



12-15 Years for Student Group; Social Media Ethics, Social Media Insurance Statistics Data Difference, Individual Privacy and Access to Personal Data, Safe Upload Rules and Researching Levels of Difference

Ahsen DOĞANAY¹

Keywords

CyberSecurity,
Social Media
Ethics, Personal
Data, Secure
Upload.

Abstract

21st century generation who we named as digital natives are interbedded with technology. Usage of smartphone, tablet is quite extensive and all kinds of fun, knowledge, sharing needs are provided from digital platform with these tools. In our study in which we indicate the unconscious and indefinite usage of technological platforms, it's observed how behaviours do students group show on social networks between 12 and 15, researches are made to determine the awareness level. What are the wrong behaviours and what kind of studies do we need to change with them with right behaviours is scrutinized. The right behaviours are summarized with literature scanning and is reached to a judgement by integrating with research. It is prepared for to contribute them to be a knowledgeable digital citizenship and increase their awareness level and research made on the student group on whom we want to have the digital citizenship quality.

Article History

Received
23 May, 2023
Accepted
30 Jun, 2023

12-15 Yaş Aralığı Öğrenci Grubu için Sosyal Medya Etiği ve Sosyal Medya Siber İstihbarat Veri Farkındalığı, Bireysel Gizlilik ve Kişisel Verilere Erişim Hakkı, Güvenli Upload Kuralları ve Farkındalık Düzeylerinin Araştırılması

Anahtar

Kelimeler

Siber Güvenlik,
Sosyal Medya
Etiği, Kişisel
Veriler, Güvenli
Upload.

Özet

Dijital yerliler olarak adlandırdığımız 21. Yüzyıl nesli teknoloji ile iç içedir. Akıllı telefon, tablet kullanımı oldukça yaygınlaşmış ve her türlü eğlence, bilgi, paylaşım ihtiyacı bu cihazlar ile dijital ortamdan sağlanmaktadır. Teknolojik platformların bilinçsiz ve süresiz kullanımına işaret eden çalışmamız da 12-15 yaş aralığı öğrenci grubunun sosyal ağlarda hangi davranışları sergiledikleri incelenmiş olup, farkındalık düzeylerinin tespitine yönelik araştırmalar yapılmıştır. Yanlış davranışların neler olduğu ve doğru davranış ile takas edilmesi için ne tür çalışmalara ihtiyaç duyulduğu irdelenmiştir. Literatür taraması ile doğru davranışlar özetlenmiş ve araştırma ile bütünleştirilerek bir yargıya ulaşılmıştır. Dijital vatandaş niteliği kazandırmak istediğimiz öğrenci grubu üzerinde yapılan araştırma ve farkındalık düzeylerini artırmak ve bilinçli dijital vatandaş olmalarına katkı sunmak adına hazırlanmıştır.

Makale Geçmişi

Alınan Tarih
23 Mayıs 2023
Kabul Tarihi
30 Haziran 2023

¹ Corresponding Author. ORCID: 0009-0008-1252-4043. Gazi Üniversitesi, ahsen.doganay@meb.gov.tr

1. Giriş

Geleneksel medya ortamlarından yeni nesil medya uygulamalarına doğru hızlı bir geçiş sergilediği günümüzde gerek internet gerekse güçlü iletişim özellikleriyle ön plana çıkan sosyal medya ve sosyal ağlar vasıtasıyla gerçekleştirilen iletişim ve paylaşım etkinliği giderek artmaktadır.

Akıllı cihaz kullanımı erken çocukluk dönemlerine inmekte ve okul çağı çocuklarında bilinçsiz teknoloji kullanımı bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Kontrolsüz akıllı cihaz kullanan çocuklarda dikkat dağınıklığı başta olmak üzere, akademik başarı oranında düşüş, asosyal kimlik gelişimi, 21. Yüzyıl becerilerinin yaşa ve çağa uygun olarak gelişmemesi ve keza daha pek çok kişisel, sosyal ve kültürel sorunların hasıl olmasına sebep olmaktadır.

Teknolojinin bilinçli kullanımına işaret eden çalışmamızda, 12-15 yaş aralığı okul çağı çocuklarının teknoloji kullanımı konusundaki tutum ve davranışları incelenmiş ve yine konumuza paralel olarak sosyal medya ve davranış kuralları, güvenli yükleme kavramları açıklanarak ilgili kavramlar özetlenmiş sosyal ağ sitelerinin kullanım oranları, kullanım amaçları ve genel kabul görmüş kurallar irdelenmiş beklenen dijital vatandaşlık seviyesine erişim için farkındalık çalışmaları yapılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Sosyal Medya ve Sosyal Medya Etiği

2.1.1. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya en basit ifadeyle internet kullanıcılarının birbirleriyle çevrimiçi iletişim kurmalarına olanak veren, içerik paylaşımı ve kişisel yorumlar gibi aktivitelere dayalı sosyal ağ siteleri olarak tanımlanabilir (Kirtiş & Karahan, 2011).

Sosyal medya başka bir tanıma göre, kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkanı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir (Sayımer, 2009).

Sosyal medya ortamları, temel olarak yedi grupta toplanabilir (Onat & Alikılıç, 2008). Bunlar;

- E-posta grupları
- Bloglar
- Forumlar
- Kurumsal intranet
- Extranet
- Hızlı mesaj servisleri
- Sosyal ağ siteleri olarak sayılabilir.

Hagel (1997)'in çalışmasında ise sosyal ağ kullanıcıları bir araya gelme amaçlarına göre beş grup altında incelenmektedir.

Bunlar;

- İşlem/Bilgi paylaşım toplulukları; karşılıklı bilgi değişimi amacıyla bir araya gelme temeline dayanır.
- İlgi toplulukları; profesyonel veya amatörlerin katıldıkları özel ilgi alanları sebebiyle bir araya gelmeleriyle oluşur.
- Fantezi toplulukları; bir araya gelme amacı eğlence ve fantezi deneyimleri yaşamak olarak belirtilmektedir.
- İlişki toplulukları; duyguların paylaşılması amacıyla bir araya gelme olarak açıklanır.
- Tartışma toplulukları; herhangi bir konu hakkında yapılan tartışmaya katılma veya tartışmayı izleme amacıyla bir araya gelen insanlardan oluşur (Özdemir, Özdemir, Polat, & Aksoy, 2014).

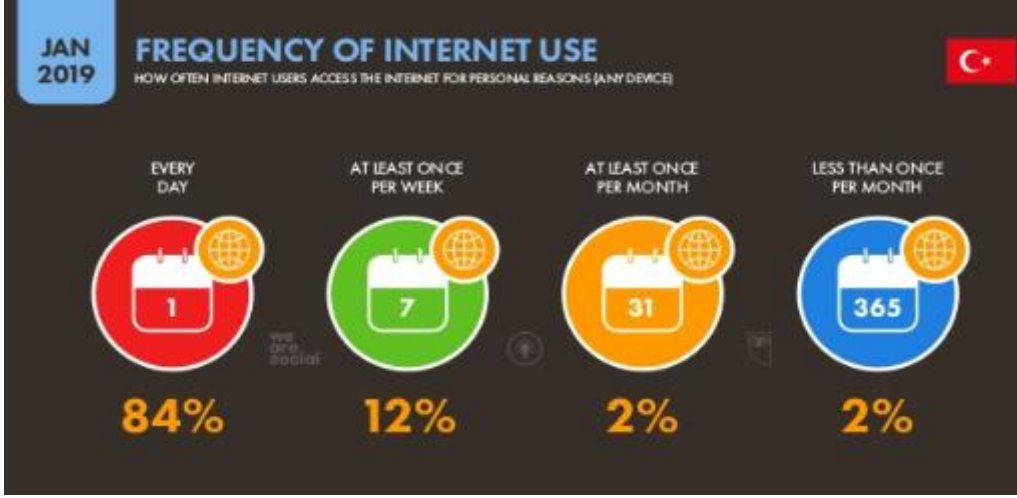
2.1.2.Sosyal Medya Kullanım Oranları

We Are Social ve HootSuite tarafından her yıl yayınlanan Küresel Dijital Raporu'nun 2019 verilerine göre ülkemiz nüfusunun %84 'ü hergün internet kullanmakta olup, aktif sosyal medya kullanıcı sayısı elli iki milyonu bulmaktadır. (TEB, 2019)

Şekil 1. 2019 Türkiye Dijital Haritası



Şekil 2. Türkiye Dijital Haritası Kullanım Süreleri



Günlük internete erişim sağlayan %84 oranındaki kullanıcı 2saat 46 dakika gibi bir süre ile vaktini sosyal medyada geçirmektedir.

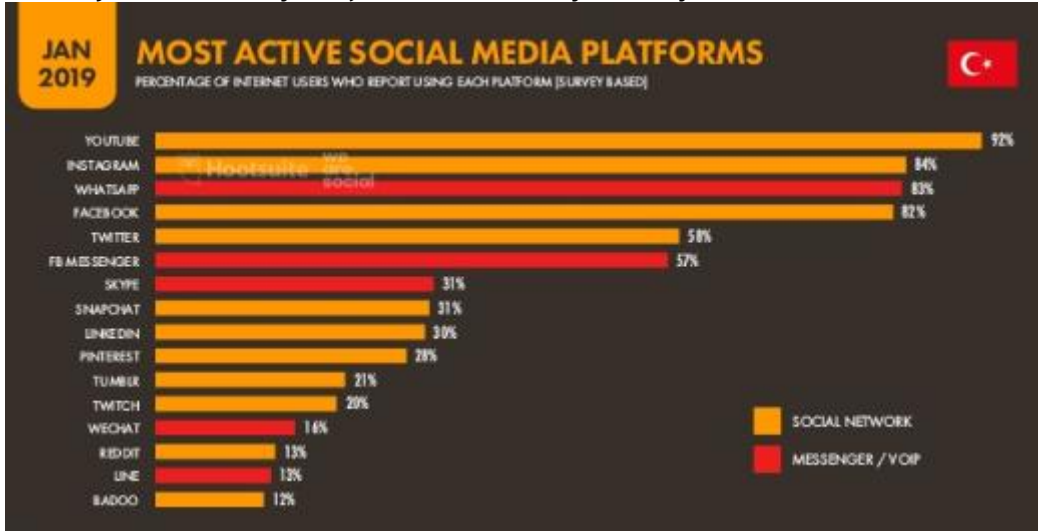
Şekil 3. Türkiye Dijital Haritası Kullanım Araçları



Dünyayı tehdit eden COVID-19 tehlikesi ile mücadele anlamında evde olduğumuz bu günlerde oranların yükselmiş olduğu düşünülmektedir.

Ülkemizde en sık kullanılan sosyal medya platformu ise müzik kanalı olan YouTube'dir. Bir diğer platform olan Instagram ikinci sırada yer almakta ve Whatsapp ile Facebook'un diğer tercih edilen sosyal medya alanları olduğunu görmekteyiz. Aşağıdaki görselde platformlar ve kullanım oranları detaylı incelenmiştir.

Şekil 4. Türkiye Dijital Haritası Sosyal Medya Kullanım Oranları



2.1.3. Eğitimde Sosyal Ağlar

Günümüzde teknolojik gelişmelerin hız kazanması ile birlikte internet kullanımı da günlük hayat içerisinde yadsınamayacak kadar önemli bir ihtiyaç olarak görülmeye başlanmıştır. Hatta yüzyüze kurulan ilişkiler yerini sanal ortamlarda paylaşımlara ve arkadaşlıklara bırakmış ve yeni iletişim biçimlerine bu vesile ile bir yenisi daha eklenmiştir. Bu noktada ise olayın merkezinde sosyal medya olarak Eğitimde Sosyal Ağların önemli bir rol oynadığı düşünülmektedir (Murray, 2008).

Yapılan araştırmalar sonucu sosyal ağ siteleri sitelerinin kullanımı tüm akademisyenlere de birçok kolaylıklar sağlamaktadır. Sosyal Ağ sitelerinin kullanımının kolay ve kullanıcı dostu olması onu diğer yönetim sitelerinden farklı olarak ön plana çıkmasını sağlıyor. Kullanılan bu tür sosyal ağlar kurulacak olan topluluklara kolayca entegre edilmesini sağlıyor ve bu topluluklar içerisine öğrencinin yapacağı araştırmalara kolayca ve adım adım takip etmesinde yardımcı olmaktadır. Bu topluluklar içerisinde kolayca paylaşımların yapılabilmesi ve iletişim ve dönüt verme açısından kolaylıklar sağlamaktadır. (İşman, Odabaşı, & Akkoyunlu, 2016).

2.1.4. Sosyal Medya Etiği

Etik en basit tanımla doğru davranışlarda bulunmak anlamına gelmektedir. Farklı disiplin alanları için farklı geniş kapsamlı tanımları olmasına rağmen; genel anlamda etik toplum tarafından genel kabul görmüş davranışları içermektedir. Ahlaki kabuller, toplumsal gelenekler, varsayımlar ve kurallar bütünüdür. Zaman zaman yazılı zaman zaman sözlü davranışlar bütünüdür.

Toplumsal değerlerin temel özellikleri şunlardır:

- Toplum fertlerinin ortak duygu ve düşüncelerini yansıtır.
- Toplumsal kurallara temel oluştururlar.
- Zorlayıcıdır.
- Toplumda kuşaktan kuşağa aktarılır.
- Ahlaki, dini inanç ve ilkelere dayanırlar.

- Toplumdan topluma değişirler.
- Zamanla aynı toplumda değişebilirler (Ceylan, 2012).

Sosyal medya etiği ise kişilerin sosyal medya alanlarında uygun davranışlar sergilemesini içermektedir.

Medya etiği, medyanın, tüm kesimlere olmasa da, birçoğuna, daha iyi hizmet sunmasını sağlamak üzere tercihen medya kullanıcılarıyla işbirliği içerisinde meslek üyeleri tarafından belirlenmiş bir dizi ilke ve kurallar içerir. Medya etiği, kelimenin dar anlamıyla, yasal mevzuat, hatta ve hatta ahlakla ilgili değildir. Bu, dürüst ya da saygılı olma meselesinden ziyade önemli bir sosyal işlevi üzerine alma meselesidir (Bertrand, 2004).

Bu bağlamda sanal ortam dediğimiz dijital sosyal alanlarda sergilediğimiz davranışlara dikkat etmeli ve genel kabul görmüş kurallara uygun paylaşım ve kullanım zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

2.1.5. Sergilenen Yaygın Davranışlar

Yapılan taramalar ile gözlemlerin birleştirilmesi sonucunda aşağıdaki başlıklarda etik olmayan davranışlar sergilendiği bilgisine ulaşılmıştır.

- Sahte hesap kullanımı
- Kişisel bilgilerin herkese açık alanlarda paylaşımı
- Psikolojik zedeleyici küçük düşürücü yorumlar
- Başkasına ait görselin izinsiz kullanımı
- Sahte hesap ile elde edilmiş sınırsız özgürlük
- Her birey ile iletişim kurma
- Güncel hayatta sergilemeyeceği ifadelerin kullanılması
- Şifrelerin paylaşılması
- Yanlış haberlerin paylaşılması
- Kaynağı belli olmayan bağlantıların kullanılması

2.1.5. Karşılaşılabilecek Riskler ve Tedbirler

Kontrolsüz dijital platform kullanımı sonucu bireyler; bağımlılıktan siber mağduriyete kadar uzanan, bilişim suçu işlemekten maddi ve manevi zarara uzanana çeşitli riskler ile karşı karşıyadır.

İnternet kullanımı ile karşılaşılabilecek muhtemel olan riskler Peltoniemi (2002) tarafından aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır:

- Çevrim içi seks bağımlılığı
- Sohbet bağımlılığı
- İnternet ağı ilişki bağımlılığı
- İnternet ağı oyun bağımlılığı
- İnternet ağı kumar bağımlılığı
- Gezinti bağımlılığı
- Bilgisayar ve bilgi iletişim teknolojisi bağımlılığı.

Chou ve ark. (2005) internet bağımlılığı için önemli faktörler tanımlamışlardır. Bu faktörler “internette geçirilen süre”, “internet kullanımı”, “belirgin sorunlar”, “cinsiyet farklılığı”, “psiko-sosyal değişkenler” ve “bilgisayara yönelik tutumlar” olarak rapor edilmiştir. Bu çalışmada erkeklerin kadınlara göre daha fazla internet bağımlısı olduğu da bulunmuştur. Morahan, Martin ve Shumacker (2000) erkeklerin kadınlara göre daha fazla patolojik internet kullanıcısı olduklarını ortaya koymuştur (Müezzın, 2016).

Toplumda yer alan her düzeydeki bireye eğitimler düzenlenmesi, bu eğitimlerde bireylerin gelişimsel özelliklerine, bilgisayar-internet bağımlılığını önleme stratejilerine ve sağlıklı bilgisayar-internet kullanımı gibi konulara yer verilmesi gerekmektedir. Teknolojinin hızla geliştiği ve internete bu kadar kolay ulaşıldığı günümüzde bireyleri internetten uzak tutmak veya yasaklamak yerine internetin ne ölçüde kullanıldığında bağımlılık yaratacağıyla ilgili bilinç kazandırılması ve buna bağlı olarak internetin bireyler için faydalı olan yönlerini kullanmaları öğretilmelidir. Bulduğumuz bu çağda internetten uzakta değil tam aksine internete yakın olup internetin sağlıklı biçimde kullanılması gerektiğine yönelik bakış açısının geliştirilmesinin en önemli noktalardan biri olduğu sonucuna varılmıştır (Müezzın, 2016).

2.2. Sosyal Medya Siber İstihbarat Veri Farkındalığı

2.2.1. Siber İstihbarat Kavramı

Siber istihbarat, BT departmanının ağındaki mevcut ve olası tehditleri tespit etmek ve olaya etkili biçimde müdahale etmek için ihtiyaç duyduğu bilgi olarak tanımlanır. Günümüz teknoloji dünyasında internet üzerinden saldırılara karşı yapılacak savunmada en önemli konu siber istihbarattır. **Siber İstihbarat** tehdit tespiti, önceliklendirme veya acil durum müdahalesi gibi belirli konulardaki kabiliyetlerini iyileştirme ve geliştirme açısından organizasyonlar için kritik bir öneme sahiptir.

Siber istihbarat, organizasyonların tehdit araştırmaları ve analiz süreçlerinin ortaya çıkarttığı önemli bir bilgi edinme faaliyetidir. Siber istihbarat söz konusu olduğunda, organizasyonlar ağlarındaki en güncel tehditlere odaklanarak gelebilecek tehditleri önceden istihbarat sayesinde tespit ederek önlem alırlar ve siber saldırılara karşı büyük bir avantaj sağlar (Başakçı, 2019).

2.2.2. Sosyal Medya Siber İstihbarat İlişkisi

Sosyal Medya kullanımı günümüzde internet kullanımının en temel amaçları arasına yerleşmiştir. Facebook, Twitter, Instagram, Linked-in, Google+ vb. pek çok sosyal ağ, milyonlarca kullanıcı tarafından günlük olarak, aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Bu kadar çok kullanıcının bulunduğu sosyal medya ortamı, internet ortamında akan veri miktarının da katlanarak artması durumunu ortaya çıkarmıştır. Kullanıcıların internete yükleyerek paylaştıkları metin, görüntü, video ve ses verileri aynı zamanda bilgi değeri olan pek çok verinin de internet ortamında dolaşması anlamına gelmektedir. Ancak bu veri yığınları arasından amaca uygun bilgilere ulaşabilmek için verilerin işlenmesi gerekmektedir. İşte bu noktada büyük veri disiplinine ihtiyaç duyulmuştur. Büyük veri ayrıca farklı amaçlarla pek çok farklı disiplinlerle de ortak çalışmaktadır. Bu amaçlardan bir

tanesi istihbarattır. Şirketlerin ihtiyaçları doğrultusunda istihbarat faaliyetleri yapmalarının yanında artık devletler de güvenlik amaçlı istihbarat faaliyetleri yapmaktadır. Bu yeni istihbarat kavramı “siber istihbarat”, sosyal medyada yapılan istihbarat ise “sosyal medya istihbaratı” olarak adlandırılmaktadır. (Omand, Bartlett, & Miller, 2012).

Sosyal ağların kullanımının her geçen gün artmasıyla birlikte verinin hızı ve çeşitliliği de artmıştır. Yüksek hızda üretilen veri beraberinde verinin aynı hızda alınması, anlaşılması ve işlenmesi problemlerini de getirmektedir. Büyük veri kavramı yüksek hacimdeki ve hızdaki veri ile ilgili konuları içermekle beraber aynı zamanda çeşitlilik içeren; video, ses, metin gibi yapısal olmayan veya akışkan verilerin saklanması, yönetilmesini ve üzerinden bilgiye erişimi de ifade etmektedir (Khalilov & Gündebahar, 2014).

Sosyal medya verileri değerli bilgiler içermektedir. Değerli olma nedeni kişisel bilgilerin paylaşılarak depolanıyor olmasıdır. Sosyal medya veri arşivlerine direk erişim sağlamak mümkün olup derlenen bilgiler is dünyasında şirket politikası belirlemek, hükümetlerce ve akademik çalışmalarda araştırmaya dayanak olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda sosyal medya paylaşımları değerli hale gelmektedir.

2.3. Bireysel gizlilik

2.3.1. Bireysel Gizlilik Kavramı ve Önemi

Doğrudan ya da dolaylı biçimde gerçek kişi ile bağlantılı olabilecek her türlü bilgi kişisel veri olarak kabul edilmektedir (Başalp, 2004). Bu verilerin internet ortamında ya da mobil telefonlardaki çeşitli uygulamalar ve doldurulan formlar aracılığıyla dolaşıma sokulması, kişisel verileri herkesin görebileceği anlamını taşımaktadır (Söyler, 2014). 2011 yılında sonuçları açıklanan Avrupa Birliği’nde Verilerin Korunması ve Elektronik Kimliğe İlişkin Tutumlar adlı araştırmaya göre; finansal bilgileri, sağlık bilgileri, kimlik numarası, parmak izi, ev adresi, mobil numarası, fotoğraf, isim, özgeçmiş, kişisel beğeniler ve fikirler, uyruk, hobiler ve internet geçmişi kişisel veri olarak kabul edilmiştir. Online sosyal ağlar (Facebook, Twitter vb.), lokasyon bazlı ağlar (Foursquare vb.), içerik paylaşmaya yönelik ağlar (youtube, instagram vb.), ortak ilgilerin paylaşıldığı ağlar (LinkedIn, Devia-Nart vb.) kişisel verilerin en çok dolaşıma sokulduğu ortamlardır. Bunların dışında alışveriş siteleri, bankaların uygulamaları da kişisel verilerin üçüncü şahısların eline geçtiği yerlerdir (Gülener, 2012).

2.3.2. Bireysel Gizlilik Farkındalığı

Kişisel verilerin korunmasına ilişkin fıkra Anayasa’nın 20. Maddesine 2010 yılında eklenmiştir: “Herkes, kendisiyle ilgili kişisel verilerin korunmasını isteme hakkına sahiptir. Bu hak, kişinin kendisiyle ilgili kişisel veriler hakkında bilgilendirilme, bu verilere erişme, bunların düzeltilmesini veya silinmesini talep etme ve amaçları doğrultusunda kullanılıp kullanılmadığını öğrenmeyi de kapsar. Kişisel veriler, ancak kanunda öngörülen hallerde veya kişinin açık rızasıyla işlenebilir” (Söyler, 2014).

Yeni Türk Ceza Kanunu’nun (YTCK) 132. Maddesinin 1. Fıkrasına göre kişiler arasındaki iletişimin gizliliğinin ihlâl edilmesi suçtur. Haberleşmenin içeriğinin

kaydedilmesi ise farklı bir suç olarak değerlendirilmektedir. İnternet üzerinden yapılan her türlü iletişim de bu kapsamdadır (Dülger, 2004).

2.3.3. Kişisel Verilere Erişim Hakkı

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu 5.maddeye istinaden kişisel bilgilerin işleme ve erişim izinleri yasa ile belirlenmiştir. Kişinin açık rızasının bulunduğu bilgiler ve istisnalar dışında işlenmesi yasaktır.

Erişim ve kullanma konusunda; kişisel verilerin işlenmesi ve işleme amacı, işlenecek kişisel veri türleri, işlenen kişisel verilerin hangi amaçlarla kullanılacağı, hangi kişilerin kişisel verilerinin işleneceği, kişisel verilerin paylaşılıp paylaşılmayacağı, paylaşılacaksa kimlerle paylaşılacağı, ne kadar süreyle saklanacağı, ilgili kişilerin erişim hakkı ve diğer haklarının uygulanıp uygulanmayacağı gibi hususlara kimin karar verdiği dikkate alınır (KVKK, 2018).

2.4. Güvenli Upload

Dijital platformların yoğun olarak kullanıldığı günümüzde sosyal medya hizmeti veren sosyal ağlar bir takım eklentiler yolu ile işlem yapmaktadır. Paylaşılan bilgilerin kendi veri tabanlarında entegrasyonunu sağlamaktadır. Kullanıcılar için güvenlik tedbirleri alınmasına rağmen yine sosyal ağ eklentisi kaynaklı risklerde mevcuttur. Bu bağlamda güvenli yükleme konusu karşımıza çıkmaktadır.

Sık sık karşımıza çıkan “hangi ünlüye benziyorsun?”, “Sana en yakışan meslek için tıkla”, “Profiline kimler baktı” gibi uygulamalar bu mantık ile çalışmakta ve sonuç olarak vermiş oldukları bilgiler kişilerin yükleme ve beğenileri ile doğrudan ilişkilidir.

2.4.1. Güvenli Upload İlkeleri

Paylaşılması halinde bireyleri zor durumda bırakacak bilgiler kişisel bilgiler, konum yer bilgisi, aile ve arkadaşlara ait özel bilgilerdir.

2.4.2. Güvenlik Tedbirleri

İnternet kullanıcılarının, kişisel verilerini korumak için kullandıkları sosyal ağ platformlarında aşağıdaki hususlara azami dikkat ve özen göstermesi gerekmektedir.

- Kullandığınız sosyal ağ platformlarının kullanım politikası ve gizlilik sözleşmelerini okuyarak, sosyal ağlardaki gizlilik ve güvenlik ayarlarınızı tekrar gözden geçirin, güvenlik ve gizlilik ayarlarının düzgün yapıldığından emin olun.
- Sosyal ağlardaki hesaplarınıza olan erişimi tanıdığınız ve güvendiğiniz kişilerle sınırlayın.
- Özel ve kişisel bilgilerinizi asla paylaşmayın (gerçek doğum tarihi, dayı ve teyze gibi anne kıskık soyadının ortaya çıkabileceği bilgiler).
- Doğum tarihiniz, doğduğunuz yer, telefon numaranız gibi kişisel bilgilerinizden oluşan kolay tahmin edilebilir şifreler yerine en az 8 karakterden oluşan hem küçük hem büyük karakterler içeren tahmin edilmesi zor güçlü şifreler belirleyin.

- Sosyal medya platformlarına akıllı telefonunuzdan erişiyorsanız, telefonunuzun ayarlar bölümünden uygulamalarınıza verdiğiniz erişim izinlerini kontrol edin ve gereksiz veya riskli olduğunu düşündüğünüz izinleri kaldırın.
- Sosyal medya platformları üzerinden yaptığınız paylaşımların, milyonlarca kişiye erişebileceğini unutmayın ve paylaşımlarınızı buna göre yapın.
- İnternete erişim hakkınızı kullanırken başkalarının haklarını gözetme sorumluluğunuzu unutmayın.
- Kullanılan 3. Parti uygulamaların güvenlik, erişilebilirlik ve gizlilik politikalarını sürekli gözden geçirerek verilen izinleri sorgulayın.
- Sosyal ağlar ve web servislerin 3. parti uygulamalarını engelleyin. (Kullanılmayan ağ oyunları ile 3. Parti uygulamalarının yetkileri tamamen kaldırılmalı).
- Sosyal ağlara herhangi bir oyun ya da uygulama kurulmak istendiğinde bunun hangi bilgilere erişmek istediği iyice kontrol edilmelidir.
- Kişisel olmayan bir bilgisayarda asla bir sosyal ağ hesabına giriş yapılmamalı.
- Sosyal ağlara bağlanılacak bilgisayarlarda mutlaka anti-virüs, anti-malware ve anti-spyware türü internet güvenlik yazılımları kullanılmalı, Toplu kullanıma açık kablosuz ağlarda, internet kafelerde sosyal ağ hesaplarına giriş yapılmamalıdır (Güvenli Web, 2017)

3. Araştırma

3.1. Problem

12-15 yaş aralığı okul çağı çocuk grubu için sosyal medya etiği ve davranış kuralları ile güvenli yükleme farkındalık düzeyleri nelerdir?

3.2. Araştırmanın Amacı

Dijital çağın gerekliliği olan teknoloji kullanımı konusunda genç grubun yanlış davranışlar tespit edilerek genel kabul görmüş davranışlar kazandırma amacıyla literatür taraması ve nitel araştırma yapılmış, eksikler belirlenmiştir.

3.3. Yöntem

Araştırmada yöntem olarak literatür taraması kullanılmıştır. Belirlenen konu amaca yönelik olarak çeşitli hakemli dergi, konferans vb. akademik çalışmalarını barındıran elektronik veri tabanlarından araştırılmıştır. 12-15 yaş aralığı okul çağı çocuklarının davranışlarının tespitine yönelik nitel araştırma yapılmış ve röportaj tekniği uygulanmış ve elde edilen sonuçlar kaynaklar ile yorumlanarak yine amaç doğrultusunda bir araya getirilerek araştırma tamamlanmıştır.

3.4. 12-15 Yaş Aralığı Farkındalık Çalışması

Evensel pandemi nedeniyle nitel araştırma tekniklerinden röportaj yöntemi kullanılmış olup bulgular değerlendirilmiştir. 12- 15 yaş aralığı 20 öğrenci çalışmaya katılmıştır. Ankara İli Keçiören İlçesinde ikamet eden ve eğitime devam eden öğrenciler ile yapmış olduğum çalışmaya ilişkin bilgiler şu şekildedir.

3.4.1. Röportaj İçeriği

Grup: 7 8 9. Sınıf öğrencisi

Katılımcı Sayısı:20

Sorular:

- 1.İnternette kalma süren nedir? Hangi amaçla kullanıyorsun dijital platformları?
- 2.Sosyal medya ile ilgili düşüncelerin nelerdir? Hangi araçları kullanıyorsun? Neden?
- 3.Sosyal medya etiği nedir? Birkaç kural söyler misin?
- 4.Sosyal ortamlarda seni rahatsız eden olaylara örnek verebilir misin? Şu olmamalı dediğin davranışları sıralar mısın?
5. Herkesle iletişim kurar mısın? Bilgilerin herkese açık mı?
- 6.Bağlantılara sorgusuz erişir misin? Güvenli midir dikkat eder misin?
- 7.İnternet ortamında kendini güvende hissediyor musun?
8. Ailen dijital etkinliklerini kontrol eder mi?
- 9.Bir başka cihazdan hesaplarımı açar ya da şifrelerini paylaşır mısın?
- 10.Bilişim suçu kavramını duydun mu? Örnek verebilir misin?
11. Başkalarının bilgilerini kullanır mısın? (Fotoğraf isim gibi).
12. Dijital vatandaşlık hakkında ne biliyorsun?

Araç: Telefon Görüşmesi ile elde edilen bilgilerin metne çevrilmesi.

3.4.2. Bulguların Değerlendirilmesi

20 öğrenci ile yapmış olduğumuz röportaj neticesinde aşağıdaki bulgulara erişim sağlanmıştır.

3.4.2.1.Soru 1.İnternette kalma süren nedir? Hangi amaçla kullanıyorsun dijital platformları?

Verilen cevaplar şu şekildedir:

- Günde 15 saat giriyorum. Eba'ya girmek için ve verilen ödevleri yapmak ve sohbet eğlence için kullanıyorum.
- Her boşlukta giriyorum. Eğitim, iletişim, eğlence amacıyla kullanıyorum.
- 2.30 saat kalıyorum. Videolar izliyorum araştırma yapıyorum.
- Sadece 2 saat EBA'ya giriyorum.
- 5 saat kullanıyorum.
- 2 3 saat kullanıyorum.
- 2 3 saat kadar
- Sürekli giriyorum.
- Bir saat kadar. Arkadaşlarım ile konuşmak ve video izlemek için.
- Bir saat
- 5 saat
- 1 2 saat oyun oynamak için.
- 5 6 saat. Oyun oynuyorum, film izliyorum, kitap okuyorum, müzik dinliyorum.

- 2 saat kullanıyorum
- İstediğim kadar. Genellikle dizi izliyorum, bilgi araştırıyorum.
- Video izliyorum
- Youtube, 2-3 saat Tonguç ders tekrarı, 2 saat tik tok.
- Ders amaçlı kullanıyorum.
- 5 saat oyun oynar video izlerim.

3.4.2.2. Sosyal medya ile ilgili düşüncelerin nelerdir? Hangi araçları kullanıyorsun? Neden?

- Ulaşım için kullanıyorum.
- Genellikle bilgisayarı kullanıyorum.
- Güzel kullanırsak gerçekten güzel bir platform.
- Sadece whatsapp kullanıyorum sosyal medya hesabım yok.
- Sosyal medya kullanmıyorum.
- Doğru kullanırsak hiçbir sorun olmaz.
- Pek kullanmıyorum.
- Whatsapp ve Zoom kullanıyorum. Bir düşüncem yok.
- Bilgisayarı kullanırım. Facebook hesabım var.
- İletişim kurmak için. Sadece Instagram ve whatsapp kullanıyorum.
- Güzel ama bazen gereksiz şeyler de çıkabiliyor
- Kullanmıyorum.
- İyi ki var. Çok güzel vakit geçiriyorum.
- Çok faydalı bence ama bağımlılık yapıyor.
- Bir düşüncem yok
- İstediğimiz zaman elimizin altında
- Bence sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yönleri vardır; örneğin, sağlık açısından olumsuz eğitim açısından olumludur.
- Çok fazla insan var, endişe yaratıyor.
- Sosyal medya çok kullanmam genelde oyun sitelerindeyim.

3.4.2.3. Sosyal medya etiği nedir? Birkaç kural söyler misin?

- Bana özel hiçbir bilgiyi yayınlamamak
- Kimlik bilgilerimi ve telefon numarası gibi bana özel hiç birşeyi paylaşmamak.
- Tam bir bilgim yok.
- Bilmiyorum
- Saygısızlık yapmamak, özele saygı göstermek.

- Kimseyi aldatmam yanlış bilgi vermem. Başkasının bilgilerini paylaşmam.
- Yanlış davranış bence küfür kavga gibi
- Saygılı ve dikkatli olmak.
- İnsanları rahatsız edecek mesajlar atmamalıyız. Fotoğraf gibi şeyleri paylaşmamalıyız.
- Asla yalan söyleme, saygısızlık etme, özele saygı göster.
- Saygılı olmak, kötü dil kullanmamak, kimseyi rahatsız etmemek.
- Kısıtlayıcı kurallardır. Saygılı olunmalı küfür edilmemelidir.
- Etiğin ne demek olduğunu bilmiyorum.
- Bilmiyorum.
- Bilmiyorum
- Gereksiz gönderi yapmak.
- Nezaket, saygı, sorumluluk
- Kurallar ve sosyal sorumluluk
- Bilgim yok

3.4.2.4. Sosyal ortamlarda seni rahatsız eden olaylara örnek verebilir misin? Su olmamalı dediğin davranışları sıralar mısın?

- Bir insana odaklanmak onu irdelemek ve argo sözler
- Kötü sözler ile yapılan yorumlar.
- İntagram DM 'den fake hesaplar açarak yazanlardan rahatsız oluyorum.
- Hayır
- İnsanların kalbini kıracak yorumlar olmamalı.
- Kötü niyetli kişiler ve hesapların çalınması.
- Hesapların çalınması.
- Şuana kadar olumsuz bir şey yaşamadım.
- Çekilişlerin altına eklenmem beni çok rahatsız ediyor. Tanımadığım kişilerden mesaj geliyor.
- İletişimde argo sözler kullanılması. Online oyunlarda küfür edilmesi.
- Küfür ve argo cümleler
- Saygısız ifadeler kullanılması.
- Özelden mesaj atılması
- Herhangi bir olumsuz düşüncem yok.
- Herkesin seni sosyal medya hesabından rahatsız edebilmesi, Kötü niyetli insanlar kolayca herşeye ulaşmamalı.

- Asılsız dedikodular
- Bence sosyal medyada fazlasıyla zorbalık yapan kullanıcılarımız var.
- Çok olumsuz bir fikrim yok.
- Anketlerden rahatsız oluyorum

3.4.2.5. Herkesle iletişim kurar mısın? Bilgilerin herkese açık mı?

- Bilgilerim herkese açık değil. Tanıdıklarım dışında kimse ile iletişim kurmam.
- Tanıdığım kişiler ile sadece. Bilgilerim gizli.
- Hayır. 13 cevap
- Sadece tanıdıklarım.
- Evet kurarım ama bilgilerimi vermem
- Bilgilerim sadece akrabalarım, arkadaşlarım v.b kişilere açık sadece tanıdığım kişilerle iletişim kurarım
- Evet kurarım ama çok bilgi paylaşmam

3.4.2.6. Bağlantılara sorgusuz erişir misin? Güvenli midir dikkat eder misin?

- Güvenli olmasına dikkat ediyorum.
- Güvenli sitelere giriyorum.
- Güvenli mi değil mi diye bakıyorum.
- Bağlantının kimden geldiğine bakar daha sonra girerim.
- Nadiren.
- Tabiki.
- Bazen.
- Dikkat ederim.
- Önce anneme gösteririm.
- Dikkat ederim.
- Genellikle.
- Evet
- Evet.Dikkat ederim.
- Erişim kolaylığı olan her yere giriyorum.
- Evet dikkat ediyorum.
- Hayır
- Karşıdaki kişi bana güven vermezse bağlantıya erişmem.
- Evet ederim.
- Evet.

3.4.2.7. İnternet ortamında kendini güvende hissediyor musun?

- Tedbirli davrandığım için evet.
- Önlem aldığım için evet güvende hissediyorum.
- Hayır.
- Çok değil.
- Hissetmiyorum.
- Biraz.
- Her zaman değil.
- Evet
- Pek değil.
- Kesinlikle hissetmiyorum.
- Kısmen
- Hayır. Bu yüzden sosyal medya kullanmıyorum
- Siteye göre değişiyor.
- Evet.
- Evet.
- Sayılır
- Hayır çünkü interneti bilinçsiz kullanan kullanıcılarımız var
- Her zaman değil
- Evet güvende hissediyorum

3.4.2.8. Ailen dijital etkinliklerini kontrol eder mi?

- Hayır. 5 cevap
- Evet. 13 cevap
- Bazen

3.4.2.9. Bir başka cihazdan hesaplarımı açar ya da şifrelerini paylaşırsınız mı?

- Hayır. 13 cevap
- Oyun şifrelerimi paylaşıyorum
- Kendime ait telefonum olmadığı için evet.
- Yakın birkaç kişinin telefonundan açıyorum.
- Bazen
- Güvendiğim insanın telefonundan açarım.

-Hayır benim hesabım ve şifrem bana özeldir.(hesabım sadece kendi cihazımda bulunur).

3.4.2.10. Bilişim suçu kavramını duydun mu? Örnek verebilir misin?

-Duydum. Özel bir bilginin başkası tarafından ele geçirilmesi.

-Hayır duymadım.

-Evet duydum. İnternet üzerinden yasal olmayan suçlar işleyenlere denir.

-Hayır.

-Duymadım. Kurallara uymadan davranmak olabilir özel hayatın gizliliği gibi

-Duymadım.

-Evet. Korsan oyun sitesinde puanlarımızı alıyorlar.

-Duymadım.

-Evet. Örnek olarak başkasının hesabını hacklemeye çalışmak gibi.

-Duymadım.

-Duymadım.

-Bilgisayar kullanılarak yapılır.Başkasının bilgilerini çalmak gibi.

-Yasak olan programları kullanmak

-Birini tehdit etmek

-Duymadım

-Bilgim yok.

-Galiba duydum örneğin; internet üzerinden insanların dolandırmak

-Ceza gibi şeyler olduğunu düşünüyorum.

-Duydum başkalarının fotoğraflarını paylaşmak.

3.4.2.11. Başkalarının bilgilerini kullanır mısınız? (Fotoğraf isim gibi).

-Hayır.17 cevap

Dijital vatandaşlık; iletişim kaynaklarını kullanırken eleştirebilen, online davranışlarının etik sonuçlarını bilen, ahlaki online kararlar alabilen, teknolojiyi kötüye kullanmayan, dijital dünyada iletişim kurarken ve işbirliği yaparken doğru davranışı teşvik eden vatandaşdır.-Bazı fotoğrafları kullanırım. Haber içerikli olanlardan. İsim veya bilgiyi paylaşmam

-Hayır bu yanlış bir davranış ve kanunda cezaları var.

3.4.2.12. Dijital vatandaşlık hakkında ne biliyorsun?

- Bilgi ve iletişim kaynaklarını kullanırken eleştirebilen, online davranışlarının etik sonuçlarını bilen, ahlaki kararlar alabilen, teknolojiyi kötüye kullanmayan.
- Teknolojiyi kötüye kullanmayan, iletişim kurarken doğru davranışı teşvik eden vatandaştır.
- Pek bir bilgim yok.
- Teknolojiyi iyi yönde kullanan kimse.
- Kurallara uyan kişi diye biliyorum.
- Bilmiyorum.
- Bence dijital vatandaşlık diye bir şey yoktur.
- Hiç birşey bilmiyorum.
- İnternet üzerinden yapılan vatandaşlık işlemleri.
- Teknolojiyi iyi yönde kullanan.
- E-devlet üzerinden bilgilerimize ulaşmak.
- Doğru davranan kişi.
- Bilmiyorum.
- Bilgiyi eleştirebilen kişi.
- Kurallara uyan vatandaş.
- Bilgim yok
- Dijital vatandaşlık; iletişim kaynaklarını kullanırken eleştirebilen, online davranışlarının etik sonuçlarını bilen, ahlaki online kararlar alabilen, teknolojiyi kötüye kullanmayan, dijital dünyada iletişim kurarken ve işbirliği yaparken doğru davranışı teşvik eden vatandaştır.
- Sorumluluklarını bilen kişidir.
- Bilmiyorum

3.4.3 Bulgular

Verilen cevaplardan; yaş grubunun dijital etkinliklerini ebeveyn tarafından kontrol edilme oranının yüksek olması bilinçli alışkanlıklar edinilmesi anlamında bir artı olarak düşünülmektedir. Keza dijital yerlilerin eksik bilgi ile hareket ettiğini görmekteyiz. Bakanlığımız 2020 yılında siber güvenlik alanında öğretmenlerimize mesleki eğitimler vermeye başlamış olup, edinilen bilgilerin öğrenci grubuna aktarımı zorunluluğu hasıl olmuştur. Doğru yönlendirme ve bilinçli dijital vatandaşlık alanında MEB müfredatına uygun bir çalışma yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Araştırma bulgularına göre öğrenci grubunun olumlu ölçüde büyük bölümü güvenli şifre kavramının farkında olup, güvenli yükleme ve paylaşım yaptıklarını

beyan etmişlerdir. Ailelerin büyük oranda çocuklarını takip ettiği diğer dikkat çeken bir bulgudur. Sanal ortamda zorbalık ya da siber mağduriyet yaşayan katılımcı sayısının yok denecek kadar az olması ise bilinçli davrandıklarının bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişisel veri farkındalığına yansıtılan cevaplar da olumlu olup izinsiz paylaşımın yasak olduğu katılımcılar tarafından bilinmektedir. İzinsiz paylaşımın suç olduğunun bilinmesi olgusu ise yine büyük olumlu bir dönüttür.

Sosyal medya etiği konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları düşünülmektedir. Paylaşım ortamlarında Türkçenin olumsuz kullanımına ilişkin, sağlıksız akran iletişiminin olduğu ifadelerden ortaya çıkan diğer bir bulgudur.

Keza “**Sosyal medyada kendimi güvende hissetmiyorum**” ifadesi farkındalık düzeyinin düşük olması ile yakından ilgili olduğunun göstergesi olarak düşünülebilir. Farkındalık yüzdeleri yüksek olmasına rağmen konumuza ilişkin bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışması yapmak zorunda olduğumuz bir grubun varlığı ortaya çıkmaktadır.

4. Sonuç ve Öneriler

4.1. Sonuç

Literatür taraması ile kavramsal çerçevede açıklamaya çalıştığımız konulara ilişkin olarak yapılan röportaj çalışması birlikte irdelenmiş ve 12-15 yaş aralığının; ailenin kullanım süresi ve içeriği hakkında denetime sahip olduğu, sosyal medya etiği, hakkında yüzeysel bilgiye sahip oldukları, bu alanda destekleyici çalışmalara ihtiyaç duydukları, bireysel gizlilik, kavramını isim gibi kişisel bilgi ve fotoğraf ile sınırladıklarını, kişisel verilere erişim hakkı; bilgilerinin gizli olduğunu ifade ettikleri lakin kendilerini güvende hissetmedikleri, bilişim suçu kavramı hakkında yetersiz oldukları, kişilerin bilgilerini izinsiz paylaşmadıklarını ifade eden bireylerin, bilgilendirmeye ihtiyaç hissettikleri, güvenli yükleme konularında edinilmiş bilgi ve deneyimlerinin yüksek olduğunu lakin yeterli olmadığını görmekteyiz.

Kullanım süreleri ve kullanım amaçları irdelendiğinde katılımcıların daha çok plansız boş zaman değerlendirme konusunda bilinçsiz şekilde eğlence ihtiyacına cevap veren alanları kullandıkları sonucuna erişmekteyiz.

Tüm çalışma konularını kapsayan dijital vatandaşlık konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları, dijital yerli diye adlandırdığımız grubun dijital vatandaşlık konusunda donanmışlık ve yeterli bilgiye sahip olması durumunda herhangi bir olumsuzluk yaşamayacağı kanaatine ulaşılmıştır.

Milli Eğitim Bakanlığı müfredatında alanımıza ilişkin etkinliklerin yetersiz olduğu bir diğer dikkat çeken noktadır.

4.2. Öneriler

Okul çağı çocukları için en uygun öğrenme ortamı okullardır. Dijital yerli dediğimiz çağımız öğrenci grubu için internet ve teknoloji kullanımı zaman zaman eğitimin bir parçası olmakta zaman zaman ise eğlence iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Gelişim çağı çocuklarında fiziksel gelişimi destekleyen duygusal gelişim sürecinde

doğru yönlendirmek, yanlışları tespit ederek doğru davranış ile takasa ikna edecek çalışmalara ihtiyaç vardır. Bilişim Teknolojileri dersi müfredatında konulara yer verilmiş lakin; 12-15 yaş aralığı için bilişim teknolojileri dersi bulunmamaktadır. Bu bağlamda diğer branş öğretmenlerinin mesleki eğitime dahil olmaları ve edinilen bilgiyi dersleri ile ilişkilendirerek dijital yerlilere aktarmaları zorunlu hale gelmiştir.

Kaynakça

- Başakçı, G. (2019, Temmuz 05). *Siber İstihbarat Nedir?* BGA SECURITY: <https://www.bgasecurity.com/2019/07/siber-istihbarat-nedir/> adresinden alındı
- Başalp, N. (2004). *Kişisel Verilerin Korunması ve Saklanması*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- BERTRAND, C. J. (2004). *Medya Etiği*. Ankara: Başbakanlık BYEGM Yayını.
- Ceylan, Y. (2012). TOPLUMSAL DEĞERLER VE MEDYA ETİĞİ. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7.
- Dülger, M. (2004). *Bilişim Suçları*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Gülener, S. (2012). Dijital Hafızadan Silinmeyi İstemek: Temel Bir İnsan Hakkı. *Türkiye Barolar*, 230.
- Güvenli Web. (2017, Temmuz 22). Güvenli Web: <https://www.guvenliweb.org.tr/dokuman-detay/sosyal-aglar-ve-mobil-aglar> adresinden alındı
- İşman, A., Odabaşı, H., & Akkoyunlu, B. (2016). *EĞİTİM TEKNOLOJİLERİ OKUMALARI*. Ankara: Salmat Basım Yayıncılık.
- Khalilov, M. C., & Gündebahar, M. (2014). *Bankacılıkta Büyük Veri Uygulamaları*. Mersin: Akademik Bilişim.
- Kırtış, K., & Karahan, F. (2011). *To be or not to be in social media arena as the most cost-efficient marketing*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*.
- KVKK. (2018). *100 Soruda Kişisel Verilerin Korunması Kanunu*. Ankara: KVKK Yayınları.
- Murray, C. (2008). *Schools and Social Networking: Fear or Education?* Synergy.
- Müezzın, E. (2016). *İnternet Bağımlılığı*. Ankara: Salmat Basım Yayıncılık.
- Omand, S., Bartlett, J., & Miller. (2012). *Introducing Social Media Intelligence (SOCMINT)*.
- Onat, F., & Alikılıç, Ö. A. (2008). *Sosyal ağ sitelerinin reklam ve halkla ilişkiler ortamları olarak değerlendirilmesi*. *Journal of Yaşar University*.

Özdemir, S., Özdemir, M., Polat, E., & Aksoy, R. (2014). SOSYAL MEDYA KAVRAMI VE SOSYAL AĞ SİTELERİNDE YER ALAN ONLINE REKLAM. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 59.

Sayimer, İ. (2009). *Sanal Ortamda Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Söyler, Y. (2014). *Kamu Hukuku Açısından Devletin İnterneti Düzenleme Yetkisi*. Ankara: Savaş Yayınevi.

TEB. (2019). *Türkiye'nin Dijital Haritası 2019*.



SRA (Science Research Associates) Strategic Research Academy & Academic Publishing®

© Copyright of Journal of Strategic Research in Social Science (JoSReSS) is the property of SRA (Science Research Associates) Strategic Research Academy & Academic Publishing® and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.