ortamlar veya dijital araçları olmadan bireylerin kendilerini mustarip hissettikleri ifade edilebilir. Aile içi mahremiyet noktasında ise katılımcıların ($x=3,6759$) orta seviyenin üstünde bir değere sahip olduğu görülmektedir. Öte yandan ölçek arasında kıyaslama yaptığımızda Dijital Medya Bağımlılığı düzeylerinin Aile içi mahremiyet düzeylerinden daha düşük bir seviyede olduğu ifade edilebilir. İlgili çalışma hipotezlerinin analiz edildiği regresyon ve fark hipotezlerini ele almadan önce katılımcıların demografik dağılımlarına dair bulgularının aktarılması yerinde olacaktır.

6.1. Katılımcıların Demografik Değerlerine Yönelik Dağılımlar

Tablo 8'e göre araştırmaya katılım sağlayan bireylerin demografik özelliklerini incelediğimizde, %50'si ($n=508$) kadın ve %50'si ($n=508$) erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Medeni durum dağılımlarını incelediğimizde katılımcıların %60,2'si ($n=612$) evli, %26,4'ü ($n=268$) bekar ve %13,4'ü ($n=136$) boşanmış olduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)	Medeni Durum	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kadın	508	50	Evli	612	60,2
Erkek	508	50	Bekar	268	26,4
Toplam	1016	100	Boşanmış	136	13,4
Gelir Durumu	Frekans (f)	Yüzde (%)	Yaşınız	Frekans (f)	Yüzde (%)
22.104 TL altı	60	5,9	18 -24	128	12,6
22.104 TL	100	9,8	25 – 30	132	13,0
22.104 TL - 35.000 TL arası	252	24,8	31 - 35	156	15,4
35.500 TL - 45.000 TL	228	22,4	36 – 40	164	16,1
45.500 TL - 55.000 TL arası	184	18,1	41 - 45	112	11,0
55.500 TL - 65.000 TL arası	116	11,4	46 – 50	112	11,0
65.500 TL - 75.000 TL arası	32	3,1	51 - 55	116	11,4
75.500 TL ve üzeri	44	4,3	56 – 60	52	5,1
Eğitim Durumu	Frekans (f)	Yüzde (%)	61 - 65	20	2,0

Okuryazar değil	12	1,2	66 ve üzeri	24	2,4
İlkokul	12	1,2	Meslek	Frekans (f)	Yüzde (%)
Ortaokul	112	11,0	Kamu	308	30,3
Lise	324	31,9	Özel	532	52,4
Üniversite (Lisans / Önlisans)	388	38,2	Çalışmıyor	176	17,3
Yüksek Lisans	120	11,8	Toplam	1016	100,0
Doktora	48	4,7	-	-	-

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların gelir durumu dağılımlarına baktığımızda %5,9'u (n=60) 22.104 TL altı (asgari ücretten düşük), %9.8'inin (n= 100) 22.104 TL, %24.8'inin (n=252) 22.104 TL - 35.000 TL arası , %22.4'ünün (n= 228) 35.500 TL -45.000 TL %15.1'nin (n= 184) 45.500 TL - 55.000 TL arası, %11.4'ünün (n=116) 55.500 TL - 65.000 TL arası, % 3.1'inin (n=32) 65.500 TL - 75.000 TL arası, %4.3'ünün (n=44) 75.500 TL ve üzeri gelire sahip olduğu bulgulanmıştır. Araştırma kapsamında katılımcıların çoğunlukla 22.104 TL -35.000 TL arasında bir gelire sahip oldukları gözlemlenmiştir. Öte yandan katılımcıların yaş dağılımlarını incelediğimizde, %12.6'sı (n=128) 18 -24, %13'ü (n=132) 25 – 30 , %15.4'ü (n=156) 31 - 35, %16.1'i (n=164) 36 – 40, %11'i (n=112) 41 – 45, %11'i (n=112) 46 – 50, % 11.4'ü (n=116) 51 – 55, %5.1'i (n=52) 56 – 60, %2'si (n=20) 61 – 65 ve %2.4'ü (n=24) 66 ve üzeri yaş aralığında olduğu saptanmıştır. Katılımcıların eğitim durumlarını incelediğimizde, %1.2'sinin (n=12) okur yazar olmadığı, %1.2'sinin (n=12) İlkokul mezunu olduğu, %11'inin (n=112) Ortaokul mezunu olduğu, %31.9'unun (n=324) Lise mezunu olduğu, %38.2'sinin (n=388) Üniversite (Lisans / Ön lisans) mezunu olduğu, %11.8'inin (n=120) Yüksek Lisans mezunu olduğu ve son olarak %4.7'sinin (n=48) Doktora mezunu olduğu saptanmıştır. İlgili araştırmaya göre katılımcıların büyük çoğunluğunun Üniversite (Lisans / Ön lisans) mezunu olduğu görülmektedir. Son olarak katılımcıların çalışma durumlarını incelediğimizde, %30'unun (n=308) Kamu çalışanı olduğu, %52.4'ünün (n=532) özel sektör çalışanı olduğu ve %17.3'ünün (n=176) ise çalışmadığı saptanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu kamu çalışanı olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Katılımcıların Coğrafi Bölge Dağılımları

Bölgeler	Frekans (f)	Yüzde (%)
Akdeniz Bölgesi	135	13,3
Doğu Anadolu Bölgesi	63	6,2
Ege Bölgesi	152	15,0
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	119	11,7

İç Anadolu Bölgesi	169	16,6
Karadeniz Bölgesi	95	9,4
Marmara Bölgesi	282	27,8

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların araştırmaya katıldıkları bölge dağılımlarına baktığımızda, katılımcıların %13.3'ü (n=135) Akdeniz Bölgesi'nden, %6.2'si (n=63) Doğu Anadolu Bölgesi'nden, %15'i (n=152) Ege Bölgesi'nden, %11.7'si (n=119) Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden, %16.6'sı (n=169) İç Anadolu Bölgesi'nden, %9.4'ü (n=95) Karadeniz Bölgesi'nden ve son olarak %27,8'inin (n=288) Marmara Bölgesi'nden katılım sağladıkları saptanmıştır.

Tablo 10: Katılımcıların Sosyal Medya Hesap Sayısı Dağılımları

	Frekans (f)	Yüzde (%)
1	80	7,9
2 -3	252	24,8
4 - 5	344	33,9
6 -8	244	24,0
9 ve üzeri	96	9,4

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların kaç tane dijital mecrada (Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, Telegram, Whatsapp, Youtube, LinkedIn vb.) hesaplarının olduğuna yönelik dağılımlarına baktığımızda, katılımcıların % 7.9'unun (n=80) 1 adet mecrada hesabı olduğunu, %24.8'inin (n=252) 2 -3 adet hesabı olduğunu, %33.9'unun (n=344) 4-5 adet hesabının olduğunu, %24'ü (n=244) 6 – 8 adet hesabı olduğunu ve son olarak % 9.4'ü (n=96) 9 ve üzeri dijital hesaba sahip olduğunu aktarmıştır.

Tablo 11: Katılımcıların Dijital Mecralarda Geçirdikleri Zaman Dağılımı

	Frekans (f)	Yüzde (%)
1 saatten az	84	8,3
1 ile 4 saat arası	376	37,0
5 ile 8 saat arası	416	40,9
9 saat ve üzeri	140	13,8

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Katılımcıların sosyal medya hesaplarında geçirdikleri zaman dağılımlarına baktığımızda, %8.3'ü (n=84) hesaplarında 1 saatten az zaman geçirdiklerini, %37 (n=376) 1 ile 4 saat arası zaman geçirdiklerini, %40.9'u (n=416) 5 ile 8 saat arası zaman geçirdiklerini, %13.8'i (n=140) sosyal medya hesaplarında 9 saat ve üzeri zaman geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 12: Katılımcıların Anonim (kendi isimleri dışında) Hesap Kullanma Durumları

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet	328	32,3
Hayır	688	67,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların sosyal mecralarında isimleri dışında (anonim) hesap kullanma durumlarına baktığımızda, katılımcıların %32.3'ü (n=328) anonim (kendi isimleri dışında) hesapları olduğunu, %67.7'si (n=688) anonim (kendi isimleri dışında) hesapları olmadığını aktarmışlardır.

Tablo 13: Katılımcıların Paylaşımlarının Herkese Açık Olup Olmama Durumu

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Evet herkese açık paylaşım yaparım	204	20,1
Sadece takip ettiklerim ve beni takip edenler görebilir	484	47,6
Sadece takip ettiklerimi takip edenler görebilir	240	23,6
Sadece benim seçtiğim kişiler görebilir	88	8,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların sosyal medya hesaplarında paylaşımlarının herkese açık olup olmama durumuna baktığımızda, katılımcıların %20.1'i (n=204) “evet herkese açık paylaşım yaparım”, %47,6'sı (n=484) “sadece takip ettiklerim ve beni takip edenler görebilir”, %23.6'sı (n=240) “sadece takip ettiklerimi takip edenler görebilir” ve son olarak %8.7'si (n=88) “sadece benim seçtiğim kişiler görebilir” ifadesinde bulunmuşlardır. İlgili araştırma sonuçlarında göre katılımcıların büyük çoğunluğu dijital mecralarda sadece takip ettikleri ve onu takip edenlerin %47,6'sı (n=484) paylaşımlarını görebileceğini belirtmiştir.

Tablo 14: Katılımcıların Sosyal Medya Hesaplarında Paylaşılan İçeriklere Yönelik Endişe Duyma Durumu

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Sıklıkla Endişe duyarım	160	15,7
Bazen endişe duyduğum oluyor	504	49,6
Endişe duymam	352	34,6

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların dijital mecralarda yapılan paylaşımlara yönelik endişe duyup duymama durumlarına baktığımızda, katılımcıların %15.7'si (n=160) “evet endişe duyarım”, %49.6'sı (n=504) “kısmen endişe duyduğumu” ve son olarak %34.6'sı (n=352) “endişe duymadığımı” belirtmiştir. İlgili araştırma bulgularına göre katılımcıların büyük

çoğunluğu sosyal medya hesaplarında paylaşımlarından dolayı kısmen endişe duyduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 15: Katılımcıların Sosyal Medya Sayfalarını Günlük Kontrol Etme Sıklığı

	Frekans (f)	Yüzde (%)
1-5 defa	108	10,6
6 - 10 defa	120	11,8
11-15 defa	104	10,2
16-20 defa	156	15,4
21 - 25 defa	184	18,1
26 - 30 defa	140	13,8
30 defa ve üzeri	204	20,1

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların sosyal medya platformlarını günlük kontrol etme sıklıklarına baktığımızda, katılımcıların %10.6'sı (n=108) 1 -5 defa, %11.8'i (n= 120) 6 – 10 defa, %10.2'si (n=104) 11 -15 defa, %15.4'ü (n=154) 16 – 20 defa, %18.1'i (n=184) 21- 25 defa, %13.8'i (n=140) 26 – 30 defa ve son olarak %20.1'i (n=204) 30 defa ve üzeri kontrol etiklerini aktarmışlardır. İlgili araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu % 20.1'i (n=204) günlük 30 ve üzeri kez dijital sayfalarını kontrol ettiklerini / kontrol etme ihtiyacı hissettiklerini aktarmışlardır. Bu mecraların bireylerin dikkatini birçok noktada dağıttığı sonucunu çıkarabilmektedir.

Tablo 16: Katılımcıların Sosyal Medya Hesaplarında En Sık Ne ile İlgili Paylaşım Yaptıklarının Dağılımı

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Aile, akraba, arkadaş çevre birliktelikleri	132	13,0
Ev / iş ortamındaki durum	64	6,3
Gezilen mekanlar	120	11,8
Hobi, eğlence durumu	200	19,7
Özel anları	320	31,5
Siyasal ve dini görüşler	28	2,8
Hepsi	152	15,0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların dijital mecralarda sıklıkla ne ile ilgili paylaşım yaptıkları dağılımlarına baktığımızda, katılımcıların %13'ü (n=132) dijital mecralarda aile, akraba, arkadaş çevrem ile birlikteliklerini, %11'i (n=64) ev ve iş ortamlarındaki durumlarını, %19'u (n=120) gezdikleri mekanları, %19'u (n=200) hobi ve eğlence durumlarını, %31.5'i (n=320) özel anlarına yönelik durumlarını, %2.8'i (n=28) dini ve siyasi görüşlerini, %15'i (n=152) hepsini paylaştıklarını aktarmıştır. İlgili araştırma bulgularına göre katılımcıların

büyük çoğunluğu, %31.5'i (n=320) özel anlarına (kendilerini mutlu hissettikleri anılarını) yönelik içerik paylaşımları yaptıkları görülmektedir.

Tablo 17: Katılımcıların Sosyal Medya Paylaşımlarından Dolayı Mahremiyeti Riske Atma Durumu

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Hayır düşünmüyorum	224	22,0
Evet düşünüyorum	260	25,6
Kısmen düşünüyorum	360	35,4
Kararsızım / fikrim yok	172	16,9

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların dijital mecralarda paylaşımlarından dolayı mahremiyetlerini riske atıp atmadıkları sorulduğunda, katılımcıların %22'si (n=240) hayır mahremiyetimi riske attığımı düşünmüyorum, %25.6'sı (n=260) evet düşünüyorum, %35.4'ü (n=360) kısmen düşünüyorum ve son olarak %16.9'u (%16.9) kararsızım / fikrim yok ifadesini kullandı. İlgili araştırmaya göre katılımcıların büyük çoğunluğu, %35.4'ü (n=360) dijital mecralarda yaptıkları paylaşımlardan dolayı mahremiyet durumlarını kısmen riske attıklarını aktarmışlardır.

Tablo 18: Katılımcıların Sosyal Ortamlarda (gezi, piknik ya da arkadaş çevresiyle birliktelikler) İçerik Paylaşma Dağılımı

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal ortamlarda bulunurken(yüzyüze), dijital platformlarda zaman geçirme durumu	Kesinlikle katılmıyorum	36	3,5
	Katılmıyorum	156	15,4
	Kararsızım	232	22,8
	Katılıyorum	364	35,8
	Kesinlikle Katılıyorum	228	22,4

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 18'e göre katılımcıların gittikleri, gezdikleri piknik ve diğer tatil mekanlarında, ailesi veya arkadaş çevresi ile birlikteliklerini paylaşma dağılımlarına baktığımızda; katılımcıların %35,8'i (n=364) paylaşım yaptıklarını, %3,5 (n=36) kesinlikle paylaşım yapmayacaklarını aktarmışlardır. Dolayısıyla araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu gezi, piknik, tatil alanlarında dijital platformlarda paylaşım yaptıkları görülmektedir.

Tablo 19: Sosyal Medya Platformları Yokluğundan Muzdarip Olma Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Dijital yoksunluk	Kesinlikle katılmıyorum	64	6,3
	Katılmıyorum	132	13
	Kararsızım	268	26,4
	Katılıyorum	288	28,3
	Kesinlikle Katılıyorum	264	26,0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 19'a göre katılımcıların dijital platformları, dijital araçları kullanamayacakları ortamlarda sıkılma dağılımlarına baktığımızda; katılımcıların %28,3'ü (n=288) sıkılacağını, %26'sı (n=264) kesinlikle sıkılacaklarını aktarmışlardır. Öte yandan katılımcıların %6,3'i (n=64) kesinlikle sıkılmayacaklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu dijital araç ve platformları kullanamayacakları ortamların onları sıcağını aktarmıştır. Bu sonuçlara göre dijital araçlardan yoksun kalma durumunda katılımcıların büyük çoğunluğu mustarip olacağı görülmektedir.

Tablo 20: Dijital Araçlarla Vakit Geçirirken Mutlu Hissetme Dağılımı

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Dijital Mecraları kullanırken Mutlu hissetme dağılımı	Kesinlikle katılmıyorum	16	1,6
	Katılmıyorum	128	12,6
	Kararsızım	288	28,3
	Katılıyorum	344	33,9
	Kesinlikle Katılıyorum	240	23,6

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 20'ye göre katılımcıların sosyal medya araçlarını kullandıklarında mutlu hissetme dağılımlarına baktığımızda; katılımcıların %33,9'u (n=344) mutlu hissettiğini, %12,6'sının (n=128) mutlu hissetmediğini ifade etmiştir. Dolayısıyla araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu platformları kullanırken kendilerini iyi hissettikleri ifade edilebilir.

Tablo 21: Katılımcıların Özel alanda çektikleri fotoğraf / videolarını paylaşma dağılımı

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Özel alanda içerik paylaşma dağılımı	Kesinlikle katılmıyorum	36	3,5
	Katılmıyorum	104	10,2
	Kararsızım	184	18,1
	Katılıyorum	400	39,4
	Kesinlikle Katılıyorum	292	28,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 21'e göre katılımcıların Evde çektiğim fotoğrafı / videoyu dijital platformlarda paylaşıp paylaşmama dağılımlarına baktığımızda; katılımcıların %39,4'ü (n=400) paylaşım yaptığını, %3,5'inin (n=36) kesinlikle paylaşım yapmadıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu Ev içi ortamda çektiği fotoğraf / videoları sosyal medya platformlarında paylaştıkları görülmektedir.

Tablo 22: Katılımcıların Dijital Platformlarda Duygu Durumu Paylaşma Dağılımı

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Duygu durumu paylaşma dağılımı	Kesinlikle katılmıyorum	48	4,7
	Katılmıyorum	132	13,0
	Kararsızım	216	21,3
	Katılıyorum	336	33,1
	Kesinlikle Katılıyorum	284	28,0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 22’ye göre katılımcıların bir kişi veya bir konu ile ilgili kızgınlık yada sevinç duygu durumlarını dijital platformlarında paylaşma dağılımlarına baktığımızda; katılımcıların %33,1’i (n=336) paylaşım yaptığını, %13’ü (n=132) paylaşım yapmadıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya platformlarında genelde duygu durumlarını paylaştıkları görülmektedir.

Tablo 23: Katılımcıların yakın çevresi (eş, çocuk, akraba, arkadaş, dost vb.) Hakkında İltifat, Aşk, Sevgi veya Sitem İçeren Paylaşımlar Yapma Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal çevre ile ilgili duygu / hisleri paylaşma dağılımı	Kesinlikle katılmıyorum	48	4,7
	Katılmıyorum	128	12,6
	Kararsızım	208	20,5
	Katılıyorum	352	34,6
	Kesinlikle Katılıyorum	280	27,6

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 23’e göre katılımcıların Yakın çevrem (Eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum vb.) hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren paylaşımlar yapıp yapmama dağılımlarına baktığımızda; katılımcıların %34,6’sı (n=352) paylaşım yaptığını, %12,6’sının (n=128) paylaşım yapmadıklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu dijital platformlarda yakın çevrem (Eşim, sevgilim, akrabam, arkadaşım ya da dostum vb.) hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yaptıkları görülmektedir.

6.2. Araştırma Ölçeklerinin Geçerlilik ve Güvenirliklerinin Test Edilmesi

Tablo 25: Araştırma Ölçeklerinin Güvenilirlik Değerleri ve Çıkarılan Maddeler

Dijital Medya Bağımlılığı (Cronbach a=,946)	
Dijital Bağımlılık (Cronbach a=, 934)	
Dmb10	Sosyal Medya platformlarında çok vakit harcadığımdan dolayı birçok fırsatı kaçırdığımı olmuştur.
Dmb11	Dijital platformlarla uğraştığım zaman çevremde olup bitenden haberim olmaz.

Dmb9	Sosyal medya platformları ev ve okul ile ilgili sorumluluklarımı yerine getirmemi engelliyor.
Dmb12	Sosyal medya platformları kullanmam nedeniyle üretkenliğimin azaldığını hissediyorum.
Dmb5	Dikkat gerektiren işleri yaparken bile telefon, tablet gibi dijital araçlarla uğraşırım
Dmb8	Dijital araçlarla harcadığım zamanı azaltamıyorum.
Dmb7	Dijital araçlarla harcadığım zamanı kısmak için başarısız çabalarım oldu.
Dmb3	Dijital platformları amacı dışında aşırı bir şekilde kullanıyorum.
Dmb13	Dijital platformlarda vakit geçirirken bana herhangi bir iş verilmesi beni öfkeliendirir.
Dmb15	Sahip olduğum dijital araçları uzun süre kullanmadığımda kendimi çok mutsuz ve sinirli hissedirim.
Dmb6	Dijital araçları kullanma süresi konusunda kendimi kontrol edemiyorum.
Dmb4	Bir işle uğraşırken kendimi dijital platformları kontrol ederken buluyorum.
Smb14	Dijital platformları kullanamayacağım ortamlar beni sıkıyor.
Smb16	Dijital araçlarla vakit geçirirken kendimi çok mutlu hissediyorum.
Smb2	Gezi, piknik veya arkadaşlarla olduğum sosyal ortamlarda sürekli dijital platformlara bakırım.
Dijital Yoksunluk (Cronbach a=,768)	
Dmb1	Yemek yerken aynı zamanda dijital platformlarla meşgul olurum.
Dmb18	Sahip olduğum sosyal medya hesaplarımın kapanması beni huzursuz eder.
Dmb17	Sahip olduğum dijital araçların bozulması beni huzursuz eder.
Dmb 19	Kısa süreliğine bile olsa evden ayrıldığımda telefon/tablet gibi dijital araçları yanıma almak isterim

Dijital Mahremiyet (Cronbach a=,924)

DM2	Sosyal çevremdeki insanlarla (Arkadaş, aile vb.) yaptığım yazışmaları / çektiğimiz fotoğrafları / videoları izin almaya gerek duymadan paylaşmaktan çekinmem.
DM3	Ailemden herhangi birine ait bilgi, resim, video vb. içerikleri sosyal medya platformlarında izin almaya gerek duymadan paylaşırım.
DM1	Sosyal medyada tanımadığım kişilerle kendimin veya ailemin kişisel bilgilerini (adres, doğum tarihi, yaş, iş, telefon vb.) paylaşmaktan çekinmem.
DM4	Sosyal medyada tanımadığım kişilerin beni veya ailemi takip etmesinde veya arkadaş olmasında herhangi bir sakınca görmem.
DM5	Sosyal medyada tanımadığım kişilerle iletişim kurmaktan çekinmem.
DM6	Ailemle beraber tatil, iş ya da ziyaret için gittiğim yerlerde kaldığım odada/evde çektiğim fotoğrafları / videoları dijital platformlarda paylaşırım
DM10	Ailemle hayatımızdaki önemli anları (Mezuniyet, iş hayatında terfi, hastalık, doğum günü vb.) dijital platformlarda paylaşmaktan çekinmem.
DM12	Ailemle beğendiğim içerikleri dijital platformlarda paylaşırım.
DM11	Ailemle kamusal ya da özel (Spor salonunda, havuzda, AVM, Kuaför vb.) alanda çektiğim fotoğrafları / videoları dijital platformlarda paylaşmaktan çekinmem.
DM7	Ev ortamında çektiğim fotoğrafı / videoyu dijital platformlarda paylaşırım.
DM8	Bir kişi ya da bir konu hakkında çok kızdığım ya da çok mutlu olduğumda dijital platformlarda bu duygumu paylaşırım
DM9	Yakın çevrem (Eşim, çocuğum, akrabam, arkadaşım ya da dostum vb.) hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşırım.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 25'te yer alan DMB2, DMB14, DMB16, numaralı maddeler Dijital Medya Bağımlılığı (DMB) ölçeğinin bütünüyle uyuşmadığından, DM7, DM8, DM9 numaralı maddeler ise Dijital Mahremiyet (DM) ölçeğinin bütünüyle uyuşmadığından varimax döndürme sonrası ilgili maddeler formdan çıkarılmıştır. Ölçeklere ve alt boyutlara ait

güvenilirlik değerleri bu aşamadan sonra hesaplanmış olup, DMB ve DM boyutları niteleyen satırlarda aktarılmaktadır.

6.2.1. DMB'ye ve DM'ye Ait KMO ve Bartlett Test Değerleri Dağılımı

DMBÖ'ye ve DMÖ'nün güvenilirliği iç tutarlılık (*Cronbach's Alpha (α)*) yöntemiyle geçerliliği ise açıklayıcı faktör analizi (Exploratory Factor Analysis – EFA) ile yapılmıştır. Öte yandan ölçeklere yönelik geçerlilik (Validity) ve güvenilirlik (Reliability) testleri çalışmaya katılım sağlayan 1016 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen verilerin faktör analizi yapılma uygunluk durumu Yapı Geçerliliği (Construct Validity) test edilmesiyle ortaya konulmuştur. Uygunluk testleri için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett testlerinden faydalanılmıştır. Verilerin analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgular tablo 26'da gösterilmektedir.

Tablo 26: DMB'ye ve DM'ye Ait KMO ve Bartlett Test Değerleri

KMO and Bartlett's Test		
DMB Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uyum Değer		,946
Bartlett's Test of Sphericity	X²	9609,224
	sd	120
	Sig.	,000
DM Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uyum Değer		,900
Bartlett's Test of Sphericity	X²	4307,292
	sd.	36
	p.	,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

DMBÖ ulaşılan ,946 ve DMÖ'de ulaşılan ,900 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri tablo 26'da görüldüğü üzere verilere faktör analizinin yapılması uygun görülmektedir. Ayrıca analiz sonucunda elde edilen Bartlett's Test of Sphericity ise DMBÖ için 9609,224 ve DMÖ için 4307,292 değerinde olup her iki ölçekte 0,001 düzeyinde alam ifade etmektedir ($DMBÖ = X^2 120 = 9609,224$ / $DMÖ X^2 36 = 4307,292$). Elde edilen sonuçlar neticesinde faktör analizinin uygulanabileceğini destekler niteliktedir

Öte yandan DMBÖ (19 madde) ve DMÖ (12 madde) anket formunda yer alan ifadeler açıklayıcı faktör analizine tabi tutularak toplam faktör dağılımlar elde edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca yapılan varimax döndürme yöntemi neticesinde DMB2, DMB14, DMB16, numaralı maddeler Dijital Medya Bağımlılığı (DMB) ölçeğinin bütünüyle uyuşmadığından, DM7, DM8, DM9 numaralı maddeler ise Dijital Mahremiyet (DM)

ölçeğinin bütünüyle uyuşmadığından varimax döndürme sonrası ilgili maddeler formdan çıkarılmıştır

6.3. Sosyal Medya Bağımlılığının Aile içi Mahremiyet Üzerindeki Etkisine Dair Bulgular

Tablo 27: Sosyal Medya Bağımlılığının Mahremiyet Üzerindeki Etkisine Dair Regresyon Analizi

Variable Entered	R	R ²	Düzeltilmiş R2	Standart Hata	
Dijital Medya Bağımlılığı	,840 ^a	,706	,706	,43724	
Dependent Variable	Beta		t	Sig (p)	
Aile İçi Mahremiyet			49,327	,000 ^b	
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Coefficients ^a	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	,705	,062		11,422	,000
Dijital Medya Bağımlılığı	,836	,017	,840	49,327	,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal medya bağımlılığı aile içi mahremiyeti %70,6 pozitif yönde etkilemektedir ($p<0.05$). Kullanıcıların 1 birimlik sosyal medya bağımlılığındaki artış ,836 oranında aile içi mahremiyeti etkilemektedir. Bu sonuç kullanıcıların kendi mahrem alanları ile ilgili içerikleri sosyal medyada paylaşımlarının önemli bir yordayıcısı olarak sosyal medya bağımlılığına işaret etmektedir.

Tablo 28: Cinsiyet Açısından Katılımcıların Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde Farklılaşma Durumu

	Cinsiyet	n	x (Mean)	SS	S.Hata	T	p
Aile İçi Mahremiyet	Kadın	508	3,7130	,83375	,03699	1,472	.141
	Erkek	508	3,6387	,77585	,03442		
Dijital Medya Bağımlılığı	Kadın	508	3,6053	,84640	,03755	2,037	.042
	Erkek	508	3,5020	,76903	,03412		

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyetleri açısından mahremiyet değişkeni bağlamında farklılaşıp farklılaşmadığına dair gerçekleştirilen Independent T-Testi analizi sonucunda (Tablo 28) herhangi anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0.05$). Öte yandan cinsiyetleri açısından sosyal medya bağımlılığı değişkeni bağlamında ise farklılaştıkları görülmektedir ($p<0.05$). Söz konusu farklılaşmaya göre kadınların ($x=3.6$) erkeklere ($x=3.5$) nazaran daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 29: Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	50,609	6	8,435	13,835	,000
	Within Groups	615,155	1009	,610		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	20,742	6	3,457	5,465	,000
	Within Groups	638,284	1009	,633		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Eğitim durumu açısından katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) gözlenmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların saptanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 30’da sunulmaktadır.

Tablo 30: Katılımcıların Eğitim Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Eğitim Durumunuz	(J) Eğitim Durumunuz	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Okur yazar değil	İlkokul	1,47917*	,31877	,000
		Ortaokul	,72842*	,23717	,035
		Lise	,85957*	,22954	,004
		Üniversite (Ön lisans / Lisans)	,90808*	,22886	,002
		Yüksek Lisans	,88333*	,23640	,004
		Doktora	1,72917*	,25201	,000
	Doktora	İlkokul	-,75074*	,23717	,027
		Okur yazar değil	-1,72917*	,25201	,000
		Ortaokul	-1,00074*	,13470	,000
		Lise	-,86960*	,12076	,000
		Üniversite (Ön lisans / Lisans)	-,82109*	,11947	,000
		Yüksek Lisans	-,84583*	,13335	,000
	Okur yazar değil	İlkokul	1,03704*	,32470	,024
		Okur yazar değil	-1,10185*	,25670	,000
		Ortaokul	-,57275*	,13721	,001
		Lise	-,55727*	,12301	,000
		Üniversite (Ön lisans / Lisans)	-,51155*	,12169	,001
Aile İçi Mahremiyet		Yüksek Lisans	-,57963*	,13583	,000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey Testi neticesinde ulaşılan bulgulara göre katılımcılar eğitim durumu açısından mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı konusunda farklılaşmaktadır. Okuryazar olmayan kişilerin ilkokul (1,47917*), ortaokul (,72842*), lise (,85957*), üniversite (,90808*), Yüksek Lisans (,88333*) ve Doktora (1,72917*) düzeyindeki katılımcılara göre daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte ilkokul düzeyindeki kişilerin ise ortaokul (-,75074*) düzeyindeki kişilere göre daha az sosyal medya bağımlısı olduğu, yine benzer bir biçimde doktora düzeyinde eğitim seviyesine sahip kişilerin ise daha aşağıda eğitim seviyesine sahip kişilere göre daha az bağımlı olduğu görülmektedir (Tablo x). Bu durum eğitim seviyesi arttığında sosyal medya bağımlılığının azaldığına işaret etmektedir. Bener şekilde Okuryazar olmayan katılımcılar, İlkokul eğitim düzeyine sahip bireylere (1,03704*) kıyasla dijital platformlarda daha çok aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları saptanmıştır. Fakat Doktora eğitim düzeyine sahip bireyler, Okuryazar olmayan (-1,10185*), Ortaokul düzeyi eğitim seviyesine sahip bireylere (-,57275*), Lise mezunu bireylere (-,55727*), Üniversite mezunu bireylere (-,51155*) ve Yüksek Lisans eğitim düzeyine sahip bireylere (-,57963*) nazaran dijital platformlarda daha düşük aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir. Dolayısıyla eğitim düzeyine bağlı olarak bireylerini dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlali değişe bildiği, eğitim düzeyi yükseldikçe de dijital platformları bilinçli kullanma düzeylerinin de artabileceği ifade edilebilir.

Tablo 31: Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	12,678	2	6,339	9,833	,000
	Within Groups	653,086	1013	,645		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	8,939	2	4,470	6,965	,001
	Within Groups	650,086	1013	,642		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Medeni durum açısından katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İgili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 32’de gösterilmektedir.

Tablo 32: Katılımcıların Medeni Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) medeni durum	(J) medeni durum	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya	Evli	Bekar	,19475*	,05881	,003	,0567	,3328
Bağımlılığı	Bekar	Boşanmış	-,35365*	,08453	,000	-,5521	-,1552
Aile İçi	Evli	Bekar	,19802*	,05868	,002	,0603	,3357
Mahremiyet	Bekar	Boşanmış	-,25539*	,08434	,007	-,4533	-,0574

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; evli bireylerin (,19475*) bekar bireylere göre daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu saptanmıştır. Öte yandan bekar bireylerin ise boşanmış katılımcılara göre daha az düzeyde (-,35365*) sosyal medya bağımlısı olduğu bulgulanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre bekar bireylerin sosyal yaşamına dijital yaşamdan daha çok önem verdiği, daha az sosyal medya bağımlısı olduğu, nitekim gerçek zamanlı ilişkilerine daha çok önem verdiği sonucuna varılabilir. Dolayısıyla bu durumda bekar bireylerin gerçek zamanlı ilişkilerine eğilerek diğer gruplara nazaran dış dünyada sosyalleşmeye daha çok ihtiyaç duyduğu görülmektedir.

Tablo 33: Katılımcıların Gelir Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya	Between Groups	85,978	7	12,283	21,354	,000
	Within Groups	579,786	1008	,575		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi	Between Groups	55,409	7	7,916	13,218	,000
	Within Groups	603,616	1008	,599		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Gelir durumu açısından katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p<0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 34’de gösterilmektedir.

Tablo 34: Katılımcıların Gelir Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Durumunuz	Gelir(J) Durumunuz	Mean			95% Confidence Interval	
			GelirDiference (I-J)	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	22.104 TL	22.104 tı altı	NDA,62250*	,12385 ,000		,2463	,9987
		(Asgari ücretten düşük)					
	22.105 TL	22.104 tı altı	NDA1,05516*	,10894 ,000		,7243	1,3861
		(Asgari ücretten düşük)					
	35.000 TL Arası	22.104 TL	,43266*	,08963 ,000		,1604	,7049
		46.000 TL	-,35108*	,07354 ,000		,1277	,5745
		55.000 TL					
		56.000 - 65.000 TL	,39826*	,08509 ,000		,1398	,6567
		66.000 TL - 75.000 TL	,55047*	,14233 ,003		,1182	,9828
		76.000 TL ve üzeri	,92902*	,12391 ,000		,5527	1,3054
	36.000 TL - 45.000 TL Arası	22.104 TL	,92149*	,11004 ,000		,5873	1,2557
		-Altında					
		22.104 TL	,29899*	,09096 ,023		,0227	,5753
		56.000 - 65.000 TL Arası	,26459*	,08649 ,047		,0019	,5273
	46.000 TL - 55.000 TL Arası	76.000 TL ve üzeri	,79535*	,12488 ,000		,4161	1,1747
		22.104 TL altında	,70408*	,11275 ,000		,3616	1,0465
		76.000 TL ve üzeri	,57794*	,12727 ,000		,1914	,9645
	56.000 - 65.000 TL Arası	22.104 TL altında	,65690*	,12060 ,000		,2906	1,0232
		(Asgari ücretten düşük)					
	66.000 TL - 75.000 TL Arası	76.000 TL ve üzeri	,53076*	,13428 ,002		,1229	,9386
		22.104 tı altı	NDA-,50469*	,16601 ,050		,0005	1,0089
	76.000 TL ve üzeri	(Asgari ücretten düşük)					
		22.104 TL	-,49636*	,13720 ,008		-,9131	-,0796
Aile İçi Mahremiyet	22.104 tı altı (Asgari ücretten düşük)	22.104 TL	-,44000*	,12637 ,012		-,8238	-,0562
		22.105 TL	-,88924*	,11116 ,000		-1,2269	-,5516
		35.000 TL Arası					
		36.000 TL	-,69942*	,11228 ,000		-1,0404	-,3584
		45.000 TL Arası					
		46.000 TL	-,62174*	,11504 ,000		-,9712	-,2723
		55.000 TL Arası					
		56.000 - 65.000 TL Arası	-,43142*	,12306 ,011		-,8052	-,0577
		22.104 TL	,44924*	,09146 ,000		,1715	,7270

		46.000 TL	-,26750*	,07504	,009	,0396	,4954
22.105 TL	-55.000 TL Arası						
35.000 TL Arası	56.000 - 65.000 TL Arası		,45782*	,08683	,000	,1941	,7215
	66.000 TL - 75 TL Arası		,51146*	,14522	,011	,0704	,9525
	76.000 TL ve Üzeri		,55187*	,12644	,000	,1678	,9359

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey Testi neticesinde ulaşılan bulgulara göre katılımcılar gelir durumu açısından mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı konusunda farklılaşmaktadır. 22.104 TL geliri olan bireylerin 22.104 TL'den daha düşük geliri olan bireylere nazaran daha (,62250*) yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde 22.105 TL - 35.000 TL Arası geliri olan katılımcılar 22.104 TL'den daha düşük geliri olan (1,05516*), 22.104 TL geliri olan (,43266*), 46.000 TL - 55.000 TL Arası geliri olan (,35108*), 56.000 - 65.000 TL Arası geliri olan (,39826*), 66.000 TL - 75 TL Arası geliri olan (,55047*), 76.000 TL ve Üzeri geliri olan (,92902*) katılımcılardan daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu tespit edilmiştir. 36.000 TL - 45.000 TL Arası geliri olan bireyler 22.104 TL'den daha düşük geliri olan katılımcılara (,92149*), 22.104 TL geliri olan bireylere (,29899*), 56.000 - 65.000 TL Arası geliri olan bireylere (,26459*), 76.000 TL ve Üzeri geliri olan bireylere (,92902*) nazaran daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu görülmektedir. 46.000 TL - 55.000 TL Arası geliri olan bireylerin 22.104 TL altında geliri olan bireylerden (,70408*) ve 76.000 TL ve Üzeri geliri olan bireylerden (,57794*) daha yüksek dijital bağımlılık düzeyine sahip olduğu saptanmıştır. 56.000 - 65.000 TL arası gelire sahip katılımcıların 22.104 TL altında geliri olan bireylere (,53076*) ve 76.000 TL ve Üzeri geliri olan bireylere (,53076*) kıyasla daha yüksek sosyal medya bağımlısı olduğu bulgulanmıştır. 66.000 TL - 75 TL Arası geliri olan bireyler, 22.104 TL ve altında geliri olan bireylere (-,49636*) nazaran dijital bağımlılık düzeyinin daha düşük olduğu görülmektedir. 76.000 TL ve Üzeri geliri olan katılımcıların 22.104 TL geliri olan bireylere kıyasla (-,49636*) dijital bağımlılık düzeyi daha düşük olarak saptanmıştır.

Öte yandan 22.104 TL altında geliri olan katılımcıların 22.104 TL (-,44000*), 22.105 TL - 35.000 TL arası geliri olan bireylerden (-,88924*), 36.000 TL - 45.000 TL Arası geliri olan bireylerden (-,69942*), 46.000 TL - 55.000 TL Arası geliri olan bireylerden (-,62174*), 56.000 - 65.000 TL Arası geliri olan bireylerden (-,43142*) dijital platformlarda

daha düşük aile içi mahremiyet ihlali yaptığı saptanmıştır. 22.105 TL - 35.000 TL Arası geliri olan bireyler ise 22.104 TL geliri olan bireylere (,44924*), 46.000 TL - 55.000 TL arası geliri olan bireylere (,26750*), 56.000 - 65.000 TL arası geliri olan bireylere (,45782*), 66.000 TL – 75.000 TL Arası geliri olan bireylere (,51146*), 76.000 TL ve üzeri geliri olan bireylere (55187*) kıyasla dijital platformlarda daha sık aile içi mahremiyet ihlali yaptığı söylenebilir. Bu bağlamdan yola çıkarak bireylerin gelir düzeyi arttıkça dijital platformlarda mahremiyet ihlali düzeylerinde azalma olduğu görülmektedir.

Tablo 35: Katılımcıların Çalışma Alanlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	10,180	2	5,090	7,865	,000
	Within Groups	655,584	1013	,647		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	18,114	2	9,057	14,315	,000
	Within Groups	640,911	1013	,633		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Meslek gruplarına göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p<0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 36’da gösterilmektedir.

Tablo 36: Katılımcıların Çalışma Alanları Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) meslek (J) meslek(I-J)	Mean Difference	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	Kamu	-,24452*	,07602	,004	-,4229	-,0661
	ÇalışmıyorÖzel	-,27284*	,06995	,000	-,4370	-,1087
Aile İçi Mahremiyet	Kamu	-,30123*	,07516	,000	-,4776	-,1248
	ÇalışmıyorÖzel	-,36882*	,06917	,000	-,5312	-,2065

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; çalışmayan bireylerin Kamuda (-,24452*) ve özelde (-,27284*) çalışan bireylere göre daha düşük düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde çalışmayan bireylerin, kamuda (-,30123*) ve Özelde (-,36882*) çalışan bireylere nazaran sosyal

medya platformlarında daha düşük mahremiyet ihlali yaptığı saptanmıştır. İlgili araştırma sonuçlarına göre çalışmayan bireylerin emekli olabileceği ve yaşa bağı olarak da değişkenlik gösterebileceği öngörülebilir.

Tablo 37: Katılımcıların Yaş Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	98,391	9	10,932	19,384	,000
	Within Groups	567,373	1006	,564		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	91,951	9	10,217	18,125	,000
	Within Groups	567,074	1006	,564		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yaş gruplarına göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla yapılan Tukey testi neticesinde ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 38’de gösterilmektedir.

Tablo 38: Katılımcıların Yaş Durumları Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) yaşıınız	(J) yaşıınız	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	31 - 35 arası	18 -24 arası	,65084*	,08956	,000	,3669	,9348
		25-30 arası	,32343*	,08881	,011	,0418	,6050
		41-45 arası	,52249*	,09301	,000	,2276	,8174
		46-50 arası	,75464*	,09301	,000	,4597	1,0496
		51- 55 arası	,54227*	,09207	,000	,2503	,8342
		56- 60 arası	,58654*	,12025	,000	,2052	,9678
		66 ve üzeri	1,52324*	,16467	,000	1,0011	2,0454
	36- 40 arası	18 -24 arası	,55011*	,08857	,000	,2693	,8310
		41-45 arası	,42177*	,09206	,000	,1299	,7137
		46-50 arası	,65391*	,09206	,000	,3620	,9458
		51- 55 arası	,44155*	,09111	,000	,1527	,7304
		56- 60 arası	,48581*	,11952	,002	,1068	,8648
		66 ve üzeri	1,42251*	,16413	,000	,9021	1,9429
	66 ve üzeri	18 -24 arası	-,87240*	,16705	,000	-1,4021	-,3427
		25-30 arası	-1,19981*	,16665	,000	-1,7282	-,6714
		31 - 35 arası	-1,52324*	,16467	,000	-2,0454	-1,0011
		36- 40 arası	-1,42251*	,16413	,000	-1,9429	-,9021
		41-45 arası	-1,00074*	,16892	,000	-1,5364	-,4651
		46-50 arası	-,76860*	,16892	,000	-1,3042	-,2330

Aile İçi Mahremiyet	31 - 35 arası	51- 55 arası	-,98096*	,16841	,000	-1,5150	-,4470
		56- 60 arası	-,93670*	,18533	,000	-1,5243	-,3491
		61- 65 arası	-1,08958*	,22737	,000	-1,8105	-,3686
		18 -24 arası	,62001*	,08954	,000	,3361	,9039
		25-30 arası	,29552*	,08879	,031	,0140	,5771
		41-45 arası	,59025*	,09299	,000	,2954	,8851
		46-50 arası	,63390*	,09299	,000	,3391	,9287
		51- 55 arası	,31398*	,09205	,023	,0221	,6058
		56- 60 arası	,56125*	,12022	,000	,1800	,9425
	36- 40 arası	18 -24 arası	,67310*	,08855	,000	,3923	,9539
		25-30 arası	,34861*	,08779	,003	,0702	,6270
		41-45 arası	,64334*	,09203	,000	,3515	,9352
		46-50 arası	,68699*	,09203	,000	,3952	,9788
	51- 55 arası	51- 55 arası	,36707*	,09109	,002	,0783	,6559
		56- 60 arası	,61434*	,11949	,000	,2355	,9932
		61- 65 arası	,60921*	,17783	,022	,0454	1,1731
		18 -24 arası	,30603*	,09625	,049	,0009	,6112
	66 ve üzeri	46-50 arası	,31992*	,09946	,044	,0046	,6353
		18 -24 arası	-,58796*	,16701	,016	-1,1175	-,0584
		25-30 arası	-,91246*	,16661	,000	-1,4407	-,3842
		31 - 35 arası	-1,20798*	,16462	,000	-1,7300	-,6860
	36- 40 arası	36- 40 arası	-1,26107*	,16409	,000	-1,7814	-,7408
		41-45 arası	-,61772*	,16888	,010	-1,1532	-,0822
		46-50 arası	-,57407*	,16888	,024	-1,1096	-,0386
		51- 55 arası	-,89400*	,16836	,000	-1,4279	-,3601
	56- 60 arası	56- 60 arası	-,64672*	,18528	,018	-1,2342	-,0592

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; 31 – 35 yaş aralığındaki bireyler 18 -24 arası bireyler (,65084*), 25-30 arası bireyler (,32343*), 41-45 yaş arası bireyler (,52249*), 46 -50 yaş arası (,75464*), 51 – 55 yaş arası (,54227*), 56-60 yaş arası bireyler (,58654*) ve 66 ve üzeri (1,52324*) bireylere nazaran daha yüksek sosyal medya bağımlısı olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde 36 -40 yaş arası bireyler 18 -24 yaş arası bireylere (,55011*), 41 – 45 yaş arası bireylere (,42177*), 46 – 50 yaş arası bireylere (,65391*), 51 – 55 yaş arası bireyler (,44155*), 56 – 60 yaş aralığındaki bireylere (,48581*) ve 66 ve üzeri yaşa sahip bireylere (1,42251*) nazaran daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu saptanmıştır. İlgili araştırma kapsamında yaş arttıkça sosyal medya bağımlılığının azaldığı görülmektedir. İlgili araştırma kapsamında ise 18 – 24 yaş aralığındaki bireylerin dijital platformlara bağımlılık kazandığı ve kullanım konusunda kontrollü oldukları, kullandıkları araçlara bağımlı olsalar da bu platformları diğer yaş grubundaki bireylere nazaran daha kontrollü kullandıkları görülmektedir. Öte yandan 31 - 35 yaş arası bireyler, 18 – 24 yaş arası bireylere (,62001*), 25 – 30 yaş arası bireylere (,29552*), 41 – 45 yaş arası bireyle (,59025*), 46 -50 yaş arası bireylere

(,63390*), 51 – 55 yaş arası bireyler (,31398*) ve 56 – 60 yaş arası bireylere (,56125*) nazaran dijital platformlarda daha fazla mahremiyet ihlali yaptığı saptanmıştır. Benzer şekilde 36- 40 arası bireyler, 18 – 24 yaş arasındaki bireylere (,67310*), 25 – 30 yaş arasındaki bireylere (,34861*), 41 – 45 yaş arasındaki bireylere (,64334*), 46 – 50 yaş arasındaki bireylere (,68699*), 51 – 55 yaş arasındaki bireylere (,36707*), 56 – 60 yaş aralığındaki bireylere (,61434*) ve 61 – 65 yaş aralığındaki bireylere (,60921*) nazaran dijital platformlarda daha fazla mahremiyet ihlali yaptıkları bulgulanmıştır. Bunun yanı sıra 51– 55 yaş arası bireyler, 46 – 50 yaş arası bireylere (,30603*), 18 – 24 yaş arası bireylere (,31992*) nazaran dijital platformlarda daha yüksek mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir. Fakat 66 yaş ve üzeri katılımcılar, 18 – 24 yaş arası bireylere (-,58796*), 25-30 yaş arası bireylere (-,91246*), 31 – 35 yaş arası bireylere (-1,20798*), 36 – 40 yaş arası bireylere (-1,26107*), 41 – 45 yaş arası bireyle (-,61772*), 46 – 50 yaş arası bireylere (-,57407*), 51 – 55 yaş arası bireylere (-,89400*), 56 – 60 yaş arası bireylere (-,64672*) nazaran dijital platformlarda daha düşük mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir.

Tablo 39: Katılımcıların Bölgelerine Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	34,310	6	5,718	9,137	,000
	Within Groups	631,454	1009	,626		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	36,220	6	6,037	9,780	,000
	Within Groups	622,806	1009	,617		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılım gösterilen bölgeye göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi sonucunda ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 40'ta gösterilmektedir.

Tablo 40: Katılımcıların Bölgelere Göre Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Hangi Bölgeden katılım sağlıyorsunuz?	(J) Hangi Bölgeden katılım sağlıyorsunuz?	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	,42109*	,09947	,001	,1272	,7150

Dijital Medya Bağımlılığı	Marmara Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	,54381*	,08279	,000	,2992	,7884
		Ege Bölgesi	,39727*	,07960	,000	,1621	,6324
		İç Anadolu Bölgesi	,27503*	,07696	,007	,0477	,5024
Aile İçi Mahremiyet	Marmara Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	,56971*	,08223	,000	,3268	,8126
		Doğu Anadolu Bölgesi	,32562*	,10948	,047	,0022	,6491
		Ege Bölgesi	,36297*	,07905	,000	,1294	,5965
		Güneydoğu Anadolu Bölgesi	,30757*	,08588	,007	,0538	,5613
		İç Anadolu Bölgesi	,37534*	,07643	,000	,1495	,6011

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden araştırmaya katılım sağlayan Akdeniz bölgesinden katılım sağlayan bireylere (42109*) nazaran daha yüksek bir dijital bağımlılık puanına sahip oldukları görülmektedir. Benzer şekilde Marmara Bölgesi'nde katılım sağlayan bireyler, Akdeniz Bölgesi'nde (,54381*), Ege Bölgesi'nde (,39727*) ve İç Anadolu Bölgesi'nde (,27503*) katılım sağlayan bireylere nazaran daha yüksek dijital medya bağımlısı oldukları saptanmıştır. Öte yandan Marmara bölgesinde yaşayan bireyler, Akdeniz Bölgesi'nde (,56971*), Doğu Anadolu Bölgesi'nde (,32562*), Ege Bölgesi'nde (,36297*), Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde (,30757*) ve İç Anadolu Bölgesi'nde (,37534*) ikamet eden bireylere nazaran dijital mecralarda daha fazla aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları saptanmıştır. İlgili araştırma sonuçlarına göre dijital mecra bağımlısı olarak ön planda olan Marmara Bölgesi, aynı zamanda dijital mecralarda aile içi mahremiyet ihlali konusunda diğer bölgelere göre daha yüksek bir puana sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 41: Katılımcıların Dijital Medya Sayısı Dağılımlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	40,762	4	10,190	16,484	,000
	Within Groups	625,002	1011	,618		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	45,880	4	11,470	18,912	,000
	Within Groups	613,146	1011	,606		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Kullanılan dijital mecra sayısına göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit

edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 42’de gösterilmektedir.

Tablo 42: Kullanılan Dijital Platform Sayısı Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Kaçtane sosyal medya platformunda hesabınız var?	(J) Kaçtane sosyal medya platformunda hesabınız var?	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	4 - 5	1	,33568*	,09759	,005	,0690	,6024
		2 -3	,42105*	,06519	,000	,2429	,5992
	6 -8	1	,36337*	,10130	,003	,0866	,6402
		2 -3	,44874*	,07062	,000	,2558	,6417
	9 ve üzeri	1	,41823*	,11903	,004	,0930	,7435
		2 -3	,50360*	,09430	,000	,2459	,7613
Aile İçi Mahremiyet	2 -3	4 - 5	-,50611*	,06457	,000	-,6826	-,3297
		6 -8	-,44251*	,06994	,000	-,6336	-,2514
		9 ve üzeri	-,53593*	,09340	,000	-,7912	-,2807

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; dijital mecralarda 4 – 5 adet hesabı olan bireyler, 1 hesabı olan bireylere (,33568*) ve 2 – 3 hesabı olan bireylere (,42105*) nazaran daha yüksek bir dijital bağımlılık puanına sahip oldukları görülmektedir. Benzer şekilde 6 – 8 adet hesabı olan bireyler 1 hesabı olan bireylere (,36337*), 2 – 3 hesabı olan bireylere (,44874*) nazaran sosyal medya bağımlılık düzeyleri daha yüksek olduğu saptanmıştır. Yine dijital platformlarda 9 adet ve üzeri hesabı olan bireyler, 1 adet hesabı olan bireylere (41823*), 2 – 3 adet hesabı olan bireylere (,50360*) nazaran dijital platformlara bağımlılık düzeyi daha yüksektir. Öte yandan 2 -3 adet sosyal medya hesabı olan bireyler 4 -5 adet hesabı olan bireylere (-,50611), 6 – 8 adet hesabı olan bireylere (-,44251*), 9 adet ve üzeri hesabı olan bireylere (-,53593*) nazaran dijital platformlara bağımlılık düzeyleri daha düşük olduğu bulgulanmıştır. Bu bağlamda kullanılan platform sayısı arttıkça bireylerin dijital bağımlılığı aynı düzeyde artmaktadır. Benzer bir şekilde kullandıkları sosyal medya platformları arttıkça bireylerin dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlallerinde de artış olduğu görülmektedir.

Tablo 43: Katılımcıların Günlük Dijital Platformlarda Geçirdikleri Süre Dağılımına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	127,791	3	42,597	80,131	,000
	Within Groups	537,973	1012	,532		
	Total	665,764	1015			
	Between Groups	113,722	3	37,907	70,350	,000

Aile İçi	Within Groups	545,303	1012	,539
Mahremiyet	Total	659,025	1015	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Günlük sosyal medya kullanım sıklıklarına göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 44'te gösterilmektedir.

Tablo 44: Katılımcıların Dijital Platformlarında Geçirdikleri Süre Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I)Günlük Sosyal medya sayfanızda ne kadar zaman geçirirsiniz?	(J) Günlük Sosyal medya sayfanızda / sayfalarınızda ne kadar zaman geçirirsiniz?	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	1 saatten az	1 ile 4 saat arası	-,26475*	,08799	,014	-,4912	-,0383
		5 ile 8 saat arası	-,85299*	,08721	,000	-1,0774	-,6286
		9 saat ve üzeri	-1,05298*	,10063	,000	-1,3119	-,7940
	9 saat ve üzeri	1 saatten az	1,05298*	,10063	,000	,7940	1,3119
		1 ile 4 saat arası	,78822*	,07219	,000	,6025	,9740
		5 ile 8 saat arası	,19998*	,07124	,026	,0167	,3833
Aile İçi Mahremiyet	1 saatten az	1 ile 4 saat arası	-,23061*	,08859	,046	-,4586	-,0026
		5 ile 8 saat arası	-,78760*	,08781	,000	-1,0135	-,5616
		9 saat ve üzeri	-,98519*	,10131	,000	-1,2459	-,7245
	9 saat ve üzeri	1 saatten az	,98519*	,10131	,000	,7245	1,2459
		1 ile 4 saat arası	,75458*	,07268	,000	,5676	,9416
		5 ile 8 saat arası	,19759*	,07172	,030	,0130	,3822

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; dijital mecralarda 1 saatten az zaman geçiren bireyler, 1 ile 4 saat arası zaman geçiren bireylere (-,26475*), 5 ile 8 saat zaman geçiren bireylere (-,85299*) ve 9 saat üzeri zaman geçiren bireylere (-1,05298*) nazaran dijital platformlara bağımlılık düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Tam tersi şekilde günlük 9 saat ve üzeri dijital platformlarda zaman geçiren bireyler, 1 saatten az zaman geçiren bireylere (1,05298*), 1 ile 4 saat arası zaman geçiren bireylere (,78822*), 5 ile 8 saat arası zaman geçiren bireylere (,19998*) göre dijital platformlara bağımlılık düzeyleri daha yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan dijital platformlarda 1 saatten daha az zaman geçiren bireyler, 1 ile 4 saat arası zaman geçiren bireylere (-,23061*), 5 ile 8 saat arası zaman geçiren bireylere (-,78760*) ve 9 saat üzeri zaman geçiren bireylere (-,98519*) nazaran dijital platformlarda daha düşük mahremiyet

ihlali yaptıkları saptanmıştır. Tam tersi 9 saat ve üzeri dijital platformlarda zaman geçiren bireyler, 1 saatten az zaman geçiren bireylere (,98519*), 1 ile 4 saat arası zaman geçiren bireylere (,75458*), 5 ile 8 saat arası zaman geçiren bireylere (,19759*) göre dijital platformlarda daha yüksek aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları bulgulanmıştır.

Tablo 45: Anonim Hesap Kullanıp Kullanmama Açısından Katılımcıların Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde Farklılaşma Durumu t testi

	Anonim hesap	N	x (Mean)	SS	S.Hata	T	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	Evet	328	3,8834	,72984	,04030	9,333	,000
	Hayır	688	3,3964	,79931	,03047		
Aile İçi Mahremiyet	Evet	328	3,9214	,73989	,04085	6,857	,000
	Hayır	688	3,5588	,81006	,03088		

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Anonim hesap kullanıp kullanmama durumu açısından sosyal medya bağımlılığı değişkeni bağlamında ise farklılaştıkları görülmektedir ($p<0.05$). Söz konusu farklılaşmaya göre anonim hesap kullanan bireylerin ($x=3.8$) anonim hesap kullanmayan bireylere ($x=3.3$) nazaran daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu görülmektedir. Mahremiyet değişkeni bağlamında da farklılaştıkları görülmektedir ($p<0.05$). Söz konusu farklılaşmaya göre anonim hesap kullanan bireylerin ($x=3.9$) anonim hesap kullanmayan bireylere ($x=3.5$) nazaran daha yüksek düzeyde dijital mahremiyet ihlali yaptıkları saptanmıştır.

Tablo 46: Paylaşımların Herkese Açık Olup Olmama Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	11,952	3	3,984	6,167	,000
	Within Groups	653,812	1012	,646		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	25,648	3	8,549	13,660	,000
	Within Groups	633,377	1012	,626		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal medya platformlarında paylaşımların gizliliğine göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p<0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 47’te gösterilmektedir.

Tablo 47: Paylaşımların Herkese Açık Olup Olmama Durumlarına Göre Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Sosyal medya hesaplarınızda paylaştığınız şeyler herkese açık mı?	(J) Sosyal medya hesaplarınızda paylaştığınız şeyler herkese açık mı?	Mean Difference (I-J)		95% Confidence Interval		
				Std. E. Sig.	Lower Bound	Upper Bound	
Dijital Medya Bağımlılığı	Evet herkese açık	Sadece takip ettiklerim ve beni takip edenler görebilir	,27843*	,06710	,000	,1058	,4511
	paylaşım yaparım						
Aile İçi Mahremiyet	Evet herkese açık	Sadece takip ettiklerim ve beni takip edenler görebilir	,41637*	,06604	,000	,2464	,5863
	paylaşım yaparım						
		Sadece takip ettiklerimi takip edenler görebilir	,23137*	,07534	,012	,0375	,4252

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; dijital mecralarda herkese açık paylaşım yapan bireyler, sadece takip edilen ve onu takip eden kişilerle paylaşım yapan bireylere (,27843*) nazaran dijital platformlara bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Öte yandan herkese açık paylaşım yapan bireyler, sadece takip ettikleri ve onu takip edenlerle paylaşım yapan bireylere (,41637*) ve sadece takip ettiklerini takip edenlerle paylaşım yapan bireylere (,23137*) nazaran daha fazla dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir. Bu bağlamda herkese açık paylaşım yapan bireylerin, diğer bireylere nazaran dijital bağımlılık düzeyleri daha yüksektir. Ayrıca herkese açık paylaşım yapan bireylerin dijital platformlarda daha fazla aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları ifade edilebilir.

Tablo 48: Katılımcıların Paylaşımlarından Duydukları Endişe Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	15,739	2	7,869	12,263	,000
	Within Groups	650,025	1013	,642		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	9,378	2	4,689	7,312	,001
	Within Groups	649,647	1013	,641		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlara yönelik endişe duyup duymama durumuna göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 49’da gösterilmektedir.

Tablo 49: Katılımcıların Paylaşımlarından Duydukları Endişe Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Dijital Paylaşımlardan Duyulan Endişe	(J) Dijital Paylaşımlardan Duyulan Endişe	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	Sıklıkla Endişe duyarım	Bazen endişe duyduğum oluyor	-,27607*	,07269	,000	-,4467	-,1055
		Endişe duymam	-,37741*	,07638	,000	-,5567	-,1981
Aile İçi Mahremiyet	Sıklıkla Endişe duyarım	Bazen endişe duyduğum oluyor	-,17967*	,07267	,036	-,3502	-,0091
		Endişe duymam	-,29040*	,07636	,000	-,4696	-,1112

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; dijital platformlarda paylaşılan içeriklere dair sıklıkla endişe duyan bireyler, bazen endişe duyan bireylere (-,27607*) ve endişe duymayan bireylere (-,37741*) nazaran dijital platformlara bağımlılık düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde dijital platformlarda yapılan paylaşımlara yönelik sıklıkla endişe duyan bireyler, bazen endişe duyan bireylere (-,17967*), endişe duymayan bireylere (-,29040*) göre dijital platformlarda daha az aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir. Dolayısıyla dijital platformlarda paylaşım yapmaktan çekinmeyen, endişe duyan bireylerin dijital platformlara bağımlılık düzeyinin daha yüksek olduğu, ayrıca dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlali yapma düzeylerinin de diğer bireylere oranla daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 50: Dijital platformları Günlük Kontrol Etme Sayısına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	182,902	6	30,484	63,699	,000
	Within Groups	482,862	1009	,479		
	Total	665,764	1015			
	Between Groups	189,501	6	31,584	67,873	,000

Aile İçi	Within Groups	469,524	1009	,465
Mahremiyet	Total	659,025	1015	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dijital platformları günlük kontrol etme sıklığına göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 51’de gösterilmektedir.

Tablo 51: Dijital Platformları Kontrol Etme Sıklığı Açısından Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Sosyal medya sayfanı / sayfalarını günde ortalama kaç kere kontrol ediyorsunuz?	(J) Sosyal medya sayfanı / sayfalarını günde ortalama kaç kere kontrol ediyorsunuz?	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	1-5 defa	11-15 defa	-,68198*	,09504	,000	-,9628	-,4012
		16-20 defa	-,80698*	,08660	,000	-1,0628	-,5512
		21 - 25 defa	-,78618*	,08386	,000	-1,0339	-,5384
		26 - 30 defa	-1,10066*	,08860	,000	-1,3624	-,8389
		30 defa ve üzeri	-1,27955*	,08232	,000	-1,5228	-1,0363
	30 defa ve üzeri	1-5 defa	1,27955*	,08232	,000	1,0363	1,5228
		6 - 10 defa	1,15270*	,07959	,000	,9176	1,3878
		11-15 defa	,59757*	,08335	,000	,3513	,8438
		16-20 defa	,47257*	,07358	,000	,2552	,6899
		21 - 25 defa	,49337*	,07033	,000	,2856	,7012
Aile İçi Mahremiyet	1-5 defa	6 - 10 defa	-,20535*	,09048	,002	-,4727	,0620
		11-15 defa	-,83555*	,09372	,000	-1,1124	-,5587
		16-20 defa	-,89395*	,08539	,000	-1,1462	-,6417
		21 - 25 defa	-,92306*	,08269	,000	-1,1674	-,6788
		26 - 30 defa	-1,14874*	,08736	,000	-1,4068	-,8906
	30 defa ve üzeri	30 defa ve üzeri	-1,33454*	,08118	,000	-1,5744	-1,0947
		1-5 defa	1,33454*	,08118	,000	1,0947	1,5744
		6 - 10 defa	1,12919*	,07848	,000	,8973	1,3610
		11-15 defa	,49899*	,08219	,000	,2562	,7418
		16-20 defa	,44059*	,07255	,000	,2262	,6549
		21- 25 defa	,41148*	,06935	,000	,2066	,6164

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; günlük dijital platformları 1 ile 5 defa kontrol eden bireyler, 11 ile 15 defa kontrol eden bireylere (-,68198*), 16 ile 20 defa kontrol eden bireylere (-,80698*), 21 ile 25 kez kontrol eden bireylere (-,78618*), 26 ile 30 kez kontrol eden bireylere (-1,10066*) ve 30’dan fazla kez

kontrol eden bireylere (-1,27955*) oranla dijital platformlara bağımlılık oranlarının daha düşük olduğu bulgulanmıştır. Tam tersi günlük 30 defa ve üzeri dijital platformları kontrol eden bireyler, 1 ile 5 kez arası kontrol eden bireylere (1,27955*), 6 ile 10 kez arası kontrol eden bireylere (1,15270*), 11 ile 15 kez arası kontrol eden bireylere (,59757*), 16 ile 20 kez arası kontrol eden bireylere (,47257*) ve 21 ile 25 kez arası kontrol eden bireylere (,49337*) nazaran daha dijital platformlara bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Öte yandan günlük 1 ile 5 kez arası dijital platformları kontrol eden bireyler, 6 ile 10 kez arası kontrol eden bireylere (-,20535*), 11 ile 15 arası kez arası kontrol eden bireylere (-,83555*), 16 ile 20 kez arası kontrol eden bireylere (-,89395*), 21 ile 25 kez arası kontrol eden bireylere (-,92306*), 26 ile 30 kez arası kontrol eden bireylere (-1,14874*) ve 30 dan daha fazla kez kontrol eden bireylere (-1,33454*) nazaran dijital platformlarda aile iç mahremiyet ihlallerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Öte yandan 30'dan daha fazla kez dijital platformları kontrol eden bireyler, 1 ile 5 kez arası kontrol eden bireylere (1,33454*), 6 ile 10 kez arası kontrol eden bireylere (1,12919*), 11 ile 15 kez arası kontrol eden bireylere (,49899*), 16 ile 20 kez arası kontrol eden bireylere (,44059*) ve 21 ile 25 kez arası kontrol eden bireylere (,41148*) nazaran dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlalleri daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 52: Katılımcıların Dijital Platformlarında Yaptıkları Paylaşım Bağlamında Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	81,614	6	13,602	23,495	,000
	Within Groups	584,150	1009	,579		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	72,122	6	12,020	20,665	,000
	Within Groups	586,904	1009	,582		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dijital platformlarda sıklıkla paylaşım yapılan şeye göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p<0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 53'de gösterilmektedir.

Tablo 53: Katılımcıların Dijital Platformlarda Yaptıkları Paylaşımlar Bağlamında Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Dijital Paylaşım	(J)Dijital Paylaşım	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	Aile - Akraba - arkadaş çevre birliktelikleri	Gezilen mekanlar	,44981*	,09597	,000	,1663	,7333
		Hobi - eğlence durumlarımı	,33731*	,08533	,002	,0852	,5894
	Özel anları	Gezilen mekanlar	,50000*	,08145	,000	,2594	,7406
		Hobi - eğlence durumlarımı	,38750*	,06858	,000	,1849	,5901
	Hepsi	Aile - Akraba - arkadaş çevre birliktelikleri	,46466*	,09052	,000	,1972	,7321
		Ev - iş ortamındaki durumlar	,67619*	,11338	,000	,3412	1,0111
		Gezilen mekanlar	,91447*	,09292	,000	,6400	1,1890
		Hobi - eğlence durumlarımı	,80197*	,08187	,000	,5601	1,0439
		Özel anları	,41447*	,07495	,000	,1930	,6359
		siyasal görüşlerimi	,64215*	,15648	,001	,1799	1,1044
		Dini görüşlerimi					
Aile İçi Mahremiyet	Aile - Akraba - arkadaş çevre birliktelikleri	Gezilen mekanlar	,33872*	,09620	,008	,0545	,6229
		Özel anları	-,26313*	,07889	,015	-,4962	-,0301
	Ev - iş ortamındaki durumlar	Gezilen mekanlar	,39491*	,11805	,015	,0462	,7437
	Özel anları	Aile - Akraba - arkadaş çevre birliktelikleri	,26313*	,07889	,015	,0301	,4962
		Gezilen mekanlar	,60185*	,08164	,000	,3607	,8430
		Hobi - eğlence durumlarımı	,38333*	,06875	,000	,1802	,5864
	Hepsi	Aile - Akraba - arkadaş çevre birliktelikleri	,53243*	,09074	,000	,2644	,8005
		Ev - iş ortamındaki durumlar	,47624*	,11365	,001	,1405	,8120
		Gezilen mekanlar	,87115*	,09313	,000	,5960	1,1463
		Hobi - eğlence durumlarımı	,65263*	,08207	,000	,4102	,8951
		Özel anları	,26930*	,07513	,006	,0473	,4913
		siyasal görüşlerimi	,61612*	,15685	,002	,1528	1,0795
		? Dini görüşlerimi					

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; aile, akraba ve arkadaş çevreleriyle birlikteliklerini paylaşan bireyler, gezdikleri mekanları paylaşan bireylere (,44981*), hobi- eğlence durumlarını paylaşan bireylere (,33731*) nazaran dijital platformlara bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde anları ile ilgili paylaşım yapan bireyler, gezilen mekanlar ile ilgili paylaşım yapan bireylere (50000*), hobi ve eğlence durumlarıyla ilgili durumlarını paylaşan bireylere (,38750*) nazaran daha dijital medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Her şey ile ilgili paylaşım yaparım diyen bireyler (Hepsi), aile, akraba, arkadaş çevre birlikteliklerimi paylaşırım diyen bireylere (,46466*), ev ve işyeri ortamındaki durumumu paylaşırım diyen bireylere (67619*), gezdiğim mekanları paylaşırım diyen bireylere (,91447*), hobi ve eğlence durumlarımı paylaşırım diyen bireylere (,80197*), özel anlara yönelik durumları paylaşırım diyen bireylere (41447*), dini ve siyasal görüşlerime yönelik düşünce, durumlarımı paylaşırım diyen bireylere (,64215*) nazaran dijital bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Öte yandan aile, akraba ve arkadaş çevre birlikteliklerini paylaşan bireyler, gezilen mekanları paylaşan bireylere (,33872*) dijital platformlarda daha fazla aile içi mahremiyet ihlali yaparken, özel alanlara yönelik paylaşım yapan bireylere (-,26313*) göre ise daha dijital platformlarda daha az aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları saptanmıştır. Ayrıca ev ve iş ortamlarındaki durumlarını paylaşan bireyler, gezdikleri mekanlar ile ilgili paylaşım yapan bireylere (,39491*) göre dijital platformlarda daha fazla aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir. Benzer şekilde özel anlarına dair paylaşım yapan bireyler, aile, akraba, arkadaş çevre birlikteliklerini paylaşan bireylere (,26313*), gezdikleri mekanlar ile ilgili paylaşım yapan bireyler (,60185*), hobi ve eğlence durumlarını paylaşan bireylere (,38333*) nazaran dijital platformlarda daha yüksek aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir. Dijital platformlarda her şeye dair (hepsi) paylaşım yapan bireyler, aile, akraba ve arkadaş çevre birliktelikleri ile ilgili paylaşım yapan bireylere (,53243*), ev ve iş ortamındaki durumlarına dair paylaşım yapan bireylere (,47624*), gezdikleri mekanlara yönelik paylaşım yapan bireylere (,87115*), hobi ve eğlence durumlarına dair paylaşım yapan bireylere (,65263*), özel anlarına dair paylaşım yapan bireylere (,26930*), dini ve siyasal görüşlerine yönelik paylaşım yapan bireylere (,61612*) nazaran dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlal etme düzeyleri daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda dijital platformlarda her

şey ile ilgi paylaşım yapan bireylerin dijital platformlara daha yüksek düzeyde bağımlı oldukları, ayrıca dijital platformlarda aile içi mahremiyet ihlal düzeylerinin de diğer bireylere oranla daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 54: Katılımcıların Mahremiyetlerini Riske Atma Bağlamında Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	36,088	3	12,029	19,333	,000
	Within Groups	629,676	1012	,622		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	23,734	3	7,911	12,603	,000
	Within Groups	635,291	1012	,628		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dijital platformlarda paylaşımlardan dolayı kişisel mahremiyetin riske atma durumuna göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 55’te gösterilmektedir.

Tablo 55: Katılımcıların Dijital Platformlarda Yaptıkları Paylaşımlardan Dolayı Mahremiyetlerini Riske Atma Bağlamında Aile İçi Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Sosyal medyada yaptığınız paylaşımlardan dolayı mahremiyetinizi riske attığınızı düşünüyor musunuz?	(J) Sosyal medyada yaptığınız paylaşımlardan dolayı mahremiyetinizi riske attığınızı düşünüyor musunuz?	95% Confidence Interval				
			Mean Difference (I-J)	Std. Er.	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
Dijital Medya Bağımlılığı	Evet	Hayır	,25362*	,07191	,002	,0686	,4387
	Düşünüyorum	düşünmüyorum					
		Kararsızım / fikrim yok	-,35458*	,07753	,000	-,5541	-,1551
Aile İçi Mahremiyet	Evet	Hayır	,23327*	,07223	,007	,0474	,4191
	Düşünüyorum	düşünmüyorum					
		Kısmen düşünüyorum	,09915	,06448	,415	-,0668	,2651
		Kararsızım / fikrim yok	-,24246*	,07787	,010	-,4428	-,0421

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; sosyal medya platformlarında paylaşım yaptıklarından ötürü mahremiyetlerini riske attıklarını düşünen bireyler, hayır düşünmüyorum diyen bireylere (,25362*) göre dijital bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu fakat kararsızım / fikrim yok diyen bireylere (-,35458*) nazaran dijital bağımlılık düzeylerinin daha düşük seyrettiği görülmektedir. Öte yandan dijital platformlarda paylaşım yapmaktan ötürü mahremiyetlerini riske attıklarını düşünen bireyler, riske atmadığını düşünen bireylere (,23327*) nazaran dijital platformlarda daha fazla aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları fakat kararsız / fikri olmadığını ifade eden bireylere (-,24246*) göre dijital platformlarda daha düşük aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları saptanmıştır.

Tablo 56: Katılımcıların İzinsiz Paylaşım Yapma Durumlarına Göre Araştırma Değişkenleri Bağlamında Farklılaşma Durumları (ANOVA Testi)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dijital Medya Bağımlılığı	Between Groups	311,892	4	77,973	222,767	,000
	Within Groups	353,872	1011	,350		
	Total	665,764	1015			
Aile İçi Mahremiyet	Between Groups	385,097	4	96,274	355,323	,000
	Within Groups	273,929	1011	,271		
	Total	659,025	1015			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dijital platformlarda sosyal çevre ile çekilen fotoğraf, video içeriklerini izin almadan paylaşma durumuna göre katılımcıların araştırma değişkenleri (mahremiyet ve sosyal medya bağımlılığı) farklılaşıp farklılaşmadığına dair yapılan ANOVA testi nihayetinde her iki değişken özelinde de anlamlı farklılaşma olduğu ($p < 0.05$) tespit edilmiştir. İkili gruplar arasındaki farklılaşmaların hesaplanması amacıyla Tukey testi gerçekleştirilerek ulaşılan sonuçlar aşağıda Tablo 57’de gösterilmektedir.

Tablo 57: Katılımcıların İzinsiz Paylaşım Yapma Durumlarına Göre Mahremiyet ve Sosyal Medya Bağımlılığı Değişkenleri Özelinde İkili Karşılaştırma Durumu

Dependent Variable	(I) Sosyal çevremdeki insanlar ile ilgili izin almadan dijital platformlarda içerik paylaşmaktan çekinmem.	(J) Sosyal çevremdeki insanlar ile ilgili izin almadan dijital platformlarda içerik paylaşmaktan çekinmem.	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval Lower Bound	Upper Bound
Kesinlikle Katılıyorum		Kesinlikle katılmıyorum	1,88795*	,07728	,000	1,6768	2,0991

Dijital Medya Bağımlılığı	Katılmıyorum	1,38114*	,06703 ,000	1,1980	1,5643
	Kararsızım	,99076*	,05250 ,000	,8473	1,1342
Aile İçi Kesinlikle Mahremiyet Katılıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	2,14885*	,06800 ,000	1,9630	2,3347
	Katılmıyorum	1,52207*	,05897 ,000	1,3609	1,6832
	Kararsızım	1,05955*	,04619 ,000	,9333	1,1858

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tukey testi sonucunda ikili gruplar arasındaki farklılaşma incelendiğinde; sosyal çevremdeki insanlarla yapılan yazışmaları, çekilen fotoğraf ve videoları izin almadan kesinlikle paylaşırım diyen bireyler, kesinlikle paylaşmam (1,88795*), paylaşmam (1,38114*) diyen bireylere (,99076*) oranla daha yüksek düzeyde dijital medya bağımlısı olduğu saptanmıştır. Benzer şekilde sosyal çevremdeki insanlarla yapılan yazışmaları, çekilen fotoğraf ve videoları izin almadan kesinlikle paylaşırım diyen bireyler, kesinlikle paylaşmam diyen bireylere (2,14885*), paylaşmam diyen bireylere (1,52207*) ve kararsızım (1,05955*) diyen bireylere oranla dijital platformlarda daha yüksek düzeyde aile içi mahremiyet ihlali yaptıkları görülmektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, Türkiye’de 18 yaş ve üzeri bireyler arasında sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerine etkisini inceleyen nicel bir araştırmaya dayanmaktadır. Araştırmanın temel bulgusu, sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet ihlali üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğunu saptamıştır. Regresyon analizi sonuçları, sosyal medya bağımlılığındaki her bir birimlik artışın aile içi mahremiyet ihlalinin %70,6 oranında pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Bu yüksek oran, bireylerin dijital platformlara olan bağımlılık düzeyi yükseldikçe mahrem alanlarını paylaşma eğilimlerinin de arttığını ve böylece özel hayat ile dijital görünürlük arasındaki sınırın giderek belirsizleştiğini göstermesi bakımından dikkat çekicidir.

Araştırmanın betimsel bulguları, katılımcıların dijital platform kullanım alışkanlıklarına ilişkin çarpıcı bir profil sunmaktadır. Katılımcıların önemli bir kısmı 4-5 farklı sosyal medya platformunda aktif hesaplara sahip olup, günde ortalama 5 ila 8 saatini bu mecralarda geçirmekte ve hesaplarını günde 30’dan fazla kez kontrol etmektedir. Bu yoğun çevrimiçi etkileşim, bireylerin mahremiyet sınırlarını koruma reflekslerinin zayıflayabileceğine işaret etmektedir. Nitekim paylaşım içerikleri incelendiğinde, katılımcıların önemli bir bölümünün en çok özel anlarını paylaştıkları görülmüş; ayrıca her üç katılımcıdan birinin anonim hesap kullandığı tespit edilmiştir. Katılımcıların yarısına yakını paylaşımlarından dolayı zaman zaman endişe duyduklarını belirtmiş olsa da bu çelişkili tutum yani “hem kaygı duymak hem de paylaşım pratiğini sürdürmek” dijital bağımlılığın mahremiyet farkındalığı üzerindeki çelişkili etkilerini göstermektedir. Diğer bir ifade ile sosyal medya platformlarının bu yaygın ve yoğun kullanım pratiğinin aile içi mahremiyet ihlali potansiyelini arttırabileceğini göstermektedir.

Demografik değişkenler bağlamında elde edilen bulgular da bu genel eğilimi destekler niteliktedir. Kadın katılımcıların erkeklere kıyasla sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ancak literatürde kadınların mahremiyete daha duyarlı olduklarına dair bulgularla uyumlu biçimde, bu çalışmada da kadınların yüksek bağımlılığa rağmen platformları daha seçici ve bilinçli kullandıkları öne sürülebilir (Bkz. Tartışma bölümü). Yaş değişkeni açısından değerlendirildiğinde, en yüksek bağımlılık ve mahremiyet ihlali düzeyinin 31-40 yaş aralığında yoğunlaştığı, buna karşın 18-24 yaş grubunun platformları daha kontrollü kullandığı saptanmıştır. Bu durum, dijital göçmen kuşakların dijital yerlilere kıyasla mahremiyet konusunda daha az riskli davranışlar

sergileyebildiğini göstermekte ve literatürde gençlerin daha fazla ihlalde bulunduğuna dair bulgularla kısmi bir çelişki oluşturmaktadır (Bkz. Tartışma bölümü). Eğitim ve gelir düzeyi değişkenleri incelendiğinde, bu değişkenlerin hem sosyal medya bağımlılığı hem de mahremiyet ihlali üzerinde azaltıcı bir etkisinin bulunduğu görülmüştür. Özellikle doktora mezunlarının, daha düşük eğitim düzeyindeki katılımcılara kıyasla belirgin biçimde daha az mahremiyet ihlali bulundugu tespit edilmiştir. Bu bulgu, dijital okuryazarlık ve eleştirel farkındalığın mahremiyetin korunmasında önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Medeni durum açısından değerlendirildiğinde, evli bireylerin bekar katılımcılara göre daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı sergilediği; dolayısıyla bekar bireylerin gerçek zamanlı sosyal ilişkilere daha fazla yönelme eğiliminde olabileceği görülmektedir. Coğrafi bölgeler açısından ise Marmara Bölgesi katılımcılarının diğer bölgelere kıyasla hem bağımlılık hem de mahremiyet ihlali düzeylerinde belirgin biçimde daha yüksek değerlere sahip oldukları bulgulanmıştır.

Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile mahremiyet algısı arasındaki ilişki derinlemesine incelendiğinde, anonim hesap kullanan, herkese açık paylaşımlar yapan ve paylaşım konusunda endişe duymayan bireylerin hem bağımlılık düzeylerinin hem de mahremiyet ihlallerinin anlamlı şekilde yüksek olduğu bulunmuştur. Platform sayısındaki artış, kullanım süresinin uzaması ve kontrol sıklığının artması da bağımlılıkla birlikte mahremiyet ihlalini yükselten önemli değişkenler olarak öne çıkmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, bu araştırmanın en çarpıcı sonucu, sosyal medya bağımlılığı ile mahremiyet ihlali arasındaki pozitif ilişkiyi güçlü biçimde ortaya koymasındır. Öte yandan bu bulgu dijital bağımlılığın bireyleri mahremiyetlerini koruma konusunda daha az dikkatli, hatta isteksiz hale getirebileceğini düşündürmektedir. Bulguların önemli bir bölümü, dijital bağımlılığın mahremiyet kaybını artırdığı yönündeki mevcut alanyazınla örtüşmekte, ancak özellikle yaş ve medeni durum değişkenlerinde Türkiye örneğine özgü farklılaşmalar dikkat çekmektedir (Bkz. Tartışma bölümü).

Sonuç olarak, bu araştırma sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerinde güçlü bir belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle belirli demografik gruplarda ve belirli kullanım pratiklerinde riskin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgular ışığında, dijital okuryazarlık eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve mahremiyet bilincine yönelik farkındalık çalışmalarının önemi bir kez daha anlaşılmaktadır. Çalışmanın, Türkiye bağlamında bu ilişkiyi geniş bir örnekleme ile inceleyen öncü araştırmalardan biri

olması, bulgularının hem alanyazına katkı sunması hem de ileride yapılacak çalışmalar için bir temel oluşturması beklenmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma sosyal medya bağımlılığının aile içi mahremiyet üzerinde güçlü bir belirleyici olduğunu göstermekte ve dijital yaşam biçimlerinin aile dinamikleri üzerindeki dönüştürücü etkisine işaret etmektedir. Özellikle belirli demografik gruplarda ve yoğun kullanım pratiklerinde riskin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu bulgular ışığında, dijital okuryazarlık eğitimlerinin yaygınlaştırılması, mahremiyet bilincini artırmaya yönelik ulusal farkındalık kampanyalarının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır (Bkz. Öneri bölümü).

Tartışma

Alanyazın, bağımlı bireylerin dijital platformlarda daha fazla zaman geçirmeleri nedeniyle mahremiyet konusunda daha bilinçli olmalarını (Üstündağ, 2020; Eryılmaz, 2021; Karahisar ve Hayır, 2023) bekleyebilmektedir. Ancak bu çalışma, tam tersi bir durum ortaya koyarak, sosyal medya bağımlılığı ile aile içi mahremiyet arasında pozitif yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir ($p<0.05$). Elde edilen veriler, Sosyal medya bağımlılığındaki her bir birimlik artışın, aile içi mahremiyet ihlali üzerinde 0.836 oranında etkili olduğu saptanmıştır.; bu da bağımlılığın, mahremiyet ihlalindeki değişimin yaklaşık %70.6'sını açıklayabildiğine işaret etmektedir. Bu sonuç, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının, ailenin en özel sınırlarını aşındıran doğrudan bir mekanizma olarak işlev görebileceğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, "dijital bağımlılık" (Yorulmaz ve Karadeniz, 2023) ve "dijital farkındalık" (Coşkun ve Akçay, 2018; Erzincanlı ve Geçikli, 2024) kavramlarının el ele gitmeyebileceğini göstermesi açısından kritiktir. Bu DURUM, Nemati vd. (2014)'nin işaret ettiği gibi, bağımlılık düzeyi arttıkça kullanıcıların mahremiyetle başa çıkma konusunda isteksizleşmesi veya "kayıtsızlaşması" ile açıklanabilir. Ayrıca, bu durum, sosyal medya platformlarının "bağlanma, kalma, paylaşma" üzerine kurgulanmış yapısıyla da doğrudan ilişkili olabilir (Tucker, 2014). Platformlar, sürekli paylaşımı teşvik eden bir tasarıma sahiptir ve bağımlı bireyler bu davranışsal döngüye daha fazla kapılarak, paylaşımın otomatikleştiği ve mahremiyet değerlendirmesinin ikinci plana atılmasına sebep olabileceğini düşündürmektedir (Zhou vd. 2022). Dolayısıyla, bu araştırma Bahrainian vd. (2014), Soh vd. (2022), Yazgan (2022), Zhou vd. (2022), Canatan ve Avşar, (2019) ve Üstündağ vd.

(2025) araştırmalarının, bağımlılık arttıkça mahremiyet kaygısının azalabileceği veya kaybolabileceği tezini desteklemektedir. Günlük kontrol sayısı ve kullanılan platform çeşitliliğinin ihlali artırması da bu "dürtüsel kullanım" ve "dijital görünür olma" ihtiyacının bir yansıması olarak yorumlanabilir.

Kullanıcıların günlük dijital platformları kontrol etme (sosyal medya sayfalarına bakma sıklığı) sayısı arttıkça dijital medya bağımlılığı ve aile içi mahremiyet ihlalinin arttığı bulgulanmıştır. Ayrıca çalışmada kullanıcıların ortalama %33,9'unun (n = 344) 4-5 farklı sosyal medya platformunda aktif olduğu belirlenmiştir. Bu çoklu platform kullanımının bireylerin dijital görünürlük düzeyini artırdığı ve bu durumun mahremiyet sınırlarını belirsizleştirdiğı öne sürülmüştür. Öte yandan, günlük platform kontrol (sosyal medya sayfalarına bakma sıklığı) sayısı arttıkça hem dijital medya bağımlılığı hem de aile içi mahremiyet ihlallerinde artış gözlenmiştir. Bu bulgu, bağımlı bireylerin kullanım sıklığı ve süresinin artmasıyla mahremiyet ihlal riskinin yükseldiğini ortaya koymaktadır. Keza farklı sosyal medya platformlarında aktif olma düzeyinin artmasıyla birlikte kullanıcıların kontrol mekanizmaları zayıflıyor olabilir; yani çoklu platform kullanım ve yüksek sıklık, mahremiyet bilinci yerine "görünür olma" ve "etkileşim" odaklı bir sürece dönüşüyor olabilir. Bu konuda Turkle (2011) tarafından geliştirilen "dijital çoklu kimlik" kavramı, bireylerin farklı platformlarda farklı kimlik temsilleri geliştirerek mahremiyetin parçalı bir yapıya dönüşmesine neden olduğunu vurgulamaktadır.

Demografik değişkenler açısından değerlendirdiğimizde, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumunun sosyal medya bağımlılığı ve mahremiyet algısı üzerinde anlamlı etkiler yarattığı görülmektedir. Araştırmalar yaş ilerledikçe dijital bağımlılığın azaldığı ve mahremiyet algısının hassaslaştığı bulgulanmıştır (Bietz vd., 2019: 96-100; Eryılmaz, 2021; Alkan, 2023). Bu durum, Regan vd. (2016)'nin belirttiğı gibi, dijital göçmenler olan yetişkinlerin mahremiyet konusunda daha temkinli, dijital yerliler olan gençlerin ise daha rahat davranma eğilimini açıklar niteliktedir. Ancak, bu çalışmanın en dikkat çekici bulgularından biri, 18-24 yaş grubunun bağımlılık düzeyleri yüksek olsa da platformları diğer yaş gruplarına (örneğin 25-35) kıyasla daha kontrollü kullanıyor izlenimi vermesidir. Bu beklenmedik sonuç, örneklemimizdeki bu yaş grubunun eğitim düzeyinin yüksek olabilme olasılığıyla açıklanabilir. Nitekim, eğitim düzeyi yükseldikçe dijital okuryazarlık ve eleştirel farkındalık arttığı için (Livingstone, 2018; Boyd, 2014), bireyler bağımlılık eğilimlerini daha iyi yönetebilmekte veya mahremiyet ihlali riskini azaltacak

stratejiler geliştirebilmektedir. Aksoy vd. (2025)'nin de vurguladığı gibi, eğitim düzeyi düşük olan ebeveynlerin hem bağımlılık düzeyleri daha yüksek hem de mahremiyetlerini korumada daha yetersiz kalmaktadır. Çalışmada dijital mahremiyet ihlallerine etki eden en önemli faktörlerden birinin katılımcıların gelir düzeyleri olduğu görülmektedir. Çalışma sonucuna göre katılımcıların maddi refah düzeyleri arttıkça dijital mecralarda mahremiyet ihlalleri o oranda artmaktadır. Gelir düzeyi arttıkça mahremiyet ihlallerinin artması (Kaplan, 2017), bu grubun sosyal statü sunumu veya "influencer" yaşam tarzlarını taklit etme eğilimi gibi farklı motivasyonlarla açıklanabilir. Aile içi mahremiyet algısının ebeveynler ve çocuklar arasında farklılaşması (Canatan ve Avşar, 2019) da genç bireylerin kişisel mahremiyet sınırlarını ailevi olandan farklı tanımladığını göstermekte ve bu durumun medyada takip edilen kişilerin yaşam tarzlarından (Hoffman vd., 2017) etkilenebileceğine işaret etmektedir. Ayrıca araştırma kadınların ($x=3.6$) erkeklere ($x=3.5$) kıyasla daha yüksek sosyal medya bağımlılığı sergilediğini ortaya koymuştur. Ancak, bu bulgu literatürdeki bazı çalışmalarla (Yazgan, 2022) tezat oluşturmaktadır. Kadınların daha yüksek bağımlılık puanlarına rağmen, genel olarak mahremiyet kaygılarının daha yüksek olduğu (Lewis, 2008; Regan vd., 2016: 93) ve platformları daha "bilinçli" kullanma eğiliminde oldukları düşünülebilir. Bu durum cinsiyet bağlamında, bağımlılık ile mahremiyet ihlali arasındaki ilişkinin doğrusal olmayabileceğini; mahremiyet kaygısının, bağımlılık eğiliminin yarattığı ihlal riskini kısmen tamponlayan bir faktör olabileceğini akla getirmektedir. Diğer bir ifade ile, bu araştırma bağlamında kadınlar sosyal medya platformlarını daha sık kullanıyor olabilir ancak paylaşımlarında daha seçici davranarak (örneğin, daha kapalı gruplar veya hikaye özellikleri kullanarak) mahremiyetlerini koruma stratejileri geliştirmiş olabilirler. Bu karmaşık ilişki, Dhir vd. (2020)'nin de belirttiği gibi, sosyal medya kullanım motivasyonlarındaki (sosyal bağ, görünür olma vs.) cinsiyet temelli farklılıklarla açıklanabilir. Öte yandan, erkeklerin daha düşük bağımlılık puanlarına karşın, paylaşım konusunda daha az kaygılı olmaları (Lewis, 2008), onların daha umursamaz ve dolayısıyla daha az sayıda ancak daha riskli paylaşımlar yapmasına neden oluyor olabilir (Shan vd., 2021). Bu noktada, nicel bir ölçekle yakalanan bu "bağımlılık düzeyi"nin, niteliksel "kullanım amacı ve bağlamından" ayrıştırılarak ele alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, ilgili araştırmada bekar bireylerin daha az sosyal medya bağımlısı olduğu ve gerçek zamanlı sosyalleşmeye daha çok önem verdiği yönündeki bulgu, Yıldız (2021) ve Yazgan (2022) gibi evli

bireylerin daha az bağımlı olduğunu savunan çalışmalardan ayrılmaktadır. Bu farklılık, örneklemimizin sosyodemografik yapısından (bekar bireylerin daha aktif bir sosyal yaşam sürüyor olması) veya kullanılan bağımlılık ölçeğinin farklı boyutları vurgulamasından kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca bekar bireylerin sosyal medyayı potansiyel partner arayışı gibi farklı amaçlarla kullanması, bağımlılık ölçümünü etkilemiş olabilir (Twenge ve Campbell, 2018)

Kullanım alışkanlıklarına ilişkin bulgular, araştırmanın temel argümanını daha da güçlendirmektedir. Anonim hesap kullanan bireylerin ($x=3.8$) anonim olmayanlara ($x=3.3$) göre daha yüksek bağımlılık düzeyine sahip olması, bu kullanıcıların kimliklerini gizleyerek daha fazla ve belki de daha risksiz hissettikleri bir paylaşım ortamı aradıklarını düşündürmektedir. Ayrıca, dijital mecralarda herkese açık paylaşım yapan bireylerin, diğer kişilere göre hem bağımlılık düzeylerinin hem de aile içi mahremiyet ihlallerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu profil, "görünür olma" arzusunun, mahremiyet kaygısının önüne geçtiği, yüksek riskli kullanıcı grubunu temsil etmektedir. Bu bağlamda, dijital platformlarda paylaşım yaparken kaygı gütmeyen ya da mahremiyet duyarlılığı düşük bireylerin, aile içi mahremiyete karşı daha az hassas oldukları sonucuna varılabilir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta şudur: Alanyazında, mahremiyet kaygısı yüksek bireylerin dijital davranışlarını daha kontrollü yürüttüğü ifade edilirken, örneğin Kaplan (2017) çalışmasında katılımcılar dış mekân paylaşımlarında aile içi ortamları paylaşırken çekimser davranmışlardır, bizim çalışmamızda bu dinamikler farklı bir biçimde devreye girmiştir. Bu farklılık, paylaşımın dair bağlamın ("ev içi ortam" vs "kamusal alan"), anonimlik durumunun derecesi, ya da açık paylaşım kültürünün etkisiyle açıklanabilir. Ayrıca araç ölçümleri (anonim hesap kullanımı, paylaşım sıklığı) ve örneklem özelliklerinin (yaş, kültür, sosyal medya deneyimi) etkisi göz önünde tutulmalıdır.

Araştırma, Anthony Giddens'in "mahremiyetin modernleşmesi" kavramıyla örtüşmekte; yani modern toplumlarda özel yaşamın giderek kamusal bir görünüm kazandığına işaret etmektedir. Aynı zamanda, Sherry Turkle tarafından önerilen "dijital çoklu kimlik" konsepti (çoklu platform kullanımının kimlik temsillerini parçalayabileceği) ile de uyumludur. Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığı yalnızca bireysel bir sorun değil, aile dinamiklerini ve mahremiyet sınırlarını dönüştüren sosyokültürel bir olgu olarak değerlendirilebilir. Çalışmada ayrıca, sosyal medya platformlarının bireylere öğrenme,

iletişim ve sosyalleşme fırsatları sunduğu, ancak bu fırsatların kontrolsüz kullanımıyla birlikte dijital bağımlılığı tetiklediği ve aile içi mahremiyeti zedelediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, Young (2017) ve Andreassen vd. (2016) tarafından tanımlanan “problemlili sosyal medya kullanımı” kavramıyla paralellik göstermektedir. Bu sonuçlar, dijital çağda mahremiyetin korunmasının bireysel farkındalık, dijital etik (Bayrak, 2017= ve medya okuryazarlığı (Kalan, 2010; Avşar, 2014) becerilerinin güçlendirilmesiyle mümkün olabileceğini göstermektedir. Öte yandan gelecekte yapılacak araştırmalarda, sosyal medya bağımlılığı ve mahremiyet ilişkisi farklı kültürel bağlamlarda karşılaştırılmalı olarak ele alınabilir. Nitel yöntemlerle desteklenen çalışmalar, dijital mahremiyetin toplumsal ve kültürel boyutlarını daha derinlemesine anlamaya yardımcı olabilir.

Araştırmacı ve Ebeveynlere Öneriler

Günümüzde dijital platformlarda, mahremiyetin korunması, kişisel bilgilerin kontrolü ve paylaşımıyla ilgili kaygı ve endişeler birçok kullanıcıyı ilgilendirse (Nemati vd. 2014; Salazar ve Woodward, 2017; Budak, 2018; Canatan ve Avşar, 2019) de mahremiyet konusundaki kaygı dijital ortamın en büyük sorunlarından biri olarak daha fazla sorun teşkil edebilmektedir. Dolayısıyla sonraki araştırmacılara bu konuda özellikle farklı demografik değişkenler çerçevesinde çalışma yapmaları önerilebilir.

Alanyazında yapılan çalışmalarda kullanıcıların dijital ortamlarda sosyalleşme ve evrimii tüketim gibi eylemlere yönelik mahremiyet kaygıları oluşurken (Soh vd., 2022; Yazgan 2022), diğer yandan dijital platformları kontrolsüzce kullanma eğilimleri devam ettiği görülmektedir (Kaplan (2017). Dijital medya bağımlılığının temel etkenlerinden biri olarak gösterilen kaçırma korkusu (FOMO) (Alutaybi, 2020), akıllı cihaz bağımlılığı (nomofobi) (Yıldırım ve Kişioğlu, 2018) ile bağlantılı araştırma yapılması önerilebilir. Ayrıca bu iki değişken arasında sosyodemografik farklar olabilir. Dolayısıyla bu bağlamların araştırılması alanyazına katkı sağlayabilir.

Dijital platformların kullanımı ile ilgili birçok risk faktörünün olduğuna dair araştırma yapılmasına rağmen (Yıldız, 2021; Budak, 2021), dijital platform kullanıcıları kişisel bilgilerini (mahrem durumlarını) paylaşmaktan geri durmadıkları gözlemlenmiştir (Kaplan, 2017; Benedetto ve Ingrassia, 2021). Dolayısıyla sonraki yapılacak çalışmalarda bu durumun özellikle ebeveynler nezdinde araştırmaların yapılması önerilebilir. Ayrıca

“ilk eğitim ailede başlar” mottosuyla hareket edilerek anne ve babaların (ebeveyn) temel çocuk eğitimleri yanında dijital okuryazarlık eğitimleri alması, farkındalığın artması açısından önemlidir.

Ebeveynlerin çocuklara özendirecek şekilde dijital ortamlarda gezinmeleri, aile içi mahremiyet (gizlilik / ifşa olma durumu) önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Bu konuda daha dikkatli olmak için ebeveynlerin (anne, baba) dijital ortamların risk faktörlerinin bilincinde olması gerekmektedir. Dolayısıyla günümüz dijital çağda “*yenilikçi, farkındalık, kontrol, etik ve dijital okuryazarlık*” olmak üzere beş temel ebeveynlik rolü (Yurdakul vd., 2013) ön plana çıkmaktadır. Bu temel beş faktörü her ebeveynin göz önünde bulundurması dijital ortamlarda gezinen çocukların kontrol edilmesi açısından önem teşkil edebilir. Keza etik rolü ebeveynlerin dijital mahremiyet bilincine sahip olmasına, çocukları dijital mahremiyet konusunda eğitmesine, bilgilendirmesine aracılık etmektedir. Ayrıca ebeveynlerin dijital ortamlarda neyin mahrem olduğu ve neyin mahrem olmadığı, dijital ortamları mahrem sınırları içerisinde nasıl kullanacaklarının bilincinde davranmaları gerekmektedir.

Dijital platformlarda çocuk mahremiyetinin korunması için; Ebeveynlerin dijital ortamlarda gezinme amaçları, mahremiyet teriminin neyi çağrıştırdığı, ebeveynlerinin dijital ortamları ve dijital mahremiyeti nasıl yorumladığı, dijital ortamların çocukların mahremiyetlerine etkileri önemli etkenlerdir. Bu hususta ebeveynlerin attığı adımlar, aldığı önlemler önemlidir. Keza yeni iletişim ortamlarında (dijital ortamlar) gözetleme, özel hayatın izlenmesi söz konusu olmaktadır. Ebeveynlerde bu hususta çocuklarını kontrol etmesi, onları izlemesi mahrem alanlarının ihlal edilmemesi açısından önemlidir. Özellikle çocukların dijital platformlarda paylaştıkları konum bildirimleri, çocukların bu platformlarda edindikleri arkadaş çevre, duygu durumlarını, yaptıkları aktiviteleri, gezindikleri platformları takip etmeleri ve bu hususta çocuklara eğitim vermeleri önerilebilir.

Ebeveynlerin dijital okuryazarlık farkındalığı arttıkça, çocuklarının dijital ortamlarda gezinmesini yönlendirebilir ve internet kullanım alışkanlıklarını etkileyebilir. Diğer bir ifade ile dijital ortamların doğru kullanılmasını bilen ebeveynleri rol model olarak gören çocuklar, dijital platformların riskli ve zararlı etkilerinden daha iyi korunabilir. Bu hususta Benedetto ve Ingrassia (2021) dijital ebeveynlik ile ilgili yazdıkları kitapta özellikle günümüz teknoloji çağında mahremiyet bilinci dahil birçok şeyin hızlı

değiştirdiğini, dolayısıyla ebeveynlerin (anne, baba) çocuklarının kullandıkları akıllı cihazları (tablet, telefon, PC, saat, giyilebilir teknolojiler vb.) güvenli bir şekilde kullanmaları için proaktif¹⁷ önemleri almaları gerektiğini önermektedir. Diğer bir ifade ile çocukların kullandıkları dijital araçların kontrol altında tutulması, çocukların bu araçları nasıl kontrollü, faydalı ve bilinçli kullanacaklarına yönelik eğitimlerin bu araçlar verilmeden önce verilmesi gerekmektedir.

Ebeveynlerin gerek dijital araçları kullanırken gerekse de dijital platformlarda gezinirken çocukların onları rol model olarak gördüklerinin bilincinde hareket etmeleri gerekmektedir. Aile içindeki iletişim / etkileşim, sağlıklı aile bağlarının geliştirilmesi için önemlidir. Keza aile içinde sağlıklı bir bağ kurmayan, aile içi iletişim ve etkileşime önem vermeyen, zamanının büyük bir kısmını dijital araçlarda, sosyal medya platformlarında geçiren ebeveynlerin çocuklarını doğru yönlendirmesi, onlara zaman ayırması pek mümkün olmayabilir. Dolayısıyla aile içi sağlıklı iletişim/ etkileşim için ebeveynlerin zamanlarının büyük bir kısmını dijital platformlarda harcamak yerine, çocuklarına eşlerine daha fazla zaman ayırması, sağlıklı ve güçlü bağları olan bir aile yapısının oluşması için önem teşkil etmektedir.

Tüm bunların yanı sıra ortak noktalarda buluşan toplumsal yapının inşa edilmesi için devlet erkanlarının, Türk toplumsal yapısını karakterize eden (hoşgörü, sevgi, saygı vb.) Türk aile yapısının temellerine uygun politikaları geliştirmeleri gerekmektedir. Bu hususta kitleleri yönlendiren dijital medya araçlarına yönelik yerli ve milli kültürümüze, değerlerimize uygun olan politikalar geliştirilebilir. Ayrıca geliştirilen politikalar çerçevesinde dijital medya araçlarının “aile yapısı üzerindeki olumsuz etkilerinin” ön planda tutulması, geliştirilecek politikalara da başta sivil toplum örgütleri, kamu kurumları ve üniversite araştırma merkezlerinden de destek alınması önerilebilir. Çünkü toplumsal değerler çerçevesinde bir uzlaşmanın sağlanamadığı ve benimsenmediği bir toplumsal yapıda aile kurumunun ayakta durması / sarsılmaması mümkün değildir. Dolayısıyla aile birliğinin temellerini oluşturan değerlerin yeniden hatırlatılması ve aile içi iletişim / etkileşimine dikkat çeken programların düzenlenmesi ayrıca önem arz etmektedir.

¹⁷ Bir olay gerçekleştikten sonra değil gerçekleşmeden önce olası problemleri tespit edip önlem alma durumu

Sonuç itibarıyla yönetim erkleri, toplumda yaşıyan her bireyin kişisel alanlarını muhafaza edebildikleri / koruyabildikleri, gerektiğinde de sosyal etkileşimden uzaklaşarak dinlenebildikleri mekanlar inşa edilerek, daha sağlıklı ve mutlu toplumların oluşmasına katkı sağlayabilir.



KAYNAKÇA

- Aagaard, J. (2017). Digital distraction: A qualitative exploration of media multitasking. (Unpublished doctoral dissertation) Aarhus University.
- Aalbers, G., McNally, R. J., Heeren, A., De Wit, S., & Fried, E. I. (2019). Social media and depression symptoms: A network perspective. *Journal of Experimental Psychology: General*, 148(8), 1454.
- Abdalqader, M. A., Ariffin, I. A., Ghazi, H. F., AboBakr, M. F., & Fadzil, M. A. (2018). Prevalence of insomnia and its association with social media usage among university students in Selangor, Malaysia, 2018. *Folia Medica Indonesiana*, 54(4), 289-293.
- Abril, P. S., Levin, A. ve Del Riego, A. (2012). Blurred boundaries: Social media privacy and the twenty-first-century employee. *Am. Bus. LJ*, 49, 63.
- Acquisti, A., Brandimarte, L. and Loewenstein, G. (2015). Privacy and human behavior in the age of information. *Science*, 347(6221), 509-514.
- Acuner, E., & Turan, Y. (2024). Dijital Bağımlılık Farkındalığı İçin Dijital Detoks Turizmi Deneyimi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 312-331.
- Adami, C. (2016). What is information?. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 374(2063), 20150230.
- Adorno W.,T. ve ve Horkheimer, M. (2010), *Aydınlanmanın Diyalektiği çev.(Ülner, N. ve Öztarhan Karadağ, E.) İstanbul: Kabalcı yayınları.*
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2019). The culture industry: Enlightenment as mass deception. In *Philosophers on film from Bergson to Badiou: A critical reader* (pp. 80-96). Columbia University Press.
- Ahmed, A. and Ibrahim, M. (2016). Business value of Facebook: A multiple case study from a developing country. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 8(4), 53-68.
- Ahmedi, E. Ş. (2023). Mahremiyet, Dindarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 25-46.
- Ahmedi, E. Ş. (2023). Mahremiyet, dindarlık ve sosyal medya bağımlılığı üzerine sosyolojik bir araştırma. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 25-46.
- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30.

- Akar, H., ve Akar, F. (2021). Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Üniversite Öğrencileri Araştırması. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 6(1), 285-297.
- Akbaş, Y. (2024). Sosyal medya platformlarının Türkiye'deki kullanıcı sayıları ne kadar? Donanım Haber 2024. https://www.donanimhaber.com/sosyal-medya-platformlari-turkiye-deki-kullanici-sayilari-2024--176338?utm_source=chatgpt.com. E.T. 12/11/24.
- Akdoğan, A. (2002). Geleneksel geniş aileden modern çekirdek aileye geçişte dini hayattaki değişim. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(9), 27-72.
- Akers, R. L. (1991). Addiction: The troublesome concept. *Journal of drug issues*, 21(4), 777-793.
- Akgül F. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Dijital Bağımlılık ve Sosyal Beceri Düzeylerinin Sportif Etkinliklere Katılım Durumlarına Göre İncelenmesi (Yozgat Bozok Üniversitesi Örneği) (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Selçuk Üniversitesi / Sağlık Bilimleri Enstitüsü: Konya.
- Akgül, B., Yıldız, E. E. ve Turşucuoğlu, B. (2018). Medya bağımlısı bireyin, medyada harcadığı fazla zamanın bireye sosyo-ekonomik zararları. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 282-290.
- Akgül, M. ve Toprak, H. H. (2019). Sosyal ağlarda mahremiyetin dönüşümü: Instagram örneği. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 10(38), 75-114.
- Aksoy, A., & Türkölmez, O. (2020). Dijital çağa demokrasiyi çağırmak: Cambridge Analytica skandalı. *Journal of Political Administrative and Local Studies*, 3(1), 41-59.
- Aksoy, S., Avunduk, S., Gavcar, E. G., and Büber, A. (2025). Evaluation of social media privacy, internet addiction in adolescents who are victims of sexual abuse and digital awareness in their parents. *Journal of Psychiatric Research*.
- Alexander, B. K. ve Schweighofer, A. R. (1988). Defining" addiction.". *Canadian psychology/psychologie canadienne*, 29(2), 151 -162.
- Alinejad, V., Parizad, N., Yarmohammadi, M. and Radfar, M. (2022). Loneliness and academic performance mediates the relationship between fear of missing out and smartphone addiction among Iranian university students. *BMC psychiatry*, 22(1), 550.
- Aljomaa S., Mohammad MF, Albursan IS, (2016). Smartphone addiction among university students in the light of some variables. *Comput Human Behav* 61: 155–164.
- Alkan, F. (2023). Sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algısı, x, y ve z kuşağı üzerine bir araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (34), 274-293.

- Allendorf, K., Ghimire, D. J. (2013). Determinants of marital quality in an arranged marriage society. *Social Science Research*, 42(1), 59-70. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ssresearch.2012.09.002>.
- Almagul, M., Aiman, B., Galiyapanu, R., Kulzhanat, B., Nagimash, T., & Ainur, A. (2023). Analysis of the Relationships between School Children's Technology Addiction and School Achievement. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 11(5), 1219-1237.
- Almulla, A. A., Khasawneh, M. A. S., Abdel-Hadi, S. A., & Jarrah, H. Y. (2024). Influence of non-linear storytelling in video games on cognitive development among students with learning disabilities.
- Alperen, Avcı, A. and Kayıran, D. (2023). Çocuk Gelişimi Ön Lisans Öğrencilerinin Ekran Bağımlılığı ve Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalıklarının İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 11(3), 1802-1815.
- Althusser, L. (2010). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları (4. Baskı) İstanbul: İthaki yayınları.
- Altman, I. (1975). The environment and social behavior: privacy, personal space, territory, and crowding.
- Altun, F. (2011). Sosyal Paylaşım Sitesi Soruşturmaları, UHİM, Rapor No: 04, İstanbul. Erişim
- Altuwairiqi, M., Jiang, N., & Ali, R. (2019). Problematic attachment to social media: five behavioural archetypes. *International journal of environmental research and public health*, 16(12), 2136.
- Alutaybi, A., Al-Thani, D., McAlaney, J. And Ali, R. (2020). Combating fear of missing out (FoMO) on social media: The FoMO-R method. *International journal of environmental research and public health*, 17(17), 6128.
- Alutaybi, A., McAlaney, J., Arden-Close, E., Stefanidis, A., Phalp, K. and Ali, R. (2019, October). Fear of Missing Out (FoMO) as really lived: Five classifications and one ecology. In *2019 6th International Conference on Behavioral, Economic and Socio-Cultural Computing (BESC)* (pp. 1-6). IEEE.
- Amanda, S. H., Pratama, A. T. And Pertiwi, K. R. (2024). The Use of Instagram as Learning Media. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 38(1), 1-9.
- Anayasa Mahkemesi (2024). 7 Mayıs 2010 kişisel verileri koruma düzenlemesi. TC. Anayasa Mahkemesi. <https://www.anayasa.gov.tr/tr/anasayfa/> E.T. 12/12/24.
- Andalibi, N., & Öztürk, P. (2021). Sensitive self-disclosures and social media: The case of mental health on TikTok. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1-28.

- Anderson, H. R. (2013). Plotting Privacy as Intimacy. *Ind. L. Rev.*, 46, 311.
- Andonov, A., Dimitrov, G. P., & Totev, V. (2021). Impact of E-commerce on Business Performance. *Tem journal*, 10(4), 1558.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., and Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293.
- Andrejevic, M. (2020). *Automated media: The fast lane to knowing what you want*. Routledge.
- Appel, L., Dadlani, P., Dwyer, M., Hampton, K., Kitzie, V., Matni, Z. A., ... & Teodoro, R. (2016). Testing the validity of social capital measures in the study of information and communication technologies. In *Current research on information technologies and society* (pp. 8-26). Routledge.
- Arendt, H. (1958). *The human condition*. University of Chicago Press..
- Arı, Y. (2023). *Aile Kurumunun İşlevleri Nelerdir ve Neden Önemlidir? Sosyolojik Bir Araştırma*. İçinde (Ed. Ertaş, K.) İlahiyat Alanında Uluslararası Araştırma ve Değerlendirmeler (s. 127-139). Ankara: Serüven Yayınevi
- Arık, I.A. (2020). Sosyal Problemler Sosyolojisi Teoriden Uygulamaya Sosyal Problemler Üzerine Tartışmalar. Dijital Bağımlılık ve Gençlik. Nobel Yayınları, Ankara.
- Aronson, E., Wilson, T.D. ve Akert, R.B. (2012) Sosyal Psikoloji. Kaknüs Yayınları: İstanbul.
- Arslan, A. (2023). Characteristics, types and functions of family concept. *African Educational Research Journal*, 11(1), 45-48.
- Arslan, D. A., ve Arslan, G. (2020) Yörük-Türkmenlerde Kadın, Evlilik ve Aile. İçinde Ed (Uslu, F.) *Yörük Araştırmaları-I*, 161 -174.
- Arya, V., Sethi, D., & Paul, J. (2019). Does digital footprint act as a digital asset?– Enhancing brand experience through remarketing. *International Journal of Information Management*, 49, 142-156.
- Ashuri, T., Dvir-Gvisman, S., & Halperin, R. (2018). Watching me watching you: How observational learning affects self-disclosure on social network sites?. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(1), 34-68.
- Aslan, I. (2020). Social media addiction and controlling social media use: an extensive study. *Academic Studies in Social, Human and Administrative Sciences-I*, 1, 209-245.

- Aslantürk, H., Kesen, N. F., & Daşbaşı, S. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyetinin Aile İlişkileri Açısından İncelenmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(4), 1579-1598.
- Aslanyürek, M. (2016). İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının internet güvenliği ve çevrimiçi gizlilik ile ilgili kanaatleri ve farkındalıkları. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 80-106.
- Assembly, U. G. (1948). Universal declaration of human rights. *UN General Assembly*, 302(2), 14-25.
- Avşar, Z. (2014). Medya Okuryazarlığı. *İletişim ve Diplomasi*, (2), 5-17.
- Awofala, A., Olabiyi, O., Okunuga, R., Ojo, O., Awofala, A., ve Lawani, A. (2020). Investigating digital distraction among pre-service science, technology, and mathematics teachers in Nigeria. *Digital Education Review*, (37), 32-48.
- Aydın, B. (2014). Sosyal medya mecralarında mahremiyet anlayışının dönüşümü. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(5), 131-146.
- Aydın, İ., & Demirtaş, H. (2023). Ebeveynlerin sosyal medya kullanımı ve çocukların mahremiyet algısı: Nitel bir araştırma. *İlköretim Online*, 22(1), 55–70. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2023.01.005>
- Aydın, T. (1997) Bilgi Toplumu ve Demokrasi, Trabzon: Efor Masaüstü Yayıncılık.
- Aydoğan, F. ve Akyüz, A. (2010). İkinci medya çağında internet, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Aydın, M. (2009). Mahremiyet ve Örtünmenin Dönüşümü, Eski Yeni Dergisi, (12), 61-67.
- Ayhan, M., ve Sasman Kaylı, D. (2023). Koruyucu Aile Modelinde Duygusal Emek ve Ekonomik Tutum: İzmir İli Örneği. *Sosyoloji Dergisi*, 45, 49-91.
- Aytepe, N. (2024). Antik Dönem İskenderiye Okulunun Kurumsal Bileşenleri. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 143-156.
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler. Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), 135-160. <https://doi.org/10.20493/bt.55255>
- Bahrainian, S. A., Alizadeh, K. H., Raeisoon, M. R., Gorji, O. H., & Khazaei, A. (2014). Relationship of Internet addiction with self-esteem and depression in university students. *Journal of preventive medicine and hygiene*, 55(3), 86.
- Balcı, Ş. ve Demir, Y. (2018). Sosyal Medya Kullanımı ile Mutluluk Düzeyi Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir İnceleme. *International Journal of Social Science*: 339- 354.
- Bao, K., Zhang, X., and Cai, L. (2024). The closed loop between parental upbringing and online game addiction: a narrative study of rural children's growth in China. *Psychology Research and Behavior Management*, 1703-1716.

- Barkuş, F. ve Koç, M. (2019). Dijital mahremiyet kavramı ve ilgili çalışmalar üzerine bir derleme. *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3(1), 35-44.
- Barnard, A. (Ed.). (2020). *Hunter-gatherers in history, archaeology and anthropology*. Routledge.
- Baruh, L., Secinti, E., & Cemalcılar, Z. (2017). Online privacy concerns and privacy management: A meta-analytical review. *Journal of Communication*, 67(1), 26-53.
- Basch CH, Hillyer GC, Jaime C. COVID-19 on TikTok: Harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. *Int J Adolesc Med Health*. (2020). doi: 10.1515/ijamh-2020-0111.
- Başak, T. (2013). *Geçmişten günümüze kitap olgusu* (Master's thesis, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Baştürk, S. ve Taştepe, M. (2013). Evren ve örneklem. Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Vize Yayıncılık, 129-159.
- Batool, S., Yousaf, R., & Batool, F. (2017). Bullying in social media: An effect study of cyber bullying on the youth. *Pakistan Journal of Criminology*, 9(4), 119.
- Baulch, E., Matamoros-Fernández, A., & Johns, A. (2020). Introduction: Ten years of WhatsApp: The role of chat apps in the formation and mobilization of online publics. *First Monday*, 25(1).
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press.
- Baumeister, R. F., and Leary, M. R. (2017). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Interpersonal development*, 57-89.
- Bayoumy, K., Gaber, M., Elshafeey, A., Mhaimeed, O., Dineen, E. H., Marvel, F. A., ... & Elshazly, M. B. (2021). Smart wearable devices in cardiovascular care: where we are and how to move forward. *Nature Reviews Cardiology*, 18(8), 581-599.
- Bayrak, T. (2017). Sosyal medyada dijital etik: Twitter’da şiddet içerikli iletilerin incelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(1), 32-46.
- Bayzan, ř. (2025). Ebeveynlerin Çevrimiçi Mahremiyet Kaygıları İle Sosyal Medya Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 2025(Aile Özel Sayısı" Koruyucu Aile Hizmetleri" Cilt-2), 648-681.
- Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. SAGE Publications.
- Belsey, A (1992). *Privacy, publicity and politics*. (Ed. Belsey, A. and Chadwick, R.) In Ethical issues in journalism and the media. Oxfordshire: Routledge.

- Belsey, A. (2011). Mahremiyet, Aleniyet ve Siyaset. Andrew Belsey ve Ruth Chadwick (Der.) Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar içinde (102-120). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Benedetto, L. and Ingrassia, M. (2021). Digital Parenting: Raising and Protecting Children in Media. *Parenting: Studies by an ecocultural and transactional perspective*, 127.
- Berkup, S. B. (2015). Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Berry, A. (2024). *Banning TikTok: A Case Study of Communication in International Relations*. SAGE Publications: SAGE Business Cases Originals.
- Bertaglia, T., Goanta, C., Spanakis, G., & Iamnitchi, A. (2024). Influencer Self-Disclosure Practices on Instagram: A Multi-Country Longitudinal Study. *arXiv preprint arXiv:2407.09202*.
- Bietz, M. J., Cheung, C., Rubanovich, C. K., Schairer, C., & Bloss, C. S. (2019). Privacy perceptions and norms in youth and adults. *Clinical Practice in Pediatric Psychology*, 7(1), 93-103.
- Bindik, S. (2021). Farklı Kültür, İnanç ve Zamanlarda Kadının Ailedeki Yeri Ve Önemi. *Iksad Journal*, 7(29), 124-132.
- Blachnio, A., Przepiorka, A. and Pantic, I. (2016). Association between Facebook Addiction, Self-Esteem and Life Satisfaction: A Cross-Sectional Study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701-705.
- Blue, J., Condell, J., and Lunney, T. (2018, July). Digital footprints: your unique identity. In *Proceedings of the 32nd International BCS Human Computer Interaction Conference*. BCS Learning & Development.
- Boss, P., Bryant, C. M., & Mancini, J. A. (2016). *Family stress management: A contextual approach*. Sage Publications.
- Bossen, C. B., & Kottasz, R. (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers. *Young consumers*, 21(4), 463-478. doi: 10.1108/YC-07-2020-1186.
- Bowen, J., & Reinhuber, E. (2016, July). Curating digital life and culture: Art and information. In *Electronic Visualisation and the Arts*. BCS Learning & Development.
- Bowes, K. D. (2008). *Private worship, public values, and religious change in late antiquity*. Cambridge University Press.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and Loss: Vol. 1. Attachment*. New York: Basic Books.

- Bowlby, J. (2012). *Güvenli bağlanma: Ebeveyn-çocuk ilişkisi ve sağlıklı insan gelişimi* (Çev. B. Şahin). Kaknüs Yayınları.
- Boyd, d. (2008). *Taken out of context: American teen sociality in networked publics* (Doctoral dissertation, University of California, Berkeley).
- Boykoff, M. T. (2012). Digitally enabled social change: Activism in the Internet age.
- Bozkurt, A. and Sharma, R. C. (2020). Emergency remote teaching in a time of global crisis due to CoronaVirus pandemic. *Asian journal of distance education*, 15(1), i-vi.
- Bozyiğit, A., Utku, S., & Nasibov, E. (2021). Cyberbullying detection: Utilizing social media features. *Expert Systems with Applications*, 179, 115001.
- Böyük, M. (2023). Dijital Karnaval Ortamında Mahremiyet Algısı Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 129-144.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). The global organization of social media disinformation campaigns. *Journal of International Affairs*, 71(1.5), 23-32.
- Brailovskaia, J., & Teichert, T. (2020). "I like it" and "I need it": Relationship between implicit associations, flow, and addictive social media use. *Computers in Human Behavior*, 113, 106509.
- Brindley, E. (2013). The Polarization of the Concepts "Si"(Private Interest) and "Gong"(Public Interest) in Early Chinese Thought. *Asia Major*, 1-31.
- Brito, L. M. S., Lima, V. A. D., Mascarenhas, L. P., Mota, J., & Leite, N. (2021). Physical activity, eating habits and sleep during social isolation: from young adult to elderly. *Revista brasileira de medicina do esporte*, 27, 21-25.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Harvard university press.
- Bronfenbrenner, U. and Morris, P. A. (2007). The bioecological model of human development. In R. M. Lerner (Ed.), *Handbook of child psychology*, (6th ed., Vol. 1, pp. 793–828). Wiley.
- Brooks, R. M. (2017). "The Family Gone Wrong": Post-Postmodernism, Neoliberalism, and the Contemporary Novel's Contract with the Reader. *49th Parallel*, (39). 22-45.
- Brosch, A. (2018). *Sharenting: Why Do Parents Violate Their Children's Privacy?* The New Educational Review, 54(4), 75-85. <https://doi.org/10.15804/tner.2018.54.4.06>

- Brown, A. J. (2020). "Should I stay or should I leave?": Exploring (dis) continued Facebook use after the Cambridge Analytica scandal. *Social media+ society*, 6(1), 2056305120913884.
- Budak, H. (2018). Sosyal medya iletişiminde mahremiyetin serüveni. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 146-170.
- Burak, Y. ve Ahmetoğlu, E. (2015). Bilgisayar oyunlarının çocukların saldırganlık düzeylerine etkisinin incelenmesi. *Turkish Studies*. 10(11), 363-382.
- Burç, P. E. (2018). Evlilik ve Aile Olguları Üzerinden Gündelik Hayata Sosyo-Kültürel Bir Bakış. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(13), 135-141.
- Burgoon, J. K. (1982) "Privacy and Communication". M. Burgoon (Ed.). *Communication Yearbook 6* (p. 206-249). Beverly Hills, Ca: Sage.
- Burnell, K., George, M. J., & Underwood, M. K. (2020). Browsing different Instagram profiles and associations with psychological well-being. *Frontiers in Human Dynamics*, 2, 585518.
- Büyük, Ö. (2017). *Benlik saygısı, yalnızlık ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki* (Master's thesis, Maltepe University (Turkey)).
- Büyüköztürk, Ş. (2012). Bilisel Araştırma Yöntemleri Örneklem yöntemleri. <http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wpcontent/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf> E.T. 30/11/24.
- Caldı, N. (2022). Kadın konukevinde kalan şiddet mağduru kadınların yaşam deneyimleri ve gelecek planları: Antalya ili örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Cambridge Dictionary. (2024). *Privacy*. Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org>
- Campbell, M. A. (2005). Cyber bullying: An old problem in a new guise?. *Journal of Psychologists and Counsellors in Schools*, 15(1), 68-76.
- Can, A. (2018). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi, Ankara: Pegem Akademi.
- Canatan, K. ve Avşar, S. A. (2019). Anne-baba ve ergen çocukların mahremiyet algısındaki farklılıkların sosyal medya üzerinden okunması. *İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(15), 93-125.
- Candan, H. ve Arı, O. (2023). *Yeşil Siyaset: Yeşil Partilerin Avrupa Siyasetinde Gelişimi ve Türkiye'ye Yansıması*. *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*, 6(5).
- Cannataci, J. A. (2009). *Privacy, Technology Law and religions across cultures*. na.

- Carlyle-Breckenridge, A. (1970). *The right ID privacy*. Lincoln : University of Nebraska Press.
- Carucci, M. (2012). Visualizing ancient privacy in the roman house. *Revealing Privacy, Debating the Understandings of Privacy*. Carucci, M. (Ed.) içinde 45-60. M. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplumunun Yükselişi*. Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Ceci, L. (2024). *TikTok: distribution of global audiences 2024, by age and gender*. 2024: Statista. <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/> E.T. 12/11/24.
- Ceran, Ö. (2021). *İslam Felsefesinde Ahlâki Görecelik: İbnül- 'Arabî Örneği* (Doctoral dissertation, Ankara Üniversitesi (Turkey).
- Certel, N. (2024). Koruyucu Aile Modeli Uygulamalarında Biyolojik Ailelerin Yeri ve Önemi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 35(2), 349–364.
- Cham, S., Algashami, A., Aldhayan, M., McAlaney, J., Phalp, K., Almourad, M. B., & Ali, R. (2019). Digital addiction: Negative life experiences and potential for technology-assisted solutions. In *New Knowledge in Information Systems and Technologies: Volume 2* (pp. 921-931). Springer International Publishing.
- Chan, M., Estève, D., Fourniols, J. Y., Escriba, C., & Campo, E. (2012). Smart wearable systems: Current status and future challenges. *Artificial intelligence in medicine*, 56(3), 137-156.
- Chan, S. S., Van Solt, M., Cruz, R. E., Philp, M., Bahl, S., Serin, N., ... & Canbulut, M. (2022). Social media and mindfulness: From the fear of missing out (FOMO) to the joy of missing out (JOMO). *Journal of Consumer Affairs*, 56(3), 1312-1331.
- Chapman, M. R. (2003). First Movers, First Mistakes: IBM, Digital Research, Apple, and Microsoft. In *In Search of Stupidity: Over 20 Years of High-Tech Marketing Disasters* (pp. 13-32). Berkeley, CA: Apress.
- Charlesworth, J. H. (Ed.). (2010). *The Old Testament Pseudepigrapha* (Vol. 2). Hendrickson Publishers.
- Chen, H., Beaudoin, C. E., & Hong, T. (2017). Securing online privacy: An empirical test on Internet scam victimization, online privacy concerns, and privacy protection behaviors. *Computers in Human Behavior*, 70, 291-302.
- Chen, L., Nath, R., ve Tang, Z. (2020). Understanding the determinants of digital distraction: An automatic thinking behavior perspective. *Computers in Human Behavior*, 104, 106195. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106195>
- Chignell, M. H., Quan-Haase, A., and Gwizdka, J. (2003, October). The privacy attitudes questionnaire (paq): initial development and validation. In *proceedings of the*

- human factors and ergonomics society annual meeting* (Vol. 47, No. 11, pp. 1326-1330). Sage CA: Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Cho, J., and Lee, H. E. (2020). Post-adoption beliefs and continuance intention of smart device use among people with physical disabilities. *Disability and health journal*, 13(2), 100878.
- Choi, S. (2021). Criteria and rules for privacy management prior to self-disclosures on social network sites (SNSs). *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(2).
- Chotpitayasunondh, V. and Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in human behavior*, 63, 9-18.
- Choudhury, N. (2014). World wide web and its journey from web 1.0 to web 4.0. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, 5(6), 8096-8100.
- Christidēs, A. P., Arapopoulou, M., & Chritē, M. (Eds.). (2007). *A history of ancient Greek: from the beginnings to late antiquity*. Cambridge University Press.
- Clausius, M. (2022). The banning of TikTok, and the ban of foreign software for national security purposes. *Wash. U. Global Stud. L. Rev.*, 21, 273.
- Cleary, R. J. (1999). III. Bowlby’s theory of attachment and loss: A feminist reconsideration. *Feminism & Psychology*, 9(1), 32-42.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Condren, C. (2009). Public, Private and the idea of the ‘Public Sphere’ in early–Modern England. *Intellectual History Review*, 19(1), 15-28.
- Conti, M. G., Del Parco, F., Pulcinelli, F. M., Mancino, E., Petrarca, L., Nenna, R., ... & Midulla, F. (2024). Sharenting: characteristics and awareness of parents publishing sensitive content of their children on online platforms. *Italian Journal of Pediatrics*, 50(1), 135.
- Coşkun, B. K., & Akçay, A. (2018). Examining the prediction of digital game addiction awareness on digital educational game usage. *Journal of Learning and Teaching in Digital Age*, 8(1), 71-81.
- Cousin, M. E., Dohle, S., & Siegrist, M. (2011). The impact of specific information provision on base station siting preferences. *Journal of Risk Research*, 14(6), 703-715.
- Cromity, J. (2012). The impact of social media in review. *New Review of Information Networking*, 17(1), 22-33.

- Cruz-Ros, S., Miquel-Romero, M. J., & Yee, R. W. (2024). Individuals' materialism and brand rituals and traditions as drivers of luxury brand love on social media. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(4), 1820-1831.
- Cüceloğlu, D. (2016). İletişim donanımları. İstanbul : Remzi Kitabevi.
- Çağatay, N. B., & Güven, A. (2024). Gözetim kapitalizminin yeni yerel yönetimleri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 79(2), 251-280.
- Çakır, P. ve Temir, E. (2022). Sosyal Medyada Benlik Sunumu ve Mahremiyet Kavramı ile İlişkisi: Nicel Bir Araştırma. *Yeni Medya*, 2022(13), 205-228.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Çamalan, V. F., & Demirbaş, E. (2024). Çocuklarda Teknolojinin Getirdiği Risklerden Kaçınma Ve Bilinçli İnternet Kullanımını Destekleyen Çalışmalar. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (13), 31-58.
- Çapcıoğlu, İ., & Anık, H. (2021). Sanayi devrimi'nden endüstri 4.0'a: dijitalleşme ve dijital dünyada dinin statüsü. *Tevilat*, 2(1), 27-43.
- Çaycı, B. ve Karagülle, A. E. (2014). X kuşağından z kuşağına değişen mahremiyet algısı. International Trends And Issues İn Communication and Media Conference, Dubai.
- Çelik, C. (2010). Değişim sürecinde türk aile yapisi ve din. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (08), 25-35.
- Çelik, Ö. (2022). Özel Hayatın Gizliliği Hakkı ve Hukuki Güvenceler. Ş. Albayrak (Ed.), Tüm Yönleriyle Mahremiyet içinde (s. 575-612). Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.
- Çelikoğlu, N. (2008). Mahremiyet. İskenderiye Yayınları: İstanbul
- Çetinkaya, B. A. (2016). Felsefe Tarihi. *Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık*.
- Çiçekli, A. (2025). Türkiye'de mahremiyetin dönüşümü üzerine boylamsal bir çalışma: Aile, boşanma ve cinsellik. *International Journal of Eurasia Social Sciences/Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(59). 1-24.
- Çukurluöz, Ö., (2018) Lise Öğrencilerinin Dijital Bağımlılıklarının İncelenmesi:Ankara İli Çankaya İlçesi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Daniel J. ve Solove, J. D. (2008). The Future of Reputation: Gossip, Rumor, and Privacy on the Internet London: Vale University Press

- Darley, J. M. and Latané, B. (1968). "Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility." *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Darling-Hammond, L., Flook, L., Cook-Harvey, C., Barron, B., & Osher, D. (2020). Implications for educational practice of the science of learning and development. *Applied Developmental Science*, 24(2), 97–140. <https://doi.org/10.1080/10888691.2018.1537791>
- Daşlı, Y. (2020). Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Alan Araştırması. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(33). 1229-1239.
- Davenport, P. E. (1979). *Renaissance and Reformation* (Doctoral dissertation, Shinshu University Library).
- Davenport, T. H. (2018). *The AI advantage: How to put the artificial intelligence revolution to work*. mit Press.
- Dawot, N. I. M., & Ibrahim, R. (2014, September). A review of features and functional building blocks of social media. In *2014 8th. Malaysian Software Engineering Conference (MySEC)* (pp. 177-182). IEEE.
- Daysal, B. ve Yılmazel, G. (2020). Halk sağlığı gözüyle akıllı telefon bağımlılığı ve ergenlik. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 14(2), 316-322.
- De Coulanges, F. (1874). *The ancient city*. Lee and Shepard.
- Degenhard, J. (2024). Number of LinkedIn users worldwide from 2019 to 2028. <https://www.statista.com/forecasts/1147197/linkedin-users-in-the-world> Erişim tarihi. 10.11.24.
- Delphy, C., & Leonard, D. (1992). *Familiar exploitation: A new analysis of marriage in contemporary Western societies*. Polity Press.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. 9 (2): 27-50.
- Demirağ, Y. H. (2017). *Sanayi Devrimi: Sonuçları ve Uluslararası Sisteme Yansımaları*.
- Develi, H. (2020). *Toplumsal Değişme Sürecinde Aile*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dias, L. and Victor, A. (2017). Teaching and learning with mobile devices in the 21st century digital world: Benefits and challenges. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(5), 339-344.
- Dijk, J. V. (2016). Ağ toplumu. Ö. Sakin (çev.). Kafka Yayınları: İstanbul.
- Dinleyici, M., Carman, K. B., Ozturk, E. and Sahin-Dagli, F. (2016). Media use by children, and parents’ views on children's media usage. *Interactive journal of medical research*, 5(2), e5668.

- Dixon, J. S. (2023). *X/Twitter: number of worldwide users 2019-2024*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/303681/twitter-users-worldwide/> Erişim Tarihi: 12.11.24
- Doğan, R. (2013). Bir koruma tedbiri olarak koruyucu aile kurumu ve koruyucu aile yönetmeliği. *Ankara Barosu Dergisi*, (2).
- Doğan, U. and Karakuş, Y. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Yalnızlık. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 6(1), 57.
- Dolgun, U. (2008). Mahremiyet hakkı ve insan hakları bağlamında değerlendirilmesi. *İnsan Hakları Yıllığı*, 26, 211–230.
- Duman, T., & Nacak, S. (2025). Aile İlişkileri Bağlamında Ebeveynlerin Olumsuz Çocukluk Deneyimlerinin Çocukların Kaygı Ve Dikkat Düzeylerine Yansımaları. *Ases International Journal Of Health And Sports Sciences (ISSN: 3023-5723)*, 3(1), 205-234.
- Dutta, S., Ma, J. and De Choudhury, M. (2018, June). Measuring the impact of anxiety on online social interactions. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 12, No. 1).
- Duygulu, S. (2019). Sosyal medyada çocuk fotoğrafları paylaşmanın mahremiyet ihlali ve çocuk istismarı açısından değerlendirilmesi. *TRT Akademi*, 4(8), 428-487.
- Dülger, M. V. (2019). Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü Bağlamında Kişisel Verilerin Korunması. *Yaşar Hukuk Dergisi*, 1(2), 71-174.
- Düzenli, F. (2011). Geleneksel Türk ailesindeki dönüşümün sosyal politikaya etkisi [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Düzgüner, S. (2022). Mahremiyetin Tanımı, Sınıflandırılması ve Boyutları. Ş. Albayrak (Ed.), *Tüm Yönleriyle Mahremiyet içinde* (s. 575-612). Ankara: T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.
- Dwyer, R. J., Kushlev, K., & Dunn, E. W. (2018). Smartphone use undermines enjoyment of face-to-face social interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 78, 233-239.
- Eisentein, L. E (1980). *The Printing Press as an Agent of Change*. England: Cambridge University Press.
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509-516.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12(4), 1143-1168.

- Ember, C. R., & Ember, M. (1983). *Anthropology*. Prentice Hall.
- Engin, M. (2021). Türkiye’de İç Göçün Aile Kurumu Üzerindeki Etkileri. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year*, 3(41), 230-243.
- Enriquez, A. G. (2010). Enhancing student performance using tablet computers. *College teaching*, 58(3), 77-84.
- Ergen, Y. (2018). Büyük veri, sosyal medya ve etik: Facebook örneğinde bir değerlendirme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (10), 53-64.
- Ergün, T., & Çobanoğlu, N. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre Etiği. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 97-123.
- Erkal, M. E. (1993). Türk aile yapısı ve bazı meseleler. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (24), 15 - 20.
- Erol, V. (2022). Sosyal medyanın Türk aile yapısına etkisi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(43), 1127-1139.
- Ertural, G. (2020) Üniversitede okuyan ebelik ve hemşirelik öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının ve akademik öz yeterliklerinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Hemşirelik Ana Bilim Dalı, Halk Sağlığı Hemşireliği Bilim Dalı, Samsun.
- Eryılmaz, A. (2021). Dijital çağda lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile değişen mahremiyet algısı (Master's thesis, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Eryılmaz, S. ve Çukurluöz, Ö. (2018). Lise öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının incelenmesi: Ankara ili, Çankaya ilçesi örneği. *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(67), 889-912.
- Erzincanlı, Y., & Geçikli, F. (2024). Role of conscious awareness and Big Five in predicting the digital addiction. *Frontiers in Public Health*, 12, 1449847.
- Essau, C. A., Lewinsohn, P. M., Olaya, B., & Seeley, J. R. (2014). Anxiety disorders in adolescents and psychosocial outcomes at age 30. *Journal of affective disorders*, 163, 125-132.
- Eyce, B. (2000). Tarihten Günümüze Türk Aile Yapısı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1(4), 223-244.
- Ezumah, B. A. (2013). College students’ use of social media: Site preferences, uses and gratifications theory revisited. *International journal of business and social science*, 4(5), 27-34.
- Faruqi, Y. M. (2006). Contributions of Islamic scholars to the scientific enterprise. *International Education Journal*, 7(4), 391-399.

- Fatima, T., and Tasgheer, A. (2021). Socio-Psychological Impact of Social Media on Adolescents-A Quranic Perspective. *VFAST Transactions on Islamic Research*, 9(3), 01-16.
- Fatimatuzzahro, F. ve Achmad, Z. A. (2022). What If It Was You (# WIIWY) digital activism on TikTok to fight gender-based violence online and cyberbullying. *Masyarakat, Kebudayaan & Politik*, 35(4).
- Feather, J. (2013). *The information society: A study of continuity and change*. Facet publishing.
- Feng, Y., Yao, Y.adn Sadeh, N. (2021, May). A design space for privacy choices: Towards meaningful privacy control in the internet of things. In *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-16).
- Ferdous, T., Desouza, K., Ali, M., and French, E. (2021). A systematic review of technology-enabled remote work. In *Proceedings of the 35th Annual British Academy of Management Conference*. The British Academy of Management (BAM).
- Ferwerda, B., Schedl, M., & Tkalcic, M. (2016, January). Using instagram picture features to predict users' personality. In *International conference on multimedia modeling* (pp. 850-861). Cham: Springer International Publishing.
- Fiese, B. H., Celano, M. E., Deater-Deckard, K. E., Jouriles, E. N., & Whisman, M. A. (2019). *APA handbook of contemporary family psychology: Foundations, methods, and contemporary issues across the lifespan, Vol. 1* (pp. xxvi-815). American Psychological Association.
- Filimowicz, M. A. ve Tzankova, V. K. (2017). Creative making, large lectures, and social media: Breaking with tradition in art and design education. *Arts and Humanities in Higher Education*, 16(2), 156-172.
- Fischer-Hübner, S. (1998). Privacy and security at risk in the global information society. *Information Communication & Society*, 420-441.
- Fisher, J. and Clayton, M. (2012). Who gives a tweet: Assessing Patients' Interest in the Use of Social Media for Health Care. *Worldviews on Evidence-Based Nursing*, Second Quarter, 100-108.
- Fitriana, N. and Clarita, D. (2023). Pemanfaatan Whatsapp Business dan Instagram Business sebagai media promosi UKM di kelurahan Sialang Sakti. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 20-27.
- Flensted-Jensen, P., Nielsen, T. H., Hansen, M. H., & Rubinstein, L. (Eds.). (2000). *Polis & Politics: Studies in Ancient Greek History*. Museum Tusculanum Press.
- Floridi, L. (2015). *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Springer.

- Forrester, M., and Matusitz, J. (2010). A narrowing digital divide: the impact of the Internet on youth political participation. *Communicare: Journal for Communication Sciences in Southern Africa*, 29(2), 85-98.
- Foucault, M. (2020). *Hapishanenin Doğuşu* (Çev. M. A. Kılıçbay). İstanbul: İmge Kitabevi.
- Fox, R. (1967). *Kinship and Marriage: An Anthropological Perspective*. Cambridge University Press.
- Fremdling, R. (1997). Industrial revolution and scientific and technological progress. *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte/Economic History Yearbook*, 38(2), 147-168.
- Friedman, M. (2015). Privacy, surveillance, and care ethics. *Care ethics and political theory*, 108-126.
- Fuchs, C. (2011). Web 2.0, prosumption, and surveillance. *Surveillance & Society*, 8(3), 288-309.
- Fuchs, C., Hofkirchner, W., Schafranek, M., Raffl, C., Sandoval, M., & Bichler, R. (2010). Theoretical foundations of the web: cognition, communication, and co-operation. Towards an understanding of Web 1.0, 2.0, 3.0. *Future internet*, 2(1), 41-59.
- Führding, S. (2013). Religion, Privacy and the Rise of the Modern State¹. *Method & Theory in the Study of Religion*, 25(1), 118-131.
- Gabriel, R. and Röhrs, H. P. (2017). *Social Media*. Springer Berlin Heidelberg.
- Gane, N. (2012). The governmentalities of neoliberalism: panopticism, post-panopticism and beyond. *The Sociological Review*, 60(4), 611-634.
- García Aretio, L. (2007). Web 2.0 vs web 1.0. *Didáctica, innovación y multimedia*, (10), 000-0.
- García-Umaña, A. and Tirado-Morueta, R. (2018). Digital media behavior of school students: abusive use of the internet. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 7(2), 140-147.
- Gavcar, E. G., Buber, A., & Senol, H. (2024). The association of parental phubbing behavior with digital game use in preschool children. *Bulletin of the Menninger Clinic*, 88(4), 336-359.
- Geneci, G. (2019). *Beden imgesi ve sosyal medya etkileniminin beden imgesine bağlı yaşam niteliğine ve yaşam doyumuna etkisi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- George, D. and P. Mallery, (2010), "SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 17.0 Update", 10th Edition, Pearson, Boston.

- Gerstein, R. (1978). "Intimacy and Privacy". *Ethics*, 89(1), 76-81.
- Giddens, A. (2013). *Sosyoloji*. Kırmızı Yayınları.
- Giddens, A. (2018). Mahremiyyetin dönüşümü. (çev. İdris Şahin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Goldberg, I. (1996). Internet addiction disorder. *CyberPsychol. Behavior*, 3(4), 403-412.
- Goldstine, H. H., & Goldstine, A. (1996). The electronic numerical integrator and computer (ENIAC). *IEEE Annals of the History of Computing*, 18(1), 10-16.
- Gómez-Galán, J., Martínez-López, J. Á., Lázaro-Pérez, C., & Sarasola Sánchez-Serrano, J. L. (2020). Social networks consumption and addiction in college students during the COVID-19 pandemic: Educational approach to responsible use. *Sustainability*, 12(18), 7737.
- Goode, W. J. (1963). *World Revolution and Family Patterns*. Free Press.
- Goodman, D. (1992). Public sphere and private life: Toward a synthesis of current historiographical approaches to the old regime. *History and theory*, 1-20.
- Gosak, L., Štiglic, G., Budler, L. C., Felix, I. B., Braam, K., Fijačko, N., ... & Lorber, M. (2021, December). Digital tools in behavior change support education in health and other students: a systematic review. In *Healthcare* (Vol. 10, No. 1, p. 1). MDPI.
- Gökhan, H. (2013). *100 terimde bütün felsefe* (Vol. 1). Kafekültür Yayıncılık.
- Göle, N. (2016). Modern Mahrem (13. Basım). İstanbul: Metis Yayınları.
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2019). Social media and education: Reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. In *social media and education* (pp. 6-30). Routledge.
- Griffiths, M. D. (2018). Adolescent social networking: How do social media operators facilitate habitual use?. *Education and Health*, 36(3), 66-69.
- Griffiths, M. D., & Kuss, D. (2017). Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*, 35(3), 49-52.
- Grusec, J. E., ve Hastings, P. D. (Eds.). (2014). *Handbook of socialization: Theory and research*. Guilford Publications.
- GSMA (2024). The state of Mobile Internet Connectivity Report 2024 /Mobile For Development
https://www.gsma.com/r/somic/?utm_source=keprios&utm_medium=partner
Erişim Tarihi: 11.11.24

- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 105-120.
- Güler, E. Ö., Veysikarani, D., & Keskin, D. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 1-13.
- Güler, E.Y. (2021). Türkiye’de E-Spor: E-Spor Sporcularının Dijital Bağımlılık Ve Saldırganlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Gazi Üniversitesi / Sağlık Bilimleri Enstitüsü: Ankara.
- Güler, Ş. ve Sezgin, M. (2020). Benlik saygısı ve e-katılım ilişkisi: Twitter ekseninde akademisyenlere yönelik bir uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 49, 413-438.
- Güler, Ş., ve Sezgin, M. (2019). Twitter’da siyasal katılım ölçeği (TSKÖ). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 517-530.
- Gümüş, S. (2020). Ayrı ama Eşit’: Amerika Birleşik Devletleri’nde Irkçılık ve Eğitime Yansımaları. insan toplum Editöre Mektup.
- Günay, D. (2002). Sanayi ve sanayi tarihi. *Mimar ve Mühendis Dergisi*, 31(2002), 8-14.
- Güngör, Ö., Günay, D. A., Turan, E. S. ve Alp, Ö. (2022). İskenderiye Kütüphanesinin Tarihi Serüveni ve Akıbeti. *Takvim-i vekayi*, 10(1), 103-124.
- Günindi, Y., Tezel Şahin, F., & Demircioğlu, H. (2012). Functions of the family: Family structure and place of residence.
- Günüç, S., ve Kayri, M. (2010). Türkiye’de internet bağımlılık profili ve internet bağımlılık ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 220-232.
- Gür, Z. B., & Duman, S. N. (2024). Dijital Okuryazarlık ile İlgili Tezlerin Sistematiik Derlemesi. *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi*, 8(1), 126-137.
- GWI (2024). Daily social media use <https://www.gwi.com/> Erim tarihi: 19.11.24
- Habermas, J. (2018). Kamusalığın Yapısal Dönüşümü, (Çev. Bora, T. ve Sancar, M). İstanbul:İletişim Yayınları.
- Hagedoorn, J., Carayannis, E., & Alexander, J. (2001). Strange bedfellows in the personal computer industry: technology alliances between IBM and Apple. *Research Policy*, 30(5), 837-849.
- Haggart, B. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power, S. Zuboff (2018). *journal of digital media & policy*, 10(2), 229-243.

- Hahs-Vaughn, D. L. and Lomax, R. G. (2013). *An introduction to statistical concepts*. London: Routledge
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Hajli, N., Shirazi, F., Tajvidi, M., & Huda, N. (2021). Towards an understanding of privacy management architecture in big data: an experimental research. *British Journal of Management*, 32(2), 548-565.
- Hallaq, W. B. (2009). *An introduction to Islamic law*. Cambridge University Press.
- Halston, A., Iwamoto, D., Junker, M., & Chun, H. (2019). Social media and loneliness. *International journal of psychological studies*, 11(3), 27-38.
- Hanlon, A., & Jones, K. (2023). Ethical concerns about social media privacy policies: do users have the ability to comprehend their consent actions?. *Journal of Strategic Marketing*, 1-18.
- Hansen, M. H. (Ed.). (1993). *The Ancient Greek city-state: symposium on the occasion of the 250th anniversary of the Royal Danish Academy of Sciences and Letters, July, 1-4 1992* (Vol. 1). Kgl. Danske Videnskabernes Selskab.
- Harnum, S., & Pinariya, Y. (2023). *The effect of parents' digital literacy on sharenting practices and children's privacy on Instagram*. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 10(2), 102–118.
- Haryanti, S., & Rusfian, E. Z. (2018). Government public relations and social media: bridging the digital divide on people with social welfare problems. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 22(2), 128-145.
- Hawi, N. S., Samaha, M., & Griffiths, M. D. (2019). The digital addiction scale for children: Development and validation. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(12), 771-778.
- He, G., Leurs, K., & Li, Y. (2022). Researching motherhood in the age of short videos: Stay-at-home mothers in China performing labor on Douyin. *Media and Communication*, 10(3), 273-289.
- Helsper, E. (2021). The digital disconnect: The social causes and consequences of digital inequalities.
- Hermalin, N., and Regier, T. (2019). Efficient use of ambiguity in an early writing system: Evidence from Sumerian cuneiform. In *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society* (Vol. 41).
- Hesse, M. (2006). What does addiction mean to me. *Mens sana monographs*, 4(1), 104.

- Hickey, B. A., Chalmers, T., Newton, P., Lin, C. T., Sibbritt, D., McLachlan, C. S., ... & Lal, S. (2021). Smart devices and wearable technologies to detect and monitor mental health conditions and stress: A systematic review. *Sensors*, 21(10), 3461.
- Hocevar, K. P., Flanagan, A. J., & Metzger, M. J. (2014). Social media self-efficacy and information evaluation online. *Computers in Human Behavior*, 39, 254-262.
- Holtzblatt, L., Drury, J. L., Weiss, D., Damianos, L. E., & Cuomo, D. (2013). Evaluating the uses and benefits of an enterprise social media platform. *Journal of Social Media for Organizations*, 1(1), 1-21.
- Horwitz, M. J. (1981). History of the public/private distinction. *U. Pa. L. Rev.*, 130, 1423.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of psychosocial research on cyberspace*, 13(1).
- Houghton, D. J., & Joinson, A. N. (2014). Privacy, social network sites, and social relations. In *Human Services in the Network Society* (pp. 77-97). Routledge.).
- House, P. R. (2012). *Old Testament Theology*. InterVarsity Press.
- Hödl, T., & Myrach, T. (2023). Content creators between platform control and user autonomy: the role of algorithms and revenue sharing. *Business & Information Systems Engineering*, 1.
- Huxley A. (2021) – *Cesur Yeni Dünya*. çev. (Tosun, Ü.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Instagram (2025). Instagram hakkında <https://about.instagram.com/> erişim tarihi: 12.01.2025
- Irawati, I., Kistan, K., & Basri, M. (2023). The Effect of the Duration of Social Media Use on the Incidence of Student Insomnia. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 12(1), 176-182.
- Irmak, Y. A. ve Erdoğan, S. (2016). Ergen ve genç erişkinlerde dijital oyunbağımlılığı: güncel bir bakış. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 27(2), 128-137
- İbrahim, A. K. (2021). Evolution of the Web: from Web 1.0 to 4.0. *Qubahan Academic Journal*, 1(3), 20-28.
- İnce, M., & Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- Jafar, Z., Quick, J. D., Rimányi, E., & Musuka, G. (2024). Social media and digital inequity: Reducing health inequities by closing the digital divide. *International journal of environmental research and public health*, 21(11), 1420.

- Jahagirdar, V., Rama, K., Soppari, P., & Kumar, M. V. (2021). Mobile phones: Vital addiction or lethal addiction? Mobile phone usage patterns and assessment of mobile addiction among undergraduate medical students in Telangana, India. *Journal of Addiction*, 2021(1), 8750650.
- Jan, M., Soomro, S., & Ahmad, N. (2017). Impact of social media on self-esteem. *European Scientific Journal*, 13(23), 329-341.
- Jordaan, Y., & Van Heerden, G. (2017). Online privacy-related predictors of facebook usage intensity. *Computers In Human Behavior*, 70, 90-96.
- Joshi, R., Pavithra, N., & Singh, C. K. (2022). Internet an integral part of human life in 21st century: a review. *Current Journal of Applied Science and Technology*, 41(36), 12-18.
- Jourard, S. M. (1966). Some psychological aspects of privacy. *Law & Contemp. Probs.*, 31(2), 307.
- Kalan, Ö. G. (2010). Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* | *Istanbul University Faculty Of Communication Journal*, 1(39), 59-73.
- Kale, H. (2019). *Lise öğrencilerinde sosyal medya kullanım amacı ile yalnızlık, zaman yönetimi, iletişim becerisi ve psikolojik iyi olma arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Kamboj, S. (2020). Applying uses and gratifications theory to understand customer participation in social media brand communities: Perspective of media technology. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(1), 205-231.
- Kant, I. (2012). *Groundwork of the metaphysics of morals* (M. Gregor & J. Timmermann, Çev.). Cambridge University Press. (Orişinal alışma 1785'te yayımlandı).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaplan, B. ve Aksel, E. ř. (2013). Ergenlerde bağlanma ve saldırganlık davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Nesne Psikoloji Dergisi (NPD)*, 1(1,) 20-49.
- Kaplan, İ. (2017). Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*
- Karaaslan, A. İ. (2015). Dijital oyunlar ve dijital şiddet farkındalığı: ebeveyn ve çocuklar üzerinde yapılan karşılaştırmalı bir analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(369), 806-818
- Karahisar, T., & Hayır, C. (2023). Sosyal medya ile değişen mahremiyet: Z kuşağındaki öğrencilerin mahremiyet algısı üzerine bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 157-170.

- Karakoç, E., Yıldız, M. A., & Dağcı, A. (2020). Eşler arası dijital ilgisizlik (phubbing) ile evlilik doyumu arasındaki ilişkide benlik saygısının aracı rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(76), 2031–2046. <https://doi.org/10.17755/esosder.731168>
- Karaman, H., Çağrı, M., Dönmez, İ. K., & Gümüş, S. (2016). *Diyanet İslam ansiklopedisi* (Cilt 27). Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Karasar, N. (1984). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Hacettepe Taş Kitapçılık.
- Karasar, N. (2016). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karataş, K. (2001). Toplumsal değişme ve aile. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 12(2), 89-98.
- Karataşlıoğlu, R. E., ve Özkanal, B. (2023). Digital Burnout in distance education process: investigation of secondary school teachers' opinions. *Journal of Advanced Education Studies*, 5(2), 319–341. <https://doi.org/10.48166/ejaes.1353517>
- Kars, B. G. (2010). Şiddet içerikli bilgisayar oyunlarının çocuklarda saldırganlığa etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Kaya, A. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile mahremiyet algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Klinik Psikoloji Anabilim Dalı.
- Kaya, Z. ve Vangölü, M. S. (2023). Lise Öğrencilerinin Dijital Bağımlılık ve İyi Oluş Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *E-International Journal of Educational Research*, 14(1).
- Kayri, M. ve Günüş, S. (2009). İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 42(1), 157-175.
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International journal of adolescence and youth*, 25(1), 79-93.
- Kesici, A., & Tunç, N. F. (2018). The Development of the Digital Addiction Scale for the University Students: Reliability and Validity Study. *Universal Journal of Educational Research*, 6(1), 91-98.
- Khan, M. A. R. (1946). *Muslim Contribution to Science and Culture*. Idarah-i Adabiyat-i Delli.
- Khang, H., Kim, J. K., & Kim, Y. (2013). Self-traits and motivations as antecedents of digital media flow and addiction: The Internet, mobile phones, and video games. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2416-2424. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.027>

- Kıcık, N. (2023). Kentsel Tarımın Derin Ekoloji Kapsamında İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 175-186.
- Kır, İ. (2011). Toplumsal bir kurum olarak ailenin işlevleri. *Elektronik sosyal bilimler dergisi*, 10(36), 381-404.
- Kırık A M (2014) Ail eve Çocuk İlişkisinde İnternetin Yeri: Nitel Bir Araştırma, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 3(1), 337-347.
- Kırık A., Arslan A, Çetinkaya A, Gül M. (2015). A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey, *International Journal of Science Culture and Sport*3(3): 108-122.
- Kligienė, S. N. (2012). Digital footprints in the context of professional ethics. *Informatics in Education-An International Journal*, 11(1), 65-79.
- Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling. London: Guilford publications.
- Koca, E. B., & Tunca, M. Z. (2019). İnternet ve sosyal medya bağımlılığının öğrencilerin performanslarına etkileri üzerine bir yazın taraması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 33-53.
- Koçak, H. ve Köse, Z. (2014). Ergenlerin bilgisayar oyunu oynama alışkanlıkları ve sosyalleşme süreçleri üzerine bir araştırma:Kütahya ili örneği.
- Kolek, E. A., & Saunders, D. (2008). Online disclosure: an empirical examination of undergraduate facebook profiles. *National Association of Student Personnel Administrators Journal*, 45(1), 1-25.
- Kollmann, T., Lomberg, C., & Peschl, A. (2016). Web 1.0, Web 2.0, and Web 3.0: The development of e-business. In *Encyclopedia of e-commerce development, implementation, and management* (pp. 1139-1148). IGI Global.
- Korkmaz, Ö., Vergili, M., & Karadaş, E. (2021). Çevrimiçi Mahremiyet Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlilik ve Geçerlilik Çalışması. *Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 297-311.
- Korn, F. (2013). *Elementary structures reconsidered: Lévi-Strauss on kinship*. Routledge.
- Kozlov, P., Akram, A., & Shamo, P. (2024). Fuzzy approach for audio-video emotion recognition in computer games for children. *Procedia Computer Science*, 231, 771-778.
- Köknel, Ö. (2001). Alkol ve madde bağımlılığı altkültürü. *Bağımlılık Dergisi*, 2(2), 71-76.

- Köksal, Y. (2015). İnternet bağımlılığı ile internetten alışveriş ilişkisi üzerine bir incelenme; Üniversite öğrencileri uygulaması. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(12), 117-130.
- Krasnova, H., Widjaja, T., Buxmann, P., Wenninger, H., & Benbasat, I. (2015). Research note—why following friends can hurt you: an exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users. *Information systems research*, 26(3), 585-605.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Krishnamurthy, B., & Wills, C. E. (2006, October). Generating a privacy footprint on the internet. In *Proceedings of the 6th ACM SIGCOMM conference on Internet measurement* (pp. 65-70).
- Kruck, S. E., Gottovi, D., Moghadami, F., Broom, R., & Forcht, K. A. (2002). Protecting personal privacy on the Internet. *Information Management & Computer Security*, 10(2), 77-84.
- Kubey, R., and Csikszentmihalyi, M. (2002). Television addiction is no mere metaphor. *Scientific American*, 286(2), 74-80.
- Kumar, P. C., & Schoenebeck, S. (2015). *The modern day baby book: Enacting good mothering and stewarding privacy on Facebook*. Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '15), 467–476.
- Kurt, A. A., Küçük, B., Boynukara, M., ve Odabaşı, F. (2021). Dijital Çelinme: Bir Kavram Çalışması. Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama, 11(1), 48-64. <https://doi.org/10.17943/etku.691399>
- Kushlev, K., & Leita, M. R. (2020). *The effects of smartphones on well-being: Theoretical integration and research agenda*. *Current opinion in psychology*, 36, 77-82.
- Kuss, D. J. and Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(3), 311.
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D. and Binder, J. F. (2013). Internet addiction in students: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 959-966. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.024>
- Kuss, D.J. and Griffiths, M.D. (2012) Online gaming addiction in children and adolescents: A review of empirical research. *J Behav Addict*, 1(1): 3-22.
- Kütükoğlu, E. (2019). Sosyal Medyadaki Mahremiyet Algısının Belirlenmesi: X, Y ve Z Kuşakları Üzerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

- Lacohée, H., Wakeford, N., and Pearson, I. (2003). A social history of the mobile telephone with a view of its future. *BT Technology Journal*, 21(3), 203-211.
- Langton, C. E., & Berger, L. M. (2011). Family Structure and Adolescent Physical Health, Behavior, and Emotional Well-Being. *Social Service Review*, 85(3).
- Larreina-Morales, M. E., and Mangiron, C. (2024). Audio description in video games? Persons with visual disabilities weigh in. *Universal Access in the information Society*, 23(2), 577-588.
- Latif, M. Z., Hussain, I., Saeed, R., Qureshi, M. A. and Maqsood, U. (2019). Use of smart phones and social media in medical education: trends, advantages, challenges and barriers. *Acta informatica medica*, 27(2), 133.
- Leclercq-Vandelannoitte, A. (2023). The panopticon, an emblematic concept in management and organization studies: Heaven or hell?. *International Journal of Management Reviews*, 25(1), 52-74.
- Lee, K., & Attablayo, P. (2023). Examining the impacts of privacy awareness on user's self-disclosure on social media. *arXiv preprint arXiv:2303.07927*.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Psychosocial causes and consequences of pathological gaming. *Computers in human behavior*, 27(1), 144-152.
- Lennon, A. , Oviedo-Trespalcacios, O. , & Matthews, S. (2017). Pedestrian self-reported use of smart phones: Positive attitudes and high exposure influence intentions to cross the road while distracted. *Accident Analysis & Prevention*, 98, 338–347. doi:10.1016/j.aap.2016.10.028
- Levi-Strauss, C. (1969). *The Elementary Structures of Kinship*. Beacon Press.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., and Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of applied research in memory and cognition*, 6(4), 353-369.
- Lewis, K., Kaufman, J., & Christakis, N. (2008). The taste for privacy: An analysis of college student privacy settings in an online social network. *Journal of computer-mediated communication*, 14(1), 79-100.
- Liang, J. M., Su, W. C., Chen, Y. L., Wu, S. L., & Chen, J. J. (2019). Smart interactive education system based on wearable devices. *Sensors*, 19(15), 3260.
- Liew, E. J., Vaithilingam, S., & Nair, M. (2014). Facebook and socio-economic benefits in the developing world. *Behaviour & Information Technology*, 33(4), 345-360.
- LinkedIn (2024) LinkedIn Basın odası. Hakkımızda /İstatistikler 2024 About linkedin. *LinkedIn Corporation*. <https://news.linkedin.com/about-us#Statistics> Erişim Tarihi 12.11.24

- Liu, D., Liu, X., & Wu, S. (2022, June). A literature review of diffusion of responsibility phenomenon. In *2022 8th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2022)* (pp. 1806-1810). Atlantis Press.
- Liu, J., Rasidi, M. H., Lee, Y. L., & Said, I. (2022). Watching TikTok Live Streaming: A Data Collection for Public Life Study in Hutong. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 17(6).
- Locke, J. (1988). *Two treatises of government*. Cambridge University Press. (Orijinal çalışma 1689'da yayımlandı).
- Long, K. Y., Shanmugam, K., & Rana, M. E. (2023, January). An evaluation of smartwatch contribution in improving human health. In *2023 17th International Conference on Ubiquitous Information Management and Communication (IMCOM)* (pp. 1-4). IEEE.
- Lozano-Blasco, R., Robres, A. Q., & Sánchez, A. S. (2022). Internet addiction in young adults: A meta-analysis and systematic review. *Computers in Human Behavior*, 130, 107201.
- Luo, J., Xu, J., Lin, Y., & Chen, Q. (2025). Understanding the complex network of anxiety, depression, sleep problems, and smartphone addiction among college art students using network analysis. *Frontiers in Psychiatry*, 16, 1533757.
- Lyotard, J.-F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. University of Minnesota-Press.
- Macit, H. (2019). *Marmara bölgesinde sosyal medya bağımlılığı bulunan bireylerin psikolojik semptomlarının incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Macit, H. B., Macit, G., and Güngör, O. (2018). A research on social media addiction and dopamine driven feedback. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty*, 5(3), 882-897.
- Malkoç, B. (2001). İletişim şekilleri ile evlilik uyumu arasındaki ilişki. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Manga, M. (2018). Ekonomik büyüme, sanayileşme ve orta gelir tuzağı ilişkisi: İnovasyon temelli çıkış stratejileri üzerine ampirik analizler.
- Marasli, M., Suhendan, E., & Griffiths, M. D. (2023). *Sharenting in the digital age: Parental disclosure and children's privacy on social media*. *Journal of Children and Media*, 17(1), 92–107. <https://doi.org/10.1080/17482798.2022.2046853>
- Margulis, S. T. (2003). Privacy as a social issue and behavioral concept. *Journal of Social Issues*, 59(2), 243-261.

- Markos, E., Labrecque, L. I. and Milne, G. R. (2012). Web 2.0 and Consumers' Digital Footprint Managing Privacy and Disclosure Choices in Social Media. In *Online consumer behavior* (pp. 157-182). Routledge.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). *Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media*. New Media & Society, 16(7), 1051-1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>
- McGuire, L. (2012). Secrets among spouses: marital privacy in cicero's letters, ss. Revealing privacy, debating the understandings of privacy. Carucci, M. (Ed.) içinde 45-60. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH
- McLuhan, M. (2020). Global Köy: 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler (Çev. Düzgören, Ö. B.) İstanbul: Scala Yayıncılık
- Mefolere, K. F. (2016). WhatsApp and information sharing: Prospect and challenges. *International Journal of Social Science and Humanities Research*, 4(1), 615-625.
- Méndez, F. (2009). La Web 1.0 y 2.0. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*, 25(25), 132.
- Meral, K. Z. (2021). Social media short video-sharing TikTok application and ethics: data privacy and addiction issues. In *Multidisciplinary approaches to ethics in the digital era* (pp. 147-165). IGI Global.
- Meraz, S. (2011). The fight for 'how to think': Traditional media, social networks, and issue interpretation. *Journalism*, 12(1), 107-127.
- Meta (2024) Facebook / Instagram hesabınız için minimum yaş sınırı belirleme. <https://tr-tr.facebook.com/business/help/413429489599693?id=419087378825961> Erişim tarihi 11.11.24
- Mihailidis, P. (2015). Digital curation and digital literacy: Evaluating the role of curation in developing critical literacies for participation in digital culture. *E-learning and Digital Media*, 12(5-6), 443-458.
- Milan, S., & Barbosa, S. (2020). Enter the WhasApper: Reinventing digital activism at the time of chat apps. *Journal of Digital Social Research*, 2(3), 1-27.
- Milgram, S. (1970). *The experience of living in cities*. Science, 167(3924), 1461-1468. <https://doi.org/10.1126/science.167.3924.1461>
- Mill, J. S. (1859). *On liberty*. John W. Parker and Son.
- Mills, E. C., Savage, E., Lieder, J., & Chiu, E. S. (2020). Telemedicine and the COVID-19 pandemic: are we ready to go live?. *Advances in skin & wound care*, 33(8), 410-417.

- Milne, G. R., Rohm, A. J., & Bahl, S. (2004). Consumers' protection of online privacy and identity. *Journal of Consumer Affairs*, 38(2), 217-232.
- Mobasheri, M. H., Johnston, M., Syed, U. M., King, D., & Darzi, A. (2015). The uses of smartphones and tablet devices in surgery: a systematic review of the literature. *Surgery*, 158(5), 1352-1371.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A. B., Jaafar, N. I. B., & Kasem, N. (2017, July). Facebook and YouTube addiction: The usage pattern of Malaysian students. In *2017 international conference on research and innovation in information systems (ICRIIS)* (pp. 1-6). IEEE.
- Molina Moreno, P., Fernández Gea, S., Molero Jurado, M. D. M., Pérez-Fuentes, M. D. C., & Gázquez Linares, J. J. (2024). The role of family functionality and its relationship with psychological well-being and emotional intelligence in high school students. *Education Sciences*, 14(6), 566.
- Mollaoğlu, M., Hastaoğlu, F., Başer, E. ve Mollaoğlu, S. (2019). Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım özellikleri ve tutumlarının incelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4(2), 157-166.
- Montag, C., Yang, H. ve Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Montesquieu. (1989). *The spirit of the laws* (A. Cohler, B. Miller, & H. Stone, Çev.). Cambridge University Press. (Orijinal çalışma 1748'de yayımlandı).
- Moran, J. C. (1971). The development of the printing press. *Journal of the Royal Society of Arts*, 119(5177), 281-293.
- Morris, I. (1987). *Burial and ancient society: the rise of the Greek city-state*. Cambridge University Press.
- Morsi, N., Sá, E., and Silva, J. (2025). Walking away: Investigating the adverse impact of FOMO appeals on FOMO-prone consumers. *Business Horizons*, 68(2), 197-212.
- Murdock, G. P. (1949). *Social Structure*. The Macmillan Company.
- Mübeccel, K. (1984). "Büyük Kent ve Değişen Aile". In N. Erder (Ed.), *Türkiye'de Ailenin Değişimi: Toplumbilimsel İncelemeler* (pp. 69–78). Ankara: Türk Sosyal Bilimler Derneği.
- Müller, H., Gove, J. L., Webb, J. S., & Cheang, A. (2015, December). Understanding and comparing smartphone and tablet use: Insights from a large-scale diary study. In *Proceedings of the annual meeting of the Australian special interest group for computer human interaction* (pp. 427-436).

- Nadeem, A., & Ahmed, S. (2022). Understanding the Tik Tok addiction among young adults. *New Horizons*, 16(02), 25-50.
- Nakirikanti, T. (2025). Social Media as a Behavioral Dopamine Agonist: Implications for Addiction and Neurological Health. *Available at SSRN 5284412*.
- Nandiraju, A., & Verma, A. (2023). Mitigating Social Media-Induced Dopamine Loops through Machine Learning. *Available at SSRN 4977488*.
- NapoleonCat, (2024). Instagram users in Turkey. https://stats.napoleoncat.com/instagram-users-in-turkey/2024/06/?utm_source=chatgpt.com E.T. 12/12/24.
- Nath, K., Dhar, S. and Basishta, S. (2014, February). Web 1.0 to Web 3.0-Evolution of the Web and its various challenges. In *2014 International Conference on Reliability Optimization and Information Technology (ICROIT)* (pp. 86-89). IEEE.
- Nazlı, S. (2009) Aile Danışmanlığı (5.baskı). Ankara: Anı Yayıncılık
- Nemati, H., Wall, J. D. and Chow, A. (2014). Privacy coping and information-sharing behaviors in social media: a comparison of Chinese and US users. *Journal of Global Information Technology Management*, 17(4), 228-249.
- Newell, P. B. (1995). "Perspectives on Privacy". *Journal of Environmental Psychology*, 15, 87-104.
- Nguyen, T. H., Lin, K. H., Rahman, F. F., Ou, J. P., & Wong, W. K. (2020). Study of depression, anxiety, and social media addiction among undergraduate students
- Nirun, N. (1994). Sistematik Sosyoloji Yönünden Aile ve Kültür. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
- Nissenbaum, H. (2004). Privacy as contextual integrity. *Washington Law Review*, 79(1), 119–157..
- Nurse, J. R., Williams, N., Collins, E., Panteli, N., Blythe, J., & Koppelman, B. (2021, July). Remote working pre-and post-COVID-19: an analysis of new threats and risks to security and privacy. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 583-590). Cham: Springer International Publishing.
- O'Hara, K., et al. (2022). The quantified self: Fundamental disruptions in identity and sociality. *Journal of Information Technology*, 37(2), 123-142.
- Oakley, A. (1974). *The Sociology of Housework*. Pantheon Books.
- Obee, J. (2012). *The Ultimate Teen Guide*, Toronto: The Scarecrow Press.
- Oberlo (2024). Instagram Age Demographics (2024) / Glabal Instagram User by Age <https://www.oberlo.com/statistics/instagram-age-demographics> E.T. 14/11/24

- Oeldorf-Hirsch, A., & Sundar, S. S. (2015). Posting, commenting, and tagging: Effects of sharing news stories on Facebook. *Computers in human behavior*, 44, 240-249.
- Okumuş, M., and Atılğan, S. S. (2021). Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerileri ile dijital mahremiyet kaygısı arasındaki ilişki. *TRT Akademi*, 6(12), 342-363.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. <https://www.learntechlib.org/p/216454/>
- Oren, A., and Ben-Ari, A. (2020). Between abnormal “otherness” to groundbreaking “uniqueness”: The family-construction process of the GLBT family. *Journal of Homosexuality*, 67(11), 1603-1624.
- Ortaylı, İ. (1980). Anadolu'da XVI. Yüzyılda Evlilik İlişkileri Üzerine Bazı Gözlemler. *Osmanlı Araştırmaları*, 1(01).
- Orwell G. (2019). – 1984 (Nineteen Eighty-four) çev. (Üster C.) İstanbul: Can yayınları
- Ostic, D., Qalati, S. A., Barbosa, B., Shah, S. M. M., Galvan Vela, E., Herzallah, A. M., & Liu, F. (2021). Effects of social media use on psychological well-being: a mediated model. *Frontiers in psychology*, 12, 678766.
- Oxford English Dictionary. (2022). *Privacy*. Oxford University Press. <https://www.oed.com>
- Ögel, K. (2020). İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Özdemir, M. (2019). Dijital çağda özel hayatın gizliliği hakkı. *Hukuk ve Adalet Dergisi*, 16(3), 25–44.
- Özgen, H. (2017). Çocukluk Çağı Ruhsal Travmalarının Ebeveyn Tutumları Üzerindeki Yordayıcılığı. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özkalp, E., Arıcı, H. ve Bayra, R. (2007). *Davranış Bilimlerine Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. (Yayın No: 1732)
- Özkes, D. K. (2023). Sosyal Medya Uygulamalarında Dijital Mahremiyet Farkındalığının Ölçülmesi (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi). Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çorum.
- Öztürk, G. and Öymen, G. (2013). Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Stratejik Önemi: Türkiye’de Kalp Sağlığı ile İlgili Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Üzerine Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Özel Sayı 3, 109-131.

- Pala, İ. (2019). Türkiye’de Kentleşme Tecrübesiyle Dindar Kadının Değişen Mahremiyet Algısı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Palmer, K. (2016). New E-tools to make your life easier: stay organized at home with these digital time-savers. *AARP The Magazine*, 59(6), 22-26.
- Panova, T. and Carbonell, X. (2018). Is smartphone addiction really an addiction?. *Journal of behavioral addictions*, 7(2), 252-259.
- Panova, T. And Lleras, A. (2016). Avoidance or boredom: Negative mental health outcomes associated with use of Information and Communication Technologies depend on users’ motivations. *Computers in Human Behavior*, 58, 249-258.
- Parsons, T. (1955). *The American Family: Its Relations to Personality and to the Social Structure*. In T. Parsons & R. F. Bales (Eds.), *Family, Socialization and Interaction Process*. Free Press.
- Pennycook, G., and Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in cognitive sciences*, 25(5), 388-402.
- Pereira, A., Miller, T., Huang, Y. M., Odell, D., & Rempel, D. (2013). Holding a tablet computer with one hand: effect of tablet design features on biomechanics and subjective usability among users with small hands. *Ergonomics*, 56(9), 1363-1375.
- Petronio, S. (1994). Privacy binds in family interactions: The case of parental privacy invasion. W. R. Cupach ve B. H. Spitzberg (Ed.). LEA's communication series. The dark side of interpersonal communication (1. Baskı) içinde (241–257). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. State University of New York Press.
- Petronio, S. (2008). *Communication privacy management theory*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pew Araştırma Merkezi, (2024). Social Media Fact Sheet <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/> Erişim tarihi: 12.11.24.
- Pew Research Center. (2022). Americans and privacy: Concerned, confused and feeling lack of control over their personal information.
- Piazza, J. A. (2022). Fake news: The effects of social media disinformation on domestic terrorism. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 15(1), 55-77.
- Pirwani, N., and Szabo, A. (2024). Could physical activity alleviate smartphone addiction in university students? A systematic literature review. *Preventive Medicine Reports*, 42, 102744.

- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in human behavior*, 62, 155-167.
- Plutarch. (1949). *Lives of demosthenes and Cicero*. Edited by G.P. Goold, translated by B. Perrin, Cambridge: Harvard University Press.
- Pomeroy, S. B., Burstein, S. M., Donlan, W., Roberts, J. T., Tandy, D. W., & Tsouvala, G. (1999). *Ancient Greece: a political, social, and cultural history* (pp. 269-70). New York: Oxford University Press.
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C. and Alt, M. A. (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey. *Current issues in Tourism*, 25(5), 823-843.
- Pop-Iliev, R., Nokleby, S. and Platanitis, G. (2008). Evaluating the Impact of Tablet Computers on Design Engineering. *Proceedings of the Canadian Engineering Education Association (CEEAA)*.
- Poyraz, H. (2020). “Mahremiyet, Mahrumiyet, Hürriyet”. N. Şişman (ed.). içinde Mahremiyet Hayatın Sırları ve Sınırları. (s.21-33). İnsan Yayınları: İstanbul.
- Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., and James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults. *Computers in human behavior*, 69, 1-9.
- Pustikayasa, I. M. (2019). Grup whatsapp sebagai media pembelajaran. *Widya Genitri: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan Hindu*, 10(2), 53-62.
- Ra, C. K., Cho, J., Stone, M. D., De La Cerda, J., Goldenson, N. I., Moroney, E., ... & Leventhal, A. M. (2018). Association of digital media use with subsequent symptoms of attention-deficit/hyperactivity disorder among adolescents. *Jama*, 320(3), 255-263.
- 2.1. Akıllı Cihaz Bağımlılıkları (Akıllı telefon, tablet vs.)
- Radesky, J. S., Weeks, H. M., Ball, R., Schaller, A., Yeo, S., Durnez, J., ... & Barr, R. (2020). Young children's use of smartphones and tablets. *Pediatrics*, 146(1).
- Raghuram, S., Wiesenfeld, B., & Garud, R. (2003). Technology enabled work: The role of self-efficacy in determining telecommuter adjustment and structuring behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 63(2), 180-198.
- Ragnedda, M. (2017). *The third digital divide: A Weberian approach to digital inequalities*. Routledge.
- Rajan, A. V., Nassiri, N., Akre, V., Ravikumar, R., Nabeel, A., Buti, M., & Salah, F. (2018). Virtual reality gaming addiction. *2018 Fifth HCT Information Technology Trends (ITT)*, 358-363.

- Raut, V., & Patil, P. (2016). Use of Social Media in Education: Positive and Negative impact on the students. *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 4(1), 281-285.
- Reed, E. (1975). *Woman's Evolution: From Matriarchal Clan to Patriarchal Family*. Pathfinder Press.
- Reeder, B. and David, A. (2016). Health at hand: A systematic review of smart watch uses for health and wellness. *Journal of biomedical informatics*, 63, 269-276.
- Regan, P. M., FitzGerald, G., and Balint, P. (2016). Generational views of information privacy?. In *Privacy and Security in the Digital Age* 26(1/2), (pp. 81-99). Routledge.
- Remolina, N., & Findlay, M. (2021). The paths to digital self-determination-A foundational theoretical framework. *SMU Centre for AI & Data Governance Research Paper*, (03).
- Riggsby, A. M. (1997). 'Public' and 'private' in Roman culture: the case of the cubiculum. *Journal of Roman Archaeology*, 10, 36-56.
- Riva, O. (2006, November). Contory: A middleware for the provisioning of context information on smart phones. In *ACM/IFIP/USENIX International Conference on Distributed Systems Platforms and Open Distributed Processing* (pp. 219-239). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Robles-Carrillo, M. (2024). Digital identity: an approach to its nature, concept, and functionalities. *International Journal of Law and Information Technology*, 32/2, eaae019. doi.org/10.1093/ijlit/eaae019
- Roessler, B. and Mokrosinska, D. (2013). Privacy and social interaction. *Philosophy & Social Criticism*, 39(8), 771-791.
- Rosenberg, J.M. (1969). *The Death of Privacy*, New York: Random House.
- Rosenberg, R. S. (1992). *The Social Impact of Computers*. London: Academic Press, Inc.
- Rostaminejad, M. A., zabet, hassan, ajam, aliakbar, ve Sadeghi, N. (2022). A grounded theory to students digital distraction. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4292721>
- Rostow, W. W. (1971). Sanayi Devrimi nasıl başladı. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 30(1-4).
- Rousseau, J. J. (1997). *The social contract and other later political writings* (V. Gourevitch, Çev.). Cambridge University Press
- Russell, A. (2011). *The definition of public space in Republican Rome* (Doctoral dissertation, UC Berkeley).

- Safko, L., & Brake, D. K. (2009). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Sağlam, H., & Turan, N. (2024). Investigation of nursing students' addiction to digital game play and associated factors. *BMC nursing*, 23(1), 563.
- Saheb, T., Cabanillas, F. J. L., & Higuera, E. (2022). The risks and benefits of Internet of Things (IoT) and their influence on smartwatch use. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 26(3), 309-324.
- Sakib, A. S., Mukta, M. S. H., Huda, F. R., Islam, A. N., Islam, T., & Ali, M. E. (2021). Identifying insomnia from social media posts: psycholinguistic analyses of user tweets. *Journal of medical Internet research*, 23(12), e27613.
- Salazar, M., & Woodward, B. (2017). With Great Data, Comes Great Responsibility: University Students'perceptions On Data Privacy. *Issues in Information Systems*, 18(1)-191.
- Sami, Ş. (1899). *Kamus-ı Türkî*. İstanbul: İkdâm Matbaası. (Tıpkıbasım: TDK Yayınları, 2006) Erişim adresi: <https://www.ottomanlexicons.com> E.T. 15/11/24.
- Sanders, M. R. and Morawska, A. (Eds.). (2018). *Handbook of parenting and child development across the lifespan* (pp. 3-26). Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Sántha, Á. (2018). Deborah Lupton: Digital health. Critical and cross-disciplinary perspectives. *Acta Universitatis Sapientiae, Social Analysis*, (8), 109-112.
- Saritepeci, M. (2021). Multiple screen addiction scale: Validity and reliability study. *Instructional Technology and Lifelong Learning*, 2(1), 1-17.
- Savcı, M. & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.
- Sayan, H., ve Yıldız, N. G. (2021). COVID-19 Süreci ile Eğitimde Paradigma Dönüşümü: Etkili Uzaktan Eğitim Sistemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 3(5), 257-282
- Scheidel, W. (2009). Disease and death in the ancient city of Rome. *Princeton/Stanford Working Papers in Classics*.
- Schiefsky, M. (2012). The creation of second-order knowledge in ancient Greek science as a process in the globalization of knowledge. *The globalization of knowledge in history*, 1, 5.
- Schradie, J. (2018). The digital activism gap: How class and costs shape online collective action. *Social Problems*, 65(1), 51-74.

- Scott, D.M (2010) *The New Rules of Marketing and PR*, John Wiley and Sons, New Jersey.
- Seabrook, E. M., Kern, M. L., & Rickard, N. S. (2016). Social networking sites, depression, and anxiety: A systematic review. *JMIR Mental Health*, 3(4), e50.
- Sealey, R. (1976). *A History of the Greek city States, 700-338 BC* (Vol. 165). Univ of California Press.
- Sehnálek, D. (2023). Sharenting and Children's Privacy Protection in International, EU, and Czech Law: Parents, Stop Sharing! Thank You, Your Children. *CEJCL*, 4, 111.
- Sehrawat, A. (2023). Exploring the China-Pakistan Alliance and India-China Relations in Contemporary Geopolitics.
- Semerci, A. (2019). Nomophobia as the predictor of secondary school students' smartphone addiction. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 8(3), 947-965.
- Sencer, M., Irmak, Y., (1984), *Toplumbilimlerinde Yöntem*, 2. Baskı, İstanbul: Say Yayınları
- Seneviratne, S., Hu, Y., Nguyen, T., Lan, G., Khalifa, S., Thilakarathna, K., ... & Seneviratne, A. (2017). A survey of wearable devices and challenges. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 19(4), 2573-2620.
- Sepetci, N. (2017). Sosyal Medyada Mahremiyet Algısının Çöküşü: Instagram Örneği. Marmara Üniversitesi: Yayımlanmamış yüksek lisans tezi.
- Sezgin, M. ve Şimşek, İ. (2019). Bireyin sıkıntıya dayanması üzerine sosyal medyanın rolü. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1259-1281.
- Shabahang, R., Shim, H., Aruguete, M. S., & Zsila, A. (2024). Oversharing on social media: Anxiety, attention-seeking, and social media addiction predict the breadth and depth of sharing. *Psychological reports*, 127(2), 513-530.
- Shahid, M. S., Batool, F., Khan, M., Ashraf, S. J., Jabeen, S., Shami, A. Z. A., ... & Khan, M. A. (2025). Online gaming addiction, narcissism, and cyberbullying perpetration among young pakistani adults: a comparative study. *Insights-Journal of Life and Social Sciences*, 3(2), 200-206.
- Shao, J., & Lee, S. (2020). The effect of chinese adolescents' motivation to use Tiktok on satisfaction and continuous use intention. *The Journal of the Convergence on Culture Technology*, 6(2), 107-115. doi: 10.17703/JCCT.2020.6.2.107
- Shatila, K., & Jalloul, S. (2022). Toward a digital technology perspective of entrepreneurship: the case of Small-Medium enterprises in Lebanon. In *Digital Technologies for Entrepreneurship in Industry 4.0* (pp. 69-88). IGI Global Scientific Publishing.

- Shensa, A., Sidani, J. E., Dew, M. A., Escobar-Viera, C. G., & Primack, B. A. (2018). Social media use and depression and anxiety symptoms: A cluster analysis. *American journal of health behavior*, 42(2), 116-128.
- Shu, K., Bhattacharjee, A., Alatawi, F., Nazer, T. H., Ding, K., Karami, M., & Liu, H. (2020). Combating disinformation in a social media age. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 10(6), e1385.
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International journal of computer applications technology and research*, 5(2), 71-75.
- Silverio-Fernández, M., Renukappa, S., & Suresh, S. (2018). What is a smart device?-a conceptualisation within the paradigm of the internet of things. *Visualization in Engineering*, 6(1), 1-10.
- Singh, M. (2020). Instagram marketing—The ultimate marketing strategy. *International Journal of Advance and Innovative Research*, 7(1), 379-382.
- Singh, S. (2025). X (Twitter) Statistics 2025: Active Users & Demographics. Demandsage. https://www.demandsage.com/twitter-statistics/?utm_source=chatgpt.com E.T. 11/02/25.
- Singleton, R. A., & Straits, B. C. (1999) Approaches to social research. 3. Edition. Oxford University Press: New York.
- Sixto-García, J., López-García, X., & Gómez de la Fuente, M. D. C. (2021). La mensajería instantánea como fuente informativa en la comunicación organizacional: WhatsApp Business en México y España. *Comunicación y sociedad*, 18.
- Smith, M. L. (Ed.). (2013). *The social construction of ancient cities*. Smithsonian Institution.
- Smith, M., Szongott, C., Henne, B., & Von Voigt, G. (2012, June). Big data privacy issues in public social media. In *2012 6th IEEE international conference on digital ecosystems and technologies (DEST)* (pp. 1-6). IEEE.
- Smith, P. H. (2009). Science on the move: Recent trends in the history of early modern science. *Renaissance Quarterly*, 62(2), 345-375.
- Soh, F., Smith, K., & Dhillon, G. (2022). The relationship between social capital and social media addiction: The role of privacy self-efficacy. *Australasian Journal of Information Systems*, 26.
- Solove, D. (2008). *Understanding Privacy*. Harvard University Press.
- Solove, D. J. (2012). *Nothing To Hide: The False Tradeoff Between Privacy And Security*. Yale University Press.

- Sönmez, F. ve Alacapınar, G. F. (2020) Örneklandırılmış Bilimsel Araştırma Yöntemleri. (8. Basım) Ankara: Anı Yayıncılık.
- Stacey, J. (1996). In the name of the family: Rethinking family values in the postmodern age. Beacon Press.
- Statista (2024). Leading Countries based on number of X (formerly Twitter) users as of April 2024 (in millions). Statista. <https://www.statista.com/> Erişim tarihi. 11.12.24
- Statista, (2024). Leading countries based on Instagram audience size as of January 2024 <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/> Erişim:13.11.24.
- Stieglitz, S., & Brockmann, T. (2013, January). The impact of smartphones on e-participation. In *2013 46th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1734-1742). IEEE.
- Suárez-Lantarón, B., Deocano-Ruiz, Y., García-Perales, N., & Castillo-Reche, I. S. (2022). The educational use of WhatsApp. *Sustainability*, 14(17), 10510.
- Sucu, İ. (2022). Sosyal Medyanın İletişimde Yalnızlığa Etkisi Ve Yan Pencere Filmi İncelemesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 17-30.
- Sultan, M., Scholz, C., & van den Bos, W. (2023). Leaving traces behind: Using social media digital trace data to study adolescent wellbeing. *Computers in Human Behavior Reports*, 10, 100281.
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive behaviors*, 114, 106699.
- Sutanto, J., Palme, E., Tan, C. H., & Phang, C. W. (2013). Addressing the personalizationprivacy paradox: An empirical assessment from a field experiment on smartphone users. *MIS Quarterly*, 37(4), 1141-1164.
- Suvankulov, F., Chi Keung Lau, M. and Ho Chi Chau, F. (2012). Job search on the internet and its outcome. *Internet Research*, 22(3), 298-317.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. *Folklor/ Edebiyat*, 21(83), 125-147.
- Şahin, E. K., and Muslu, G. K. (2024). Examination of the relationship between health promotion behavior and game addiction in adolescents. *Archives of Psychiatric Nursing*, 53, 42-50.
- Şahin, İ. (2014). Amerikan Hukukunda Kişi Hakları ile Kamu Yararlarının Dengelenmesine İlişkin İlkeler Ve Kamu Okullarında Yapılan Aramaların Hukuki Durumu. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, (2), 71-112.

- Şahin, O. ve Çapcıoğlu, İ. (2021). Toplumsal Gerçekliğin İnşasından ‘Büyük Veri’ye Bilginin Dönüştürücü Etkisi. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 32(3), 684-696.
- Şen, C. (2016). İslam Hukuku Açısından Mahremiyet-Zaman İlişkisine Mukayeseli Bir Bakış. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 927 - 946.
- Şener, A. ve Yücel, S. (2020). Sosyal medyanın Y kuşağı satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Bir literatür incelemesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (65), 265-284.
- Şener, S. (2021). Sosyal medyanın gençlerin düşünce ve değerlerine etkisi. *Akademik Platform İslami Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 529-553.
- Şimşek, İ. ve Güler, Ş. (2022). Seçmenlerin Empatik ve Özgeci Tutumlarının E-Katılım Davranışları Üzerinde Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(34), 589-602.
- Şimşek, T. (2019). Sosyal Medyada Mahremiyetin İfşası ‘İnstagram Örneği’. *Sosyolojik düşün*, 4(1), 10-24.
- Şişman, N. (2016). Yeni Medya Yeni İlmihal. *Nihayet*(14), 20-23.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (2015). Using multivariate statistics. (sixthed). Allyn & Bacon/Pearson Education. 6. Basımdan Çeviri: Mustafa Baloğlu, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Tan, S. (2024). How long do most people sleep globally – and which regions feel most sleep deprived? YouGov. <https://sg.yougov.com/> E.T. 12/11/24.
- Tang, J., & Liu, H. (2014). Feature selection for social media data. *ACM Transactions on Knowledge Discovery from Data (TKDD)*, 8(4), 1-27.
- Tanışık, S., & Bal, S. (2024). Dijital Mahremiyet ve Kurumsal Sorumluluk: Kişisel Verilerin Korunmasında İletişim Teknolojilerinin Kamusal Rolü. *Yeni Medya*, (16), 268-285.
- TDK (2024). Mahremiyet kelime anlamı Nedir? TDK. <https://sozluk.gov.tr/> E.T. 15/11/24.
- Tektaş N. (2014) Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Journal of History School (JOHS)*; 7(17): 851-870. <https://doi.org/10.14225/Joh474>
- Thomas, L., Orme, E., & Kerrigan, F. (2020). Student loneliness: The role of social media through life transitions. *Computers & Education*, 146, 103754.
- Thomas, P. A., Liu, H., and Umberson, D. (2017). Family Relationships and Well-Being. *Innovative Aging*. Family functioning and trait emotional intelligence among youth. (2018). *PubMed*.

- Thompson, J. B. (2011). Shifting boundaries of public and private life. *Theory, culture & society*, 28(4), 49-70.
- Thompson, S. A. and Warzel, C. (2022). Twelve million phones, one dataset, zero privacy. In *Ethics of data and analytics* (pp. 161-169). Auerbach Publications.
- Tiktok (2025) Tiktok hakkında. <https://www.tiktok.com/about?lang=tr-TR> E.T. 12/01/25.
- Tire, O. (2020). Geçmişten günümüze aile ve evlilik. İçinde Ed. (Dikici, E., Tire, O., Adıgüzel, S. Z.) *Aile ve Sosyoloji*. Eğitim Yayınevi. 7-30.
- Toksöz, M. R. (1999). Yeni bir medya türü olarak etkileşimli bilgisayar oyunları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Tolan, B. (1983). Toplum Bilimlerine Giriş. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Topaloğlu, O. ve Güngör, T. Ö. (2016). Orta Çağdan Günümüze Tüketim Kavramındaki Üslup Değişimleri. *Journal of International Social Research*, 9(44).
- Topino, E., Gori, A., Jimeno, M. V., Ortega, B., & Cacioppo, M. (2023). The relationship between social media addiction, fear of missing out and family functioning: a structural equation mediation model. *BMC psychology*, 11(1), 383.
- Toplu, D. B. (2000). Ortaçağ Avrupası'nda Kent Olgusu ve Kütüphanelerin Toplumsallaşma Süreci-I. *Türk Kütüphaneciliği*, 14(3), 294-316.
- Torous, J., Myrick, K. J., Rauseo-Ricupero, N., and Firth, J. (2020). Digital mental health and COVID-19: using technology today to accelerate the curve on access and quality tomorrow. *JMIR mental health*, 7(3), e18848.
- Torun, F., Akçay, A. ve Çoklar, A. N. (2015). Bilgisayar oyunlarının ortaokul öğrencilerinin akademik davranış ve sosyal yaşam üzerine etkilerinin incelenmesi, *Karaelmas Journal of Educational Sciences*, 3, 25-35
- Tosyalı, H., & Sütçü, C. S. (2016). Sağlık iletişiminde sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki etkileri. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 3-22.
- Tracy, K. W. (2012). Mobile application development experiences on Apple's iOS and Android OS. *Ieee Potentials*, 31(4), 30-34.
- Trepte ve Reinecke (2011). The Social web as a shelter for privacy and authentic living. S. Trepte ve L. Reinecke (Ed.). *Privacy Online içinde*. Hamburg: Springer, 61-75.
- Tucker, C. E. (2014). Social networks, personalized advertising, and privacy controls. *Journal of marketing research*, 51(5), 546-562.
- Tufekçi, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

- TUIK (2024). İstatistik Veri Portalı / Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2024. <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=cep%20telefonu>
- Turgur-Ünal, T. A. ve Deniz, L. (2015). Development of the Social Media Addiction Scale. *Online Academic Journal of Information Technology (AJIT-e)*, 6(21), 51-70.
- TÜİK (2024). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024. Türkiye İstatistik Kurumu: 27 Ağustos 2024. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2024-53492) E.T. 12/11/24.
- TÜİK (2025). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024. Türkiye İstatistik Kurumu: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2025-53925](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2025-53925)
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018b). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among US adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical psychological science*, 6(1), 3-17.
- Twenge, J. M., Martin, G. N., & Campbell, W. K. (2018a). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Emotion*, 18(6), 765.
- Uhls, Y. T., Ellison, N. B., & Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, 140(Supplement_2), S67-S70.
- Ulucanlı, B. (2020). *Aile Felsefesi: Ailede İnsan Haklarını Korumaya Yönelik Felsefi Bir Bakış. Bursa: Dora Yayıncılık
- UNICEF. (2021). *Early childhood development and family engagement*. Retrieved from <https://www.unicef.org> Erişim Tarihi: 01.10.2025
- United Nations. (2017). *Principles and recommendations for population and housing censuses: Revision 3* (ST/ESA/STAT/SER.M/67/Rev.3). United Nations Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/Series_M67rev3en.pdf E.T. 16/11/24.
- Utma, S. (2018). Mahremiyet Olgusu ve Sosyal Medyada Mahremiyetin Serüveni. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 1193-1204.
- Ülker, M. (2020). Sosyal medya kullanımının kişilerarası iletişimde bireyin mahremiyet algısına etkileri: Gümüşhane Üniversitesi Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Gümüşhane Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı/Yüksek Lisans Programı.
- Ünal, V. (2013). Geleneksel Geniş Aileden Çekirdek Aileye Geçiş Sürecinde Boşanma Sorunu ve Din. *Journal of International Social Research*, 6(26).

- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172.
- Üstündağ A. (2020). Çocuk ve Ekran, Dijital Medya ve Çocuk Gelişimi. Ankara: Eğiten Kitap
- Üstündağ, A. (2023). Annelerin Çocuklarıyla İlgili Sosyal Medya Paylaşımlarının ve Çocuklarının Dijital Mahremiyetlerine İlişkin Davranışlarının Değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 56-67.
- Üstündağ, A., Önlü, S. İ., & Akdeniz, İ. N. (2025). The Relationship Between Social Media Privacy Protection Skills and Social Media Addiction: A Study on Adolescents. *Journal of Learning and Teaching in Digital Age*, 10(1), 68-74.
- Van Dijck, J. (2018). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Van Haute, E. (2021). Sampling techniques. *Research Methods in the Social Sciences: An AZ of Key Concepts*; Oxford University Press: Oxford, UK, 247.
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of affective disorders*, 207, 163-166.
- Vaportzis, E., Giatsi Clausen, M., & Gow, A. J. (2017). Older adults perceptions of technology and barriers to interacting with tablet computers: a focus group study. *Frontiers in psychology*, 8, 1687.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274-302.
- Vermaat, M. E., Sebok, S. L., Freund, S. M., Campbell, J. T., & Frydenberg, M. (2017). *Discovering computers© 2018: Digital technology, data, and devices*. Nelson Education.
- Villegas, A. (2013) The influence of technology on family dynamics. Proceedings of The New York State Communication Association. 1-17.
- Volkova, E. (2024). Digital Footprint Management for Private Individuals in Finland.
- Walby, S. (1990). *Theorizing Patriarchy*. Blackwell Publishing.
- Walther, J. B. (2024). The effects of social approval signals on the production of online hate: A theoretical explication. *Communication Research*, 00936502241278944.
- Warren, S. and Brandeis, L. (1890). "The Right to Privacy". *Harvard Law Review*, 4(5), 193-220.

- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan keterampilan pemasaran melalui pelatihan whatsapp business pada UMKM. *Dedication: jurnal pengabdian masyarakat*, 4(2), 137-148.
- We Are Social (2024). Digital 2024: 5 billion social media users / The complete Digital 2024 Global Overview Report <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> E.T. 12/11/24.
- Weik, M. H. (1961). The ENIAC story. *Ordinance*, 45(244), 571-575.
- Weller, K. (2016). Trying to understand social media users and usage: The forgotten features of social media platforms. *Online Information Review*, 40(2), 256-264.
- Wells, C. (1994). Sosyal Antropoloji Açısından İnsan ve Dünyası, (Çev.) Bozkurt Güvenç, İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları
- Welter, A. (2017). The Sphere of Privilege: Confucian Culture and the Administration of Buddhism (and Religion) in China. In *Religion, Culture, and the Public Sphere in China and Japan* (pp. 13-42). Singapore: Springer Singapore.
- Wesch, M. (2009). *YouTube and You: Experiences of self-awareness in the context collapse of the recording webcam. Explorations in Media Ecology*, 8(2), 19–34.
- Westin, A. F. (1967). Privacy and Freedom. New York: Atheneum
- Whiting, A., and Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*, 16(4), 362-369.
- Wildman, W. J., & Shults, F. L. (2018). Emergence: What does it mean and how is it relevant to computer engineering?. *Emergent behavior in complex systems engineering: A modeling and simulation approach*, 21-34.
- Wirawan, F. W., Zakira, Z. A., & Oktivera, E. (2020). The Effects of Sharing Stories using Instagram Story on Students' Self Disclosure: A Study on Narrative Paradigm.
- Wolfers, L. N., & Utz, S. (2022). Social media use, stress, and coping. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101305.
- Xie, Y., & Luo, S. (2024). The associations among type D personality and nomophobia, metacognitions about smartphone use, smartphone addiction in Chinese university freshmen: a two-wave study. *Bmc Psychiatry*, 24(1), 620.
- Yadigaroglu, H. (2017). Biyoterörizm, Modern Savaş ve Biyolojinin Araçsallaştırılması: I. Dünya Savaşı'nda Almanya Örneği. *Zamanın İzleri: İlkeler, İdeolojiler*, 281.
- Yalom I, Roth T. W. (2021) Anksiyete Terapisi. (Çevirmen: Büyükdere, B.) Eskişehir, Pozitif Yayıncılık.

- Yang, C. C., Holden, S. M., & Ariati, J. (2021). Social media and psychological well-being among youth: the multidimensional model of social media use. *Clinical child and family psychology review*, 24(3), 631-650.
- Yang, L. (2024). National Threats and Responses Toward Digital Social Media: The Case of Global TikTok Regulations. *Available at SSRN 4912211*.
- Ekici, Y. F. (2014). Türk aile yapısının değişim ve dönüşümü ve bu değişim ve dönüşüme etki eden unsurların değerlendirilmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies (JASSS)*.
- Yavuzer, H. (2013). *Çocuk Psikolojisi*. Remzi Kitabevi.
- Yayman, E. (2019). *Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı ve aile işlevleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı).
- Yazgan, Ç. Ü. (2022). Investigation of the relationship between online privacy concerns and internet addiction among university students. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 5(1), s. 61-77.
- Yeung, A., Ng, E., & Abi-Jaoude, E. (2022). TikTok and attention-deficit/hyperactivity disorder: a cross-sectional study of social media content quality. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 67(12), 899-906.
- Yıldırım, B., Engin, E., ve Yıldırım, S. (2011). Alkol ve madde bağımlılarında yalnızlık ve etki eden faktörler. *Journal of Psychiatric Nursing*, 2(1), 25-3
- Yıldırım, Ö. (2019). Aile Kurumunun İşlevleri Nelerdir? Ailenin İşlevleri. Felsefe Grubu. <https://www.felsefe.gen.tr/aile-kurumunun-islevleri-nelerdir/> Erişim Tarihi: 01.10.25.
- Yıldırım, S., & Kişioğlu, A. N. (2018). Teknolojinin getirdiği yeni hastalıklar: nomofobi, netlessfobi, fomo. *Medical Journal of Süleyman Demirel University*, 25(4), 473-480.
- Yıldız, İ. (2021). Sosyal medya ve mahremiyet sorunsalı: Panoptikondan süperpanoptikona mahremiyetin dönüşümü. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(11), 122-132.
- Yilmaz, E., Tamam, L., & Bal, U. (2015). Poligami ve Ruh Sağlığına Etkileri/Polygamy and its Effect on Mental Health. *Psikiyatride Guncel Yaklaşımlar*, 7(2), 221.
- Yilmazçoban, M. (2008). Aile Kurumu ve Türk Ailesinde Bütünlükçü Yapı. *Türk Dünyası Araştırmaları*, (sayı 9176). 153 -168.
- Yogesh, A., Emamian, M. H., Hashemi, H., and Fotouhi, A. (2024a). Smartphone addiction in Iranian schoolchildren: a population-based study. *Scientific Reports*, 14(1), 933 -944. 22304.

- Yogesh, M., Ladani, H., and Parmar, D. (2024b). Associations between smartphone addiction, parenting styles, and mental well-being among adolescents aged 15–19 years in Gujarat, India. *BMC Public Health*, 24(1), 1 -11. 2462.
- Yorulmaz, D. S., & Karadeniz, H. (2023). Determination of Digital Addiction and Digital Detox Awareness in Nursing Students. *Acibadem Universitesi Saglik Bilimleri Dergisi*, 14(4), 679-687.
- Yuan, G., Elhai JD ve Hall BJ (2020) The influence of depressive symptoms and fear of missing out on severity of problematic smartphone use and Internet gaming disorder among Chinese young adults: A three-wave mediation model, *Addictive Behaviors*, 112, 648-652.
- Yuan, J., Mao, N., Chen, R., Zhang, Q., & Cui, L. (2020). Electrophysiological measures of visual working memory in social anxiety. *Frontiers in Behavioral Neuroscience*, 14, 49.
- Yurdakul, I. K., Dönmez, O., Yaman, F., & Odabaşı, H. F. (2013). Dijital ebeveynlik ve değişen roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(4), 883-896.
- Yurtseven, A. (2021). İlkel Toplumda Sosyo-Ekonomik Hayata Bir Bakış. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 10(2), 98-111.
- Yükçü, S., & Atağan, G. (2011). Ortadoğu'da zaman tüneline ticaret. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (1), 86-109.
- Yüksel, M. (2003). Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(01).
- Zafer, A. B. (2013). Cumhuriyet İle Birlikte Değişen Türk Aile Yapısı Ve Kadının Durumu. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(24), 121-134.
- Zajac, K., Ginley, M. K., Chang, R., & Petry, N. M. (2017). Treatments for Internet gaming disorder and Internet addiction: A systematic review. *Psychology of Addictive Behaviors*, 31(8), 979.
- Zakiei, A., Vafapoor, H., Alikhani, M., Farnia, V., & Radmehr, F. (2020). The relationship between family function and personality traits with general self-efficacy (parallel samples studies). *BMC psychology*, 8(1), 88.
- Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education—where are the educators?. *International journal of educational technology in higher education*, 16(1), 1-27.
- Zengin, İ. (2018). Köle ticaretinin XIX. yüzyılda Sudanın sosyal, siyasal ve iktisadi yaşantısına etkileri.

- Zheng, D. X., Ning, A. Y., Levoska, M. A., Xiang, L., Wong, C., & Scott, J. F. (2021). Acne and social media: a cross-sectional study of content quality on TikTok. *Pediatric dermatology*, 38(1), 336-338. doi: 10.1111/pde.14471.
- Zhong, G., Shu, Y., Zhou, Y., Li, H., Zhou, J., & Yang, L. (2025). The relationship between social support and smartphone addiction: the mediating role of negative emotions and self-control. *BMC psychiatry*, 25(1), 167.
- Zhou, K. Z., Shen, B., Zimmer, F., Xia, C., & Tong, X. (2022). More than a wife and a mom: A study of mom vlogging practices in China. *arXiv preprint arXiv:2206.11843*.
- Zhu, W., Liu, J., Lou, H., Mu, F., & Li, B. (2024). Influence of smartphone addiction on sleep quality of college students: The regulatory effect of physical exercise behavior. *PloS one*, 19(7), 1-15. e0307162.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.
- Zuboff, S. (2023). The age of surveillance capitalism. In *Social theory re-wired* (pp. 203-213). Routledge.
- Van Dijk, J. (2020). *The digital divide*. Polity Press.

EK

Ek 1: Araştırmaya Katılım Onay Formu

Değerli Katılımcı,

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Doktora programı kapsamında Doç. Dr. Simge ÜNLÜ danışmanlığında İdris ŞİMŞEK tarafından bu bilimsel araştırmada, “*Sosyal Medya Bağımlılığının Aile İçi Mahremiyet Üzerindeki Etkisi*” isimli bir çalışma yürütülmektedir.

Çalışmaya katılım tamamen gönüllülük esaslarına dayanmakta olup, katılımcıları anket formunda yer alan bütün maddeleri, ifade edilen ölçüler çerçevesinde içtenlik, samimi ve bağımsız bir şekilde doldurmasını beklemektedir. Araştırmanın amacına ulaşması için ankr formuna ayrılacak tahmini süre 9 ile 14 dakikadır. Ayrıca toplanan veriler kişisel bazda değil, toplu analize tabi tutulacaktır. Öte yandan araştırmaya katılım sağlayacak bireylerden kimlik bilgileri (isim, soy isim, iletişim bilgisi vb.) kesinlikle talep edilmeyecek olup, elde edilen veriler anonimlik ve gizlilik ilkeleri kapsamında sadece bilimsel amaca hizmet edecek şekilde kullanılacaktır.

Kıymetli zamanınızı ayırıp araştırmaya katkı sağladığınız için şimdiden teşekkür ederiz. İlgili araştırmaya yönelik detaylı bilgi almak ya da sorularınızı iletmek için araştırmacı ile iletişime geçebilirsiniz.

Araştırmanın amacını ve yukarıda belirtilen hususları anladım. **Katılımı kabul ediyorum.**

1. EVET ()
2. HAYIR ()

Ek 2: Anket Formu

Sizi Doç. Dr. Simge ÜNLÜ danışmanlığında Sakarya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi İdris Şimşek tarafından yürütülen “Sosyal Medya Bağımlılığının Aile İçi Mahremiyet Üzerine Etkisi” isimli araştırmaya davet ediyoruz. İlgili araştırmaya katılım yapmadan önce, çalışmanın neden ve nasıl yapıldığını bilmeniz çalınıza geçerliliği açısından önem arz etmektedir. Sizin anlamadığınız veya açık olmayan maddeler varsa lütfen bizimle paylaşınız. Ayrıca araştırma gönüllülük esasına dayanmakta ve tamamen bilimsel amaca hizmet etmektedir. Dolayısıyla Tüm maddeleri dikkatlice okuyup samimi cevaplar vermenizi rica eder, kıymetli zamanınızı ayırdığınız için teşekkür ederiz				
SOSYO DEMOGRAFİK İFADELER				
Cinsiyet:	Kadın ()	Erkek ()		
Medeni Durum:	Evli ()	Bekar ()	Boşanmış ()	
Gelir durumunuz:	22.104 TL altı ()	22.104 TL ()	22.104 TL -35.000 TL arası ()	35.500 TL -45.000 TL arası ()
	45.500 TL - 55.000 TL arası ()	55.000 TL - 65.000 TL arası ()	65.000 TL - 75.000 TL arası ()	75.000 TL ve üzeri ()
Yaşınız:	18 -24 ()	25 -30 ()	31 - 35 ()	36 - 40 ()
	41 - 45 ()	46 - 50 ()	51 - 55 ()	56 ve üzeri ()
Eğitim Durumu:	Okuryazar değil ()	Okuryazar ()	ilkokul ()	Ortaokul ()
	Lise ()	Üniversite (ön lisans / lisans) ()	Lisans Üstü (yüksek lisans / doktora) ()	
Meslek :	Kamu ()	Özel ()	Çalışmıyor ()	
Sosyal medya kullanıyor musunuz? EVET () HAYIR ()				
NOT: Eğer yanıtınız evet ise ankete devam edebilirsiniz, eğer yanıtınız hayır ise lütfen ankete devam etmeyiniz.				
Kaçtane sosyal medya mecrasında hesabınız var? (Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, Telegram, Whatsapp, Youtube, Linkedln vb.) 1 () 2 -3 () 4- 5 () 6 -8 () 9 ve üzeri ()				
Günlük Sosyal medya sayfanızda / sayfalarınızda ne kadar zaman geçirirsiniz? 1 saatten az () 1 ile 4 saat arası () 5 ile 8 saat arası () 9 saat ve üzeri ()				
Sosyal medya sayfalarında anonim (kendi isimin dışında) hesabınız var mı? Evet () Hayır ()				
Sosyal medya hesaplarınızda paylaştığınız şeyler herkese açık mı? 1-) Evet herkese açık paylaşım yaparım 2) Sadece takip ettiklerim ve beni takip edenler görebilir 3-) Sadece takip ettiklerimi takip edenler görebilir 4) Sadece benim seçtiğim kişiler görebilir				
Sosyal medya paylaştığınız (fotoğraf, video, metin) içerikler ile ilgili endişe duyduğunuz oluyor mu? Sıklıkla Endişe duyarım () Bazen endişe duyduğum oluyor () Endişe duymam ()				
Sosyal medya sayfanı / sayfalarınızı günde ortalama kaç kere kontrol ediyorsunuz? 1-5 defa () 6 - 10 defa () 11-15 defa () 16-20 defa () 21 – 25 defa () 26 - 30 defa () 30 defa ve üzeri ()				
Sosyal medya Hesabında / hesaplarında en çok neyle ilgili paylaşım yaparsınız? Aile – Akraba – arkadaş çevre birliktelikleri () Ev – iş ortamındaki durumlar () Gezilen mekanlar () Hobi – eğlence durumlarını () Özel anları () siyasal görüşlerimi – Dini görüşlerimi () Hepsini ()				
Sosyal medyada yaptığınız paylaşımlardan dolayı mahremiyetinizi riske attığınızı düşünüyor musunuz? Evet düşünüyorum () Kısmen düşünüyorum () Hayır düşünmüyorum () Kararsızım / fikrim yok ()				
Hangi bölgeden katılım sağlıyorsunuz? 1) Akdeniz Bölgesi 2) Doğu Anadolu Bölgesi 3) Ege Bölgesi 4) Güneydoğu Anadolu Bölgesi 5) İç Anadolu Bölgesi 6) Karadeniz Bölgesi 7) Marmara Bölgesi				

Aşağıdaki ifadelere katılımınızı 1-Kesinlikle Katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Kararsızım 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum seçeneklerinden birisini belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
		1	2	3	4	5
DİJİTAL BAĞIMLILIK						
1	Yemek yerken aynı zamanda dijital platformlarla meşgul olurum.	1	2	3	4	5
2	Gezi, piknik veya arkadaşlarla olduğum sosyal ortamlarda sürekli dijital platformlara bakarım	1	2	3	4	5
3	Dijital platformları amacı dışında aşırı bir şekilde kullanıyorum.	1	2	3	4	5
4	Bir işle uğraşırken kendimi dijital platformları/araçları kontrol ederken buluyorum.	1	2	3	4	5
5	Dikkat gerektiren işleri yaparken bile telefon, tablet gibi dijital araçlarla uğraşırım	1	2	3	4	5
6	Dijital araçları kullanma süresini konusunda kendimi kontrol edemiyorum.	1	2	3	4	5
7	Dijital araçlarla harcadığım zamanı kısmak için başarısız çabalarım oldu	1	2	3	4	5
8	Dijital araçlarla harcadığım zamanı azaltamıyorum	1	2	3	4	5
9	Dijital araçlar/platformlar ev ve okul ile ilgili sorumluluklarımı yerine getirmemi engelliyor.	1	2	3	4	5
10	Dijital araçlarla/platformlarla çok vakit harcadığımdan dolayı birçok fırsatı kaçırdığım olmuştur.	1	2	3	4	5
11	Dijital araçlarla/platformlarla uğraştığım zaman çevremde olup bitenden haberim olmaz.	1	2	3	4	5
12	Dijital araçları/platformları kullanmam nedeniyle üretkenliğimin azaldığını hissediyorum.	1	2	3	4	5
13	Dijital araçlarla/platformlarla vakit geçirirken bana herhangi bir iş verilmesi beni öfkelenendirir.	1	2	3	4	5
14	Dijital araçları/platformları kullanamayacağım ortamlar beni sıkır	1	2	3	4	5
15	Sahip olduğum dijital araçları uzun süre kullanmadığımda kendimi çok mutsuz ve sinirli hissedirim	1	2	3	4	5
16	Dijital araçlarla vakit geçirirken kendimi çok mutlu hissediyorum	1	2	3	4	5
17	Sahip olduğum dijital araçların bozulması beni huzursuz eder	1	2	3	4	5
18	Sahip olduğum dijital platform hesaplarımın kapanması beni huzursuz eder.	1	2	3	4	5
19	Kısa süreliğine bile olsa evden ayrıldığımda telefon/tablet gibi dijital araçları yanıma almak isterim	1	2	3	4	5
DİJİTAL MAHREMİYET						
20	Sosyal medyada tanımadığım kişilerle kişisel bilgilerimi (adres, doğum tarihi, yaş iş, telefon vb.) paylaşmaktan çekinmem	1	2	3	4	5
21	Sosyal çevremdeki insanlarla (Arkadaş, aile vb.) yaptığım yazışmaları / çekindiğimiz fotoğrafları / videoları izin almaya gerek duymadan paylaşmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
22	Aileme ait bilgi, resim, video vb. içerikleri sosyal medya platformlarında izin almaya gerek duymadan paylaşıyorum.	1	2	3	4	5
23	Sosyal medyada tanımadığım kişilerin beni veya ailemi takip etmesinde veya arkadaş olmasında herhangi bir sakınca görmem	1	2	3	4	5
24	Sosyal medyada tanımadığım kişilerle iletişim kurmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5

25	Ailemle Tatil, iş ya da ziyaret için gittiğim yerlerde kaldığımız odada/evde çektiğim fotoğrafları /videoları dijital platformlarda paylaşırım	1	2	3	4	5
26	Ailemle evde ortamında çektiğim fotoğrafı / videoyu dijital platformlarda paylaşırım.	1	2	3	4	5
27	Ailem ile ilgili bir konu hakkında çok kızdığım ya da çok mutlu olduğumda dijital platformlarda bu duygumu paylaşırım	1	2	3	4	5
28	Yakın çevrem (Eşim, Çocuğum, Kardeşim, akrabam, arkadaşım ya da dostum vb.) hakkında iltifat, aşk, sevgi ya da sitem içeren yazılar paylaşırım.	1	2	3	4	5
29	Hayatımdaki önemli anları (Aile ile birliktelikleri, mezuniyet, iş hayatında terfi, hastalık, doğum günü, vb.) dijital platformlarda paylaşırım	1	2	3	4	5
30	Kamusal ya da özel (Spor salonunda, havuzda, AVM, Kuaför vb.) alanda çektiğim fotoğrafları / videoları dijital platformlarda paylaşmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
31	Ailem ile beraber beğendiğim içerikleri dijital platformlarda paylaşırım.	1	2	3	4	5



ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyadı: İDRİS ŞİMŞEK	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Süleyman Demirel Üniversitesi
Fakülte	İletişim Fakültesi
Bölümü	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Yüksek Lisans	
Üniversite	Uşak Üniversitesi
Enstitü Adı	Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü
Anabilim Dalı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Programı	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık
Makale ve Bildiriler	
1. Şimşek, İ. (2024). Stratejik Halkla İlişkiler ve Sivil Toplum: İşçi Örgütlerinin Kurumsal Web Sayfaları Üzerine Bir İnceleme. <i>Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi</i>, 13(35), 66-86. DOI: 10.31199/hakisderg.1393725 2. Şimşek, İ. & Ünlü, S. (2025). Kadınların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Nasıl Seyrediyor? Yaş, Eğitim Düzeyi, Gelir ve Çalışma Alanı Bağlamında Bir İnceleme. <i>İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi</i>, 5(2), 354-370. doi:10.59534/jcss.1724133	