

PAPER DETAILS

TITLE: Pandemi Döneminde Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Veri Güvenliğine Yönelik Farkındalıklarının Arastirilmesi

AUTHORS: Ilknur AYDOGDU KARAASLAN,Nimet ÖNÜR,Betül ÇOBAN

PAGES: 165-182

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3007988>

Pandemi Döneminde Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Veri Güvenliğine Yönelik Farkındalıklarının Araştırılması

Investigation of Awareness of Social Media Users on Digital Data Security
during the Pandemic Period

Öz

Günümüzde pandeminin ortaya çıkması ve dijital teknolojilerin sıklıkla kullanılması ile sosyal medya kullanımı arttığından kişisel veriler de büyük veri içinde yer almaktadır. Dolayısıyla kişisel verilerin paylaşımı, saklanması, güvenliği vb. konuların araştırılması da kaçınılmaz hale gelmektedir. Bu bağlamda dijital veri güvenliği kapsamında bireylerin kimlik bilgilerinin korunması, paylaşımlarının sınırlandırılması, yetkisiz erişimlerin engellenmesi, kişisel ya da ait oldukları kurumlara ilişkin verilerin güvenliği önem arz etmektedir.

Bu çalışmada sosyal medya kullanıcılarının dijital veri güvenliğine yönelik güven düzeyleri saptanarak, "dijital kimlik" olgusu çerçevesinde tartışılıp dijital veri güvenliğine ilişkin farkındalık düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, Türkiye'de yaşayan ve internet erişimi olan sosyal medya kullanıcıları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bağımsız değişkenleri, yaş, cinsiyet, eğitim durumu iken bağımlı değişkeni, katılımcıların sosyal medyadaki kişisel veri gizliliğine ilişkin bilgileri ve farkındalıklarıdır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, veriler, Türkiye'de yaşayan ve internet erişimi olan kişiler tarafından "Google Forms" aracılığı ile online anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Toplanan veriler IBM SPSS Statistic 25 programına aktarılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların yaş, cinsiyet ve eğitimleri ile kişisel verilerin korunması farkındalığı arasında anlamlı ilişkiler olduğu ortaya çıkmıştır.

Abstract

Today, as the use of social media increases with the emergence of the pandemic and the frequent use of digital technologies, personal data is also included in big data. Therefore, it becomes inevitable to investigate issues such as sharing, storing, security, etc. of personal data. In this context, it is important to protect the identity information of individuals, limit their sharing, prevent unauthorized access, and the security of personal or corporate data within the scope of digital data security.

In this study, it is aimed to determine the level of trust of social media users towards digital data security, to discuss within the framework of the phenomenon of "digital identity" and to determine the level of awareness of digital data security. The research was carried out on social media users living in Turkey and having internet access. While the independent variables of the study are age, gender and educational status, the dependent variable is the participants' knowledge and awareness of personal data privacy in social media. Quantitative research method was used in the study, and the data were collected by people living in Turkey and having internet access, using the online survey technique via "Google Forms". The collected data were transferred to the IBM SPSS Statistic 25 program and analyzed. As a result of the research, it was revealed that there are significant relationships between the age, gender and education of the participants and the awareness of the protection of personal data.

İlknur Aydoğdu Karaaslan

Doç.Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi
Gazetecilik Bölümü, Bilişim Anabilim Dalı İzmir,
Türkiye, ilknur.karaaslan@ege.edu.tr,
Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-2663-6731>

Nimet Önür

Prof.Dr. Nimet Önür, Ege Üniversitesi İletişim
Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü, İzmir,
Türkiye, nimet.onur@ege.edu.tr,
Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-5821-9465>.

Betül Çoban

Yüksek Lisans Öğrencisi, Ege Üniversitesi Sosyal
Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema
Bölümü, İzmir, Türkiye, betulcobannn@gmail.com,
Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-3557-8158>.

Makale Türü / Article Type

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Pandemi Dönemi, Sosyal Medya, Dijital Kimlik,
Dijital Veri Güvenliği

Keywords

Pandemic Period, Social Media, Digital Identity,
Digital Data Security

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Çalışmanın araştırma kısmı Ege Üniversitesi Sosyal
ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurulu'nun 30.06.2021 tarih ve 08 / 09 sayılı Kararı
ile alınan izin doğrultusunda gerçekleştirilmiştir.

Submitted: 13 / 03 / 2023

Accepted: 28 / 04 / 2023

Giriş

21. yüzyıl itibariyle yükselen dijitalleşme, pek çok alanı etkilemiştir. Dijital çağ, sanal ortamlar, dijital hizmetler, akıllı uygulamalar, uzaktan öğrenim, bilgiye dayalı sistemler vb. yaşamı kolaylaştıran farklı teknolojik çözümlerle sanal ortam kullanıcıları, küresel ağ sistemlerine bağlanmışlardır. İnternet altyapısı üzerinde yer alan hizmetler, sosyal ağ siteleri, video paylaşımları, bloglar, mikroblog platformları ve katılımcıların kendileri için paylaşım yapmak üzere oluşturdukları siteler ve hizmet ağları vb. uygulamalar bireylerin gündelik yaşamlarında yerlerini almışlardır. Teknoloji aracılığıyla kurulan her bağlantı, küresel ağ sistemine giriş olup, aynı zamanda veri aktarım noktasıdır. İletişim ağları üzerinde yer alan bilgiler, büyük veri olarak nitelendirilen veri kümelerine dahil olmaktadır.

Büyük veri, geleneksel veri tabanı sistemlerinde saklanamayacak özellikteki verilerin analizi, işlenmesi ve depolanması ile ilgili bir alandır (Doğan ve Arslantekin, 2016:23). Sosyal medya yayınları, bloglar, mikrobloglar, sosyal ve fiziksel çevrelere ilişkin sensörlerden gelen bilgiler, GSM operatörlerinden elde edilen tarama kayıtları vb. oluşan büyük sayıdaki bilgilerde bu alana dâhil olmaktadır. Dolayısıyla büyük veri içindeki bilgiler çeşitli amaçlara uygun olarak birbirileri ile ilişkilendirilerek yeni verilerle de zenginleştirilebilir.

Büyük veri, internet ortamlarında hareketlilik gösteren bireylerin ayak izlerinden ve makine verilerinden oluşmaktadır. Bireyler farkında olmadan dijital kişisel verilerini paylaşmakta, kişisel verilerin güvenliği tehlikeye düşebilmektedir (Doğan ve Arslantekin, 2016). Buna rağmen kullanıcıların çevrim içi ve çevrim dışı ilişkileri, etkileşimleri dijital ortamlarda giderek artmaktadır. Sosyal medya ortamlarına üye olmak ve giriş yapabilmek için gereken kişisel veriler, dijital ve elektronik cihazlara yüklenmiş bilgi sistemleri yazılımları ile otomatik olarak toplanabilmektedir. Sosyal medya ve birbiriyle etkileşimde olan birçok dijital ortamların verileri, toplumun veri güvenliği yasal güvencesi içinde yer alması gerekir. Kullanılan cihazın IP adresi ile cihazlar birbirini tanımlamakta ve çerez uygulamaları aracılığı ile kullanıcılar hakkında kişisel veri oluşturmaktadır. IP'nin kayıtlı olduğu internet hattı ve bu hat üzerinden etkileşim kurulan diğer online ortamlarla otomatik olarak hangi medya ortamlarının ne zaman, nasıl, kim tarafından kullanıldığı vb. konular ile ilgili kişisel bilgiler kaydedilmektedir. "Kişisel Veri Zinciri Kurma" olarak tabir edebilecek bu yöntemde, kişinin bilinebilir adı ve soyadının yanına TC kimlik numarası eklenebilir, sonra çalışmış olduğu kurum sicil numarası, anne baba adı vb. E-devlet sisteminden elde edilen fazladan bilgileri de dâhil edilebilir. Diğer yöntemlerden biri de çerezlerdir (cookies). Bunlar web sunucuları tarafından tarayıcı marifetiyle kullanıcıyı çabuk tanıma ve kullanıcı tercihleri hakkında bilgi almak için kullanıcının bilgisayarına yerleştirilen bilgi parçacıklarıdır. Kullanıcı siteyi her ziyaret ettiğinde, site kullanıcısının bilgisayarına istemi dışında bırakılan çerezleri kontrol eder. Böylece kullanıcının daha önceki işlemleri hakkında bilgi sahibi olur. Bu yöntem de kullanıcıların internet ortamındaki eğilimlerini analiz için en garanti sonuç veren yöntemlerden bir tanesidir. Bunların kullanıcı tarafından silinmeleri ve engellenmeleri mümkündür. Sitelere erişim yasağı uygulanmaya başladıktan sonra internet kullanıcıları DNS ayarlarını değiştirerek sitelere girmeye devam edebilmektedirler. Ancak IP bazlı site engelleme yöntemi uygulanmaya başladıktan sonra alan adı sistemi olarak adlandırılan DNS (Domain Name System) adresleriyle internet uzayını bölümlemeye, bölümleri adlandırmaya ve bölümler arası iletişimi organize etmeye yarayan bir sistem çalıştırılmış olur. İnternet ağını oluşturan her birim sadece kendine ait bir IP (İnternet Protokolü) adresine sahiptir. Bu IP adresleri "www. siteadi.com" gibi kullanıcıların kolay hatırlamalarına yarayacak URL adreslerine dönüştürülür. DNS sunucuları VPN (Virtual Private Network) servislerini veya programlarını kullanırlar VPN servisleri temelde ücretlidir. Ancak ücretsiz olduğu bildirilen birçok VPN servis veya programı, sitelere erişim engellendikçe, bu programlara eklenebilecek çok küçük yazılımlarla kullanıcıların kişisel verilerinin ele geçirilmesi mümkündür. Ayrıca kullanıcıların bilgisayar ve mobil cihazları DOS 19 saldırılarında birer araç olarak da kullanılabilirler (Oğuz, 2013:1-38). Teknolojilerin giderek yaygınlaşması, verilerin erişilebilir olması, sosyal ağlar web 2.0, web 3.0 üzerinden dijital iletişimlerin sağlanması da söz konusu mecralara eğilimleri artırmaktadır.

Son dönem dijital endüstrilerde bireylere, işletmelere, işçilere, tüketicilere, hükümetlere vb. verilerin denetlenmesi konusunda yasal zorunluluklar getirmektedir. Veri hırsızlığı ve korsanlığı

konusunda küresel bir işbirliği sağlanması, zorunlu bir hale gelmiştir. İnternet üzerine bağlı fiziksel nesneler kadar, sosyal ağlar üzerinden ve ağlardaki çeşitli teknolojilere yerleştirilen gömülü teknolojiler yardımıyla da kişisel verilere ulaşılabilmektedir. Kişisel ve kurumsal veriler, büyük veri olarak bulutlarda toplanmakta ve depolanmakta gerektiğinde çeşitli amaçlar için kullanılmaktadır (Huang, 2020). Özel hayata ait bilgilerin sınırları kültürden kültüre değişse de mahremiyet hakkı, vicdan özgürlüğü, kişisel olarak güvende olma hakkı vb. konular dijital ortamda e-gizlilik olarak dönüşüme uğrayarak genişlemiştir. Kullanıcıların kişisel bilgilerinin mahremiyet alanıyla ilişkili olduğundan, başkaları tarafından değil, kişinin kendisi tarafından ifşa ve kontrolünün sağlanması gerekmektedir. Her toplumda bu alanın denetimi ilgili yasalarla belirlenmiştir (Romansky ve Noninska, 2020). Bu nedenle sosyal medyada kişisel bilgilerin paylaşımı yasal prosedürlere bağlanmıştır. Denetimsiz gibi görünse ve çok sıkı olmasa da kontrollü bir alandır. Bu nedenle bireyler, kişisel ve kurumsal bilgilerini korumak, bilgi bütünlüğünü sürdürebilmek ve gerektiğinde yeniden ulaşabilmek için bilgi politikalarını ve kullanım kurallarını dikkate alarak hareket etmeleri gerekmektedir. Aksi takdirde risk ve tehlikelerle karşılaşabilmeleri olasıdır.

Günümüzde dijital ortamlara aşırı bilgi yüklenmektedir. Tüketici talepleri ve pazar rekabeti nedeniyle zorlanan işletmeler, halktan daha fazla bilgi toplama ihtiyacı duymaktadır. Gizlilik, ve güvenlik birbirini tamamlayan ancak birbirinden ayrı kavramlardır. Temelde veri gizliliği, sitelerin yönetsel bir sorumluluğudur. Dolayısıyla hem veri bankalarının yöneticilerinin hem de verilerin sahibi olan kişilerin tatmin edici kurallarla, bilgilerini yönetebilecek bilgiye sahip olmaları gerekmektedir. Bireyin mahremiyeti, kişisel verilerini ne zaman, nasıl ve ne ölçüde iletileceği konusunda, kendisinin belirlemesi ile biçimlenmektedir (Norlihan ve Sidek, 2009: 397-406). Bu bağlamda bireylerin veri ve bilgi gizliliği olanakları içinde başka kurumlar ve kişiler tarafından izlenmeden iletişim kurabilmeleri gerekmektedir.

Sosyal medya ortamlarında hareketlilik içindeki bireylerin, kurumsal ve özel yaşamlarını temsil eden paylaşımlar yaptıkları sosyal medya platformları, kişisel verileri bazen isteğe bağlı bazen de kullanım şartı olarak kullanıcılardan talep etmektedir. Dijital ortamda hiç bir şey tamamen silinmediği için, çeşitli amaçlar içinde kullanmak üzere bu veriler aynı zamanda depolanmış da olmaktadır. Bu bağlamda söz konusu verilerin korunması gündeme gelmiş ve 'dijital veri güvenliği' kavramı ortaya çıkmıştır. Pandemi döneminde bireylerin dijital platformları ihtiyaçları doğrultusunda sıklıkla kullanma zorunlulukları veri güvenliğini daha da önemli hâle getirmiştir. Pandemi süreciyle birlikte toplumlar daha fazla dijitalleşme eğilimi içine girmişlerdir. Çeşitli kanunlar ve sözleşmeler kapsamında güvence altına alınan kişisel verilerin güvenliği, kişisel hakları açısından da önemli görülmektedir. Dijital ortamlarda paylaşılan ve bireyin kimliğini belirlenebilir kılan her türlü bilgi kişisel veri olarak değerlendirilebilir.

Kullanıcıların kendi dijital verilerinin güvenliği hakkındaki farkındalık düzeyi, kişisel bilgilerinin, mahremiyetinin sınırlarının belirlenmesi, kişisel hak ihlallerinin engellenmesi ve kişisel veri güvenliği içinde değerlendirilmektedir. Öte yandan kişilerin dijital verilerinin güvenliğine dair güven düzeyi de farkındalık yaratmak açısından önemlidir. Kişisel veriler, sosyal medya paylaşımlarında bir takım tehditlerle karşılaşabilmektedirler. Doğal tehditler, zararlı yazılımlar, korsan erişimler, şifre gibi güvenlik açıkları konularında bireylerin bilgi birikimleri önemlidir. O nedenle dijital kimliklerin güvenliği, kişisel güvenlikle iç içe geçmektedir.

Birçok ticari işlemin, devlet hizmetlerinin ve kurumların çevrimiçi hale gelmesi, dijital ortamlarda, hem kimlik bilgilerinin ifşa edilmesini hem de paylaşım sürecini yönetebilme becerisi gerektirmiştir. Bu ortamlarda paylaşılan dijital kimlik, bireylerin dijital ortamlarda temsilidir. COVID 19 döneminde söz konusu fiziksel kimlikler ihtiyaç ya da istek temelli olarak dijital kimliklere dönüşmüştür. Karantina döneminde, çeşitli gereksinimlerin giderilmesinde internetin yaygın kullanılması, toplumun dijital dönüşümünü hızlandırmıştır.

Bu çalışmada bireylerin dijital ortamlarda dijital kimlikleri kapsamında sundukları kişisel verilerinin güvenliğine dair bilgi ve farkındalık düzeyleri araştırılmaktadır. Çünkü gündelik yaşamın birçok aktivitesi internet tabanlı bilgisayar teknolojileri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu ortamlar kullanıcılara zaman, emek ve maddi kazanımlar sağladığından giderek kullanımları artmaktadır. Ancak kullanıcıların söz konusu ortamlarda kişisel verilerin paylaşım sınırları

hakkında yeterli farkındalıklara sahip olmadıkları için zaman zaman kişisel veri güvenliği ile ilgili sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Bu nedenle kişisel veri güvenliğinin farkındalığı önemlidir. Ayrıca günümüzde somut fiziksel aktivitelerin ve hizmetlerin bile online bağlantılarla kurulup sürdürülebilmesi nedeniyle bu konunun önemi gün geçtikçe artmaktadır. Konu ile ilgili Türkiye özelinde, Covid-19 pandemi döneminde yapılan bu çalışmanın da hem gelecekte yapılacak olan “dijital kimlik” hem de “dijital veri güvenliği” çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.Sosyal Medya Ortamlarında Dijital Veri Güvenliği Ve Farkındalık

Sosyal medya, bireylerin internet üzerinden çevrimiçi (online) olarak birbirleriyle iletişim kurmalarına olanak sağlayan, çeşitli içeriklerin paylaşılıp bireysel yorumların yapılabildiği ve çeşitli aktivitelerin bulunduğu sosyal ağ siteleridir (Özdemir vd., 2014:59). Mikail (2010: 3351-52), sosyal medyayı medyanın yeni bir türü olarak tanımlayıp, temel özelliklerini açıklamaktadır:

Katılımcılar: Sosyal medya katılımcıları cesaretlendirirken, kullanıcıdan da geri bildirim almaktadır.

- **Açıklık:** Oylama, yorum ve bilgi paylaşımı konularında kullanıcıyı cesaretlendiren sosyal medya servisleri, ulaşma çok özel durumlar dışında engel getirmez.
- **Konuşma:** İnteraktif özellikli yapısı ile sosyal medya, kullanıcının aktifliğini önceler.
- **Toplum:** Sosyal medya, biçimsel ve stratejiksel yapısı gereği toplulukların değer paylaşımı, aktarımı ve yeniden üretimi için uygun bir ortam sunmaktadır.
- **Bağlantılılık:** Başka mecralardan link verilebilmesi özelliği ile sosyal medya daha geniş bir alandan yararlanmayı ve etkilemeyi mümkün kılmaktadır.
- **Erişim:** Sosyal medya, geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlamaktadır.
- **Erişilebilirlik:** Sosyal medya hesapları herkes tarafından kullanılabilir, sermaye gerektirmez.
- **Kullanılabilirlik:** Sosyal medyada üretimde bulunmak için belirli bir eğitim düzeyi ya da uzmanlaşma aranmaz.
- **Yenilik:** Anlık olarak veri aktarımının sürekli olarak yapılabilmesini sağlamaktadır.
- **Kalıcılık:** Sosyal medya paylaşımlarının çoğu yeniden düzenlenebilir niteliktedir.

Bu bağlamda sosyal medya, hem yapısal ve içeriksel özellikleriyle hem de bireysel kullanımlarda sunduğu imkânlarla giderek yaygınlaşmış, kullanıcı sayısını arttırmıştır. Çeşitli ülkelerden pek çok şirket yeni uygulamalar üzerinde çalışarak dünya pazarına sunmuş, yaygın ve yüksek kullanıma kısa sürede ulaşmıştır. Bireyler açısından ise yeni bir paylaşım pratiği haline gelerek, özel ve kamusal alanda önemli bir yer edinmiştir. Uluç (2017) çalışmasında en yaygın kullanılan sosyal medya platformlarını Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram olarak ifade etmiştir.

Son 20 yılda web 2.0 teknolojisinin hızla gelişmesiyle dijital kimliklerin kullanımı ve yaygınlığı da hızla artmıştır. Günlük olarak kullanılan sosyal medya hesapları ve e-bankacılık işlemleri gibi faaliyetlerin artmasıyla dijital kimliklerin önemi yükselmiştir (Capgemini, 2018: 3). Cover (2016)’a göre, günümüzde kimlik her zaman online biçimdedir. Yani bireyler, kimliklerini online ortamda gerçekleştirdikleri eylemler ve orada sundukları veriler aracılığıyla sergilemektedir. Dolayısıyla bireylerin benlikleri dijital iletişim araçları ile online olarak kurulmakta ve sergilenmektedir. Bu bağlamda internet, sosyal medya siteleri ve bloglar kişinin kimlik unsurlarına aktif olarak katkı sağlamaktadır. Shavers’a (2016:194) göre dijital kimliğin belirli tanımlayıcıları vardır. Sosyal medya hesapları, kullanıcı kontrollü bloglar, web siteleri, forumlar, moderatörlerin blogları, e-posta, online yorumlar, perakende satış hesabı, telefon, online depolama, kullanıcı adları, ortak ve özel anahtarlar ve yüklenen fotoğraflar vb. dijital kimliğin belirli tanımlayıcıları arasındadır.

Sosyal medya ortamlarının kullanımında geleneksel kimlik bilgileri yeterli olmadığı için, hükümetler, vatandaşların dijital bilgi ve hizmet sağlama, etkileşim kurma ve veri güvenliğinden de sorumludurlar. Sosyal medya ortamları üzerinden kişisel, yasal ve ticari işlemler de elektronik olarak gerçekleştirildiği için, veriler yasal ve ticari açıdan birbiriyle eklemlenebilmektedir. Bu nedenle hem sosyal medya ortamlarının bilgilerinin, paylaşımlarının hem de diğer dijital ortamların güvenlik altına alınması gerekir. Sanal ortamdaki bu dijital etkileşimler, gerçek dünyadaki yüz yüze ilişki ortamlarını da etkilemektedir. Dijital sosyal etkileşimler sonrasında ulaşılan veriler

depolandıktan sonra ticari bir meta olarak alınıp satılabilmekte ya da dijital kimlik hırsızlığı gibi zararlı amaçlarla kullanılabilmektedir. Dijital ortamlarda dijital kimlik (ID) veya elektronik kimlik (e-ID) olup, bir kişinin, kuruluşun veya dijital ortamdaki bir nesne üzerinde kayıtlı bilgilerin temsidir. Aynı zamanda bir kişi veya kuruluşun gerçek kimliğine eşdeğer bilgisayar ağı verisidir. Bireylerin dijital kimlikleri; kullanıcı adı, şifreler, doğum tarihi, sosyal güvenlik, çevrimiçi arama faaliyetleri vb. bilgilerden oluşmaktadır. Dijital kimlik; hükümete, istihdama, sosyal güvenlik alanına, yardımlara, sağlık hizmetleri gibi uygulamalara birincil araçtır. Dijital kimliği güvence altına almak için bir sistem yönetiminin olması gerekir. Bu yönetim, kullanıcıları kişiselleştirmek, gizliliği korumak ve yönetmeliklere uymak açısından önemlidir. Elektronik hizmetler arasında ortak bir standart yoktur. Bazıları dört basamaklı pin kodları talep ederken, diğerleri kullanıcı adları ve şifreler gerektirir. Günümüzde parolaların çoğalması nedeniyle artık güvenliği sağlamak için de yeterli değildir. Mevcut yasaların çoğu eski ve yereldir, bilgisayar ağları için tasarlanmamıştır. Dijital kimliklerin korunmasına ve güven oluşturulmasına yardımcı olacak yeni teknolojilerle, dünyanın herhangi bir yerindeki sosyal medya işlemleri ve paylaşımları için, akıllı kimlik kartı uygulanmıştır. Ortak anahtar altyapısı (PKI) dijital imzaların ve sertifikaların temelini oluşturur. PKI, hassas bilgilerin güçlü kimlik doğrulaması ile ele alınması gereken bankacılık ve finans sektörleri tarafından kullanılmaktadır. Akıllı kimlik araçlarının, PKI'ların ve biyometrinin kullanımı dijital ve fiziksel kimliği birbirine bağlamaktadır (Sadıku vd.,2016). Toplumların dijital ilişkileri küreselleştikçe dijital kimlik sistemleri de küreselleşmektedir. Bu konuda devletlerarasındaki küresel işbirliği ve uygulamalardaki farklılıklar arttıkça ve yapı karmaşık hale geldikçe zaman zaman aksaklıklara neden olabilmekte ve güven azalmaktadır.

Canbek ve Sağıroğlu'na (2006:168) göre "dijital veri güvenliği" bilgilerin dijital ortamda saklanması ve taşınma esnasında bütünlüğü bozulmadan; güvenli işlenmelerine olanak sağlayan platformlar oluşturulması çabasının tümüdür. Dijital veri güvenliğinin ihlal edilmesine dair risk faktörleri ise pek çok alanda çeşitlenmektedir. Bu faktörler şu şekilde sıralanabilir: "İşletim sistemi açıkları, kullanıcı hesap açıkları, paylaşımlar ve hizmetler, web tarayıcı açıkları, virüsler, trojan'lar, truva atları, casus yazılımlar, spam, exploit ve keylogger" (Zeydan, 2006). Bu bağlamda kurumlar, dijital verilerin güvenliğini sağlamak için çeşitli önlemler almaktadırlar. Devletler, kurumlar ve kişiler için çeşitli korunma yolları mevcuttur. Türkiye'de 24 Mart 2016'da tarihinde Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle belirli çerçevelerde kişilerin verileri güvence altına alınmıştır. Öte yandan sosyal medya platformları, uygulamaların indirilişinde/kullanım sürecinde Kişisel Verilerin Gizliliği Sözleşmeleri yoluyla kişilerin onayını almaktadır. Amerika ve Avrupa Birliği başta olmak üzere çeşitli yasa, yönetmelik ve sözleşme çalışmaları yürütülmüştür. İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı'nın (OECD) kılavuz ilkeleri 1980'li yıllar itibariyle kabul edilen ilkeler arasındadır. Aynı zamanda Avrupa Konseyi'nin kişisel verilerin korunması hakkındaki sözleşmesi de uluslararası olarak kabul gören hukuk belgelerinin arasındadır (Akıncı, 2017).

Birçok konuda riskler olsa da dijital kimlikler, sosyal medya ortamlarında giderek artan yoğunlukta kullanılmaktadır.2021 yılında yapılan araştırmalara göre en çok kullanılan sosyal medya platformları kullanım sıklıklarının çokluğuna göre şunlardır: Facebook, Youtube, Whatsapp, Messenger, Instagram, WeChat, Tiktok, QQ, Sina Weibo, Telegram, Snapchat, Kuaishou, Reddit, Twitter, Pinterest ve Quora (Global Overview Report, 2021). Global Overview Report raporuna göre, 2017 ve 2021 yılları arasında multimedya paylaşımlarının yapıldığı sosyal medya platformlarına ek olarak mesajlaşma/chat uygulamaları da yükselişe geçmiştir. 2017 yılında dünya genelinde sosyal medya kullanıcı sayısı 2 milyar 789 milyon iken, 2021 yılı dünya geneli sosyal medya kullanıcı sayısı 4 milyar 20 milyondur (Global Overview Report, 2017; Global Overview Report 2021). Dolayısıyla gelişen iletişim teknolojileri sayesinde dünya genelinde kullanıma açılan sosyal medya platformlarının hem işlevleri çeşitlenmiş hem de kullanım ölçekleri büyümüştür. Bireylerin gündelik hayatının, özel yaşamlarının ve iş yaşamlarının büyük bir bölümünde aktif olarak kullandıkları sosyal medya hesapları, bireylerin kişisel verilerini dijital olarak talep etmekte ve onları saklamaktadır. Global Overview Report raporuna göre, kullanım sayısı ve alanları arttıkça, paylaşılan kişisel verilerin arttığı da görülmektedir. Dolayısıyla bu verilerin hangi amaçlarla, kimler tarafından, hangi yollarla kullanıldığı, platformların kişilerin dijital verilerinin

gizliliğini nasıl sağladıkları, kişilerin verileri kapsamındaki gizlilik haklarını ihlal edip etmedikleri, bu verilerin gizliliğine dair hukuki boyutlar ve kişilerin kendi verilerinin dijital ortamdaki karşılığı ve gizliliğine yönelik bilgi ve güven düzeyleri tartışılan konular haline gelmiştir. Bu bağlamda sosyal medya kullanıcılarının dijital veri güvenliğine yönelik farkındalıklarının artırılması da önem kazanmıştır.

Kullanıcıların sosyal medya ortamlarındaki hareketlilikleri, gizlilik ve algılanan risk değerlendirilmesinin, müzakere edilmesiyle oluşan bilişsel dengelenmesinin yarattığı güven içinde gerçekleşmektedir. Kim, Ferrin ve Rao (2008) tarafından yapılan çalışmada; kullanıcıların dijital bir varlık oluşturma, yaratma vb. konulardaki kararlarında bilişe, deneyime, kişiliğe dayalı ve etki temelli oluşan güven olmak üzere birbirini tamamlayan güven unsurlarını belirtmişlerdir koymuşlardır (Chaudron ve Eichinger, 2018: 32-34). Bilişe dayalı güven, bir dijital varlık hakkında bilgilerin toplanması temelinde gözlemler ve oluşan algılar iken, etki temelli güven ise hem kendisinin hem de diğer kullanıcıların deneyimleri bir arada referans oluşturmaktadır. Her kullanıcı dijital ortamlarda temkinli olmak ister. Bilişe, etkiye, deneyime ve kişiliğine uygun olarak değişen ve farklılaşan güven unsurları ile birlikte, dijital bir varlığın, yapının, yargılamanın temeli olan ilk bilgi kümesine göre hareket etmektedir. Bu süreçte algılanan riskler de önemlidir. Bunlar; finansal risk, kaynak riski ve işlem güvenliği riski vb. olmak üzere değişebilmektedir. Bu risk deneyimleri ve bu alanda bilgi birikimine rağmen, Türkiye’ de dijital ortamlarda aktif olan bireyler giderek artmaktadır.

Türkiye’ de 2019 yılında sosyal medya kullanıcısı sayısı 44 milyon iken, 2021 yılında 60 milyona yükselmiştir (Digital in 2019, 2019; Global Overview Report, 2021). Dolayısıyla bu dönemde dijitalleşmenin artması, veri paylaşımının artması ve paylaşılan verilerin nitelik ve alanlarının çeşitlenmesi sebebiyle pandemi süreci oldukça önemli bir analiz alanı sunmaktadır. Yukarıda aktarılan nedenlerden dolayı pandemi döneminde, dijital kimliklerin kullanımının yaygınlaşması ve dijital kimliklerin kapsamına dahil olan bilgilerin çeşitlenmesi ile dijital verilerin gizliliği ve güvenliği tartışmalarının da arttığı görülmektedir. MMA Türkiye’nin raporuna göre, pandemi dönemi boyunca mobil teknolojilerin kullanım süresi artmaktadır. Pandemi boyunca online iş ve eğitim uygulamaları artmış, mobil oyunların indirilmesi ve satışı yükselmiş, sosyal medya ve video izleme uygulamalarında etkileşim ve zaman geçirme artmış, e-ticaret ivme kazanmış, yemek çağırma uygulamalarına talep artmış ve kullanıcılar ruhsal ve bedensel sağlıkları için sağlık uygulamalarına yönelmiştir (MMA Türkiye, 2020). Dolayısıyla kişilerin veri paylaşımları ve veri güvenliği pandemi döneminde daha çok önem kazanmıştır. Kötü niyetli şahıslar tarafından kullanılması ihtimaline karşın kişiler, “sosyal ağları kullanım güvenliği” kapsamında kart bilgileri, kurum bilgileri ve kimlik bilgileri gibi önemli verileri paylaşmamalıdır (Çetin, 2014: 91). Öte yandan dijitalleşmenin çoğu alanda aktif olduğu günümüz şartlarında eğitim, iş ve özel hayat gibi süreçlerin siber ortamda yürütülmesi bağlamında kişiler zorunlu ya da gönüllü olarak veri paylaşımında bulunmaktadır.

Günümüzdeki 2022 yılının dünya geneli verilerine göre 4.75 milyar insan sosyal medya platformlarını kullanmaktadır ve bu sayı dünya nüfusunun neredeyse %60’ına denk gelmektedir <https://teknoloji.org/sosyal-medya-istatistikleri/>. Ülkemizde ise 2022 yılı Ocak ayında 68,90 milyon sosyal medya kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. Bu sayı, toplam nüfusun yüzde 80,8’ine karşılık gelmektedir (We are Social, 2022). Böylece sosyal medya kullanımının artması, kişisel veri paylaşımını normalleştirmektedir. Dolayısıyla sosyal medya kullanımı ve “büyük veri” kavramı arasındaki ilişki, dijital veri güvenliğinin sosyal medya boyutundaki önemine de işaret etmektedir. Sosyal medya platformları sayesinde dünya genelinde anlık olarak sürekli veriler toplanmaktadır. Sosyal medya platformlarına ek olarak verilerin toplanmasını sağlayan araçlar, web sayfaları, bloglar, akıllı sensörler ve pek çok uygulamalardır. Elde edilen veriler, pazarlama, halkla ilişkiler, gazetecilik, bankacılık ve güvenlik gibi alanlarda kullanılabilir. Aynı zamanda araştırmacılar da çalışmalarında bu verilerden yararlanabilmektedir. Bu bağlamda veriyi toplama, işleme, kullanıcılar için hazır hale getirme, erişime açma, saklama ve analiz etme gibi farklı teknikler kullanılarak verilerden yararlanılmaktadır. Verilerin aktarılması, verilerin değerinin/öneminin anlaşılması ile hız kazanmıştır. Dolayısıyla verilerin ve aktarma süreçlerinin hızlanması, yeni

teknolojiler desteğiyle veri üretiminin çoğalması ve verilerin işlenmesi ile ilgili süreçlerdeki yeni çözümler sonucunda 'büyük veri' kavramı ortaya çıkmıştır (Doğan ve Arslantekin, 2016: 15). Sosyal medya platformlarının kullanılmasıyla paylaşılan verilerin toplandığı büyük veri grupları, devletler, pazarlama şirketleri ve bilgisayar korsanları tarafından çeşitli amaçlarla kullanılabilir. Bu bağlamda veri zaman zaman denetim amaçlı kullanılabilirken, bazen de reklam ve pazarlamada tüketici profillerini tespit etmek ve pazarlama stratejileri için kullanılabilir. Ayrıca bilgisayar korsanları da çeşitli ağlara izinsiz girmek ve saldırılar gerçekleştirmek amacı ile söz konusu verilere ulaşabilmektedirler. Dolayısıyla kişilerin, kendi verilerinin dijital güvenliğine dair bilgi ve farkındalık düzeyleri önem arz etmektedir.

Kişisel verilerin fiziki ortamdaki gizliliğini gözetmek ile siber ortamdaki gizliliğini gözetmek arasında hem etik hem de uygulama açısından farklılıklar bulunmaktadır. Kişiler geçmişten günümüze sosyal ve hukuki yollarla kişisel verilerinin korunması ve gizliliği ile ilgili farkındalık kazanıp önlemler alırken; hızla gelişen teknolojiler ve sayısallaşma ile kişilerin verilerinin siber ortamdaki varlığı hakkında bilgi ve farkındalık kazanması giderek daha önemli hale gelmektedir. Dijitalleşme oranının arttığı 21. yüzyılda, bireylerin verilerinin güvenliği, ihlali durumunda ne tür sonuçların ortaya çıkabileceği, ne tür önlemler alınabileceği vb. kavramların anlaşılması ve farkındalığı giderek önem arz etmektedir.

Literatürde sosyal medya kullanıcılarının dijital ortamdaki kişisel verilerinin güvenliğine ilişkin farkındalık ve güven düzeyleri ile ilgili çalışmalar mevcuttur. Aslanyürek'in 2016 yılında yaptığı araştırmada, 479 sosyal medya kullanıcısının internet güvenliği, çevrimiçi gizlilik kanaat ve farkındalıkları anket yöntemiyle araştırılmış, katılımcıların internet güvenliği ve çevrimiçi gizliliğin ihlali durumunda kullanımlarından vazgeçme eğilimlerinin oldukça düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak katılımcıların bir kısmı bu durum karşısında kullanımlarından ödün vereceğini belirtmiştir. Katılımcıların önemli bir bölümü bu konuda kararsızlık yaşarken, büyük bir bölümü de internette var olmanın özgürlüklerinden daha önemli olduğunu düşünmektedir. Katılımcılar kullanımlarındaki faydanın özgürlüklerinden daha yüksek olduğunu ifade ederken, öte yandan internet güvenliği ve çevrimiçi gizliliğin devletler, pazarlama şirketleri ve bilgisayar korsanları tarafından ihlal edildiğini savunmaktadır (Aslanyürek, 2016: 99). Kalaman'ın 2019 yılında 5000 Facebook kullanıcısından anket yöntemiyle verilerin toplandığı araştırmaya göre, kişisel bilgilerini site üzerinden paylaşan kişiler site üzerindeki gizlilik ayarlarını çoğunlukla yapmamaktadır. Çalışmada kullanıcıların bir bölümü kendileri izin vermedikçe kimsenin kendilerini site üzerinden izleyemeyeceğini düşünürken, diğer bölümü de yasa dışı bir şey yapmadıkça site üzerinden kamu kurumları tarafından gözetlenmeyeceğini düşünmektedir. Aynı zamanda çalışmada hemen hemen her 3 kişiden biri ise kendisi izin vermedikçe kişisel bilgilerinin kamu kurumları ya da ticari şirketlerin kişisel bilgilerine ulaşamayacağını ve depolayamayacağını düşünmektedir. Öte yandan kullanıcılar ticari şirketler tarafından yapılan gözetlenmenin kamu kurumlarına nazaran daha çok olduğunu düşünmektedir. Kalaman'ın (2019:591-92) çalışmasındaki sonuçlar demografik özelliklere göre anlamlı farklılık göstermektedir. Gökaliler ve Saatçioğlu'nun 2020 yılında 18 kullanıcı ile derinlemesine görüşme tekniği ile topladığı verilerle gerçekleştirdiği kişisel gizlilik sorunsalına yaklaşımlar kapsamındaki çalışmanın bulguları ise şu şekildedir: Araştırmada ulaşılan sonuca göre sosyal medya kullanıcıları sunulan gizlilik ayarlarından faydalanmakta olup, platformlarda yaptıkları paylaşımlarda özel hayatlarının gizliliğine önem vermektedirler. Fakat araştırma sonuçlarına göre kullanıcılar sunulan gizlilik sözleşmelerini okumamaktadırlar. Okusalar bile platforma üye olmak istedikleri için önemsememektedirler. Kişisel bilgilerini paylaşmakta tedirgin olan kullanıcılar çeşitli önlemler dahilinde bilgilerini paylaşmaya devam etmektedirler. Dolayısıyla kullanıcıların platformda var olma isteklerinin gizlilik endişelerine üstün geldiği söylenebilmektedir (Gökaliler ve Saatçioğlu, 2020: 133).

Literatürde sosyal medya kullanıcılarının dijital veri güvenliklerinin farkındalığının araştırılması yönündeki çalışmalarla ilgili görülen ortak nokta, kişilerin gizliliklerine önem verdikleri, gerektiğinde çeşitli önlemler aldıklarıdır. Ancak genel anlamda bireylerin farkındalıkları yüksek olmamakla beraber, gizlilik endişeleri çoğunlukla kullanımlarında kısıtlamaya neden olmaktadır. Bu bağlamda kullanıcılar çoğunlukla kişisel verilerini gönüllü olarak paylaşmakta ve

verilerinin devletler, pazarlama şirketleri ve bilgisayar korsanları tarafından ihlal edilebileceğini düşünse de veri paylaşımına devam etmektedir. Diğer yandan yapılan farklı çalışmalarda, kullanıcılar kendileri izin vermedikleri sürece verilerine ulaşamayacağını ve depolanamayacağını düşünmektedir. Tüm bu bulgular, dijital veri güvenliği tartışmasının “dijital kimlikler” bağlamında incelenerek, sosyal medya kullanıcılarının farkındalıklarının değerlendirilmesini önemli kılmaktadır.

Pandeminin önemli sonuçlarından biri işlerin ve hizmetlerin çevrimiçi ortama aktarılmasıyla gerçekleşen dijitalleşmedeki artıştır. Devlet ve özel sektör işlemleri çevrimiçi devam ederken, kişiler kapanma ve seyahat yasakları nedeni ile özel hayatlarının ve iletişimlerinin çoğunu yine çevrimiçi olarak devam ettirmeye başlamıştır. Türkiye’de 2019 yılında sosyal medya kullanıcısı sayısı 44 milyon iken, 2021 yılında 60 milyona yükselmiştir (Digital in 2019; Global Overview Report, 2021). Dolayısıyla bu dönemde dijitalleşmenin artması, veri paylaşımının artması ve paylaşılan verilerin nitelik ve alanlarının çeşitlenmesi sebebiyle pandemi süreci oldukça önemli bir analiz alanı sunmaktadır. Yukarıda aktarılan nedenlerden dolayı pandemi döneminde, dijital kimliklerin kullanımının yaygınlaşması ve dijital kimliklerin kapsamına dahil olan bilgilerin çeşitlenmesi ile dijital verilerin gizliliği ve güvenliği tartışmalarının da arttığı görülmektedir.

Kişilerin veri paylaşımları arttığından zorunlu ya da gönüllü olarak paylaştıkları verilerin farkındalık düzeyleri de önem kazanmaktadır. Zira, fiziksel kimliğin sınırları ve korunması yolları için çeşitli düzenlemeler bulunurken; dijital kimliğin oluşturulması ve korunması için düzenlenen uygulamalar -dijitalleşmenin Web 2.0’ın yaygınlaşması ile başlaması ve görece “yeni” olması sebebiyle- fiziksel kimlik için geliştirilen uygulamalara göre daha kısıtlıdır. Bu bağlamda yapılacak olan çalışmada bireylerin dijital kimlikleri kapsamında paylaştıkları verilerin gizlilik durumları hakkındaki düşünceleri, tutum ve davranışları Covid-19 pandemisi dönemindeki kullanımları bağlamında ölçülerek; kullanıcıların dijital kimliklerine ve dijital verilerinin güvenliğine dair farkındalıklarının yükseltilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda yeni teknolojiler ile birlikte hızlanarak artan dijitalleşme sürecindeki etik, sosyolojik ve psikolojik çalışmalara ve araştırmalara katkı yapılması amaçlanmaktadır.

2. Araştırmanın Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amaç ve Önemi

Çalışmada bireylerin internet ortamlarındaki hareketlilikleri sürecinde, kişisel verilerini paylaşıırken, dijital veri güvenliği konusundaki farkındalıklarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Çünkü bu konudaki farkındalık, birçok sosyal sorunun ortaya çıkmasını engelleyecek ve maruz kalınabilecek kişisel tehlikelere karşı önlem alınmasını gerektirecektir.

Sosyal medya, kullanıcılarına birçok alanda olanaklar sunmakta ve gündelik yaşamın gereklerinin yerine getirilmesini kolaylaştırmaktadır. Söz konusu olanaklardan yararlanma aşamasında, kişisel verilerin kullanılması, verilerin sınırlandırılması ve mahremiyete ilişkin bilgilerin, kişinin kendi kontrolünde olması ve bu konudaki farkındalıkları da önemli hale gelmiştir. Dijital ortamların giderek artan kullanımı, kişisel verilerin paylaşımında karşılaşılabilecek sorunları ortaya çıkaracaktır. Dolayısıyla bu konuda alınması gereken teknik önlemlerin yanısıra sosyal kültürel ve eğitim bakımından farklı özelliklere sahip bireylerin dijital iletişime katılım sürecindeki karşılaşılabilecekleri kişisel veri güvenliği sorunlarının farkındalıklarının tespit edilmesi önem taşımaktadır.

2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın örneklemi Türkiye’de yaşayan ve internet erişimi olan sosyal medya kullanıcıları oluşturmaktadır. Hootsuite ve We Are Social’ın her yıl yayınladığı küresel sosyal medya kullanımı istatistiklerine göre Türkiye’de 2021 yılında nüfus 84.69 milyon olup, aktif sosyal medya kullanıcısı sayısı 60 milyondur (<https://wearesocial.com/digital-2021>). Katılımcılar, gönüllülük esasına dayalı örneklem yöntemi ile online ankete cevap veren bireylerden oluşmaktadır. Bu bağlamda örneklem hacmi, Yazıcıoğlu ve Erdoğan’ın (2014) örneklem tablosuna göre belirlenmiştir. Bu tabloya göre 0.05 anlamlılık düzeyinde evren büyüklüğü 100 milyon olduğunda 384’tür. Bu çalışmada da bu sayının, evreni temsil edeceği kabul edilmiştir. Bu bağlamda

çalışmada Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2014) belirttiği tabloda öngörülen asgari katılımcı sayısı benimsenerek örneklem hacminin 384 kişiden oluşmasına karar verilmiştir.

2.3. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Değerlendirilmesi

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemi ile verilerin istatistiksel olarak incelenmesiyle sosyal olgular arasındaki neden sonuç ilişkileri ortaya konarak, araştırmaya başlamadan önce oluşturulmuş hipotezleri sınamayı amaçlayan araştırmalardır. Nicel araştırma yöntemleri ile güvenilir, doğru ve hızlı bilgiler toplanır. Araştırmanın pandemi döneminde yapılmış olması nedeniyle online anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından oluşturulmuş olan anket ile, Türkiye genelinde internet erişimi olan kişiler tarafından online olarak 'Google Forms' aracılığı ile veriler toplanmıştır. Veriler online anket tekniği ile sosyal medya kullanıcılarından gönüllülük esasına dayanarak katılan katılımcılardan elde edilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile online anket formu sosyal medya ortamlarında paylaşarak veriler 01.07.2021-15.07.2021 zaman aralığında toplanmıştır. Bu nedenle veriler Türkiye üzerinde genellemez. Ancak söz konusu alanda karşılaşılabilecek sorunlara ilişkin ışık tutacaktır.

Online anket tekniği, "İnternetin büyük bir hızla yaygınlaşması gerçeğinden dolayı göz ardı edilmemesi gereken bir yöntem olan internet aracılığıyla yapılan anketler veri toplama süresinin kısa olması, maliyetinin az olması (kâğıt, ulaşım, vs.) tasarımının daha esnek olması, verilerin daha sağlıklı olması (okunabilirlik anlamında) ve otomatik analizinin yapılabilmesi, ek verilerin de alınabilmesi, coğrafi sınırların bir engel teşkil etmemesi, ana kütle -örneklem büyüklüğünün diğer uygulamalardan çok daha büyük olabilmesi gibi yararlarından dolayı son dönemlerde çok tercih edilen bir uygulama biçimidir" (Baştürk ve Taştepe, 2013: 271-272). Online anket tekniği ile toplanan veriler IBM SPSS Statistic 25 programına aktararak, analiz edilmiştir. Elde edilen veriler üzerinde normallik testi yapılarak uygun görülen test istatistiği elde edilmiş, değişkenler arası ilişkiler saptanmış ve araştırmanın hipotezleri doğrultusunda yorumlamalar yapılmıştır.

2.4. Araştırmanın Değişkenleri ve Hipotezleri

Bağımsız Değişkenler: Kullanıcıların Cinsiyet, Yaş ve eğitim durumu.

Bağımlı Değişkenleri: Covid19 döneminde sosyal medya platformlarını kullanım durumu ve bireylerin kişisel verilerinin kişiler ve kurumlar tarafından kendi inisiyatifi dışında kullanımına yönelik farkındalıklardan oluşmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir:

H₁: Sosyal medya kullanıcılarının yaş, cinsiyet ve eğitim özelliklerine göre, kişisel veri gizliliklerine dair bilgi ve farkındalıkları değişmektedir.

H₂: Sosyal medya kullanıcılarının demografik özelliklerine göre kişisel veri güvenliklerinin sağlanmasına ilişkin davranış biçimleri değişmemektedir.

3. Araştırma Bulguları ve Yorumu

3.1. Sosyal Medya Kullanıcılarının Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan sosyal medya kullanıcılarının %56'sı erkek, %44'ü kadınlardan oluşmaktadır. Kadın kullanıcıların sayısının az olduğu görülmektedir. Kullanıcıların yaş dağılımına bakıldığında %37.2'si "18-25", %33.3 'ü "26-33", %11.7'si "34-40" yaş aralığındadır. "18-25 ve "26-33" yaş aralıkları oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Gençlerin, yeniliklere açık ve görece dijital okuryazarlık konusunda avantajlı olmaları nedeniyle, sosyal medya ortamlarını daha yoğun kullandıkları görülmektedir. Bu durum genç yaş gruplarındaki kullanıcıların daha çok sosyal medya kullanıcıları olduklarını göstermektedir.

Kullanıcıların eğitim durumlarına bakıldığında %58.9'unun lisans, %25.8'inin yüksek lisans eğitime sahip oldukları görülmektedir. Buna karşın %2.3 'lük de olsa ilköğretim mezunlarının dijital çağın becerisine eriştikleri gözlenmektedir. Çünkü sosyal medya ortamlarının artması ve birçok faaliyetin sosyal medya aracılığı ile etkin olarak kullanılması da bireyleri kullanıcı olmaya teşvik etmektedir. Eğitim durumu düştükçe sosyal medya kullanımı azalmaktadır. Araştırma online yapıldığından dijital okuryazar olma becerisine sahip bireyler araştırmaya katılmışlardır. Dijital okuryazar bireyler oldukları için eğitim durumu bakımından temel eğitimin üstündedirler. Eğitimleri ve dijital okur yazarlıkları gereği en az bir tane veya daha fazla sosyal medya

platformlarını kullandıkları konusuna %58.9 oranında kesinlikle katılmakta, %37.5 oranında da katıldıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğunun sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir.

3.2. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Veri Güvenliğine Yönelik Farkındalıklarının Analizi

Sosyal medya kullanıcılarının 0.05 anlamlılık düzeyinde cinsiyetleri ile “Daha önce herhangi bir sosyal medya platformunda çevrimiçi olarak Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmesini imzaladım” ($p=0.046$), Sosyal medya uygulamalarının onaya sunulan sözleşmelerini okurum ($p=0.005$), Sosyal medya uygulamalarının onaya sunduğu sözleşmeleri çoğunlukla kabul ederim ($p=0.036$), Sosyal medya platformlarının kişisel verilerimizi çeşitli amaçlar için kullandığını düşünüyorum ($p=0.006$), Sosyal medya platformlarının verilerimizi pazarlama amacı için kullandığını düşünüyorum ($p=0.021$), sosyal medya platformlarının verilerimizi uluslararası şirketlerle paylaştığını düşünüyorum ($p=0.002$), Sosyal medya hesaplarını kullanırken kişisel verilerimin gizli kalmasını dikkate alıyorum ($p=0.046$), Sosyal medya hesaplarımı kullanırken kişisel verilerimizin gizliliği ve güvenliği ile ilgili önlemler alıyorum ($p=0.027$), Hesaplarımda paylaştığım verilerin tamamının kaybolmayıp depolandığını düşünüyorum ($p=0.003$), Verilerimin bize bildirim yapılmadan kullanıldığını/kullanılacağını düşünüyorum (0.007), Covid-19 Pandemisi süresinde sosyal medya hesaplarımda yaptığım paylaşımlar arttı (0.041) ifadelerine katılım durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmektedir.

3.3. Yaşa Göre Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Veri Güvenliğine Yönelik Farkındalıklarının Analizi

Sosyal medya kullanıcılarının 0.05 anlamlılık düzeyinde yaş grupları ile sosyal medya platformlarını (en az 1 tane) kullanıyorum ($p=0.006$), Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmeleri hakkında bilgim var ($p=0.046$), daha önce herhangi bir sosyal medya platformunda çevrimiçi olarak Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmesini imzaladım ($p=0.0$), sosyal medya uygulamalarının onaya sunduğu sözleşmeleri çoğunlukla kabul ederim ($p=0.0$), sosyal medya platformlarının verilerimizi pazarlama amacı için kullandığını düşünüyorum ($p=0.020$), sosyal medya platformlarının verilerimizi uluslararası şirketlerle paylaştığını düşünüyorum ($p=0.023$), sosyal medya platformlarında yeni eklenen genişletilmiş gizlilik koruma seçenekleri kendimi daha rahat hissetmemi sebep oluyor ($p=0.001$), kişisel veri gizliliğine yönelik düşüncelerim sosyal medya kullanım süremi etkiler ($p=0.016$), kişisel veri gizliliği konusundaki farkındalıkla sosyal medya hesaplarının yönetilebileceğine inanıyorum. ($p=0.033$), Covid-19 pandemisi süresinde sosyal medya kullanım sürem arttı ($p=0.015$) ifadelerine katılım durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmektedir. Yaş kategorilerine göre dijital alana girişlerin ve sosyal medya ortamlarının değiştiği görülmektedir. Gençlerde daha yoğun kullanılmaktadır. Bu durum gençlerin hem sosyal çevrelerinin dijital ortamlarla çevrili olduğunu hem de birçok gereksinimlerini gençlerin dijital ortamlardan karşıladıklarının göstergesi olabilir.

3.4. Eğitime Göre Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Veri Güvenliğine Yönelik Farkındalıklarının Analizi

Sosyal medya kullanıcılarının 0.05 anlamlılık düzeyinde eğitimleri ile sosyal medya platformlarını (en az 1 tane) kullanıyorum ($p=0.005$), Kişisel Verilerin Korunması Kanunu hakkında bilgim var ($p=0.005$), Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmeleri hakkında bilgim var ($p=0.004$), Daha önce herhangi bir sosyal medya platformunda çevrimiçi olarak Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmesini imzaladım ($p=0.0$), Kişisel Verilerin Korunması Kanununun içeriğini kabaca da olsa bildiğimi düşünüyorum ($p=0.011$), Sosyal medya platformlarının verilerimizi pazarlama amacı için kullandığını düşünüyorum ($p=0.001$), Sosyal medya platformlarının verilerimizi uluslararası şirketlerle paylaştığını düşünüyorum ($p=0.026$), Hesaplarımdaki verilerimin depolanması beni rahatsız eder ($p=0.021$), Kişisel veri gizliliği konusundaki farkındalıkla sosyal medya hesaplarının yönetilebileceğine inanıyorum ($p=0.032$), Covid-19 Pandemisi süresinde sosyal medya kullanım sürem arttı ($p=0.019$) ifadelerine katılım durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmektedir.

Dijital ortamlara giriş için dijital okuryazarlık önemlidir. Eğitim düzeyi yükseldikçe hem dijital ortamın gereklerini yerine getirebilme hem de dijital okuryazarlık artmaktadır. Bu durum sosyal medya kullanımını arttırmaktadır. Diğer yandan bazı sosyal medya siteleri eğitim amaçlı da kullanılabilir. Dolayısıyla gündelik yaşam patiklerinin sosyal medyaya kayması sosyal medyaya yönelimi arttırmaktadır.

Sonuç olarak dijital ortamların zorunlu tuttuğu veri paylaşımının risklerine yönelik kullanıcıların algıları eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır. Muhtemelen dijital okuryazarlık algısıyla da ilişkili olabilecek bu durum, henüz kullanıcıların gizliliğe yönelik sitelerdeki teknik ayarların yeterince kullanılmadığının da göstergesidir.

3.5. Sosyal Medya Kullanımında Kişisel Verilerin Gizliliğine İlişkin Farkındalıkları

Yapılan çalışmada sosyal medya kullanıcılarının dijital verilerinin gizliliğine ilişkin farkındalıkları Tablo 1’de verilmektedir. Kullanıcıların %46.4’ü “Kişisel veri güvenliği kavramı hakkında bilgilerinin olduğuna” katılırken, %23.2’si bu duruma kesinlikle katılmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu bu konuda farkında olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %40.1’inin kişisel verilerin korunması kanununu bildikleri ifadesine katılırken, %25.8’i bu durum hakkında kararsız kaldıklarını ifade etmektedirler. Genel olarak katılımcıların büyük oranda farkındalığın önemine inandıkları görülmektedir. Ayrıca kullanıcıların dijital bilgi güvenliği paylaşımının da farkında oldukları dikkat çekmektedir. Ancak “kişisel verilerin korunması sözleşmeleri hakkında bilgi sahibi oldukları” ifadesine %33.1’inin kararsız cevabını verdiği görülmektedir. Bu kullanıcıların konuya ilişkin farkındalıklarının olmadığı ileri sürülebilir.

Katılımcıların %37.8’i daha önce” herhangi bir sosyal medya platformunda çevrimiçi olarak Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmesini imzaladıkları”, ifadesine kesinlikle katılırken, %35.7’si katıldıklarını ifade etmişlerdir. Çoğunluk bu sözleşmenin farkındadır. Oranın yüksek olması birçok sosyal medya ortamına giriste bu sözleşmeyi imzalama zorunluluğu gereğidir. Diğerleri kararsız olduklarını ve katılmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %33.3’ü üye oldukları medya uygulamaların da onaya sunulan sözleşmeleri okuma durumuna katılmadıklarını %23.2’si de bu durumda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu durum belirli sosyal medya ortamlarının kullanıcıların okumadan kişisel verilerini paylaşmanın öneminin farkında olmadıklarının göstergesidir.

Kullanıcıların %52.3’ü “sosyal medya uygulamalarının onaya sunduğu sözleşmeleri çoğunlukla kabul ederim” ifadesine katılırken, %22.4’ü kesinlikle katılmaktadır. Dolayısıyla kullanıcıların onayına sunulan sözleşmeler, sosyal medya sitelerine giriste kendilerinden istenen bilgilerin zorunlu paylaşımının sonucu kanıksanmış olabilir. Katılımcıların %46.4’ü “Kişisel Verilerin Korunması Kanununun içeriğini kabaca da olsa bildiğimi düşünüyorum” ifadesine katılırken, %27.3’ü kararsız olduklarını ifade etmişlerdir. Kullanıcılar kesinlikle katılanlarla (%12.8) değerlendirildiğinde, çoğunluğun yasal prosedürlerin farkında olduğu görülmektedir.

Sosyal medya ortamlarının içeriğini kabaca da olsa bildiklerini ifade eden kullanıcıların oranı (%45.1) ve tamamen katılanların (%10.4) oranları birlikte düşünüldüğünde, katılımcıların yarıdan çoğunun bu konuda bilinçli oldukları söylenebilir. %28.4’ü de kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir. Söz konusu yasanın farkında olmaları, kişisel verilerin kullanım sürecinde yönlendirici olacağı görülmektedir. Sosyal medya kullanıcıların %40.9’u “sosyal medya platformlarının kişisel verilerimizin çeşitli amaçlar için kullandığını düşünüyorum” ifadesine kesinlikle katılırken, %40.1’i de katılmaktadır. Dolayısıyla katılımcılar kişisel verilerin başkaları tarafından kullanıldığına büyük oranda katılmaktadırlar. Bu kullanım alanlarından birisi de ticari amaçlıdır. Sosyal medya ortamlarını yönetenlere güveni sorgulayan diğer bir soruda “Sosyal medya platformlarının verilerimizi pazarlama amacı için kullandığını düşünüyorum” ifadesidir. Katılımcıların %45.3’ü bu görüşe kesinlikle katılırlarken, %35.7’si katıldıklarını ifade etmektedirler. Bu iki oranın dikkate alındığında kullanıcıların bu konuda farkında oldukları görülmektedir.

Kişisel verilerin kullanılmasında diğer bir alanda kamu kuruluşlarının kullanması durumudur. Kamu kuruluşlarının kullanmasıyla ilgili beklentiler, kişilerin bireysel ifade alanının sınırlandırılması olarak da değerlendirilmektedir. %35.4’ü sosyal medya platformlarının verilerimizi kamu kurumlarıyla paylaştığını düşünüyorum ifadesine katılırken, %29.2’si kararsız

kaldıklarını, %27.1'i ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu alanda kişileri tedirgin eden bir diğer alanda küresel şirketlerle verilerin paylaşımıdır. Günümüzde çeşitli ürünlerin pazarları küreseldir. Hatta bu konu salt ticari amaçla olmayıp başka amaçlarla da (siyasi, toplumsal, vb.) verilerin kullanılabileceği hususundaki tedirginliktir. Katılımcıların %40.6'sı "sosyal medya platformlarının verilerin uluslararası şirketlerle paylaştığını düşünüyorum" ifadesine kesinlikle katılırken, %34.4'ü sadece katıldıklarını ifade etmektedirler. Bu iki oran birlikte düşünüldüğünde, kullanıcıların büyük çoğunluğu ticari amaçlı küresel şirketlerin veri toplama eğiliminin farkındadırlar. Diğerleri ise bu konuda fikri olmayan ve bu görüşe katılmayanlardır. Şirketler elde ettikleri bu verilerle kendi veri tabanlarını geliştirerek, ürün geliştirebilmektedirler ya da özelliklerine göre bireylerin sosyal, siyasi, ekonomik, vb. hareketlilikleri hakkında bir öngörude bulunarak, dünyanın çeşitli coğrafyalarına ilişkin daha isabetli kararlar alabilmektedirler.

Kullanıcıların %40.1'i "Sosyal medya hesaplarını kullanırken kişisel verilerimin gizli kalmasını dikkate alıyorum", ifadesine katıldıklarını ifade ederken kararsız kalma ve kesinlikle katılma durumları birbirine yakın ve oranları %25.5 ve %24.5'dir. Dijital medya ortamında kişisel mahremiyet algısının ve böyle bir farkındalıkla oluşan hareketliliğin, henüz yeterli düzeylere ulaşmamış olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcılar veri paylaşımının kişisel olarak sınırlandırılmasını, kendi mahremiyet alanının kendi inisiyatifi ile belirlenmesinin önemli olduğunu düşünmektedirler. Kullanıcıların %44.3'ü, verilerinin paylaşıldığını düşündükleri ve gizli kalmasını dikkate aldıkları için "sosyal medya hesaplarımı kullanırken kişisel verilerimizin gizliliği ve güvenliği ile ilgili önlemler alıyorum" ifadesine katılırken, %26.6'sı kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Önlem alma konusu farkındalık kadar, dijital deneyim ve beceri gerektirmektedir. Hem yasal prosedürlerin farkındalığı hem de çevrim içi ve çevrim dışı ortamlarda kullanılan kişisel verilere sınırlamaların getirilmesi önemli olmaktadır. Bu durumu ortaya koyan diğer bir ifade de "kişisel veri gizliliğimin ihlal edileceğinden korkarak paylaşımımı kısıtlıyorum", olmaktadır. Bu fikre kullanıcıların %36.2'si, katıldıklarını %20.3'ü de kesinlikle katıldığını belirtmişlerdir. Bu iki oran birlikte düşünüldüğünde katılımcıların büyük oranda kişisel mahrem alanlarının sınırlarını koruma eğilimi içinde oldukları görülmektedir. Diğer oranların yani kararsız ve katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum ifadelerinin, kişisel dijital beceri ve deneyimlere, yazılımlara ve farklı birçok sebebe karşı güvensizliğin sonucu olabileceği düşünülebilir. Kişisel verilerini yeterince koruyamamış olabilecekleri konusundaki güvensizlik, sosyal medya ortamında bireylerin hareketliliklerine kısıtlama getirmektedir. Ancak katılımcıların sosyal medya ortamlarını daha yoğun kullanma eğiliminde oldukları görülmektedir. Ancak kullanıcılar yaklaşık oranlarda "paylaşımları kısıtlamam beni rahatsız ediyor", ifadesine katıldıklarını (%27.3) ve kesinlikle katıldıklarını (%21.1) aksine benzer oranlarda da kararsız kaldıkları (%21.4) ve katılmadıklarını (%21.1) ifade etmişlerdir. Bu bağlamda farkındalık, sosyal medya kullanıcılarının dijital ortamdaki hareketliliklerini sınırlandırabilir. Ayrıca paylaşımların kısıtlanmasının aşılmasında bazı medya ortamlarının kullanmakta olduğu güvenlik duvarlarının etkisi büyüktür.

Kullanıcıların %41.4'ü "sosyal medya platformlarında yeni eklenen genişletilmiş gizlilik koruma seçenekleri kendimi daha rahat hissetmeme sebep oluyor", ifadesi karşısında kararsız olduklarını belirtirken %28.9'u da bu ifadeye katıldıklarını söylemişlerdir. Bu konudaki katılım düzeyinin düşüklüğü, algılama ve değerlendirmelerin, sosyal medya ortamlarında konuya ilişkin getirilen açıklamaların hem detaylı olması hem de belirli düzeyde hukuk formasyonu gerektirmesinin de etkili olduğu düşünülebilir. Bu tedirginliğin diğer bir ifadesi de kişisel verilerinin depolandığı yönündeki kanaatleridir. Kullanıcıların %38.0'ı "hesaplarımda paylaştığım verilerin tamamının kaybolmayıp depolandığını düşünüyorum" ifadesine katılırken, %40.4'ü kesinlikle katılmaktadır. Dolayısıyla katılımcılar tarafından dijital ortamlardaki verilerin silinmiş olmasının bile bir veri oluşturduğunun bilinmesinin hayli yüksek farkındalığı olduğunun göstergesidir. Ayrıca "hesaplarımdaki verilerimin depolanması beni rahatsız eder", ifadesine kullanıcıların %37.2'si katılırken, %38.5'u kesinlikle katılmaktadır. Verilerin silinmemesi ve depolanıyor olması kullanıcılarda dijital ortamların yöneticilerine olan güvensizliğin bir göstergesidir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun "verilerimin bize bildirim yapılmadan kullanıldığını/kullanılacağını" düşünüyorum ifadesine katılmakta ve kesinlikle katılmakta olmaları dijital ortamlardaki

güvensizliğin göstergesidir. Kullanıcıların “verilerimin kimlik bilgileri belirtilmeden de olsa kullanılması beni rahatsız eder”, ifadesine %42.2 oranında kesinlikle ve %37.2 oranında da katılıyor olmaları, dijital alandaki mahremiyete müdahale olmanın yanı sıra özel alanla kamusal alan arasındaki sınırların dijital teknolojilerle kişinin inisiyatifi dışında esnekleştirildiğinin göstergesidir. Buna bağlı olarak kullanıcıların “kişisel veri gizliliğine yönelik düşüncelerim sosyal medya kullanım süremi etkiler”, ifadesine kullanıcıların %29.4’ü katılmaktadır. Ancak bu orana yakın oranlarda katılmama (%23.7) ve kararsız kalma durumları (%22.7), bütün risklerine rağmen sosyal medya kullanıcıların gündelik yaşamda yerini almıştır. Buna rağmen kullanıcılar “kişisel veri gizliliğine yönelik düşüncelerim doğrultusunda sosyal medya hesabımı kapattığım/sildiğim oldu”, ifadesine katılmamaktadır (%31.3). Kullanıcılar bir taraftan verilerin gizliliğini, önemini dikkate alırken, diğer taraftan da sosyal medya hesaplarını kullanmaya devam ettiklerini göstermektedir. Kişisel veri gizliliği konusundaki farkındalıkla sosyal medya hesaplarının yönetilebileceğine inanıyorum” ifadesine katılma oranı %40.1, kesinlikle katılanların oranı %20.3 ve kararsız olanlar da %28.1’dir.

Covid-19 pandemi döneminde evde kalma sonucu sosyal medya kullanımının artmış olduğu kanaatinde birleşildiği görülmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının %49’u bu duruma kesinlikle katıldıklarını, %31.5’u da katıldıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla kullanıcıların covid-19 pandemi sürecinde sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımları da artmıştır. Ancak araştırmaya katılan kullanıcıların %35.7’si bu duruma katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Katılmayanların pandemi dışında da yoğun sosyal medya kullanım gereksinimi içinde oldukları düşünülebilir. Buna bağlı olarak kullanıcıların %40.4’ü “günümüz şartlarında sosyal medya kullanımının bir gereklilik olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılırken, %26.8’i kesinlikle katılmaktadır. Çünkü kullanıcıların %46.9’u “sosyal medya hesaplarımın iş ve eğitim alanlarında yarar sağladığını düşünüyorum” ifadesine katılmakta, %26.8’i de kesinlikle katılmaktadır. Ancak “verilerin çeşitli kurumlar tarafından kullanılması durumu bireyleri endişelendirmesi “ durumuna kullanıcıların %43.2’si katılmakta, %38.3’ü kesinlikle katılmaktadırlar.

Kullanıcıların %32.6’sı Kişisel veri gizliliğine yönelik düşüncelerim gündelik hayatımı/kararlarımı etkiler ifadesine katıldıklarını, %26.8’i de kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Kullanıcılar için veri güvenliği önemli bir noktada olsa bile covid-19 pandemi döneminde sosyal ilişkilerin dijital ortamlardan yürütülebilmesi kolaylığı, “kişisel verilerimi geçmişe kıyasla daha çok dijital alanda paylaştığım oldu” eğilimini öne çıkarmakta ise de yine de bu görüşe katılmayanlar söz konusudur (%30.2). Bu bağlamda kullanıcılar “Covid-19 Pandemisinde iş ve eğitime çevrimiçi devam ediyor olmamı, veri gizliliği açısından rahatsız edici buluyorum”, kanaati birbirine yaklaşık oranlardadır (katılanlar %27.1, katılmayanlar %26.3, kararsız olanlar %26.3). Kullanıcıların %31.3’ü “ pandemi döneminde önlemler kapsamında daha çok ve sürekli olarak kişisel veri paylaşmak zorunda kaldığımı düşünüyorum”, ifadesine katılmaktadır. Ayrıca covid-19 Pandemisinde veri ve konum paylaşımı sağlık önlemleri açısından önemli ve gereklidir ifadesine katılanların oranı %35.2’dir. Bu orana yakın sosyal medya kullanıcısı da kararsız kaldıklarını(%31) ifade etmişlerdir. Bu bağlamda kullanıcıların %40.9’u, “Covid-19 Pandemisinde sağlık önlemleri için yapılan veri ve konum paylaşımının pandemi sonrasında devam edeceğini düşünüyorum”, ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir. Ancak kullanıcıların %42.2’si Kişisel verilerimizin çeşitli kurumlarla paylaşılmasının kötü sonuçlar getirebileceğini düşünüyorum ifadesine katılmakta ve %38’i de kesinlikle katılmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve kullanımlarının artmasıyla her türlü kişisel veriler toplanabilmekte, depolanabilmekte önlem alınmazsa bu veriler kötü amaçlı kullanabilmektedir. Covid-19 döneminde yüz yüze ilişkilere getirilen sınırlamalar, dijital teknoloji kullanımını daha da arttırmıştır. Bireyler sosyal medya ortamlarını da daha çok kullanma durumunda kalmışlardır. Ayrıca küresel ağlar üzerindeki sosyal medya ortamlarına girişler ve paylaşımlar vb. dijital verilere, her türlü kişisel saldırılara, tehditlere maruz kalabilmektedirler. Verilerin güvenliğine getirilmesi gereken sınırlamalar için gerekli olan farkındalık ve kişinin mahremiyetini kişinin kendi kendisinin

koruması, kontrol etmesi, önemli hale gelmiştir. Kendi kimliğini oluşturan kişisel bilgilerinin kendi inisiyatifleriyle sınırlandırılması, kontrol edilmesi konusundaki farkındalık sosyal medya ortamlarındaki kurulan toplumsallıklar için gerekli ve zorunlu bir hal almıştır. Çalışmada kişisel verilerin korunması ile ilgili sorulan sorulara “katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum “ cevapları çoğu sorularda belirgin eğilimler olarak dikkat çekmektedir. Bu durum sosyal medya kullanıcılarının kişisel verilerini koruma konusunda farkındalıklarının önemli ölçüde geliştiğinin göstergesidir.

Araştırmanın bağımsız değişkenleri yaş, cinsiyet ve eğitim ile kişisel verilerin korunması farkındalığı arasında anlamlı ilişkileri vardır. Özellikle eğitim ve sosyal medya kullanımı arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. Bu durum, eğitimin dijital okuryazarlığa olan etkisi ve Covid-19 döneminde birçok alanda artan çevrim içi etkileşimlerden kaynaklanmaktadır. Böylece eğitim düzeyi yükseldikçe sosyal medya ortamlarının kullanımı artmaktadır.

Sosyal medya kullanıcılarının kişisel verilerinin gizli kalması konusunda duyarlı davrandıkları, bu konudaki yasaların farkında oldukları görülmektedir. Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmesi hakkında çoğu katılımcının bilgisinin olmadığı, kişisel veri paylaşımları konusunda kararsız kaldıkları görülmektedir. Bu durum Gökali ve Saatçioğlu(2020)’nin yaptığı çalışma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Kişisel Verilerin Korunması Sözleşmesi, çoğunluk tarafından imzalanmış olduğu görülmektedir. Ancak sosyal medya uygulamalarının onaya sunulan sözleşmelerini çoğunluğun okumadığı da dikkat çekmektedir. Bu sözleşmelerin yazılarının hem çok uzun hem de küçük puntolarla yazılmış olmalarından da kaynaklanmış olabilmektedir. Bu bağlamda katılımcıların okumadan imzaladıkları görülmektedir. Sosyal medya uygulamaların sunduğu sözleşmelerin çoğunluk tarafından kabul edildiği görülmektedir. Kişisel verilerin kabaca da olsa kendileri tarafından bilindiği kanaatinde olanlar da çoğunluktadır. Bireylerden, sosyal medya platformlarındaki kişisel verilerinin pazarlama vb. çeşitli amaçlarla, kullanılabileceğini düşünenler de çoğunluktadır. Hatta kamu kurum ve kuruluşlarıyla da gerek duyulduğunda paylaşılabilceği ve pazarlama amaçlı uluslararası şirketlere de kişisel bilgilerinin verilebileceğinin farkındadırlar. Çalışma Canberk ve Sağiroğlu’ nun (2016) yaptığı çalışma ile bu konuda benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Araştırmada katılımcıların sosyal medya ortamlarında kişisel verilerinin kullanılıp kullanılmayacağı konusunda endişelere sahip olduğu görülmektedir. O nedenle dijital becerileri ölçüsünde kişisel verilerinin gizli kalması konusunda önlem almaya çalışmaktadırlar. Ayrıca verilerinin kendi inisiyatifleri dışında kullanılmaması konusuna dikkat etmektedirler. Kişisel verilerine bir şekilde ulaşılabilceğini düşünen ve mahremiyetin korunması haklarının ihlal edilebileceği endişesi, kararsızlarla birlikte çoğunluğu oluşturmaktadır. Bu konudaki kararsız katılımcılar, sosyal medya ortamlarının çekici ve yaşamlarında işlevsel olması nedeniyle kendini yeterince koruyamamaktadırlar. Kişisel hesap bilgilerinin ve diğer verilerinin silinse bile kaybolmadığını ve siteler tarafından depolandığını, depolanan ya da ele geçirilen kişisel bilgilerin, bireylerin onayı alınmadan kullanılacağını düşünenler, belirgin oranda bu durumdan rahatsız olanlardır. Çünkü bu veriler, büyük verinin çeşitli kategorilerinde yer almakta, çeşitli amaçlarla kişiler ve şirketler tarafından kullanılmaktadır.

Bireylerin bütün bu endişelerine rağmen sosyal medya kullanım sürelerinde bir değişiklik olmadığı görüşünde birleşenler çoğunluktadır. Bu durum sosyal medya platformlarının gündelik yaşamın giderek merkezinde yer aldığına göstergesidir. Ancak her sosyal medya ortamına giriş, büyük veriye bir bilgi aktarmaktadır. Bireylerin içinde yaşadıkları modern toplumun kalabalıkları içinde öngörülemeyen dağınıklıklar, kişilerarası ilişkilerde artan yoğunluk ve fiziksel mesafelere rağmen etkileşim kurma zorunluluğu, zaman yönetimine getirdiği kolaylıklar ve olanaklar, internet ortamının tercih edilme nedenleridir. Bu durumun diğer bir göstergesi de sosyal medyanın sunduğu olanaklara rağmen, zaman zaman endişe duyup sosyal medya hesaplarını silme eğilimi gösterenlerin çoğunlukta olmamasıdır. Her şeye rağmen bireyler, yine de sosyal medya ortamlarını kullanma eğilimi göstermektedirler. Kişisel veri gizliliği konusunda sosyal medya hesaplarını yönetebileceklerine inanmaktadırlar. Araştırmanın yapıldığı Covid-19 döneminde katılımcıların çoğunluğu sosyal medya kullanımlarının artmadığını ifade etmişlerdir. Diğer deyişle katılımcılar pandemi öncesinde de sosyal medyayı aktif kullandıklarını belirtmişlerdir. Kişisel verilerin

paylaşımındaki risklere rağmen, sosyal medya kullanımının bir gereklilik olduğunu ifade edenler çoğunluktadır. Çünkü dijitalleşen bir dünyada çeşitli sosyal medya hesaplarının iş ve eğitim alanında kendilerine yarar sağlayacağını farkındadırlar. Gündelik yaşamın gerekleri içinde kullanılan sosyal medya ortamlarında paylaşmak durumunda kaldıkları kişisel verilerinin bireyler, çeşitli kurumlar tarafından kullanıldığının bilincindedirler ve bu durum çoğunu zaman zaman endişelendirmektedir. Dolayısıyla kullanıcılar sosyal medya ortamlarına girişlerini sınırlandırmanın farkındalığı içinde sosyal medya üzerinden çeşitli gereksinimlerini gidermektedirler. Kişisel veri gizliliğine yönelik düşüncelerinin gündelik hayatı ve kararlarını etkilemekte olduğu çoğunluğun düşüncesi olarak görülmektedir. Covid-19 döneminde bütün bu duyarlılıklara rağmen sosyal medya paylaşımlarının daha çok olduğu görüşüne katılanlar ve katılmayanlar yaklaşık oranlardadır. Bu durum internet alt yapısı üzerinden sağlanan hizmetlerin Covid-19 öncesi ve sonrası devam ettiği ve gündelik yaşamın merkezinde olduğu görülmektedir. Covid-19 döneminde derslerin online çevrim içi sürdürülmesi, veri gizliliği açısından rahatsız edici bulunmamıştır. Bu dönemde önlemler kapsamında daha çok ve sürekli olarak kişisel veri paylaşımlarının olduğu konusu çoğunluğun görüşü olarak ortaya çıkmaktadır. Genel olarak bireylerin kişisel veri paylaşımlarının farkında oldukları tespit edilmiştir.

Kaynakça

- Akıncı, A. N. (2017). Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü'nün Getirdiği Yenilikler ve Türk Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi Çalışma Raporu-6. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı. Yayın No:2968.
- Aslanyürek, M. (2016). İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcılarının İnternet Güvenliği ve Çevrimiçi Gizlilik ile İlgili Kanaatleri ve Farkındalıkları. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(1), 80-106.
- Bat, Z.; Vural, Z.; Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(20), 3348-3382.
- Bauman, Z. (2019). Kimlik. (M. Hazır, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Bayhan, V. (2020). Covid-19 Küresel Salgın Bağlamında Gündelik Hayatın Denetimi. *Şehir ve Medeniyet: Şehir Araştırmaları Dergisi*, 6(12), 37-50.
- Bayram, T. (2019). İktidar ve İnternet: Dijital Denetim ve Gözetim Mekanizmalarına Siberetik Yaklaşım. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.
- Canbek, G., Sağiroğlu, Ş. (2006). Bilgi, Bilgi Güvenliği ve Süreçleri Üzerine Bir İnceleme. *Politeknik Dergisi*, 9(3), 165-174.
- Canbek, A. (2017). Akışkan Gözetim ve Denetime Gönüllü Katılımın Yeni Kamusal Alanı Olarak Sosyal Medyaya Bir Bakış. Erişim adresi: <http://www.umut.org.tr/userfiles/files/Aybek%20Canbek.pdf>
- Capgemini. (2018). Digital Identity - A Contest for Control. Capgemini Consulting.
- Chaudron S., Eichinger H.(2018),” JRC Technical Reports Eagle Eye on Identities in The Digital World , s a Technical report by the Joint Research Centre (JRC), the European Commission's science and knowledge service, Luxembourg: Publications Office of the European Union, pp.32-34,ISBN 978-92-79-77689-2, doi:10.2760/48837, JRC110266,
- Cover, R. (2016). Digital Identities Creating and Communicating the Online Self. Australia: Academic Press.
- Çetin, H. (2014). Kişisel Veri Güvenliği ve Kullanıcıların Farkındalık Düzeylerinin İncelenmesi, *Akdeniz İİBF Dergisi*, 14(29), 86-105.
- Digital in 2019. (2019). Erişim adresi <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Doğan, K., Arslantekin, S. (2016). Büyük Veri: Önemi, Yapısı ve Günümüzdeki Durum, *DTCF Dergisi*, 56(1), 15-36.
- Dolgun, U. (2010). Çalışma Yaşamında Gözetim. *Journal of Social Policy Conferences*, 0(49), 507-539.

- Dolgun, U. (2004). Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 55-74.
- 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.
- Fidan, M. (2019). İktidarın Panoptik Gözü Olarak Sosyal Medya: Facebook – Cambridge Analytica Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Global Overview Report. (2021). Erişim adresi <https://wearesocial.com/digital-2021>
- Global Overview Report. (2017). Erişim adresi <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
- Gökalliler, E ve Saatçioğlu, E. (2020). Sosyal Büyük Veri Ekseninde Kişisel Gizlilik Sorunsalı: Türkiye’de Eğitimli ve Kentli Sosyal Ağ Kullanıcılarının Gizlilik Sorunlarına Yaklaşımları. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (58), 133- 167.
- Huang M.V.(2020) “ Privacy and Data Protection in the Digital Era: The Global v. National Scope”, Conference :Untar Conference Paper , Indonesia, https://www.researchgate.net/publication/339310131_Privacy_and_Data_Protection_in_the_Digital_Era_The_Global_v_National_Scope Erişim Tarihi 22.02.2022
- Kalaman, S. (2019). Yeni Medya ve Dijital Gözetim: Türkiye’deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26(2), 575-594.
- MMA Türkiye. (2020). Covid-19 Virüsünün Dijital Medya ve Mobil Üzerindeki Etkisi. Erişim adresi: https://www.mmaglobal.com/files/18._how_covid_19_is_affecting_the_mobile_and_digital_world_-_turkish.pdf
- Norlihan,A Sidek Z.M. (2009) “Controlling and Disclosing Your Personal Information”, *Wseas Transactions on Information Sciences and Applications*, ISSN: 1790-0832, 3(6), March 2009. pp.397-406. https://www.researchgate.net/profile/Abdul-Norjihan/publication/228428018_Controlling_and_disclosing_your_personal_information/links/552f64490cf2acd38cbbf663/Controlling-and-disclosing-your-personal-information.pdf Erişim Tarihi: 25.2. 2022
- Oguz H (2013) “Elektronik Ortamda Kişisel Verilerin Korunması, Bazı Ülke Uygulamaları Ve Ülkemizdeki Durum”, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, Year 2013, Volume 0, Issue 3, 1 - 38, 01.03.2013, <https://dergipark.org.tr/en/pub/mdergi/issue/16883/175778> Erişim Tarihi 25.02.2022
- Okmeydan, B, S. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omniptikon’a. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 8(30), 45-69.
- Özdemir, S.; Özdemir, M.; Polat, E.; Aksoy, R. (2014). Sosyal Medya Kavramı ve Sosyal Ağ Sitelerinde Yer Alan Online Reklam Uygulamalarının İncelenmesi. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(4), 58-64.
- Romansky R.R, Noninska I S .(2020)” Chalenges of Digital Age For Privacy abd Personal Data Protection”, *Mathematical Biosciences and Enginering*, https://www.researchgate.net/publication/343608108_Challenges_of_the_digital_age_for_privacy_and_personal_data_protection erişim tarihi:22.02.2022
- Sadiku M.N.O, Shadere ,A.E.,Musa S.M, ,2016 “Digital Identity”, *IJIET-International Journal of Innivative Science, Engineering &Technology*, Vol.3,Issue 12, December.ISSN (online)2348-7964, Impact Factor (2015)-4.332.https://www.researchgate.net/publication/319122745_Digital_Identity#:~:text=Digital%20identity%20is%20an%20emerging,and%20interacting%20with%20its%20citizens. Erişim tarihi: 22.02.2022
- Sebetci, Ö.; Hanaylı, M.; Topal, A.; Gürel Dönük, G. (2018). Dijital Ortamda Kişisel Veri Güvenliği ve Sosyal Medya Reklamcılığı Üzerine Bir Değerlendirme. *Kesit Akademi Dergisi*, (16), 389-409.
- Shavers, B. (2016). Digital Identity. (B.Shavers içinde, Hiding behind the keyword- uncovering covert communication methods with forensic analysis (s. 187-202). Syngress.

- Thinktech. (2020). Covid-19 Salgını Gözetim Toplumunu Meşrulaştıracak mı?. Thinktech Teknolojik Düşünce Merkezi Trend Analizi, Nisan.
- Tokgöz, C. (2020). Covid-19 ile Mücadelede Konumsal Gözetimin Kurumsallaşması. *Kültür ve İletişim*, 23(2)(46), 310-341.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.
- We Are Social (2022), Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri, <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>, (6.3.2023).
- Yılmaz, E.; Şahin, Y.; Akbulut, Y. (2015). Dijital Veri Güvenliği Farkındalığı Ölçeğinin Geliştirilmesi. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 6(21), 23-40.
- Zeydan, Ö. (2006) Kişisel Bilgisayarlar ve İnternet Güvenliği, XI. "Türkiye'de İnternet" Konferansı 21-23 Aralık. Tam Metni İçinde(s.176-199).

Extended Abstract

Aim and Scope

In the study, it is aimed to reveal the awareness of individuals about digital data security while sharing their personal data in the process of their mobility on the internet. Because awareness on this issue will prevent many social problems and will require taking precautions against personal dangers that may be exposed.

Social media provides its users with opportunities in many areas and facilitates the fulfillment of the requirements of daily life. However, in the process of benefiting from such opportunities, the awareness of the use of personal data, the limitation of data and the fact that the privacy is under the control of the individual has become important. The increasing use of digital media will reveal the problems that may be encountered in the sharing of personal data. Therefore, in addition to the technical measures to be taken in this regard, it is important to determine the awareness of the personal data security problems that individuals with different social, cultural and educational characteristics may encounter in the process of participation in digital communication.

Methods

Since the study was conducted during the pandemic period, online survey technique was used. With the questionnaire created by the researchers, data were collected online by people with internet access across Turkey via 'Google Forms'. The data will be obtained from the participants who participated on a voluntary basis from the social media users with the online survey technique. The data were collected between 01.07.2021 and 15.07.2021 by sharing the online questionnaire form on social media with the convenience sampling method. Therefore, the data cannot be generalized over Turkey. However, it will shed light on the problems that may be encountered in this field.

The data collected by the online survey technique were transferred to the IBM SPSS Statistic 25 program and analyzed. The obtained data were tested with the Kolmogorov-Smirnov test, one of the normality tests, and it was observed that the data were not normally distributed. Therefore, in addition to using frequency distributions, Mann Whitney U and Kruskal-Wallis H Tests, which are non-parametric test methods, were used for analysis. Relationships were determined according to the test statistics obtained through the analyzes and interpretations were made in line with the hypotheses of the research.

Findings

It is seen that young people use social media more intensively because they are open to innovations and relatively advantageous in digital literacy. This shows that users in younger age groups are more social media users. The increase in social media environments and the effective use of many activities through social media also encourage individuals to become users. As the educational level decreases, the use of social media decreases.

Significant relationships were found between the genders of social media users and social media usage purposes, sharing, and privacy of personal data. It is seen that there is a significant difference between the age groups of the participants and the number of use of social media platforms, their thoughts on personal data privacy, and the duration of use. It has been determined that the entrances

to the digital field and social media environments have changed according to age categories. It is used more intensively in young people. As the education level increases, both the ability to fulfill the requirements of the digital environment and digital literacy increase. This situation increases the use of social media. On the other hand, some social media sites can also be used for educational purposes. Therefore, the shift of daily life booties to social media increases the orientation to social media.

In general, it is seen that the participants believe in the importance of awareness to a large extent. It is also noteworthy that users are aware of the sharing of digital information security. However, it has been determined that they do not have information about the personal data protection agreements. It is seen that the participants are not aware of the importance of sharing their personal data without reading while using social media environments. Therefore, the participants largely agree that personal data is used by others. Another area that worries people in this area is the sharing of data with global companies.

The insecurity that they may not have adequately protected their personal data imposes restrictions on the mobility of individuals in the social media environment. However, it is also seen that the participants tend to use social media environments more intensively. The fact that data is not deleted and stored indicates that users do not trust digital media.

Conclusion

Since the research was conducted during the Covid-19 period, the majority of the participants stated that their use of social media did not increase. In other words, the participants stated that they used social media actively before the pandemic. Despite the risks in sharing personal data, the majority of those who state that the use of social media is a necessity. Because they are aware that various social media accounts will benefit them in the field of business and education in a digitalized world. Individuals are aware that their personal data, which they have to share in social media environments used in the necessities of daily life, are used by various institutions, and this situation worries most of them from time to time. Therefore, users meet their various needs through social media with the awareness of limiting their access to social media environments. It is seen as the opinion of the majority that their thoughts on personal data privacy affect their daily life and decisions. Despite all these sensitivities during the Covid-19 period, those who agree and disagree with the view that social media shares are more common are approximate. It is seen that the services provided over the internet infrastructure continue before and after Covid-19 and are at the center of daily life. It is the opinion of the majority that there is more and more personal data sharing within the scope of the measures during the Covid-19 period. In general, it has been determined that individuals are aware of their personal data sharing.