

Araştırma Makalesi

Sosyal Medyada Doğal Alanların Korunması Bağlamında Lokasyon Paylaşmama Kültürü: Bir İçerik Analizi

The Culture of Location Withholding in the Context of Natural Area Conservation on Social Media: A Content Analysis

Gonca DOĞRU Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Bergama Meslek Yüksekokulu gonca.dogru@deu.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-6464-4014	Erdem GEÇİT Doç. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi erdempitt@gmail.com https://orcid.org/0000-0001-6077-0910
---	---

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
20.06.2026	05.09.2026

Öz

Bu çalışma, sosyal medya kullanıcılarının doğal alanlara ilişkin konum bilgisini bilinçli biçimde paylaşmama davranışını "lokasyon paylaşmama kültürü" kavramı çerçevesinde incelemektedir. Instagram'da görsel odaklı yoğunlaşan doğa paylaşımları, kimi zaman hassas ekosistemlere yönelik aşırı ziyaretçi baskısına yol açmaktadır. Bu bağlamda bazı kullanıcılar, deneyimlerini görsel olarak paylaşıırken tam konum bilgisini vermekten kaçınmakta; bu tutumu çevresel hassasiyet ve sorumluluk gerekçesiyle meşrulaştırmaktadır. Araştırma, içerik analizi yöntemiyle sosyal medya paylaşımlarındaki çevresel söylemleri ve paylaşmama gerekçelerini çözümlemiştir. Bulgular, lokasyon paylaşmama pratiğinin kalabalıklaşma korkusu, çevresel zarar ve kirlilik endişesi gibi motivasyonlara dayandığını; aynı zamanda etik sorumluluk ve doğal alanları koruma söylemleriyle desteklendiğini göstermektedir. Ayrıca kullanıcıların yalnızca konum bilgisi paylaşmamakla kalmayıp, diğer kullanıcıları da bu yönde davranmaya çağıran normatif bir iletişim dili geliştirdiği ortaya konmuştur. Bununla birlikte paylaşımın tamamen ortadan kaldırılmadığı; fotoğraf, metin ve hashtagler aracılığıyla sürdürüldüğü ancak konum bilgisinin bilinçli biçimde sınırlandırıldığı belirlenmiştir. Bu durum, seçici görünürlük temelinde şekillenen bir dijital iletişim pratiğine işaret etmektedir. Çalışma; sosyal medya, çevresel iletişim ve dijital etik literatürleri arasında köprü kurarak, lokasyon paylaşmama davranışının bireysel bir tercih olmanın ötesinde kolektif bir çevresel sorumluluk biçimi olarak konumlandığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Paylaşmama kültürü, sosyal medya, çevresel sürdürülebilirlik, dijital etik.

Abstract

This study examines social media users' behavior of consciously refraining from sharing location information related to natural areas within the framework of the concept of "culture of not sharing location." Nature-related posts on Instagram, which are heavily focused on visuals, sometimes lead to excessive visitor pressure on sensitive ecosystems. In this context, some users avoid providing exact location information while sharing their experiences visually; they justify this stance on the grounds of environmental sensitivity and responsibility. The study analyzed environmental discourses and the justifications for not sharing location information in social media posts using content analysis. The findings indicate that the practice of not sharing location information is motivated by fears of overcrowding, concerns about environmental damage and pollution, and is supported by discourses of ethical responsibility and the protection of natural areas. Furthermore, it was revealed that users not only refrain from

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Doğru, G. & Geçit, E., 2026, Sosyal Medyada Doğal Alanların Korunması Bağlamında Lokasyon Paylaşmama Kültürü: Bir İçerik Analizi, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 61(3), 3774-3795.

sharing location information themselves but also develop a normative communication style that encourages other users to act in the same way. However, it was determined that sharing is not completely eliminated; it continues through photos, text, and hashtags, though location information is consciously restricted. This situation points to a digital communication practice shaped by selective visibility. By bridging the literatures on social media, environmental communication, and digital ethics, this study demonstrates that the behavior of not sharing one's location goes beyond an individual preference and is positioned as a form of collective environmental responsibility.

Keywords: Non-sharing culture, social media, environmental sustainability, digital ethics.

1. Giriş

Sosyal medya, bireylerin gündelik yaşam deneyimlerini görünür kıldığı, mekânları dolaşıma soktuğu ve fiziksel çevreyle kurulan ilişkiyi dijital anlatılar aracılığıyla yeniden ürettiği temel iletişim alanlarından biri haline gelmiştir. Özellikle Instagram gibi görsel odaklı platformlar, kullanıcıların seyahat, doğa, keşif ve boş zaman deneyimlerini fotoğraf, video, kısa metin ve etiketler aracılığıyla paylaşmasına olanak tanımaktadır. Bu platformlarda üretilen içerikler yalnızca bireysel deneyim aktarımıyla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda belirli mekânların tanınmasına, popülerleşmesine ve ziyaret edilme pratiklerinin dönüşmesine de aracılık etmektedir. Bu yönüyle sosyal medya, doğal alanların görünürlüğünü artıran, kullanıcıların mekânsal tercihlerini etkileyen ve doğa temelli turizm hareketlerini yönlendiren güçlü bir dijital mecra olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte doğal alanların sosyal medya aracılığıyla görünürlük kazanması her zaman olumlu sonuçlar doğurmamaktadır. Görsel olarak dikkat çekici, “keşfedilmemiş” ya da “gizli kalmış” olarak sunulan doğal alanlar, kısa sürede yoğun ziyaretçi akışına maruz kalabilmektedir. Özellikle coğrafi etiketleme, konum bildirimi ve mekâna ilişkin ayrıntılı yönlendirmeler, hassas ekosistemlerin daha geniş kitleler tarafından erişilebilir hale gelmesine neden olmaktadır. Bu durum bazı bölgelerde aşırı kalabalıklaşma, atık sorunu, bitki örtüsünün zarar görmesi, yaban hayatının rahatsız edilmesi ve doğal peyzajın bozulması gibi çevresel sonuçlar yaratabilmektedir. Güncel çalışmalar, sosyal medya verilerinin korunan alanların izlenmesi ve yönetimi açısından değerli bilgiler sunduğunu; ancak aynı zamanda doğa temelli alanlarda ziyaretçi baskısını artırarak çevresel sürdürülebilirlik açısından çeşitli riskler üretebildiğini ortaya koymaktadır (Arndt, 2023; Tenkanen ve ark., 2017).

Literatürde sosyal medya ve doğal alanlar ilişkisi çoğunlukla mekânsal görünürlük, doğa turizmi, ziyaretçi davranışları, korunan alan yönetimi ve dijital platformların turistik destinasyonlara etkisi çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu çalışmalar, sosyal medyanın kullanıcıların destinasyon tercihleri üzerindeki etkisini, görsel içeriklerin mekân imajı üretimindeki rolünü ve coğrafi etiketlerin ziyaretçi hareketliliğini nasıl şekillendirdiğini açıklamaktadır. Bunun yanında sürdürülebilir turizm ve çevresel iletişim literatürü, doğal alanların korunmasında ziyaretçi farkındalığı, sorumlu turizm davranışları ve çevresel duyarlılık temalarını öne çıkarmaktadır. Ancak mevcut çalışmaların önemli bir kısmı sosyal medyanın doğal alanları nasıl görünür kıldığına, popülerleştirdiğine ve ziyaretçi akışını nasıl etkilediğine odaklanmaktadır. Buna karşılık kullanıcıların bilinçli olarak görünürlüğü sınırlandırma, konum bilgisini paylaşmama ya da mekânı dijital dolaşıma kısmen kapatma pratikleri görece sınırlı biçimde tartışılmıştır.

Bu noktada “lokasyon paylaşmama” davranışı, sosyal medya kullanımının yalnızca teşhir, görünürlük ve paylaşım arzusu üzerinden açıklanamayacağını göstermesi bakımından önemlidir. Kullanıcılar kimi zaman doğal alanlara ilişkin fotoğraf ve video paylaşmaya devam etmekte; ancak tam konum bilgisi vermekten, coğrafi etiket kullanmaktan ya da mekânı kolayca bulunabilir hale getirecek ayrıntıları açıklamaktan kaçınmaktadır. Bu davranış, “doğa bozulmasın”, “kalabalık artmasın”, “çevre zarar görmesin” veya “hassas alanlar korunmalı” gibi gerekçelerle meşrulaştırılmaktadır. Dolayısıyla lokasyon paylaşmama pratiği, sosyal medyada tamamen görünmez olma ya da paylaşımı reddetme anlamına gelmemekte; aksine görünürlüğün seçici biçimde düzenlendiği, mekânsal bilginin etik ve çevresel kaygılarla sınırlandırıldığı bir dijital iletişim biçimine işaret etmektedir.

Bu çalışma, söz konusu davranışı “lokasyon paylaşmama kültürü” kavramı çerçevesinde ele almaktadır. Lokasyon paylaşmama kültürü, doğal alanlara ilişkin dijital içerik üretiminin tamamen ortadan

kalkmadığı; ancak konum bilgisinin bilinçli biçimde gizlendiği, muğlaklaştırıldığı ya da paylaşılmadığı bir iletişim pratiği olarak tanımlanabilir. Bu kültür, bireysel bir tercih olmanın ötesinde, sosyal medya kullanıcıları arasında çevresel sorumluluk, dijital etik ve kolektif koruma bilinci temelinde gelişen normatif bir eğilime karşılık gelmektedir. Nitekim dijital platformlarda hassas türlere, doğal habitatlara ve kırılgan ekosistemlere ilişkin konum bilgisinin yayılmasının etik riskler doğurabileceğine yönelik güncel tartışmalar, konum bilgisinin paylaşılmasının yalnızca teknik bir tercih değil, aynı zamanda etik bir mesele olduğunu göstermektedir (Rubel ve ark., 2025). Bu araştırmanın özgün değeri, sosyal medyada doğal alanların görünür kılınmasına odaklanan mevcut literatürden farklı olarak, görünürlüğü bilinçli biçimde sınırlandırılması pratiğine odaklanmasından kaynaklanmaktadır. Başka bir ifadeyle çalışma, sosyal medyanın doğal alanları popülerleştirme işlevini değil, kullanıcıların çevresel gerekçelerle bu popülerleşmeyi sınırlama çabasını incelemektedir. Böylece araştırma, sosyal medya çalışmalarında sıklıkla vurgulanan paylaşma, sergileme ve görünürlük dinamiklerine karşılık; paylaşmama, gizleme, seçici görünürlük ve dijital öz-denetim gibi daha az çalışılmış boyutları tartışmaya açmaktadır. Bu yönüyle çalışma, sosyal medya, çevresel iletişim, sürdürülebilirlik ve dijital etik literatürleri arasında kavramsal bir köprü kurmayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın temel amacı, sosyal medya kullanıcılarının doğal alanlara ilişkin konum bilgisini paylaşmama davranışını sosyal sorumluluk bilinciyle doğayı ve çevreyi koruma amacıyla yaptıklarını, hangi gerekçelerle ürettiklerini ve bu davranışın çevresel koruma bağlamında nasıl anlamlandırıldığını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Instagram'daki görsel odaklı sosyal medya platformlarında yer alan paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Araştırmada özellikle çevresel hassasiyet söylemleri, kalabalıklaşma ve tahribat endişeleri, kirlilik ve ekosistem zararına ilişkin ifadeler, etik sorumluluk vurguları ve diğer kullanıcıları lokasyon paylaşmamaya çağıran normatif söylemler çözümlenmektedir. Böylece çalışma, lokasyon paylaşmama davranışının yalnızca bireysel bir sosyal medya tercihi değil; doğal alanların korunmasına yönelik kolektif bir dijital sorumluluk pratiği olarak nasıl inşa edildiğini açıklamayı hedeflemektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sosyal Medyada Görünürlük ve Paylaşım Kültürü

Sosyal medya platformları, bireylerin gündelik yaşam deneyimlerini kamusal olarak sergiledikleri, mekânları dijital dolaşıma soktukları ve görünürlüğü toplumsal değer üretiminin önemli araçlarından biri hâline getirdikleri iletişim ortamlarıdır. Instagram, TikTok ve benzeri görsel ağırlıklı platformlarda kullanıcılar, ziyaret ettikleri yerleri yalnızca belgelemekle kalmamakta; aynı zamanda bu mekânları estetikleştirerek beğeni, etkileşim ve dijital temsil ekonomisi içinde yeniden üretmektedir. Bu nedenle sosyal medyada paylaşım, yalnızca bireysel bir ifade eylemi değil; mekânların anlamını ve çekiciliğini dönüştüren kültürel bir süreç olarak değerlendirilmelidir (Guerreiro ve ark., 2024; Liu ve ark., 2024).

Dijital platformların sunduğu teknik olanaklar, kullanıcı üretimli içeriklerin yer deneyimi üzerindeki etkisini artırmaktadır. Fotoğraf, kısa video, hashtag, hikâye ve coğrafi etiket gibi araçlar, belirli alanların "keşfedilebilir", "gidilebilir" ve "paylaşılabilir" mekânlar olarak kodlanmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum fiziksel mekân ile dijital temsil arasındaki sınırı bulanıklaştırmakta; kullanıcıların çevrimiçi karşılaştıkları içerikler, henüz gerçekleşmeden önce o yere ilişkin beklentileri, imgeleri ve rota tercihlerini biçimlendirmektedir. Sosyal medya olanakları (affordances) ile destinasyon imajı arasındaki ilişkiye odaklanan çalışmalar, platformların mekâna ilişkin bilişsel ve duygusal algıyı doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır (Liu ve ark., 2024; Guerreiro ve ark., 2024).

Turizm ve mekân araştırmaları, sosyal medyanın yalnızca seyahat kararlarını değil, yer deneyiminin kendisini de dönüştürdüğünü göstermektedir. Kullanıcılar seyahat öncesinde dolaşımdaki görseller aracılığıyla bir beklenti ufku oluşturmakta; seyahat sırasında belirli kadrjaları yeniden üretmekte ve seyahat sonrasında deneyimi sosyal ağlarda dolaşıma sokarak o yerin dijital görünürliğini pekiştirmektedir. Özellikle Instagram'ın, doğa temelli ve "el değmemiş" alanlarla kurulan ilişkiyi dönüştürdüğü; bu alanları yalnızca deneyimlenen mekânlar olarak değil, aynı zamanda görsel değer taşıyan paylaşım nesneleri olarak yeniden kurduğu vurgulanmaktadır (Molin ve ark., 2025). Sosyal medya içeriklerinin destinasyonlara yönelik ilgi ve ziyaret eğilimini artırabildiği de gösterilmiştir (Hussain ve ark., 2024).

Bu bağlamda doğa temelli alanlar da görünürlük rejiminin dışında kalmamakta; tersine, sosyal medya aracılığıyla sembolik değeri yükselen ve daha geniş kitlelere ulaşan mekânlara dönüşmektedir. Dağlar, koylar, yürüyüş rotaları, kamp alanları ve "keşfedilmemiş" olarak sunulan doğal çevreler, kullanıcı üretimli içerikler aracılığıyla yalnızca coğrafi yerler değil, dijital arzu nesneleri hâline gelmektedir. Ne var ki bu süreçte doğal alanların estetikleştirilmiş temsili, söz konusu yerlerin kırılğan ekolojik yapısını geri plana itebilmekte ve görünürlük, tüketim ile koruma arasında gerilimli bir ilişki yaratmaktadır. Sosyal medya etkisiyle şekillenen turistik davranışları inceleyen araştırmalar, platformların belirli alanlara yönelik ilgiyi artırarak fiziksel ziyaret baskısını etkileyebildiğini göstermektedir (Siegel ve ark., 2023; Molin ve ark., 2025).

Dolayısıyla sosyal medyada görünürlük, paylaşım kültürü ve mekânsal dolaşım arasındaki ilişki, yalnızca iletişim araştırmaları açısından değil, doğal alanların korunmasına odaklanan çalışmalar açısından da kritik bir kavramsal zemin sunmaktadır. Doğal çevrelerin dijital olarak dolaşıma sokulması, bu alanların hem sembolik hem de fiziksel kullanım biçimlerini birlikte dönüştürmektedir. Sosyal medyada görünürlük mantığının nasıl işlediğini anlamak bu nedenle lokasyon paylaşımına pratiğini çözümlemek açısından temel bir başlangıç noktasıdır (Liu ve ark., 2024; Siegel ve ark., 2023).

2.2. Doğal Alanların Dijital Temsili ve Çevresel Sürdürülebilirlik

Doğal alanların sosyal medyada yoğun biçimde temsil edilmesi, çevresel sürdürülebilirlik açısından ikili bir tablo ortaya çıkarmaktadır. Bir yandan sosyal medya içerikleri doğa temelli turizme ilişkin farkındalık yaratmakta, korunan alanların görünürlüğünü artırmakta ve araştırmacılarla yöneticilere yeni veri kaynakları sunmaktadır. Coğrafi etiketli fotoğraflar, kullanıcı üretimli içerikler ve diğer dijital izler; doğal alanlara yönelik ziyaret yoğunluğunu, rekreasyon örüntülerini ve alan kullanım biçimlerini anlamada giderek önem kazanan araçlara dönüşmüştür. Bu yönüyle sosyal medya verileri, geleneksel ziyaretçi sayımı veya saha gözlemleriyle elde edilmesi güç olan zamansal ve mekânsal örüntülerin izlenmesine katkı sağlayabilmektedir (Tenkanen ve ark., 2017; Teles da Mota ve Pickering, 2020; Ghermandi ve ark., 2022).

Nitekim literatürde, sosyal medya verilerinin korunan alanların izlenmesi ve yönetilmesi bakımından önemli bir potansiyel taşıdığı sıkça vurgulanmaktadır. Bu veriler, doğal alanların popülerliğini, ziyaretçi akışlarının mevsimsel değişimini ve belirli alanlardaki yoğunlaşma örüntülerini ortaya koyabilmektedir. Coğrafi etiketli görseller üzerinden ulusal parklardaki ziyaretçi etkinliklerini ve hareket kalıplarını çözümleyen çalışmalar, sosyal medya temelli verilerin doğal alanlardaki kullanım biçimlerini kavramada güçlü bir analitik çerçeve sunduğunu göstermektedir (Huang ve ark., 2023; Song ve ark., 2020). Bu verilerin kültürel ekosistem hizmetlerinin küresel ölçekte incelenmesinde de işlevsel olduğu belirtilmektedir (Yee ve Carrasco, 2024).

Bununla birlikte, doğal alanların dijital görünürlüğünün artması her zaman olumlu sonuçlar üretmemektedir. Sosyal medya; doğal çevrelerin, kısa sürede geniş kitlelerin dikkatini çekebilmesine vesile olmakta; bu durum bazı hassas alanlarda ani ziyaretçi yoğunluğuna, taşıma kapasitesinin aşılmasına, habitat bozulmasına, atık artışına ve yaban hayatı üzerinde baskıya yol açabilmektedir. Özellikle "keşfedilmemiş", "saklı" ya da "gizli cennet" olarak sunulan alanların sosyal medya üzerinden hızla popülerleşmesi, alanın ekolojik kırılğanlığını geri plana iten bir görünürlük mantığını beraberinde getirebilmektedir. Güncel araştırmalar, dijital medyanın korunan alanlardaki ziyaretçiler üzerindeki etkisinin yalnızca bilgi edinme ve yön bulma düzeyinde kalmadığını; ziyaretçi davranışlarını ve alanla kurulan ilişkiyi de dönüştürebildiğini ortaya koymaktadır (Mangold ve ark., 2024).

Bu gerilim, doğal alanların dijital temsiline yalnızca iletişimsel bir pratik olarak değil, çevresel yönetim meselesi olarak da ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Sosyal medya güdümlü görünürlük, korunan alanlara ilişkin farkındalık ve çevre bilinci üretebilir; ancak aynı zamanda çevresel baskıları yoğunlaştırma potansiyelini de barındırmaktadır. Bu nedenle sosyal medya kaynaklı ziyaret akışlarının sürdürülebilir alan yönetimiyle ilişkilendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Mevcut değerlendirmeler, sosyal medya verilerinin alan yönetiminde yararlı olduğunu kabul etmekle birlikte, bu verilerin sınırlılıklarının, temsil sorunlarının ve çevresel etkilerinin dikkatle ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır (Teles da Mota ve Pickering, 2020; Owuor ve ark., 2023).

Sonuç olarak doğal alanların dijital temsili, bir yandan görünürlük ve kamusal farkındalık üretirken diğer yandan çevresel kırılganlıkları derinleştirebilecek bir dolaşım mantığını da harekete geçirebilmektedir. Bu ikili yapı, sosyal medyanın çevresel sürdürülebilirlik tartışmalarında yalnızca nötr bir araç olarak değil; alan kullanımını ve doğa-insan ilişkisini dönüştüren etkin bir yapı olarak konumlandırılmasını zorunlu kılmaktadır. Lokasyon paylaşmama kültürünü anlayabilmek için doğal alanların sosyal medyada nasıl temsil edildiğini, hangi görsel ve söylemsel kalıplarla dolaşıma sokulduğunu ve bu temsilin çevresel sonuçlarla nasıl ilişkilendiğini incelemek bir kuramsal zorunluluk olarak öne çıkmaktadır (Tenkanen ve ark., 2017; Mangold ve ark., 2024).

2.3. Dijital Etik ve Paylaşmama Kültürü

Dijital platformlarda içerik üretimi çoğu zaman görünürlük, erişim ve etkileşim mantığıyla teşvik edilse de bir içeriğin teknik olarak paylaşılabılır olması, onun etik açıdan paylaşılması gerektiği anlamına gelmemektedir. Bu noktada dijital etik, kullanıcıların yalnızca neyi paylaşabildiklerini değil, paylaşımlarının olası bireysel, toplumsal ve çevresel sonuçlarını da hesaba katarak hareket etmelerini gerektiren normatif bir çerçeve sunmaktadır. Dijital etik, platform kullanımını yalnızca ifade özgürlüğü ya da katılım ekseninde değil; sorumluluk, öngörü ve zarar azaltma ilkeleri bakımından da ele almayı gerektirmektedir (Trepte, 2021; Ciriello ve ark., 2025).

Sosyal medya literatüründe, mahremiyetin yalnızca teknik ayarlarla ya da görünürlüğü tamamen kapatmakla yönetilmediği; aksine kullanıcıların iletişimsel sınırlar çizerek, bilgi akışını düzenleyerek ve bağlama göre paylaşım düzeyini ayarlayarak mahremiyetlerini müzakere ettikleri vurgulanmaktadır. Trepte'nin (2021) geliştirdiği Sosyal Medya Mahremiyet Modeli, mahremiyetin yalnızca bireysel kontrol meselesi olmadığını; kişilerarası iletişim, normlar ve güven ilişkileri aracılığıyla da kurulduğunu ortaya koymaktadır. Kullanıcılar, neyi, ne zaman ve kimlerle paylaşacaklarına ilişkin kararlarını çoğunlukla teknik platform özelliklerinden çok toplumsal beklentiler ve bağlamsal değerlendirmeler doğrultusunda vermektedir. Benzer biçimde sosyal ağlarda seçici paylaşım davranışlarını inceleyen çalışmalar da bireylerin görünürlüklerini stratejik biçimde yönettiklerini ve özel gördükleri bilgileri bağlama duyarlı biçimde sınırlandırdıklarını göstermektedir (Schwartz- Chassidim ve ark., 2020; Masur, 2016).

Bu çerçevede öz-denetim, dijital ortamlarda etik davranışın temel bileşenlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Öz-denetim, dürtüsel paylaşımı sınırlandırmanın ötesinde; bir içeriğin başkaları, kamusal alan ya da çevresel yapı üzerindeki etkilerini önceden düşünerek bilinçli karar verme pratiğini kapsamaktadır. Güncel araştırmalar, mahremiyet kaygılarının ve etik farkındalığın bireyleri daha kontrollü paylaşım yapmaya ya da belirli içerikleri sınırlamaya yönltebildiğini göstermektedir (Neves ve ark., 2024). Sosyal medya kullanımında "sorumlu davranış" kavramı da, çevrimiçi davranışların yalnızca alışkanlıklar veya platform tasarımıyla değil; etik duyarlılık ve sonuç farkındalığıyla da biçimlendiğini ortaya koymaktadır (Ciriello ve ark., 2025).

Doğal alanlar bağlamında düşünüldüğünde, kullanıcıların konum bilgisini sınırlaması ya da coğrafi etiket kullanmaktan kaçınması; bireysel bir saklama davranışından çok, dijital etik çerçevesinde geliştirilen sorumlu bir paylaşım stratejisi olarak okunabilir. Burada mesele yalnızca kişisel mahremiyetin korunması değildir; paylaşımın doğal alan üzerindeki potansiyel etkilerini de hesaba katan bir değerlendirme söz konusudur. Özellikle kırılgan ekosistemler, az bilinen yürüyüş rotaları ya da yaban hayatı bakımından hassas bölgeler gibi alanlarda konum bilgisinin geniş çevrelere yayılması; kalabalıklaşma, bozulma ve ekolojik baskı risklerini artırabilmektedir. Bu nedenle paylaşımı sınırlamak, iletişimden geri çekilme olarak değil; tersine paylaşımın sonuçlarına ilişkin etik farkındalık temelinde geliştirilen koruyucu bir sınır çizme pratiği olarak değerlendirilebilir (Trepte, 2021; Schwartz-Chassidim ve ark., 2020).

Lokasyon paylaşmama pratiği, sosyal medyanın görünürlük temelli işleyişine karşı gelişen pasif bir geri çekilme değil; seçici görünürlük üreten aktif bir dijital davranış biçimidir. Sosyal medya kullanıcıları, kimi zaman deneyimlerini bütünüyle gizlemek yerine görsel içeriği paylaşp konum bilgisini eksiltme, genelleme ya da muğlaklaştırma yoluna gitmektedir. Bu durum, paylaşmamanın iletişimsizlik değil; görünürlüğün sınırlarını yeniden çizen bir iletişim pratiği olduğunu göstermektedir. Seçici paylaşım davranışının mahremiyet kaygıları, bağlamsal risk algısı ve kullanıcıların sosyal sermaye ile güvenlik arasında kurdukları denge ile ilişkili olduğu gösterilmiştir (Schwartz-Chassidim ve ark., 2020; Masur ve

Scharkow, 2016). Bu nedenle lokasyon bilgisinin sınırlanması; dijital içerik üretiminden tamamen çekilmekten çok, görünürlüğü bağlama duyarlı biçimde yönetme stratejisi olarak değerlendirilebilir.

Özellikle yaban hayatı ve hassas türlere ilişkin konum bilgilerinin dijital platformlarda hızla yayılmasının ciddi etik sorunlar doğurabileceği güncel literatürde açıkça tartışılmaktadır. Rubel ve arkadaşları (2025), dijital platformlarda paylaşılan doğru ve zamanlı konum bilgilerinin hassas türler üzerinde gözlem baskısı yaratarak stres ve zarar üretebileceğini göstermektedir. "Hayvan mahremiyeti" tartışmaları da insan dışı canlılara ilişkin bilgilerin dolaşımının yalnızca bilimsel ya da estetik değil; etik sonuçları olan bir bilgi rejimi olduğunu vurgulamaktadır (Coghlan, 2025; Rubel ve ark., 2025). Bu açıdan konum bilgisinin bilinçli biçimde sınırlanması, yalnızca bilgi gizlemek değil; zarar azaltma amacı taşıyan koruyucu bir dijital davranış olarak kavranabilir.

"Lokasyon paylaşmama kültürü", sosyal medya kullanıcılarının çevresel farkındalık, etik sorumluluk ve dijital öz-denetim temelinde geliştirdikleri koruyucu bir kültürel örüntü olarak kavramsallaştırılabilir. Bu kültür, görünürlükten bütünüyle vazgeçmeden görünürlüğün kapsamını ve ayrıntı düzeyini bilinçli biçimde sınırlayan bir paylaşım mantığına dayanmaktadır. Bir başka deyişle lokasyon paylaşmama; sosyal medyada bilgi akışını kesmekten çok, bilgi dolaşımını etik kaygılar doğrultusunda yeniden düzenlemektir. Böylelikle paylaşmama davranışı, dijital platformların sürekli görünür olma baskısına karşı gelişen refleksif bir karşı-pratik niteliği kazanmakta; doğal alanların korunmasına yönelik sorumlu kullanıcı davranışının somut bir örneği hâline gelmektedir. Bu çerçevede, lokasyon paylaşmama kültürünü bireysel bir tercih olmaktan çıkarıp sosyal medya, çevresel etik ve dijital vatandaşlık tartışmaları içinde konumlandırmayı mümkün kılmaktadır (Masur, 2016; Ciriello ve ark., 2025).

3. Amaç ve Yöntem

3.1. Araştırma Konusu ve Önemi

Son yıllarda sosyal medya araştırmaları, kullanıcıların yalnızca ne paylaştığına değil, neyi neden paylaşmadığına da odaklanmaya başlamıştır. Bu yaklaşım, dijital platformlardaki sessizlik, geri çekilme ve bilgi sınırlama pratiklerinin de anlamlı iletişimsel eylemler olduğunu göstermektedir (Portwood-Stacer, 2013; Hesselberth, 2018). Ancak bu tartışmalar çoğunlukla mahremiyet, dijital yorgunluk ve platform eleştirisi gibi bireysel gerekçeler etrafında şekillenmiş; çevresel koruma amacıyla geliştirilen paylaşmama davranışları ise sınırlı biçimde incelenmiştir.

Bu çalışmanın odağını, sosyal medya kullanıcılarının doğal alanlara ilişkin konum bilgisini bilinçli biçimde paylaşmama davranışı oluşturmaktadır. Coğrafi etiket kullanmaktan kaçınma, yalnızca genel bölge adı verme ya da lokasyon ipuçlarını silme gibi biçimlerde ortaya çıkan bu pratik, özellikle hassas ekosistemler ve kırılgan doğal alanlar söz konusu olduğunda "doğayı koruma" gerekçesiyle meşrulaştırılmaktadır. Bu yönüyle lokasyon paylaşmama davranışı, yalnızca bireysel mahremiyetin değil, çevresel etik ve dijital sorumluluğun da bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Trepte, 2021; Ciriello ve ark., 2025).

Konunun önemi, sosyal medyanın doğal alanlar üzerindeki etkilerinin giderek daha görünür hâle gelmesinden kaynaklanmaktadır. Araştırmalar, coğrafi etiketli paylaşımların belirli alanlara yönelik ziyaretçi akışını hızlandırabildiğini, bu durumun da taşıma kapasitesini zorlayan çevresel baskılar yaratabildiğini göstermektedir (Siegel ve ark., 2023; Mangold ve ark., 2024). Bu baskının farkında olan kullanıcıların konum bilgisini bilinçli biçimde sınırlaması, bireysel bir tercihten öte kolektif bir koruma refleksi olarak okunabilir.

Ayrıca sosyal medya literatüründe paylaşmama olgusuna dair çalışmalar bulunsada, çevresel koruma amacıyla geliştirilen gönüllü bilgi kısıtlama pratikleri henüz yeterince ele alınmamıştır. Bu nedenle lokasyon paylaşmama kültürü, sosyal medya, dijital etik ve çevresel iletişim literatürlerinin kesişiminde özgün bir araştırma alanı sunmaktadır. Çalışma, bu pratiğin kavramsal çerçevesini ortaya koymayı ve içerik analizi aracılığıyla kullanıcıların çevresel sorumluluğu dijital davranışlarına nasıl yansıttıklarını incelemeyi amaçlamaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, sosyal medya kullanıcılarının doğal alanların korunması amacıyla lokasyon bilgisini paylaşmama davranışını incelemektir. Bu doğrultuda araştırmada, kullanıcıların lokasyon

paylaşmama yönündeki temel motivasyonlarının neler olduğu, bu davranışı hangi çevresel ve etik gerekçelerle meşrulaştırdıkları ve söz konusu pratiğin sosyal medya içeriklerinde nasıl temsil edildiği ortaya konulmaktadır. Çalışma, sosyal medya ortamlarında görünürlüğün her zaman tam açıklık ve ayrıntılı bilgi paylaşımı üzerinden işlemediği; bazı durumlarda bilgi sınırlandırmasının da sorumlu bir dijital davranış biçimi olarak ortaya çıkabildiği varsayımına dayanmaktadır (Trepte, 2021; Ciriello ve ark., 2025). Bu yönüyle lokasyon paylaşmama davranışı, yalnızca bireysel mahremiyetin değil, çevresel etik, dijital öz-denetim ve koruyucu iletişim pratiklerinin de bir uzantısı olarak ele alınmaktadır (Masur, 2016; Rubel ve ark., 2025).

Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılarak, doğal alanlara ilişkin lokasyon bilgisini paylaşmayan sosyal medya içeriklerinde öne çıkan söylem biçimleri, tekrar eden temalar, temsil kalıpları ve içerik formatları incelenmektedir. Bu kapsamda çalışma, lokasyon paylaşmama pratiğinin hangi içerik türleri üzerinden görünürlük kazandığını, konum bilgisinin hangi biçimsel stratejilerle sınırlandırıldığını ve kullanıcıların bu pratiği bireysel bir tercih mi yoksa kolektif bir çevresel sorumluluk biçimi olarak mı sunduklarını değerlendirmektedir. Böylece araştırma, doğal alanların dijital temsili ile çevresel sürdürülebilirlik arasındaki gerilimli ilişkiyi, kullanıcıların geliştirdiği koruyucu paylaşmama stratejileri üzerinden anlamlandırmayı amaçlamaktadır (Tenkanen ve ark., 2017; Mangold ve ark., 2024; Siegel ve ark., 2023). Bu amaç doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır: Sosyal medya kullanıcılarının doğal alanlara ilişkin lokasyon bilgisini paylaşmama yönündeki temel motivasyonları nelerdir?

Lokasyon paylaşmama davranışı, sosyal medya içeriklerinde hangi çevresel, etik ve koruyucu gerekçelerle meşrulaştırılmaktadır?

Doğal alanların korunmasına yönelik lokasyon paylaşmama pratiği hangi söylem biçimleri aracılığıyla ifade edilmektedir?

Lokasyon paylaşmama içeren paylaşımlarda hangi tema ve anlam örüntüleri öne çıkmaktadır?

Kullanıcılar lokasyon paylaşmama davranışını bireysel bir tercih olarak mı, yoksa kolektif bir çevresel sorumluluk biçimi olarak mı sunmaktadır?

3.3. Araştırma Tasarımı ve Yöntem

Bu araştırmada, sosyal medya kullanıcılarının doğal alanların korunması amacıyla lokasyon bilgisini paylaşmama pratiklerini incelemek üzere nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve yöntem olarak nitel içerik analizi kullanılmıştır. Nitel içerik analizi, sosyal medya içeriklerinde yer alan anlam, tema ve temsil örüntülerini sistematik biçimde çözümlemeye elverişli bir yöntemdir (Schreier, 2012). Araştırmanın veri kaynağı olarak yalnızca Instagram seçilmiştir. Bu tercih, Instagram'ın görsel odaklı yapısı nedeniyle doğal alanların ve manzara deneyimlerinin yoğun biçimde temsil edildiği bir platform olmasıyla ilişkilidir (Molin ve ark., 2025; Toresson, 2025). Bu nedenle çalışma, Instagram'da kamuya açık hesaplar tarafından üretilen içeriklerle sınırlandırılmıştır. İçerikler, araştırmacı tarafından Instagram'ın arama bölümünde yalnızca hashtag araması yapılarak belirlenmiştir. İçerik aramada #nogeotag, #dontgeotag, #protectthisplace, #leavenotrace, #hiddengem, #notsharingthelocation, #secretspace ve #offthemap hashtagleri kullanılmıştır. Araştırmaya dâhil edilen içeriklerin kamuya açık hesaplarda paylaşılmış olması, doğal alanlara ilişkin görsel ya da video içermesi, lokasyon bilgisini açık biçimde vermemesi ya da muğlaklaştırması ve açıklama metni, etiketler veya yorumlar aracılığıyla çevresel koruma gerekçesi taşıması temel ölçütler olarak belirlenmiştir. Buna karşılık özel hesaplara ait gönderiler, sponsorlu ya da ticari içerikler, doğal alan içermeyen paylaşımlar, yalnızca bireysel mahremiyet gerekçesiyle lokasyon vermeyen ancak çevresel koruma söylemi taşımayan içerikler ile tekrar eden gönderiler analiz dışında bırakılmıştır.

Araştırmada analiz birimi hesaplar değil, belirlenen ölçütleri karşılayan tekil sosyal medya içerikleri olarak tanımlanmıştır. Bunun temel nedeni, lokasyon paylaşmama pratiğinin kullanıcıların tüm hesap kimliğini ya da genel paylaşım tarzını temsil eden sürekli bir davranış olmaktan ziyade, belirli

içeriklerde ortaya çıkan bağlamsal bir söylem biçimi olmasıdır. Aynı hesabın tüm paylaşımlarında çevresel koruma gerekçesiyle lokasyon bilgisini gizlediği varsayıl原因acağından, hesap bazlı bir değerlendirme yerine doğrudan lokasyon paylaşmama davranışını ve bu davranışa eşlik eden çevresel gerekçelendirme söylemini içeren içerikler esas alınmıştır.

Belirlenen hashtagler aracılığıyla yapılan manuel tarama sonucunda dahil etme ve dışlama ölçütlerini karşılayan 120 içerik araştırma örneğine alınmıştır. Örneklem büyüklüğünün 120 içerikle sınırlandırılmasında, araştırmanın nitel içerik analizi desenine dayanması, içeriklerin ayrıntılı biçimde kodlanması ve veri setinde tematik doygunluğa ulaşılması etkili olmuştur. İncelenen içeriklerde lokasyon paylaşmama gerekçelerinin kalabalıklaşma endişesi, çevresel zarar, kirlilik, doğal alanların korunması ve etik sorumluluk gibi tekrar eden temalar etrafında yoğunlaştığı görülmüş; bu aşamadan sonra yeni içeriklerin mevcut kod yapısına anlamlı ölçüde yeni tema ekmediği değerlendirilmiştir. Uygun bulunan içerikler; tarih, içerik türü, hesap türü, doğal alan türü, lokasyon durumu, açıklama metni, hashtagler ve gerekçelendirme biçimi bakımından kayıt altına alınmıştır. Kodlama çerçevesi, lokasyon paylaşmama motivasyonları, söylem biçimleri ve içerik formatları olmak üzere üç ana ekseninde oluşturulmuştur (Schreier, 2012). Kodlama sürecinde öncelikle veri seti ön incelemeye tabi tutulmuş, ardından başlangıç kodları oluşturulmuş ve bu kodlar benzerliklerine göre gruplandırılarak tematik bir yapı içinde yeniden düzenlenmiştir. Kodlama öncesinde yapılan pilot uygulama ile kategorilerin açıklığı ve işlevselliği gözden geçirilmiş, gerekli görülen düzenlemeler sonrasında veri seti sistematik biçimde çözümlenmiştir.

Bu çalışmada üç değerlendircinin ikili kodlama kararları arasındaki uyum Fleiss kappa katsayısı ile incelenmiş ve analiz sonucunda $\kappa = -0,085$ değeri elde edilmiştir. Buna karşın, maddelerin %76,47'sinde değerlendiriciler arasında tam uyum sağlanmıştır. Gözlenen yüksek uyum oranına rağmen kappa katsayısının düşük ya da negatif çıkması, metodoloji literatüründe "kappa paradoksu" olarak tanımlanan ve özellikle kategori dağılımlarının dengesiz olduğu durumlarda ortaya çıkabilen istatistiksel bir olgudur (Feinstein & Cicchetti, 1990). Kappa katsayısı, kategori prevalansına ve marjinal dağılımlara duyarlı olduğundan, gözlenen uyum yüksek olsa bile beklenen şans uyumunun artması katsayının düşük hatta negatif hesaplanmasına yol açabilmektedir (Byrt et al., 1993; Gwet, 2008). Bu nedenle birçok metodoloji çalışması, değerlendiriciler arası uyumun yalnızca kappa katsayısı üzerinden değerlendirilmemesi; gözlenen uyum yüzdesi gibi tamamlayıcı göstergelerin de birlikte raporlanması gerektiğini vurgulamaktadır (Feinstein & Cicchetti, 1990; Gwet, 2008). Bu çalışmada da Fleiss kappa katsayısı, %76,47'lik gözlenen uyum oranı ile birlikte yorumlanmıştır.

Etik açıdan çalışma yalnızca kamuya açık içeriklere dayandırılmış, kullanıcı adları anonimleştirilmiş ve doğrudan alıntılarda kimliği açığa çıkarabilecek bilgilere yer verilmemiştir (Golder ve ark., 2017; Coffin, 2025). İçerik analizi yapılırken kullanılan kod kitabı aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 1. Kod kitabı

Kod	Tanım
Fotoğraf	İçerik tekil ya da sabit görsel ağırlıklıdır.
Video / Reels	İçerik hareketli görüntüden oluşur.
Metin var	Gönderi açıklaması ya da görsel üstü yazı içerir.
Konum etiketi	Sistemsal lokasyon etiketi açıktır.
Hashtag	#nogeotag, #dontgeotag, #protectthisplace, #leavenotrace, #hiddengem, #notsharingthelocation, #secretspot, #offthemap

Kod	Tanım
Doğal alanı koruma vurgusu	Doğa korunması gereken bir değer olarak sunulur.
Lokasyon paylaşmama çağrısı	Yer bilgisinin verilmemesi gerektiği açıkça ya da dolaylı biçimde savunulur.
Zarar görme endişesi	Paylaşım sonrası alanın bozulacağı düşüncesi öne çıkar.
Kalabalıklaşma korkusu	Alanın aşırı ziyaretçi çekmesine dair kaygı vardır.
Kirlilik / çöp endişesi	İnsanların çöp bırakması ya da kirletmesi gibi tehditler öne çıkar.
Etik sorumluluk vurgusu	Kullanıcıya ahlaki bir sorumluluk yüklenir.

3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırma kapsamında amaçlı örneklem türlerinden ölçüt örnekleme tekniği kullanılarak 120 Instagram içeriği belirlenmiştir. Veri toplama sürecinde anahtar kelime ve görsel aramalarda doğru içeriklere ulaşılamadığından, yalnızca hashtag aramaları yapılmıştır. Araştırma, 1 Ocak 2025 - 1 Nisan 2026 tarihleri arasında yayımlanan kamuya açık içeriklerle sınırlandırılmıştır. Bu tarih aralığının tercih edilmesinde, lokasyon paylaşmama pratiğine ilişkin içeriklerin özellikle son dönemde daha görünür hale gelmesi ve çalışmanın güncel sosyal medya pratiklerine odaklanması etkili olmuştur. Pandemi sonrası dönemde doğaya yönelim, açık alan kullanımı ve çevresel duyarlılık tartışmalarının artması, doğal alanların sosyal medyada temsil edilme biçimlerini de dönüştürmüştür. Ancak yapılan ön taramalarda, doğal alanları koruma gerekçesiyle lokasyon bilgisini paylaşmama davranışını açık biçimde içeren gönderilere özellikle 2025 yılı itibarıyla daha yoğun biçimde ulaşılmıştır. Bu nedenle araştırmada hem güncelliği korumak hem de veri setini kronolojik olarak sınırlandırmak amacıyla 1 Ocak 2025 ile 1 Nisan 2026 tarihleri arasındaki paylaşımlar esas alınmıştır. Bu tarama sonucunda 120 farklı hesaptan elde edilen toplam 120 içerik araştırmanın örnekleme dâhil edilmiştir. Türkçe hashtag'lerle yapılan aramalarda dahil etme ölçütlerine uygun içerik sayısının sınırlı kalması nedeniyle, örnekleme yabancı dilde üretilmiş kamuya açık içerikler de dahil edilmiştir. Paylaşımların görece sınırlı sayıda olması ve araştırmanın belirli bir tarih aralığıyla sınırlandırılması çalışmanın sınırlılıkları arasında değerlendirilmiştir.

3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

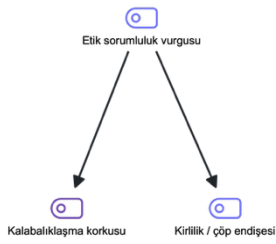
Bu araştırma bazı sınırlılıklar içermektedir. Öncelikle çalışma, yalnızca Instagram platformunda kamuya açık hesaplar tarafından paylaşılan içeriklerle sınırlandırılmıştır. Bu nedenle özel hesaplarda yer alan paylaşımlar, geçici içerik formatları ve diğer sosyal medya platformlarındaki benzer pratikler araştırma kapsamı dışında kalmıştır. Ayrıca araştırma, 1 Ocak 2025 ile 1 Nisan 2026 tarihleri arasında paylaşılan içeriklerle sınırlıdır. Lokasyon paylaşmama pratiğine ilişkin içeriklerin sosyal medya ortamında dağınık, düzensiz ve sınırlı biçimde yer alması nedeniyle daha uzun dönemli karşılaştırmalı bir analiz yapılamamıştır. Yapılan ön taramalarda, doğal alanları koruma gerekçesiyle lokasyon bilgisini paylaşmama davranışını açık biçimde içeren gönderilere özellikle 2025 yılı itibarıyla daha yoğun biçimde ulaşılmıştır. Bu nedenle çalışma, ilgili pratiğin güncel sosyal medya görünürlüğünü esas almakta; farklı dönemlerde ortaya çıkabilecek söylemsel değişimleri kapsam dışı bırakmaktadır. Bunun yanında Türkçe hashtaglerle birlikte örnekleme yabancı dilde üretilmiş kamuya açık içerikler de dahil edilmiştir. Bu durum, çalışmanın kültürel bağlam açısından daha geniş fakat Türkiye özelinde sınırlı bir değerlendirme sunduğunu göstermektedir. Son olarak, nitel içerik analizi yöntemi içeriklerdeki anlam örüntülerini ortaya koymada güçlü olmakla birlikte, kullanıcıların lokasyon paylaşmama davranışına ilişkin öznel niyetlerini ve karar süreçlerini doğrudan açıklamaya imkân vermemektedir. Bu nedenle bulgular, incelenen içeriklerin söylemsel yapısıyla sınırlı olarak değerlendirilmelidir.

4. Bulgular

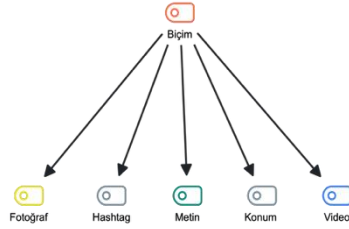
Bu bölümde, sosyal medyada doğal alanların korunması bağlamında lokasyon paylaşmama kültürüne ilişkin içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular sunulmaktadır. Analiz sürecinde içeriklerde tekrar eden tema ve kodlar belirlenmiş; bu kodların yoğunlukları, birbiriyle ilişkileri ve içerikler arasındaki dağılımları MAXQDA 2026 yazılımı çıktıları aracılığıyla değerlendirilmiştir.

Verilerin analizinde MAXQDA 2026 yazılımından yararlanılmıştır. Programda Kod Matrisi Tarayıcı, Kod İlişkiler Matrisi ve Kod Haritası araçları ile Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli kullanılmıştır. Kod Matrisi Tarayıcı, belirlenen kodların hangi içeriklerde ve ne yoğunlukta yer aldığını görmek amacıyla kullanılmıştır. Kod İlişkiler Matrisi, aynı içerikte birlikte görülen kodları inceleyerek temalar arasındaki ilişkileri değerlendirmeye olanak sağlamıştır. Kod Haritası ise kodlar arasındaki yakınlıkları ve tematik kümelenmeleri görselleştirmek için kullanılmıştır. Bu araçlar aracılığıyla lokasyon paylaşmama pratiğinin hangi gerekçelerle üretildiği, hangi söylemlerle desteklendiği ve kodlar arasında nasıl ilişkiler kurulduğu analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, lokasyon paylaşmama söyleminin hangi motivasyonlar etrafında kurulduğuna ve bu söylemin hangi iletişimsel biçimlerle üretildiğine işaret etmektedir.

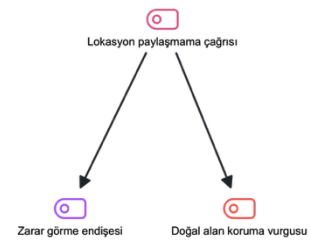
Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli



Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli



Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli



Şekil 1. Hiyerarşik Kod- Alt Kod Modeli

Hiyerarşik kod-alt kod modelleri, sosyal medya kullanıcılarının lokasyon paylaşmama kültürünü üç temel ekseninde yapılandırdığını göstermektedir. İlk olarak, biçim kodu; fotoğraf, video, metin, hashtag ve konum alt kodlarıyla ilişkilendirilerek lokasyon paylaşmama çağrılarının yalnızca metinsel ifadelerle sınırlı kalmadığını, farklı içerik formatları aracılığıyla çok katmanlı biçimde üretildiğini ortaya koymaktadır. İkinci olarak, etik sorumluluk vurgusu kodunun kalabalıklaşma korkusu ile kirlilik/çöp endişesi alt kodlarıyla desteklenmesi, kullanıcıların konum bilgisini gizlemeyi bireysel bir tercih olmaktan ziyade doğal alanların sürdürülebilirliğini korumaya yönelik etik bir sorumluluk olarak çerçevelediğini göstermektedir. Son olarak, lokasyon paylaşmama çağrısı kodunun zarar görme endişesi ve doğal alanı koruma vurgusu alt kodlarıyla ilişkilendirilmesi, paylaşmama davranışının temel motivasyonunun doğal alanların aşırı ziyaret, fiziksel tahribat ve çevresel bozulmadan korunmasına yönelik kolektif bir farkındalık oluşturmak olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, lokasyon paylaşmama kültürünün sosyal medyada yalnızca bir mahremiyet pratiği değil, aynı zamanda çevresel sorumluluk ve koruma odaklı bir dijital davranış biçimi olarak şekillendiğini göstermektedir.

Kalabalıklaşma korkusu

Doğal alan koruma vurgusu Metin Fotoğraf Hashtag

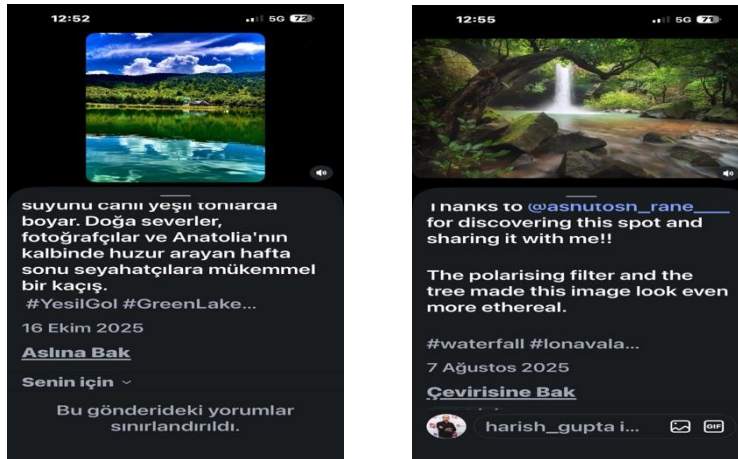
Lokasyon paylaşmama çağrısı

Etik sorumluluk vurgusu Zarar görme endişesi

Şekil 2. Kod Bulutu

Kod bulutu incelendiğinde, en baskın kavramın “lokasyon paylaşmama çağrısı” olduğu görülmektedir. Bu bulgu, incelenen paylaşımlarda temel söylemin kullanıcıları doğal alanların konum bilgisini paylaşmamaya yönlendirmek üzerine kurulduğunu göstermektedir. Kod bulutunda ikinci düzeyde öne çıkan “kalabalıklaşma korkusu” ve “zarar görme endişesi” kodları, lokasyon bilgisinin yaygınlaşmasının doğal alanlarda aşırı ziyaretçi yoğunluğu, fiziksel tahribat ve çevresel bozulma riskleriyle ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık “doğal alan koruma vurgusu” ve “etik sorumluluk vurgusu” kodları, paylaşmama davranışının bireysel bir tercih olmanın ötesinde çevresel koruma bilinci ve kolektif sorumluluk anlayışıyla temellendirildiğini göstermektedir. Ayrıca metin, fotoğraf ve hashtag kodlarının birlikte görünür olması, bu söylemin farklı içerik biçimleri aracılığıyla üretildiğine ve yaygınlaştırıldığına işaret etmektedir. Genel olarak kod bulutu, lokasyon paylaşmama kültürünün sosyal medyada çevresel duyarlılık, etik sorumluluk ve doğal alanların korunması ekseninde şekillenen baskın bir iletişim pratiği olduğunu ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgulara ilişkin kodlama yapılmasının ardından Şekil 1’de (Hiyerarşik kod haritaları) görüldüğü üzere, “Biçim, Lokasyon Paylaşmama Çağrısı ve Etik Sorumluluk Vurgusu” temaları oluşturulmuştur. Kod listesinde yer alan “Biçim” ana temasına ait içerik örnekleri olarak; Instagram içerik 6’da #leavenotrace #nogeotag #quietplaces #natureethics hashtaglar’i kullanılmıştır. Bununla birlikte “Fotoğraf” alt koduna örnek olarak ise Fotoğraf 1-2’de içerik üreticilerinin ilgili fotoğraf paylaşımları görülmektedir.



Fotoğraf 1-2 Biçim ana temasının fotoğraf alt koduna örnek fotoğraflar

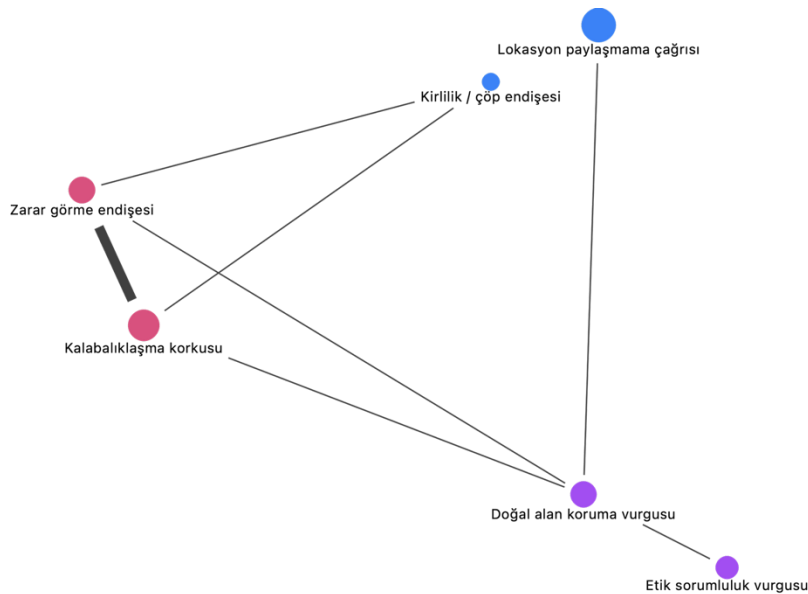
“Lokasyona Paylaşmama Çağrısı” ana temasına ait içerik örnekleri olarak “Bazen en doğru paylaşım, konumu eksik bırakmaktır. Göl kıyısı bugün sabah sisi ve durgun su ile hatırımda kaldı. Hassas ekosistemler, tek bir sezon içinde geri dönüşü zor hasarlar alabiliyor. Bu yüzden konum eklemiyorum. Doğaya misafir gibi davranalım, sahip gibi değil.” içeriği ile Instagram içerik 68’de paylaşılan “Bu kareyi paylaşıyorum amayer bilgisini bilinçli olarak eklemiyorum. Nehir kıvrımı bugün çakıl kıyı ve saz hareketi ile hatırımda kaldı. Burası kalabalıklaştığında sadece görüntü değil, canlı yaşamı da etkileniyor. Bu yüzden konum eklemiyorum. Merak etmek güzel; korumak daha değerli.” içerik örnek teşkil etmektedir.

Diğer bir ana tema olan “Etik Sorumluluk Vurgusu” için Instagram içerik 39’da “Bu alanı görünür kılıp konumugörünmez bırakmak bilinçli bir tercih. Turkuaz su, dark kıyı şeridi ve makilik alan bugün aklımda kalan en güçlü ayrıntıydı; ama tam yeri paylaşmıyorum, çünkü burada asıl mesele daha çok kişiye ulaşmak değil alanı korumak. Bıraktığımız en iyi iz bazen hiç iz bırakmamaktır.” ile Instagram içeriği 8’de “Güzel olan her yer kalabalığa açılmak zorunda değil. Sakin deniz yüzeyi, kıyı taşları ve açık ufuk bugün aklımda kalan en güçlü ayrıntıydı; ama tam yeri paylaşmıyorum, çünkü iz bırakmadan gezmek ancak kalabalığı azaltmakla mümkün oluyor. Konum vermemek bazen en dürüst koruma biçimi oluyor” metinlerinin kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 2. Üst Düzey Kod İstatistikleri

Kategori	Bölümler	Yüzde
Lokasyon paylaşmama çağrısı	514	44,16
Biçim	352	30,24
Etik sorumluluk vurgusu	298	25,60
TOPLAM	1164	100,00

Üst düzey kod istatistikleri, içeriklerin üç ana tema altında toplandığını göstermektedir. En yüksek paya sahip kod “lokasyon paylaşmama çağrısı” olup toplam kodlamaların %44,2’sini (n=514) oluşturmaktadır. Bu bulgu, paylaşımların temel söyleminin doğal alanların konum bilgisini paylaşmamaya yönelik çağrılar etrafında şekillendiğini göstermektedir. İkinci sırada yer alan “biçim” kodu (%30,2; n=352), bu söylemin metin, fotoğraf ve hashtag gibi farklı içerik türleriyle üretildiğine işaret etmektedir. “Etik sorumluluk vurgusu” ise (%25,6; n=298) kullanıcıların lokasyon paylaşmama davranışını çevresel koruma ve toplumsal sorumluluk anlayışıyla temellendirdiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak bulgular, lokasyon paylaşmama kültürünün sosyal medyada doğal alanların korunmasına yönelik etik temelli baskın bir söylem olarak yapılandığını göstermektedir.



Şekil 3. Kod Haritası

Kod haritası, lokasyon paylaşmama çağrısının araştırmadaki diğer temalarla merkezi bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Haritada bu kodun özellikle doğal alan koruma vurgusu ile doğrudan bağlantılı olması, kullanıcıların konum bilgisini paylaşmama davranışını doğal alanların korunmasına yönelik temel bir strateji olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Doğal alan koruma vurgusu ise etik sorumluluk vurgusu, kalabalıklaşma korkusu ve zarar görme endişesi kodlarıyla ilişkilendirilerek çevresel koruma söyleminin farklı gerekçelerle desteklendiğini göstermektedir. Ayrıca kirlilik/çöp endişesi kodunun hem kalabalıklaşma korkusu hem de zarar görme endişesi ile bağlantı kuması, kullanıcıların artan ziyaretçi yoğunluğunu çevresel tahribatın temel nedenlerinden biri olarak değerlendirdiğine işaret etmektedir. Genel olarak kod haritası, lokasyon paylaşmama kültürünün çevresel koruma, etik sorumluluk ve doğal alanların zarar görmesini önleme ekseninde birbirini tamamlayan temalar üzerinden yapılandığını ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Kod Matrisi Tarayıcısı

Kod Sistemi	İçerik 2	İçerikler 1	TOPLAM
▼ Biçim			
Hashtag	10,2%	10,0%	
Metin	10,0%	9,7%	
Konum		0,1%	
Video			
Fotoğraf	10,2%	10,4%	
▼ Etik sorumluluk vurgusu	4,5%	9,2%	
Kalabalıklaşma korkusu	18,1%	17,3%	
Kirlilik / çöp endişesi		1,3%	
▼ Lokasyon paylaşmama çağrısı	22,6%	20,4%	
Doğal alan koruma vurgusu	11,0%	11,3%	
Zarar görme endişesi	13,6%	10,3%	
Σ TOPLAM	100,0%	100,0%	

Kod matrisi tarayıcısı, incelenen iki içerik grubunda kod dağılımlarının büyük ölçüde benzerlik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Her iki grupta da en yoğun kod “lokasyon paylaşmama çağrısı” olup İçerik 2’de %22,6, İçerik 1’de ise %20,4 oranıyla öne çıkmaktadır. Bu kodu “kalabalıklaşma korkusu” (%18,1; %17,3) izlerken, “zarar görme endişesi” (%13,6; %10,3) ve “doğal alan koruma vurgusu” (%11,0; %11,3) her iki içerik grubunda da belirgin biçimde temsil edilmektedir. Hashtag, metin ve fotoğraf kodlarının oranlarının birbirine oldukça yakın olması, lokasyon paylaşmama söyleminin benzer içerik biçimleriyle üretildiğini göstermektedir. Buna karşılık konum, video ve kirlilik/çöp endişesi kodlarının düşük oranlarda kalması, bu unsurların ikincil düzeyde yer aldığını ortaya koymaktadır. Genel olarak kod matrisi, iki içerik grubu arasında anlamlı bir farklılaşmadan çok benzer bir söylem örüntüsü bulunduğunu; lokasyon paylaşmama çağrısının çevresel koruma ve kalabalıklaşmayı önleme ekseninde tutarlı biçimde yapılandığını göstermektedir.

Tablo 3. Kod İlişkileri Matrisi

Kod Sistemi	Biçim	Hasht...	Metin	Konum	Video	Fotoğ...	Etik s...	Kirlilik...	Kalab...	Zarar ...	Lokas...	Doğal...
Biçim												
Hashtag												
Metin												
Konum												
Video												
Fotoğraf												
Etik sorumluluk vurgusu												2
Kirlilik / çöp endişesi									6	6		
Kalabalıklaşma korkusu								6		66		6
Zarar görme endişesi								6	66			2
Lokasyon paylaşmama çağrısı												1
Doğal alan koruma vurgusu							2		6	2	1	

Kod ilişkileri tarayıcısı, araştırmada belirlenen temalar arasında güçlü ve çok yönlü bir ilişki ağı bulunduğunu göstermektedir. En yoğun ilişki, “kalabalıklaşma korkusu” ile “zarar görme endişesi” kodları arasında görülmekte olup, kullanıcıların artan ziyaretçi yoğunluğunu doğal alanların fiziksel olarak zarar görmesiyle doğrudan ilişkilendirdiğini ortaya koymaktadır. “Doğal alan koruma vurgusu” kodunun hem “kalabalıklaşma korkusu” hem de “zarar görme endişesi” ile birlikte kodlanması, doğal alanları koruma söyleminin bu iki temel kaygı üzerinden şekillendiğini göstermektedir. Benzer şekilde “etik sorumluluk vurgusu” kodunun “doğal alan koruma vurgusu”, “kalabalıklaşma korkusu” ve “zarar görme endişesi” ile ilişkili olması, kullanıcıların lokasyon paylaşmama davranışını bireysel bir tercih değil, çevresel sorumluluğun bir gereği olarak değerlendirdiklerine işaret etmektedir. Buna karşılık “kirlilik/çöp endişesi” kodunun daha sınırlı sayıda ilişki göstermesi, bu unsurun çevresel kaygılar içinde destekleyici ancak ikincil bir tema olarak konumlandığını ortaya koymaktadır. Genel olarak kod ilişkileri, lokasyon paylaşmama kültürünün doğal alanların korunması, çevresel etik ve zarar görmeyi önleme ekseninde birbirini tamamlayan temalar üzerine inşa edildiğini göstermektedir.

5- Tartışma ve Sonuç

Sosyal medya ile doğal alanlar arasındaki ilişkiyi inceleyen literatür, dijital platformların doğal çevrelerin görünürlüğünü artırdığını, destinasyon imajını şekillendirdiğini ve ziyaretçi hareketliliğini etkileyebildiğini göstermektedir. Bu çerçevede sosyal medya, bir yandan korunan alanlara ilişkin farkındalık üretme ve ziyaretçi örüntülerini izleme bakımından önemli bir veri kaynağı sunarken, diğer yandan hassas ekosistemlerin aşırı görünür hâle gelmesi yoluyla çevresel baskıyı artırabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya mahremiyeti ve seçici kendini açma literatürü, kullanıcıların dijital ortamlarda tüm bilgileri aynı düzeyde paylaşmadığını, görünürlüğü bağlama ve algılanan riske göre yönettiğini ortaya koymaktadır. Bu iki literatür hattı birlikte değerlendirildiğinde, doğal alanlara ilişkin konum bilgisinin bilinçli biçimde sınırlandırılması hem çevresel iletişim hem de dijital etik bağlamında anlamlı bir araştırma nesnesi hâline gelmektedir (Arndt, 2023; Guerreiro ve ark., 2024; Liu ve ark., 2024; Masur ve Scharkow, 2016; Tenkanen ve ark., 2017; Trepte, 2021).

Bu araştırmanın bulguları, doğal alanların korunması bağlamında lokasyon paylaşmama pratiğinin rastlantısal ya da yalnızca bireysel bir tercih olarak değerlendirilmemesi gerektiğini göstermektedir. Bulgular, bu pratiğin çevresel koruma, zarar azaltma ve etik sorumluluk ekseninde kurulan bilinçli bir dijital iletişim biçimi olarak işlediğine işaret etmektedir. Özellikle kod bulutunda ve kod matrisi tarayıcısında “lokasyon paylaşmama çağrısı”nın belirgin biçimde öne çıkması, bu pratiğin pasif bir suskunluk ya da eksik paylaşım değil, yönlendirici ve normatif bir söylem niteliği taşıdığını düşündürmektedir. Buna göre kullanıcılar yalnızca konum bilgisini vermemekte, aynı zamanda başkalarını da benzer biçimde davranmaya davet eden koruyucu bir iletişim dili üretmektedir. Bu bulgu, dijital görünürlüğün her zaman daha fazla açıklık ve ayrıntılı ifşa üzerinden işlemediğini; bazı bağlamlarda bilgi sınırlandırmasının da sorumlu bir dijital davranış olarak ortaya çıkabildiğini göstermektedir. Araştırmada belirginleşen “kalabalıklaşma korkusu” ve “zarar görme endişesi” kodları, lokasyon paylaşmama davranışının temel motivasyonlarının çevresel bozulma riskine dayandığını göstermektedir. Kod ilişkiler matrisi de bu iki kod arasında güçlü bir eşleşme olduğunu ve bunların sıklıkla “kirlilik/çöp endişesi” ile birlikte çalıştığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç, sosyal medya

kaynaklı görünürlüğün bazı doğal alanlarda ani ziyaretçi yoğunluğu, habitat bozulması ve çevresel tahribat üretebildiğini vurgulayan araştırmalarla uyumludur. Dolayısıyla kullanıcıların lokasyon bilgisini paylaşmaktan kaçınması, yalnızca kişisel bir tercih değil, görünürlüğün çevresel sonuçlarını öngören önleyici bir refleks olarak değerlendirilebilir. Başka bir ifadeyle, paylaşmama davranışı burada bilgi eksikliğinden değil, bilgi dolaşımının olası etkilerine ilişkin yüksek bir farkındalıktan kaynaklanmaktadır (Mangold ve ark., 2024; Rubel ve ark., 2025; Siegel ve ark., 2023; Tenkanen ve ark., 2017).

Bulgular aynı zamanda lokasyon paylaşmama davranışının yalnızca çevresel kaygılarla değil, etik sorumluluk söylemiyle de meşrulaştırıldığını göstermektedir. Bulgularda “etik sorumluluk vurgusu”nun “doğal alan koruma vurgusu” ile birlikte görünmesi ve özellikle bazı içeriklerde daha yüksek yoğunlukta ortaya çıkması, kullanıcıların bu davranışı kişisel bir tercih olarak sunmaktan ziyade ahlaki ve toplumsal bir sorumluluk çerçevesinde temellendirdiklerini düşündürmektedir. Bu sonuç, Trepte’nin sosyal medya mahremiyet modelinde vurgulanan, çevrimiçi mahremiyetin yalnızca teknik kontrol meselesi olmadığı; normlar, güven ve iletişimsel sınır çizme pratikleri üzerinden kurulduğu yönündeki yaklaşımla örtüşmektedir. Benzer biçimde, kullanıcı yönelimli gizlilik stratejilerine ilişkin çalışmalar da bireylerin açıklama düzeylerini bağlamsal risk algısına göre ayarladıklarını ortaya koymaktadır. Mevcut çalışma bu literatüre ek olarak, söz konusu seçici sınır çizme pratiğinin çevresel etik temelinde kolektif bir sorumluluk biçimi olarak da işleyebildiğini göstermektedir (Masur ve Scharkow, 2016; Schwartz-Chassidim ve ark., 2020; Trepte, 2021).

Bu yönüyle araştırma, “lokasyon paylaşmama kültürü”nü bir *seçici görünürlük pratiği* olarak kavramsallaştırmayı mümkün kılmaktadır. Bulgularda “fotoğraf”, “metin” ve “hashtag” kodlarının koruma temelli kodlarla birlikte görünmesi, kullanıcıların deneyimlerini bütünüyle görünmez kılmadığını; aksine paylaşımı sürdürürken, doğal alanın tam olarak yeniden üretilebilirliğini sağlayacak konum bilgisini eksilttiğini göstermektedir. Dolayısıyla burada söz konusu olan şey iletişimden geri çekilme değil, görünürlüğün kapsamını ve ayrıntı düzeyini bağlama duyarlı biçimde yeniden düzenlemektir. Bu sonuç, sosyal ağlarda kullanıcıların bilgiyi tümüyle kapatmak yerine farklı düzeylerde yönettiklerini gösteren açıklama yönetimi literatürüyle tutarlıdır; ancak mevcut çalışma, bu mantığın çevresel koruma bağlamında kamusal ve kolektif bir etik refleks olarak da işleyebildiğini ortaya koyması bakımından özgünleşmektedir.

Kod haritası ve kod ilişkileri matrisi birlikte değerlendirildiğinde, lokasyon paylaşmama kültürünün tekil bir gerekçeye değil, çok katmanlı bir anlam alanına dayandığı görülmektedir. “Doğal alan koruma vurgusu”nun merkezî ve ilişki kurucu bir tema olarak öne çıkması; “kalabalıklaşma korkusu”, “zarar görme endişesi”, “etik sorumluluk vurgusu” ve “lokasyon paylaşmama çağrısı” ile birlikte çalışması, araştırmanın temel söylemsel eksenini açık biçimde ortaya koymaktadır. Buna göre paylaşmama kültürü yalnızca bilgi saklama değil; doğal çevrenin korunmasını amaçlayan, zarar azaltma mantığı taşıyan ve etik sorumluluk üzerinden meşrulaştırılan bütüncül bir iletişim biçimidir. Bu durum, hassas türler ve yaban hayatına ilişkin bilgi paylaşımının etik sonuçlar doğurabileceğini tartışan güncel çalışmalarla da desteklenmektedir. Özellikle dijital platformlarda dolaşıma giren doğru ve zamanlı konum bilgilerinin hassas canlılar ya da kırılgan alanlar üzerinde zarar üretme potansiyeli bulunduğu düşünüldüğünde, lokasyon bilgisinin sınırlandırılması çevresel zarar riskini azaltmaya yönelik koruyucu bir dijital davranış olarak yorumlanabilir (Coghlan, 2025; Rubel ve ark., 2025).

Kodlama sonuçları incelendiğinde değerlendiricilerin kararlarının büyük ölçüde 'var' kategorisinde yoğunlaştığı, bazı kategorilerin ise oldukça düşük frekansta temsil edildiği görülmüştür. Bu dengesiz dağılımın, literatürde tanımlanan prevalans etkisini artırarak Fleiss kappa katsayısını düşürdüğü değerlendirilmektedir.

Araştırmanın bulguları, aynı zamanda doğal alanların dijital temsiline ilişkin eleştirel tartışmaları da güçlendirmektedir. Doğa temelli alanlar sosyal medya aracılığıyla yalnızca görünür hâle gelmemekte; aynı zamanda estetikleştirilmekte, arzu nesnesine dönüştürülmekte ve platform mantığı içinde dolaşıma sokulmaktadır. Ancak bu çalışmada görüldüğü üzere, bazı kullanıcılar bu görünürlük rejimine tam katılım göstermek yerine sınır koyan bir iletişim stratejisi geliştirmektedir. Bu strateji, platformların teşvik ettiği sürekli paylaşım mantığına karşı refleksif bir karşı-pratik olarak da okunabilir. Böylece lokasyon paylaşmama kültürü, çevrimiçi görünürlüğün doğallaştırılmış normlarına karşı çevresel

duyarlılık temelli bir direnç biçimi üretmektedir. Bu yönüyle çalışma, sosyal medyada paylaşmama davranışını yalnızca mahremiyet ya da dijital yorgunluk gibi bireysel nedenlerle açıklayan yaklaşımlardan ayrılmakta; çevresel etik ve koruyucu iletişim ekseninde yeni bir yorum önermektedir.

Bulgular, araştırma sorularıyla birlikte değerlendirildiğinde çalışmanın temel amaçlarına ulaştığını göstermektedir. İlk olarak, kullanıcıların lokasyon paylaşmama yönündeki temel motivasyonlarının kalabalıklaşma, zarar görme ve kirlilik kaygıları etrafında şekillendiği anlaşılmaktadır. İkinci olarak, bu davranışın çevresel koruma ve etik sorumluluk söylemleriyle meşrulaştırıldığı görülmektedir. Üçüncü olarak, lokasyon paylaşmama pratiğinin doğrudan uyarı, çağrı ve yönlendirme içeren söylem biçimleri aracılığıyla ifade edildiği ortaya çıkmaktadır. Dördüncü olarak, içeriklerde öne çıkan temel örüntünün koruma temelli seçici görünürlük olduğu söylenebilir. Son olarak, kullanıcıların bu pratiği yalnızca bireysel bir tercih olarak değil, kolektif çevresel sorumluluğun bir uzantısı olarak sundukları anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar, bulgularda tanımlanan araştırma amacı ve sorularıyla doğrudan uyumludur.

Pratik açıdan ise çalışma; milli park yönetimlerinin hassas doğal alanlarda konum paylaşımına ilişkin bilgilendirici rehberler geliştirmesi, sosyal medya platformlarının coğrafi etiketleme sırasında çevresel uyarı mekanizmaları oluşturması, influencer ve içerik üreticilerinin hassas alanlarda açık lokasyon vermekten kaçınan etik ilkeler benimsemesi ve STK'ların #nogeotag, #dontgeotag, #protectthisplace gibi etiketlerle farkındalık kampanyaları düzenlemeleri; Çevre ve Şehircilik Bakanlığının da toplumu bilinçlendirecek influencer gibi kanaat önderlerinde farkındalık yaratacak iletişim çalışmaları ve işbirlikleri yürütmeleri önerilmektedir.

Aynı zamanda bu araştırmanın ortaya koyduğu bulgular, konunun farklı yöntemsel ve kuramsal açılardan daha da derinleştirilmesine zemin oluşturduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda gelecek çalışmalarda, içerik analizinin derinlemesine görüşmeler ve dijital etnografi ile desteklenmesi, kullanıcıların lokasyon paylaşmama kararlarını nasıl gerekçelendirdiklerini daha açık biçimde ortaya koyabilir. Ayrıca sosyal medya platformları ve harita tabanlı uygulamalar arasında yapılacak karşılaştırmalı araştırmalar, platform mimarilerinin seçici görünürlük stratejilerini nasıl biçimlendirdiğini inceleyebilir. Benzer şekilde, farklı doğal alan türlerine odaklanan karşılaştırmalı çalışmalar, lokasyon paylaşmama söyleminin bağlama göre nasıl değiştiğini gösterebilir. Deneysel araştırmalar ise etik paylaşım uyarıları, gecikmeli konum paylaşımı ya da genel bölge etiketi kullanımının kullanıcı davranışları üzerindeki etkisini test edebilir. Son olarak, çevresel iletişim, dijital etik ve platform yönetişimini birlikte ele alan disiplinler arası çalışmalar, lokasyon paylaşmama kültürünün yönetsel ve politik boyutlarını daha görünür kılacaktır.

Kaynaklar

- Arndt, N. (2023). Social media and protected areas: Mapping visitor flows through geotagged content. *Journal of Environmental Management*, 326, 116738. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.116738>
- Byrt, T., Bishop, J., & Carlin, J. B. (1993). Bias, prevalence and kappa. *Journal of Clinical Epidemiology*, 46(5), 423–429. [https://doi.org/10.1016/0895-4356\(93\)90018-V](https://doi.org/10.1016/0895-4356(93)90018-V).
- Ciriello, R. F., Vianello, M., & Küng, L. (2025). Responsible social media use: Moral identity, ethical awareness, and self-regulatory behavior online. *Information, Communication & Society*, 28(2), 215–231. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2301234>
- Ciriello, R., Gal, U., Hannon, O., & Thatcher, J. (2025). Responsible social media use: How user characteristics shape the actualisation of ambiguous affordances. *European Journal of Information Systems*, 34(5), 149–172. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2024.2444249>
- Coffin, T. (2025). Ethical considerations for the use of social media in the human subjects research setting. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e78183. <https://doi.org/10.2196/78183>
- Coghlan, A. (2025). Animal privacy and the ethics of wildlife tourism in the digital age. *Tourism Management*, 102, 104890. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104890>

- Ghermandi, A., Sinclair, M., & Portnov, B. A. (2022). Geolocated social media data counts as a proxy for recreation visits in natural areas: A meta-analysis. *Journal of Environmental Management*, 323, 116207.
- Ghermandi, A., Sinclair, M., & Staiano, M. (2022). Social media-based analysis of cultural ecosystem services and heritage tourism in a UNESCO world heritage site. *Ecosystem Services*, 55, 101430. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2022.101430>
- Golder, S., Ahmed, S., Norman, G., & Booth, A. (2017). Attitudes toward the ethics of research using social media: A systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6), e195. <https://doi.org/10.2196/jmir.7082>
- Guerreiro, J., Mendes, J., & Guerreiro, P. (2024). Social media and destination image: The role of visual affordances in shaping tourist expectations. *Tourism Management Perspectives*, 49, 101191. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101191>
- Guerreiro, M., Pinto, P., Ramos, C. M., Matos, N., Golestaneh, H., Sequeira, B., Pereira, L. N., Agapito, D., Martins, R., & Wijkesjö, M. (2024). The online destination image as portrayed by the user-generated content on social media and its impact on tourists' engagement. *Tourism & Management Studies*, 20(4), 1–15. <https://doi.org/10.18089/tms.20240401>
- Hesselberth, P. (2018). Discourses on disconnection and the reinvention of the offline. *New Media & Society*, 20(5), 1994–2010. <https://doi.org/10.1177/1461444817694723>
- Huang, R., Zhang, T., & Wang, C. (2023). Analyzing national parks visitor activities using geotagged photos crowdsourced from social media. *Journal of Environmental Management*, 347, 119105.
- Huang, X., Li, Q., Yin, L., & Chen, Y. (2023). Visitor activity patterns in national parks: A geotagged photo analysis on Flickr. *Landscape and Urban Planning*, 232, 104668. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2023.104668>
- Hussain, K., Alam, M. M. D., Malik, A., Tarhini, A., & Al Balushi, M. K. (2024). From likes to luggage: The role of social media content in attracting tourists. *Heliyon*, 10(23), e38914. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38914>
- Hussain, S., Song, X., & Niu, B. (2024). Social media content and destination visit intention: A visual processing perspective. *Journal of Travel Research*, 63(1), 98–117. <https://doi.org/10.1177/00472875231156789>
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Liu, J., Wang, C., & Zhang, T. (2024). Exploring social media affordances in tourist destination image formation: A study on China's rural tourism destination. *Tourism Management*, 101, 104843. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104843>
- Liu, X., Mehraliyev, F., Liu, C., & Schuckert, M. (2024). The roles of social media in tourists' choices of travel components. *Tourist Studies*, 24(1), 37–62. <https://doi.org/10.1177/14687976231195732>
- Mangold, C., Dallimer, M., & Naimimohasses, R. (2024). How digital technology shapes visitor behavior in protected areas: A systematic review. *Biological Conservation*, 290, 110442. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2024.110442>
- Mangold, M., Schwietering, A., Zink, J., Steinbauer, M. J., & Heurich, M. (2024). The digitalization of outdoor recreation: Global perspectives on the opportunities and challenges for protected area management. *Journal of Environmental Management*, 351, 120108. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.120108>

- Masur, P. K. (2016). Context-dependent optimization of privacy decisions: On the influence of individual and situational characteristics on contextual integrity judgments. *Social Media + Society*, 2(1). <https://doi.org/10.1177/2056305116643167>
- Masur, P. K., & Scharkow, M. (2016). Disclosure management on social network sites: Individual privacy perceptions and user-directed privacy strategies. *Social Media + Society*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305116634368>
- Molin, A., Stenseke, M., & Alm, T. (2025). Instagram and the wild: How social media shapes human-nature relationships in remote areas. *Geoforum*, 148, 103932. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2024.103932>
- Molin, L. U., Selvaag, S., & Aas, Ø. (2025). How Instagram shapes visitors' relation to wild places. *Tourism Geographies. Advance online publication*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2025.2582644>
- Neves, B. B., Sanders, A., & Koivusilta, L. (2024). Privacy concerns, ethical awareness and social media abstinence among younger adults. *New Media & Society*, 26(4), 2154–2172. <https://doi.org/10.1177/14614448231163245>
- Owuor, J., Hochschild, V., Mwaniki, D., Patel, N., & Munga, S. (2023). Integrating social media-derived visitor counts with official records for protected area monitoring: Possibilities and pitfalls. *Conservation Science and Practice*, 5(3), e12893. <https://doi.org/10.1111/csp2.12893>
- Portwood-Stacer, L. (2013). Media refusal and conspicuous non-consumption: The performative and political dimensions of Facebook abstention. *New Media & Society*, 15(7), 1041–1057. <https://doi.org/10.1177/1461444812465139>
- Rubel, A. Z., Castro, C., & Pham, A. (2025). The ethics of location data sharing for wildlife observation. *Environmental Values*, 34(1), 45–68. <https://doi.org/10.3197/096327125X16978989897654>
- Rubel, A., Kaehrle, M., & Streiffer, R. (2025). Digital platforms, privacy, and the ethics of wildlife information sharing. *Philosophy & Technology*, 38, Article 22. <https://doi.org/10.1007/s13347-025-00841-4>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE.
- Schwartz-Chassidim, H., Moshe, O., Rozenblum-Santiako, N., & Amichai-Hamburger, Y. (2020). Selective posting: Examining the reasons and behaviour of self-censorship in social networks. *Telematics and Informatics*, 53, 101423. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101423>
- Siegel, C., Hochecker, C., & Schaffer, A. (2023). Social media-induced environmental impacts on natural heritage sites: A review. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1516–1535. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2073289>
- Siegel, L. A., Higham, J., Carr, A., & Macbeth, J. (2023). Exploring behaviors of social media-induced tourists and the use of behavioral interventions as salient destination response strategy. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101089.
- Song, Y., Zhou, G., & Peng, W. (2020). Exploring the travel patterns of visitors based on geotagged photos in social media: A case study of a world heritage site. *Journal of Cultural Heritage*, 43, 153–162. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2020.01.015>
- Teles da Mota, V., & Pickering, C. (2020). Using social media to assess nature-based tourism: Current research and future trends. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 30, 100295. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100295>
- Tenkanen, H., Di Minin, E., Heikinheimo, V., Hausmann, A., Herbst, M., Kajala, L., & Toivonen, T. (2017). Instagram, Flickr, or Twitter: Assessing the usability of social media data for visitor

monitoring in protected areas. *Scientific Reports*, 7, 17615. <https://doi.org/10.1038/s41598-017-18007-4>

Toresson, N. (2025). Landscape constructions on Instagram: A postmodern reinvention of romanticism. *Digital Geography and Society*, 9, 100133. <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2025.100133>

Trepte, S. (2021). The social media privacy model: Privacy and communication in the light of social media affordances. *Communication Theory*, 31(4), 549–570. <https://doi.org/10.1093/ct/qtz035>

Yee, S. H., & Carrasco, J. A. (2024). Assessing cultural ecosystem services using social media data at a global scale. *One Ecosystem*, 9, e117652. <https://doi.org/10.3897/oneeco.9.e117652>.

Research Article**Sosyal Medyada Doğal Alanların Korunması Bağlamında Lokasyon Paylaşmama Kültürü: Bir İçerik Analizi***The Culture of Location Withholding in the Context of Natural Area Conservation on Social Media: A Content Analysis*

Gonca DOĞRU Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Bergama Meslek Yüksekokulu gonca.dogru@deu.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-6464-4014	Erdem GEÇİT Doç. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi erdempitt@gmail.com https://orcid.org/0000-0001-6077-0910
---	---

Extended Summary

Social media has become one of the most influential environments through which places are represented, circulated, and experienced. Particularly on visually oriented platforms such as Instagram and TikTok, users continuously share photographs, videos, hashtags, and location information that contribute to the visibility of destinations. Through these practices, social media users do not merely document their experiences; they actively shape destination images, influence travel preferences, and contribute to the popularity of specific locations (Guerreiro ve ark., 2024; Liu ve ark., 2024). While this visibility may increase environmental awareness and provide useful information for protected area management, it can also generate environmental pressures by directing large numbers of visitors toward ecologically sensitive places (Tenkanen ve ark., 2017; Mangold ve ark., 2024). Recent discussions have highlighted a growing tendency among some social media users to deliberately avoid sharing exact location information related to natural environments. Rather than providing geotags or precise coordinates, these users often share photographs and experiences while withholding the location of the site. Such behavior is frequently justified through statements emphasizing the need to protect nature, prevent overcrowding, reduce environmental degradation, and preserve the authenticity of natural places. This emerging practice has become particularly visible through hashtags such as #nogeotag, #dontgeotag, #protectthisplace, and #leavenotrace. Although selective self-disclosure and privacy management have been widely discussed in social media research (Masur ve Scharkow, 2016; Trepte, 2021), environmental motivations for withholding location information have received limited scholarly attention.

This study conceptualizes this phenomenon as a culture of location withholding and examines it within the intersection of social media studies, environmental communication, and digital ethics. The study argues that withholding location information should not be interpreted merely as a privacy-related behavior. Instead, it represents a form of environmentally informed digital self-regulation through which users attempt to reduce the potential negative consequences of online visibility. Accordingly, the research seeks to answer the following questions: What motivates users to withhold location information? How is this behavior justified through environmental and ethical arguments? Through which discursive forms is it expressed? What themes dominate these posts? Finally, do users frame this practice as an individual preference or as a form of collective environmental responsibility? The conceptual foundation of the study is based on three interconnected perspectives. First, social media visibility research emphasizes

that digital platforms transform places into highly visible and desirable destinations through user-generated content (Guerreiro ve ark., 2024; Liu ve ark., 2024). Natural environments increasingly become objects of digital representation, aestheticization, and circulation. Second, research on protected areas demonstrates that social media can simultaneously support environmental monitoring and create environmental pressures. Geotagged content and user-generated photographs provide valuable data regarding visitor flows and recreational activities, yet increased visibility may also contribute to overcrowding, habitat degradation, and pollution (Tenkanen ve ark., 2017; Huang ve ark., 2023; Mangold ve ark., 2024). Third, digital ethics literature suggests that users actively regulate information sharing according to contextual risks, perceived responsibilities, and potential consequences (Trepte, 2021; Ciriello ve ark., 2025). Within this framework, withholding location information can be understood as an ethical communication strategy intended to prevent environmental harm.

The study employs a qualitative content analysis design. Instagram was selected as the sole platform because of its visual orientation and its central role in representing landscapes, outdoor recreation, and nature experiences. Data collection was conducted through manual searches using hashtags associated with location withholding and environmental protection. The analysis focused on publicly accessible Instagram posts shared between January 1, 2025, and April 1, 2026. To be included in the sample, posts were required to contain visual or video content related to natural areas, omit or obscure exact location information, and provide environmental justifications for doing so through captions, hashtags, or comments. Private accounts, commercial content, duplicate posts, and posts motivated solely by personal privacy concerns were excluded from the analysis.

The final sample consisted of 120 publicly accessible Instagram posts from 120 different accounts. The unit of analysis was the individual post, including visual content, captions, hashtags, location fields, and relevant comments. A coding framework was developed around three principal dimensions: motivations for location withholding, discursive forms, and content formats. Data were analyzed using MAXQDA 2026. Code clouds, code maps, code matrix browsers, and code relations matrices were used to identify dominant themes and examine relationships among codes. The findings reveal that the most dominant code across the dataset is the call for location withholding. This finding suggests that users do not simply refrain from sharing information; they actively encourage others to adopt similar practices. Therefore, location withholding functions not as passive silence but as a normative and protective discourse. Many posts explicitly advise followers not to ask for locations and emphasize the importance of protecting natural places from excessive exposure.

Among motivational factors, fear of overcrowding and concern about environmental damage emerged as the most prominent themes. These codes frequently appeared together, indicating that users perceive social media visibility as a potential driver of visitor pressure and ecological degradation. Users often expressed concerns that once a location becomes widely known online, increased visitation may threaten the environmental integrity, aesthetic quality, or uniqueness of the site. Similarly, concerns about littering and pollution were frequently observed, demonstrating that the discourse is grounded in concrete environmental risks rather than abstract conservation ideals.

Another important finding is the strong presence of natural area conservation and ethical responsibility themes. Users commonly framed location withholding as a morally justified behavior intended to protect fragile environments. Rather than presenting the practice as a personal preference, many described it as a responsibility toward nature and future visitors. The code map demonstrated that natural area conservation functions as the central organizing theme connecting concerns about overcrowding, environmental damage, pollution, and non-disclosure. The code relations matrix further revealed strong associations among these themes, indicating a relatively coherent discursive structure throughout the dataset.

The findings also demonstrate that location withholding can be understood as a form of selective visibility. Users continue to share photographs, narratives, and experiences while deliberately limiting geographical precision. Consequently, withholding location information does not represent a withdrawal

from communication but rather a strategic reorganization of visibility. This interpretation aligns with studies emphasizing selective self-disclosure and contextual information management on social media (Masur ve Scharkow, 2016; Trepte, 2021). However, the present study extends this perspective by showing that selective visibility may also function as an environmentally responsible communication strategy.

Overall, the study argues that the culture of location withholding constitutes an emerging form of environmental communication shaped by conservation values, ethical responsibility, and digital self-regulation. The primary motivations behind this practice are concerns regarding overcrowding, environmental damage, and pollution. The behavior is justified through environmental and ethical arguments and is typically expressed through warning-oriented, directive, and normative forms of communication. Most importantly, users tend to frame location withholding not as an individual choice but as a collective environmental responsibility. By conceptualizing this phenomenon as a culture of location withholding, the study contributes to the literature on social media, environmental communication, and digital ethics while highlighting how users actively negotiate the relationship between visibility and environmental protection. Future research may expand this discussion through interviews, digital ethnography, comparative platform analyses, and experimental studies investigating how different forms of location-sharing practices influence environmental awareness and user behavior.