



## Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet ile İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

Murat ÖZ\*  
Duygu KILIÇ\*\*

### Öz

Bu çalışmada kişisel verilerin çevrimiçi mahremiyet ile olan ilişkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel yöntem olan içerik analizinden yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan 2012-2019 yılları arasında yayımlanan kişisel veriyi mahremiyet boyutu ile ele alan çalışmalar içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Sonuç olarak incelenen makaleler arasında en sık tekrar edilen kelimelerin mahremiyet ve veri olduğu anlaşılmıştır. Tüketici mahremiyeti konusunda bireylerin farkındalıkları üzerinde durulan çalışmalar olmasına rağmen farkındalık kelimesinin en az tekrar eden kelimeler arasında olduğu aynı zamanda mahremiyet endişesi ve kaygısı üzerinde çok fazla durmadığı anlaşılmıştır. Bu bağlamda kişisel verilerin ihlali konusunda tüketicilerin mahremiyet endişeleri, kaygıları ve farkındalıkları üzerine odaklanılması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet, Kişisel Veri, İçerik Analizi, Çevrimiçi Mahremiyet

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Examining the Relationship between Personal Data and Online Privacy through Content Analysis Method

### Abstract

In this study, it is aimed to evaluate the relationship of personal data with online privacy. For this purpose, content analysis, which is a qualitative method, was used. The studies that dealt with the privacy aspect of personal data published between 2012-2019, which constitute the sample of the study, were evaluated using the content analysis method. As a result, it was understood that the most frequently repeated words among the articles examined were privacy and data. Although there are studies focusing on the awareness of individuals on consumer privacy, it has been understood that the word awareness is among the least repetitive words and does not focus too much on privacy concern and anxiety. In this context, it is necessary to focus on the privacy concerns, and awareness of consumers regarding the violation of personal data.

**Key Words:** Privacy, Personal Data, Content Analysis, Online Privacy

**Article Type:** Research Article

\*Doç.Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, muratoz@kmu.ed.tr, ORCID ID: 0000-0003-4955-3848

\*\*Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, duyukilic947@gmail.com, ORCID ID:0000-0002-5880-4197

## 1. GİRİŞ

Kişiselleştirilmiş satış odaklı günümüz pazarında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri, kar elde edebilmeleri ve potansiyel müşterilere ulaşabilmeleri ve potansiyel müşterilerinin satın alma kararlarını etkileyebilmelerinin yolu kişisel verilere ulaşarak bu verileri depolamaktan geçmektedir (Ketizmen ve Kart, 2019: 68; Aguirre vd., 2015: 34). Rekabete direnmeye çalışan işletmeler için kişisel veriler dönemin yeni emtiası haline dönüşmüştür. Nitekim Biase, “*Personal data shouldn't be the new oil*” benzetmesi ile kişisel verilerin bir petrol yani emtia olma durumuna vurgu yapmaktadır. (Biase, 2018: 34). Her ne kadar durum işletmeler açısından böyle olsa da bireyler açısından mahremiyet endişelerine sebebiyet vermektedir. Bireyler kişisel verilerinin güvende olmasını ve mahremiyetlerinin korunmasını istemekte, verilerinin iyi korunduğunu düşünen bireyler işletmeye karşı güven duymaktadır (Polater, 2019: 2; Manso vd., 2015: 11).

İnternet kullanıcı sayısındaki artışla birlikte e-ticaretin yaygınlaşması kişisel veri ihlallerine sebebiyet vermiş ve çevrimiçi mahremiyet kavramını karşımıza çıkarmıştır. Bu bağlamda çevrimiçi mahremiyetinin literatürde karşılık bulan ve hukuksal zemini olan güncel bir konu olduğu ifade edilebilir (Aydın ve Marangoz, 2018: 483). TÜİK verilerine göre 1998 yılında başlayan internet kullanımında abone sayısı 229.8 bin kişi iken 2019 yılı Mart ayı sonu itibariyle bu rakam 74.7 milyona çıkmıştır (TÜİK, 2020). Bu çalışma da kişisel veri ihlallerinin çevrimiçi mahremiyeti boyutuna odaklanarak oluşturulmuştur. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı kişisel verilerin hukuki açıdan ele alınarak çevrimiçi mahremiyet ile olan ilişkisinin irdelenmesi ve içerik analizi ile tüketicilerin farkındalık düzeylerinin görülmesidir.

### 1.1 Kişisel Veri Kavramı

Gelişen teknoloji ile birlikte karşımıza yeni bir kavram olarak çıkan kişisel veri ile ilgili uluslararası ve ulusal literatürde pek çok tanımlamaya rastlanmaktadır. Kişisel verilerle ilgili ilk olarak İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından 23 Eylül 1980 tarihli konsey kararıyla “Kişisel Alanın ve Sınır Aşan Kişisel Bilgi Trafikinin Korunmasına İlişkin Rehber İlkeler” kabul edilmiştir. Kişisel verilerin korunması ile ilgili ilk resmi belge niteliğini taşıyan bu kararda kişisel veri, “*Tanımlanmış veya tanımlanabilir olan bireylere ilişkin her türlü bilgi anlamına gelmektedir*” şeklinde tanımlanmıştır. Kişisel verilerin korunması ile ilgili yasal düzenlemeye ihtiyaç duyularak Türkiye’de Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) 7 Nisan 2016 tarih ve 29677 sayılı Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu bağlamda kişisel veri kavramı, 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanun (KVKK) Tasarısının 3. maddesinin (d) bendinde “*Kimliği belirli veya belirlenebilir gerçek kişiye ilişkin her türlü bilgiyi ifade eder*” şeklinde tanımlanmıştır (KVKK, 2016: madde 3). En genel tanımıyla kişisel veri kavramı; “*Bir kişiyi belirleyen ya da makul bir yöntem kullanılarak bir kişinin belirlenmesini sağlayan veya dolaylı olarak kişiyi belirleyen veri ve bilgilerle bağlantısı olan bütün diğer veriler*” olarak ifade edilebilir (Ağıralan, 2015: 4). Madde 1 uyarınca kanunun amacı, “*kişisel verilerin işlenmesinde başta özel hayatın gizliliği olmak üzere kişilerin temel hak ve özgürlüklerini korumak ve kişisel verileri işleyen gerçek ve tüzel kişilerin yükümlülükleri ile uyacakları usul ve esasları düzenlemektir*” şeklinde açıklanmıştır (KVKK, 2016: madde 1).

### 1.2 Kişisel Verilerin Elde Edilme Yöntemleri ve Mahremiyet

Elektronik ticaretin arttığı günümüz koşullarında, kişisel verilerin elde edilme yöntemlerinden en önemlisini çevrimiçi alışveriş ortamları oluşturmakla birlikte bu verilerin toplanması, kaydedilmesi ve ifşa edilmesi kolay hale gelmiştir (Bainbridge, 1997: 17; Stevens, 2001). Çevrimiçi alışverişin yapıldığı her türlü ortamda alışverişin gerçekleşmesi için kişisel ve finansal bilgiler istenmekte ve kişisel verilere erişim kişinin rızası doğrultusunda gerçekleşmektedir (Oğuz, 2013: 5; Karlıdağ ve Bulut, 2015: 203). Kişisel verilerin elde edilmesine olanak sağlayan bir diğer

yöntem olan Cookies (çerezler), kullanıcı davranışlarıyla ilgili bilgileri izlemek için kullanılmaktadır (Oğuz, 2013: 6; Stevens, 2001). Topaloğlu, (2005) çerezi “*web sunucuları tarafından tarayıcı marifetiyle kullanıcıların bilgisayarlarına sonraki kullanımlar için yerleştirilen bilgi parçacıklarıdır*” şeklinde tanımlamıştır (Oğuz, 2013: 6). Çerezler pazarlama hedefleri açısından kişisel veri toplama aracı olarak görülmekte ve bu sayede bireylerin internet sitelerindeki çevrimiçi reklamlara verdiği tepkilere, çevrimiçi ortamlardaki bıraktığı her türlü bilgiye erişilebilmektedir (Taşkaya ve Talay, 2019: 365).

Kişisel verilerin korunamadığı ve kişisel veri güvenliğinin sağlanamadığı durumlarda kişisel bilgiler bazı kişi ve kurumların eline geçmekte, bu bilgiler başka kişi veya kurumlara aktarılmakta ve kötü niyetle kullanım neticesinde mahremiyet ihlali konusu karşımıza çıkmaktadır (Enyew, 2009: 45; Sarıusta, 2018: 23; Çiğdem ve Seyrek, 2015; Civelek, 2011: 7). Bu bağlamda mahremiyet hakkı “*Mahremiyet insan haklarının korunmasında anahtar bir değerdir*” şeklinde ele alınmakta ve bireysel çerçevesinde değerlendirilmektedir (Ayözger, 2016: 45; Kılınç, 2012: 1103; Karahisar, 2011: 4). Bir kişinin özel hayatı ile ilgili veriler, yasaların bu verileri almaya yetkisi olmayan, bireyin mahremiyetini tehdit eden kişi veya kurumların ellerine geçebilir bu yüzden devletler mahremiyet hakkına saygı duymak ve korumakla yükümlüdür (Enyew, 2009: 45).

### 1.3 Mahremiyet Kavramı

Mahremiyet kavramı içinde bulunduğu zamana ve topluma göre farklılıklar gösteren hukuki, sosyal, felsefi ve antropolojik boyutları olan bir kavramdır (Çatak, 2015: 94). Mahremiyet kelimesi ilk defa Warren ve Brandeis tarafından 1890 yılında kaleme alınan makalede “*bireyin yalnız bırakılma hakkı*” olarak kullanıldığı görülmektedir (Ağralan, 2015: 47; Warren ve Brandeis, 1890: 198). Ardından Westin tarafından da tanımlaması yapılan mahremiyet kavramı bireyin kendisiyle ilgili hangi bilgilerin başkaları tarafından bilinmesi ve bu bilgilerin nasıl kullanılması gerektiğini belirleme hakkıdır (Westin, 2003). Fakat çoğu zaman “*mahremiyet*” sözcüğü yanlış bir şekilde “*özel hayat*” kavramı ile eş anlamlı olarak kullanılmakla birlikte özel hayat kavramının temelinde “*gizlilik ve bağımsızlık*” ifadelerinin yer aldığı görülmektedir (Salihpaşaoğlu, 2013: 233; Aras, 2010: 31).

Fisher-Hubber’ e göre mahremiyetin üç türü bulunmaktadır. Bunlar kişi mahremiyeti, mekân mahremiyeti ve veri mahremiyetidir. Mekân mahremiyeti, bireylerin fiziksel çevresinin kendi ölçütüne göre kısıtlanmasını ifade etmektedir (Tuğluk, 2017: 170). Kişi mahremiyeti, bireylerin dini, siyasi, cinsel kimlikleri gibi yaşam şekillerini korumayı kapsamakta, veri mahremiyeti ise kişisel bilgilerin elde edilmesini, depolanmasını ve şahıs ya da kurumlara aktarılmasını kapsamaktadır (Akıncı, 2019: 58; Korkmaz, 2014: 101). Neticede mahremiyet kavramı, “*bizim başkaları tarafından ne ölçüde tanınıp bilindiğimiz, başkalarının fiziksel olarak bize ne ölçüde ulaşabilir oldukları, bizim başkalarının ilgi ve dikkatinin ne ölçüde nesnesi olduğumuzla ilgili bir kavramdır*” şeklinde tanımlanmıştır (Yüksel, 2003: 278).

### 1.4 Çevrimiçi Mahremiyet

Çevrimiçi mahremiyet bireylerin internete aktardıkları bilgilerin kopyalanabilmesini, başka kişi veya kurumların eline geçebilmesini ve sonsuza dek saklanabilmesini içermektedir (Saeri vd., 2014: 352). Çevrimiçi mahremiyet ihlallerine zemin hazırlayan ortamlardan biri çevrimiçi alışveriş siteleridir. Çevrimiçi alışveriş ortamları tüketicilere zamandan tasarruf imkânı sunmasıyla, kişisel verilerin elde edilmesini ve depolanmasını kolaylaştırmaktadır (Acılar, Olgun ve Görür, 2015: 364). Gelişen teknoloji ile bireylerin mahrem alanları da dijital dünyaya entegre olmakta ve herkes tarafından erişilebilir olmaktadır böylece kişi veya kurumlar kişisel verilere daha kolay erişebilmektedir (Barkuş ve Koç, 2019: 37; Alakurt, 2017: 622). Bu bağlamda çevrimiçi ortamın hızlılığı ve erişilebilirliği bireylerin özel hayatlarını dijital ortamlara taşımaları mahremiyet ihlallerini

meşrulaştırmakta ve çevrimiçi mahremiyet ihlallerine sebep olmaktadır (Akça ve Başer, 2011: 28; Yabancı, Akça ve Ulutaş, 2018: 195). Bireylerin kişisel bilgilerini yönetme ve kontrol etme gücü azaldığında, mahremiyet konusundaki kaygılar devreye girmektedir (Dolnicar ve Jordan, 2007).

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Karlıdağ ve Bulut (2015) çevrimiçi alışveriş sitelerinin kişisel verileri korumaları üzerine uyguladıkları politikaları incelemiş bu bağlamda Türkiye’de 50 alışveriş sitesinin uygulamış oldukları gizlilik politikalarını içerik analizi yöntemi ile analiz etmiştir. Sonuçta, alışveriş sitelerinin bireylerin kişisel bilgilerini onların rızası olmadan başka kişi ya da kurumlarla paylaşmayacaklarını fakat istisna olarak firmaların kendi ortakları veya birlikte iş yaptığı diğer firmalar ile bu bilgileri paylaşabileceklerini ifade ettikleri görülmüştür. Sebetei vd., (2018) yapmış oldukları çalışmada, kişisel veri güvenliği ve sosyal medya reklamcılığı ile ilgili 2012-2017 yıllarını kapsayan Türkiye’de yapılan çalışmalar içerik analizine tabi tutularak kişisel verilerle ilgili ülkemizdeki mevcut durumun nasıl olduğuna bakılması amaçlanmıştır. Sonuç olarak kişisel verilerle ilgili en çok çalışmanın 2014-2016 yılları arasında gerçekleştiği anlaşılmıştır. Bunun nedeni olarak ise kişisel verilerin korunmasının yasalaşması olduğu görülmektedir. Eroğlu (2018) yılında yaptığı çalışmasından elde ettikleri bulgulara göre öğrencilerinin büyük çoğunluğunun kişisel verinin ne olduğunu bildikleri fakat kavramsallaştırma konusunda yetersiz oldukları anlaşılmıştır. Bunun yanında kişisel verilerin korunması kanunundan haberdar oldukları fakat yeterli bilgilerinin olmadığı görülmüştür. Barkuş ve Koç’un (2019) yaptıkları çalışmada ise dijital mahremiyet kavramı ele alınarak yapılan literatür taraması sonucu elde edilen çalışmalar 4N1K kum saati modeli ile özetlenmiştir. Araştırmanın amacı dijital mahremiyet kavramını ele alan çalışmaların incelenmesidir. Elde edilen bulgulara göre dijital mahremiyet kavramının kavramsal olarak kullanılmadığı, genellikle sosyal medya mahremiyetinin ele alındığı neticede dijital mahremiyet kavramının üzerinde durulması gereken bir kavram olduğu anlaşılmıştır.

Robinson, (2017) çevrimiçi kategorisinde olan her şeyin herkes tarafından erişilebilir olduğunu nihayetinde de mahremiyet ihlallerine sebebiyet verdiğine vurgu yapmaktadır. Wu, Huang, Yen ve Popova (2012), yaptıkları çalışmada gizlilik politikalarının içeriği ile mahremiyet endişesi, güveni arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Dinev, Belotto, Hart, Russo, Serra ve Colautti (2006), İtalya ve ABD’nin çevrimiçi alışveriş açısından mahremiyet endişelerini ölçtüğü çalışmalarında, İtalyan toplumunun güven, kurumsal güven, mahremiyet endişeleri ve algılanan risk açısından daha yüksek eğilim gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Tsai, Egelman, Cranor ve Acquisti (2011), gizlilik bilgilerinin kullanılmasının bireylerin satın alma kararlarını etkileyip etkilemediğini inceledikleri araştırmalarında tüketicilerin gizlilik için ücret ödemeye istekli olabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Karabıyık ve Armağan (2017), tüketicilerin mahremiyet endişelerinin çevrimiçi reklamlara tıklama kararları ile ilişkisinin olmadığı, çevrimiçi reklamlara olan güven arttıkça mahremiyet endişelerinin azaldığı söylemektedir. Yapraklı ve Ünalın (2017)’de yaptıkları çalışmalarında Türk kullanıcıların gizlilik ve güvenlik konularında ABD kullanıcılarından daha fazla endişe duyduklarını, iki ülke arasındaki gizlilik farklılıklarının nedeninin ise kültür kaynaklı bir sonuç olduğunu belirtmişlerdir. Anic, Skare ve Milakovic (2019), araştırmaları sonucu çevrimiçi gizlilikle ilgili endişelerin çevrimiçi satın alımları doğrudan etkilemediğini ve demografi özelliklerinin ve gizlilik bilincinin çevrimiçi gizlilik endişesinde önemli bir rol oynamadığını söylemişlerdir. Gökdemir ve Akıncı (2019) çalışmasında tüketicilerin mahremiyet endişelerinin neler olduğu araştırmıştır ve tüketicilerin kişisel verilere dayalı gösterilen reklamların mahremiyet kaygısı yaratması nedeniyle bu reklamlara sıcak bakmadıkları anlaşılmıştır.

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmada kişisel veri kavramının hukuki açıdan değerlendirilerek, mahremiyet ile olan ilişkisi araştırılmıştır. Bu doğrultuda 12.09.2019 tarihinde başlayan literatür taraması 03.10.2019 tarihinde sonlanmıştır. Tarama yapılırken Google Akademik, Dergipark, Ulakbim makale veri tabanı sitelerinden yararlanılmıştır. Literatür taraması yapılırken “mahremiyet”, “kişisel mahremiyet”, “veri mahremiyeti”, “çevrimiçi mahremiyet”, “online mahremiyet”, “mahremiyet endişeleri”, “kişisel veri”, “kişisel bilgiler”, “kişisel veri güvenliği”, “çevrimiçi alışveriş” “gizlilik” gibi anahtar kelimeler kullanılmıştır.

#### 3.1 Araştırmanın Amacı

İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte artan kişisel veri ihlalleri tüketicilerde mahremiyet endişelerine yol açmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı kişisel verilerin çevrimiçi mahremiyet ile olan ilişkisinin irdelenmesi ve içerik analizi ile tüketicilerin farkındalık düzeylerinin görülmesidir. Kişisel verilerin genellikle hasta mahremiyeti ve sosyal medya mahremiyeti açısından ele alındığı, çevrimiçi mahremiyet açısından çok fazla üzerinde durulmadığı anlaşılmıştır. Bu sebeple literatürde kişisel verilerin mahremiyet ile ilişkisi olduğu düşünülen Türkçe makaleler analiz edilmek amacıyla derlenerek Tablo 1 oluşturulmuştur.

#### 3.2 Araştırmanın Yöntemi

Araştırma örnekleminin elde edilebilmesi için Türkçe yayınlar amaçlı örnekleme yönteminden ölçüt örnekleme yöntemi ile taranmıştır. Ölçüt örnekleme seçilmesinin nedeni, araştırmacı tarafından belirli kriterlere göre oluşturulan ölçütlerin bulunmasıdır (Yağar ve Dökme, 2018). Araştırma verisinin toplanması için literatür taramasına başvurulmuştur. Literatür taraması sonucu elde edilen çalışmaların birçoğunun “kişisel sağlık verileri ve hasta mahremiyeti”, “aile mahremiyeti”, “vergi mahremiyeti”, “E-Devlet mahremiyet ihlalleri” ile ilgili olduğu gerekçesi ile çalışmaya dâhil edilmeyerek, yalnızca “kişisel veri mahremiyeti” ile ilgili olan çalışmalar, araştırma ölçütü gereği çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Elde edilen çalışmalar tablo haline getirilerek nitel araştırma yöntemi olan içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmaya dâhil edilen çalışmaların tablosu oluşturulurken Sebetcı ve diğerleri, (2018) ve Barkuş ve Koç, (2019)’un oluşturmuş oldukları tablolar gözden geçirilerek yeniden oluşturulmuştur. Tablo 1’de yer alan 59 çalışma 2012-2019 yıllarını kapsamaktadır. Tablonun kişisel veri mahremiyetinin hukuki açıdan ve dijital platformlardaki kişisel veri mahremiyet açısından ele alınan çalışmalardan oluşturduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Dijital Mahremiyet ve Kişisel Veri Güvenliği Hakkında Türkçe Literatür Taraması

ARAŞTIRMA ADI	YAZAR/YAZARLAR	ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	YIL
Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi	Yıldız, A. K.	Yüz yüze anket	2012
Türkiye’de Facebook Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı ve Kimlik İnşası Üzerine Bir Çalışma	Sarı, Ö.	İnternet ortamında katılımlı gözlem	2012
Veri Madenciliği ve Türkiye’deki Uygulama Örnekleri	Savaş, S., Topaloğlu, N. ve Yılmaz, M.	Literatür taraması	2012
Anayasal Bir Hak Olarak Kişisel Verilerin Korunması	Kılıncı, D.	Kavramsal çalışma	2012
Gözetlenen ve Gözetleyen Bir Toplumda, Beden ve Mahremiyet İlişkisi: Facebook Örneği	İsmayılov, E. K., Sunal, G.	Literatür taraması	2012
Mahremiyet Sorunlarının Önlenmesinde Mahremiyet Etki Değerlendirmesi	Tataroğlu, M.	Kavramsal çalışma	2013

Sosyal Ağlarda Mahremiyet ve Yeni Mahremiyet Stratejileri	Şener, G.	Derinlemesine Görüşme	2013
Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek	Korkmaz, İ.	Literatür taraması	2013
Sosyal Ağlarda Mahremiyet ve Yeni Mahremiyet Stratejileri	Gülüm, Ş.	Yüz yüze görüşme	2013
Ekonomi Politik Açından Kişisel Verilerin Korunması	Karlıdağ, S.	Kavramsal çalışma	2013
Elektronik Ortamda Kişisel Verilerin Korunması, Bazı Ülke Uygulamaları Ve Ülkemizdeki Durum	Oğuz, H.	Kavramsal çalışma	2013
Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık ve Kişisel Mahremiyet İhlalleri	Kırlıdoğ, M.	Kavramsal çalışma	2013
Kişisel Verilerin Korunmasında Veri Madenciliği Etkisi: Online Mahremiyetin Sonunda Mıyız?	Doğan, D.	Kavramsal çalışma	2013
X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı	Çaycı, B., Karagülle, A. E.	Anket	2014
Özgürlük, Mahremiyet, Demokrasinin Değeri ve Bilişim Toplumunda Maruz Kaldığı Tehditler	Dedeoğlu, S. G.	Literatür taraması	2014
Sosyal Paylaşım Ağlarında Gizlilik: Facebook İncelemesi	Külcü, Ö.	İçerik analizi	2014
Kişisel Veri Güvenliği ve Kullanıcıların Farkındalık Düzeylerinin İncelenmesi	Çetin, H.	Anket	2014
Çevrimiçi Mahremiyet: Teknik ve Hukuksal Durum İncelemesi	Karaarslan, E., Eren, M. B., ve Koç, S.	Kavramsal çalışma	2014
Çevrimiçi Davranışsal Pazarlamanın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Kişisel Verilerle İlişkisi	Ensari, A. B.	Kavramsal çalışma	2014
Kişisel Verilerin Korunması İle İlgili Türkiye'deki Kanun Tasarısının Avrupa Birliği Veri Koruma Direktifi Işığında Değerlendirilmesi	Tekin, N.	Kavramsal çalışma	2014
E-Ticarette Tüketici Gizliliğinin Korunması Üzerine Bir Araştırma	Karlıdağ, S., ve Bulut, S.	İçerik analizi	2015
Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı İle Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki	Acılar, A., Mersin, S.	Anket	2015
Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi	Karagülle, A. E.	Literatür taraması	2015
Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet "Facebook Mahremiyeti"	Zengin, M., Zengin, G. ve Altunbaş, H.	Anket	2015
Bilgi Güvenliği, Kişisel Verilerin Korunması ve Mahremiyet Etki Değerlendirmesi	Ağıralan, E.	Betimleyici analiz	2015
Yeni Medya Mahremiyet ve Unutulma Hakkı	Karahisar, T.	Kavramsal çalışma	2015
Kamu Çalışanlarının İnternet'te Mahremiyet Kaygısı: Bursa İlinde Bir Çalışma	Acılar, A., Olgun, H., ve Görür, A.	Anket	2015
Ortaöğretim Öğrencilerine Yönelik Bilgi Güvenliği Farkındalık Ölçeği (BGFÖ) Geliştirme Çalışması	Güldüren, C., Çetinkaya, L. ve Keser, H.	Anket	2016
Sanal Dünyada Dönüşen Mahremiyet Algısı; Instagram Örneği	Türk, G. D. ve Demirci, E.	Katılımlı gözlem ve Derinlemesine görüşme	2016
Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medyada Kişisel Verilerin Korunması Ve Veri Sahibinin Rızası	Atasoy, K.	Kavramsal çalışma	2016
Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Hakkında Bir Değerlendirme	Korkmaz, İ.	Kavramsal çalışma	2016
6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun'un Big Data (Büyük Veri) Ve İrade Serbestisi Açısından Değerlendirilmesi	Çekin, M.	Kavramsal çalışma	2016

İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcılarının İnternet Güvenliği ve Çevrimiçi Gizlilik ile İlgili Kanaatleri ve Farkındalıkları	Aslanyürek, M.	Anket	2016
Sosyal Ağlarda Gizlilik Kaygısının Ölçülmesi: İnönü Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma	Topbaş, H. ve Gazi, M. A.	Anket	2016
Üniversite Öğrencisi Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Algısı	Kaplan, İ.	Yarı yapılandırılmış görüşme	2017
Büyük Veride Kişi Mahremiyetinin Korunması	Eyüpoğlu, C., Aydın, M. A., Sertbaş, A., Zaim, A. H., ve Öneş, O.	Kavramsal çalışma	2017
Tüketicinin Çevrimiçi Davranışsal Reklamlara Tıklama Kararını Etkileyen Faktörler	Karabıyık, B. K., ve Armağan, E.	Anket	2017
Türkiye’de Kişisel Verilerin Korunması Politikasının Analizi	Kutlu, Ö., ve Kahraman, S.	Kavramsal çalışma	2017
Özel Hayatın Gizliliğinin Yansıması Olarak Kişisel Verilerin Korunması Ve Bu Bağlamda Unutulma Hakkı	Çelik, Y.	Kavramsal çalışma	2017
Kişisel Verileriniz Ne Kadar Güvende? Bilgi Güvenliği Kapsamında Bir Değerlendirme	Henkoğlu, T.	Kavramsal çalışma	2017
Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı Ölçeği’nin Türk Kültürüne Uyarlanması	Alakurt, T.	Dilsel Eşdeğerlik Çalışması	2017
Kişisel Verilerin Ceza Hukuku Yoluyla Korunması	Sarıusta, K.	Araştırma	2018
Dijital Ortamda Kişisel Veri Güvenliği ve Sosyal Medya Reklamcılığı Üzerine Bir Değerlendirme	Sebetci, Ö., Topal, A., Hanaylı, M. C., ve Dönük, G. G.	İçerik analizi	2018
Mahremiyet ve Instagram Mahremiyetinin İnsanın Yaşam Olgusuna Etkileri	Örs, Ö. D.	Anket	2018
Dijital Yaşamda Mahremiyet (Gizlilik) Kavramı ve Kişisel Veriler: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Mahremiyet ve Kişisel Veri Algılarının Analizi	Eroğlu, Ş.	Anket	2018
Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı ve Duygusal Zekâ Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	Yabancı, C., Akça F. ve Ulutaş, E.	Anket	2018
Tüketici Karar Verme Tarzları İle Algılanan Mahremiyetin Online Tekrar Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi	Yapraklı, T. Ş., Hoş, B. ve Ünalın, M.	Anket	2018
İnternet Reklamcılığında Davranışsal Hedeflemenin Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi	Taşdelen, H., ve Şentürk, Z. A.	Anket	2018
Tüketici Mahremiyetinin Korunması: Sorumlular ve Yöntemler Üzerine Nitel Bir Araştırma	Aydın, A. E. ve Marangoz M.	İçerik Analizi	2018
Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması	Öztürk, D., Eyüboğlu, G. ve Baykara, Z. G.	Anket	2019
Bir Mecra Olarak Sosyal Medyanın Reklam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi	Özdemir, S. S. ve Doğanay, M. Z.	Kavramsal çalışma	2019
Dijital Mahremiyet Kavramı ile İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme	Barkuş, F. ve Koç, M.	İçerik analizi	2019
Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılığa Yönelik Tüketici Tutumları ve Mahremiyet Endişeleri	Gökdemir, Ş. Ş., ve Akıncı, S.	Yarı yapılandırılmış görüşme	2019
Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği	Hekimoğlu, H.	Anket	2019
Dijital Gözetimin Pazarlama Amaçlı Aracıları: “Çerezler” ve Çerez Kullanımında “Açık Rıza”	Taşkaya, M. ve Talay, Ö.	Derinlemesine görüşme	2019
Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı	Bostancı, M.	Yarı yapılandırılmış görüşme	2019
Kişisel Veri ve Rekabet Hukuku Kapsamında “Big Data”	Ketizmen, M. ve Kart, A.	Kavramsal çalışma	2019

Kişisel Verilerin Reklam Amaçlı İşlenmesinde Hukuka Uygunluk Sebepleri	Polater, S.	Kavramsal çalışma	2019
--	-------------	-------------------	------

“Tablo 1 Sebetsi ve diğerleri, (2018) ve Barkuş ve Koç, (2019)’un tabloları dikkate alınarak ve revize edilerek yeniden oluşturulmuştur”

### 3.2.1 Verilerin Analizi

Bu çalışmada araştırmacı tarafından toplanan veriler nitel bir araştırma tekniği olan içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliği için içerik analizine tabi tutulacak makaleler, araştırma konusunun uygunluğuna ve araştırmacıların fikir birliğine dayalı olarak titizlikle seçilmiştir. Tablo 1’de yer alan çalışmalar arasından bildiri niteliğinde olanlar ayrıştırılarak 46 makalenin 05.10.2019 / 27.10.2019 tarihleri arasında MAXQDA 2018 programı ile içerik analizi yapılmış ve Microsoft Excel programına aktarılmıştır. İçerik analizi yapılan çalışmalarda sözcüklerin frekans dağılımlarına bakılırken minimal karakter sayısı 3 olarak belirlenmiş ve 3 karakterden az olan kelimeler analize dâhil edilmemiştir. Ayrıca Tablo 2’de ve frekans sonuçları tablolarında İngilizce kelimelerin yer alıyor olmasının nedeni analiz edilen makalelerin içerisinde bu kelimelerin de geçiyor olmasıdır. Analize dâhil edilen kelimeler ortak bir kategori altında toplanarak numaralandırılmış ve Tablo 2’de gösterildiği şekilde gruplandırılmıştır. Örneğin; Facebook, Instagram, Twitter gibi kelimeler “Sosyal Medya” kategorisi altında toplanmış ve “14” numaralı kodla kodlanmıştır. Google, internet, dijital, web, online, Yahoo, Youtube, Whaatsapp ve çevrimiçi kelimeleri “Dijital Ortam” olarak gruplandırılarak “5” numaralı kod ile gösterilmiştir. Kaygı, endişe, korku, öfke ve şüphe sözcükleri “Tüketici Duyguları” olarak kategorize edilerek “15” numaralı kod ile kodlanmıştır. Bilgi, veri, data, kişisel, izin ve izin kelimeleri ise “Kişisel Unsurlar” kategorisi altında gruplandırılarak “10” numaralı kodla kodlanmıştır. “Kötü Niyetler” grubu ise hırsızlık, ifşa, suiistimal, ihlal, korsan, röntgencilik, sahtecilik, dolandırıcılık, izlenmek, gözetlenmek, tehdit, saldırı ve casus kelimelerinden oluşmakla birlikte “11” numaralı kod ile gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Numaralarla Kodlanan Grupların İçerikleri

1	Algı
2	Alışveriş, Hepsiburada, Markafoni, İkea, Mağaza, Mavi, Mudo, Thy, Trendyol, Ykm
3	ÇDR (Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık)
4	Çerez, Cookie
5	Youtube, Yahoo, Whatsapp, Web, İnternet, Online, Ttnet, Google, Çevrimiçi, Dijital
6	Farkındalık
7	Gizlilik, Privacy
8	Güven, Security
9	Hukuk, Kanun
10	Kişisel, Bilgi, Bigdata, Data, Veri, Veritabanı, İzin, İzler
11	Casus, Dikizleme, Dolandırıcılık, Gözetim, Hacker, Hırsızlık, İfşa, İhlal, İzlenmek, Korsan, Röntgencilik, Sahtecilik, Suç, Suiistimal, Tehdit, Saldırı
12	Mahremiyet
13	Risk
14	Facebook, Instagram, Twitter, Swarm
15	Endişe, Kaygı, Korku, Öfke, Şüphe
16	Madencilik
17	Rıza
18	Tüketici, Müşteri



### 3.3 Araştırma Bulguları

Yapılan içerik analizi sonucunda tüm çalışmalarda en sık tekrar edilen ortak kelime grupları belirlenmiştir. Çalışmalarda hangi grupların yer aldığı numaralarla kodlanarak Tablo 3’de gösterilmektedir. Kodlanan grupların içerisinde yer alan kelimelerin içeriği Tablo 2’de gösterilmektedir.

**Tablo 3.** İçerik Analizi Yapılan Çalışmaların Grup Kodları

YAZAR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Acılar ve diğer. (2015)		*			*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			*
Acılar ve Mersin (2015)	*				*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			
Alakurt (2017)		*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			
Aslanyürek (2016)	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			
Atasoy (2016)		*		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*			*	*
Aydın ve Marangoz (2018)	*			*	*	*	*	*		*		*	*	*	*			*
Barkuş ve Koç (2019)	*		*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			
Bostancı (2019)	*		*		*		*	*		*	*	*	*	*	*			
Cöddü,ve diğer. (2017)	*		*		*		*	*		*		*	*		*			*
Çaycı ve Karagüle (2014)	*				*		*			*	*	*		*				*
Çekin (2016)			*		*		*		*	*	*	*	*	*				
Çetin (2014)	*	*			*	*	*	*	*	*	*			*				
Çetinkaya (2013)	*	*		*	*		*	*	*	*	*	*			*			*
Dedeoğlu ve Baybars (2017)	*	*		*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			*
Eroğlu (2018)	*	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			*
Eyüpoğlu ve diğer. (2017)	*				*	*	*	*		*	*	*		*		*		
Gökdemir ve Akıncı (2019)	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			*
Güldüren ve diğer. (2016)	*	*		*	*	*	*	*		*	*	*	*					
Henkoğlu (2017)	*				*	*	*	*	*	*	*	*	*		*			
Önal ve Bendaş (2017)	*	*		*	*		*	*	*	*	*	*			*			
İsmayilov ve Sunal (2012)	*	*			*		*	*		*	*	*		*	*			*
Karaarslan ve diğer. (2014)		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*						
Karabıyık ve Armağan (2017)	*	*	*	*	*		*	*		*		*	*	*	*			*
Karahisar (2015)		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		
Karlıdağ ve Bulut (2015)		*		*	*	*	*	*		*	*		*		*			*
Kırlıdoğ (2013)			*	*	*		*	*		*	*				*			*
Korkmaz (2013)	*	*			*		*	*		*	*	*	*	*				
Kutlu ve Kahraman (2017)		*			*		*	*	*	*	*	*			*			*
Külcü ve Henkoğlu (2014)	*			*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*		
Oğuz (2013)	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			*
Öztürk ve diğer. (2019)	*					*	*		*		*							*
Savaş ve diğer. (2012)					*		*	*	*	*	*		*	*	*	*		*
Sebetçi ve diğer. (2018)	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
Şener (2013)	*			*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			*
Taşdelen ve Şentürk (2018)	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
Taşkaya ve Talay (2019)	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			*
Tataroğlu (2013)					*		*	*	*	*	*	*	*		*			
Topbaş ve Gazi (2016)	*	*		*	*		*	*		*	*	*	*	*	*			*
Türk ve Demirci (2016)	*	*			*		*	*		*	*	*	*	*	*			
Türten (2018)	*	*			*		*	*		*	*	*		*	*			
Utma (2018)	*	*			*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			
Yabancı ve diğer. (2018)	*				*	*	*	*		*	*	*	*	*	*			
Yapraklı ve diğer. (2018)	*	*			*		*	*		*		*		*	*			*
Yıldız (2012)		*			*	*	*		*	*	*	*	*	*	*			
Zengin ve diğer. (2015)	*				*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*			

Tüm çalışmalarda yer alan ve en sık tekrar edilen kelime frekans sorguları birleştirilerek aşağıdaki tablolarda gruplar bazında ayrı ayrı gösterilmiştir. Bu bağlamda Mahremiyet grubuna ait kelimelerin frekansları Tablo 4’de yer almaktadır.

**Tablo 4.** Mahremiyet Grubu İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
mahremiyet	2286
privacy	9
gizlilik	918
<b>Toplam</b>	<b>3213</b>

46 çalışmada geçen ve 51 farklı şekilde kullanılan mahremiyet sözcüğü benzerleri ile birleştirilerek 3 sözcüğe düşürülmüştür. Verilerin analizinde 2012 yılına ait üç makaleden birinde mahremiyet kelimesinin hiç geçmediği, 2014 yılında dört makaleden ikisinde geçmediği, 2015’de beş makaleden birinde geçmediği, 2016’da altı makaleden birinde geçmediği ve 2017, 2018, 2019’daki incelenen makalelerin hepsinde mahremiyet kelimesinin geçtiği bulgusuna ulaşılmıştır. 46 makalede en sık tekrar edilen kelime gruplarından Dijital Ortam frekans sorgusu ise Tablo 5’de gösterilmektedir.

**Tablo 5.** Dijital Ortam İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
çevrimiçi	6
dijital	108
google	87
internet	1343
online	3
ttnet	13
web	370
whatsapp	31
yahoo	6
youtube	1
<b>Toplam</b>	<b>1968</b>

55 farklı şekilde kullanılan “dijital ortam” grubunun içerisinden çekim ekli kelimeler benzer kelimeler altında toplanarak 10 sözcüğe indirgenmiştir. Kişisel Unsurlar kategorisi altında toplanan kelimelerin frekans sorguları Tablo 6’da yer almaktadır.

**Tablo 6.** Kişisel Unsurlar İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
bigdata	2
bilgi	418
data	473
izler	16
izin	8
kişisel	33
veri	2661
veritabanı	18
<b>Toplam</b>	<b>3629</b>

123 farklı şekilde kullanılan kişisel unsurlar grubu benzer kelime köklerinin altında bir araya getirilerek 8’de düşürülmüştür. Kişisel unsurlar kategorisindeki kelimelerin yıllar itibari ile incelenen çalışmalardan 44’ünde de kullanıldığı yalnızca 2013’deki iki çalışmada hiç kullanılmadığı bulgusuna varılmıştır. 46 çalışma içerisinde en sık tekrar edilen kelimeler arasında bulunan “Güven” sözcüğünün kelime frekansları Tablo 7’de gösterilmektedir.

**Tablo 7.** Güven Grubu İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
güven	913
security	161
<b>Toplam</b>	<b>1074</b>

78 farklı şekilde kullanılan güven kelimesi benzer kelime kalıplarının tek bir sözcük altında toplanmasıyla 2 sözcüğe düşürülmüştür. Sosyal Medya kategorisi altında toplanan kelimelerin frekans sorgusu Tablo 8’de yer almaktadır.

**Tablo 8.** Sosyal Medya Grubu İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
facebook	880
instagram	62
swarm	7
twitter	90
<b>Toplam</b>	<b>1039</b>

48 farklı şekilde kullanılan sosyal medya grubu, benzer kelime köklerinin bir araya getirilmesiyle 4 sözcüğe düşürülmüştür. Tüketici Duyguları grubu altında yer alan kelimelerin frekansları Tablo 9’da gösterilmektedir.

**Tablo 9.** Tüketici Duyguları Grubu İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
endişe	368
kaygı	332
korku	4
öfke	2
şüphe	5
<b>Toplam</b>	<b>711</b>

61 farklı şekilde kullanılan tüketici duyguları grubu, benzer kelime kategorileri altında birleştirilerek 5 sözcüğe düşürülmüştür. 46 makale içerisinden Kötü Niyetler olarak kategorize edilen kelime grubunun frekans sorgusu Tablo 10’da yer almaktadır.

**Tablo 10.** Kötü Niyetler Grubu İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
casus	8
dikizleme	4
dolandırıcılık	12
gözetim	242
gözetlenen	206
hackerlar	4
hırsızlık	26
ifşa	56
ihlâl	148
izlenmek	57
korsan	30
röntgencilik	7
sahteciliğini	1
saldırı	9
suçu	11
suiistimal	11
tehditle	2
<b>Toplam</b>	<b>834</b>

240 farklı şekilde kullanılan kelimelerin oluşturduğu kötü niyetler grubu, benzer sözcükler bir araya getirilerek 14’e düşürülmüştür. Algı kategorisi altında birleştirilen kelimelerin frekans sorgusu Tablo 11’de gösterilmektedir.

**Tablo 11.** Algı Grubu İçerisinde Yer Alan Kelimelerin Frekans Sorguları

Sözcük	Frekans
algı	577
<b>Toplam</b>	<b>577</b>

Analizi yapılan çalışmalar içerisinde 70 farklı şekilde kullanılan Algı kelimesi benzer kelime kökleri ile birleştirilerek bir sözcük altında toplanmıştır. Çalışmalarda en sık tekrar edilen kelime gruplarının yanı sıra madencilik kelimesinin 46 makale içerisinde sadece 5 tanesinde, rıza kelimesinin ise sadece bir makale içerisinde geçmesi de en az tekrar edilen kelime gruplarını göstermektedir. Bu bağlamda ilgili kelimelerin frekans sorgusu Tablo 12’de gösterilmektedir.

**Tablo 12.** Madencilik ve Rıza Kelimelerinin Frekans Sorgusu

Sözcük	Frekans
madencilik	174
rıza	30
<b>Toplam</b>	<b>204</b>

İçerik analizi yapılan 46 çalışma içerisinde en az tekrar edilen kelimelerin madencilik ve rıza olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Madencilik ve rıza kelimelerinin anlamları irdelendiğinde ise madencilik kelimesinden kastedilen anlamın veri madenciliği, “Veri madenciliği çok büyük miktarda bilginin depolandığı veri tabanlarından amacımız doğrultusunda gelecek ile ilgili tahminler yapmamızı sağlayacak anlamlı olan veriye ulaşma ve veriyi kullanma işidir” (Savaş, Topaloğlu ve Yılmaz, 2012) olduğu görülmektedir. Rıza kelimesinden kastedilenin ise “Veri sahibinin özel hayatına ilişkin kendi resim veya sesini sosyal medya sitelerinde paylaşması durumunda kişinin veri işlenmesine rıza gösterdiği kabul edilecektir” (Atasoy, 2016) olduğu anlaşılmıştır.

#### 4. SONUÇ

Bilgi iletişim teknolojisindeki gelişimin yansıması olarak bireylerin verilerinin depolanması ve üçüncü kişilerle paylaşılması karşımıza kişisel veri ihlali konusunu çıkarmaktadır. Veri ihlallerinden hareketle Uluslararası ve Ulusal Hukuk sisteminde bir hak olarak ele alınan kişisel verilerin korunması konusu Uluslararası düzeyde 1980’li yıllarda, ülkemizde ise 2000’li yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Kişisel verilerin çevrimiçi mahremiyet açısından ele alınması ise henüz yeni bir konu olmasıyla birlikte genellikle hasta mahremiyeti açısından, hukuksal açıdan ve sosyal medya mahremiyeti açısından ele alındığı kişisel veri mahremiyetinin çevrimiçi boyutu üzerinde çok fazla durulmadığı anlaşılmıştır. Kişisel verilerin hukuki açıdan ele alındığı çalışmalara bakıldığında genellikle 2016 yılında yapıldıkları anlaşılmıştır. Hukuki açıdan ele alınan makalelerin 2016 yılında yoğunluk göstermesinin sebebi ise Türkiye’de kişisel verilerin korunması gerekliliğinin kanunlaştırılması olduğu görülmektedir. Kişisel verilerin çevrimiçi mahremiyet açısından ele alındığı çalışma sayısı ise incelenen 59 çalışma içerisinde yalnızca 17 adet olduğu tespit edilmiştir. Nitekim bu çalışmada literatürdeki az sayıda yapılmış olan çalışmalar nedeniyle kişisel verilerin çevrimiçi mahremiyet boyutuna odaklanılmıştır.

59 çalışma içerisinde bildiri ve tez niteliğinde olanların elenmesi ile birlikte kalan 46 çalışmada yapılan içerik analizi sonucunda en sık tekrar edilen kelime gruplarının “Mahremiyet, Gizlilik, Güven, Dijital Ortam, Kişisel Unsurlar, Kötü Niyetler, Tüketici Duyguları, Sosyal Medya ve Algı” olduğu anlaşılmıştır. En az tekrar eden kelime grubunun ise “Alışveriş, ÇDR, Çerez, Risk, Farkındalık, Hukuksal Boyut, Madencilik ve Rıza” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda tüm çalışmalarda tekrar eden kelime grubunun başında 3629 frekansla Kişisel Unsurlar yer almaktadır. Kişisel Unsurlar kategorisi altında ise en çok tekrar edilen kelimenin “veri” olduğu görülmüştür. En az tekrar edilen kelimenin ise “bigdata” olduğu anlaşılmıştır. Yapılan içerik analizi sonucu en sık tekrar edilen ikinci kelime grubunun Mahremiyet olduğu anlaşılmıştır. Frekans sonucuna bakıldığı zaman 46 makalede mahremiyet ve türevlerinin yalnızca 3213 kez tekrar edildiği anlaşılmıştır. Analiz sonucuna göre çalışmalarda en az tekrar eden kelimelerin Madencilik ve Rıza olduğu görülmüştür. Bu durum kişisel veri mahremiyetinde veri madenciliği ve tüketicilerin verilerini paylaşmalarındaki rızalarının üzerinde durulmadığını göstermektedir.

Yapılan içerik analizi sonucuna göre makalelerde geçen “endişe” ve “kaygı” sözcüklerinin oldukça düşük çıktığı görülmüştür. Elde edilen bu bulguya göre yapılan çalışmalarda tüketicideki mahremiyet endişesi ve kaygıları üzerinde çok fazla durmadığı anlaşılabilir. Bu durumda tüketicilerin farkındalıklarının artması adına, devletin daha çok hukuki kamu spotu düzenlemesi gerekebilir. Aynı zamanda tüketiciler de kişisel verilerini paylaşırken daha hassas davranmaya özen göstermeli ve çevrimiçi alışveriş esnasında kişisel bilgilerini yalnızca güvendiği sitelerle paylaşması gerekmektedir. Öte yandan işletmeler açısından tüketicilerdeki mahremiyet endişelerinin giderilmesi de üzerinde durulması gereken bir başka önemli konudur. Bu bağlamda Aydın ve Marangoz (2018), işletmelerin kişisel verilerle ilgili politikalarının açıklayıcı ve hukuka uygun bir şekilde hareket ettiklerini belirtir bir şekilde hazırlanması gerekliliğe vurgu yapmaktadır. Bu durumda kişisel verilerin çevrimiçi mahremiyet ihlallerine sebebiyet vermemesi açısından devlete ve işletmelere iş düştüğü kadar tüketicilere de büyük iş düştüğü görülmektedir.

Çalışmada yalnızca ulusal literatürün içerik analizinin yapılması başlıca kısıtlar arasında gelmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası literatürün içerik analizinin yapılması ve sonuçların kıyaslanması ileride yapılacak olan çalışmalara öneri olarak sunulabilir. Bir diğer kısıt ise analize dahil edilen çalışma tarih aralığının 2012-2019 yıllarını kapsıyor olmasıdır. Bu çalışmanın bulgularından biri olan en az tekrar edilen kelimelerin madencilik ve rıza olmasından hareketle, veri madenciliğinde tüketicilerin rıza gösterip göstermediğine bakılabilir. Literatürde tüketici mahremiyeti üzerine daha çok çalışmaya rastlanabilmesi açısından kişisel verilerin tüketici mahremiyeti boyutu ile ele alınması arttırılması gerekmektedir. Ayrıca gelecekte internet üzerinden yapılan alışverişlerde ihlal edilen kişisel verilerin tüketici satın alma davranışına etkileri incelenebilir.

### **Etik Beyan**

“Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet İle İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi” başlıklı çalışma 2012-2019 yılına ait veriler çerçevesinde nitel analize dayalı olarak yapılmıştır. Bu çalışmada anket veya deney gibi insana dayalı herhangi bir veri bulunmamaktadır. Araştırma ve Yayın Etiği kurallarına riayet edilmiş ve çalışma için elde edilen verilerde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Bu bağlamda çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir.

### **Katkı Oranı Beyanı**

Çalışmadaki yazarların tümü çalışmanın yazılmasından taslağın oluşturulmasına kadar tüm süreçlere katkı yapmış ve nihai halini okuyarak onaylamıştır.

### **Çatışma Beyanı**

Yapılan bu çalışma gerek bireysel gerekse kurumsal/örgütsel herhangi bir çıkar çatışmasına yol açmamıştır.

### **KAYNAKÇA**

Acılar, A. ve Mersin, S. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ile Mahremiyet Kaygısı Arasındaki İlişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 103–114.

Acılar, A., Olgun, H., ve Görür, A. (2015). Kamu Çalışanlarının İnternet’te Mahremiyet Kaygısı: Bursa İlinde Bir Çalışma. *Research Journal of Business and Management*, 2(3), 334-347.

- Öz, M. & Kılıç, D. (2020). Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet ile İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 206-224.
- Aguirre, E., Mahr, D., Grewal, D., Ruyter, K., ve Wetzels, M. (2015). Unraveling the Personalization Paradox: The Effect of Information Collection and Trust-Building Strategies on Online Advertisement Effectiveness. *Journal of Retailing*, 91(1), 34-49.
- Ağırılan, E. (2015). *Bilgi Güvenliği, Kişisel Verilerin Korunması ve Mahremiyet Etki Değerlendirmesi. (Yüksek Lisans Tezi)*. Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akça, G. ve Başer, D. (2011). “Karanlığın Yok Oluşu” Gelişen Teknolojinin Gizlilik ve Mahremiyet Üzerindeki Etkileri. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 20-42.
- Akıncı, A. N. (2019). *Büyük Veri Uygulamalarında Kişisel Veri Mahremiyeti. (Uzmanlık tezi)*. Strateji ve Bütçe Başkanlığı Sektörler ve Kamu Yatırımları Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Alakurt, T. (2017). Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 7(4), 611-636.
- Anic, I. D., Skare, V., ve Milakovic, I. K. (2019). The Determinants and Effects of Online Privacy Concerns in the Context of E-Commerce. *Electronic Commerce Research and Applications*, 36, 100868.
- Aras, Ü. Y. (2010). *İnsan Hakları Temelinde Özel Hayat Hakkının Ulusal ve Uluslararası Alanda Uygulamaları. (Yüksek lisans tezi)*. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- 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.
- Atasoy, K. (2016). Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medyada Kişisel Verilerin Korunması ve Veri Sahibinin Rızası. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22(3), 269-301.
- Aydın, A. E. ve Marangoz M. (2018). Tüketici Mahremiyetinin Korunması: Sorumlular ve Yöntemler Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 10 (19), 474-488.
- Ayözger, A. Ç. (2016). *Elektronik Haberleşme Sektöründe Kişisel Verilerin Korunması. (Doktora tezi)*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bainbridge, D. I. (1997). Processing Personal Data and the Data Protection Directive. *Information & Communications Technology Law*, 6(1), 17-40.
- Barkuş, F. ve Koç, M. (2019). Dijital Mahremiyet Kavramı ve İlgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme. *Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3(1), 35-44.
- Bostancı, M. (2019). Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı. *Online Academic Journal of Information Technology*, 10 (38), 116-128.
- Civelek, D. Y. (2011). *Kişisel Verilerin Korunması ve Bir Kurumsal Yapılanma Önerisi. (Uzmanlık tezi)*. Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Çatak, A. (2015). Mahremiyet Kavramının Farklı Anlam Alanları veya “Fıkıh-ı Batın” da Mahremiyet Algısı. *Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4(8), 94-111.
- Çaycı, B. ve Karagülle, A. E. (2014). X kuşağından Z kuşağına değişen mahremiyet algısı. *International Trends and Issues in Communication ve Media Conference bildiriler kitabı* içinde (ss. 190–196). Dubai, BAE.

- Öz, M. & Kılıç, D. (2020). Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet ile İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 206-224.
- Çekin, M. (2016). 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun'un Big Data (Büyük Veri) ve İrade Serbestisi Açısından Değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 74(2), 629-644.
- Çelik, Y. (2017). Özel Hayatın Gizliliğinin Yansıması Olarak Kişisel Verilerin Korunması ve Bu Bağlamda Unutulma Hakkı. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, 8(32), 391-410.
- Çetin, H. (2014). Kişisel Veri Güvenliği ve Kullanıcıların Farkındalık Düzeylerinin İncelenmesi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 14(29), 86-105.
- Çiğdem, Ş., ve Seyrek, İ. H. (2015). İşletmelerde Büyük Veri Uygulamaları: Bir Literatür Taraması. Editörler: Özen, Ü., Karaman, E., Aydemir, M. ve Kabakuş, A. K., 2. *Ulusal Yönetim Bilişim Sistemleri Kongresi*, (ss. 45-46), 8-10 Ekim, Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Dedeoğlu, S. G. (2014). Özgürlük, Mahremiyet, Demokrasinin Değeri ve Bilişim Toplumunda Maruz Kaldığı Tehditler. *Journal Of Yasar University*, 9(34), 5887-5897.
- Dinev, T., Belotto, M., Hart, P., Russo, V., Serra, I. ve Colautti, C., (2006). Privacy Calculus Model in E-Commerce—A Study of Italy and the United States. *European Journal of Information Systems*, 15(4), 389-402.
- Doğan, D. (2013). Kişisel Verilerin Korunmasında Veri Madenciliği Etkisi: Online Mahremiyetin Sonunda Mıyız? Editörler: Akgül, M., vd., XV. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, (s. 857-860), 23-25 Ocak, Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Dolnicar, S. ve Jordaan, Y. (2007). A Market-Oriented Approach To Responsibly Managing Information Privacy Concerns in Direct Marketing. *Journal of Advertising*, 36(2), 123-149.
- Ensari, A. B. (2014). *Çevrimiçi Davranışsal Pazarlamanın Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri ve Kişisel Verilerle İlişkisi. (Yüksek lisans tezi)*. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Enyew, A. B. (2009). *Regulatory Legal Regime on The Protection of Privacy and Personal Information in Ethiopia. (Yüksek lisans tezi)*. Oslo Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Oslo.
- Eroğlu, Ş. (2018). Dijital Yaşamda Mahremiyet (Gizlilik) Kavramı ve Kişisel Veriler: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Mahremiyet ve Kişisel Veri Algılarının Analizi. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 35 (2), 130-153.
- Eyüpoğlu, C., Aydın, M. A., Sertbaş, A., Zaim, A. H., ve Öneş, O. (2017). Büyük Veride Kişi Mahremiyetinin Korunması. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(2), 177-184.
- Gökdemir, Ş. Ş., ve Akıncı, S. (2019). Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılığa Yönelik Tüketici Tutumları ve Mahremiyet Endişeleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), 21-38.
- Güldüren, C., Çetinkaya, L. ve Keser, H. (2016). Ortaöğretim öğrencilerine yönelik bilgi güvenliği farkındalık ölçeği (BGFÖ) geliştirme çalışması. *İlköğretim Online*, 15(2), 682-695.
- Gülüm, Ş. (2013). Sosyal Ağlarda Mahremiyet ve Yeni Mahremiyet Stratejileri. Editörler: Özçetin, B., Göker, G., Bayraktutan, G., Sayımer, İ. ve Çomu, T., *Yeni Medya Çalışmaları Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa 1. Ulusal Kongresi*, (ss. 396-405), 7-8 Mayıs, Kocaeli.
- Hekimoğlu, H. (2019). *Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği. (Yüksek Lisans Tezi)*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Henkoğlu, T. (2017). Kişisel Verileriniz Ne Kadar Güvende? Bilgi Güvenliği Kapsamında Bir Değerlendirme. *Arşiv Dünyası*, (18-19), 36-47.

- Öz, M. & Kılıç, D. (2020). Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet ile İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 206-224.
- İsmayılov, E. K. ve Sunal, G. (2012). Gözetlenen ve Gözetleyen Bir Toplumda, Beden ve Mahremiyet İlişkisi: Facebook Örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, (18), 21-41.
- Kaplan, İ. (2017). *Üniversite öğrencisi sosyal medya kullanıcılarının mahremiyet algısı. (Yüksek lisans tezi)*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Karaarslan, E., Eren, M. B., ve Koç, S. (2014). *Çevrimiçi Mahremiyet: Teknik ve Hukuksal Durum İncelemesi. XIX. Türkiye'de İnternet Konferansı*. İzmir: Yasar Üniversitesi, İnternet Teknolojileri Derneği.
- Karabıyık, B. K., ve Armağan, E. (2017). Tüketicinin Çevrimiçi Davranışsal Reklamlara Tıklama Kararını Etkileyen Faktörler. *Journal of Yasar University*, 12(47), 202-215.
- Karagülle, A. E. (2015). Günümüzde Değişen Mahremiyet Algısının Sosyal Ağlar Bağlamında İncelenmesi. (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Karahisar, T. (2011). Özel Hayatın Gizliliği ve İnternette İşlenen Suçlar. Editörler: Yağbasan, M. ve Süme, G. Ç., *Fırat Üniversitesi 2. Medya ve Etik Sempozyumu* (s. 599-606), 13-15 Ekim, Elazığ.
- Karahisar, T. (2015). Yeni Medya Mahremiyet ve Unutulma Hakkı. Tolga Kara (Ed.), *Ağdaki Şüpheler: Bir Sosyal Medya Eleştirisi İçinde* (ss. 249-276). İstanbul: Beta Yayınları.
- Karlıdağ, S. (2013). Ekonomi Politik Açından Kişisel Verilerin Korunması. *Amme İdaresi Dergisi*, 46(1), 127-152.
- Karlıdağ, S., ve Bulut, S. (2015). E-Ticarette Tüketici Gizliliğinin Korunması Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Business Research Turk*, 7(4), 200-224.
- Ketizmen, M. ve Kart, A., (2019). Kişisel Veri ve Rekabet Hukuku Kapsamında "Big Data". *Kişisel Verileri Koruma Dergisi*, 1(1), 64-76.
- Kılınç, D. (2012). Anayasal Bir Hak Olarak Kişisel Verilerin Korunması. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 61(3), 1089-1172.
- Kırlıdoğ, M. (2013). *Çevrimiçi Davranışsal Reklamcılık ve Kişisel Mahremiyet İhlalleri*. Akademik Bilişim.
- Kişisel Verileri Koruma Kanunu, (2016). Resmi Gazete, 6698, 7 Nisan 2016.
- Kişisel Verileri Koruma Kurumu, (2018). *100 Soruda Kişisel Verilerin Korunması Kanunu*. Ankara: KVKK Yayınları.
- Korkmaz, A. (2014). İnsan Hakları Bağlamında Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(Özel Sayı 1), 99-103.
- Korkmaz, İ. (2013). Facebook Ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 107-122.
- Korkmaz, İ. (2016). Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Hakkında Bir Değerlendirme. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, (124), 81-152.
- Kutlu, Ö., ve Kahraman, S. (2017). Türkiye'de Kişisel Verilerin Korunması Politikasının Analizi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 45-62.
- Külcü, Ö., ve Henkoğlu, T. (2014). Sosyal Paylaşım Ağlarında Gizlilik: Facebook İncelemesi. *Bilgi Dünyası*, 15(2), 231-252.



- Öz, M. & Kılıç, D. (2020). Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet ile İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 206-224.
- Manso, C. G., Rekleitis, E., Papazafeiropoulos, F. ve Maritsas, V., (2015). *Information Security and Privacy Standards for SMEs*. European Union Agency for Network and Information Security (ENISA), ISBN 978-92-9204-159-5, DOI 10.2824/829076.
- Oğuz, H. (2013). Elektronik Ortamda Kişisel Verilerin Korunması, Bazı Ülke Uygulamaları ve Ülkemizdeki Durum. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, (3), 1-38.
- Örs, Ö. D., (2018). *Mahremiyet ve Instagram Mahremiyetinin İnsanın Yaşam Olgusuna Etkileri. (Yüksek lisans tezi)*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Özdemir, S. S. ve Doğanay, M. Z. (2019). Bir Mecra Olarak Sosyal Medyanın Reklam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, (13), 295-337.
- Öztürk, D., Eyüboğlu, G. ve Baykara, Z. G. (2019). Mahremiyet Bilinci Ölçeği: Türkçe Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Ethics-Law and History*, 27(1), 57-64.
- Polater, S., (2019). Kişisel Verilerin Reklam Amaçlı İşlenmesinde Hukuka Uygunluk Sebepleri. *Kişisel Verileri Koruma Dergisi*, 1(1), 1-20.
- Saeri, A. K., Ogilvie, C., Macchia, S. T. L., Smith, J. ve Louis, W. R. (2014). Predicting Facebook Users' Online Privacy Protection: Risk, Trust, Norm Focus Theory and the Theory of Planned Behavior. *The Journal of Social Psychology*, 154(4), 352-369.
- Salihpaşaoğlu, Y. (2013). Özel Hayatın Kapsamı: Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi İçtihatları Işığında Bir Değerlendirme. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 17(3), 227-266.
- Sarı, Ö. (2012). *Türkiye'de Facebook kullanıcılarının mahremiyet algısı ve kimlik inşası üzerine bir çalışma. (Yüksek lisans tezi)*. İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Sarıusta, K. (2018). *Kişisel Verilerin Ceza Hukuku Yoluyla Korunması. (Yüksek lisans tezi)*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Savaş, S., Topaloğlu, N., ve Yılmaz, M. (2012). Veri Madenciliği ve Türkiye'deki Uygulama Örnekleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 1-23.
- Sebetci, Ö., Topal, A., Hanaylı, M. C. ve Dönük, G. G. (2018). Dijital Ortamda Kişisel Veri Güvenliği ve Sosyal Medya Reklamcılığı Üzerine Bir Değerlendirme. *The Journal of Kesit Academy*, 4(16), 389-409.
- Stevens, G. M. (2001). Online Privacy Protection: Issues and Developments. Congressional Research Service. *CRS Report for Congress*.
- Taşdelen, H., ve Şentürk, Z. A. (2018). İnternet Reklamcılığında Davranışsal Hedeflemenin Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi. *İNİF E-DERGİ*, 3(2), 175-190.
- Taşkaya, M. ve Talay, Ö. (2019). Dijital Gözetimin Pazarlama Amaçlı Aracıları: “Çerezler” ve Çerez Kullanımında “Açık Rıza”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Haziran (31), 356-376.
- Tataroğlu, M. (2013). Mahremiyet Sorunlarının Önlenmesinde Mahremiyet Etki Değerlendirmesi (MED). *Yönetim ve Ekonomi*, 20(1), 263-289.
- Tekin, N. (2014). Kişisel Verilerin Korunması ile İlgili Türkiye'deki Kanun Tasarısının Avrupa Birliği Veri Koruma Direktifi Işığında Değerlendirilmesi. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, (4), 222-262.

Öz, M. & Kılıç, D. (2020). Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet ile İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 206-224.

Topbaş, H. ve Gazi, M. A. (2016). Sosyal Ağlarda Gizlilik Kaygısının Ölçülmesi: İnönü Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1), 143-160.

Tsai, J. Y., Egelman, S., Cranor, L. ve Acquisti, A., (2011). The Effect of Online Privacy Information on Purchasing Behavior: An Experimental Study. *Information Systems Research*, 22(2), 254-268.

Tuğluk, A. (2017). Bir Mahremiyet Mekânı Olarak Servet-i Fünun Romanında “Oda”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 170-179.

Türk, G. D. ve Demirci, E. (2016). Sanal Dünyada Dönüşen Mahremiyet Algısı; Instagram Örneği. *Pegem Akademi*, 518-525.

Warren, S. D. ve Brandeis, L. D. (1890). The Right to Privacy. *Harvard Law Review*, 4(5), 194-220.

Westin, A. F. (2003). Social and Political Dimensions of Privacy. *Journal of Social Issues*, 59(2), 431-453.

Wu, K. W., Huang, S. Y., Yen, D. C., ve Popova, I. (2012). The Effect of Online Privacy Policy on Consumer Privacy Concern and Trust. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 889-897.

Yabancı, C., Akça, F. ve Ulutaş, E. (2018). Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı ve Duygusal Zekâ Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 191-218.

Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlilik ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.

Yapraklı, T. Ş., Hoş, B. ve Ünalın, M. (2018). Tüketici Karar Verme Tarzları ile Algılanan Mahremiyetin Online Tekrar Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi. Editörler: Keba, M. ve Alimgereyev, Z., *IV. Uluslararası Mesleki ve Teknik Bilimler Kongresi*, (s.281), 7-9 Aralık, Erzurum.

Yapraklı, T. S., ve Unalan, M. (2017). Consumer Privacy in the Era of Big Data: A Survey of Smartphone Users' Concerns. *PressAcademia Procedia*, 4(1), 1-10.

Yıldız, A. K. (2012). Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi. *Bilgi Dünyası*, 13(2), 529-542.

Zengin, M., Zengin, G. ve Altunbaş, H. (2015). Sosyal Medya ve Değişen Mahremiyet "Facebook Mahremiyeti". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2), 112-136

#### İnternet Kaynakları:

Biase, L. D., (2018). Personal Data Shouldn't Be the New Oil. the OECD Forum Network, <https://www.oecd-forum.org/users/42272-luca-de-biase/posts/31810-personal-data-shouldn-t-be-the-new-oil>; (Erişim Tarihi: 27.11.2019).

European Commission (2007). “Kişisel Bilgilerin İşlenmesi Sırasında Gerçek Kişilerin Korunması ve Serbest Veri Trafiği Direktifi (95/46 /EC)”. [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/what-personal-data\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/what-personal-data_en); (Erişim Tarihi: 08.11.2019).

Organisation for Economic Co-operation and Development (2013). “Kişisel Alanın ve Sınır Aşan Kişisel Bilgi Trafiğinin Korunmasına İlişkin Rehber İlkeler”. <https://www.oecd.org/internet/ieconomy/oecdguidelinesontheprivacyandtransborderflowsofpersonaldata.htm>; (Erişim Tarihi: 08.11.2019).

Öz, M. & Kılıç, D. (2020). Kişisel Verilerin Çevrimiçi Mahremiyet ile İlişkisinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22(39), 206-224.

Resmi Gazete, (2017). “Veri Sorumluları Hakkında Yönetmelik”. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/12/20171230-7.htm>- (Erişim Tarihi: 14.11.2019).

Türkiye İstatistik Kurumu, (2020). <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>- (Erişim Tarihi: 09.01.2020).