

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL AYAK İZİ
FARKINDALIKLARI VE YAŞANTILARI ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA (SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
ÖRNEĞİ)**

Neslihan Açmacı AFYON

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Prof. Dr. Aytekin İŞMAN

ARALIK - 2022

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL AYAK
İZİ FARKINDALIKLARI VE YAŞANTILARI ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA (SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM
FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Neslihan AÇMACI AFYON

Enstitü Anabilim Dalı: İletişim Bilimleri

**“Bu tez 23/12/2022 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan
jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”**

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI
Prof. Dr. Aytekin İŞMAN	Başarılı
Doç. Dr. Dilan ÇİFTÇİ	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ	Başarılı

ETİK BEYAN METNİ

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

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet

Hayır

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

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

Neslihan AÇMACI AFYON

23/12/2022

ÖNSÖZ

Öncelikle, tanıştığım ilk gün itibariyle engin bilgi birikimi ve öğrencilerine gösterdiği özverisine tanıklık ettiğim, akademik alanda kendimi geliştirebileceğime dair inancımı ve özgüvenimi kazanmamı sağlayan, sabrı ve güler yüzüyle tüm öğrencilerine pozitif enerji veren tez danışmanım Prof. Dr. AYTEKİN İŞMAN'a

Hayatımın her alanında beni her daim motive eden ve eğitim hayatım boyunca bana kendi çalışma azmiyle örnek olan sevgili annem AYTEN AÇMACI'ya

Yüksek lisansa başladığım günden itibaren birçok konuda yaşça benden küçük olmasına rağmen yardımlarını ve bilgisini esirgemeyen değerli kardeşim YUSUF AÇMACI'ya

Tezimi hazırlarken her aşamada bana yardımcı olan ve tüm sorularımı sabırla cevaplayıp, endişelerimi gideren hayat arkadaşım SEMİH AFYON'a

Araştırmama katılım sağlayan Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine ve akademik alanda bana katkı sağlayan tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Neslihan AÇMACI AFYON

23/12/2022

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: DİJİTALLEŞME	6
1.1. Dijitalleşme Olgusu	6
1.2. Dijital İletişim.....	7
1.3. Dijitalleşmenin Avantaj ve Dezavantajları	8
1.4. Yeni Medya Ortamlarında Dijitalleşme	9
1.5. Dijital Ayak İzi	10
1.5.1. Dijital Ayak İzi Farkındalığı	11
1.5.2. Dijital Ayak İzi Yaşantısı	11
1.6. Çevrimiçi Araçlar	12
1.6.1. Sosyal Ağlar	13
1.6.2. Web Sayfaları	17
1.6.3. Öğrenme Yönetim Sistemleri	18
1.6.4. Wikiler	18
1.6.5. Tartışma Forumları	18
1.6.6. E-Posta.....	19
1.6.7. Bulut Ortamları.....	19
1.6.8. Bloglar	20
1.6.9. Çevrimiçi Sohbet Araçları	20
1.7. Araştırmanın Kuramsal Yaklaşımı	20
1.8. Literatür Taraması	22
BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	35
2.1. Araştırmanın Yöntemi	35
2.2. Araştırma Soru ve Hipotezleri	35
2.2.1. Araştırma Sorusu	35
2.2.2. Alt Problemler	35

2.3. Araştırmanın Evreni	36
2.4. Araştırmanın Örneklemi	36
2.5. Veri Toplama Aracı	36
2.6. Veri Analizi	37
2.7. Araştırmanın Varsayımları	38
2.8. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	38
BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN BULGU VE YORUMLARI	39
3.1. Bulgular ve Yorum	39
3.2. Katılımcıların Özellikleri.....	39
3.3. Katılımcıların İnternet/Bilgisayar ve Çevrim-içi Araç Kullanım Bilgileri	42
3.4. Alt Problemler	49
SONUÇ	59
KAYNAKÇA.....	62
EK	69
ÖZGEÇMİŞ	77

KISALTMALAR

ÖYS	: Öğrenme Yönetim Sistemleri
SAÜ	: Sakarya Üniversitesi
ANOVA	: Analysis Of Variance
IBM SPSS	: Statistical Package For The Social Sciences
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	39
Tablo 2: Katılımcıların Yaş Dağılımı	40
Tablo 3: Katılımcıların Eğitim Gördükleri Bölüm Dağılımı	40
Tablo 4: Katılımcıların Sınıf /Eğitim Düzeyleri	41
Tablo 5: Üniversiteye Gelmeden Önce Yaşanılan Yerleşim Yeri (En Uzun Süre Yaşanılan Yer)	41
Tablo 6: Kullanılan Çevrim-içi Araçlar	42
Tablo 7: Çevrim-İçi Araç Kullanma Konusunda Yeterli Hissetme Düzeyi	42
Tablo 8: İnternete Bağlanılan Ortamlar	43
Tablo 9: Günlük İnternet Kullanım Süresi	44
Tablo 10: Bilgisayar ve İnternet Kullanım Amaçları	45
Tablo 11: Çevrimiçi Araçları Kullanım Durumu	47
Tablo 12: Dijital Ayak İzi Farkındalık Durumu Yanıtlarının Dağılımı	49
Tablo 13: Dijital Ortam Yaşantı Durumu	52
Tablo 14: Dijital Ayak İzi ve Yaşantı Durumunun Cinsiyete Göre Dağılımı	55
Tablo 15: Dijital Ayak İzi ve Yaşantı Durumunun Yaşa Göre Dağılımı	55
Tablo 16: Dijital Ayak İzi Farkındalık ve Yaşantı Durumunun Sınıf Düzeyine Göre Dağılımı	56
Tablo 17: Dijital Ayak izi ve Yaşantı Durumunun Dijital Ortamda Günlük Harcanan Süreye Göre Dağılımı	57
Tablo 18: Dijital Ayak İzi ve Yaşantı Durumunun En Uzun Süre Yaşanılan Yere Göre Dağılımı	58

ÖZET

Başlık: Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşantıları Üzerine Bir Araştırma (Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği)

Yazar: Neslihan AÇMACI AFYON

Danışman: Prof. Dr. Aytekin İŞMAN

Kabul Tarihi: 23/12/2022

Sayfa Sayısı: vi (ön kısım) + 68 (ana kısım)
+ 9 (ek)

Bilgisayar ve internet teknolojileri hayatımıza girdiği tarihten bu yana sürekli gelişmekte ve her geçen gün daha da karmaşık bir hal almaktadır. Teknolojik imkânların artması ve dünyanın dört bir yanındaki kişilerin bu imkânlara eskiye göre daha kolay erişebilmesi de alanın daha detaylı açıklanması ve getirilen yeniliklerin incelenmesini gerekli kılmaktadır. Dijital ayak izi kavramı da bu noktada önem kazanmakta ve internet kullanıcılarının siber ortamda arkalarında bıraktıkları izlerin farkında olup olmadıkları sorusu hayati bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Gündelik hayatta gerçekleştirilen birçok faaliyetin sanal dünyaya taşınması, kişiye bu yeni teknolojik ortamda davranışlarının kaydedildiğine dair dijital ayak izi farkındalığı kazandırmalıdır. Bu doğrultuda yükseköğrenim öğrencilerinin teknoloji kullanımının diğer yaş gruplarına göre daha fazla olduğu bilindiğinden, çalışma üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın amacı Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumlarının hangi düzeyde olduğunu belirlemektir. Çalışmanın evrenini 2022-2023 eğitim öğretim yılında eğitimine devam eden Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklem grubu SAÜ İletişim Fakültesi'nde öğrenim gören 140 erkek ve 148 kadın, toplam 288 kişidir. Veri toplama aracı olarak Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Durumları Anketi kullanılmıştır. Veriler, IBM SPSS 29 programında; Frekans Dağılımı, Bağımsız Örneklem t-Testi, Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Tukey testi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek olduğu bulunmuştur. Katılımcıların dijital ayak izi yaşantı durumu ise düşüktür. Kadın öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları ise erkek öğrencilerden daha yüksektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ayak İzi, İnternet, Yükseköğretim Öğrencileri

ABSTRACT	
Title of Thesis: A Study on Digital Footprint Awareness and Digital Footprint Experiences of Higher Education Students (Sakarya University Communication Faculty Example)	
Author of Thesis: Neslihan AÇMACI AFYON	
Supervisor: Prof. Dr. Aytekin İŞMAN	
Accepted Date: 23/12/2022	Number of Pages: vi (pre text) + 68 (main body) + 9 (add)
<p>Since computer and internet technologies entered our lives, they have been continuously developing and becoming more complex day by day. The increase in technological opportunities and the fact that people all over the world could access these opportunities more easily than before, make it necessary to explain the field in detail and to examine the innovations introduced. The concept of digital footprint also gains importance at this point, and the question of whether internet users are aware of the traces they leave behind in the cyber environment emerges as a vital question. The transfer of many activities carried out in daily life to the virtual world should also give awareness that user responses and behaviors are recorded in this new technological environment. In this direction, since it is known that college students' use of technology is higher than other age groups, this study has been carried out with college students. The aim of this study is to determine the level of digital footprint awareness and life status of Sakarya University (SAU) students. The universe of the study consists of SAU Faculty of Communication students who continue their education in the 2022-2023 academic year. The sample group of the study consisted of 288 people, 140 men and 148 women, studying at SAU Faculty of Communication. As a data collection tool, the Questionnaire of Higher Education Students Use of Digital Media was used. The data was evaluated in IBM SPSS 29 program employing Frequency Distribution, Independent Sample t-Test, One-way analysis of variance (ANOVA) and Tukey tests. As a result of this investigation, it was found that the digital footprint awareness of the participants is high, whereas the digital footprint experience status of the participants is low. The digital footprint awareness of female students was found to be higher than male students.</p>	
Keywords: Digital Footprint, Internet, Higher Education Students	

GİRİŞ

Teknolojik cihazlar hayatımıza dahil oldukları ilk günden beri sürekli değişim ve gelişim göstermektedir. Günümüzde kullandığımız tüm teknolojilerin bu günkü hallerini alana kadar birçok yazılımsal ve donanımsal geliştirmeye tabii tutuldukları bilinmektedir. Teknolojik aygıtların, insan eliyle üretilmiş diğer araçlar gibi insanın bir uzantısı olduğu McLuhan (1994) tarafından geçtiğimiz yüzyılın sonlarında saptanmıştır. Günümüzde de ise durum insanların teknolojik aygıt kullanım pratiklerine bakıldığında doğrulanmış durumdadır. 1960'lı yıllardan beri kullandığımız küresel elektronik ağların da insanların sinir sisteminin bir eklentisi gibi görev aldığını söylemek mümkündür (Rigel vd., 2005). Kişiler ve teknolojiler eklemlenerek tek bir yapı haline gelmiştir. Bu yeni yapıda yer alan her iki unsurun birbiriyle ilişkisi de her geçen gün daha karmaşık bir yöne doğru evrilme eğilimi göstermektedir.

Modern teknolojiler, insan hayatındaki genel sorun kaynağı olarak algılanabilmektedir. Bu teknolojiler aksine insan hayatını kolaylaştırmak ve insanın dünyada var olma biçimini destekleyerek geliştirmek adına insandan bağımsız olarak düşünölememektedir (Gay, 2018). Diğer perspektiften bakıldığında ise yine bu teknolojiler problemlerimizi çözmek amacıyla geliştirilmiş olmasına rağmen, birçok problemi de beraberinde getirmektedir. Giderek daha karmaşık hale gelen teknoloji, insanın teknolojiyle sorunlarının yanı sıra bir de kendi içerisinde çözölmeye gereken yeni sorunlar ortaya koymuştur (Koç, 2014). Kitlelerin günümüzde haberleşmek için kullandığı iletişim teknolojilerinde de durum modern teknolojilerdeki gibi kişi ve araçların birbirleriyle iç içe geçtiğini göstermektedir. Kullanılan cihazların türü fark etmeksizin iletişim teknolojilerinde de yapı daha karmaşık hale gelmiştir. İletişim teknolojilerinin kullanımının yıllara göre hızla artmasıyla kişilerin sanal ortamlarda karşılaştıkları problemler de artmış ve çeşitlenmiştir. Bu problemler arasında sanal bağımlılık, dijital mahremiyet problemleri ve benzeri başlıklar da yer almaktadır.

Geçtiğimiz yıllarda gerçekleştirilen birçok çalışmada dijital aygıt ve ortamların kullanımında, gençlerin diğer yaş gruplarından daha faal olduğu sonucu elde edilmiştir. Gençler, özellikle sosyal medya uygulamalarını kullanım noktasında diğer yaş gruplarıyla birlikte yer aldıkları pastada en büyük paya sahiptirler (Seren, 2020). Bu sebeple yeni medya ortamlarında gerçekleştirdikleri işlemlerin kayıt altında tutulduğuna dair bilinçleri

ve bu ortamlardaki tüm işlemlerinin daha sonra farklı mecra ve alanlarda karşılına çıkabileceğine dair farkındalıklarının olup olmadığı sorusu önemli bir probleme işaret etmektedir. Bu farkındalığın oluşması açısından dijital vatandaşlık kavramı önem kazanmaktadır. Günümüzde dijital vatandaşların teknolojiyi sık kullandıkları, vatandaşlık görevlerini bu yeni mecra da yerine getirdikleri, iş ve eğitim gibi konularla ilgili işlemlerini dijital ortamda gerçekleştirdikleri bilinmektedir (Mossberger vd., 2008).

İnternet ve bilişim teknolojileri günümüzdeki kadar yaygın değilken, kişiler bugün sanal ortamlarda gerçekleştirme fırsatı buldukları birçok işlemi daha farklı ve uzun yollardan çözmekteydi. Bu noktada teknolojinin kişilere sağladığı kolaylıklar göz önüne alındığında, teknoloji kullanımının en önemli faktörünün mobilizasyon olduğu söylenebilir (Tombul, 2020). Günün her anında ve bulunduğumuz her mekânda teknolojiye ulaşabiliyor olmamız diğer davranışlarımızı da etkilemekte ve teknolojik cihazlarla daha fazla zaman geçirmemize zemin hazırlamaktadır.

Ülkemizde internet kullanım oranı 2021 yılında TÜİK'in gerçekleştirdiği araştırmaya göre %82,6 olarak belirlenmiştir (TÜİK, 2021). İnternet kullanımının global çaptaki yaygınlığı da ülkemizdeki gibi yıllara göre hızla artış göstermektedir. Dünya ekonomisinin küreselleşme odaklı gelişim göstermesi, ulusların ve uluslararası kuruluşların elektronik ticaret ve bağlantılı alanlarda ilerleme isteğine sebep olmuştur (Sağlam, 2007). Üçüncü dünya ülkeleri de dahil olmak üzere internet altyapı çalışmalarında iyileştirmelere gidilmiş ve bu sanal alanın potansiyelini keşfetme çabaları alandaki yenilikleri ve gelişmeleri hızlandırmıştır. Teknolojik toplumların yaşamlarını teknolojik bilgi ve teknolojiler belirlemektedir, bu sebeple günümüz toplumlarını dijital toplumlar olarak tanımlamamız mümkündür. (Eker, 2016). 21. Yüzyılın teknolojik toplumlarının, teknolojiyi bilinçli kullanmalarının bir gereklilik halini almasıyla dijital ayak izi kavramının bilinirliği de daha çok önem kazanmaktadır.

Dijital ayak izi kavramının bilinirliği açısından dijital vatandaşların bu konuda farkındalıklarının daha yüksek olması gerekmektedir. Sanal ortamlarda bıraktığımız dijital ayak izlerimiz kendimizle ve alışkanlıklarımızla alakalı birçok bilgiyi ortaya koyabilmekte, çeşitli veriler sağlamakta ve bu verilerden elde edilen öngörülerin genel olarak isabetli oldukları bilinmektedir (Matz ve Kosinski, 2019). Bu ortamda gerçekleştirilen her işlem tıpkı gerçek hayattaki gibi, kişinin yaşadığı devletin yaptırım

ve kurallarına tabiidir. Dijital ayak izi kavramı da uzun yıllardır var olan bir kavram olmasına karşın, kişiler arasında bilinirliği teknolojinin kullanımı kadar yaygın değildir. Bu doğrultuda, dijital ayak izi farkındalığının oluşturulabilmesi için de yine kavramın bilinirliğinin artırılması ve kitleler tarafından daha bilinir hale getirilmesi gerekmektedir. Teknolojinin artık hayatımızın her alanında yardımcımız ve bir uzantımız olduğu gerçeği göz önüne alındığında, bu alana dair bilgilerimizi de güncel tutmalı ve yenilikçilerin takipçisi olmamız zorunlu hale gelmiştir.

Araştırmanın Konusu

Araştırma Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin, dijital ayak izi farkındalık ve dijital ayak izi yaşantı durumlarının incelenmesini konu edinmektedir. Araştırmada öğrencilerin kişisel bilgileri, internet ve bilgisayar kullanma amaçları, internete bağlanma durumları, çevrimiçi araç kullanma durumları, dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri işlem değişkenleri ele alınarak; dijital ayak izi yaşantı durumları ile dijital ayak izi farkındalık durumları incelenmiştir.

Araştırmanın Amacı

Bilgi toplumuna geçişle birlikte iletişim teknolojilerinin kullanımı da hızla artmıştır (Aldemir ve Avşar, 2020). Günümüzde kişiler geleneksel iletişime alternatif olarak bu teknolojileri kullanarak birbirleriyle iletişime geçmeyi tercih etmektedirler. Gelişen teknolojiler, bireylerin iletişim anlayışlarını değiştirmiş ve iletişim imkanlarının değişime uğraması kişilerin etkinliklerini, davranışlarını farklılaştırarak onları yeni medyayı kullanmaya yöneltmiştir (Eyüpoğlu, 2017). Kullanılan bu yeni medya ortamları kişilerin etkinliklerinin kaydedilmesine olanak sağlamıştır. Kaydedilen bilgiler kullanıcının ortamda gerçekleştirdiği her türden işlemi içermektedir ve bu işlemlerin tamamı kişilerin dijital ayak izlerini oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın ilk amacı; öğrencilerin teknoloji kullanım pratikleriyle bağlantılı olarak dijital ayak izi farkındalıklarını ölçümlemektir. Teknolojiyi en sık kullanan kesimin dijital ortamlarda bıraktıkları izlere dair farkındalıklarının hangi seviyede olduğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın ikinci amacı; öğrencilerin dijital ayak izi yaşantı durumlarının tespit edilmesidir. Çalışmada, öğrencilerin dijital ayak izi yaşantı durumlarının çeşitli değişkenlere göre ölçülmesi ve sonuçların ortaya konması

amaçlanmıştır. Araştırmanın üçüncü amacı; öğrencilerin internet ve teknolojik cihaz kullanımları, bu alanlarda geçirdikleri süreler ve gerçekleştirdikleri işlemlerin dijital ayak izi farkındalıklarını ve dijital ayak izi yaşantı durumlarını etkileyip etkilemediğini ortaya koymaktır. Çalışmanın gerçekleştirildiği alan ve zamanı kapsayacak genişlikte bir tablo sunulurken ülke genelindeki dijital ayak izi farkındalık ve dijital ayak izi yaşantı durumunun belirlenebilmesi açısından bu çalışmanın alana katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırmanın Önemi

Teknolojinin her geçen gün geliştiği ve bireyler arasında kullanımının yaygınlaştığı 21. yüzyılda, iletişim teknolojilerinin toplumun her kesimi için önem arz ettiği bilinmektedir. Gündelik yaşamın her alanında yanımızdan ayırmadığımız teknolojik cihazlar bunun en önemli göstergelerindendir. Hayatımıza dair birçok detayı tanıdığımız veya tanımadığımız insanlara görünür kıldığımız ve kendimizle alakalı bilgilerin toplanmasına izin verdiğimiz bu dijital ortamlar, paylaştığımız ve aynı zamanda farkında olmadan paylaşımına izin verdiğimiz verileri depolamakta ve bu verileri başka kullanıcılar veya şirketler için işlemektedir. Dijital ortamlarda bulundurulmuş bu bilgilerin saklanması ve güvenliğinin sağlanması da her geçen gün daha zor hale gelmektedir (Henkoğlu, 2017). İşlenen bu verilerin artışının önündeki en önemli engel ise kullanıcı mahremiyetidir (Eyüpoğlu vd., 2017). Kişilerin internette bıraktıkları dijital ayak izlerini kontrol altına alma isteği büyük veri artışını sınırlandırmıştır ve bu sayede kısmen de olsa paylaşılan bilgilere kullanıcılar tarafından sınır getirilmiştir. Kullandığımız uygulamalar ve ziyaret ettiğimiz web siteleri, sanal ortam etkinliklerimizi kayıt altına alabilmek için birçok farklı kullanıcı sözleşmesini ve çerez kullanımını kabul etmeyi ya da reddetmeyi içeren opsiyonlarla karşımıza çıkmaktadır. Dijital ortamlardaki ayak izinin sınırlandırılması ya da bilinçli şekilde yönetilebilmesi adına karşımıza getirilen kullanıcı sözleşmeleri ve çerez politikalarının kullanıcılar tarafından okunması ve paylaşılan bilgilerin kontrol edilmesi gerekmektedir.

Genel popülasyona bakıldığında, gençlerin sosyal medyayı bilinçsiz şekilde kullandığı görülmektedir ve gençlerin bu ortamlarda gerçekleştirdikleri paylaşımlarının ileride ya da günlük hayatta yaşamlarını nasıl etkileyeceğine dair fikirleri yoktur (Kuh Karyeli ve Dağhan, 2019). Toplumun en aktif kesimini oluşturan gençler kendilerine has özelliklere

sahiptirler ve dışarıdan gelen olumlu ya da olumsuz etkilere daha fazla açıktırlar (Kahya, 2018). Bu doğrultuda, öğrencilerin dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri işlemlerle ilgili farkındalıkları, bu alanlarda bıraktıkları dijital ayak izleri ve yine bu alanda karşılaştıkları yaşantılarının olup olmadığının bilinmesi bir gereklilik halini almıştır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumlarının ortaya konması amaçlanmıştır. Çalışmada elde edilen bilgiler ve somut verilerin, ulusal çapta dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumunun belirlenebilmesi açısından alan yazına katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, Panoptikon Kuramı'nda belirtilen görülmeden gözetleme anlayışının günümüzdeki işleyişini temel alarak öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumlarının incelenmesi ile ilgilidir. Yükseköğretim öğrencilerinin dijital ortamlarda sık vakit geçirmektedir ve bu doğrultuda öğrencilerin genel bilinçlerinin ne durumda olduğu araştırılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler anket veri toplama aracıyla elde edilmiştir. Anketler yüz yüze gerçekleştirilmiş ve toplanan veriler değerlendirilmiştir.

BÖLÜM 1: DİJİTALLEŞME

Bu bölümde dijitalleşme ve dijital ayak izi kavramlarıyla, dijitalleşmenin ve internet teknolojilerinin gelişim ve boyutları açıklanmıştır. Kişilerin siber ortamlardaki mahremiyetleriyle bağlantılı olarak online güvenlik kavramı ve kişisel verilerin korunmasıyla ilgili alt başlıklar açıklanarak bu çalışma konusuyla alakalı diğer çalışmalara yer verilmiştir.

1.1. Dijitalleşme Olgusu

En açık ifadeyle dijitalleşme kavramı; ilgili materyalin dijital ya da elektronik ortama aktarılmasını ve internet ortamında diğer kullanıcıların erişebileceği hale getirilmesini ifade etmektedir (Acun, 2008). Bilgi teknolojileri alanındaki ilerlemelerin devletler için her geçen önem kazanması da dijitalleşme olgusunun hızlandırılmasını gerekli kılmıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, bireylerin ve toplumların kültürlerinde, yaşam şartlarında ve yaşama bakış açılarında birçok değişikliğe sebep olmuştur (Livberber Göçmen, 2017). Elde edilen teknolojik imkanlar doğrultusunda, kişiler ve toplumlar daha önce farklı şartlarda ve ortamlarda gerçekleştirdikleri gündelik işlerini, dijitalleşmenin getirdiği yeni imkanlar sayesinde daha kolay çözer hale gelmiştir. Teknolojinin yüzyıllar önce farklı formlarda insan hayatına girmesi, günümüzde teknolojiyi insanlar açısından çok daha vazgeçilmez bir hale getirmiştir. Dijital bir çağ içerisinde olduğumuz düşünüldüğünde, dijitalleşmenin de teknolojik gelişmenin en önemli uzantılarından biri olarak hayatımızın her alanına nüfuz ettiğini görmekteyiz. Dijitalleşme olgusu, tüm devletler tarafından bir gereklilik olarak algılanmaya başlamış ve bu alanda da dijital dönüşümler hızlandırılmıştır (Çapçioğlu ve Anık, 2021). Bu dönüşümlerin halkımız tarafından en bilinen örneği de e-devlet uygulamasıdır. Devletler tarafından kullanımı yaygınlaşan bu tür uygulamalar aynı zamanda yapay zekâ desteğinden de yararlanmakta ve kullanıcılarının ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verebilmektedir.

Dijitalleşmenin en önemli getirilerinden bir diğeri de zaman ve mekân kavramlarının ortadan kalkmasıdır. İnsan ve teknoloji etkileşimi bu sayede artmış ve sistem ile insan arası etkileşim başlamıştır. Bu alanda gerçekleştirilen çalışmalar özellikle bilişim ve yapay zekâ gibi alanlarda yoğunlaşmıştır (Ersöz ve Özmen, 2020). Elde edilen tüm dijital

ve teknolojik birikimler neticesinde bugün kullandığımız cep telefonu ve bilgisayar gibi cihazlar birer kişisel asistan gibi ihtiyaçlarımıza cevap verirken diğer yandan da hayatımıza dair birçok detayı kendi hafızalarında depolamaya başlamıştır. Kullanıcılar dijital ortamlarda alışveriş, bankacılık işlemleri, sosyalleşme, oyun oynama gibi birçok kişisel ihtiyacını karşılamaya başlamıştır (Sürmeli ve Seferoğlu, 2019). Bu bağlamda, dijitalleşmenin günümüz insanının hayatında oldukça önemli bir konumda olduğunu söylemek mümkündür. Tüm bu avantajların yanı sıra, dijitalleşmenin de kendi içinde dezavantajları bulunmaktadır. Bunlardan en dikkat çeken de kişisel verilerimizin üçüncü kişilerle paylaşımıdır. Kişisel verilerin korunması diğer bir ifadeyle kişinin kendisinin korunması anlamına gelmektedir (Bilir, 2021). Bu sebeple kişisel verilerimizin diğer şahıslarla paylaşımı problemleri bir duruma işaret etmektedir. Genel olarak dijitalleşmenin kişiye tanıdığı imkanlarla kıyaslandığında hayatımıza dair üçüncü kişi veya şirketlerle paylaştığımız bilgiler önemsiz gibi görünse de bu veriler dünya çapında yeni bir pazar alanı oluşturmuş ve alınıp satılabilecek birer meta haline gelmişlerdir.

1.2. Dijital İletişim

Teknolojik cihazlar hayatımıza girdiği günden itibaren iletişim pratiklerimizin de bu alana kaydığı görmekteyiz. Yüz yüze iletişim olarak adlandırdığımız günlük sohbetlerimiz ve anlaşma çabamız zaman geçtikçe dijital ortam ve cihazlar daha sık kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Tüm bu gelişme ve değişimler dijital iletişimin kullanımının arttığını göstermektedir. Alptekin'e (2020) göre Web 2.0 teknolojisinin kullanılmaya başlamasıyla daha etkin hale gelen dijital iletişim, bilgi paylaşımı ve haber alma hızını arttırmıştır. Bilginin yayılma hızının artması iletişimde paydası olan kişi sayısını da arttırmış ve eskiden olduğu gibi yavaş işleyen iletişim kanallarının kullanımı yerine web teknolojileri sayesinde daha hızlı bir etkileşim yakalanmıştır. Web 2.0 teknolojisi diğer yandan internet ortamında bilgi kirliliği yaşanmasına da sebep olmuştur ve "Anlamsal Web" olarak adlandırılan Web 3.0'ın bu durumu düzeltmesi hedeflenmiştir (Kapan ve Üncel, 2020).

İletişim teknolojileri yeni sayılabilecek ve geliştirilmeye açık bir yapıya sahiptir. Bu yeni iletişim teknolojileri de artık hayatımızın her alanında karşımıza çıkmakta ve yaygın şekilde kullanılmaktadır (Binark, 2007). Bu kullanımlara örnek olarak eğlenmek ve sosyalleşmek için kullanılan sosyal medya uygulamalarından tutun da kurumlarla veya

şirketlerle olan iletişimi sağlamak adına geliştirilmiş diğer web sayfalarına kadar birçok farklı örnek verilebilir. Alandaki tüm bu teknolojik yenilikler, toplumların ayak uydurmaya yetişemeyeceği kadar hızlı gerçekleşmektedir (Akyazı, 2014). X kuşağını oluşturan kişilerin dijital iletişim teknolojilerini kullanırken kendinden daha genç kuşaklara danışması bu duruma örnek olarak verilebilir. Değişime en açık kuşak olan gençler ise bilgi çağında doğmuş ve büyümüş oldukları için internet kullanım amaçları ve alışkanlıkları da diğer kuşaklara göre değişiklik göstermektedir (Topraklı ve Mazman, 2020). Özellikle internet alanında daha yetkin ve bilgili olduklarını bildiğimiz gençler, iletişim teknolojilerinin kullanımı noktasında diğer kuşaklardan daha aktif ve bu alana daha hakimdirler.

1.3. Dijitalleşmenin Avantaj ve Dezavantajları

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin yıllar içerisinde bünyelerine kattıkları gelişmelerle bilginin önemi de artmış ve sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmiştir (Büyükbaykal, 2014). Bilgi toplumunda insanlar dijital iletişim araçlarını kullanarak toplumsal bir iletişim ağı oluşturma imkanına da sahip olmuşlardır. Diğer yandan yaşanan dijital gelişmeler özellikle 1970'li yıllarda uydu teknolojilerinin de gelişmesiyle kişinin mahremiyetini yok etmiştir (Kaplan ve Ertürk, 2012). Foucault'un (1992) Hapishane'nin Doğuşu eserinde tasvir edildiği üzere denetim altındaki kişiler bu durumunun farkındadırlar ve bu farkındalık kendinde kontrolü zorunlu hale getirmektedir. Bu nedenle dijital ortamlarda bilinçsizce bırakılan her türden veri iletişim teknolojileriyle açığa çıkmakta ve kişilerin mahremiyet sorunlarıyla karşılaşmalarına neden olabilmektedir.

Dijital uzamdaki gözetimin nerede ve nasıl gerçekleştiğinin bilinmemesi birçok sorun yaşanmasına sebep olmuştur (Çaycı ve Çaycı, 2016). Kullanıcıların her türden bilgilerinin çalınması gibi olumsuz durumlar yaşanması dijitalleşmeyle birlikte daha kolay hale gelmiştir. Otoriteler tarafından denetlenen ve dijital ortamlarda gerçekleştirilen işlemler kullanıcının gizlilik açısından ek önlemler almasını gerekli kılmaktadır.

Günümüzde dijital ortamlara erişmek ve bu ortamları bilinçli şekilde kullanma becerisine sahip olmak neredeyse zorunlu hale gelmiştir. Buna karşılık dijital ortamlara erişmenin kolaylaşması gündelik hayatın içerisindeki birçok işlemin gerçekleştirilmesini daha olanaklı ve hızlı hale getirmiştir. Teknolojik gelişmeler sayesinde sağlık, eğitim, endüstri ve iletişim gibi birçok alanda büyük değişiklikler meydana gelmiştir (Yılmaz ve

Doğusoy, 2020). Bu değişiklikler internete erişiminin de sağlanmasıyla birçok sektörün dijital alan üzerinden faaliyetini sürdürmesine olanak sağlamıştır. Geçmişle kıyasla teknolojik gelişmeler neticesinde daha mobil hale gelen birçok hizmet ve sektör ulaşılabilirliklerini artırmış ve bu sayede bu alanlardaki etkileşim de artmıştır.

1.4. Yeni Medya Ortamlarında Dijitalleşme

1960'lı yılların sonunda askeri amaçlarla kullanılan internetin icadından günümüze, bilişim teknolojileri alanında birçok yenilik gerçekleşmiştir. Yıllara göre teknolojik aygıtların uğradığı değişim, eski adıyla basını, günümüzdeki adıyla da yeni medyayı dönüştürerek bugünkü halini almasını sağlamıştır. Castells'e (2005) göre toplum artık enformasyon çağını yaşamaktadır. Kullandığımız ağlar, sınırsızca genişleyebilecek bir yapıya sahiptir. Toplumsal yapının dengesini bozmadan sürekli dinamik bir devinim haline sahip açık bir sistem olarak nitelendirilen bu ağlar, küreselleşmeye ve merkezsiz bir yoğunlaşmaya doğru evrilmeye devam etmektedir. Bu noktada, yeni medya ortamlarında gerçekleşen dijitalleşmenin de kişileri tek tek ayrı topluluklarda var olmaktan çıkartarak daha global bir yapı içerisinde konumlandığı görülmektedir. Yeni medyada da etkilerini sıkça gördüğümüz bu merkezsiz yapı, dünyanın dört bir yanından kullanıcılarının birbirine erişimini mümkün kılmıştır.

Günümüzde kişiler yasal varlıklarını ve kimliklerini nüfus kimlik numarasıyla doğrularken, yeni medya alanındaki gelişmeler sayesinde kişiler artık sanal uzamda farklı dijital kimliklere sahip olma şansını elde etmiştir (Olçay, 2018). Bu yeniliklerle dolu ortamda bulunan çeşitli uygulama ve web sayfalarında, kişiler kendilerine yeni kimlikler edinerek farklı insanlarla bu yeni kimlikleriyle iletişime geçebilmektedir. Bu günümüzde çok sık karşılaşılan bir durum olduğu gibi aynı zamanda etik ve yasal açıdan birçok sakıncayı da içerisinde barındırmaktadır. Tüm bu gelişmeler neticesinde interneti gerçek yaşamın yeni düzlemi olarak görmemiz mümkündür. Bu alanda inşa edilen kişiler arası ve meta insan arası iletişim yeniden tasarlanarak kullanıcılarının da bu yeniliklere adaptasyon sağlanması beklenmektedir (Özcan ve Keskin, 2020). Dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelere ayak uydurmanın neredeyse zorunlu hale geldiği enformasyon çağında, kullanıcılarının bu yeni uzamda gerçekleştirdikleri tüm işlemlerle alakalı asgari düzeyde bir bilgi birikimine sahip olmaları gerekmektedir.

1.5. Dijital Ayak İzi

Günümüzde kişiler teknolojik cihazları ve internet sayesinde birçok ihtiyaçlarını çevrimiçi veya çevrimdışı şekilde karşılama imkanına sahiptir. Sanal ortamda gerçekleştirilen tüm işlemler de kullanıcıları farkında olarak ya da olmaksızın kayıt altına alınmaktadır (Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019). Çevrimiçi ortamları kullanan kullanıcıların, ziyaret ettikleri her sayfanın ve tıkladıkları her bağlantının kayıt altına alındığını bilmesi gerekmektedir. Bu durumun en önemli göstergelerinden biri de dijital ayak iziyle ilgili gerçekleştirilen araştırmalarda, bazı şirketlerin adaylarını seçerken bu kişilerin dijital ayak izlerine göre birçok farklı alt başlık da dahil edilerek bir inceleme gerçekleştirdikleri ve bu bilgiler neticesinde bir profil çıkartarak işe alım kararını vermeleridir (Özbek vd., 2016).

Sosyal medya kullanımının günbegün arttığı 21. yüzyılda, kullanıcılar kendileriyle alakalı birçok bilgiyi bu ortamlarda paylaşmaktadır. Kişisel bilgiler, iş deneyimleriyle alakalı bilgiler ve sağlık bilgileri gibi birçok farklı alana dair dijital ortamda paylaşılan bu veriler, kullanıcılarının yeni birer dijital kimliğinin oluşturulmasına imkân vermektedir. Bu durumun bir bakıma kişilerin biyolojik yaşamlarından ziyade, sanal ortamda veriler yığını olarak değerlendirilmesine sebep olduğu görülmektedir (Türk, 2021). Gerçek hayatta birçok farklı özelliğe ve ilgi alanına sahip olan insanlar, bu yeni mecrada birer tüketim metası gibi değerlendirilerek sadece verileri neticesinde şirketler ve kurumlar tarafından önem kazanmaktadır.

İnternet ve diğer bilişim teknolojilerinin ilk kullanılmaya başlandığı yıllarda kullanıcılar bu imkanlara sahip olmak için belli miktarlarda ödeme yaparken, günümüzde bilişim alanında hakimiyeti bulunan şirketler ve diğer kurumlar, kullanıcılarının verileri için ödeme yapar hale gelmiştir. Değişen bu üretici- tüketici ilişkisine Facebook'un empatik işçileri örnek gösterilebilir (Aydoğan, 2016). (Facebook kullanıcıları, gündelik hayatlarındaki iletişimlerinin bir kısmını artık bu platformda gerçekleştirdikleri için, buradaki işlemleri kayıt altına alınmakta ve bu veriler de Facebook tarafından işlenmektedir. İşlenen bu bilgiler ise kişilerin dijital ayak izlerinden elde edilmektedir. Hiçbir paylaşımında bulunmayıp, bu ağ üzerinden sadece güncelleme akışını takip eden kişi, sıkça paylaşımında bulunup hayatıyla alakalı birçok görsel ve bilgiyi paylaşan kişi

kadar empatik işçi sayılmaktadır. Bu alanda gerçekleştirilen her türden etkileşim, Facebook ve iş birliği içerisindeki diğer şirketlere kar sağlamaktadır.

Dijital ayak izlerinin kullanım alanları gün geçtikçe çeşitlenmektedir. İnternette bıraktığımız izler, Orwell'ın (2019) 1984 romanındaki gibi devletlerin bizleri gözetlemesine olanak sağlamak ve bu sanal ortamda gerçekleştirdiğimiz davranışlar için bir sorumluluk üstlenmemizi de gerekli kılmaktadır. Tıpkı gerçek hayattaki gibi bu ortamda da gerçekleştirdiğimiz her türden işlemin sorumluluğunu bazen farkında olarak bazen de olmaksızın kabul etmek durumundayız. Bu sebeple, dijital ayak izi kavramının bilinirliğinin artırılması ve kullanıcıların internet kullanımını konusunda asgari düzeyde bir bilince sahip olmaları gerekmektedir.

1.5.1. Dijital Ayak İzi Farkındalığı

Dijital ayak izi farkındalığı internet ortamında diğer kişi veya kurumların erişebileceği niteliğe sahip izler bırakmamızın ardından bu izlerin neler olduğuna dair oluşan farkındalığı ifade etmektedir. Sanal ortamlarda zaman geçirirken gerçekleştirdiğimiz işlemlerin her saniye kaydedildiğine dair bir bilincin oluşması da kişinin sanal ortamdaki profilini yönetebilmesine ve şekillendirmesine olanak sağlamaktadır.

Dijital ayak izi farkındalığı genel anlamıyla dijital ayak izini yönetebilme kabiliyetini ifade etmektedir (Acele, 2020). İnternet kullanıcılarının dijital çağa ayak uydurabilmek ve dijital vatandaşlık görevlerini yerine getirebilmek için bu farkındalığa sahip olması artık toplum tarafından kabul görülmesi gereken bir beklenti haline gelmiştir. Dijital ayak izi üretimi web 2.0 teknolojisinin kullanımıyla paralel olarak artış göstermiştir. Teknolojinin sürekli gelişmesi ve teknolojik ayağına bağımlılığın her geçen gün artmasıyla dijital ayak izi farkındalığının da artması gerekmektedir (Şenel ve Yılmazdoğan, 2021).

1.5.2. Dijital Ayak İzi Yaşantısı

Dijital ayak izlerinin birer veri olarak sisteme işlenmesinden sonra, bu verilerin bizlere hayatımızın herhangi bir alanında geri dönmesi durumu dijital ayak izi yaşantısının bir kısmını oluşturmaktadır. Attığımız her e-posta, arama motorlarında gerçekleştirdiğimiz her arama ve internette üye olduğumuz her sosyal medya uygulaması, gerçekleştirdiğimiz tüm işlemlerin kaydedilmesine olanak sağlamaktadır (Bayzan, 2019).

Gerçekleştirdiğimiz en basit işlemlerden biri de sosyal medya uygulamalarında zaman geçirirken arkadaşımızın paylaştığı bir fotoğrafı beğenmemizdir. Çok basit ve önemsiz gibi görünen bu tıklama işlemi dahi big data sistemine işlenmekte ve daha sonraki internet kullanımlarımızda farklı yollardan karşımıza getirilmektedir.

Dijital ayak izi yaşantı durumunun diğer kısmı ise dijital ortamlarda gerçekleştirdiğimiz işlemlerin tamamını kapsamakta ve bir bakıma bu ortamda gerçekleştirdiğimiz işlemlerin neler olduğunu saptayarak, nasıl geri dönüşler alabileceğimize dair fikirlerimizden oluşmaktadır. Bülbül ve Taş (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada kişilerin dijital ayak iziyle alakalı en sık deneyimledikleri yaşantı durumunun dijital ortamlarda paylaştıkları düşüncelerin gerçeği yansıttığını düşünmeleridir. Bu noktada kişilerin bu ortamlarda gerçek fikirlerini yansıtmaktan geri durmadıkları görülmekte ve bu durumun kişiler açısından bir sakınca içermediği anlaşılmaktadır. Fakat bu durumun toplumun geneli düşünüldüğünde, herkes açısından her paylaşım için aynı sonucu ifade etmeyeceği de bilinmelidir.

Büyük veri kavramı hayatımıza girdiği andan itibaren, internette gerçekleştirdiğimiz işlemler hem bizim için hem de bu verilere sahip olmak isteyen üçüncü kişiler için çok daha önemli hale gelmiş ve daha önce kullandığımız güvenlik tedbirleri de bu durumda yetersiz kalmıştır (Eyüpoğlu vd., 2017). Bu kapsamda, dijital ayak izlerini yönetebilme kabiliyetinin ve kişinin dijital ayak izi yaşantı durumunda olabildiğince pozitif sonuçlar elde edebilmesi için genel bir farkındalık oluşturulmasına ihtiyaç vardır.

1.6. Çevrimiçi Araçlar

Sanal ortamda zaman geçirirken birçok farklı çevrimiçi araç kullanırız. Bu araçların yaygınlaşmasında ve geniş kitleler tarafından kullanılabilir olmasındaki en önemli etken de internet teknolojisinin gelişmesi ve etkileşimli bir yapıya sahip olmasıdır. İnternet modern toplumlarda yaygın kullanılmaya başlandıktan sonra, kullanıcılar bu ortamlarda birçok farklı işlemi gerçekleştirme imkanına sahip olmuştur (Aktaş, 2010). İnternette gerçekleştirdiğimiz işlemler de çevrimiçi olarak kullandığımız web sayfaları ve geliştirilen diğer araçlar sayesinde çeşitlenmektedir. İnternet teknolojisi ve çevrimiçi araçlar aracılığıyla sohbet, oyun, alışveriş, haberleşme, alışveriş gibi hizmetlere erişimimiz mümkün hale gelmiştir (Ayhan ve Köselören, 2019). Dolayısıyla kişiler

gerçek hayatta bazı işlemleri gerçekleştirirken daha fazla zaman ve çaba sarf ettiklerinden, bu ortamdaki uygulamaların tercih edilme oranı her geçen gün artmaktadır.

1.6.1. Sosyal Ağlar

Sosyal ağ kavramı ilk olarak Barnes tarafından 1954 yılında insan ilişkilerinin tanımlanması amacıyla kullanılmıştır (Barnes, 1954, aktaran, Arkan ve Yünter, 2018, s.2). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kişiler arasında oluşan bu bağlantının dijital ortama geçiş yaptığını görmekteyiz. Web 1.0 teknolojisinin icadının ardından internet ortamındaki etkileşim açığı da Web 2.0 teknolojisiyle giderilmiş ve sosyal ağ kavramı daha çok sanal ortamdaki iletişim ağları için kullanılmaya başlanmıştır.

21. yüzyılın başında kullanımı yaygın hale gelen Web 2.0 teknolojisiyle birlikte internet kullanıcıları pasif konumdan aktif konuma geçmişlerdir (Kapan ve Üncel, 2020). Etkileşimli bir yapıya sahip olan internet ortamında kullanıcıların en çok tercih ettiği çevrimiçi araçlardan biri de neredeyse yüz yüze iletişimin bir ikamesi olarak konumlandırabileceğimiz bu sosyal ağlardır. Kişilerin zaman ve uzamdan bağımsız şekilde iletişime geçebilmesi daha önce günümüzdeki kadar kolay değildi. Geçmişte iletişim için birçok sınırlama bulunurken, sosyal ağlar ve internet sayesinde bu sınırların azaldığını ve neredeyse yok olduğunu söylemek mümkündür (Söylemez ve Oral, 2018).

Facebook

Bilinen ilk ismi Facemash olan Facebook, Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulmuştur (Harris, 2013). Zuckerberg, öğrencisi olduğu Harvard Üniversitesi'nde öğrencilerin iletişim bilgilerinin kayıtlı olduğu bir rehber bulunmaması sebebi ile Facebook'u geliştirmiş ve ilk aşamada sadece okuldaki öğrencilerin kaydolabileceği bir sosyal platform olarak kullanılmıştır (Çelenk, 2020). Daha sonra bu platform geliştirilerek farklı ülkelerden kullanıcıların da katılabildiği global bir sosyal medya uygulaması haline almıştır.

Facebook kullanıcıları birbirlerine mesaj gönderebilmekte, arkadaşlarını görüntülü ya da sesli arayabilmekte, gündelik hayattaki ilişkilerini sanal ortamda sürdürebilmekte ve kişisel bilgilerini istedikleri kişilere görünür kılabilirlerdir (Akkaş ve Bakırtaş, 2019). Bu sosyal ağ uygulamasında diğer kişiler tarafından görüntülenebilen kişisel bilgiler,

bilinçli dijital vatandaşlar tarafından kontrol edilebilmekteyken dijital ortamlarda acemi olan kullanıcılar tarafından kontrol edilmeleri her zaman mümkün olmamaktadır.

Youtube

Youtube uygulaması kullanıcıların video yükledikleri ve diğer kişiler tarafından yüklenen videoları izledikleri bir sosyal medya uygulamasıdır. 2005 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından kurulmuştur (Bayram, 2017). Uygulama kullanıcıların erişimine ilk açıldığında aboneler Youtube'ye sadece 10 dakikalık videolar yükleyebilmekteydi. Videoların süresinin kısıtlı olmasına rağmen günde milyonlarca kişi Youtube'yi ziyaret ediyor ve izlenme rakamları artıyordu. 2006 yılında Youtube finansman sorunları yaşamaya başladı. Finansman sorunlarına çözüm bulmak amacıyla Google tarafından satın alındı ve bu satın alma işlemine rağmen 2010 yılında kurucularının şirketten ayrılmasına kadar özerk bir şekilde çalışmaya devam etti (Owings, 2017).

Youtube, video izleme uygulamaları arasında en eski ve en çok tercih edilen uygulama olarak bilinmektedir. Youtube'ye ilk video 23 Nisan 2005 tarihinde kurucularından biri olan Jawed Karim tarafından yüklenmiştir (Gök, 2019). Yüklenen videoda Karim'in hayvanat bahçesinde fillerin önünde konuştuğu görülmektedir ve bu video günümüzde 217 milyon kez izlenmiştir. Youtube'nin video izleme ve yayınlama kültürünü kitlelere aşılmasının ardından, geliştirilen birçok sosyal paylaşım uygulamasında da bu kültürün devamı niteliğinde özellikler görmektedir. En yalın örneğiyle, Youtube'den önce kurulan Facebook uygulamasının ilk yıllarda çıkış noktası sadece fotoğraflar ve yazılı metinlerden oluşurken son yıllarda video yükleme özellikleri daha sık kullanılır hale gelmiş ve reelsler, storyler gibi birçok video yükleme alanı kullanıcılara sunulmuştur.

Instagram

Instagram uygulaması kullanıcıların fotoğraflar ve videolar paylaştığı, yorum beğeni ve direkt mesaj özelliklerini barındıran bir sosyal medya uygulamasıdır. 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Kreiger tarafından kurulmuştur (Mattern, 2016). Instagram ismi İngilizce'de yer alan "instant" ve "telegram" kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır (Çalışkan, 2020). Uygulama Instagram ismini almadan önce Burbn olarak kullanıma sunulmuş fakat kısa süre sonra ismi değiştirilerek günümüzdeki halini almıştır. Instagram

ilk kurulduğunda sadece IOS yazılımına sahip cihazlar tarafından desteklenmekteydi. Daha sonra uygulamayı kullanan kişi sayısı hızla artmış ve diğer işletim sistemleri tarafından da kullanılabilir hale getirilmiştir. Uygulama kullanıcıların erişimine açıldığında çok kısa sürede beklenilenden fazla indirme gerçekleştirilmiştir. Şirketin uygulama lansmanından sonraki ilk hafta Instagram 100.000 kez indirildi ve bir sonraki hafta ise indirme sayısı iki kat daha arttı (Ellenport, 2018). Uygulamanın diğer sosyal medya uygulamalarından farklı özellikleri kullanıcıların dikkatini çekmiş ve uygulamaya olan ilgiyi arttırmıştır. Bu özelliklere hastag uygulaması ve diğer kullanıcıları etiketleme örnek verilebilir. Hastaglerin kullanımı sayesinde kullanıcılar tarafından paylaşılan gönderiler diğer tüm Instagram kullanıcıları tarafından tematik şekilde kategorize edilerek görünür kılınabilmektedir. Kişileri etiketleme özelliği ile de kullanıcılar aynı gönderide yer alan diğer kişilerle bağlantı kurabilmektedir. Sayılan bu özellikler diğer sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi sosyal etkileşimi arttırmak ve daha görünür hale gelmek için kullanıcıların sık kullandıkları özelliklerdir.

Tiktok

Tiktok uygulaması 2016 yılında ByteDance şirketi tarafından kurulmuştur. Tiktok, kullanıcılarının profillerine kısa videolar yüklediği bir sosyal medya platformudur. Tiktok diğer video paylaşım platformlarından farklı olarak çekilen videolara Tiktok kullanıcıları tarafından oluşturulan efektleri ve popüler şarkıları ekleme özelliğine sahiptir (Kızılkaya, 2022). Uygulamanın en sık kullanıldığı ülkeler Çin, Hindistan ve Türkiye'dir. Kullanıcıların kısa videolar yüklediği Tiktok uygulaması, siyasi nedenlerle ABD'de yasaklanmış ve daha sonra tekrar erişime açılmıştır. Bu kullanım kısıtına rağmen dünya çapında popülerliğini kaybetmemiştir.

Snapchat

Snapchat uygulaması, Türkçe'ye çevrildiğinde enstantane olarak adlandırabileceğimiz "snap" isimli multimedya mesajlarının gönderildiği bir sosyal medya uygulamasıdır (Csiszar, 2018). Uygulama 2011 yılında kullanıma sunulmuştur. Snapchat uygulamasının kurucuları Reggie Brown, Bobby Murhpy ve Evan Spiegel'dir. Snapchat uygulamasını diğer mesajlaşma uygulamalarından farklı kılan en önemli özellik; gizlilik esası dikkate alınarak, kişiler arasında gönderilen video ya da fotoğraflı mesajların gönderilen kişi

tarafından ne kadar süreyle erişime açık kalacağıdır. Snapchat kullanıcılarının birbirlerine gönderdikleri mesajlar en fazla 10 saniye izlenmeye açık olacak şekilde ayarlanabilmekte ve daha sonrasında gönderilen bu içerikler kaybolmaktadır (Kara, 2016). Snapchat uygulamasındaki mesajların gönderici tarafından belirlenen süre sonunda kaybolması özelliği diğer sosyal medya uygulamalarında da mevcut hale getirilmiştir. Bu özelliğin kullanımının sohbetleri ve paylaşımları anlık ve daha kısa vadeli hale getirdiği görülmektedir. Snapchat uygulamasında direkt mesaj özelliği ve hikâye özellikleri bulunmaktadır (Çapraz, 2018). Bu iki paylaşım şeklinin ortak noktası da yine bir süre sonra kaybolma özelliğine sahip olmalarıdır.

Twitter

Twitter Jack Dorsey tarafından 2006 yılında kurulmuştur. Twitter, kişilerin üyelik oluşturarak kaydolduğu, diğer kullanıcılarla kısa mesajlar ve bağlantılar paylaşabildiği diğer kullanıcıların profillerini ve mesajlarını takip edebildiği bir mikroblog uygulamasıdır. Twitter kullanıcıları, tweet adı verilen ve en fazla 280 karakter kullanılabilen kısa mesajlar paylaşabilmektedir. Karakter sınırı uygulama ilk kullanıma sunulduğunda 140 karakterden oluşmaktaydı bunun sebebi ise Twitter uygulamasının cep telefonlarından SMS temelli mesaj göndermeye dayalı olmasıydı (Ellenport, 2018). SMS gönderiminde mesaj sınırı 160 karakterden oluştuğu için, Twitter uygulamasında da kullanıcı adına 20 karakter sınırı ayrılarak metne sadece 140 karakterlik bir sınır belirlenmişti. Yıllar içerisinde Twitter kullanıcılarının artması ve bu karakter sınırını yetersiz bulmaları sebebiyle karakter limiti 280 olarak güncellenmiştir.

Twitter uygulaması kendi içerisinde hashtag, retweet ve mention gibi etkileşime yönelik özellikler barındırmaktadır. Hashtag kullanımı kişilerle paylaşılan tweetlerin etiketlenerek paylaştıkları tweetleri kategorize etmiş olur ve tweetler diğer kullanıcılar tarafından daha kolay erişilebilir hale getirilmiş olur (Tahirağaoğlu, 2017). Mention özelliği sayesinde kullanıcılar, uygulamaya üye olan ve toplumun her kesiminden bu uygulamayı kullanan kişilere direkt olarak mesaj göndermiş olurlar. Bu durumun en basit örneği olarak, sıradan bir vatandaşın Twitter üyesi bir ünlü veya siyasiyle etkileşime girebilmesi örnek verilebilir. Uygulamada bulunan retweet özelliğiyle ise kullanıcılar bir başka kullanıcının tweetini kendisini takip eden diğer üyelerle yorumlayarak ya da doğrudan paylaşabilmektedir (Polat ve diğerleri, 2021).

Twitter'ı diğer sosyal medya uygulamalarından ayıran en belirgin özelliğinin gündem oluşturma özelliği olduğu söylenebilir. Twitter siyasal iletişim açısından önemli bir noktada konumlanmıştır ve karşılıklı etkileşimi mümkün hale getirmiştir (Ulaş, 2021). Uygulama içerisinde yer alan özelliklerin de etkisiyle kullanıcılar bu platformda aktarmak istedikleri mesajları geniş kitlelere iletebilir hale gelmiştir. Bu uygulamada paylaşılan mesaj ve içeriklerin genel anlamda fikir ve düşünce bazlı olduğu bilinmektedir. Dijital ayak izi yaşantısı ve farkındalığının oluşumu açısından Twitter uygulamasını aktif kullanan kişilerin diğer uygulamaları kullanan kişilere göre daha hassas davranması gerektiği öngörülebilmektedir.

1.6.2. Web Sayfaları

Günümüzde web sayfaları teknolojiyle paralel şekilde çeşitlenmiştir.1970'li yıllardan itibaren gelişimi hızlanan bilgisayar teknolojileri Tim Berners-Lee'nin geliştirdiği web hizmeti ile birleştirilerek kişilerin yaşamlarında, ekonomik ve sosyal yapıda büyük ölçüde değişime sebep olmuştur (Baz ve Meral, 2021). İnternet kullanıcıları 90'lı yıllarda web sayfaları aracılığıyla birçok içeriğe erişebilmekteydi. Kullanıcılar içerik üretimi ile içeriğe müdahale açısından pasif konumda olmalarına rağmen bu yeni ortam daha önceki bilişim teknolojilerinden büyük ölçüde farklılıklar taşımaktaydı. 2000'li yılların başına kadar kullanılan Web 1.0 hizmeti ile tek yönlü iletişim, eskiye oranla çok daha hızlı hale gelmişti. Web 2.0 teknolojisinin 2000-2009 yılları arasında hayatımıza girmesiyle de kullanıcıları merkezine alan ve kullanıcıların içerik üretimine katılımına imkân tanıyan bir internet ortamı oluşmuştur (Ersöz, 2020). Bu yenilikçi ortamda kullanıcılar paylaştıkları içerikler ve yorumlar sebebiyle yeni bir sorumluluğa sahip olmuşlardır. Bu noktada kişilerin dijital ayak izlerinin oluşturulmaya başlandığı bilinmektedir. Web sayfalarına gerçekleştirilen ziyaretler, işlemler ve bırakılan yorumlar kullanıcıların bu alanda yeni sorumluluklar üstlenmesini zorunlu kılmıştır. Elde edilen dijital ayak izleri de anlamsal webin yani Web 3.0'ın kullanımına zemin hazırlamıştır. Web 3.0 kullanıcıların kullanım geçmişlerinden elde ettiği veriler neticesinde daha isabetli arama sonuçlarını bulmakta ve birçok kaynaktan elde ettiği bilgileri kullanıcının tercihleri doğrultusunda karşılaştırarak sunabilmektedir (Kapan ve Üncel, 2021).

1.6.3. Öğrenme Yönetim Sistemleri

Öğrenme yönetim sistemleri, toplumun eğitim ihtiyacına daha az maliyetle cevap verebilmek ve internet temelli eğitim ortamlarının yönetilmesi, planlanması ve düzenlenmesi gibi amaçlar neticesinde ortaya çıkan, öğrenme aktivitelerinin yönetimini sağlayan yazılımlara verilen genel addır (Ozan, 2008). Öğrenme yönetim sistemlerinin (ÖYS) kullanımına ülkemizde sıklıkla yükseköğretim kurumlarında rastlamaktayız (Bahçeci ve Yıldız, 2016). Üniversitelerin kendilerine ait uzaktan eğitim yazılım ve uygulamaları birer öğrenme yönetim sistemidir. Özellikle pandemi döneminde kullanımının yaygınlaştığı görülen bu uygulamalar, öğretim yönetim sistemlerinin en bilinen örnekleridir. Çoban'ın (2016) 25 üniversite ile gerçekleştirdiği çalışmada en fazla kurumun kullandığı öğrenme yönetim sisteminin Moodle olduğu belirlenmiştir.

Kullanılan öğrenme yönetim sistemleri veri madenciliğinin oluşumuna ve buna bağlı olarak öğrencilerin dijital ayak izlerinin kaydedilebilmesine olanak sağlamaktadır. Veri madenciliği yöntemi kullanılarak lisans mezunu öğrencilerin öğrenme yönetim sistemindeki hareketlerinin akademik başarısıyla ilişkisi Özbay ve Ersoy (2017) tarafından ortaya konmuştur. Öğrenme yönetim sistemlerindeki aktiflik durumu akademik başarıyla doğru orantılı olarak artış göstermektedir.

1.6.4. Wikiler

Wiki en sade tanımıyla; kolektif bir yapıya sahip, iş birliği içeren sanal iletişim ortamını ifade etmektedir (Köse, 2014). İnternet ortamında kişilerin topluluklar oluşturarak belirli amaç ve tasarımlara ulaşma çabasının sonucunda oluşturulan wikiler, enformasyon akışını da hızlandırmaktadır (Aytekin, 2012). Etkileşime açık bu web sitelerinde kullanıcılar oturum açarak çeşitli sayfalara erişir ve bu sayfalarda düzenlemeler gerçekleştirirler (Glynn-Addey, 2021). Wikipedia ve Wikileaks gibi internet sayfaları günümüzde kişiler tarafından wikilerin tanınırlığını ve anlaşılmasını sağlayan en bilinen örneklerdir.

1.6.5. Tartışma Forumları

İnternette bulunan çevrimiçi tartışma forumları, bir yöneticiye sahip olan ve bu yöneticinin site kurallarını koyduğu, üyelerle ilgili foruma kabul etme ve üyeliği reddetme gibi işlemleri uygulayabildiği çevrimiçi toplulukları ifade etmektedir (Aydm, 2016). Tartışma forumlarında wikilerden farklı olarak yöneticinin site kuralları ve site ile

ilgili kararları kendisi verebilmesi ve diğer düzenlemeleri sadece kendisinin ve yetkilendirdiği diğer yöneticilerin gerçekleştirebilmesi özelliğiyle ön plana çıkmaktadır. Tartışma forumuna üye kişiler, açılan başlık ve konularla ilgili yorumlarını ifade edebilmektedir. İnternet ortamında kişilerin fikirlerini paylaşarak aynı amaca ve ilgi alanına sahip kişilerle iletişimi sağlanmaktadır. Oluşturulan bu tartışma ortamında konuyla ilgili farklı bakış açılarının paylaşılması ve üyelerin konuyu irdelemesi, foruma erişimi olan kişilerin bilgilenmesi açısından önem taşımaktadır (Yenilmez ve Ersoy, 2013).

1.6.6. E-Posta

E-posta, kullanıcıların dijital ortamda hazırlayıp karşılıklı alışverişte bulunabildikleri iletilere verilen genel addır (Ülgen, 2008). Dijital ortamda hazırlanan bu iletiler, kişinin sahip olduğu e-posta adresinden, iletinin gönderileceği kişinin e-posta adresi seçilerek alıcısına iletilmektedir. E-postaların kullanımı kişiler ve kurumlar arasında internetin icadından günümüze gittikçe artmaktadır (Yıldız, 2017). Çevrimiçi sohbet araçlarının henüz kullanıma sunulmadığı yıllarda e-posta kullanımının mevcut olması da bu uygulamanın yıllar içerisinde farklı şirketler tarafından geliştirilerek kullanıma sunumunu yaygınlaştırmıştır. Farklı şirketlerin geliştirdikleri e-posta uygulamalarına örnek olarak; Gmail, Microsoft Outlook, Yahoo uygulamaları gösterilebilir.

1.6.7. Bulut Ortamları

Bulut bilişim; veri, bilgi, donanım, program, belge ve uygulamaların internet ortamında sanal bir depoda depolanarak belirlenen kullanıcıların erişimine sunulduğu teknolojik bir platformu ifade etmektedir (Çark, 2019). Depolanan verilere erişim, veri sahibi şirket ve kişiler tarafından belirlenerek içeriklerin güvenliği sağlanmaktadır. Mobil cihaz ve internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte bulut ortamlarının kullanımının arttığı bilinmektedir (Çark ve Akyürek, 2021). Teknolojik cihaz ve internet kullanımının artışı da kullanıcıların depolanacak verilerinin güvenilir şekilde saklanmasını gerekli kılmakta ve bu sebeple bulut ortamlarına gösterilen ilgi artmaktadır.

Kullanılan bulut ortamlarının güvenilirliği noktasında literatürde çeşitli tartışmalar bulunmaktadır. Güvenliğin tam sağlanamadığı durumlarda kullanıcıların verilerinin izinsiz yayılması gibi sakıncalı durumların ortaya çıkabileceği gerçeği öngörülmektedir.

Bu durum ise kişilerin dijital ayak izlerinin kendi kontrolleri dışında oluşmasına sebep olabilme tehlikesi taşımaktadır.

1.6.8. Bloglar

Blog, “we-blog” kelimesinin kısaltmasıdır (Karcıoğlu ve Kurt, 2009, s.51) Bloglar en sade tanımıyla güncelerin web ortamına aktarılmış halini ifade etmektedir. İnternet günlüğü olarak da adlandırılan blogların kullanımı teknik donanım ve bilgi gerektirmemektedir (Alikılıç ve Onat, 2007). Bilgisayar ve internet kullanma kabiliyetine sahip herkesin blog oluşturma, yönetme gibi işlemleri kolaylıkla gerçekleştirebileceği bilinmektedir. Kullanıcılar bloglarında tematik olarak belirli konularla alakalı paylaşımlar gerçekleştirebilir ya da blog kullanıcıları kurumlar ise kendi kurumlarıyla ilgili bilgi paylaşarak tanıtım amaçlı da bu internet uygulamalarını kullanabilmektedir. İnternet ortamında en sık kullanılan blog uygulamaları arasında Google altyapısını kullanan Blogspot uygulaması ve Wordpress bulunmaktadır.

1.6.9. Çevrimiçi Sohbet Araçları

Çevrimiçi sohbet araçları internet teknolojisi ile çalışan, kişiler arası iletişimi sağlayan platformların tamamına verilen addır. Çevrimiçi sohbet araçları kullanım amaçları ve alanlarına göre çeşitlilik göstermektedir. İş, eğitim gibi alanlarda sıkça kullanılan Zoom uygulamasından, günlük sohbetlerin gerçekleştirildiği Whatsapp uygulamasına kadar birçok farklı çevrimiçi sohbet aracı bulunmaktadır. İletişim hızını artırma arzusu ile paralel olarak bu araçların kullanım sıklığı da artış göstermektedir.

1.7. Araştırmanın Kuramsal Yaklaşımı

Araştırma konusu ile Panoptikon Kuramı ilişkilidir. Bu kuramı Foucault (1992) kurmuştur. Kuramın temelinde yer alan Panoptikon modeli Bentham’ın 1785 yılında çizdiği fakat inşasının gerçekleşmediği hapisane modelini konu edinmektedir (Paras, 2016). Panoptikon modeli, iktidarın görünmeden halk üzerindeki gözetimini mümkün hale getirmeyi amaçlayan bir hapisane modelidir. Bu modelde amaç panoptikonun bir ıslah merkezi olarak kullanımının sağlanması ve içerideki kişilerin her daim izlendikleri düşüncesine sahip olmalarıdır (Özdemir, 2020). Foucault, (1992) disiplinin sağlanması açısından panoptikon modelinin kullanım amacına uygun olduğuna değinmiş ve kişiler

arasındaki izlenme fikrinin rahatsızlık verici olabileceğini aktarmıştır. Hapishanedeki mahkumların normal şartlarda kapalı hücrelerde tutulmasının geçmişte ve günümüzde alışılabilir bir cezalandırma yöntemi olmasına karşın, Foucault bu kuramın temelinde kişilerin dış etkenlere açık ve herkesçe görülebilir birer alanda tutulmalarının disiplinin sağlanması açısından daha yararlı olacağı görüşünü savunmaktadır.

Kuramın ileri sürdüğü en önemli fikir; toplumda görülmeden gözetim altında tutan bir hapishane sisteminin hâkim olduğudur. Özellikle günümüzde devletlerin kişileri denetlemek ve hareketlerinin kontrol altında tutulmasını sağlayabilmek için dijital ortamlardan elde edilen verilerden faydalandığı bilinmektedir. Bu verilerin devletler ve diğer kurumlar tarafından görünür olması, kişilerin dijital ortamlarda kendi otokontrollerini sağlamalarını gerekli kılmıştır. Kişilerde otokontrolü gerekli kılan bu sistemin devletlerin denetim yükünü azaltacağı da tahmin edilebilir bir olgudur.

Foucault'un Panoptikon Kuramı, şu temel kabullerden yola çıkmaktadır: Toplum iktidar tarafından görülmekte ama görememektedir. İktidarın gözü olarak aktarılan göz imgesi, eski dönemlerden beri kullanılmakta ve kişilerin her davranışının izlenebileceğini, iktidarın her şeyden haberdar olduğunu ifade etmektedir (Özdel, 2012). İktidarı tanımlayan bu göz, panoptikon hapishane sistemi tarafından bir muhafızla temsil edilmektedir. Muhafız, etrafını çevreleyen hücrelerin her birini görebilmekte ve mahkumların mahremiyet olgusu yok edilmektedir (Kaygısız, 2017). Mahkumlar, iktidar nezdinde bir bilginin nesnesi iken, kendi açılarından asla bir iletişim öznesi olamamaktadır (Foucault, 1992). Bilinçli ve sürekli bir görünürlük yaratılmış olması kişilerin hapishane sistemindeki iletişim ortamlarını kısıtlamış ve otokontrolleri sayesinde iktidarın yükünün azaltılması amaçlanmıştır. Bu durum bireylerin sürekli diken üstünde olmalarını sağlarken aynı zamanda denetimin şeklini değiştirmiş ve daha geçerli bir sistem olarak kabul edilmiştir.

Panoptikon kavramı ilk ortaya çıktığında mimari bir hapishane modeli iken, 18. Yüzyıldan itibaren felsefi bir kurama dönüşmüştür. Bentham'ın geliştirdiği bu mimari model Foucault tarafından felsefi bir kurama dönüştürüldükten sonra kişilerin hali hazırda bir panoptikon içerisinde yaşadıkları fikri yayılmaya başlamıştır. İktidar, suçluyu cezalandırırken halka göz dağı vermektedir fakat sonraları bir başkaldırı görülmesi olasıdır bu sebeple iktidar halk üzerindeki hakimiyetini sürdürebilmek için insanları

mekanlar üzerinde kontrol etme yoluna gitmektedir (Aktaş, 2019). Günümüzde de kişiler birebir iktidar ya da diğer kontrol edici güçler tarafından somut bir gözetime tabii tutulmazken, kendileri görünür olduklarının farkında olduklarından otokontrolleri artmış ve böylelikle iktidarın gözünün her daim üzerlerinde olduğunun bilincine varmışlardır.

Panoptikon Teorisi'nde hâkim olan toplumun gözetlendiği düşüncesi, içinde bulunduğumuz dijital çağda da hakimdir. Kişilerin sanal ortamda gerçekleştirdikleri tüm davranışlar ve etkinlikler dijital ayak izleri olarak depolanmakta ve izlenmektedir. Bu noktada teoride değinilen gözetimin günümüzde sadece suçluların gözetimi olmaktan çıkarak, herkesin gözetlendiği bir sistem olarak işleyişini sürdürdüğü bilinmektedir (Anamur ve Topsakal, 2019). Bireyler sosyal sistemlerin bir parçası olarak dijital ortamlarda aktif olduklarında bu ortamlardaki dijital ayak izleri ve yaşantı durumları kaydedilerek kendi aleyhlerinde birer suç unsuru taşıma potansiyelini barındırmaktadır. Bu nedenle dijital ayak izi ve yaşantı durumu kavramlarının farkındalığı panoptikon teorisinde değinildiği üzere otokontrolün sağlanması açısından önem taşımaktadır.

1.8. Literatür Taraması

Literatüre bakıldığında dijital ayak izi ve internet kullanımıyla alakalı çeşitli bilimsel çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan ilkinin Çoklar, Gündüz ve Özbek (2016) lise öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık ve yaşantılarının belirlenmesi konusunda yapmıştır. 2014-2015 yıllarında gerçekleştirilen çalışma, lise öğrencilerinin dijital ortamları kullanırken sanal ortamdaki deneyimlerinin ve bu ortamda bıraktıkları dijital ayak izlerinin ne derece farkında olup olmadıklarını saptamaya yöneliktir.

316 lise öğrencisiyle gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek olduğu ve olumsuz yaşantılarının da tersi yönde, düşük olduğu görülmüştür. Dijital ayak izi farkındalıkları incelenen öğrencilerin en çok kişisel bilgilerinin güvenliği konusunda önlem aldıkları ve farkındalık oluşturdukları saptanmıştır. Ortak alanlarda kullanılan internetin tehlikelerinden olan, bilgilerin başkaları tarafından görülebileceği farkındalığı ise yine yüksek seviyede saptanmıştır. Öğrencilerin en düşük farkındalıkları ise dijital ortamda yaptıkları paylaşım ve kaynakların diğer insanlarla haberleri olmaksızın paylaşılması sonucunda küçük düşürebilecekleriyle ilgilidir. Öğrencilerin dijital ortamlarda paylaşılan bilgilerin ileride öğrencilerin karşısına çıkabileceği ve internet ortamında gerçekleştirilen işlemlerin

istenildiği durumda tespit edilebileceğine dair farkındalıklarının da yüksek olduğu saptanmıştır. Dijital ayak izi yaşantı durumları incelendiğinde öğrencilerin en çok karşılaştıkları yaşantı durumları, daha önce ziyaret ettikleri web sayfalarının içerikleriyle alakalı reklamlarla karşılaşmaları olarak belirlenmiştir. En düşük yaşantı durumu ise öğrencilerin internet ortamında yaptıkları paylaşımlar nedeniyle cezai yaptırıma uğraması maddesiyle ilgilidir. Elde edilen diğer veriler cinsiyet faktörüne göre değerlendirildiğine ise kız ve erkek öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları arasında anlamlı bir farkındalık saptanmazken, erkeklerin dijital ayak izi yaşantı durumlarının kız öğrencilere oranla daha fazla olumsuzluk barındırdığı görülmüştür.

Çoklar, Gündüz ve Özbek (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada lise öğrencilerinin dijital farkındalık ve yaşantı durumları incelenmiştir. Bu çalışmada ise yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumları incelenmiştir. Farklı bir yaş aralığına uygulanması dolayısıyla iki çalışma arasında farklılık bulunmaktadır.

İkinci çalışmayı İnce ve Koçak (2017) gerçekleştirmiştir. Kişilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ortaya konduğu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları incelenmiştir. Çalışma 520 üniversite öğrencisiyle yapılmıştır. Sosyal medya kullanımı incelenen öğrencilerin bu davranışlarının hangi etkenlere göre değişiklik gösterdiği gibi sorulara cevap verilmiştir.

Çalışmada yükseköğrenim öğrencilerinin kitle iletişim araçlarını kullanım pratikleri incelenmiş, en çok kullandıkları aracın ise internet olduğu bulunmuştur. Sırasıyla en çok kullanılan diğer kitle iletişim araçları ise televizyon, sosyal medya, gazete şeklinde devam etmektedir. Öğrencilerin en az kullandıkları kitle iletişim araçları ise dergi ve radyo olarak belirlenmiştir. Cinsiyete göre haftalık kullanım pratiklerine bakıldığında ise erkeklerin kadınlardan daha az internet kullanımı gerçekleştirdiği görülmektedir. Öğrenciler sosyal medyayı en çok eğlenmek ve rahatlamak için kullanırken, en az da kişisel sunum ve profil bilgilerini paylaşma konusunda kullanmaktadır. Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç da sosyal medyaya duyulan güven ile sosyal medya kullanım süresinin paralel artış gösterdiği yönündedir. Sosyal medya ortam ve uygulamalarına güvenen öğrencilerin, sosyal medyada geçirdikleri sürenin arttığı sonucu elde edilmiştir. Genel olarak sosyal medyaya güven seviyesi ise orta derecede saptanmıştır. Kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medyayı daha uzun süre kullandıkları ve bu durumla doğru

orantılı olarak yine sosyal medyaya güven seviyelerinin erkeklere oranla daha fazla olduğu saptanmıştır. Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç ise öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin orta seviyede olmasıdır. Kadın öğrencilerin, erkek öğrencilerden daha yüksek sosyal medya bağımlılığı olduğu tespit edilmiştir.

İnce ve Koçak (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışma, dijital ortamları en çok kullandığı bilinen genç bireylerle gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya kullanım pratikleri ve alışkanlıkları incelenen öğrencilerin yine bu ortamlarda gerçekleştirdikleri işlemlerle ilgili farkındalıklarının ve yaşantı durumlarının ortaya konması da bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Bu araştırma konusuyla alakalı bir diğer çalışma Buchanan ve diğerleri (2017) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma Avustralya’da yaşayan 10-12 yaş aralığındaki 33 ilkokul öğrencisiyle yapılmıştır. İlkokuldan liseye geçiş döneminde olan çocukların, dijital ayak izi kavramından ne anladıkları ve dijital ayak izlerini ne tür stratejilerle yönettikleri araştırılmıştır. Çevrimiçi olmayı tercih eden çocukların, bu yaş aralığında internette kolayca ayak izlerini bıraktıkları bilinmektedir. Öğrencilerin bıraktıkları bu dijital ayak izlerini gereken şekilde yönetip yönetemedikleri gibi sorular cevaplanmıştır.

Dijital ayak izinin sosyal ve profesyonel alanda öneminin arttığı bilinmesine rağmen çocukların bu kavramı nasıl algıladıkları hakkında fazla bilgi bulunmamaktadır. Gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin çevrimiçi ortamları en çok arkadaşlarla ve aileyle iletişim kurma, okul dersleri için araştırma yapma, Youtube platformunda video izleme, çevrimiçi oyun oynama ve ilgi alanlarını keşfetme amaçları için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çocuklar dijital ortamda birçok farklı aktiviteyi gerçekleştirme imkanına sahipken, kişisel cep telefonu olan öğrenci sayısının oldukça az olduğu bulunmuştur. Çevrimiçi olmak öğrenciler için sıradan bir durum sayılmaktadır. Ebeveynlerin çocuklarını dijital ortamda takip ve kontrol etmesi ise çevrimiçi ortam kullanımının yaygın kullanımının aksine çok daha az yaygın bulunmuştur. Kavramsal olarak dijital ayak izine hâkim olan öğrencilerin genel olarak dijital ortamdaki paylaşımlarını ve güvenliklerini kontrol ettikleri görülmüştür. Öğrenciler arasında en sık kullanılan ve en popüler olarak tanımladıkları sosyal medya uygulaması Instagram olarak belirlenmiştir. Bu uygulamayı kullanan öğrencilerin birçoğunun hesabı gizlidir ve gönderi paylaşımı konusunda bilinçli oldukları görülmüştür. Instagram uygulamasının paylaşım yapmaktan

daha çok aile ve arkadaşlarla mesajlaşmak için kullanıldığı belirlenmiştir. Basit ve hızlı ara yüzü sayesinde tercih edilen uygulamanın ayrıca güvenli olduğu da öğrenciler tarafından dile getirilmiştir.

Buchanan ve diğerleri (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmada dijital ayak izi kavramının çocuklar arasında ne derece bilindiği ve dijital ayak izlerini hangi stratejilerle yönettiklerine dair sorular cevaplanmıştır. Çalışma gerçekleştirilen öğrencilerin dijital ayak izi kavramına dair bilinci yüksek olarak belirlenmiştir. Özellikle pozitif ayak izi kavramının geliştirilmesi açısından paylaşımların kontrollü gerçekleştirildiği ve profesyonel hayata geçişte dijital ayak izinin ne derece önemli olduğu bilinci çocukların büyük çoğunluğunda yaygın şekilde tespit edilmiştir. Bu araştırmada ise dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantı durumunun tespiti üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda tespit edilmiştir ve zaman, yer, hedef kitle gibi faktörler bakımından diğer çalışmadan farklılık göstermektedir.

Bu çalışma konusuyla alakalı dördüncü araştırma Sürmeli ve Seferoğlu (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yükseköğrenim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumları incelenmiştir. Çalışma grubunu yurt içindeki 41 üniversiteden 508 yükseköğrenim öğrencisi oluşturmaktadır. Öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumları cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi ve en uzun yaşanılan yer gibi farklı faktörlere göre incelenmiştir.

Öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Dijital ayak izi farkındalığı genel olarak yüksek olan öğrencilerin bir diğer alt boyut olan dijital ayak izi kavramının anlamına dair farkındalıkları ise orta seviyede tespit edilmiştir. Sanal ortamda gerçekleştirilen davranışların ne gibi getirileri ve götürüleri olduğuna dair genel bilincin oluşturulabilmesi açısından kavrama ilişkin farkındalığın yüksek olması gerekmektedir. Öğrencilerin çevrimiçi araçlarda kendilerine sunulan gizlilik ayarlarının farkındalığı ise en yüksek seviyede tespit edilen farkındalık durumunu ifade etmektedir. Öğrencilerin en uzun süre yaşadıkları yer de dijital ayak izi farkındalıklarını etkilemiştir. Araştırmanın diğer ana boyutunu oluşturan dijital ayak izi yaşantı durumu düşük seviyede saptanmıştır, ayrıca dijital ayak izi yaşantı seviyesi kız öğrencilerde erkek öğrencilerden daha da düşüktür. Dijital ortamda gerçekleştirilen işlemler sonrasında, kişilerin karşılaştıkları reklamların arama sonuçlarıyla alakalı olma durumu ise dijital ayak izi

yaşantısı boyutunda en yüksek oranda karşılaşılan yaşantı durumu olarak saptanmıştır. Fakat dijital ayak izi yaşantı durumlarında bir değişim olmamıştır. Öğrenciler dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri paylaşımlarda kendi düşüncelerini yansıtıp yansıtmadıklarına dair yaşantı durumu boyutunda da diğer yaşantı durumlarına göre en yüksek seviyede tespit edilmiştir.

Sürmelioğlu ve Seferoğlu'nun (2019) çalışmasında elde edilen veriler yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi konusundaki eğilimlerini ortaya koyarak birçok değişken açısından incelenmesini sağlamıştır. Bu çalışma gerçekleştirildiği zaman aralığı olarak değişiklik göstermekte ve çalışmanın uygulandığı mekân ile uygulandığı hedef kitle açısından alana katkı sağlaması hedeflenmektedir. Bu çalışmada elde edilen veriler Sakarya Üniversitesi öğrencilerinden elde edilmiş ve dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumunun saptanabilmesi noktasında, elde edilen verilerin ülke çapına genellenebilmesi açısından önem arz etmektedir.

Bu araştırma konusuyla alakalı gerçekleştirilen bir diğer çalışma Dağhan ve Kuh Karyeli (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada sayısal ayak izi konulu bir ders tasarımı oluşturularak, seçilen örneklem grubundaki ortaokul 5. ve 6. sınıf öğrencilerine bu ders 7 hafta boyunca verilmiş ve derste elde edilen bilgiler sonrasında öğrencilerin dijital ayak izi ve dijital vatandaşlık konusundaki akademik başarılarına etkisi incelenmiştir. Çalışma başlangıcında ilk bir hafta öğrencilere dijital ayak izi ön testi yapılmış ve 7 hafta sonunda ders neticesinde elde edilen bilgilerin akademik başarıya etkisini ölçmek amacıyla son hafta da son test uygulanmıştır.

Elde edilen verilere göre derslerden önce öğrencilerin dijital ayak izi ve dijital vatandaşlık kavramları hakkındaki bilgilerinin yetersiz olduğu bulunmuştur. Derslerden sonraki hafta gerçekleştirilen son testte ise öğrencilerin dijital ayak izi ve dijital vatandaşlık konusundaki akademik başarılarının arttığı sonucu elde edilmiştir. Bilişim Teknolojileri ve Yazılım derslerinde elde edilen edinimlere ek olarak bu çalışmada eğitimi verilen yeni edinimlerin konularının boyutları şu şekildedir; etik değerler, sayısal vatandaşlık, gizlilik ve güvenlik, dijital zorbalık, dijital ayak izi ve araştırma. Öğrenciler işlenen dersler sonrasında, sayılı alanlarda yetkinlik kazanmış ve dijital çağın getirilerine uyum sağlayacak bilgiyi bu ders tasarımı sayesinde elde etmişlerdir. İnternette bırakılan sayısal ayak izleriyle alakalı bilinç oluşturulması ve bu ayak izlerinin yönetilmesi

noktasında yetkinlik kazanan öğrenciler gerçekleştirilen son testte başarı sağlamışlardır. Dijital ayak izi kavramı hakkındaki farkındalığın arttırılmasını amaçlayan çalışmada, tasarlanan dersin öğrencilerin farkındalıklarını olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Gerçekleştirilen araştırmada elde edilen veriler, ilköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi ve sayısal vatandaşlık konusundaki yetkinliklerinin ölçülmesi ve akademik başarılarına etkisini konu edinmiştir. Bu çalışmada ise, dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumlarının ölçülmesi amacıyla yükseköğretim öğrencileri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Modern çağın en önemli getirilerinden biri sayabileceğimiz teknolojinin her geçen gün yenilenen ve eklenerek gelişen yapısı neticesinde, teknolojiyi en sık kullandığı bilinen genç kesimin dijital ayak izi ve yaşantı durumlarının ortaya konması gerekmektedir.

Bu araştırma konusuyla alakalı altıncı çalışma Tutgun Ünal ve Deniz tarafından (2020) gerçekleştirilmiştir. Çalışmada sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri araştırılmıştır. Çalışmada 516 sosyal medya kullanıcısının bu ortamlarda süreklilik ve yetkinlik olmak üzere iki yeterliliği ortaya konmuştur.

Patlama Kuşağı (Baby Boomer), X, Y ve Z olarak ayrılan kuşakların genel olarak sosyal medya kullanım düzeyleri orta seviyede tespit edilmiştir. 1945-60 yılları arasında doğan Patlama Kuşağı ve X kuşağının internet teknolojisi ile daha geç tanıştığı bilindiğinden, bu iki sosyal medya kuşağının yeni ortamlara adaptasyon sağladığı bilgisi elde edilmiştir. Yine bu kuşakların politik içerikleri de en çok beğenen kuşaklar olduğu bulunmuştur. Patlama Kuşağı ve X kuşağının internet kullanım süresi incelendiğinde ise interneti en sık 1-3 saat arası kullandıkları görülmektedir. 1981 ve 2000 yılları arasında doğan Y kuşağı, sosyal medya kullanımı konusunda kendilerini diğer kuşaklardan daha yetkin olarak tanımlamaktadır. Y kuşağına dahil olan internet kullanıcıları, Z kuşağına göre internet ortamında süreklilik kazandıklarını belirtmiştir. Sosyal medyayı günde 3 saatten fazla kullandığını belirten kesim ise, diğer kullanıcılara oranla kendilerini süreklilik ve yetkinlik konusunda daha ileri seviyede görmektedir. Sosyal medya kullanımı günde 4 saati geçtiğinde ise yetkinlik konusunda bir değişim yaşanmadığı görülmüştür. Günde 7 saatten fazla sosyal medya kullanımına sahip bireyler ise Y ve Z kuşağında anlamlı bir çoğunluk göstermektedir. Kuşaklara göre kullanılan internet uygulamalarına bakıldığında ise Patlama Kuşağı ve X kuşağı olarak adlandırılan yaş grubunun en çok Facebook, Y ve

Z kuşaklarının ise Instagram uygulamasını kullanmayı tercih ettikleri sonucu elde edilmiştir.

Gerçekleştirilen çalışmada elde edilen veriler sosyal medyadaki yaş kuşaklarının internet ve sosyal medya ortamlarındaki yetkinliklerini ve sürekliliklerini ortaya koymuştur. Araştırmada elde edilen veriler yaş ortalamasının artışıyla, bu ortamların kullanımının farklılaştığını ortaya koymuştur. Teknolojiyi en çok kullandığı bilinen Z kuşağının, internet kullanım süresi de diğer kuşaklara göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu çalışmada da yine interneti en çok kullandığı bilinen kesimin yani sosyal medya kuşaklarından Z kuşağına mensup olan yükseköğretim öğrencilerinin bu ortamlardaki dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantı durumu incelenmiştir.

Dijital ayak izi ile ilgili yedinci çalışma Acele (2020) tarafından yapılmıştır. Çalışmada bilişim teknolojisi öğretmenlerinin ve öğretmen adaylarının sayısal ayak izi farkındalık düzeyleri incelenmiştir. Çalışma 78 bilişim teknolojileri öğretmeni ve 266 bilişim teknolojileri öğretmen adayıyla gerçekleştirilmiştir.

Dijital ayak izi farkındalıkları incelenen bilişim teknolojileri öğretmen adaylarının sanal ortamlarda karşılıklarına getirilen gizlilik sözleşmelerini büyük ölçüde okuduktan sonra onayladıkları görülmüştür. Öğretmen adayları, üçüncü kişiler tarafından kişisel verilerine ulaşılmasına büyük ölçüde izin verdiklerini belirtmiştir. Kişisel verilere ulaşılmasına izin verilen uygulamalar arasında popüler sosyal medya uygulamalarından olan Facebook, Instagram ve Google gibi uygulamalar bulunmaktadır. Öğretmenlerin %78'lik kısmının çevrimiçi itibar durumlarını kontrol etmek amacıyla kendi ad soyadlarını Google'de arattıkları bulunmuştur. Öğretmen adayları ise çevrimiçi itibarlarını kontrol etme noktasında %1'lik fazla oranla, öğretmenlerden daha fazla kontrol sağladıklarını aktarmıştır. Öğretmen adayları dijital kimliklerini yönetebilme ve kontrol noktasında kendilerini öğretmenlerden daha yeterli seviyede görmektedir. Medya okuryazarlık becerileri ölçülen bilişim teknolojileri öğretmenleri en çok kimlik ve finansal bilgilerini korumayı tercih etmektedir. Öğretmen adaylarında ise bu bilgilerin korunmasının öğretmenlere göre daha az öncelik taşıdığı sonucu elde edilmiştir. Bilişim teknolojileri öğretmenlerinin bilgilerini koruma noktasında verilerini paylaşırken öğretmen adaylarına göre daha dikkatli davrandığı sonucu elde edilmiştir.

Acele'nin (2020) gerçekleştirdiği çalışma, bilişim teknolojileri öğretmenleri ve öğretmen adaylarının dijital ayak izi farkındalıklarını ölçmeye yöneliktir. Bilişim alanına hâkim olma noktasında öğrencilerine farkındalık kazandırması gereken kişilerle gerçekleştirilen çalışma, gerçekleştirildiği kişilerin meslekleri, nitelikleri ve katılımcıların yaşları açısından bu araştırmadan farklılık göstermektedir. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin alanda uzmanlık geliştirmedikleri faktörü göz önüne alınarak, çalışmanın uygulanacağı hedef kitlenin nitelikleri ve çalışmanın gerçekleştirildiği zaman dilimi açısından farklılık göstermektedir. Yükseköğretim öğrencileri, diğer yaş ve meslek gruplarına göre sanal ortamlarda gerçekleştirdikleri paylaşımların niceliği bakımından en yoğun kullanıma sahip grubu oluşturmaları açısından bu çalışmanın gerçekleştirildiği grup olarak belirlenmiştir.

Bu araştırma konusuyla alakalı diğer çalışma Bülbül ve Taş (2021) tarafından yapılmıştır. Çalışmada, sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izi farkındalıkları araştırılmıştır. Çalışma örneklemini farklı yaş gruplarından olan 231 kişi oluşturmaktadır.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir. Dijital ayak izi yaşantı durumları ise farkındalık faktörüne göre daha azdır. Sosyal medya kullanıcıları arasında dijital ayak izi farkındalığı cinsiyet açısından bir farklılığa sebep olmamıştır. Dijital ayak izi yaşantı durumları araştırıldığında ise erkek sosyal medya kullanıcılarının, kadın sosyal medya kullanıcılarına oranla daha fazla dijital ayak izi yaşantı durumuna sahip oldukları saptanmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının yaşlarına göre farkındalık ve yaşantı durumlarında ise yine bir değişiklik gözlemlenmemiştir. En uzun yaşanan yere göre gerçekleştirilen değerlendirme de yine anlamlı bir farklılık elde edilmemiştir. Kullanıcıların internet ve bilgisayar kullanımıyla paralel olarak dijital ayak izi yaşantıları da artış göstermektedir. Yine internet ve bilgisayar kullanımı açısından kendisini çok yeterli hisseden kullanıcıların, orta düzeyde yeterli ve yetersiz hisseden diğer gruplara oranla dijital yaşantı durumlarının da arttığı görülmüştür. Kullanıcıların en sık karşılaştıkları yaşantı durumunun ise daha önce gerçekleştirdikleri aramalarla alakalı sonuçların karşısına reklam olarak çıkmasıdır. En az karşılaşılan yaşantı durumu ise yine önceki çalışmayla paralel olarak dijital ortamlarda gerçekleştirilen paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kalma durumudur. İnternette daha fazla zaman geçiren kişilerin dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumları da daha az zaman geçiren kişilere göre artmaktadır.

Çalışmada elde edilen veriler her yaş grubundan sosyal medya kullanıcısının dijital ayak izi farkındalıklarını ve yaşantı durumlarını konu edinmiştir. Gerçekleştirilen çalışmada elde edilen veriler; çalışmanın gerçekleştirildiği yaş grubu, yer ve hedef kitlenin belirlenmesinde etkili olan sosyal medya kullanıcıları gibi spesifik bir alana yönelimi açısından bu çalışmadan farklılık göstermektedir. Bu çalışmada yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi yaşantı durumları ve farkındalık durumları tespit edilerek alana katkıda bulunulmuştur.

Araştırma konusuyla alakalı dokuzuncu çalışma Yılmaz Soylu, Demiröz ve Akkoyunlu (2021) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ortaokul öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumları incelenmiştir. Çalışmada 393 ortaokul öğrencisinin cep telefonu ve sosyal medya kullanımı gibi dijital ayak izi farkındalıklarını etkileyebilecek diğer davranış ve bilgileri toplanarak bu etkenlere göre dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumları belirlenmiştir.

Çalışmada kız öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının kişisel bilgi paylaşımı ve çevrimiçi oyunlar boyutunda erkek öğrencilerden daha fazla olduğu saptanmıştır. Sınıflar açısından kişisel bilgi paylaşımından önce düşünme boyutuna bakıldığında, 5. sınıf öğrencilerinin 6. ve 7. sınıflardan daha yüksek dijital ayak izi farkındalığına sahip oldukları ve kişisel bilgilerini paylaşırken daha temkinli davrandıkları görülmüştür. Sınıf ve yaş ortalaması düştükçe öğrencilerin teknolojiye erişim noktasında ebeveynlerinin kontrolüne tabii olabilecekleri ihtimali de çalışmada değinilen bir diğer noktadır. Cep telefonu kullanım süresine göre öğrencilerin dijital ayak izi farkındalığına bakıldığında, cep telefonlarını daha az kullanan öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Günde bir saat veya bir saatten az cep telefonu kullanan öğrencilerin günlük cep telefon kullanım süresi uzun olan öğrencilere göre kişisel bilgilerini paylaşmadan önce daha fazla düşündükleri belirlenmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kullanımları açısından dijital ayak izi farkındalıkları incelendiğinde ise, sosyal medyayı daha az kullanan öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medyayı kullanırken kendileriyle alakalı bilgileri paylaşma noktasında, bu ortamlara görece mesafeli duran kesimin dijital ayak izi farkındalığının diğer öğrencilere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Gerçekleştirilen çalışmada ortaokul 5, 6 ve 7. sınıf öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantıları incelenmiştir. Çalışmada elde edilen veriler hedef kitlenin yaş grubunun farklı olmasından ve çalışmanın gerçekleştirildiği zaman açısından bu çalışmayla farklılık göstermektedir. Teknolojik aygıtlarla daha uzun zamandır tanışıklığı olan üniversite öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarının ölçülmesi bu açıdan önem taşımaktadır.

Araştırma konusuyla alakalı bir diğer çalışma Şenel ve Yılmazdoğan (2021) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma turizm sektöründe X, Y ve Z kuşaklarının dijital ayak izi farklılıklarını ortaya koymuştur. Çalışma, katılımcıların seyahatleri öncesinde, seyahatleri esnasında ve sonrasındaki sosyal medya paylaşımlarını ve dijital etkinliklerini konu alarak kuşakların pazarlama faaliyetlerine etkileri ortaya konmuştur.

Çalışmada sosyal medyayı en aktif kullanan kuşağın, diğer çalışmalarda elde edilen verilerle paralel olarak yine Z kuşağı olduğu sonucu elde edilmiştir. Dijital ayak izi kavramına en hâkim kuşaklar ise Y ve Z kuşaklarıdır. Y kuşağının, dijital ayak izi kavramıyla alakalı bilgisi diğer iki kuşağa göre daha yüksek seviyededir. X kuşağındaki sosyal medya kullanıcıları ise kavramın anlamını tanımsal olarak bilmemekle beraber, dijital ayak izi kavramına dair tahminlerde bulunabilmektedir. Dijital ortamlarda gerçekleştirilen işlemlerin gizliliğiyle alakalı farkındalığı en yüksek olan grup Y kuşağıdır. Çevrimiçi gizlilik konusunda en çok bilgiye sahip olan grup Y kuşağı olmasına rağmen, sosyal medya hesaplarındaki gizlilik ayarları genel olarak herkese açık şekilde ayarlanmıştır. Paylaşımlarını sadece arkadaşları ve tanıdıklarına açık kullanan grup ise X kuşağıdır. Dijital ayak izi ve gizlilik kavramlarına hakimiyet noktasında en son sırada olmasına rağmen, X kuşağı sosyal medya hesaplarında diğer kesimlerden daha dikkatli davranmayı tercih etmektedir. Sosyal medyada ziyaret edilen destinasyonlarla alakalı en sık paylaşım gerçekleştiren kuşak Z kuşağıdır. Z kuşağının sosyal medyada gizlilik ve mahremiyet konusundaki farkındalıklarının az olması durumu da bu veriyi desteklemektedir. Tüm sosyal medya kuşaklarının seyahat öncesi ve seyahat esnasında dijital ayak izi bırakma eğilimleri yüksek seviyede saptanmıştır fakat seyahat sonrasında gerçekleştirilen sosyal medya paylaşımları ve dijital ayak izleri incelendiğinde ise Y ve Z kuşaklarının iz bırakma eğilimi azalmaktadır. Sosyal medya kuşaklarının en sık kullandıkları sosyal medya uygulamalarına bakıldığında ise, diğer çalışmalarla paralel

olarak X kuşağının en çok kullandığı uygulama Facebook iken, Y ve Z kuşaklarının kullandıkları ise Instagram ve Yotutube şeklinde belirlenmiştir.

Gerçekleştirilen çalışmada sosyal medya kuşaklarının seyahatleri öncesi sonrası ve esnasında bıraktıkları dijital ayak izi farklılıkları incelenmiştir. Bu çalışmada ise Z kuşağı mensubu bireylerden oluşan yükseköğretim öğrencilerinin genel dijital ayak izi ve farkındalık durumları incelenmiştir.

Bu araştırma konusuyla alakalı diğer çalışma Işık (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada dijital çağ kuşaklarının farklılıkları, dijital yerliler ile dijital göçmenlerin teknoloji kullanım özellikleri araştırılmıştır. Gerçekleştirilen çalışmada, dijital yerlileri oluşturan Z Kuşağı'nın diğer jenerasyonlardan farklı olarak hangi teknoloji kullanım alışkanlıklarına sahip oldukları gibi alt başlıklar incelenmiştir. Çalışma 14-16 yaş arası 306 lise öğrencisi ve dijital göçmenleri temsil eden 101 öğretmenden elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada incelenen kuşaklar; dijital yerliler olarak anılan lise öğrencileri ve Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması Kuşağı ve X kuşaklarından herhangi birinin üyesi olan öğretmenlerdir. Öğrencilerin, bir diğer adıyla teknolojik yerlilerin teknoloji kullanımları demografik özelliklerine göre değişiklik göstermezken, teknolojiyi kullandıkları derslere göre değişiklikler barındırmaktadır. Dijital göçmenlerin de yine aynı doğrultuda demografik farklılıklarına göre dijital seviyelerinde farklılık olmadığı sonucu elde edilmiştir. Dijital göçmenlerin ve dijital yerlilerin bilgisayara ve internete erişim konusunda sorun yaşamadıkları görülmüştür. Tüm katılımcıların MP3 çalar, oyun konsolu ve çevirmeli internete erişimleri incelendiğinde erişimin olmadığı sonucu elde edilmiştir. Bu teknolojik aygıtların günümüzde diğer aygıtlara oranla daha az yaygın olduğu düşünüldüğünde bu sonucun elde edilmesi tahmin edilebilir bir durumdur. Yine kişisel dijital cihazların kullanımında da katılımcıların yüksek kısmının sadece kendi kullanımları için bu cihazlara erişimleri olduğu gözlemlenmiştir. Öğrencilerin okul çalışmalarında dijital ortam kullanma istekleri öğretmenlerden daha yüksektir. Bu doğrultuda eğitim alanında teknolojiyi daha çok kullanmak istedikleri sonucu elde edilmiştir. Dijital göçmen olarak değerlendirilen öğretmenlerin ise teknolojiyi, iş becerilerini geliştirme alanında daha fazla kullandıkları görülmektedir. Dijital yerliler, dijital teknolojileri eğitim alanında kullanma noktasında dijital göçmenlerden daha

istekliyen, bu teknolojilerin kullanımından sağlayacakları fayda noktasında öğretmenlerden daha az emin olmaktadır.

Gerçekleştirilen çalışmada dijital yerli ve dijital göçmen olarak adlandırılan kuşakların internet ve teknoloji kullanımları, bu alanlardaki benzerlik ve farklılıkları incelenmiştir. Bu çalışmada ise dijital yerliler kuşağı üyesi üniversite öğrencilerinin dijital ayak izi ve dijital ayak izi farklılıkları incelenmiştir.

Bu araştırma konusuyla alakalı son çalışma Kaya (2020) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ortaöğretim öğrencilerinin dijital vatandaşlık ve dijital okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. 847 öğrenciyle gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin dijital vatandaşlık ve dijital okuryazarlık seviyeleri cinsiyet; sınıf düzeyi ve internette günlük harcanan süre gibi değişkenlere göre incelenmiştir.

Çalışmada öğrencilerin dijital vatandaşlık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Dijital vatandaşlık seviyesi cinsiyetlere ve sınıf düzeyine göre farklılık göstermemektedir. İnterneti 1-2 yıldır ve 5 yıldan fazla kullanan öğrencilerin ise dijital vatandaşlık seviyeleri daha az kullanan öğrencilere göre daha yüksek olarak saptanmıştır. Günlük internet kullanım süresine göre dijital vatandaşlık seviyesine bakıldığında ise herhangi bir farklılık gözlemlenmemiştir. Öğrencilerin dijital okuryazarlık seviyeleri de yine dijital vatandaşlık seviyeleri gibi yüksektir. Dijital vatandaşlık seviyesi cinsiyete göre farklılık göstermezken, dijital vatandaşlık seviyesi cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Erkek öğrencilerin dijital okuryazarlık seviyelerinin kız öğrencilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Dijital okuryazarlık seviyesinde ise öğrenim görülen sınıflara göre fark olmadığı belirlenmiştir. İnterneti 5 yıldan fazla kullanan öğrencilerin dijital okuryazarlık seviyeleri daha az internet kullananlardan daha yüksektir. Yine internet kullanım süresine gün içindeki periyotlara göre bakıldığında ise, interneti günde 5 saatten fazla kullanan öğrencilerin dijital okuryazarlık seviyeleri daha az kullananlardan yüksektir. Öğrencilerin dijital vatandaşlık seviyesi yükseldikçe, dijital okuryazarlık seviyeleri de yükselmiştir. Dijital okuryazarlık ve dijital vatandaşlık kavramlarının birbirlerini pozitif yönde etkilediği ve yine dijital okuryazarlığın da dijital vatandaşlık seviyesiyle aynı doğrultuda olduğu sonucu elde edilmiştir.

Gerçekleştirilen çalışmada lise öğrencilerinin dijital okuryazarlık ve dijital vatandaşlık seviyeleri incelenmiştir. Bu kavramların öğrencilerin sınıf, cinsiyet, internet kullanım

sürelerine göre seviyesi saptanmıştır. Bu çalışmada ise yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantı durumları incelenecektir. Çalışmalar gerçekleştirildikleri konu, yaş grubu, yer ve zaman açısından farklılık göstermektedir. Bu çalışmada elde edilen verilerin, farklı ve görece daha güncel bir konuyu ele aldığından dolayı alan yazına katkı sağlaması beklenmektedir.

Literatür genel olarak incelendiğinde, dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı kavramlarının günlük yaşantımızda daha sık rastladığımız kavramlar olduğunu görmekteyiz. Buna karşın bu konu ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen çalışmalarda değerlendirilen hedef kitlelerin farklı yaş grupları ve statülerdeki kişilerden seçildiği görülmektedir. Genel tabloya bakıldığında dijital ayak izi farkındalığının yüksek olduğu sonucu elde edilmektedir. Dijital ortam kullanıcılarının çoğu bu alanda gerçekleştirdikleri işlemlerin daha sonraki yaşamlarını etkileyeceğinin bilincinde olduklarını aktarmıştır. Sanal ortamda gerçekleştirilen işlemlerin kaydı, kullanımı ve kişiler hakkında genel bir izlenim oluşturduğu olgusu kullanıcılar tarafından kabul görmektedir. Yapılan çalışmalarda dijital ayak izlerinin, kullanıcılar için kurum ve şirketler tarafından değerlendirilirken, reklam ve içerik üretilirken göz önünde tutulduğunun bilincinde olduğunu ortaya koymaktadır.

BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, Panoptikon Kuramı'nda belirtilen görülmeden gözetleme anlayışının günümüzdeki işleyişini temel alarak öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumlarının incelenmesi ile ilgilidir. Yükseköğretim öğrencilerinin dijital ortamlarda sık vakit geçirmektedir ve bu doğrultuda öğrencilerin genel bilinçlerinin ne durumda olduğu araştırılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler anket veri toplama aracıyla elde edilmiştir. Anketler yüz yüze gerçekleştirilmiş ve toplanan veriler değerlendirilmiştir.

2.2. Araştırma Soru ve Hipotezleri

Araştırma 1 Temel Araştırma Sorusu ve 7 alt problemden oluşmaktadır.

2.2.1. Araştırma Sorusu

Yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantı durumları nedir?

2.2.2. Alt Problemler

1. Yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ne seviyededir?
2. Yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi yaşantı durumları ne seviyededir?
3. Dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantısı cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?
4. Dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantısı yaşa göre farklılık göstermekte midir?
5. Dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantısı sınıf düzeyine göre farklılık göstermekte midir?
6. Dijital ortamlarda harcanan sürelere göre dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantısı farklılık göstermekte midir?
7. En uzun süre yaşanan yerlere göre dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantısı farklılık göstermekte midir?

2.3. Araştırmanın Evreni

Araştırmanın evrenini 2022-2023 eğitim-öğretim yılında eğitimine devam eden 1615 Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencisi oluşturmaktadır.

2.4. Araştırmanın Örnekleme

Çalışma, evreni temsilen SAÜ İletişim Fakültesi'nde eğitim gören 310 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. 12 anket uygunsuz olduğu için değerlendirilmemiştir. Öğrencilerin seçilmesinin nedeni örnekleme kolay ulaşım sağlama ve bu yaş grubunun sosyal medya ile teknoloji kullanımının diğer yaş gruplarından yüksek olmasıdır. Basit rastlantısal yöntem ile seçilen örneklem grubuyla anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

2.5. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak Sürmeli ve Seferoğlu (2019) tarafından hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" ve "Yükseköğrenim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Durumları Anketi" isimli veri toplama araçları geliştiren kişilerden gerekli izinler alınarak kullanılmıştır. Sürmeli ve Seferoğlu (2019) tarafından hazırlanan anket için bir madde havuzu oluşturulmuş, sonrasında dört uzman görüşü alınmış ve bir ölçme uzmanı tarafından kontrol edilerek ankete Sürmeli ve Seferoğlu son halini vermiştir. Dijital Ayak İzi Farkındalığı Anketi'nin Cronbach's Alpha değeri. 87, Dijital Ayak İzi Yaşantısı Anketi'nin Chronbach's Alpha değeri. 78 olarak bulunmuştur.

Gerçekleştirilen araştırmada kişilerin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantı durumları demografik özellikleriyle birlikte değerlendirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, belirlenen öğrencilerle yüz yüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan iki veri toplama aracı da daha önce benzer çalışmalarda kullanılmıştır.

Katılımcıların demografik ve kişisel bilgilerini belirlemek amacıyla "Kişisel Bilgi Formu" hazırlanmıştır (Sürmeli ve Seferoğlu, 2019). Formun ilk bölümünde 9 soru bulunmaktadır. Bu sorular katılımcıların; cinsiyeti, yaşı, üniversiteleri, fakülteleri, sınıfları, çevrimiçi araçları kullanma konusunda yeterli hissetme düzeyleri, üniversiteden önce yaşadıkları yer ve kişiye ait kullanılan çevrim-içi araçları belirlemeye yöneliktir. Anketin "İnternet'e Bağlanma Durumları" isimli ikinci kısmında katılımcıların internete

bağlanma durumlarını belirlemek amaçlı 2 soru bulunmaktadır. Bu sorular katılımcıların internete bağlandıklarında en sık kullandıkları ortamları belirlemek ve günlük internet/bilgisayar kullanma süresini belirlemek amacıyla yöneltilmiştir. Anketin üçüncü kısmı olan “Çevrim-içi Araçları Kullanma Durumu” isimli üçüncü kısımda katılımcıların bilgisayar ve internet kullanım amaçlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Üçüncü kısımda katılımcıların çevrim-içi araçları kullanma durumlarının belirlenmesine yönelik sorular bulunmaktadır. Sosyal ağlar, web sayfaları, öğrenme yönetim sistemleri gibi çevrim-içi araçların hangi sıklıklarla kullanıldığı belirlenmiştir.

Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Durumları Anketi’nde dijital ortamlarda gerçekleştirilen işlemlerle ilgili görüşler alınmıştır. Hazırlanan bu anket iki kısımdan oluşmaktadır. Anketin ilk kısmı, “Dijital Ortamlarda Gerçekleştirilen İşlemler” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde 12 madde bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümü “Dijital Ortam Yaşantıları” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde de 16 madde bulunmaktadır.

Dijital ayak izi farkındalık durumu için 12, dijital ayak izi yaşantı durumu için 16 maddelik bir anket formu oluşturulmuştur, formda toplamda 28 madde yer almaktadır (Sürmeli ve Seferoğlu, 2019). Ölçek maddeleri beşli likert yöntemiyle hazırlanmıştır. Dijital ayak izi farkındalık durumlarının belirlenmesi amacıyla hazırlanan ölçekteki derecelendirme ifadeleri sırasıyla; Hiç katılmıyorum, katılmıyorum, orta derecede katılıyorum, katılıyorum ve tamamen katılıyorum şeklindedir. Dijital ayak izi yaşantı durumunun belirlenmesi için hazırlanan anketteki derecelendirme ise; hiçbir zaman, nadiren, bazen, genellikle ve her zaman şeklinde ifade edilmiştir.

2.6. Veri Analizi

Elde edilen anket verileri, IBM SPSS Statistic 29 programında analiz edilmiştir. Bulgular; frekans dağılımları, bağımsız örneklem t-Testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Tukey testi kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. 310 kişinin katılım gösterdiği ankette 12 anket boş bırakıldığı ve uygunsuz örnekleme dahil öğrenciler tarafından cevaplandığı için değerlendirme dışı bırakılmıştır.

2.7. Araştırmanın Varsayımları

- 1.Anket gerçekleştirilen katılımcıların sorulara gerçek ve samimi cevaplar verdiği varsayılmıştır.
- 2.Katılımcılar en az bir teknolojik cihaza sahiptirler veya kullanmaktadırlar.
- 3.Katılımcılar dijital ortamlara erişim sağlamaktadır.

2.8. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma 14/18 Kasım 2022 tarihleri arasında, basit rastlantısal örnekleme yöntemi ile ulaşılan 310 Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencisine uygulanmıştır. 12 öğrencinin anketlere uygun cevaplar vermemesi sebebiyle 288 öğrencinin anketi değerlendirmeye alınmıştır.

BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN BULGU VE YORUMLARI

3.1. Bulgular ve Yorum

Araştırmanın sonuç kısmı olan bu bölümde, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinden elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler, katılımcıların farklılaşan özelliklerine göre analiz edilmiştir. Dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumlarının öğrencilerin cinsiyet; yaş, sınıf, en uzun süre yaşanan yer ve bilgisayar/internet kullanım sürelerine göre değişiklik gösterip göstermediği soruları cevaplanmıştır.

3.2. Katılımcıların Özellikleri

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Kadın	148	51,4	51,4	51,4
Erkek	140	48,6	48,6	100,0
Toplam	288	100,0	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1’de araştırmaya katılan Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin cinsiyet dağılımları görülmektedir. Tabloya göre toplam öğrenci sayısı (N=288) ile ifade edilmektedir. Katılımcıların %51,4’ünü kadın öğrenciler, %48,6’sını erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Anket sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda, cinsiyet dağılım dengesinin büyük ölçüde sağlandığı görülmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Yaş Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
15-18	18	6,3	6,3	6,3
19-22	210	72,9	72,9	79,2
23-26	54	18,8	18,8	97,9
27-32	5	1,7	1,7	99,7
33+	1	0,3	0,3	100,0
Toplam	288	100,0	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2, ankete katılan 288 öğrencinin yaş dağılımlarını göstermektedir. Katılımcıların yaş dağılımları; %6,3'ü 15-18, %72,9'u 19-22, %18,8'i 23-26, %1,7'si 27-32, %0,3'ü 33+ yaş aralığı şeklindedir. Anket katılımcılarının büyük bir kısmını 19-22 yaş aralığındaki öğrenciler oluşturmaktadır. 19-22 yaş aralığındaki kişilerin genel anlamda üniversite çağındaki kişilerin temsili olarak değerlendirilebilecek nitelikte olduğu söylenebilir. Dolayısıyla dijital ayak izi yaşantı ve farkındalığının değerlendirilmesi noktasında bu yaş grubunun incelenmesi önem taşımaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Eğitim Gördükleri Bölüm Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Gazetecilik	71	24,7	24,7	24,7
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	103	35,8	35,8	60,4
İletişim ve Tasarımı	81	28,1	28,1	88,5
Radyo Televizyon ve Sinema	33	11,5	11,5	100,0
Toplam	288	100,0	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3'te, gerçekleştirilen araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin eğitim gördükleri bölümler görülmektedir. Örnekleme dahil olan kişilerin %24,7'sini Gazetecilik Bölümü, 35,8'ini Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, %28,1'ini İletişim ve Tasarımı Bölümü, %11,5'ini Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü öğrencileri oluşturmaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Sınıf /Eğitim Düzeyleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
1. Sınıf	60	20,8	20,8	20,8
2. Sınıf	77	26,7	26,7	47,6
3. Sınıf	70	24,3	24,3	71,9
4. Sınıf	81	28,1	28,1	100,0
Toplam	288	100,0	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4’te ankete katılan öğrencilerin %20,8’ini oluşturan 60 kişinin 1. sınıfa gittiği, %26,7’lik paya sahip 77 kişinin 2. sınıfa gittiği, %24,3’lük kesime karşılık gelen 70 kişinin 3. sınıfa gittiği ve %28,1’lik kesimi ifade eden 81 kişinin 4. sınıfa gittiği görülmektedir. Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre dağılımlarındaki payların birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Üniversiteye Gelmeden Önce Yaşanılan Yerleşim Yeri (En Uzun Süre Yaşanılan Yer)

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Köy	14	4,9	4,9	4,9
Kasaba	8	2,8	2,8	7,6
İlçe Merkezi	66	22,9	22,9	30,6
İl Merkezi	43	14,9	14,9	30,6
Büyükşehir	157	54,5	54,5	100,0
Toplam	288	100,0	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5’te öğrencilerin en uzun süre yaşadıkları yerlerin dağılımı görülmektedir. Öğrencilerin %4,9’unun köy, %2,8’inin kasaba, %22,9’unun ilçe merkezi, %14,9’unun il merkezi, %54,5 inin en uzun süre büyükşehirde yaşadıkları sonucu elde edilmiştir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun en fazla yaşadıkları yerler büyükşehirlerdir.

3.3. Katılımcıların İnternet/Bilgisayar ve Çevrim-içi Araç Kullanım Bilgileri

Tablo 6: Kullanılan Çevrim-içi Araçlar

	Frekans	Yüzde
Akıllı Telefon	285	99,0
Dizüstü Bilgisayar	215	74,7
Masaüstü Bilgisayar	78	27,1
Tablet	65	22,6
Diğer (Akıllı saat vb.)	6	2,1
Herhangi Bir Bilgisayar Kullanmıyorum	2	0,7

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

SAÜ İletişim Fakültesi öğrencilerinin en çok kullandığı çevrim-içi araç akıllı telefonlardır. Öğrencilerin %99'unun akıllı telefon kullandığı görülmektedir. Bunu sırasıyla %74'le dizüstü bilgisayar, %27,1'le masaüstü bilgisayar, %22,6 ile tablet, %2,1'le diğer çevrim-içi araçlar takip etmektedir. Hiç bilgisayar kullanmayan kişi sayısı ise 2 olarak bulunmuştur.

Tablo 7: Çevrim-İçi Araç Kullanma Konusunda Yeterli Hissetme Düzeyi

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Hiç Yeterli Değil	3	1,0	1,0	1,0
Yeterli Değil	10	3,5	3,5	4,5
Orta	60	20,8	20,8	25,3
Yeterli	113	39,2	39,2	64,6
Tamamen Yeterli	102	35,4	35,4	100,0
Toplam	288	100,0	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Öğrencilerin önemli bir çoğunluğu %39,2(113) ve %35,4(102) çevrim-içi araç kullanma konusunda kendini yeterli ve tamamen yeterli hissetmektedir. Bu durum öğrencilerin iletişim fakültesinde eğitim görmelerinin yanı sıra, teknolojiye erişimin geçmiş yıllara oranla daha kolay hale gelmesi ile açıklanabilir. Diğer yandan çevrim-içi araçları

kullanırken kendini yetersiz hissedenlerin toplam yüzdesi ise 4,5tir. Bu oranın günümüz şartlarına göre yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 8: İnternete Bağlanılan Ortamlar

İnternet'e bağlanılan ortamların kullanım sıklığı	Hiç	%25	%50	%75	%100	Toplam
Ev	4,2 (12)	2,8 (8)	11,5 (33)	22,6 (65)	59,0 (170)	100,0 (288)
Okul	9,4 (27)	26,0 (75)	26,0 (75)	18,4 (53)	20,1 (58)	100,0 (288)
İşyeri	65,3 (188)	12,2 (35)	7,6 (22)	2,8 (8)	12,2 (35)	100,0 (288)
Kafe	31,9 (92)	25,7 (74)	21,2 (61)	9,4 (27)	11,8 (34)	100,0 (288)
Öğrenci Yurdu	42,0 (121)	6,9 (20)	13,2 (38)	19,4 (56)	18,4 (53)	100,0 (288)
Akıllı Telefon	1,0 (3)	0,7 (2)	2,4 (7)	14,2 (41)	81,6 (235)	100,0 (288)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda ankete katılan öğrencilerin internete bağlanırken en çok kullandıkları ortamı akıllı telefonlar oluşturmaktadır. Öğrencilerin %81,6'sı akıllı telefonlarını yüzde yüz oranla internete bağlanmak için kullandıklarını ifade etmiştir. Akıllı telefonların mobil olma özelliği, bu ortamın diğer ortamlardan daha sık tercih edilmesinin bir sebebi olarak değerlendirilebilir. İnternete en sık erişilen ikinci ortam ise ev ortamıdır. Öğrencilerin internet kullanımının en az olduğu ortamlar ise işyeri ve öğrenci yurtları olarak belirlenmiştir.

Tablo 9: Günlük İnternet Kullanım Süresi

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamsal Yüzde
Hiç Kullanmıyorum	3	1,0	1,0	1,0
1 Saatten Az	4	1,4	1,4	2,4
1-3 Saat	69	24,0	24,0	26,4
4-6 Saat	145	50,3	50,3	76,7
7-9 Saat	47	16,3	16,3	93,1
10 Saat ve Üzeri	20	6,9	6,9	100,0
Toplam	288	100,0	100,0	

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 9’da katılımcıların %50,3’ünün günlük internet kullanım süresi 4-6 saat arası olarak belirlenmiştir. İnterneti 1-3 saat kullananların sıklığı ise ikinci sırada yer almaktadır. 10 saat ve üzeri internet kullanan kişiler %6,9 ile 20 kişiyi ifade etmektedir. Tabloda interneti hiç kullanmadığını veya 1 saatten az kullandığını ifade eden kişilerin sayısı %2,4 olarak bulunmuştur.

Tablo 10: Bilgisayar ve İnternet Kullanım Amaçları

Maddeler		1	2	3	4	5	6	Topla m	X	Ss
1. Sohbet etmek için	%	1,7	1,4	4,5	7,3	12,8	72,2	100,0	5,44	1,08
	f	(5)	(4)	(13)	(21)	(37)	(208)	(288)		
2. Arama yapmak için	%	2,4	1,4	3,5	9,7	19,8	63,2	100,0	5,32	1,13
	f	(7)	(4)	(10)	(28)	(57)	(182)	(288)		
3. Yeni bilgilere erişmek için	%	0,3	1,4	2,1	11,8	25,7	58,7	100,0	5,37	,913
	f	(1)	(4)	(6)	(34)	(74)	(169)	(288)		
4. Dosya indirmek için	%	2,1	4,9	9,4	17,4	35,4	30,9	100,0	4,71	1,24
	f	(6)	(14)	(27)	(50)	(102)	(89)	(288)		
5. Güncel olayları/haberleri okumak için	%	0,7	0,3	2,4	11,5	27,1	58,0	100,0	5,37	,890
	f	(2)	(1)	(7)	(33)	(78)	(167)	(288)		
6. Müzik dinlemek için	%	0,3	1,4	2,8	6,3	20,1	69,1	100,0	5,51	,883
	f	(1)	(4)	(8)	(18)	(58)	(199)	(288)		
7. Televizyon/video/film seyretmek için	%	4,2	4,2	9,0	8,7	24,0	50,0	100,0	4,94	1,41
	f	(12)	(12)	(26)	(25)	(69)	(144)	(288)		
8. Oyun oynamak için	%	22,9	8,3	14,2	15,3	16,3	22,9	100,0	3,62	1,86
	f	(66)	(24)	(41)	(44)	(47)	(66)	(288)		
9. Sitelerde gezinti (sörf) yapmak için	%	1,7	3,1	9,0	17,7	24,3	44,1	100,0	4,92	1,23
	f	(5)	(9)	(9)	(7)	(70)	(44)	(288)		

					(26	(51	(127				
)))				
10. Alışveriş yapmak için	%	5,9	7,6	31,6	23,3	18,1	13,5	100,0	3,80	1,35	
	f	(17)	(22)	(91)	(67)	(52)	(39)	(288)		7	
11. Web sayfası/sitesi tasarımı yapmak için	%	56,6	9,0	13,2	5,9	8,0	7,3	100,0	2,21	1,66	
	f	(163)	(26)	(38)	(17)	(23)	(21)	(288)		8	
12. İnternet'te ders videoları izlemek, çözemediği problemin çözümünü aramak vs. derslerle ilgili işlemler yapmak için	%	11,8	6,9	14,6	20,8	31,3	14,6	100,0	3,96	1,54	
	f	(34)	(20)	(42)	(60)	(90)	(42)	(288)		5	
13. Bilgi ve kaynak paylaşımı için	%	13,5	6,6	8,3	21,2	25,0	25,3	100,0	4,13	1,67	
	f	(39)	(19)	(24)	(61)	(72)	(73)	(288)		9	
14. İletişim kurmak için	%	0,7	1,4	2,8	6,6	14,9	73,6	100,0	5,54	,924	
	f	(2)	(4)	(8)	(19)	(43)	(212)	(288)			
15. Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal ağları takip etmek için	%	1,0	0,3	2,4	4,5	9,4	82,3	100,0	5,67	,840	
	f	(3)	(1)	(7)	(13)	(27)	(237)	(288)	7		

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcılar bilgisayar ve interneti en sık sosyal medya uygulamalarını takip etmek ($X=5,667$) ve iletişim kurmak ($X=5,54$) amacıyla kullanmaktadır. Katılımcıların dijital ayak izlerini en çok bu amaçlarla kullandıkları ortamlarda bıraktıkları görülmektedir. Dijital ayak izi yaşantı durumlarının ise yine; sosyal medya uygulamaları ve sohbet/iletişim için

kullanılan ortamlarda gerçekleştiği söylenebilir. Öğrenciler bilgisayar ve internette en az ortalamaıyla web sayfası tasarlamak (X=2,21) ve oyun oynamak (X=3,625) amacıyla zaman geçirmektedir.

Tablo 11: Çevrimiçi Araçları Kullanım Durumu

Maddeler		1	2	3	4	5	Toplam	X	Ss
Öğrenme Sistemleri (Blackboard, vb.)	Yönetim (Moodle, Edmodo vb.)	% 53,8 (155)	17, 4	14, 2	10, 1	4,5 (13)	100,0 (288)	1,94	1,221
		f)	(50)	(41)	(29))		
Sosyal ağlar (Facebook, Twitter, Instagram vb.)		% 0,3 (1)	2,4 (7)	4,9 (14)	17, 7	74,7 (215)	100,0 (288)	4,63	,719
		f))	(51)))		
Web sayfaları (içerik, yapılan yorumlar vb.)		% 4,5 (13)	7,3 (21)	13, 5	25, 0	49,7 (143)	100,0 (288)	4,07	1,152
		f)	(39)	(72)))		
Wiki		% 33,0 (95)	16, 0	22, 9	18, 4	9,7 (28)	100,0 (288)	2,55	1,365
		f)	(46)	(66)	(53))		
Tartışma Forumları		% 27,8 (80)	23, 6	27, 4	11, 5	9,7 (28)	100,0 (288)	2,51	1,274
		f)	(68)	(79)	(33))		
e-Posta (Gmail, Hotmail, Outlook, Yandex vb.)		% 2,8 (8)	6,9 (20)	19, 1	28, 8	42,4 (122)	100,0 (288)	4,01	1,070
		f)	(55)	(83)))		
Bulut dosya paylaşımı ortamları (OneDrive, vb.)		% 19,4 (56)	13, 2	25, 3	23, 3	18,8 (54)	100,0 (288)	3,08	1,375
		f)))))		

Dropbox, Google Drive vb.)			(38	(73	(67					
)))					
Ağ günlüğü (Blog)	%	45,8	23,	17,	7,6	5,2	100,0			
	f	(132	6	7	(22	(15)	(288)	2,02	1,189	
)	(58	(51)					
))						
Çevrim-içi sohbet araçları (WhatsApp, Skype, Messenger vb.)	%	1,0	1,0	6,9	12,	78,1	100,0			
	f	(3)	(3)	(20	8	(225	(288)	4,65	,743	
))	(37)				
)))					
Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük vb. platformlar	%	22,2	19,	24,	17,	17,0	100,0			
	f	(64)	8	0	0	(49	(288)	2,86	1,388	
			(57	(69	(49	(49)				
)))					

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 11’de katılımcıların dijital ayak izlerini en fazla ve en az hangi çevrim-içi araçlarda bıraktıkları incelenmiştir. En fazla dijital ayak izi bırakılan çevrim-içi araç, çevrim-içi sohbet araçları (X=4,65) olarak belirlenmiştir. En çok dijital ayak izi bırakılan ikinci araç ise sosyal ağlar (X=4,63) olarak bulunmuştur. Öğrencilerin en az dijital ayak izi bıraktıkları araçlar ise sırasıyla öğrenme yönetim sistemleri (X=1,94) ve ağ günlükleri (X=2,02) olarak belirlenmiştir. Ağ günlüklerinin 2000’li yılların başında popüler olduğu düşünüldüğünde bu sonuçların bulunması olağan karşılanmaktadır.

3.4. Alt Problemler

Alt Problem1

Tablo 12: Dijital Ayak İzi Farkındalık Durumu Yanıtlarının Dağılımı

Maddeler	1	2	3	4	5	Topla m	X	Ss	
1. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı üslup açısından birçok kez gözden geçirip paylaştım.									
%	4,5	4,2	15,	40,6	35,1	100,0	3,9	1,04	
f	(13	(12	6	(117	(101)	(288)	7	0	
))))					
2. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı imla açısından birçok kez gözden geçirip paylaştım.									
%	3,5	5,6	21,	39,2	30,6	100,0	3,8	1,02	
f	(10	(16	2	(113	(88)	(288)	7	0	
))))					
3. Dijital ortamlardaki bilgilerimin okul, iş veya özel yaşantımda karşıma çıkabileceğinin farkındayım.									
%	1,7	3,8	12,	38,5	43,4	100,0	4,1	,915	
f	(5)	(11	5	(111	(125)	(288)	8		
))))					
4. Dijital ortamlardaki bilgi paylaşımlarımın gelecekte mesleki veya özel yaşantımda karşıma çıkma ihtimali nedeniyle dikkatli davranırım.									
%	4,2	6,6	15,	37,5	36,5	100,0	3,9	1,07	
f	(12	(19	3	(108	(105)	(288)	5	6	
))))					
5. Dijital ortamlarda yaptığım her türlü işlemin kayıt altında olacağını bilirim.									
%	1,4	3,5	12,	36,1	46,9	100,0	4,2	,895	
f	(4)	(10	2	(104	(135)	(288)	3		
))))					

6. Dijital ortamlarda yaptığım hiçbir işlemin gizli kalmayabileceğinin farkındayım.									
	%	2,4	5,2	12,5	35,4	44,4	100,0	4,1	
	f	(7)	(15)	(36)	(102)	(128)	(288)	4	,989
7. İnternet kafe, ortak kullanımlı bilgisayar laboratuvarları vb. ortamlarda bilgilerimin/paylaşımlarımın başkalarının eline geçme ihtimali olduğunun farkındayım.									
	%	1,0	4,5	11,1	39,9	43,4	100,0	4,2	
	f	(3)	(13)	(32)	(115)	(125)	(288)	0	,884
8. Dijital ortamlarda başkasının görmesini istemediğim kişisel bilgilerimi kimsenin kullanmaması için gerekli önlemleri alırım.									
	%	2,8	6,3	21,9	31,9	37,2	100,0	3,9	1,04
	f	(8)	(18)	(63)	(92)	(107)	(288)	4	4
9. Çevrim-içi araçların (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarının farkındayım.									
	%	1,0	3,8	14,2	38,5	42,4	100,0	4,1	
	f	(3)	(11)	(41)	(111)	(122)	(288)	7	,886
10. Çevrim-içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarımı kullanıyorum.									
	%	2,1	8,3	13,9	35,4	40,3	100,0	4,0	1,03
	f	(6)	(24)	(40)	(102)	(116)	(288)	3	1
11. Çevrim-içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarımı sürekli gözden geçirip düzenlerim.									
	%	8,0	10,1	27,4	26,0	28,5	100,0	3,5	1,22
	f	(23)	(29)	(79)	(75)	(82)	(288)	6	4

12. Dijital ayak izi kavramı hakkında bilgim var.		17,	11,	15,					
	%	4	8	6	24,7	30,6	100,0	3,3	1,46
	f	(50	(34	(45	(71)	(88)	(288)	9	1
)))					
								3,9	1,03
Dijital ayak izi farkındalık ortalaması:								7	8

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 12'deki veriler katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının hangi seviyede olduğunu göstermektedir. Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıkları ($X=3,97$) yüksek düzeydedir. Tabloda dikkati çeken veri, öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları yüksek olmasına rağmen, dijital ayak izi kavramı hakkındaki bilgilerinin ($X=3,39$) daha az olmasıdır. Kavramsal olarak farkındalık hakkında bilgi sahibi olan kişiler, farkındalık geliştirmiş olan kişilerden az bir kesimi ifade etmektedir ve sahip olunan bilginin ölçülmesi için yöneltilen soru, bu anketteki en düşük ortalamayı almıştır.

Alt Problem 2

Tablo 13: Dijital Ortam Yaşantı Durumu

Maddeler		1	2	3	4	5	Toplam	X	Ss
1. Dijital ortamlarda									
bilgim dışında benim adıma hesap açıldığı oldu.	%	63,9	16,7	13,2	2,8	3,5	100,0	1,65	1,038
	f	(184)	(48)	(38)	(8)	(10)	(288)		
2. Dijital ortamlarda									
bilgim dışında benim adıma paylaşım yapıldığı oldu.	%	63,9	16,0	13,5	4,9	1,7	100,0	1,64	1,001
	f	(184)	(46)	(39)	(14)	(5)	(288)		
3. Dijital ortamlarda									
paylaştıklarım nedeniyle zor duruma düştüğüm zamanlar oldu.	%	69,1	16,7	7,3	4,5	2,4	100,0	1,54	,979
	f	(199)	(48)	(21)	(13)	(7)	(288)		
4. Dijital ortamlarda									
paylaşımlarımın bazılarında dolayı pişmanlık duyduğum oldu.	%	51,7	24,7	13,2	4,5	5,9	100,0	1,88	1,162
	f	(149)	(71)	(38)	(13)	(17)	(288)		
5. Geçmişte yaşadığım									
olayların dijital ortamda gün yüzüne çıkması sebebiyle tedirgin olduğum zamanlar oldu.	%	64,9	14,6	10,4	4,5	5,6	100,0	1,71	1,164
	f	(187)	(42)	(30)	(13)	(16)	(288)		
6. Dijital ortamlarda									
kimseye haber vermeden oluşturduğum profillerimi tanıdıklarımın	%	63,5	13,5	13,5	5,6	3,8	100,0	1,72	1,125
	f	(183)	(39)	(39)	(16)	(11)	(288)		

öğrendiğini fark ettiğim zamanlar oldu.

7. Dijital ortamlarda ailemden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle ailemle tartışmalarım oldu.

%	80,6	8,3	6,3	3,1	1,7	100,0		
f	(232)	(24)	(18)	(9)	(5)	(288)	1,37	,870

8. Dijital ortamlardaki iletişim içerisinde bulunduğum kişilerden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığım oldu.

%	78,8	9,0	8,3	1,7	2,1	100,0		
f	(227)	(26)	(24)	(5)	(6)	(288)	1,39	,872

9. Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım.

%	90,6	3,8	2,8	1,7	1,0	100,0		
f	(261)	(11)	(8)	(5)	(3)	(288)	1,18	,662

10. Dijital ortamlarda yaptığım arama sonuçlarının içerikleri dijital ortamlarda karşıma reklam olarak çıkmaktadır.

%	10,1	5,9	7,6	19,4	56,9	100,0		
f	(29)	(17)	(22)	(56)	(164)	(288)	4,07	1,337

11. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin aile yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişe duymaktayım.

%	62,5	19,8	10,4	3,5	3,8	100,0		
f	(180)	(57)	(30)	(10)	(11)	(288)	1,66	1,049

12. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin mesleki yaşamımı

%	55,2	22,6	11,1	4,9	6,3	100,0		
f	(159)	(65)	(32)	(14)	(18)	(288)	1,84	1,183

**olumsuz etkilemesinden
endişesi duymaktayım.**

13. Dijital ortamlarda

yaptığım paylaşımlar, %	10,1	7,3	17,0	22,2	43,4	100,0		
gerçek düşüncelerimi f	(29)	(21)	(49)	(64)	(125)	(288)	3,81	1,332

yansıtmaktadır.

14. Çevrim-içi

araçlardaki paylaşımlar olumlu	beni yönde	%	12,5	20,1	34,0	19,8	13,5	100,0		
		f	(36)	(58)	(98)	(57)	(39)	(288)	3,01	1,202

etkilemektedir.

15. Çevrim-içi

araçlardaki kişiler olumlu etkilediğimi düşünmekteyim.	diğer yönde	%	11,5	18,8	27,8	26,0	16,0	100,0		
		f	(33)	(54)	(80)	(75)	(46)	(288)	3,16	1,234

16. Çevrim-içi

araçlardaki benim hakkımdaki düşüncelerinin olumsuz olmasından endişe etmekteyim.	kişilerin	%	42,7	22,6	19,8	9,0	5,9	100,0		
		f	(123)	(65)	(57)	(26)	(17)	(288)	2,12	1,227

Dijital ayak izi yaşantı ortalaması: 2,11 1,09

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 13'te öğrencilerin dijital ayak izi yaşantılarının ($X=2,11$) düşük düzeyde olduğu bulunmuştur. Daha önce gerçekleştirilen çalışmalarda da dijital ayak izi yaşantısı benzer düzeylerde tespit edilmiştir. Katılımcıların dijital ayak izi yaşantıları düşük düzeyde olmasına rağmen, dokuzuncu maddede verilen, yasal durumlarla karşı karşıya kalma durumu 3 kişi tarafından deneyimlenmiştir. Katılımcıların en yüksek yaşanmışlığı ($X=4,07$), dijital ortamlarda yaptıkları arama sonuçlarının içeriklerinin reklam olarak yine dijital ortamlarda karşılına çıkmasıdır. Ortalaması en yüksek maddelerden diğeri ise ($X=3,81$) kullanıcıların gerçek hislerini dijital ortamlara yansıttıklarına dair maddedir.

Dijital ortam kullanıcılarının bu ortamda düşüncelerini paylaşma noktasında samimi davrandıkları söylenebilir.

Alt Problem 3

Tablo 14: Dijital Ayak İzi ve Yaşantı Durumunun Cinsiyete Göre Dağılımı

			Cinsiyet	N	X	Ss	t	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı		İzi	Kadın	148	4,15	,578	4,714	,000
			Erkek	140	3,78	,725		
Dijital Ayak İzi Yaşantıları		İzi	Kadın	148	2,12	,549	,260	,795
			Erkek	140	2,10	,567		

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 14’te kadın ve erkek öğrencilerin dijital ayak izi yaşantıları ($t= 260, p>,795$) arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Diğer yandan kadın ve erkek öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları ($t=4,714, p<,000$) arasında anlamlı düzeyde bir farklılık vardır. Bu doğrultuda dijital ortamlarda kadın öğrencilerin farkındalıkları ($X=4,15$) erkek öğrencilerden ($X=3,78$) yüksek olarak ölçülmüştür.

Alt Problem 4

Tablo 15: Dijital Ayak İzi ve Yaşantı Durumunun Yaşa Göre Dağılımı

			Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	f	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı		İzi	Gruplar Arası	,603	4	,151	,325	,861
			Gruplar İçi	131,357	283	,464		
			Toplam	131,960	287			
Dijital Ayak İzi Yaşantıları		İzi	Gruplar Arası	2,799	4	,700	2,294	,060
			Gruplar İçi	86,329	283	,305		
			Toplam	89,127	287			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında, dijital ayak izi farkındalığı (p=861) ve yaşantıları (p=060) arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir.

Alt Problem 5

Tablo 16: Dijital Ayak İzi Farkındalık ve Yaşantı Durumunun Sınıf Düzeyine Göre Dağılımı

			Varyansın	Kareler	Serbestlik	Kareler	f	p
			Kaynağı	Toplamı	Derecesi	Ortalaması		
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Gruplar Arası		,351	3	,117		,252	,860
	Gruplar İçi		131,609	284	,463			
	Toplam		131,960	287				
Dijital Ayak İzi Yaşantıları	Gruplar Arası		,838	3	,279		,898	,443
	Gruplar İçi		89,290	284	,311			
	Toplam		89,127	287				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 16'da dijital ayak izi farkındalığı (p=860) ve yaşantı (p=443) durumunun sınıf düzeyine göre değişkenlik gösterip göstermediği açıklanmıştır. Ankette yer alan katılımcıların yaşlarının birbirine yakın olduğu düşünüldüğünde bu sonuç beklenen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Alt Problem 6

Tablo 17: Dijital Ayak izi ve Yaşantı Durumunun Dijital Ortamda Günlük Harcanan Süreye Göre Dağılımı

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	f	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Gruplar Arası	1,458	5	,292	,630	,677
	Gruplar İçi	130,502	282	,463		
	Toplam	131,960	287			
Dijital Ayak İzi Yaşantıları	Gruplar Arası	3,564	5	,713	2,349	,041
	Gruplar İçi	85,563	282	,303		
	Toplam	89,127	287			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Öğrencilerin dijital ortamlarda günlük harcadıkları süreler göre dijital ayak izi farkındalıkları ($p=677$) arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir. Fakat günlük harcanan süreler göre yaşantı durumu farklılık göstermektedir. En az bir grubun diğer bir gruba dijital ayak izi yaşantısında ($p=041$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve bu grupların hangileri olduğu tespit etmek amacıyla TUKEY testi yapılmıştır. TUKEY sonucuna göre 10 saat ve üzeri bilgisayar ve internet kullanan katılımcıların dijital ayak izi yaşantı durumu, 4-6 saat kullananlardan daha yüksektir.

Alt Problem 7

Tablo 18: Dijital Ayak İzi ve Yaşantı Durumunun En Uzun Süre Yaşanılan Yere Göre Dağılımı

			Varyansın	Kareler	Serbestlik	Kareler	f	p
			Kaynağı	Toplamı	Derecesi	Ortalaması		
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Gruplar Arası		,885	4	,221		,477	,752
	Gruplar İçi		131,075	283	,463			
	Toplam		131,960	287				
Dijital Ayaki İzi Yaşantıları	Gruplar Arası		,383	4	,096		,306	,874
	Gruplar İçi		88,744	283	,314			
	Toplam		89,127	287				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 18’de katılımcıların en uzun süre yaşadıkları yere göre dijital ayak izi farkındalıkları (p=752) ve dijital ayak izi yaşantı durumları (p=874) arasında anlamlı bir farkındalık bulunamamıştır. Günümüzde kullanılan dijital araçların neredeyse dünyanın her yerine kolaylıkla ulaştırılabiliyor olması bu verileri destekler niteliktedir.

SONUÇ

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileri ile gerçekleştirilen bu çalışmada katılımcıların dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantı durumları incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda; Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık durumları yüksek bulunmuştur. Dijital ayak izi yaşantı durumları ise düşük seviyededir.

SAÜ İletişim Fakültesi öğrencileriyle gerçekleştirilen ankete katılan öğrenciler fakültedeki dört bölümde öğrenim görmektedir. Bu bölümler; Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Gazetecilik, İletişim ve Tasarımı ve Radyo Televizyon ve Sinema bölümleridir. Toplam ankete katılan öğrenci sayısı 310'dur. Anketlerden 12 tanesi değerlendirmeye uygun bulunmadığı için kullanılamamıştır ve çalışmada 288 kişinin anket verileri kullanılmıştır. Katılımcıların yaş dağılımı 15-33+ aralığındadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 148'i kadın ve 140'ı erkektir.

Katılımcıların sınıf dağılımına bakıldığında ise en çoktan en aza doğru sırasıyla; dördüncü sınıf, ikinci sınıf, üçüncü sınıf ve birinci sınıf öğrencileri ankete katılım göstermiştir. Öğrencilerin üniversiteye gelmeden önce en uzun süre yaşadıkları yerlerin ilki %54,5'lik oranla büyükşehirlerdir. Daha sonra ise ilçe merkezi ve il merkezleri gelmektedir. Öğrencilerin en çok kullandıkları çevrim-içi araçların başında akıllı telefonlar gelmektedir. Günümüzde dünya geneline bakıldığında da akıllı telefon kullanan kişilerin sayısının günbegün arttığı gözlemlenmektedir. Dolayısıyla özellikle de iletişim ve teknoloji çağının içerisinde olduğumuz düşünülürse bu sonuçlar doğal karşılanmaktadır. Öğrencilerin bir diğer sık kullanım gösterdiği çevrim-içi araç ise dizüstü bilgisayarlardır. En sık kullanılan bu iki çevrim-içi aracın en çok dikkat çeken ortak özelliği mobil oluşlarıdır. Öğrencilerin bir kısmının eğitimleri için şehir değiştirdikleri düşünülürse bu iki cihazın sık kullanımı beklenen bir durumdur.

Katılımcıların çevrim-içi araçları kullanım konusunda yeterli hissetme düzeyleri yüksek bulunmuştur. Kullanımı özellikle de Z kuşağı arasında yaygın olan çevrim-içi araçların her geçen gün geliştirilmesi ve kullanıcılar için özelleştirilmeleriyle, internete olan erişim de daha kolay hale gelmiştir. Dolayısıyla daha genel bir perspektiften bakıldığında, her yaştan kişinin bu ortamlara erişimi ve kolaylıkla kullanabilmeleri kendi kabiliyetlerinden ziyade gerçekleştirilen güncelleme ve özelleştirmelerle de açıklanabilmektedir.

Öğrencilerin dijital ortamlara erişirken en sık kullandıkları ortamların başında yine akıllı telefonlar gelmektedir. Akıllı telefonların katılımcılar arasında sık kullanımı da bu veriyi doğrular niteliktedir. Akıllı telefonların neredeyse tüm ortamlarda kullanılabilir nitelikte olması bu sonucu yükseltmiştir. Akıllı telefonlardan sonra en sık internete erişilen ortam ev olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin kafe, iş yeri okul ve öğrenci yurdu gibi ortamlarda internete erişimi daha düşüktür.

Katılımcıların yarısından fazlası internet/bilgisayarı günde 4-6 saat arasında kullanmaktadır. Bir saatten az ve 10 saat üzeri kullanım sağlayan öğrencilerin toplam yüzdesi 8,3 olarak saptanmıştır. Sonuç itibariyle bu ortamların kullanım süresinde en çok paya sahip olan 4-6 saat seçeneği anketteki diğer şıklar değerlendirildiğinde ortalama bir süreyi ifade etmektedir. Katılımcılar bilgisayar ve internet kullanırken en çok sosyal medya ağlarını takip etmeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya kullanımının günümüzde yaygın hale geldiği bilinmektedir ve hatta bu durum üst seviyelere vardığında psikolojik olarak bir bağımlılık olarak da adlandırılmaktadır. Öğrencilerin bu sosyal ağlara erişim için dijital ortam kullanımını daha sonrasında ise iletişim kurma ve sohbet etme amaçları takip etmektedir. İlk üç amacın da genel itibariyle sosyalleşmek olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin dijital ayak izlerini en çok bıraktıkları alanların başında çevrim-içi sohbet araçları gelmektedir. En az dijital ayak izi bırakılan araçlar ise öğrenme yönetim sistemleridir.

Öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları, daha önce farklı örneklem gruplarıyla gerçekleştirilen araştırmalarda olduğu gibi yüksek seviyede tespit edilmiştir. Fakat burada dikkat çeken nokta; öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları yüksek olmasına rağmen, bu kavramın anlamına dair bilgi seviyelerinin daha düşük olmasıdır. Öğrencilerin dijital ayak izi yaşantı durumları incelendiğinde ortalamanın düşük olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin yaşantı durumları düşük olmasına rağmen, internet ortamında daha önce ziyaret ettikleri web sayfalarıyla alakalı reklamlarla karşılaşma seviyeleri yüksektir. Kişiselleştirilmiş çerezlerin okunmadan kabul edilmesi, ya da bu çerezlere izin verilmemesi durumunda web sayfalarına erişimin engellenmesi gibi durumlar sebebiyle kullanıcıların içerik haritalarının çeşitli algoritmalarla hesaplanması bu durumu doğrular niteliktedir. Veri madenciliği olarak adlandırılan bu durumu ise günümüzde kullanıcılar açısından kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Elde edilen verilere göre

öğrencilerin büyük bir çoğunluğu dijital ortamlarda kendilerini ifade etme noktasında samimidirler ve gerçek düşüncelerini aktarmaktadırlar.

Öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumları cinsiyete göre incelendiğinde, kadın öğrencilerin farkındalık durumları erkek öğrencilerden fazla bulunmuştur. Öğrencilerin farkındalık ve yaşantıları cinsiyetlere ve sınıf dağılımına göre incelendiğinde ise belirgin bir farklılık bulunamamıştır. İnternet ve bilgisayar ortamında 10 saat ve üzeri zaman geçiren öğrenciler, 4-6 saat zaman geçiren öğrencilerden daha yüksek dijital ayak izi yaşantısına sahiptir. Bu ortamda geçirilen zaman, deneyim açısından kişilere katkı sağlasa da bu ortamda karşılaşılabilecekleri sorunları da doğru orantıda çoğaltmaktadır. Öğrencilerin en uzun yaşadıkları yerlerin dağılımına göre dijital ayak izi yaşantıları ve farkındalık durumları değişkenlik göstermemektedir. Teknolojinin her geçen gün daha ulaşılabilir nitelikte olması sebebiyle öğrencilerin de her ortamdan internete erişim sağlayabildikleri bilinmektedir.

SAÜ İletişim Fakültesi öğrencileriyle gerçekleştirilen bu çalışma, hayatımıza son yıllarda dahil olan dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantı durumları gibi kavramların bilinirliğinin artırılması, bu konularda daha bilinçli bireyler yetiştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Gerçekleştirilen çalışma, sınırlı yer ve zamanı kapsadığından daha sonra gerçekleştirilecek olan çalışmalarla genel bir tablo oluşturulabilmesi veya karşılaştırma yapılabilmesi açısından literatüre eklenebilir nitelik taşımaktadır.

Teknolojinin ve internetin genel nüfuz alanı düşünüldüğünde, bu alandaki çalışmaların artırılması ve farklı gruplarla çalışılarak literatüre kazandırılması önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Acele, B. (2020). Bilişim Teknolojisi Öğretmen Ve Öğretmen Adaylarının Sayısal Ayak İzi Kavramlarının İncelenmesi. [Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi]. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi.
- Acun, F. (2008). Küresel Rekabette Dijital Kültür. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları, (9), 11-46.
- Akkaş, C., ve Bakırtaş, H. (2019). Sosyal Ağlarda Arkadaşlık: Facebook Örneği. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 18 (72), 1852-1870.
- Aktaş, C. (2011). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Kullanım Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Erciyes İletişim Dergisi, 1 (4).
- Aktaş, H. (2019). Tezer Özlü'de İktidar Mekânları: Foucault'cu Bir Bakış. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (44), 87-108.
- Akyazı, E. (2014). Bilgi Toplumunda Dijital Bölünme. Marmara İletişim Dergisi, 12 (12), 1-4.
- Aldemir, C., ve Avşar, M. N. (2020). Pandemi Döneminde Dijital Vatandaşlık Uygulamaları. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Covid-19 Özel Sayısı 2, 148-169.
- Alikılıç, Ö. G. D. Ö., ve Onat, Ö. G. D. F. (2007). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 2 (8), 899-927.
- Alptekin, Z. M. (2020). Dijitalleşme ve Dijital Sosyal Sorumluluk İletişimi. Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi, 3 (2), 136-155.
- Arkan, A., ve Yünter, S. (2017). Eğitim İçin Sosyal Ağlar. SETA Perspektif, 2-6.
- Aydın, B. O. (2016). Çevrimiçi Topluluklarda Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Sosyal Belirleyicileri. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (37), 563-585.
- Aydoğan, F. (2016). Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi. TRT Akademi, 1 (2), 640-657.
- Ayhan, B., ve Köseliören, M. (2019). İnternet, Online Oyun ve Bağımlılık. Online Journal of Technology Addiction And Cyberbullying, 6 (1), 1-30.
- Aytekin, Ç. (2011). Wiki Uygulamalarına İletişimsel Yaklaşım ile Bir Model Önerisi. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 2 (5), 7-17.

- Bahçeci, F., ve Yıldız, E. (2016). Yetişkin Eğitimindeki Bireylerin Öğrenme Yönetim Sistemleri Hakkındaki Görüşleri. *Açık Öğretim Uygulamaları Ve Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 94-113.
- Bayram, B. (2017). Youtube. Kodlab Yayınevi.
- Bayzan, Ş. (2019, Eylül 27). Dijital Ayak İzlerimiz Bizi Takip Ediyor. *Güvenli Web*.
- Baz, F. Ç., ve Meral, H. C. (2021). Web 3.0 – Anlamsal Ağ Çalışmalarının Farklı Alanlarda Kullanımı: Bir Uygulama Geliştirme Örneği. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4 (3), 408-421.
- Bilir, F. (2021). Kişisel Verilerin Korunması Kişinin Kendisinin Korunmasıdır. *TRT Akademi*, 6 (11), 172-181.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları.
- Buchanan, R., Southgate, E., Smith, S. P., Murray, T., Ve Noble, B. (2017). Post No Photos, Leave No Trace: Children’s Digital Footprint Management Strategies. *E-Learning and Digital Media*, 14(5), 275–290.
- Büyükbaykal, C. I. (2014). *Küreselleşme ve Küresel Çağda Medya*. Derin Yayınları.
- Castells, M. (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Csiszar, J. (2018). *Whatsapp: Tech 2.0 World Changing Social Media Companies*. Mason Crest.
- Çalışkan, Y. (2020). *Sosyal Medyada Sıfır Atık Hareketi: Instagram Örneği*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Okan Üniversitesi.
- Çapcıoğlu, İ., ve Anık, H. Sanayi Devrimi’nden Endüstri 4.0’a: Dijitalleşme ve Dijital Dünyada Dinin Statüsü. *Tevilat* (2)1, 27-43.
- Çapraz, Y. C. (2018). Sosyal Medya Uygulamalarında Yok Olan Mesaj/Veri Kavramı ve Gençlerin Kullanım Motivasyonları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29), 235-256.
- Çark, Ö. (2019). *Kurumsal Kaynak Planlama (KKP) Sistemleri*. Gazi Kitabevi.
- Çark, Ö., ve Akyürek, S. (2021). Bulut Bilişim Teknolojisinin İşletmeler Açısından Önemi Ve Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi. *European Journal of Managerial Research*, 5 (8), 72-91.

- Çaycı, A. E., ve Çaycı, B. (2016). Dijital İletişim Çağında Teknolojinin Açığa Çıkardıkları: Gözetim Ve Mahremiyet. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 1 (2), 157-169.
- Çelenk, E. (2020). Sosyal Medya Kullanımı İle Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Sakarya Üniversitesi Örneği. [Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi]. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi.
- Çoban, S. (2016). Üniversitelerde Öğretim Yönetim Sistemleri Yazılımları Kullanımına Yönelik Bir İnceleme. Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 6 (1), 1-12.
- Çoklar, A. M., Gündüz, Ş. ve Özbek, Y. (2016). Lise Öğrencilerinin Dijital Ayak izi Farkındalık ve Yaşantılarının Belirlenmesi, International Computer & Instructional Technologies Symposium.
- Deniz Anamur, D., ve Topsakal, T. (2019). Herkesin Herkesi Gözetlediği Toplum: Siber Uzamda Altın Gözetimin Farklı İnşası Olarak Siber Zorbalık. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 4 (2), 37-58.
- Eker, S. (2016). Türkiye'de Demokrasiyi Yeni Bir Yurttaşlık Anlayışıyla Düşünmek: Tekno-Bilimsel Yurttaşlık. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 71 (1), 33-72.
- Ellenport, C. (2018). Instagram (Tech 2.0: World-Changing Social Media Companies). Mason Crest.
- Ellenport, C. (2018). Twitter (Tech 2.0: World-Changing Social Media Companies).
- Ersöz, B. (2020). Yeni Nesil Web Paradigması-Web 4.0. Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi, 1 (2), 58-65.
- Ersöz, B., Özmen, M. (2020). Dijitalleşme ve Bilişim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri. AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi, 11 (42), 170-179.
- 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.
- Eyüpoğlu, H. (2017). Dijital Çağda İletişim Teknolojilerinin İnsan Karakterinin Değişimine Etkisi. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (63), 103-110.
- Foucault, M. (1992). Hapisanenin Doğuşu. İmge Kitabevi.
- Gay, M, C. (2018). Modern Technology and the Human Future: A Christian Appraisal. IVP Academic.
- Glynn-Adey, P. Using Wikis to Support Student Inquiry in Large Math Classes. Electronic Journal of Mathematics and Technology, 15(2), 123-137.

- Gök, K. (2019). Youtube Masalı: Hayaller, Mücadele ve Aşk. Kanon Kitap.
- Hark Söylemez, N., Oral, B. (2018). Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağ Sitelerini Kullanım Durumlarına Göre Sosyal Beceri Düzeylerinin İncelenmesi. *Electronic Journal Of Education Sciences*, 7 (13), 1-17.
- Harris, A.R. (2013). Facebook: The Company and Its Founders: The Company and Its Founders. *Technology Pioneers*.
- Henkoğlu, T. (2017). Kişisel Verileriniz Ne Kadar Güvende? Bilgi Güvenliği Kapsamında Bir Değerlendirme. *Arşiv Dünyası*, (18-19), 36-47.
- Işık, S. (2019). Dijital Çağda Kuşaklararası Farklılık Ve Z Kuşağı: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Teknoloji Kullanım Özelliklerine Yönelik Bir Araştırma. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ege Üniversitesi.
- İnce, M., ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 736-749.
- Kahya, Y. (2018). Medyanın Gençler Üzerinde Sosyal Sapma Ve Şiddet Bağlamında Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (45), 43-57.
- Kapan, K., Üncel, R. (2020). Gelişen Web Teknolojilerinin (Web 1.0- Web 2.0- Web 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 276-289.
- Kapan, K., Üncel, R. (2020). Gelişen Web Teknolojilerinin (Web 1.0- Web 2.0- Web 3.0) Türkiye Turizmine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 276-289.
- Kaplan, K. & Ertürk, E. (2012). Dijital Çağ Ve Bireyin İdeolojik Aygıtları. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 2 (4), 7-12.
- Kara, T. (2017). Gençler Neden Snapchat Kullanıyor Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Üzerinden Bir Araştırma. *Intermedia International E-journal*, 3 (5), 262-277.
- Karcıoğlu, F., Kurt, E. (2009). Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar Ve Birkaç Kurumsal Blogun İncelenmesi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (21), 49-63.
- Kaya, M. (2020). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Vatandaşlık Ve Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]., Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin Üniversitesi.

- Kaygısız, Ü. (2017). Panoptikon: Demokrasi Ekseninde Realiteden Kurgusala Doğru Bir Bakış. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Kayfor 15 Özel Sayısı, 2073-2094.
- Kızılkaya, Z. Z. (2022). Gençlerin TikTok Kullanım ve Doyumu Üzerine Nitel Bir Araştırma. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (1), 231-247.
- Koç, E. (2014). Bilim ve Teknoloji Çağında İnsan Olma Sorumluluğu (Etik Bilinç). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17 (2).
- Köse, H. (2014). İnternette "Açık" ve Demokratik Yayıncılık: "Sanal Ortam Günlükleri" ve Wiki'ler. Marmara İletişim Dergisi, 13 (13), 83-93.
- Kuh Karyeli, G., ve Dağhan, G. (2020). Sayısal Ayak İzi Ders Tasarımının Öğrencilerin Sayısal Vatandaşlık Konusundaki Akademik Başarılarına Etkisi. Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22 (1), 256-275.
- Kurt Topraklı, C., Mazman, İ. (2020). İnternet Aracılığıyla Sosyalleşmeye Kuşaklar Arası Bakış. Uluslararası Beşerî ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi, 4 (1), 38-49.
- Liverber Göçmen, T. (2017). Digitalization and Society. (Ed.). Ayhan, B. Peter Lang GmbH.
- Mattern, J. (2016). Instagram (Social Media Sensations). Abdo Publishing Mason Crest.
- Matz, S., ve Kosinski, M. (2019). Using Consumers' Digital Footprints for More Persuasive Mass Communication. NIM Marketing Intelligence Review, 11(2), 18-23.
- McLuhan, M. (1994). Understanding Media. The MIT Press Cambridge.
- Mossberger, K., Tolbert, J.C., Ve McNeal, R.S. (2008). Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation. The MIT Press.
- Olçay, S. (2018). Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi Olarak Sosyal Medya Ve Resimler Arasında Kaybolma Bozukluğu: Photolurking. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2 (2), 90-104.
- Orwell, G. (2019). 1984. Can Yayınları.
- Owings, L. (2017). Youtube (Social Media Sensations). Checkerboard Library.
- Ozan, Ö. (2008). Öğrenme Yönetim Sistemlerinin (Learning Management Systems-Lms) Değerlendirilmesi. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri,1 (4), 61-65.

- Özbay, Ö., Ersoy, H. (2017). Öğrenme Yönetim Sistemi Üzerindeki Öğrenci Hareketliliğinin Veri Madenciliği Yöntemleriyle Analizi. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 37 (2), 523-558.
- Özdel, G. (2012). Foucault Bağlamında İktidarın Görünmezliği Ve “Panoptikon” İle “İktidarın Gözü” Göstergeleri. Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2 (1), 22-29.
- Özdemir, Ş. (2020). Post- Panoptikon Çağı: Gözetimin Dijitalleşmesi ve Çevrimiçi Kimliğin Gizliliği Üzerine Bir Analiz. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20 (3), 81-108.
- Paras, E. (2016). Foucault, Özenin Yitiminden Yeniden Doğuşuna. Kolektif Kitap.
- Polat, B., Dilmen, N. E. ve Sütçü, C. (2021). Türkiye’de Twitter Kullanıcılarının Retweet Pratikleri Üzerine Kullanımlar Ve Doyumlar Paradigması İle Bir Karma Araştırma. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5 (2), 112-135.
- Rigel, N., Batuş, G., Yücedoğan, G., ve Çoban, B. (2005). 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar Kadife Karanlık. Su Yayınevi.
- Sağlam, İ. (2007). Elektronik Sözleşmeler. Legal Yayınevi.
- Seren, E. (2020). Sosyal Medya Ortamlarında Siber Zorbalık: Lise Öğrencilerinin Siber Zorbalık Deneyimlerinin İncelenmesi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 4 (1), 24-39.
- Sürmelioglu, Y., ve Seferoğlu, S. S. (2019). An Examination Of Digital Footprint Awareness And Digital Experiences Of Higher Education Students. World Journal on Educational Technology: Current Issues, 11(1), 048–064.
- Şenel, E., ve Yılmazdoğan C.O. (2021). Turizmde X, Y Ve Z Jenerasyonlarının Dijital Ayak İzi Farklılıkları. Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 5(3), 189-206.
- Tahirağaoğlu, İ. (2018). Dizi Sponsoruna Olan İlgiyi Artırmada Hashtag Kullanımı Ve İzlenme Sayılarına Yönelik Bir Veri Madenciliği Yöntemi. Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi, 4 (2), 24-46.
- Taş, A., ve Bülbül H.İ. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Ayak İzi Farkındalığı. Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi, 4(3), 205-216.
- Tombul, I. (2020). Argümantatif Yaklaşımla Dijital Yerliler Ve Dijital Göçmenleri Tartışmak. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi, (14), 134-155.

- Tutgun Ünal, A., ve Deniz, L. (2020). Sosyal Medya Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Seviyeleri ve Tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (22), 1289-1319.
- Türk, M. S. (2021). Büyük Veri Ve Değişim. *TRT Akademi*, 6 (11), 5-9.
- Ulaş, T. (2021). Kanaat Önderleri Olarak Köşe Yazarlarının Twitter Kullanımları. *Selçuk İletişim*, 14 (3), 1433-1463.
- Ülgen, H.İ. (2008). E-Posta Güvenliği Ve Uygulaması. [Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi]. Fen Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi.
- Yenilmez, K. & Ersoy, M. (2013). Web Temelli Forumlarda Matematik ve Eğitime İlişkin Yapılan Tartışmalar Üzerine Bir İnceleme. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 3 (3), 148-160.
- Yıldız, A. (2017) Kurumsal E-posta Sınıflandırma Sistemi. [Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi]. Fen Bilimleri Enstitüsü, Gazi Üniversitesi.
- Yılmaz Soylu, M., Demiröz, S. ve Akkoyunlu, B. (2021). Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşantılarının İncelenmesi. *Journal of Computer and Education Research*, 9 (17), 177-198.
- Yılmaz, M. & Dogusoy, B. (2020). Öğretmen Adaylarının Dijital Vatandaşlık Düzeylerinin Belirlenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28 (6), 2362-2375.

EK

Ek 1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma; Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı'nda yapılmakta olan Yüksek Lisans Tez çalışmasının uygulama kısmını oluşturmaktadır. **“YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL AYAK İZİ FARKINDALIKLARI VE DİJİTAL AYAK İZİ YAŞANTI DURUMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA (SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ)”** konulu bilimsel bir çalışma yürütmekteyiz. Anketteki sorulara vereceğiniz yanıtlar yalnızca bu çalışma için kullanılacaktır. Çalışmaya katılımınız ve vereceğiniz yanıtlar bilimsel anlamda örneklem sayısının yeterliliği ve çalışmanın güvenilirliği açısından önem taşımaktadır. Ankette yer alan tüm soruları yanıtlamanız çalışmanın amacı için önem arz etmektedir.

Katılımınız, katkınız ve verdiğiniz yanıtlar için çok teşekkür ederim.

Neslihan AÇMACI AFYON

ANKET FORMU

→ Bölüm 1. Kişisel/Demografik Bilgiler

1.	Cinsiyetiniz	<input type="checkbox"/> Kadın	<input type="checkbox"/> Erkek
2.	Yaşınız	<input type="checkbox"/> 15-18 <input type="checkbox"/> 19-22 <input type="checkbox"/> 33 ve üstü	<input type="checkbox"/> 23-26 <input type="checkbox"/> 27-32 <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz)
3.	Üniversiteniz		
4.	Fakülte / Yüksekokul / Enstitü		
5.	Bölümünüz		

6.	Sınıfınız / Eğitim Düzeyiniz	<input type="checkbox"/> Hazırlık Sınıfı <input type="checkbox"/> 4. Sınıf <input type="checkbox"/> 1. Sınıf <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans öğrencisiyim <input type="checkbox"/> 2. Sınıf <input type="checkbox"/> Doktora öğrencisiyim <input type="checkbox"/> 3. Sınıf <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz)
7.	Çevrim-içi (İnternet'e bağlanan) araçları kullanma konusunda kendinizi yeterli hissetme düzeyiniz	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 (1. "Hiç Yeterli Değil" 5. "Tamamen Yeterli" anlamındadır.)
8.	Üniversiteye gelmeden önce yaşadığınız yerleşim yeri (En uzun süre yaşadığınız yer)	<input type="checkbox"/> Köy <input type="checkbox"/> Kasaba <input type="checkbox"/> İlçe Merkezi <input type="checkbox"/> İl Merkezi <input type="checkbox"/> Büyükşehir <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz)
9.	Size ait veya kullandığınız çevrim-içi araçlar (Lütfen size uygun olan bütün seçenekleri işaretleyiniz)	<input type="checkbox"/> Herhangi bir bilgisayar kullanmıyorum <input type="checkbox"/> Dizüstü bilgisayar (Notebook, netbook gibi) <input type="checkbox"/> Masaüstü bilgisayar <input type="checkbox"/> Tablet <input type="checkbox"/> Akıllı Telefon <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz)

→ Bölüm 2. İnternet'e Bağlanma Durumları

1.	İnternet'e bağlandığınız ortamları kullanım sıklığınıza göre sıralayınız	Hiç	%25	%50	%75	%100
	Ev	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Okul	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
İşyeri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Kafe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Öğrenci Yurdu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Akıllı Telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2.	Günlük bilgisayar/İnternet kullanma süreniz	<input type="checkbox"/> Hiç kullanmıyorum <input type="checkbox"/> 1 saatten az <input type="checkbox"/> 1-3 saat <input type="checkbox"/> 4-6 saat <input type="checkbox"/> 7-9 saat <input type="checkbox"/> 10 saat ve üzeri				

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

--

→ Bölüm 3. Bilgisayar ve İnternet Kullanım Amaçları

Bilgisayar ve İnternet'i kullanım amaçlarınızı sıklığına göre seçiniz	Hiç	Yılda bir	Ayda bir	Haftada bir	Haftada bir	Her gün
1. Sohbet etmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Arama yapmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Yeni bilgilere erişmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Dosya indirmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Güncel olayları/haberleri okumak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Müzik dinlemek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Televizyon/video/film seyretmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Oyun oynamak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Sitelerde gezinti (sörf) yapmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Alışveriş yapmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Web sayfası/sitesi tasarımı yapmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. İnternet’te ders videoları izlemek, çözemediği problemin çözümünü aramak vs. derslerle ilgili işlemler yapmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Bilgi ve kaynak paylaşımı için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. İletişim kurmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal ağları takip etmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

→ Bölüm 4. Çevrim-içi Araçları Kullanma Durumu

Aşağıda bugüne kadar kullandığınız çevrim-içi araçlardan bir kısmı verilmiştir. Bunları kullanım sıklığınıza göre puanlayınız.

Kullandığınız Araçlar	Çevrim-içi	Hiçbir zaman	Nadiren	Ara sıra	Çoğunlukla	Her Zaman
Öğrenme Yönetim Sistemleri (Moodle, Blackboard, Edmodo vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal ağlar (Facebook, Twitter, Instagram vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web sayfaları (içerik, yapılan yorumlar vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wiki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tartışma Forumları	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

e-Posta (Gmail, Hotmail, Outlook, Yandex vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bulut dosya paylaşımı ortamları (OneDrive, Dropbox, Google Drive vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ağ günlüğü (Blog)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Çevrim-içi sohbet araçları (WhatsApp, Skype, Messenger vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük vb. platformlar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

--

➔ Bölüm 5. Dijital Ortamlarda Gerçekleştirilen İşlemler

Bu bölümde dijital ortamlarda gerçekleştirilen işlemlerle ilgili görüşleri ortaya çıkarmak amacıyla bu ortamlarda gerçekleştirilen etkinliklere yönelik sorular bulunmaktadır.

Dijital Ortamlarda Gerçekleştirilen İşlemlerle İlgili Görüşler (Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi sağdaki kutucuklardan birini seçerek belirtiniz)					
	Hiç	Katılmıyorum	Orta Derecede	Katılıyorum	Tamamen
1. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı üslup açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı imla açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dijital Ortamlarda Gerçekleştirilen İşlemlerle İlgili Görüşler (Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi sağdaki kutucuklardan birini seçerek belirtiniz)	Hiç	Katılmıyorum	Orta Derecede	Katılıyorum	Tamamen
3. Dijital ortamlardaki bilgilerimin okul, iş veya özel yaşantımda karşıma çıkabileceğinin farkındayım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Dijital ortamlardaki bilgi paylaşımlarımın gelecekte mesleki veya özel yaşantımda karşıma çıkma ihtimali nedeniyle dikkatli davranırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Dijital ortamlarda yaptığım her türlü işlemin kayıt altında olacağını bilirim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Dijital ortamlarda yaptığım hiçbir işlemin gizli kalmayabileceğinin farkındayım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. İnternet kafe, ortak kullanımlı bilgisayar laboratuvarları vb. ortamlarda bilgilerimin/paylaşımlarımın başkalarının eline geçme ihtimali olduğunun farkındayım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Dijital ortamlarda başkasının görmesini istemediğim kişisel bilgilerimi kimsenin kullanmaması için gerekli önlemleri alırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Çevrim-içi araçların (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarının farkındayım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Çevrim-içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarını kullanıyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Çevrim-içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarını sürekli gözden geçirip düzenlerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Dijital ayak izi kavramı hakkında bilgim var.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

--

→ Bölüm 6. Dijital Ortam Yaşantıları

Bu bölümde dijital ortam yaşantılarıyla ilgili görüşleri ortaya çıkarmak amacıyla bu ortamlarda karşılaşılan durumlara ilişkin sorular bulunmaktadır.

Dijital Ortam Yaşantılarıyla İlgili Maddeler (Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi sağdaki kutucuklardan birini seçerek belirtiniz)	Hiçbir	Nadiren	Bazen	Genellikle	Her Zaman
1. Dijital ortamlarda bilginim dışında benim adıma hesap açıldığı oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Dijital ortamlarda bilginim dışında benim adıma paylaşım yapıldığı oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Dijital ortamlarda paylaştıklarım nedeniyle zor duruma düştüğüm zamanlar oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Dijital ortamlarda paylaşımlarımın bazılarından dolayı pişmanlık duyduğum oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Geçmişte yaşadığım olayların dijital ortamda gün yüzüne çıkması sebebiyle tedirgin olduğum zamanlar oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Dijital ortamlarda kimseye haber vermeden oluşturduğum profillerimi tanıdıklarımın öğrendiğini fark ettiğim zamanlar oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Dijital ortamlarda ailemden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle ailemle tartışmalarım oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Dijital ortamlardaki iletişim içerisinde bulunduğum kişilerden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığım oldu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dijital Ortam Yaşantılarıyla İlgili Maddeler (Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi sağdaki kutucuklardan birini seçerek belirtiniz)	Hiçbir	Nadiren	Bazen	Genellikle	Her Zaman
9. Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Dijital ortamlarda yaptığım arama sonuçlarının içerikleri dijital ortamlarda karşıma reklam olarak çıkmaktadır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin aile yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişe duymaktayım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin mesleki yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişesi duymaktayım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar, gerçek düşüncelerimi yansıtmaktadır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Çevrim-içi araçlardaki paylaşımlar beni olumlu yönde etkilemektedir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Çevrim-içi araçlardaki diğer kişileri olumlu yönde etkilediğimi düşünmekteyim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Çevrim-içi araçlardaki kişilerin benim hakkımdaki düşüncelerinin olumsuz olmasından endişe etmekteyim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Neslihan AÇMACI AFYON	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Kocaeli Üniversitesi
Fakülte	İletişim Fakültesi
Bölümü	Gazetecilik
Makale ve Bildiriler	
1. Açmacı Afyon, N. ve İşman, A. (2021). Siber Zorbalık Kavramı Üzerinden Bir Film İncelemesi: Cyberbully (Sanal Zorbalık). ITICAM 21Proceedings Book, 503-527.	
2. Açmacı Afyon, N. ve Öztuğ. M. (2021). Eleştirel Söylem Çözümlemesi Bağlamında Haber Metinlerinin İncelenmesi: Covid-19 Aşı Çalışmalarına Dair Haberler Örneği. ITICAM 21Proceedings Book, 175-192.	