

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ BİLİM DALI

DİJİTAL AYAK İZİ FARKINDALIĞI VE DİJİTAL AYAK İZİ
YAŞANTILARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: KUŞAKLAR ARASI
BİR KARŞILAŞTIRMA

AYNUR YILMAZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN:
Doç. Dr. EBRU ERTÜRK

KONYA-2024



ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Aynur YILMAZ		
	Numarası	21081031009		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Yönetim Bilişim Sistemleri		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Ebru ERTÜRK		
Tezin Adı	Dijital Ayak İzi Farkındalığı ve Dijital Ayak İzi Yaşantıları Arasındaki İlişki: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma			

ÖZET

Dijital ayak izi dijital yaşamın temel gerçeklerinden biridir. Dijital ayak izleri, bir kişinin çevrimiçi paylaşımı veya çevrimdışı eylemlerinin izlenmesi sonucunda elektronik veri tabanlarında kalan bir varlığı temsil eden veri koleksiyonlarıdır. İlgili literatür incelendiğinde çalışmaların kullanıcılara fayda sağlamaya yönelik olduğu, kullanıcıların veri koruma yasalarından yararlanamadığı, dijital ayak izi farkındalığının ölçüldüğü görülmektedir. Dijital ayak izi farkındalığı, yüksek teknolojiye maruz kalma, siber zorbalık, internet veya oyun bağımlılığı, pornografiye maruz kalma ve çevrimiçi sohbet yoluyla yabancılarla tanışma gibi riskli çevrimiçi etkinliklere karşı korunmak için önemlidir. Dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantıları, sanal ortamlarda karşılaşılan risklerin azaltılması, bireylerin kariyer yaşamlarında ve ikili ilişkilerinde bireylerin profilini çizme ve çevrimiçi itibarlarının oluşturulması açısından önemlidir.

Bu çalışma, dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarını dikkate alarak dijital yerlilik (2000 ve sonrası doğumlular), dijital melezlik (1971-1999 arası doğumlular) ve dijital göçmenlik (1970 ve öncesi doğumlular) üzerinden analiz ederek literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi deneyimleri arasındaki ilişkiyi incelemek ve dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi deneyimlerinin kuşaklar arasında farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir. Araştırmada veri toplamak amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Veriler kolayda örnekleme, çevrimiçi anket ve Konya'nın merkez ilçelerinde (Selçuklu, Karatay, Meram) yaşayan bireylerle yüz yüze anket dağıtımı yoluyla 420 kişiden toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22 ve AMOS 24 programları kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında düşük düzeyde, negatif ve istatistiksel bakımdan anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalıklarının, dijital yerlilere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Dijital Ayak İzi, Dijital Ayak İzi Farkındalığı, Dijital Ayak İzi Yaşantıları, Dijital Yerliler, Dijital Melezler, Dijital Göçmenle

ABSTRACT

Author's	Name and Surname	Aynur YILMAZ		
	Student Number	21081031009		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Doç. Dr. Ebru ERTÜRK		
Title of the Thesis/Dissertation	The Relationship Between Digital Footprint Awareness and Digital Footprint Experiences: An Intergenerational Comparison			

ABSTRACT

Digital footprint is one of the basic facts of digital life. Digital footprints are collections of data representing an entity that remains in electronic databases as a result of a person's online sharing or offline actions being monitored. When the relevant literature is examined, it is seen that the studies are aimed at providing benefits to users, users cannot benefit from data protection laws, and digital footprint awareness is measured. Digital footprint awareness is important for protection against risky online activities such as exposure to high technology, cyberbullying, internet or gaming addiction, exposure to pornography, and meeting strangers through online chat. Digital footprint awareness and experiences are important in terms of reducing the risks encountered in virtual environments, profiling individuals in their career lives and bilateral relations, and establishing their online reputations.

This study aims to contribute to the literature by analyzing digital footprint awareness and digital footprint experiences through digital nativeness (born after 2000), digital hybridity (born between 1971-1999) and digital immigration (born before 1970). In this context, the aim of the study is to examine the relationship between digital footprint awareness and digital footprint experiences and to determine whether digital footprint awareness and digital footprint experiences differ between generations. In the study, the survey method, which is one of the quantitative research methods, was used to collect data. Data were collected from 420 people through convenience sampling, online survey and face-to-face survey distribution to individuals living in the central districts of Konya (Selçuklu, Karatay, Meram). SPSS 22 and AMOS 24 programs were used in the analysis of the data. According to the research results; a low-level, negative and statistically significant relationship was found between digital footprint awareness and digital footprint experiences. In addition, it was determined that digital hybrids had higher digital footprint awareness than digital natives.

Keywords: Digital Footprint, Digital Footprint Awareness, Digital Footprint Experiences, Digital Natives, Digital Hybrids, Digital Immigrants

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	i
BİLİMSEL ETİK SAYFASI	iv
TABLolar LİSTESİ	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR	viii
GİRİŞ	1
DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DİJİTAL AYAK İZİ FARKINDALIĞI VE	3
DİJİTAL AYAK İZİ YAŞANTILARI	3
1.1. Toplumsal Değişim.....	4
1.2. Dijitalleşme Sürecinde İnternetin Yeri	6
1.3. Dijital Okuryazarlık.....	7
1.4. Dijital Toplum	8
1.5. Gözetim Toplumu.....	9
1.6. Dijital Yaşam.....	10
1.7. Dijital İletişim Çağı	11
1.7.1. Yeni Medya.....	11
1.7.1.1. Sosyal Medya ve Sosyal Ağ Siteleri	13
1.7.1.2. Facebook.....	15
1.7.1.3. WhatsApp	15
1.7.1.4. Instagram	16
1.7.1.5. Twitter.....	16
1.7.1.6. Youtube.....	16
1.7.1.7. TikTok	17
1.7.1.8. Snapchat.....	18
1.7.1.9. Sanal Ortamlarda Karşılaşılan Riskler	18
1.8. Dijital Ayak İzi Kavramı	20
1.8.1. Dijital Ayak İzi Türleri.....	22
1.8.2. Dijital Ayak İzi Yönetimi.....	23
1.8.3. Dijital Ayak İzi Farkındalığı	24
1.8.4. Dijital Ayak İzi Yaşantıları	25
1.8.5. Kuşaklar	26
1.8.5.1. Dijital Yerliler.....	26
1.8.5.2. Dijital Göçmenler.....	28
1.8.5.3. Dijital Melezler	29

2.1. Araştırmanın Konusu ve Problemi	37
2.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	37
2.3. Araştırmanın Yöntemi.....	38
2.4. Evren ve Örneklem	38
2.5. Etik Kurulu Onayı	38
2.6. Veri Toplama Araçları	38
2.7. Verilerin Analizi.....	39
2.9. Araştırmanın Bulguları.....	40
2.9.1. Katılımcılara İlişkin Tanıtıcı Bilgiler	40
2.9.2. Geçerlilik Analizi	45
2.9.2.1. Dijital Ayak İzi Farkındalığı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi	45
2.9.2.2. Dijital Ayak İzi Yaşantısı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi.....	47
2.9.3. Güvenilirlik Analizi	49
2.9.4. Tanımlayıcı İstatistikler	50
2.9.5. Verilerin Normallik Dağılımının İncelenmesi	53
2.9.6. Fark Testleri	54
2.9.6.1. Cinsiyete Göre Farklılık Testleri.....	54
2.9.6.2. Medeni Duruma Göre Farklılık Testleri.....	55
2.9.6.3. Yaş Aralığına (Kuşaklara) Göre Farklılık Testleri.....	55
2.9.6.4. Bilgisayar Kullanma Becerisine Göre Farklılık Testleri.....	56
2.9.6.5. Akıllı Telefon Kullanma Becerisine Göre Farklılık Testleri.....	58
2.9.6.6. Teknolojiyi Kullanma Süresine Göre Farklılık Testleri.....	59
2.9.6.7. Çevrimiçi Kullanılan Araç Sayısına Göre Farklılık Testleri.....	60
2.9.7. Korelasyon Analizleri	61
2.9.7.1. Yaş Aralığı (Kuşak) Karşılaştırmalı Korelasyon Analizi.....	62
2.9.7.2. Medeni Durum Karşılaştırmalı Korelasyon Analizi	63
SONUÇ-TARTIŞMA VE ÖNERİLER	65
KAYNAKÇA	71
EKLER.....	82

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Aynur YILMAZ		
	Numarası	21081031009		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Yönetim Bilişim Sistemleri		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Dijital Ayak İzi Farkındalığı ve Dijital Ayak İzi Yaşantıları Arasındaki İlişki: Kuşaklar Arası Bir Karşılaştırma			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı

İmzası

KISALTMALAR LİSTESİ

AMOS	Analysis of Moment Structures
ANOVA	ANalysis Of VAriance
AVE	Average Variance Extracted
CR	Composite Reliability
p	Anlamlılık
r	Korelasyon Katsayısı
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SS	Standart Sapma
X	Aritmetik Ortalama

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	40
Tablo 2. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı	41
Tablo 3. Katılımcıların Yaş Aralıklarına Göre Dağılımı	41
Tablo 4. Katılımcıların Bilgisayar Kullanma Becerilerine Göre Dağılımı	42
Tablo 5. Katılımcıların Akıllı Telefon Kullanma Becerilerine Göre Dağılımı	42
Tablo 6. Katılımcıların Günlük İnternet/Bilgisayar/Akıllı Telefon Kullanım Sürelerine Göre Dağılımı	43
Tablo 7. Katılımcıların Çevrimiçi Kullandıkları Araçlara Göre Dağılımı	44
Tablo 8. Katılımcıların Çevrimiçi Kullandıkları Araçların Sayısına Göre Dağılımı	44
Tablo 9. Uyum İndekslerine İlişkin Referans Aralıkları	45
Tablo 10. Dijital Ayak İzi Farkındalığı Değişkenine İlişkin Modelin Uyum Değerleri	47
Tablo 11. Dijital Ayak İzi Yaşantısı Değişkenine İlişkin Modelin Uyum Değerleri	49
Tablo 12. Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri	49
Tablo 13. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	50
Tablo 14. Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	52
Tablo 15. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	53
Tablo 16. Cinsiyete Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	54
Tablo 17. Medeni Duruma Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	55
Tablo 18. Yaş Aralığına Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	56
Tablo 19. Bilgisayar Kullanım Becerisine Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	57
Tablo 20. Akıllı Telefon Kullanma Becerisine Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	58
Tablo 21. Teknolojinin Günlük Kullanım Süresine Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	59
Tablo 22. Çevrimiçi Kullanılan Araç Sayısına Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması	60
Tablo 23. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayıları	61
Tablo 24. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayılarının Kuşaklara Göre Karşılaştırılması	62
Tablo 25. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayılarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması	63
Tablo 26. Araştırma Hipotezlerinin Test Sonuçları	64

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Kuramsal-Metodolojik Temel.....	39
Şekil 2. Dijital Ayak İzi Farkındalığı Değişkenine İlişkin Ölçümlenen Faktör Yapısı Modeli	46
Şekil 3. Dijital Ayak İzi Yaşantısı Değişkenine İlişkin Ölçümlenen Faktör Yapısı Modeli	48

ÖNSÖZ/TEŞEKKÜR

Çalışma konusunun belirlenmesinden araştırmanın tamamlanmasına kadar tüm sorularıma büyük bir ilgiyle vakit ayıran, sabırla cevaplayan, günün her saatinde bana destek olan ve gelecekteki mesleki yaşamımda değerli bilgilerinden faydalanacağıma inandığım değerli danışmanım Doç. Dr. Ebru ERTÜRK'e teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca eleştiri, katkı ve yorumları için değerli jüri üyelerim Doç. Dr. Halit Buluthan ÇETİNTAŞ ve Doç. Dr. Abdullah YILMAZ'a teşekkür ederim. Bu uzun çalışma sürecinde her zaman yanımda olan, beni motive eden ve başarıma olan sonsuz inançlarıyla bana destek olan babam Mustafa YILMAZ'a, annem Hürü YILMAZ'a, ablam Naz Şengün'e, kardeşim Hakan YILMAZ'a ve Yılmaz Buğra KAVAK'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Aynur YILMAZ

GİRİŞ

Geçmişte binlerce yıl devam eden tarım toplumu, ağaç ve taştan kesici aletler geliştirerek avcılıkta verimliliği artırmayı amaçlamıştır. Bakır, bronz ve demirden kesici aletler yapılarak tekerlek icat edilmiştir. Sanayi toplumuna geçişte tarım toplumu kültürü tamamen terk edilmemiş, sanayi toplumunun koşullarına uyum sağlanarak yeni bir yaşam biçimi geliştirilmiştir. Sanayileşmeyle birlikte fabrika alanlarında gelişme görülmüştür. Fabrikaların gelişmesiyle üretim artmış ve teknolojiye olan ihtiyaç artarak toplumun temel kaynağı haline gelmiştir. Dördüncü sanayi devrimi olarak da adlandırılan Endüstri 4.0, ürün ve hizmetlerin dijitalleştiği, insanların yapay zekayla bütünleştiği, insanların dijital alanlar ile çevrimiçi gerçeklik arasında hareket ettiği bir dünyadır. Dijital çağla birlikte bu dünyada yeni kavramlar ortaya çıkmıştır.

Dijital dünyada güncelliğini koruyan kavramlardan biri dijital ayak izidir. Toplumlar geçmişten günümüze her dönemde teknolojik gelişmelerden etkilenmiştir. Toplumlar tarım toplumu kültürünü yaşatmaya devam ederken, internetin dijitalleşme sürecine girmesiyle birlikte insanlar dijital iletişim çağıyla tanıştırılmıştır. Dijitalleşme, toplumsal yaşamın birçok alanında kişi ve grupların dijital iletişim ve medya altyapıları etrafında yeniden yapılandırılmasının önemli olgularından biridir.

Dijital ayak izi, internetin gelişmesiyle birlikte, dünyadaki hemen hemen tüm kullanıcıların, her türlü izinle, dokunarak, klavye veya fareyle ekran üzerinde bıraktığı basit, kolayca erişilebilen bilgi izidir. Dijital ortamlarda bırakılan ayak izlerinin içerdiği tehlike ve tehditlerin farkında olma; dijital ortamları kullanırken, dikkatli ve temkinli davranma anlamına gelen dijital ayak izi farkındalığı olumsuz dijital ayak izi yaşantılarını (deneyimlerini) de azaltabilecektir. Dijital dünyada yaşayan ve dijital toplumu oluşturan kuşaklar için bu farkındalık oldukça önemlidir.

Dijital toplumda dijital dünyanın gerçekliğini kabul eden ve ona uyum sağlayan üç kuşak bulunmaktadır. Bu kuşaklar içinde dijital yerliler, 2000 ve sonrası doğumlu, dijital araç ve ortamları hayatlarının en önemli yerine koyan, teknolojiyi bir zorunluluktan ziyade günlük yaşamın bir gereği olarak gören ve bu dijital sürecin içinde yer alan kuşak olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer kuşak 1970'ten önce doğan ve dijital teknolojilerle çevrelenmiş dünyaya genç kuşaklara göre daha yabancılaşmış hisseden yaşlı kuşaklara dijital göçmen denilmektedir (Prensky, 2001). Dijital melezler, 1970-1999 yılları arasında doğan kuşaklara verilen isimdir. Dijital melezler, dijital yerliler ile göçmenlerin davranışlarının birleşimi özelliğine sahiptir (Kakırman Yıldız, 2016: 575).

Dijital ayak izi üzerine yapılan çalışmaların sayısı giderek artmasına rağmen dijital ayak izinin korunması konusunda yeterince araştırma yapılmadığı görülmektedir. Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarının kavramsallaştırılması ve aralarındaki ilişki literatürde ihmal edilen alanlar arasında yer almaktadır. Dijital ayak izi farkındalığını anlamak ve dijital ayak izi yaşantılarına dair bilinçli olmak için daha detaylı bir çerçeve sağlanmasına ihtiyaç vardır. Literatürde üç ana kuşak bağlamında dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarını karşılaştırmalı olarak ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bakımdan bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarını kavramsallaştırmak ve aralarındaki ilişkiyi analiz ederek bu boşluğu doldurmaktır. Bu nedenle bu çalışma dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantı durumlarını belirlemeyi kuşaklararası farklılıkları analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın uygulama bölümünde araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Sürmelioglu ve Seferoglu (2019) tarafından geliştirilen *Dijital Ayak İzi Farkındalığı ve Dijital Ayak İzi Yaşantıları* ölçeklerinden oluşturulan anket formundan yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde ise “Dijital ayak izi farkındalık” durumlarını sorgulayan ve “Dijital ayak izi yaşantı” durumlarını sorgulayan ölçeğe ilişkin ifadeler yer almaktadır. Araştırmada 5’li likert ölçeğine göre ifadelere cevap aranmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemiyle çevrimiçi anketler ve yüz yüze anket dağıtımı yoluyla toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22 ve AMOS 24 programlarından yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini Konya ili merkez ilçelerinde (Selçuklu, Karatay, Meram) yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Örneklem bu ilçelerde yaşayan farklı kuşaklardan (dijital yerliler, dijital göçmenler ve dijital melezler) insanlardan oluşmaktadır.

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde dijitalleşme sürecine değinilmiş; Dijital okuryazarlık, dijital toplum ve gözetim toplumu kavramları hakkında bilgi verilmiş, dijital iletişim çağı anlatılmış, sosyal medya ve sosyal medya ağ siteleri anlatılmıştır. Dijital ayak izi kavramından bahsedilmiş; Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları hakkında bilgiler verilmiştir. Son olarak kuşaklara değinilmiştir. İkinci bölümde araştırmanın amacı, yöntemi, evreni ve örnekleme, veri toplama süreci açıklanmış ve araştırma bulguları değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE DİJİTAL AYAK İZİ FARKINDALIĞI VE DİJİTAL AYAK İZİ YAŞANTILARI

Bu bölümde dijitalleştirme ve dijitalleşme kavramları tanımlanarak aralarındaki fark ortaya konmaya çalışılmaktadır. Bununla birlikte dijitalleşme sürecinden bahsedilmiştir.

Dijitalleştirme “*dijitalleştirme eylemi veya süreci; analog verilerin (özellikle daha sonra kullanılacak resimler, video ve metinlerde) dijital forma dönüştürülmesi*” (Schumacher vd., 2016: 1) olarak tanımlanmaktadır. Dijitalleşme ise “*bir kuruluş, endüstri, ülke vb. tarafından dijital veya bilgisayar teknolojisinin benimsenmesi veya kullanımının artması*” (Brennen ve Kreiss, 2016: 1) şeklinde tanımlanmaktadır.

Dijitalleşme yeni bir olgu olmasa da beraberinde gelen zorluklar ve fırsatlar sürekli değişmektedir (Almeida vd., 2020: 97). Dijitalleşme terimi ilk kez 1971'de *North American Review*'de yayınlanan bir makalede ilk çağdaş kullanımıyla ortaya çıkmıştır (Brennen ve Kreiss, 2016: 5). Dijitalleşmenin bir özelliği verinin bireysel ihtiyaç ve istekler hakkında detaylı bilgi sağlaması nedeniyle mal ve hizmetlerin bireye uygun olarak tasarlanmasıdır. Bu durum dijitalleşmenin bireyselleşmenin artmasını etkilediğini göstermektedir (Digitaliseringskommissionen, 2016: 19).

Bir diğer dijitalleşme tanımı ise “*toplumsal yaşamın birçok alanının dijital iletişim ve medya altyapıları etrafında yeniden yapılandırılması*” (Brennen ve Kreiss, 2016: 1) şeklindedir. İlerleyen bölümde dijital iletişim ve medya kavramları incelenmektedir.

Sanayileşmeden sonra dijitalleştirme toplumsal açıdan en dönüştürücü süreçtir. Bu dönüşüm aynı zamanda insanların yapmış olduğu şeyleri tamamen yeni yöntemlerle yapabilme ve tamamen yeni şeyler oluşturabilme yeteneği olarak da tanımlanabilir. Dijitalleştirme, bugün mümkün olduğuna yaygın olarak inanılmayan demokratik ve sürdürülebilir bir refah toplumunun geliştirilmesine yardımcı olmaktadır (Digitaliseringskommissionen, 2016: 18).

Dijitalleşme 1950'li yıllarda bilgisayarların ortaya çıkmasıyla başlamıştır (*A Brief History of Digitization*, 2022). Dijitalleşme, Endüstri 4.0 ile birlikte güçlü bir ivme kazanan ve sektörleri doğrudan etkileyen önemli bir süreci temsil etmektedir (Branca vd., 2020: 1). Toplumsal değişim başlığı altında Endüstri 4.0 sanayi devrimine geçişten bahsedilmiştir.

1.1. Toplumsal Değişim

“Organize bir şekilde bir arada yaşayan, işlerin nasıl yapılacağına dair kararlar alan ve yapılması gereken işleri paylaşan büyük bir grup insan ya da bir ülkedeki veya birkaç benzer ülkedeki tüm insanlara toplum” denilmektedir (Cambridge Dict., 2024). Toplumsal değişimi yönlendiren ve ciddi dönüm noktalarına neden olan en önemli faktörler dijitalleşme ve sanayileşmedir (Tofan, 2022). Dijitalleşme konusundan bir önceki başlıkta bahsedilmiştir. Burada tarım toplumu, sanayi toplumu ve bilgi toplumundan bahsedilecektir.

Geçmişte binlerce yıl devam eden tarım toplumunu, İstanbul'un fethinden sonra Rönesans'la oluşan ve yüzlerce yıl süren sanayi toplumu dönemi izlemiştir. Sanayi toplumunu onlarca yıllık katmanlardan oluşan bilgi toplumu takip etmiştir (Yılmaz, 2014).

İlkel dönemin gelişme aşamasında, "ahşap ve taştan kesici aletler geliştirilmiş, yay ve okların kullanılmaya başlanması avcılıktaki verimliliği artırmıştır." Bitkisel ve hayvansal üretime başlanmıştır. Bakır, bronz ve demirden kesici aletler yapılmış, tezgâh ve çömlek yapımında kullanılan tekerlek icat edilmiştir. Hayvancılığın ve tarımsal üretimin tohumları bu dönemde atılmış ve ilk toplumsal iş bölümü gerçekleşmiştir. İlkel üretim aşamasını köle üretimi aşaması takip etmiştir. MÖ IV-III binyıllarda başlayıp MS V. yüzyıla kadar süren bu dönem, köle emeğine dayalı üretimin çok daha ucuz olması nedeniyle tercih edilmiştir (Garda ve Temizel, 2016).

Sanayi toplumuna geçişte toplum, tarım toplumu kültürünü devam ettirmiş ve sanayi toplumu şartlarına uygun hareket ederek bir yaşam biçimi oluşturmuştur. Tarım kültürünü tamamen geride bırakamayan ve kırsal kesimden şehirlere göç eden tarım toplumunun kültürünü de beraberinde getirmiştir (Yapıcı, 2005).

Sanayileşmeyle birlikte en güçlü üretim merkezleri fabrikalara dönüşmüştür. Fabrika alanlarına göçle birlikte ekonomik gelişme de yaşanmıştır. Bağımsız ve kendi kendini yöneten aile birimleri, kapitalizm tarım toplumunda etkisini göstermeden önce toplumla olumlu bir uyum içindeyken, kapitalizasyonla birlikte önemli değişikliklere uğramak zorunda kalmışlardır (Özbay, 2017).

Teknoloji üretebilen, üretilen teknolojiyi nitelik ve nicelik olarak kullanabilen toplumlarda gelişmeyi amaçlayan ülkelerin insan gücüdür (Dönmez Tek, 2008). Sanayi toplumuyla birlikte işletme içinde teknolojik iş bölümü zorunlu hale gelmiştir (Aron, 1974). Ekonomik koşulların iyileşmesi ve teknolojinin de desteğiyle iş bölümünün artmasıyla birlikte üretimde verimlilik sürekli olarak artmıştır (İşevi ve Çelme, 2005). Üretimdeki bu artışla

birlikte teknolojiye olan ihtiyaç da artmış ve teknoloji toplumun temel kaynağı haline gelmiştir.

Üç farklı dönem kendine has özellikleriyle anılmaktadır. Tarım toplumu emek yoğun olarak kabul edilmektedir. Emek yoğun olarak değerlendirilmesinin nedeni üretimin el emeğine dayalı olmasıdır. Sanayi toplumunda üretimde finans, makine ve teçhizat gibi faktörler yer aldığından sermaye yoğunluğu ile ilişkilidir. Bilgi toplumunun temelinin entelektüel güç olması nedeniyle bilgi yoğunluğundan bahsedilmektedir (Birkök, 2004).

Dijital teknoloji ilerledikçe “dördüncü sanayi toplumunun” ortasında olduğunu gösteren kaynaklar da artmaktadır (Nikolić ve Whyte, 2021: 1). Endüstri 4.0 son sanayi devrimidir (Chowdhury ve Murzi, 2020: 2). Endüstri 4.0’a gelmeden önce sanayi devrimlerinden bahsedilecektir.

Sanayi devrimlerinin tarihi (Dimitrieska vd., 2018: 183; M. Xu vd., 2018: 90):

- İlk sanayi devrimi 1770 yılında buhar makinesinin icadıyla başlamıştır. Çiftçilik ve feodal toplumdaki yeni üretim sürecine geçiş buhar makinesiyle sağlanmıştır. Birinci sanayi devrimi, üretimdeki ilerlemelerin yanı sıra ulaştırma ve birçok bilim dalında da gelişmelerin yaşandığı bir dönemdir.

- İkinci sanayi devrimi, 1780 yılında içten yanmalı motorun icadıyla başlamıştır. İkinci sanayi devrimi, seri üretime güç sağlamak için petrol ve elektriğin kullanılmasıyla hızlı bir sanayileşme çağını başlatmıştır. Telefon, radyo, telgraf, dizel ve benzinli motorlar gibi birçok yeni icatla ikinci sanayi devriminin ayırt edici özellikleri ortaya çıkmıştır.

- Üçüncü sanayi devrimi, 1940 yılında elektronik ve bilgi teknolojisinin üretimi makineleştirmek için uygulanması olarak tanımlanmaktadır. Üçüncü sanayi devrimi, yarı iletkenlerin, ana bilgisayarların, kişisel bilgisayarların ve İnternet’in gelişmesiyle ayırt edildiğinden genellikle bilgisayar veya dijital devrim olarak adlandırılmaktadır. Üçüncü sanayi devriminde bilgi teknolojileri ve elektronik üretim otomatik hale geçmiştir.

- Dördüncü sanayi devrimi, üçüncü sanayi devriminden ortaya çıkmıştır. Ancak dördüncü sanayi devrimi, gelişiminin patlayıcılığı ve teknolojilerinin yıkıcılığı nedeniyle bir devamı olmaktan ziyade yeni bir dönem olarak değerlendirilmektedir. Dördüncü sanayi devrimi artık bilgisayarda üretilen ürünlerin tasarımını ve ardışık malzeme katmanlarında katı nesnelere oluşturabilen üç boyutlu (3D) baskıyı içermektedir.

Dördüncü sanayi devrimi, üç dönemden sonra her ürün ve hizmetin dijitalleştiği, insanların hayatında daha aktif hale geldiği ve yapay zekâ ile bütünleştiği dönemdir. Son

dönem diğer dönemlere göre hızlı bir değişim ve gelişime sahip olsa da uyum sağlanması oldukça zor bir dönemdir (Karademir, 2022).

Endüstri 4.0 kavramı günümüzde dördüncü sanayi devrimi olarak kullanılmaktadır (Öksüz vd., 2015: 3). Dördüncü sanayi devrimi kavramı, Dünya Ekonomik Forumu'nun kurucusu ve başkanı Klaus Schwab tarafından ortaya atılmıştır. Dördüncü sanayi devrimi, bağlantılı teknolojiyi kullanarak insanların yaşamlarını mümkün kılmayı ve yönetmeyi amaçlamaktadır ve insanların dijital alanlar ile çevrimiçi gerçeklik arasında hareket ettiği bir dünya olarak tanımlanmaktadır (Miller, 2016).

Endüstri 4.0'ın geliştirilmiş versiyonu Endüstri 5.0'dır. Endüstri 5.0, kurumsal sosyal ağlar aracılığıyla kişiselleştirilebilir, kendi kendini üretmeyi mümkün kılmak için ideal insan arkadaşlığı ve robotların insan kaynaklarıyla bağlantılı insan merkezli bir tasarım çözümüdür (Maddikunta vd., 2022: 4).

Bir devrimden yeni bir devrime geçiş süresi önemli ölçüde kısalmıştır. Endüstri 4.0'ın ilk kez tanıtılmasından sadece dört yıl sonra Endüstri 5.0 tanıtılmıştır. Endüstri 5.0 terimi, Michael Rada'nın 1 Aralık 2015'te LINKEDIN sosyal ağ sitesinde yayınlanan makalesinde tanıtılmıştır (*Medium*, 2018).

Teknolojik gelişimin bir diğer aşaması ise internet teknolojilerinin ortaya çıkışıdır (Avcı, 2015: 252). Dijitalleşme sürecinde internetin yerinden ve dijital yaşamdan bahsedilmiştir.

1.2.Dijitalleşme Sürecinde İnternetin Yeri

1950'lerin sonlarında ve 1960'ların başlarındaki ilk bilgisayar ağları, kaynaklarını birden fazla kullanıcı arasında paylaşmak için bireysel ana bilgisayarlara dayanmaktadır. Ana bilgisayarlar arasında uzaktan erişime ve iletişime olanak sağlayan ilk ARPANET, ABD Savunma Bakanlığı tarafından kurulmuştur. ARPANET ilk başarılı mesajını 29 Ekim 1969'da göndermiştir. "İnternet" adı verilen bir program tarafından açık ağları birbirine bağlamanın yolları aranmıştır (*How Was the Internet Invented?*, 1994). İnternet, dünya genelinde milyonlarca bilgisayarı kendi aralarında bağlayan, ağların ağı anlamına gelen bir sistemdir (Geray, 2003). İnternetin resmi doğum günü 1 Ocak 1983'tür (*A Brief History of the Internet*, 2024). 1995 yılında halka internet erişimi sağlanmıştır (Guice, 1998: 205).

Türkiye, 1993 yılında TÜBİTAK-ODTÜ tarafından yürütülen DPT projeleriyle küresel internete kavuşmuştur. 1994 yılında Ege Üniversitesi, 1995 yılında Bilkent

Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi, 1996 yılında ise İTÜ ile bağlantılar kurmuştur (Çakır ve Topçu, 2005).

Ocak 2016 Dijitalleşme Kullanım Yayılımına Göre; Güney Asya %27 ile en az internet kullanımına sahipken, Kuzey Amerika %88 ile en fazla internet kullanımına sahiptir. En az kullanımdan devam edilecek olursa Afrika %29, Orta Asya %40, Güneydoğu Asya %41, Orta Amerika %44, Orta Doğu %53, Doğu Asya %54, Güney Amerika %60, Doğu Avrupa %64, Okyanusya %68, Batı Avrupa %83 dijitalleşme kullanım yayılımı bu şekildedir. Küresel ortalama ise %46'dır (We Are Social Meltwater, 2016).

Ocak 2023'de bu dağılımda değişimler meydana gelmiştir. 2016'nın en az internet kullanımını Güney Asya'yken (%27), 2023 yılında %23,1 ile Kuzey Afrika olmuştur. 2016 yılında en fazla Kuzey Amerika'yken (%88), 2023 yılında %97,4 ile Kuzey Avrupa internet kullanımında en üst seviyedir. Küresel ortalama bu şekilde %64,4 yükselmiştir (We Are Social Meltwater, 2023).

Dijital yaşam tarzı birçok ülkede ulaşılması gereken bir dizi hedefle bağlantılıdır. Mal ve hizmetlerin izlenebilirliği, insan ve canlı vücudundaki biyolojik faaliyetlerin sağlık sistemi tarafından izlenebilirliği, internet dünyasında insanların bir arada dostça yaşaması, ev ve sosyal yaşamın internet üzerinden paylaşıldığı bir yaşamı davet etmektedir (Bıçakçı, 2020: 34).

Bilim, sanat ve teknolojideki gelişmeler bireylerin çeşitli alanlarla ilgili yeni yeterliliklere sahip olmalarını gerektirmiştir. Dijital çağın gerektirdiği yeni beceriler: okuryazarlık, okuma, yazma, hesaplama bu kavramın çeşitli bilim dallarında farklı anlamlarla kullanılmasına olanak sağlamıştır (Sur, 2022: 446). Dijital okuryazarlık beceriden kısaca bahsedilecektir.

1.3.Dijital Okuryazarlık

Okuryazarlık çok yönlü anlayış ve bilginin çok yönlü aktarımıdır. Okuryazarlık aynı zamanda fikirleri anlamlandırma yeteneği olarak da düşünülebilmektedir. Okuryazar kişi çeşitli veri kaynaklarını işleyebilmektedir (Heick, 2021).

Geleneksel görüşe göre dijital okuryazarlık, yazılım kullanma becerisi ve cihazları çalıştırma becerisi gibi teknik beceriler olarak tanımlanırken, güncel ve daha fazla kabul gören görüş, dijital medyanın kullanıldığı sosyal bağlamlara odaklanmaktadır (Casey vd., 2009: 6).

Dijital okuryazarlık bilgi ve becerileri; internet erişimi, teknolojik filtrelerle düzenleme yapabilme, teknolojik cihazların boyutlarının küçülmesi ve taşınmasının kolaylaşması olarak belirlenmektedir (Vincent, 2015: 8).

Dijital okuryazarlık, dijital teknolojileri kullanma ve risklerini anlama konusundaki çeşitli yetenekler, interneti kullanmak ve internete erişmek için gereken uygulamalı teknik beceriler ve çevrimiçi olarak eleştirel ve güvenli bir şekilde etkileşimde bulunma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Arias López vd., 2023: 3).

İnsanların fikirleri sorumlu ve etik bir şekilde edinme, değerlendirme, kullanma, paylaşma ve yaratma becerisine sahip olabilmeleri için internetin yanı sıra Bilgi İletişim Teknolojisi (BİT) araç ve teknolojilerini de kullanmaları gerekmektedir (Reddy vd., 2022: 83).

Dijital okuryazarlık, çocukların ve yetişkinlerin dijital teknolojilerin kullanımı yoluyla edindikleri dijital yeterliliği tanımlamak için kullanılan kavramdır (JICC, 2014). Bu kavram, en geniş anlamıyla metinlere erişmeyi, kullanmayı ve analiz etmeyi, aynı zamanda okuma ve yazma yoluyla metinlerin üretilmesini ve dağıtılmasını da kapsamaktadır (Sefton-Green vd., 2017: 15).

Her ürün veya hizmette dijital okuryazarlığa dikkat edilmesi insanların dijital hayata adım atmasına yardımcı olacaktır (Reyna ve Richter, 2016: 10). Bir sonraki başlıkta dijital okuryazarlığın farkında olunması durumunda dikkate alınması gereken dijital yaşam, gözetim toplumu ve dijital toplumdaki bahsedilecektir.

1.4.Dijital Toplum

Geçmişte ya da bir yüzyıl ibaresi kullanılmı) tiyatro, telgraf ve gazeteler insanların eğlence ve bilgi edinme aracı iken, 1930'lu yıllarda tiyatrunun yerini sinema almıştır. Telgraf yerine telefon birincil iletişim aracı haline gelmiştir. 1950'li yıllarda sinema ve gazetelerin yerini televizyon almıştır. Yeni yüzyılda bilgi ve eğlence aracı olan televizyon, telefon ve gazetenin yerini web teknolojilerine bırakmıştır (Watson, 1999: 1).

Dijital toplumun teknolojik bir toplum olarak değerlendirilmesinin nedeni bilgi ve iletişimin temel kavramlar olmasıdır. Bu toplumda bilgi satın alınabilir, satılabilir ve aynı zamanda saklanabilir. Bilgi ticarileştirilmiş değerli bir metaya dönüşmektedir (Cornu, 2011: 2). Her ne kadar dijital toplum bilgi toplumu ile benzer terimlerle kullanılsa da dijital toplumun bilgi toplumunun gelişmiş bir formu olduğu söylenebilir. Bilgi ve iletişim teknolojileri, bilgi toplumunda olduğu gibi dijital toplumda da ciddi bir görev üstlenmektedir

ancak dijital toplumda dijital, sıradan hayatla ve ilişkili olduğu dijital ekonomik dünyayla ilişki içerisinde (Akyıl, 2021: 12). Bilgi gibi iletişim de ekonomik ve gerekli hale gelmektedir. Cep telefonları ve internet sayesinde dijital iletişim oldukça kolay ve hemen hemen herkes tarafından ulaşılabilir hale gelmektedir. Teknoloji perspektifinden bakıldığında dijital toplumdan, bilgi perspektifinden bakıldığında ise bilgi toplumundan bahsedilmektedir. Ancak toplumun insani yönü vurgulanırken bilgi ve insan iletişimine eş zamanlı olarak odaklanılması gerekmektedir. Bu şekilde bilgi toplumundan bahsedilmektedir. Dijital toplumda gelişmeyi sağlayan bazı temel kavramlar, araçlar ve yeterlilikler bulunmaktadır. Dijital toplumda yaşayan bireylerin bu kavram, araç ve yeterliliklere sahip olması ve bu kavram, araç ve yeterliliklerin oluşturabileceği risk ve sonuçların farkında olması gerekmektedir (Cornu, 2011).

1.5.Gözetim Toplumu

Gözetim toplumu günlük yaşamın bir özelliği değil, bilim kurgunun bir özelliği olarak görülmekte ancak toplum zaten bir gözetim toplumunda yaşamaktadır. Gözetim toplumunun özellikleri şöyle sıralanabilir (Wood ve Ball, 2006: 3):

- Video kameralar insanları her yerde, yollarda, yerleşim yerlerinde, binalarda ve alışveriş caddelerinde izlemektedir. Otomatik sistemler plakaları ve sayıları giderek artan yüzleri tanıyabilmektedir.
- Denetimli serbestlik kapsamındaki kişilerin elektronik etiketlerle tahliye şartlarını ihlal etmemesini sağlamaktadır. Polis, suç eğilimlerini erken dönemde tespit etmek amacıyla, suçlu olsun ya da olmasın tutuklanan kişilerin DNA örneklerini saklamaktadır.
- Sosyal yardımlar, sağlık hizmetleri vb. için kimlik belgesi zorunludur.
- Yurt dışına seyahat eden yolcuların kişisel bilgileri, seyahat ettikleri yerler ve yanlarında taşıdıkları eşyalar kontrol edilmekte ve bu bilgiler saklanmaktadır.
- Pek çok eğitim kurumu, akıllı kartlar veya biyometri (yüz, göz, ses ve dijital parmak tarayıcı) kullanarak çocukların nerede olduğunu, ne yediklerini ve kütüphaneden ödünç aldıkları kitapları takip etmektedir.
- Yazılımla analiz edilen kişilerin harcama alışkanlıkları verileri farklı işletmelere satılmaktadır.
- İngiliz ve Amerikan istihbarat servisleri insanların telefon, e-posta ve internet kullanımlarını dinleyebilir ve bunları anahtar kelime ve deyimler için tarayabilmektedir.

Kişisel verileri toplayarak ve toplanan verileri ISNS (Uluslararası Standart Seri Numarası) bulunan platformlarda reklam veren üçüncü kişilere satarak kar elde etmeyi

amaçlamaktadır. Kullanıcı verileri ISNS aracılığıyla toplanır, analiz edilir, istatistiksel olarak değerlendirilir ve bir meta olarak satılmaktadır. Kullanıcılar profillerini ister görünür ister görünmez olarak ayarlasınlar, ISSN'ler gözetim topluluğuna yardımcı olur ve toplanan verileri her zaman devletin, şirketlerin ve reklam verenlerin kullanımına sunmaktadır (Fuchs, 2009: 22).

1.6.Dijital Yaşam

Özellikli veya "hibrit" telefonların yaygınlaşması ve benimsenmesiyle birlikte, gelişmiş ve gelişmekte olan dünyada akıllı telefonlarda uygulamalar kullanılabilir hale gelmiştir. Bu uygulamalar ulaşım, hava durumu, eğitim, kumar, flört uygulamaları ve bankacılık uygulamaları olarak insanların hayatında yer almaktadır (Roberts, 2022: 1369).

Dijital yaşamda kullanıcıların dijital araçları kullanması ve bu nedenle günlük etkinliklerinde daha fazla karar vermesi beklenmektedir. Ancak kullanıcıların dikkatini çekmek isteyen işletmelerin ürünlerini incelemek, güncel haberleri takip etmek veya e-postalarını kontrol etmek gibi küçük çevrimiçi aktiviteler kullanıcılar için dikkat dağıtıcı unsurlardır (Ahmad, 2021: 5).

Dijital yaşam, insanların dijitalleşme sürecinin fiziksel ve zihinsel sağlıkları üzerindeki etkisini anlama konusunda isteksiz olmalarına neden olmaktadır. Örneğin e-ticaretin faydalı yönlerine önem verirken, çevrimiçi alışveriş deneyimleri duygusal sıkıntıyı da beraberinde getirmektedir. Bu durum kullanıcıların kararlarından daha az memnun olmalarına neden olabilir (Ahmad, 2021: 6).

Dijital, taklit gerçekliklere taşıdığımız yaşamlar/temsiller ve sanalın yarattığı gerçekliğin simülasyondan ayırt edilemeyeceği algısı da ölümsüzlüğü içermektedir. Bu açıklamaya göre dijital yaşam bir veri deposu görevi görürken, önceki dijital izlerin ardından ölüm sonrası "yükleme" yapılmaktadır (Molo, 2021: 83).

Dijitalleşme, bilgiye hızlı ve kolay erişim sağlamak, bilgiyi uygun maliyetli bir şekilde paylaşmak ve kullanmak için dijital teknoloji ve kanalları kullanmaktadır. Bu dönemde cep telefonları akıllı telefonlara dönüşmüştür (*Digital Revolution*, 2015). 2024 istatistiklerine göre dünya nüfusunun %66,04'ü internet kullanmaktadır. Bu da 5,35 milyar kullanıcı anlamına gelmektedir (*How Many Use The Internet in 2024 (Global Data)*, 2024). Bu çağ, bilgi akışını dönüştürerek kullanıcıların erişim için farklı araçlar kullandığı dijital çağa getirmiştir (*Digital Revolution*, 2015; J. Xu vd., 2022: 3).

1.7.Dijital İletişim Çağı

Teknolojiyle iç içe olunan döneme dijital çağ denilmektedir. Dijital çağ, toplumu zamana ve mekana alıştırmadan, mobil yaşamın dijital alanda sürekliliğini sağlamaktadır (Başarmak, 2021). Dijital çağ olarak adlandırılan çağda insanların kullandığı dijital araçlar hayatın her alanında değişikliklere neden olmaktadır (Saykili, 2019: 2). Dijital çağ, bilginin hızla arttığı, teknoloji ve özellikle internet aracılığıyla kullanıldığı bir dönemdir (Bozkurt, 2017).

İnsanların dijital çağla tanışması 1950'li yılların başında Amerika'da televizyonun yaygınlaşmasıyla başlamıştır. Kullanıcılar 50 ila 100 kanal arasında seçim yapabilirken; Video, DVD ve DVR oynatıcılar kullanıcıların ne zaman ve neyi izleyeceklerini seçme seçeneklerini artırmaktadır. Günümüzün ev bilgisayarları 1980'lerin başındaki ana bilgisayar gücüne sahiptir (Vandewater ve Lee, 2009: 1152). 1970'li yıllarda çocukların normal televizyon izlemesi 4 yaşında başlarken, günümüzde çocukların dijital medyayla etkileşimi 4 aylıkken başlamaktadır (Chassiakos vd., 2016: 2).

Çeşitli medya formatlarında (metin, fotoğraf, video ve ses) bilgi paylaşımına olanak sağlayan dijital ortamdır. Video oyunları geleneksel ve sosyal medyanın birleşimini temsil etmektedir. Video oyunları, çevrimiçi ortamda uzakta bulunan kullanıcılarla iletişim kurarak sanal ortamlar oluşturabilir. Dijital medya, kullanıcıların deneyimlerini kişiselleştirebilecekleri ilgi çekici bir deneyim sunmaktadır (Chassiakos vd., 2016: 2).

Son on yılda geleneksel medyadan yeni medyaya doğru bir evrim yaşanmaktadır. Bu evrim medya kullanım kalıplarında da değişikliklere neden olmaktadır (Chassiakos vd., 2016: 2). Dijital iletişim çağında yeni sosyalleşmelerin oluşmasıyla birlikte geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş ve sosyal medyadan sonra yeni medya, sosyal medya ve sosyal medya ağ siteleri alt başlıklarına değinilmiştir.

1.7.1. Yeni Medya

Akıllı cep telefonları ve çevrimiçi haber toplayıcılar aracılığıyla haberlere anında ulaşmanın mümkün olmadığı internet öncesi dönemde, geleneksel medya (radyo) (Dewan ve Ramaprasad, 2014: 104) döneminde yazılı medya dizileri (dergi, gazete, fotoğraf, resim, çizim) gelişmiştir (Rajendran ve Thesinghraj, 2011: 609).

1962 yılının temmuz ayında ilk kez televizyon görüntüleri ortaya çıkmıştır. Bu çıkış dönüşüm için yeterli olmamış Fransız toplumunun bilişim toplumu olma adımıyla 80'li yılların başında telekomünikasyon ve bilişimin ortaklığı "telematik" kavramı ortaya atılmıştır.

Bununla birlikte elektromanyetik radyo dalgalarıyla oluşan yayım ağı, video iletişim ve telekomünikasyon şebeke uygulamalarıyla yeni iletişim şekilleri yönlendirilmiştir (Balle ve Eymery, 1995: 33).

Geleneksel medyanın dijital medyaya geçişiyle birlikte televizyon ve diğer elektronik medyalar da benimsenerek günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Bu medya araçları; bilgi alma, sosyalleşme, eğlenme, alışveriş yapma, iletişim kurma ve ev idaresi amacıyla kullanılmaktadır (Vandewater ve Lee, 2009: 1153).

Medyanın insanları taklit etme, kamuoyunu şekillendirme ve gelecek nesillere gündem belirleme yeteneğine sahip olduğu kanıtlanmıştır. Medya, farklı yönetim tarzları ve çeşitli şüpheli gruplar içinde hayatta kalabilmek için başkalaşım geçirmiştir. Bu başkalaşım sonucunda kısa sürede dijital medya olarak yeniden adlandırılan yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır (Ravi, 2011: 323).

Yeni medya kavramının başlangıcı (Dewan ve Ramaprasad, 2014: 104) 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında dijital ve bilgisayarlı; CD-ROM'lar ve WWW siteleri gibi medya ürünlerinin ortaya çıkışına kadar uzanmaktadır (Leinonen, 2009). İletişim ve bilişim alanında bilinen en yeni yeni medya alanları bilgisayar donanımı, e-posta ve e-ticarettir (Gitelman ve Pingree, 2003: 1). Dijital medya araçları birçok kullanıcının maddi ve fiziki olarak ulaşamadığı metinlere ulaşmasını sağlamaktadır (Baron, 2017: 16).

Yeni medya, bugün dünyanın herhangi bir yerinde bulunan çoğu medya modelinin birleşimidir. Yeni medya; internet, multimedya (çoklu ortam), cep telefonları, oyunlar ve animasyon gibi pek çok şeyi kapsamaktadır. Yeni medya, kullanıcının bilgiye ihtiyaç duyduğu anda ulaşabildiği ve kendini güvende hissettiği bir “arşiv” görevi görmektedir. Yeni medya, yönetenler ile yönetilenler arasında arabuluculuk yapma potansiyeline sahiptir (Ravi, 2011: 324).

İnsanlar yeni medyaya göre geleneksel medyaya daha fazla güvenmektedir. Bunun nedeni geleneksel medyanın yeni medyaya göre daha fazla düzenlemeye tabi olmasıdır. Bu uygulama sayesinde yanlış ya da yanıltıcı bilgi içerme ihtimali azalmaktadır. Uzmanlarla çalışan geleneksel medya kuruluşları, haberleri doğru ve güvenilir kaynaklardan sunmaktadır. Eskisi kadar baskın olmayan geleneksel medya hâlâ geniş kitleler için geçerli bir bilgi kaynağı olmayı sürdürmektedir (Al-Quran, 2022: 153). Yeni medya ise; toplumun her bölümünden kullanıcının fikirlerini büyük bir özgürlükle yayımlayabileceği demokratik bir platformdur (Vardal, 2015). Otoriter yapıya sahip gazeteci ve köşe yazarlarının en doğrusunu bilen ve

yazanlar olduğu inancına karşı çıkan, yeni medya kullanıcılarının istekleri ile tutucu medya parçalanmıştır (Turgut, 2013; Vardal, 2015).

Geleneksel medya araçlarında alıcı ve verici arasında etkileşimi sağlayacak bir kanal bulunmamaktadır. Yeni medyada ise alıcı ve verici arasında etkileşimi sağlayan bir kanal bulunmaktadır. Geleneksel medya aracı olan radyo yayınlarında canlı müzik isteğinde bulunabilmek için telefon gerekmektedir. Yeni medyanın gelişmesiyle birlikte telefon fonksiyonları da artmaktadır. Yeni medya araçları geleneksel medya araçlarına göre etkileşimi sağlayacak konumdadır. Yeni medya olmadan geleneksel medya yalnızca aktarıcıdır ve etkileşim sağlayamamaktadır. Yeni medyanın gelişmesi ve katkısıyla etkileşim, alıcının verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki hakimiyetini arttırabilmesidir (Geray, 2003: 18).

Etkileşimin yanı sıra yeni medyanın bir diğer özelliği de sınırsız izleyici kitlesini hedef alması nedeniyle kitleleşmiştir. Geleneksel medyanın aksine, yeni medya kullanıcısı aynı anda mesaj göndermek yerine istediği zaman mesaj gönderip alma olanağına sahiptir (Rogers, 1995: 7).

Geleneksel medyanın ve yeni medyanın görevleri değişmektedir. Sosyal medya ve yeni medya, bilginin dünya çapında hareket etme biçimini değiştirmektedir. Sosyal medya iş birliği için benzeri görülmemiş fırsatlar sunmaktadır. Örneğin kullanıcılar değişikliklere uyum sağlarken bu değişikliklerden faydalanarak, karşı tarafın aynı konuda ayrıcalıklı haklarını kabul etmeyerek yeni stratejiler geliştirme becerilerine hakim olacaklardır (Mayfiel, 2011: 83).

1.7.1.1. Sosyal Medya ve Sosyal Ağ Siteleri

"Sosyal ağlar" kavramı ilk kez (1954) yılında Barnes tarafından ortaya atılmıştır. Sosyal medya, kullanıcıların çevrimiçi olarak buluşmasına, iletişim kurmasına, alışveriş yapmasına, tartışmasına ve her türlü sosyal etkileşime girmesine olanak tanıyan web tabanlı yazılım ve hizmetleri kapsayan bir "şemsiye" terimdir (Ryan ve Jones, 2014: 152).

Sosyal medya, kullanıcılara kendi oluşturdukları içerikleri paylaşma, eski uygulama özellikleriyle özel mesaj alışverişi yapma, eski arkadaşları bulma, yeni arkadaşlar edinme, haber akışlarını görüntüleme gibi çok yönlü özellikler sunmaktadır (Yang vd., 2011: 73).

İnternet, e-posta göndermek veya internette gezinmekle sınırlı değildir. İnternet üzerinden sosyal ağ siteleri günlük yaşamda önemli bir yere sahiptir. Sosyal ağ siteleri sayesinde internet farklı bir anlam kazanmaktadır. Kullanıcılar sosyal ağ siteleri konusunda oldukça bilgilidir. Duygusal durumlarını, deneyimlerini, ilgi alanlarını, hoşlandıkları ve

hoşlanmadıkları şeyleri ve internette keşfettikleri çoğu şeyi paylaşmaktadırlar. İnternette yayınlanan bu bilgiler saklanmaktadır. Bu bilgileri saklayanlar Facebook, Google gibi şirketler olabilmektedir. Çevrimiçi olarak depolanan etkinlikler kişinin dijital ayak izleridir (Arakerimath ve Kumar Gupta, 2015: 52).

Kullanıcılar, sosyal ağlar ortaya çıkmadan önce başkalarını da etkilemek için çaba göstermekteydi ancak sosyal ağlar bunu basit hale getirmiştir. Bunun sebebi insanlar artık başkaları tarafından idealize edilmiş görüntülere daha fazla maruz kalmaktadır ve kendilerini geliştiren bilgilere, paylaşımlara daha sık yer vermektedirler (Verduyn vd., 2020: 33).

Sosyal medya ağ siteleri, kullanıcıların ilgi alanlarına göre eş zamanlı veya eş zamanlı olmayan şekilde etkileşimde bulunmalarına, kendilerini seçici olarak sunmalarına, kullanıcı aracılığıyla sunulan içerikten ve başkalarıyla etkileşim algısından faydalanmalarına olanak sağlayan çevrimiçi kanallardır (Carr ve Hayes, 2015: 50). Bu etkileşimle birlikte sosyal medya ağ siteleri aracılığıyla mesleki alanlarda da değişimler görülmektedir (Vardal, 2015: 96).

Sosyal medya ünlüleri olarak anılan, geniş kitlelere hitap eden, abone sayısı yüksek olan ve takipçileri üzerinde büyük etki yarattığı düşünülen fenomenlik (Aktaş ve Şener, 2019: 405), son yıllarda sayısı hızla artan, yoğun olarak takip edilen (Paç Çelik, 2023: 1) yeni bir meslektir.

Fenomenler, “geniş bir takipçi ağı kuran ve bir veya daha fazla alanda güvenilir beğeni toplayanlar olarak kabul edilen kişiler” olarak tanımlanmaktadır (Veirman vd., 2017: 1). Markalarla yapılan ücretli sözleşmelere bağlı kalarak içerik oluşturmaktan ve gönderilerinde markanın ürününü tanıtmaktan sorumlu kişilerdir (Leung vd., 2022: 228).

İnsanların yaşadığı dijital çağda teknoloji, geleneksel medyanın yerini, çok daha fazla önem kazanan ve günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen Instagram, Twitter ve Facebook gibi sosyal medya ağlarına bırakmıştır (Turner, 2024). Facebook (sosyal ağ), Twitter (anlık mesajlaşma), Snapchat (geçici fotoğraf paylaşma), Instagram (uzun süreli fotoğraf paylaşımı ve fotoğraf düzenleme) ve WhatsApp (yalnızca akıllı telefon) gibi popüler sosyal medya araçları, kullanıcıların kişisel ilgi alanlarını, düşüncelerini ve anılarını paylaştığı sosyal medya ağ siteleridir (Kim vd, 2021: 360; Thelwall ve Vis, 2017: 703). İnsanlar için günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya ağ siteleri aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

1.7.1.2. Facebook

Facebook, 2004 yılında bir grup öğrenci tarafından kurulmuştur. Üniversite öğrencilerinin birbirleriyle iletişim kurmasına yardımcı olmak amacıyla sınırlı sayıda üniversitede faaliyete geçmiştir. Eylül 2006'da dünya çapında yayınlanmıştır. Yayınlandıktan sonra hızla yayılmış ve en çok kullanılan sosyal ağ olmuştur (Capua, 2012: 37). Facebook, 2023 yılının ikinci çeyreği itibarıyla yaklaşık üç milyar aylık aktif kullanıcısı ile dünya çapında en çok kullanılan sosyal ağ sitesidir (Dixon, 2023).

Facebook'un en çok tercih edilen sosyal medya ağlarından biri olması ağ içerisinde dijital medya unsurlarını (metin, ses, video, fotoğraf vb.) içerisinde bulundurmasından kaynaklanmaktadır. Bunun yanında diğer sosyal medya ağları arasında en çok tercih edilen ağ olmasının bir diğer nedeni ise bireylerin profillerini kişiselleştirebilmelerine dayanmaktadır (Kuşay, 2013: 8).

Sosyal paylaşım sitelerinden biri olan Facebook, çevrimiçi arkadaşlık kurmak amacıyla kullanıcıların ev adresleri, cep telefonu numaraları, ilgi alanları, kişisel özellikleri, dini görüşleri, özel hayatları gibi birçok bilgiyi profillerinde barındırmaktadır (Jernigan ve Mistree, 2009: 2). Sosyal paylaşım sitelerinden biri olan Facebook'un kuruluş amacı eğitim değilken, kendine has özellikleri ve sağladığı fırsatlar nedeniyle öğrenme ve öğretme konusunda büyük potansiyele sahip bir sosyal ağ sitesi haline gelmiştir (Yang vd., 2011: 73).

1.7.1.3. WhatsApp

WhatsApp, 2009 yılında Brian Acton ve Jan Koum tarafından kurulmuştur. Multimedya (çoklu ortam) mesajlarının iletişimini ve dağıtımını hızlı ve kolay hale getirmek için tasarlanmıştır. "Basit, kişisel, gerçek zamanlı mesajlaşma" sağlayan bir sosyal medya ağ sitesidir (Morris vd., 2021: 368). WhatsApp'ın mesaj dağıtımının yanı sıra kullanıcılara belge, fotoğraf, sesli not, web bağlantısı gönderme ve bilgi yayma özellikleri de bulunmaktadır (Ismail vd., 2021: 27).

WhatsApp ücretsiz bir sosyal medya ağ sitesidir. Diğer mesajlaşma yazılımlarından farklı olmasının nedenleri arasında WhatsApp'a kaydolmak için ek bir hizmete kaydolmanıza gerek olmaması ve basit mesajlaşma, fotoğraf, video ve emojilerin kullanılması sayılabilir. WhatsApp'ın ivme kazanmasına destek olan bir diğer özelliği ise telefon numaralarının kullanıcıların kimliği olarak kullanılmasına olanak sağlamasıdır (Uzun ve Uluçay, 2017: 222).

1.7.1.4.Instagram

Instagram, 2010 yılında faaliyete geçen bir sosyal medya ağı sitesidir. Instagram kullanıcıları, zaman çizelgelerinde metin başlıkları ve hashtag'lerle fotoğraf ve videoları kolayca paylaşabilmektedir. Kullanıcılar bu içerikleri beğenebilir ve yorum yapabilirler. Tek tek kişilere veya gruplara özel mesaj gönderebilirler (Kamel Boulos vd., 2016: 1-3).

Instagram, kullanıcılar hakkında detaylı, net, odaklanmış ve anlık bilgi elde edebilen sosyal medya paylaşım sitelerinden biridir. Kullanıcıların gözetlenmesi, tanımlanması ve yönlendirilmesine ilişkin detaylı veriler Instagram'dan alınabilmektedir (Bekman, 2023: 374).

1.7.1.5.Twitter

Twitter 2006 yılında kurulmuştur (Thelwall ve Vis, 2017: 703). Düşünce ve duyguların metin tabanlı ve kısa (140 karakter) olarak aktarılmasına olanak sağlayan bir cep telefonu uygulaması olarak hayata geçirilen Twitter, bugün milyonlarca insan tarafından büyük bir kültürel, sosyal ve ekonomik platform olarak kullanılmaktadır. Tweetlerden oluşan mesajların yayınlandığı bir mikroblog platformu olan uygulama, insanların kendilerini tanıtmalarını sağlayan profil ve paylaşımlara özel klasik bir Web 2.0 uygulaması olarak kabul edilebilmektedir (Anderson ve Auxier, 2021: 3).

Twitter kullanıcılarının ikamet adresleri sosyal medya paylaşım sitesinde bulunmaktadır. Evlerinin konumu, gün içinde faaliyet alanlarındaki haber veya olayları fark etmelerine ve ilgileri sonucunda tweet atmalarına neden olmaktadır. Akıllı telefon ve tablet gibi GPS özellikli cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcılar gerçek zamanlı konumlarını tweetlerine ekleyebilmekte veya yaşadıkları şehirleri ya da gitmek istedikleri yerleri paylaşabilmektedirler (Zheng vd., 2018: 1652). Twitter diğer sosyal medya ağ sitelerine kıyasla daha açık erişime sahiptir. Bazı tweetlerin gönderildiği açık coğrafi konum verilerine erişilebilmektedir (Ahmed vd., 2017: 81).

1.7.1.6.Youtube

Youtube 2005 yılında kurulmuştur. Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından oluşturulan ve 2006 yılında Google tarafından satın alınan sevilen sosyal medya ağı, en hızlı büyüyen sosyal medya ağ sitelerinden biri haline gelmiştir (Cheng ve diğerleri, 2007: 1; Erol ve İstikbal, 2020: 47). Video göstermek ve izlemek isteyen kişilerin bir araya geldiği bir toplantı aracıdır (Ramírez-Ochoa, 2016: 539). Youtube bilgi paylaşımı, öğrenme, öğretme ve sosyalleşme sitesidir. Sürekli gelişen sosyal medya ağ sitesi etkileşimlerinin bir

karışımına katılan çok sayıda katılımcının bulunduğu karmaşık bir sistemdir (Snelson vd., 2012: 127).

Youtube büyük bir sosyal medya ağ sitesidir. YouTube öneri sistemi sayesinde kullanıcılara, arama ve kişisel görüntüleme geçmişlerini görüntüleme seçeneği sunulduğu gibi, izleme geçmişlerine bağlı olarak daha fazla görüntüleme seçeneği önerme olanağı da sunulmaktadır (Yesilada ve Lewandowsky, 2022: 2).

Sosyal paylaşım sitesi Youtube'a düzenli olarak video yükleyen kişilere Youtuber denir. Hobi olarak video paylaşmaya başlayan kullanıcıların birçoğu kendini bu işe adar ve bu onun mesleği haline gelmektedir (*What Is Youtuber*, 2024).

Youtuber'lar, gençlerin kendilerine sunulan multimedya araçlarına alışmalarına yardımcı olan etkileyiciler ve kahramanlardır. Özgünlük, ulaşılabilirlik ve samimiyet duyguları sayesinde takipçileri tarafından rol model olarak görülen Youtuberlar, sokaktaki hayranları tarafından da sıklıkla tanınmakta ve gençlik kültürünün ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Doğaçlama yapma, değiştirme ve seyirciyi şaşırtma yetenekleri vardır. YouTube topluluğu dışında bunlar internet ünlüleri olmalarına rağmen sıradan insanlardır (Aran-Ramspott vd., 2018: 73; Westenberg, 2016: 5).

1.7.1.7. TikTok

Sosyal medya ağı TikTok 2016 yılında Çinli teknoloji şirketi ByteDance aracılığıyla kurulmuştur. 2022 yılının başlarında dünya genelinde günlük ortalama 1 milyar kullanıcı TikTok uygulamasına erişim sağlamıştır (D'souza, 2023: 1).

TikTok, genç kullanıcıların videolar hazırlayıp takipçileriyle paylaştığı eğlenceli bir sosyal ağ sitesidir. Bu sosyal ağ sitesinin son derece kendini adanmış genç kullanıcı topluluğunun önceliği, beğeniler, takipçiler kazanmak ve paylaşılan videoların öne çıkmasını sağlamaktır. İzleyici olmaktan içerik üreticisi olmaya doğru ilerleyen genç kullanıcılar, internette geçirdikleri zamanın büyük bir kısmını bu uygulamaya ayırmaktadırlar (*Explained – What Is TikTok?*, 2024).

TikTok'un ilk çıktığı yıllarda en temel özelliği dudak senkronizasyonu ve dans gösterileri ile kısıtlı ve kullanıcılarının 15 ila 60 saniyelik videolar oluşturmaya imkân tanıyan bir uygulama olmasıdır. Her videoda arka plan olarak bir müzik şablonu kullanılmakta ve kullanıcılar bu şablonla performanslarını dudak senkronizasyonu ile eşleştirmektedir. Bu videolar aynı zamanda senkronize edilmiş arka plan müziği şablonu üzerinde dans etmeyi de içermektedir (Savic, 2019: 3181). Twitter artık sadece dudak

senkronizasyonu ile sınırlı değildir. Sosyal ağ sitesi içerik üreticileri, komik skeçler, bilgilendirici videolar, eğlence, dans, sağlık ve yatırım gibi birçok konuda yaratıcı içerikler üretmektedir. Başlangıçta 15 saniye olan video süresi 10 dakikaya çıkarılmıştır (*What Is TikTok? – Everything You Need to Know in 2024*, 2024).

Bir sosyal paylaşım sitesi olan TikTok, video ve eğlence amaçlı kullanılmakta ancak kullanıcılar kötü dil ve cinsel içerikli paylaşımlarla karşılaşabilmektedir. Kullanıcılar çevrimiçi zorbalığa veya olumsuz yorumlara neden olacak yorumlar yapabilmektedir (*Explained – What Is TikTok?*, 2024). Bunlar dışında kullanıcılardan “*hassas bilgiler toplamaktadır ve genellikle e-posta adresleri, telefon numaraları, yüklenen içerik ve tuş vuruş düzenleri, pil düzeyleri, ses ayarları, mobil operatör, kablosuz bağlantılar ve diğer bilgiler kullanıcının açık bilgisi olmadan alınmaktadır. Cihazın markası ve modeli, işletim sistemi, tarama geçmişi, veri tüketme yolları, gönderileri izlerken harcanan süre, aramalar, uygulamalar, dosya adları ve dosya türleri ve konum, veri koleksiyonuna mesajların içeriği ve bunların gönderildiği, alındığı ve okunduğu zamanlar da alınan bu bilgilere dahildir*” (*Recommendations Regarding TikTok Use and Privacy Risks*, 2024).

1.7.1.8. Snapchat

Snapchat 2011 yılında kurulmuştur (Cigelske, 2018: 1). Teknoloji şirketi Snap Inc. Web sitesinin ana sayfasında "kameranın, insanların yaşama ve iletişim kurma şeklini iyileştirmek için en büyük fırsat olduğu" belirtilmiştir. "İnsanların kendilerini ifade etmelerini, anı yaşamalarını, dünyayı öğrenmelerini ve birlikte eğlenmelerini" sağladıkları eklenerek, "insanlığın ilerlemesine katkı sağlayanlar" olarak sıralanmaktadır (*Snap Inc.*, n.d.).

Snapchat, kullanıcıların fotoğraf çekip başkalarına göndermesine olanak tanımakta ve gönderilen kişinin fotoğrafı görüntüledikten sonra fotoğraf kaybolmaktadır (Kim vd., 2021: 360).

Sosyal medya, kullanıcılar için kendini ifade etme alanı ve bağlantı kurma, öğrenme ve paylaşma aracı olsa da, iyi yanları olduğu gibi tehlikeli yanları da vardır (McMillenHealth, 2023). Sanal ortamlarda karşılaşılan bu riskler aşağıda detaylı olarak anlatılmıştır. Bu riskleri azaltmak için yapılması gerekenlerde sıralanmıştır.

1.7.1.9.Sanal Ortamlarda Karşılaşılan Riskler

Sanal ortamlarda çevrimiçi olarak paylaşılan bilgiler risk taşımaktadır. Çevrimiçi olarak yüklenen ve indirilen bilgilerden kullanıcı sorumludur (Wook vd., 2019: 418). Kullanıcılar kişisel bilgilerini sosyal medya ağ sitelerinde ne kadar çok paylaşırsa, ticari

kuruluşların profil oluşturması ve uygun hedef kitleyi seçmesi o kadar kolay olmaktadır. Kişisel verilerin gizliliğinin ve mahremiyetinin ne ölçüde korunabileceği, devletlerin bu konuya saygısı ve sosyal medya ağ sitelerinin kullanıcıların kişisel bilgilerini ne ölçüde koruyabileceği tartışma konusu olmaya devam etmektedir (Bekman, 2023: 374).

Teknolojik cihazlar ve mobil medya genç yaşlarda deneyimlenmektedir. Bu deneyimlere ve sınırlı özelliklere erişmek için ebeveynlerin akıllı telefonları kullanılmaktadır. Küçük yaşta teknoloji dünyasına doğan çocukların dijital uzman olmaları beklenmektedir. Teknoloji avantajı olmayan kuşak ile teknolojiyle geç tanışan kuşak ve teknolojiyle iç içe olan kuşak arasındaki uçurum daha da keskin olacaktır (Vincent, 2015: 10).

Kişisel sosyal medya kullanımıyla ilişkili üretkenlik kaybı, siber zorbalık, siber taciz, kimlik hırsızlığı ve aşırı sosyal bilgi yüklemesi gibi belirli sosyal riskler vardır. Bir diğeri ise teknolojiye dayalı risklerdir. Bunlar; Hileler, hizmet kesintileri, kasıtsız veya kasıtlı olarak yasal gerekliliklerin ihlali, kötü amaçlı yazılımlar, sosyal medya hesabına yetkisiz erişim, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriklerin güvenilmez olması, görünür ve sesli azınlık nedeniyle işaretin bozuk görünümü gibi risklerdir (*Social Media Risks*, 2024).

Kimlik hırsızlığı, başka bir kişi hakkında yeterli verinin elde edilmesini ve sahte bağlantı kurulmasını içermektedir (Anderson vd., 2008: 171). Siber zorbalık, sosyal medya, mesajlaşma veya oyun araçları ve cep telefonları aracılığıyla dijital teknolojinin kullanılması yoluyla meydana gelen zorbalıktır. Bunlar, hedeflenen kişiyi korkutmak, kızdırmak veya utandırmak amacıyla tekrarlanan davranışlardır (*Cyberbullying: What Is It and How to Stop It*, 2024).

Sanal ortamlarda karşılaşılan riskleri azaltmak için yapılması gerekenler aşağıda sıralanmıştır.

- Sanal ortamlara yüklenen ve indirilen bilgilerin doğru ve gerçek olduğunu kanıtlamak için kullanıcının kendisi hakkında arama yapması gerekmektedir. Kullanıcı arama motorunda gizlilik modunun farkında olmalı ve internette gezinirken gizlilik modunu sık sık kullanmalıdır. Ayrıca sosyal medyaya kişiye ait olmayan bir telefon ya da bilgisayar üzerinden giriş yapıyorsa mutlaka çıkış yapılmalıdır (Wook vd., 2019: 418).

- Teknik, bilişsel ve sosyolojik beceriler dijital ortamlarda karşılaşılan risklerin üstesinden gelebilmek için edinilmesi gereken becerilerdir (Reddy vd., 2022: 84).

- Türkiye'de internetin güvenli kullanımına ilişkin şikâyet ve taleplere yanıt olarak "Güvenli İnternet Hizmeti" oluşturulmuştur. *Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu'nun*

24/08/2011 tarih ve 2011/DK-14/461 sayılı Kurul Kararı ile "Güvenli İnternet Hizmetine İlişkin Usul ve Esaslar" esas alınmıştır (BTK, 2019).

Güvenli İnternet Hizmeti "İnternet servis sağlayıcıları tarafından ücretsiz olarak sunulan ve İnternetteki zararlı içeriklerden sizi ve ailenizi büyük oranda koruyan alternatif bir İnternet erişimidir." (*Güvenli İnternet Hizmeti*, 2024) şeklinde tanımlanmıştır.

- VPN; insanların verilerini güvende tutmalarına yardımcı olmak için geliştirilmiş bir Sanal Özel Ağdır. VPN, internet servis sağlayıcılarını atlayarak dijital ayak izlerini maskeleymektedir. Herkese açık Wi-Fi hesaplarının eriştiği içeriği başkalarının görmesini engellemektedir. Bu sayede hackerler karşı önlem alınmış olmaktadır. VPN'nin kurulumu hızlıdır ve kullanıcılar VPN'ndeki sorunları kendileri giderebilmektedir (Turner, 2024).

- Parola Yöneticisi, güvenli olmayan uygulamaları azaltmak ve kullanıcıların mümkün olduğu kadar çok sayıda parolayı güvenli ve yönetilebilir bir şekilde hatırlamasına yardımcı olmak için kullanılmaktadır. PM kullanışlı, güvenilir ve etkili bir çözümdür (Chaudhary vd., 2019: 71).

Kişilerin günlük internet kullanımının, IP adreslerinin, ihtiyaç duyulan web sayfası adreslerinin, parmak izlerinin, DNA'nın, yüz, ses, imzanın yansımaları, kişinin sosyal medyada oluşturduğu profil, bu profilde yapılan paylaşımlar ve fotoğraf çekilerek kendini tanıtması, yorumlar, paylaşımlar ve beğeniler dijital ayak izi oluşturabilmektedir (Shamsutdinova, 2020: 48-50). Dijital ayak izi kavramı aşağıda açıklanmıştır.

1.8. Dijital Ayak İzi Kavramı

Bu bölümde internette yayınlanan bilgiler ve çevrimiçi saklanan faaliyetler yani kişilerin dijital ayak izleri ele alınmaktadır. Dijital ayak izinin tanımı, oluşumu, türleri, yönetimi, dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantılarına yer verilmektedir.

Dijital ayak izi, çevrimiçi metin, ses, görüntü, videonun doğrudan veya dolaylı olarak paylaşılması veya çevrimdışı kişilerin eylemlerinin izlenmesi sonucunda (Arakerimath ve Kumar Gupta, 2015; Kuehn, 2012a) elektronik veri tabanlarında kalan bir varlığı temsil eden veri koleksiyonlarıdır (Leonardi, 2021: 3).

Dijital ayak izi, kişilere ait her türlü izin, ekranlara yazı yazılarak, dokunarak, klavye, fare gibi araçlar kullanılarak elektronik ortamda aktarılmasıdır. Dijital ayak izi, kişilerin bilinçli ya da bilinçsiz olarak çevrimiçi ortamlarda bıraktığı izlerdir. Yazı ve fotoğraf

paylaşımı, e-posta paylaşımı, kişisel bilgi paylaşımı ve daha birçok şey geride iz bırakabilir (Akkoyunlu, 2016).

Dijital ayak izi, internetin gelişmesiyle birlikte dünya üzerindeki hemen hemen tüm kullanıcılara ait basit, kolay ulaşılabilir bilgilerin izlerini ifade etmektedir. Kullanıcılar, finansal bilgilerini, kişisel bilgilerini yüklemeyen, sosyal medyada veri paylaşmadan, sosyal arkadaşlıklar kurmadan, basit bir işlemle Web sayfalarını ziyaret ederek ve bu sayfalara kaydolarak geride değerli izler bırakmaktadır. Örneğin her web sitesi, kullanıcının iOS veya Android cihazla giriş yapıp yapmadığını kolaylıkla görüp takip edebilmektedir. Ayrıca kullanıcının siteye bir arama motoru aracılığıyla mı yoksa ücretli bir reklama tıklayarak mı ulaştığını izleyebilmektedir (Berg vd., 2020: 3). İşletmelerde insanlar alışveriş yaptığında, restoranlara gittiğinde, otellerde konakladığında ve banka kartıyla ödeme yaptığında dijital bir ayak izi kalmaktadır (Salas-Olmedo vd., 2018: 14).

Dijital ayak izi, internetin gelişmesiyle birlikte medya ortamında bırakılan veri izleridir. Web 2.0 dönemine geçiş ve özellikle sosyal medya platformlarının ortaya çıkıp yaygınlaşmasıyla birlikte dijital ortama daha fazla veri girilmiştir. Bloglar, çeşitli sosyal medya platformları ya da gazete ve dergilerin mobil uygulamaları, e-ansiklopediler yeni medya teknolojileri veri girişi için yeni ortamlar olarak görülmüş ve günlük yaşam olağanüstü bir dijital eksen kazanmaya başlamıştır. Dijital ortamda kalan verilerin silinmesi mümkün olsa da bu verilerin kurtarılması imkânsız değildir. Anonim bir hesap olsa bile kişinin bıraktığı izleri gerçek bir kişiyle ilişkilendirmek mümkündür (Gökdemir, 2022a: 1).

Dijital ayak izi; TV, cep telefonu, akıllı saat gibi cihazlarla çevrimiçi veya çevrimdışı etkileşimler, Twitter üzerinden yapılan konuşmalar, erişilen film ve müzikler, gezinme geçmişleri sonucu kalan izlerdir (Buchanan vd., 2019: 54). Dijital ayak izi, kullanıcıların sosyal medya araçlarının kullanımı ile birlikte çevrim içi aktivitelerin özetlenmiş şeklidir (Hewson, 2013: 14).

Dijital ayak izi kavramını kapsamlı bir şekilde açıklamak zordur. Sürekli gelişmeye devam etse de dijital işlemlerle özelliklerini ortaya koyan, takip edilerek zenginleşen, yüksek boyutlu ve sürekli büyüyen bir alandır (Weaver ve Gahegan, 2007: 330). Arama motoru üzerinden yapılan aramalar, elektronik hizmet siparişleri, online mağazalarda yapılan yorumlar ve bu hesapların kayıt altına alınması, insanların dijital ayak izlerini bırakması anlamına gelmektedir. Kişilerin dosya verilerinin bilgisayarlarında saklanması, yaptıkları çalışmaların, raporların, sunumların, geliştirdikleri program kodlarının, ses kayıtlarının dijital ayak izlerini oluşturmaktadır (Shamsutdinova, 2020: 48-50).

Konum Tabanlı Hizmet (LBS), kullanıcının ve cihazın konumuna göre bilgi aktaran bir hizmettir. Genellikle insanlar arasındaki etkileşimi ve farklı ortamlardaki davranışlarını etkilemektedir. Toplumda trafik yönetimi ve şehir planlaması gibi fırsatlar sunarken, mahremiyet, etik ve hukuki konularda zorlukları da beraberinde getirmektedir (Huang vd., 2018: 1-2). Konum tabanlı hizmet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte son yıllarda çevrimiçi kullanım da artmaktadır. Kullanıcıların gönüllü olarak paylaştığı yazı ve görseller aracılığıyla kişilerin konum bilgileri kayıt altına alınmaktadır (Mou vd., 2020: 1-2). Konum bazlı hizmet uygulamalarının en ciddi grubu “mobil rehberlerdir. Mobil rehberler, kullanıcının bulunduğu ortama ilişkin, taşınabilir, konuma duyarlı, bilgi açısından zengin dijital rehberler olarak tanımlanmaktadır (Raper vd., 2007: 90). Konum Tabanlı Hizmet, dijital ayak izi verilerinin kaynağıdır.

Cep telefonu kullanıcısı için internet ve kablosuz telekomünikasyonun birleşimi çok sayıda veri hizmetine olanak sağlamıştır. Konum tabanlı hizmetler mobil ticaretin geliştirilmesinin olası alanlarından biridir. Operatörler konum bazlı hizmetler geliştirebilir veya tamamen yeni hizmetler sunabilmektedir. Bu hizmetler arasında acil durum arayının konumu, navigasyon, coğrafi duyarlı faturalandırma, varlık takibi ve konuma dayalı bilgiler yer almaktadır (Barnes, 2003: 59).

Dijital ayak izi, insanların mevcut hareketlerinden oluşan büyük veri araştırmalarından oluşan çevrimiçi hareketlerinde amaçlı eylem yani ulaşılmak istenen amaç veya pasif kayıt yoluyla ürettikleri bilgi ve verileri ifade etmektedir (Thatcher, 2014: 1769). Burada bahsedilen amaçlı eylem ve pasif kayıt dijital ayak izi türleri aktif ve pasif izlerdir.

1.8.1. Dijital Ayak İzi Türleri

Literatürde dijital ayak izi aktif ve pasif olmak üzere iki türden oluşmaktadır. Pasif izler, cep telefonu ağları gibi konum dosyalarına veri sağlayan bir tabanla etkileşim yoluyla oluşturulan izlerdir. Aktif izler bireysel kullanıcılar tarafından yapılmaktadır (Girardin vd., 2008: 37). Dijital ortamdaki veri izleri her zaman çevrimiçi izlerden oluşmamakta, kişinin çevrimdışı kullanımı elektronik ortama aktarıldığı için burada da iz bırakmaktadır (Gökdemir, 2022a). Ölçümlerde konum verileri, fotoğraflar, mesajlar ve sensörler kullanılmaktadır (Girardin vd., 2008).

Çevrimiçi kişisel verilerin bireyin kasıtlı müdahalesi olmadan erişilebilir hale getirilmesine pasif dijital ayak izi adı verilmektedir. Örneğin internette bulunan ev satışları, mahkeme kayıtları, gazete hesapları gibi veriler kamuya açık kayıtlardır. Bu kayıtlar cep

telefonu numaraları ve siyasi ilişkiler gibi kişisel verileri içermektedir. Bunlar kişinin bilinçli müdahalesi olmadan gelişen izlerdir (Madden vd., 2007: 3).

Aktif ayak izleri kullanıcılar tarafından kaydedilen verilerdir, pasif ayak izleri ise kullanıcılar tarafından bilinçsizce kaydedilen verilerdir. Kişilerin haberi olmadan yaptığı işlemler (hesap veya web sayfası açmak, sosyal paylaşım yapmak, önceki gönderileri yeniden paylaşmak gibi) reklam niteliğinde ortaya çıkan, gizli ve saklı bilgileri açığa çıkaran her türlü aramadır. Gizli ayak izleri pasif dijital ayak izlerini, açık ayak izleri ise aktif dijital ayak izlerini temsil etmektedir (Karabatak ve Alanoğlu, 2022b: 32). Aktif ayak izlerine örnek olarak “sosyal medya gönderileri, e-postalar, blog içerikleri ve görsel paylaşımlar” (Avansas, 2021) verilebilir.

İnsanların aktif ve pasif ayak izlerinin yanı sıra, ikinci el dijital ayak izleri de başkaları tarafından bırakılmaktadır. Kişi adına başkaları tarafından kişi hakkında söylenenlerin ya da paylaşılanların düzenli olarak takip edilmesi gerekmektedir. Kişi adına yapılan paylaşımların neler içerdiğini tespit etmek için Google veya Google gibi arama motorlarından yararlanılmaktadır. Kişi bu arama motorlarında kendi içeriğini düzenlemek için Google üzerinde uyarılar oluşturabilir ve yeni oluşturulan içerikleri kişi adına aktif olarak izleyebilmektedir (Hengstler, 2011: 119).

Aktif ve pasif dijital ayak izi türleri dışında literatürde dört ayrı türle karşılaşılmaktadır (Büchi vd., 2017; Gloor vd., 2020; Levy ve Gafni, 2021; McDermot, 2018):

- Kişisel bilgiler: Kişilerin gerçek isimlerine dair bilgileri kapsamaktadır.
- Anonim: İsimsiz verileri kapsamaktadır. Bu dijital ayak izi türü IP adresini gizlemektedir.
- Kullanıcı girişi: Kullanıcının girişi sonrası oluşan verileri içermektedir.
- Sensör verileri: Sensör yardımıyla ortaya çıkan verilerdir.

1.8.2. Dijital Ayak İzi Yönetimi

İnternette bırakılan izler her zaman olumlu olmayabilir. Olumlu bir dijital kimlik oluşturmak ve sürdürmek için insanların dijital ayak izlerini yönetebilmeleri gerekmektedir. Dijital ayak izi çoğunlukla çalışma ortamında çalışanların çevrimiçi hareketlerini takip etmek için kullanılmaktadır. Bu nedenle dijital ayak izi yönetimi ciddi önem taşımaktadır (Kalbande, 2019: 1).

Dijital görsel kültürdeki hızlı değişim, dijital ayak izinin sürekli katlanarak artmasının nedenleri arasında yer almaktadır. Dijital ayak izleri; insanların kullandığı ve paylaştığı metin ve seslerin dışında genel olarak fotoğraf, video gibi görsel içeriklerden oluşmaktadır. Görsel verinin bu kadar geniş bir alana sahip olması birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Görsel verilerden yararlanan kullanıcıların, dijital sistem manipülasyonlarından kaçınmak için dijital süreçleri yönetebilmeleri gerekmektedir. Dijital ayak izi yönetimi kavramının toplumda anlaşılması ve bu kavramın erken yaşlarda yaygınlaştırılması gerekmektedir (Mayda, 2022: 1037).

Dijital ayak izini yönetebilmek için insanların çevrimiçi araçları yeterli yetkinliğe sahip olarak kullanabilmesi gerekmektedir. Çevrimiçi vakit geçiren, telefon, bilgisayar ve benzeri teknolojik cihazları kullanan, ailesi ve sosyal çevresi ile çevrimiçi iletişim kuran kişilerin dijital ayak izlerini yöneterek gelecekte ortaya çıkabilecek sorunların en aza indirilmesi gerekmektedir. İnsanların dijital ayak izini doğru yönetebilmeleri için dijital ayak izi farkındalığı ve okuryazarlık kavramlarının farkında olmaları gerekmektedir (eTwinning, 2016; Akt. Alay ve Taksi Deveciyan, 2023: 1448).

1.8.3. Dijital Ayak İzi Farkındalığı

Dijital ayak izi, kullanıcının çevrimiçi etkinliklerde geride bıraktığı veri izleridir. Farkındalık, modern topluma ayak uydurmanın, ona tam olarak katılmanın ve medya okuryazarlığına ulaşmanın kılavuzudur. Ayrıca farkındalık, genel olarak dijital okuryazarlık olarak adlandırılan teknik bilgi ve becerilerin ve çevrimiçi etkinlikleri anlama becerisinin yani bilişsel becerilerin kazanılması için bir ön koşuldur (EAVI, 2019).

Çevrimiçi gezinme veya paylaşım, dijital bir ayak izi oluşturmaktadır. Gelecekte olumlu ve saygılı bir dijital ayak izine sahip bir nesil yetiştirmek için dijital ayak izinin olumsuz yönlerine karşı bilgi ve farkındalığın sağlanması gerekmektedir. Dijital ayak izi sadece şimdilik etkiye sahip değildir. Gelecekte dünya üzerinde büyük etkiler yaratacaktır. Bu nedenle kullanıcıları etkileyen mevcut olumsuz eylemlerin dışında olumlu eylemlere yönlendirilmelidir (Wook vd., 2019: 411).

Dijital ayak izi farkındalığı "kişinin başka bir kişiyle veya çevreyle etkileşimde bulunurken, tüm duyu organlarıyla neyi, nasıl algıladığının farkındalığı" olarak tanımlanmaktadır. Dijital alanlarda; çevrimiçi alışveriş, çevrimiçi bankacılık, borç ödeme, sosyal medya aracılığıyla paylaşım yaparak sosyalleşme, çevrimiçi ve çevrimdışı oyunlar gibi kişisel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetler nedeniyle insanlar tarafından sıklıkla kullanılmaktadır (Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019: 49). Kullanıcının gerçekleşen bu

eylemlerin farkında olup olmamasına bakılmaksızın birçok dijital kayıt toplanmaktadır. Dijitalleşen yaşamda farkındalık düzeyi önemli bir sorundur çünkü dijitalleşen yaşamın işleyişine ilişkin yükümlülüklerin farkında olmak ve bireyleri bu amaçla doğru yönde bilgilendirmek önemlidir. Bu durumda 'dijital farkındalık' günümüzde sıklıkla kullanılan güncel bir kavramdır (Karakuş, 2022: 13-14).

İnsanların sağlık ve güvenlik üzerindeki etkileri ve dijital araçları kullanırken yaşadıkları deneyimler üzerine bazı araştırmalar yapılmış olsa da, insanların bu sonuçlara ilişkin farkındalığı hakkında çok az şey bilinmektedir (Cernikova vd., 2018: 664). Dijital teknolojilerin insanlar üzerinde olumlu olduğu kadar zararlı etkileri de bulunmaktadır. Zararlı etkilerine örnek olarak yüksek teknolojiye maruz kalma, siber zorbalık, internet veya oyun bağımlılığı, pornografiye maruz kalma ve online sohbet yoluyla yabancılarla tanışma gibi riskli online etkinlikler bulunmaktadır (Kuss vd., 2013; Livingstone vd., 2011; Smahel vd., 2014).

Dijital ayak izi konusunda eğitim almak ve internetin varlığını detaylı olarak bilmek için gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak, kullanıcıları avantajlı konuma getirecektir. Yüksek sosyal statüye sahip insanların hepsi eşit farkındalık düzeyine sahip değildir. Dolayısıyla eğitim düzeyi dijital ayak izi farkındalığını etkilememektedir. Çalışma ve yaşam ortamları dijital ayak izi farkındalığı düzeyine göre farklılık göstermektedir (Wook vd., 2019).

1.8.4. Dijital Ayak İzi Yaşantıları

Gelişen iletişim ortamlarıyla birlikte dijital ayak izleri bireyler için son derece önemli bir konu haline gelmiştir. Dijital ayak izleri, hem kariyer hayatlarında hem de ikili ilişkilerinde bireylerin profilini çizen ve çevrimiçi itibarlarını inşa eden bir durum haline gelebilmektedir (Koçyiğit, 2022b: 1). Bu durumda bireylerin dijital ortamdaki yaşantıları göz önündedir. Yaşantı (Türk Dil Kurumu (TLS) 2022), *yaşanılanlardan, görülenlerden, duyulanlardan, edinilenlerden sonra kişide kalan şey* olarak tanımlanmaktadır. Literatürde yaşantı kavramı yerine genellikle dijital ayak izi yaşantıları deneyimi kavramı kullanılmaktadır. Dijital ayak izi deneyimi, kullanıcının internette karşılaştığı, duyduğu ve edindiği şeyler sonrasında paylaştığı ve tıkladığı her metin, ses, fotoğraf, video ve bilginin bıraktığı izleri deneyimlemesi olarak tanımlanmaktadır (Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019).

Hızla değişen ve gelişen bilgi teknolojileri sayesinde güçlenen ağlar ve internet, toplum yapısında değişikliklere yol açmaktadır. Bu dönemde yaşanan kültürel ve sosyal değişimler insanlar arasında çeşitli farklılıklara neden olmaktadır. Dijital dünyanın

gerçekliğini kabul eden ve ona uyum sağlayan kuşaklar olduğu gibi, dijital dünyanın gerçekliğini reddeden ve karşı çıkan bir kuşak da vardır. Kuşaklar teknolojiye karşı aynı ilgi ve beceriye sahip değildirler. Bu farklılıklar dijital yerliler, dijital göçmenler ve dijital melezler olmak üzere üç ana başlıktan oluşmaktadır (Akyıl, 2021; Giddens, 2012; Karabulut, 2015).

1.8.5. Kuşaklar

Kuşak, aynı anda ve aynı yerde doğan, büyüyen bir insan grubunu ifade etmektedir. Bu kuşaktaki insanlar yaşamları boyunca benzer özelliklere, değerlere ve tercihlere sahiptir (*Generational Breakdown: Info About All Of The Generations*, 2024).

Nesillerin belirlenmesi zamanla ilgilidir. Ancak bu sürenin ne kadar olması gerektiğine dair bir karar yoktur. Pew Araştırma Merkezi'nin yaptığı nesil tanımı şu şekildedir: Y kuşağının (1981-1996) bittiği ve Z kuşağının (1997-2012) başladığı yerdir (Dimock, 2023). Baby Boomers (1946-1964), ABD Nüfus Sayımı Bürosu tarafından resmi olarak belirlenen tek nesildir (Colby ve Ortman, 2014). Pew Araştırma Merkezi tarafından daha dar bir tanımla tanımlanan diğer kuşak ise gelenekçiler veya sessiz kuşaktır (1945 ve öncesinde doğanlar) (David, 2024).

Prensky (2001), yaptığı çalışmalarda insanları teknolojik becerilerine göre "dijital yerliler" ve "dijital göçmenler" olarak ikiye ayırmıştır (Kakırman Yıldız, 2012: 820; Prensky, 2001). Bu çalışmada dijital ayak izleri ve kuşaklar arasında karşılaştırma yapıldığından eski isimleri değil güncel isimleri kullanılmıştır.

1.8.5.1. Dijital Yerliler

Dijital yerliler kavramını ilk kez Mark Prensky (2001) ortaya atmıştır. 2000 ve sonrası doğumlu, dijital araç ve ortamları hayatlarının en önemli yerine koyan, teknolojiyi bir zorunluluktan ziyade günlük yaşamın gereklilikleri arasında gören, yetenekleriyle bu dijital dünyada yer alan dijital yerliler, kendi dili olan, günümüz teknolojisiyle doğan ve yeni teknolojiyle büyüyen ilk kuşaktır. Bu nesil için dijital aktiviteler ana dillerine benzemektedir. Dijital oyuncakların ve araçların her zaman yanlarında olmasına alışkındırlar. İnternette vakit geçirmekten hoşlandıkları için zamanlarını ciddi işlerden ziyade oyunlarla doldurmaktadırlar. Dijital ortamda büyüdükleri için diğer nesillerden farklı düşünmekte ve bilgiyi geliştirmektedir. Dijital yerliler ana dilleri olarak "dijital dili" konuştukları için dijital yerli nesil ile önceki nesil arasında büyük bir uçurum vardır. Yeni teknolojilerle yapılabilecek tüm

günlük işleri yapabilen 21. yüzyılın çocukları oldukları söylenebilir (Cornu, 2011: 2; Kakırman Yıldız, 2012: 822; Karabulut, 2015: 16; Prensky, 2001: 2).

Literatürde dijital yerli kuşağın varlığına bakıldığında dijital yerli kuşağın genç bireyleri, bilişim teknolojileri konusunda ileri düzeyde bilgi ve yeteneğe sahip nesildir. Yetişme tarzları ve teknolojiyle ilgili deneyimleri nedeniyle önceki nesillerden farklılaşan farklı öğrenme stilleri vardır (Bennett vd., 2008: 777).

Prensky'nin (2004) belirttiği dijital yerlilerin özellikleri aşağıda şu şekilde özetlenmiştir (Kurt vd., 2013; Prensky, 2004):

- *Dijital yerliler farklı iletişim kurmaktadırlar.* Farklı haber ve tartışma gruplarında aynı ilgi alanlarına sahip kişilerle çevrimiçi veya çevrimdışı olarak birbirleriyle iletişim kurabilirler.
- *Dijital yerliler farklı paylaşımlar yapmaktadırlar.* Sadece e-posta ve mesajlaşma yoluyla paylaşım yapmakla kalmamakta aynı zamanda çeşitli konularda blog yazarak farklı hedef kitlelerle paylaşımlarda bulunmaktadır. Web kameraları dijital yerliler tarafından sıklıkla paylaşım amacıyla kullanılırken, dijital göçmenler bunları yalnızca izlemek için kullanmaktadır.
- *Dijital yerliler farklı alış-veriş yapmaktadır.* Kişisel ihtiyaçlarını internet üzerinden karşılayabilecekleri gibi, ödev, sınav gibi okulla ilgili bilgileri de internet üzerinden alıp satabilmektedirler.
- *Dijital yerliler değişimi farklı şekilde uygulamaktadır.* Birbirlerine kişiliklerini yansıtan şarkılar, filmler ve web siteleri göndermeyi sevmektedirler. Videolar, filmler, şarkılar gibi güncel bilinen şeyler hızla yayılmaktadır.
- *Dijital yerliler içeriği farklı şekilde üretmektedir.* Oynadıkları oyunlarda temsil ettikleri karakterleri fiziksel olarak oluşturmakla yetinmezler, aynı zamanda yaşadıkları evi ve içindeki mobilya, kıyafet gibi detayları da oluştururlar. Çevrimiçi içerik oluşturma konusunda yeteneklidirler ve fırsat verildiğinde bu konuda ustalaşabilirler.
- *Dijital yerliler farklı bir şekilde bir araya gelmektedirler.* Yüz yüze görüşmelerin yanı sıra çevrimiçi sohbet odalarında ve cep telefonlarındaki farklı yazılımlar yardımıyla toplantı ve görüşmeler gerçekleştirmektedirler.
- *Dijital yerliler farklı şekillerde biriktirmektedirler.* Şarkı ve videoları toplayarak saklamaktadırlar. Bu müzik ve videoları para ödeyerek veya ücretsiz programları kullanarak elde etmektedirler.

Bu kuşak teknolojinin içinde büyüdüğü için bilgiyi değerini bilerek, kendiliğinden uygulayabilmektedir. Teknolojinin içine doğan bu kuşağın bilgisayar öğrenmek için özel derslere ihtiyacı yoktur. Kullanım kılavuzunu okumalarına gerek yoktur. Elektronik cihazlara, bilişime ve bilgisayarlara yani teknoloji ile ilgili konu ve araçlara sezgisel ve ustalıklı hâkim olmaktadır (Cornu, 2011).

Literatürde bu kuşakla ilişkilendirilen “Z Kuşağı (Howe ve Strauss, 2000), Net Nesil (Oblinger ve Oblinger, 2005), N Gen, D Gen” gibi farklı kavramlar bulunmaktadır. Ancak en açıklayıcı olanı “Dijital Yerliler” kavramıdır. Dijital yerliler, bilgisayar, cep telefonu veya video oyunlarını kullanırken teknolojik olarak bakma, düşünme ve kendi dilini kullanma becerisine sahip, donanımlı kişilerdir (Autry ve Berge, 2011: 461-463).

Helsper ve Eynon (2010), dijital yerli kuşağın kullanım ve deneyim boyutunun tamamen hane halkının medya zenginliği ile ilgili olduğunu ileri sürmektedir. Hane halkının eğitim başarısının yüksek olması ve evde çocuk bulunmasının evde erişilebilecek teknolojik çeşitlilikle ilişkili olduğunu, deneyim ve kullanım yaygınlığının internetin ilk bilgi kaynağı olduğunun önemli göstergeleri olduğunu söylemiştir.

Dijital yerliler, dijital çağda veya sonrasında doğan sezgisel öğrencilerdir ve her zaman aktif bir telefona veya bağlı başka bir cihaza sahiptirler. Kolayca çoklu görev yapma konusunda rahat olan, görevleri hızlı bir şekilde değiştirebilen, bilgileri hızlı bir şekilde aktarabilen, son derece sosyal ve multimedya odaklı bir kuşaktır (*Digital Immigrants vs Digital Natives: Closing the Gap*, 2015; Riegel ve Mete, 2018: 51).

1.8.5.2. Dijital Göçmenler

1970'den önce doğan ve dijital teknolojilerle çevrili dünyaya yeni nesillere göre daha yabancılaşmış hisseden yaşlı nesiller "dijital göçmenler" olarak adlandırılmaktadır (Prensky, 2001). Baby Boomer kuşağı (1946-1964 yılları arasında doğanlar) olarak da tanımlanmaktadır (Autry ve Berge, 2011).

Daha yaşlı Boomers, bilgiyi kullanmada, hatta sunulan bilginin ötesine geçen sorunları yanıtlamada iyi olan, sosyal açıdan daha bağımlı kuşağı temsil etmektedir. Yaşlı Boomers kuşağının dijital göçmen olma olasılığı daha yüksektir (Ransdell vd., 2011: 931).

Dijitalleşme öncesinde reşit olan kişiler göçmen olarak tanımlanmaktadır (Kuehn, 2012b: 129). Daha yaşlı, daha az eğitilmiş internet kullanıcıları dijital göçmenler olarak tanımlanmaktadır (Hoffmann vd., 2014: 155-161). Dijital göçmenler, dijital medyayı büyük çaba harcayarak öğrenen yaşlı insanlardır (Loos, 2012: 2).

Dijital göçmenler için dijital teknoloji, görevlerini gerçekleştirmek için kullanılan bir araçtır. (Shahrokh vd., 2019: 3)Dijital göçmenler için teknolojinin dilini öğrenmek, ikinci bir dil öğrenmeye benzetilmektedir. Bu kuşak ikinci bir dil öğrenmenin yolunu aramaktadır. Bir kişi yeni bir dil öğrendikten sonra o dile hâkim olabilir ancak ana aksanını kaybetmiş bir göçmenle karşılaşmak oldukça zordur. İkinci dil olarak öğrendiği teknoloji dilini kalın ya da ağır bir aksanla kullanan ya da geçinecek kadar kullanan insanlar vardır. Dijital göçmenler teknolojinin dilini ana dilleri olarak kullanmak istemekte ancak e-postalarını ekranda okumak yerine çıktı olarak almakta, URL'yi e-posta ile göndermek yerine sitenin kendisini paylaşmakta ya da bunun yerine yazılım programlarını kullanarak öğrenmek yerine kullanım kılavuzlarını kullanmaktadırlar (Toledo, 2007: 86-87).

Dijital göçmenler görevlerini yerine getirmek için veya telefon görüşmeleri ve e-postalar yoluyla iletişim kurmayı tercih etmektedirler (Molnár vd., 2017: 90-91). Tercih ettikleri araçları, cep telefonlarını, masaüstü veya taşınabilir bilgisayarları kullanmaktadırlar. Ancak olası durumlarda kullanmamayı tercih etmektedirler. Randevu almak ve ödemeleri internet üzerinden yapmak daha kolay olsa da pratik sanal kitap okumak yerine bunları yüz yüze yapmayı veya gerçek kitap okumayı tercih etmekte. Çevrimiçi mağazalardan alışveriş yapma veya yiyecekleri tarayan otomatik kasiyeri kullanma konusunda çaba gösterenler olsa da süpermarkette yüz yüze alışveriş yapmayı, kasiyerlerle sohbet etmeyi sevmektedirler. Dijital göçmenler teknolojik cihazları ve ev aletlerini kullansalar da “bilgisayar sorunlarını” kendileri çözmeye çalışmadan çocuklarından veya torunlarından yardım istemektedirler (H. David, 2022: 160).

1.8.5.3.Dijital Melezler

Dijital melezler, 1970-1999 yılları arasında doğan kuşaklara verilen isimdir. Üçüncü nesil olarak dijital göçebe (palfrey ve gasser) ve dijital turist (taledo) kavramları öne sürülmüştür. Dijital melezler, Dijital yerliler ile göçmenlerin davranışlarının birleşimidir (Kakırman Yıldız, 2016: 575).KakırmanYıldız (2012; 821), 1980'den sonra doğanları dijital yerli, 1980'den önce doğanları ise göçmen olarak adlandırmayı doğru bulmamaktadır. 2000 ve sonrasında doğanların dijital yerli nesli temsil etmesi gerektiğini düşünmektedir. 1970-1999 yılları arasında doğan kişilerin teknolojiyle arası çok iyidir ancak basılı kaynakları kullanmaya devam etmektedirler. Bu bireylere dijital melez demenin doğru olacağı düşünülmektedir. Dijital yerliler ile dijital göçmenlerden oluşan iki kuşak arasında çok keskin bir sınır vardır. Sarsıntı yaşanmaması için bu keskin sınırın yumuşatılıp geçiş hattının bulunmasıyla dönüşüm süreci gerçekleştirilecektir.

Dijital melezler, dijital yerlilerin ve dijital göçmenlerin davranışlarının birleşimini temsil etmektedir. Dijital göçmenler gibi basılı kaynaklar da dijital melezler arasında önemlidir. Dijital yerliler gibi teknoloji dünyasının içine doğmamış olabilirler ancak Google genellikle ilk tarama amacıyla kullanılmaktadır. Dijital yerliler ile dijital göçmenler arasında büyük bir uçurum vardır. Dijital melezler bu iki nesli birbirine bağlayan ara aşamadır. Dijital melezler dijital yerlilere benzese de o kadar da benzer değildirler. Melezler teknolojik kaynakların tamamını kullanmaya çalışırken dijital yerliler kadar etkin ve aktif kullanamamaktadır (Kakırman Yıldız, 2016; 576).

Milenyumun başlangıcından hemen önce veya hemen sonra 21 yaşını dolduran genç yetişkinler milenyum kuşağını veya Y kuşağını oluşturmaktadır (Pirie ve Worcester, 1998: 8). Teknolojiyle daha sonra tanışan dijital melezler (Büdü Aydın, 2023: 1681) aynı zamanda yaratıcı, çözüm odaklı, sosyal bilinçli ve takım odaklı olarak da nitelendirilmektedir (DeVaney, 2015: 11).

Milenyum veya Y kuşağı olarak adlandırılan melezlerin özellikleri aşağıda şu şekilde özetlenmiştir (Howe ve Strauss, 2000: 43-46; Mcalister, 2009: 14):

- *Korunaklı:* Y kuşağı, en kapsamlı gençlik güvenliği önlemlerinin odak noktasıdır. Doğumdan itibaren dünyada öncelikli bir konuma sahiptir. Bu nedenle bu kuşak aynı zamanda "Gemide Bebek" kuşağı olarak da adlandırılmaktadır. Y kuşağı öğretmenleri, genellikle "Helikopter Ebeveynler" olarak anılan ebeveynlerin çocuklarını savunmak için hemen harekete geçtiklerini keşfetmişlerdir. Bu durum çocukların ebeveynlerine ve otoriter kişilere daha fazla güvenmelerine neden olmaktadır.

- *Takım Odaklı:* Y kuşağı öğrencileri grup çalışmalarında sosyal ve işbirlikçi olma eğilimindedir. Çünkü bu nesil bilgisayar ekranlarının arkasında izole bir şekilde vakit geçirmektedir. Y kuşağı güçlü takım içgüdüleri ve sıkı akran bağları geliştirmektedir.

- *Kendinden Emin:* Y kuşağı geleceğe güvenle bakmaktadır. Bunun nedeni otoriter kişilerin ebeveynlere sağladığı olumlu destektir. Bu neslin birincilik ödülünü kazanmanın veya yalnızca katılmanın ödülü övgü ve kupalardır. Kendi nesillerinin gücü ve potansiyeliyle övünmektedirler.

- *Başarı:* Y kuşağı hayatlarının her alanında başarılı olmak istemektedir ve bunun için günlerin çoğunu yapılandırılmış aktivitelerle doldurmaktadırlar.

- *Baskı Altında:* Y kuşağı ebeveynlerin onlara sunduğu kolektif fırsatlardan yararlanmaya, çok çalışmaya ve kişisel risklerden kaçınmaya itilmektedirler. Y kuşağı, başarılı olmak için "Ödül Çocuğu" baskısı hissetmektedir.

- *Çok Görevli:* Y kuşağı “Fişe Takılı” bir şekilde yaşamaktadır. Bu da televizyon, bilgisayar, cep telefonu gibi birçok iletişim aracının hayatlarının her alanında olduğu anlamına gelmektedir. Ödev yaparken, ders çalışırken, hatta arkadaşlarıyla sosyalleşirken farklı iletişim araçlarını kullanmakta hiçbir sakınca görmemektedirler.

- *Geleneksel:* Anne ve babasının değerlerine göre yaşayan ve gelişen davranışlarıyla gurur duyan bu nesil, sosyal kurallarında yardımcı olabileceği fikrini desteklemektedir.

- *Teknoloji Meraklısı:* Diğer kuşaklar kılavuzları okuyarak yeniliklerde giderek hayal kırıklığına uğramaktadır. Y kuşağı ise deneme yanılma yoluyla öğrenerek son teknolojiyi benimsemeyi amaçlamaktadır.

1.9.Literatür Özeti

Zimmerman (2012) tarafından yapılan bu çalışmada dijital yerlilerin yapısı hakkında bilgi verildikten sonra 1980 öncesi doğan kişilerle karşılaştırma yapılmıştır. Genç ve yaşlı gruplar arasında arama tekniklerinde farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Özellikle farklı yaş gruplarına mensup bireylerin düşünce yapılarında belirgin farklılıklar olduğu sonucuna varılmıştır.

Camacho vd. (2012) lisans öğrencilerinin dijital ayak izleri konusundaki farkındalıklarını artırmak amacıyla kimlik inşası, izlenim yönetimi, arkadaşlık, ağ yapısı ve mahremiyet farkındalığı gibi konuları epistemolojik açıdan ele almışlar ve SNS ile ilgili araştırma yapılmasının gerekliliğini vurgulamışlardır. Araştırma, öğrencilerin kimliklerini nasıl şekillendirdiklerini ve algıladıklarını gösteren hem niceliksel hem de niteliksel veriler sunmaktadır.

Furini (2014) tarafından yapılan bir çalışmanın bulguları, dijital yerli ve dijital göçmen kullanıcıların mahremiyet konusunda endişe duymadıklarını ve konum algılamalı hizmetlerin birçok özelliğini göz ardı ettiklerini ortaya koymuştur. Dijital yerlilerin dijital göçmenlere göre konum farkındalığına daha fazla önem verdikleri gözlemlenmiştir. Ayrıca kullanıcıların kişisel ilgileri devam ettiği sürece kişisel konumlarını paylaşmaya istekli olmaları durumunda kullanıcıların bu hizmetlere ilişkin kaygılarının iyileşebileceği sonucuna varılmıştır.

Azucar vd. (2018) tarafından yapılmış olan çalışmada dijital ayak izinin 5 Büyük kişilik özellikleri üzerindeki tahmin gücü ve bu kişilikleri davranış değişiklikleri ölçülmüştür. Bulgular, tahminlerin doğruluğunun Büyük 5 kişilik özelliği genelinde tutarlı olduğu ve

analizler demografik bilgiler ve birden fazla dijital ayak izi türünü içerdiğinde bu doğruluğun arttığı sonucuna varmıştır.

Koidl vd. (2018), 300'e yakın katılımcının sosyal medyadaki dijital ayak izlerinden haberdar olup olmadıklarını incelemiştir. Çalışma, kullanıcıların sosyal medya kullanımına ilişkin farkındalığına ilişkin daha fazla tartışmayı motive etmek amacıyla deneysel tasarım ve sonuçların yanı sıra genel zorlukları da sunmaktadır.

Sürmelioglu ve Seferoglu (2019) tarafından yapılan çalışmada yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarını ve dijital ayak izi yaşantılarını belirlemek amacıyla "Dijital ortamların kullanımına ilişkin anket" başlıklı veri toplama aracı kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin dijital ayak izi farkındalığı yüksek, dijital ayak izi yaşantıları düşük düzeyde olduğu görülmüştür.

Buchanan (2019) tarafından yapılan bir çalışmada ise çocukların dijital ayak izi kavramını anlamaları üzerine küçük ölçekli, nitel bir araştırma yapılmıştır. Olumlu dijital ayak izi geliştirmek ve eğitmek için 10-12 yaş arası çocukların uygun yaş olduğu bulunmuştur. Bir diğeri ise çocukların dijital ayak izlerini stratejik yollarla yönettiklerinin gösterilmesidir. Bu çalışma sonucunda ebeveynlerin dijital ayak izi konusunda eğitilmesi önerilmektedir.

Wook (2019) tarafından yapılan çalışmanın amacı yeni medyadaki dijital ayak izi ve farkındalık düzeylerini belirlemektir. Sosyal medya, yeni çağ teknolojilerinin avantajlarından çok, sorunları ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmada çoğu kullanıcının dijital ayak izinin olumsuz yönlerinin farkında olduğu ancak internet kullanımının güvenlik etkilerinden hala habersiz oldukları sonucuna varılmıştır.

Arya vd. (2019), tüketiciler ile markalı uygulamalara olan bağlılıkları arasındaki ilişkiyi anlamak için markalı mobil uygulamaların (uygulamaların) pazarlama uyarlanabilirliğinin kullanımını incelemeyi amaçlamıştır. Bulgular aynı zamanda kapsamlı tüketim değerlerinin markalı uygulamaların benimsenmesinde en önemli faktör olduğunu doğrulamaktadır.

Guinchard (2020) tarafından yapılan çalışmada da hükümetlerin oluşturduğu NHS X (Ulusal Sağlık Hizmeti) projesinin kusurlarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Çalışma, NHS X uygulamasının şeffaflıktan yoksun olduğu, sağlanan az miktarda bilginin belirsiz olduğu ve veri koruma yasalarına tam olarak uymadığı sonucuna varmıştır. Diğer bir kusur ise

hükümetlerin ne yaptığına bakılmaksızın özel sektörün dijital ayak izlerinin insanları takip etmek için kullanılmasıdır.

Tengku Wook vd. (2020) tarafından yürütülen çalışmanın amacı öngörülebilirlik, sesli düşünme ve uzmanlardan geri bildirim ve öneri almak üzere gözlemlenme olmak üzere üç kullanıcı deneyimi test yöntemini içeren üçgenleme tekniği ile geliştirilen dijital ayak izi farkındalığı uygulamalarında kullanıcı ihtiyaçlarını doğrulamak amacıyla kullanıcı deneyimini değerlendirmektir. Çalışma sonuçları, uygulamadan kullanıcı memnuniyetinin önemli bir yönünün, kullanıcının bilişsel gerilimlerini azaltacak çekici renklerin, açık ve uygun metinlerin ve açık ve sistematik talimatların kullanılması olduğunu göstermektedir.

Kumar ve Raj (2020) tarafından yapılan çalışmada yükseköğretim öğrencilerinin (öğretmen ve öğrencilerin) dijital ayak izi yaşantıları, dijital ayak izi farkındalığı ve çevrimiçi eğitime yönelik tutumları araştırılmıştır. Araştırmanın sonuçları, katılımcılar arasında orta düzeyde dijital ayak izi yaşantılarının, yüksek düzeyde ise dijital ayak izi farkındalığının olduğunu ortaya koymuştur. Büyük yaş grubundaki öğrencilerin dijital görgü kurallarının daha yüksek düzeyde olduğu rapor edilmiştir. Öğrenciler elektronik literatüre güçlü bir güven duymakla birlikte, çevrimiçi eğitime yönelik orta düzeyde olumlu bir tutum yansıtmaktadırlar.

Feher (2021) tarafından yapılan bu çalışmanın bulgularına göre, çevrimiçi kişiselleştirmenin evrensel biçimleri genellikle bilinçli kararları takip etmektedir; bu da insanların dijital ayak izlerinin %70'inin kontrolünü elinde tuttuğu anlamına gelmektedir. Geriye kalan %30 ise bilinçsiz kararlar nedeniyle kimlik hırsızlığı, adam kaçırmaya gibi istenmeyen sonuçlara yol açmaktadır.

Taş ve Bülbül (2021) tarafından yapılan çalışmanın amacı sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izi farkındalık düzeyini belirlemektir. Araştırma sonucunda katılımcıların farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu, yaş ve yaşanan yer değişkenlerinde farklılık olmadığı, internette geçirilen süre ve bilgisayar kullanma yeterliliği değişkenleri açısından gruplar arasında farklılık olduğu görülmüştür.

Yılmaz Soylu vd. (2021) tarafından yürütülen çalışmada ortaokul öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarının sınıf düzeyi, cinsiyet, elektronik cihaz ve ortamlarda geçirilen süreye göre incelenmesi amaçlanmıştır. Kız öğrencilerin kişisel bilgi paylaşımı ve çevrimiçi oyunlar boyutundaki dijital ayak izi farkındalığı erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Araştırma sonucunda dijital ayak izi ölçeğinin araştırmacılar, eğitimciler,

yöneticiler ve ebeveynler tarafından kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir araç olduğu tespit edilmiştir.

Karabatak ve Alanoğlu (2022) tarafından yapılan çalışmanın amacı öğretim üyelerinin cinsiyeti, internet kullanım süresi (günlük kullanım süresi ve kullanım yılı), çevrimiçi ortam kullanımı, dijital ayak izi deneyimleri ve dijital ayak izi farkındalığı arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır. Bulgular sonucunda öğretim üyelerinin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek, olumsuz dijital ortam deneyimlerinin ise düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Kadın öğretim üyelerinin dijital ayak izi yaşantılarının ve farkındalıklarının erkek öğretim üyelerine göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. Öğretim üyelerinin en çok çevrimiçi sohbet araçlarını, sosyal ağları, e-posta hizmetlerini, en az ise blogları, öğrenme yönetim sistemlerini ve Wiki'yi kullandıkları ortaya çıkmıştır. Öğretim üyeleri dijital medya paylaşımlarının gerçek düşüncelerini yansıttığını ve bu paylaşımlardan pişmanlık duymadıklarını, yazılarını kontrol ettikten sonra dijital ortamda paylaştıklarını belirtilmiştir.

Çalışkan ve Aktın (2022) tarafından yapılan çalışmada ortaokul öğrencilerinin metaforlarının analizi sonucunda toplam 6 farklı kavramsal kategoriye ulaşılmıştır. Bunlar; dijital kişisel veri izleri, dijital nesne, dijital kalıcı kayıt veri deposu, dijital bilgilerin tarihselleştirilmesi, dijital takip ve dijital kimlik tanıma aracı kategorileridir. Bulgulara göre en çok metafor üretilen kategoriler kişisel veri izleri, dijital takip, dijital nesnelere ve dijital kalıcı kayıt veri depolamadır. Metaforların açıklamaları genel olarak incelendiğinde dijital ayak izi kavramının ortaokul öğrencileri tarafından tam olarak bilinmediği sonucuna varılmıştır.

Sanin (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışma, ortaokul öğrencilerine yönelik dijital ayak izi farkındalık ölçeği geliştirmeyi ve dijital ayak izi farkındalığı ile bilgi güvenliği farkındalığı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın bulgularına göre dijital ayak izi farkındalığı ile bilgi güvenliği farkındalığı arasındaki ilişkinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımı ve veri paylaşımı konusunda bilinçli olan katılımcıların bunu uygulama oranı yüksektir. Araştırma sonuçları arasında en düşük ilişkinin saldırı ve tehditler ile mahremiyet arasında olduğu görülmüştür.

Gökdemir (2022) tarafından yapılan çalışma, geleneksel mahremiyet olgusunu dijital mahremiyet boyutuna taşımayı ve birey ile üçüncü kişi arasındaki artıları ve eksileri tartışmayı amaçlamıştır. Araştırma sonucunda bugün paylaşılan içeriklerin gelecekte kişiye karşı kullanılabilirliği ve kişiyi zor durumda bırakabileceği ihtimali bulunmaktadır. Bu

nedenle hiçbir uygulamaya tam olarak güvenilmemeli ve her içerik sanal ortamlarda paylaşılmamalıdır.

Afyon (2022) tarafından yapılan araştırmada Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin ve yaşantılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Kız öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları erkek öğrencilere göre daha yüksektir.

Koçyiğit ve Özkul (2023) tarafından yapılan çalışmada dijital ayak izi farkındalığı değerlendirildiğinde katılımcıların yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, medeni durum gibi sosyo-demografik özellikleri ile dijital ayak izi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların dijital ayak izi farkındalığı genel ortalamasının erkeklerle kıyasla daha yüksek olduğu, 46 yaş ve üzeri katılımcıların en düşük farkındalığa sahip olduğu, 32-38 yaş aralığındaki katılımcıların ise en yüksek farkındalığa sahip olduğu görülmüştür.

Karal ve Kaçmaz (2023) tarafından yürütülen çalışma, lise öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarını ve dijital yaşantı durumlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının orta düzeyde, dijital ayak izi deneyimlerinin ise düşük olduğu görülmüştür.

Taş (2023) tarafından yapılan çalışmanın amacı bireylerin dijital ayak izi farkındalığının internetten ürün satın alırken karar verme stillerine etkisini belirlemektir. Bulgular sonucunda katılımcıların internetteki etkinliklerinin kendilerini etkileyebileceğinin farkında oldukları, istedikleri gibi karar verdikleri, bazı alt boyutlarda cinsiyetler arasında farklılık olduğu, genel olarak ise herhangi bir alt boyutta farklılık olmadığı görülmüştür. Katılımcıların demografik özellikleri arasında dijital ayak izi farkındalığı açısından farklılık bulunmaktadır. Ayrıca demografik değişkenler kapsamında yapılan analizde dijital ayak izi ile bilinçli farkındalık arasında ve dijital ayak izi ile tüketici karar verme stillerinin bazı alt boyutları arasında ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Cinsiyet ile mükemmeliyetçilik arasındaki yol katsayısı istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. Katılımcıların dijital ayak izi farkındalık düzeyinin internet kullanım süresi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermediği görülmüştür.

Sevilen (2023) tarafından yapılan çalışmanın amacı dijital ayak izi, dijital ayak izi yaşantısı ve netiquette farkındalığı ve yaşanmışlığının Y ve Z kuşaklarına göre farklılık

gösterip göstermediğini belirlemektir. Kuşakların sosyal medya alışkanlıklarında çok fazla farklılık görülmezken, Y ve Z kuşakları arasında dijital ayak izi farkındalığı, dijital ayak izi yaşantısı ve netiket farkındalığı açısından anlamlı farklılıklar vardır.

Uyanık Erkılıç (2024) tarafından yapılan çalışma, sosyal medya verilerini dijital ayak iziyle haritalandırmıştır. Bu çalışmanın amacı, 2005-2022 yılları arasında Kapadokya bölgesine gelen turistlerin davranışlarını ve seyahat eğilimlerini incelemek, turist yoğunluğunun yıllar içerisinde değişmesi sonucu turistlerin en çok ilgi duyduğu mekanları belirlemektir. Araştırma sonucunda ekonomik krizler, terör saldırıları, salgın hastalıklar vb. bu faktörlerin bölgenin turist hareketliliği ve ziyaret yoğunluğu üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL AYAK İZİ FARKINDALIĞI VE DİJİTAL AYAK İZİ YAŞANTILARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: KUŞAKLARARASI BİR KARŞILAŞTIRMA

Bu bölümde araştırma konusu ve araştırma problemi ortaya konulduktan sonra, araştırmanın amacı ve önemi açıklanmış, araştırmanın yöntemi, evren ve örnekleme yer verildikten sonra araştırmada kullanılan veri toplama araçları sunularak verilerin analizine geçilmiştir. Ardından araştırma modeli ve hipotezler açıklandıktan sonra araştırmanın bulgularına yer verilmiştir.

2.1. Araştırmanın Konusu ve Problemi

Araştırmanın Konusu: Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları arasındaki ilişkinin ve dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları açısından kuşaklar arası bir farklılığın olup olmadığının tespit edilmesidir.

Araştırma Problemi: Bu araştırmanın temel problemi "Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları arasında bir ilişki var mıdır? ve "Dijital Ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları kuşaklar açısından bir farklılık gösteriyor mu?" olarak belirlenmiştir. Bu temel soru çerçevesinde aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur.

- Dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantıları arasında bir ilişki var mıdır?
- Dijital ayak izi farkındalığı demografik değişkenler açısından farklılık gösteriyor mu?
- Dijital ayak izi yaşantıları demografik değişkenler açısından farklılık gösteriyor mu?
- Dijital ayak izi farkındalığı kuşaklar açısından bir farklılık gösteriyor mu?
- Dijital ayak izi yaşantıları kuşaklar açısından bir farklılık gösteriyor mu?

2.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantıları arasındaki ilişkinin incelenmesi ve dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantılarının kuşaklar arasında farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda dijitalleşme sürecine değinilmiştir. Bu süreçte dijital ayak izi kavramına ve kuşaklara yer verilmektedir. Bu araştırma literatürde üç dijital kuşak açısından dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarını karşılaştıran ilk çalışma olması sebebiyle önem taşımaktadır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

Konya ilinde yaşayan bireylerin dijital yerlilik (2000 ve sonrası doğanlar) dijital melezlik (1971-1999 arası doğanlar) ve dijital göçmenlik (1970 ve öncesi doğanlar) dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantı durumlarını tespit etmeyi ve bu ölçekler açısından kuşaklar arası farklılıkları analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket metodu kullanılmıştır. Veriler kolayda örnekleme yoluyla çevrimiçi oluşturulan anketlerle ve yüz yüze anket dağıtımı yapılarak toplanmıştır.

2.4. Evren ve Örneklem

Konya ili merkez ilçelerinde (Selçuklu, Karatay, Meram) yaşayan bireyler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklem ise bu ilçelerde yaşayan farklı kuşaklarda yer alan kişiler (dijital yerliler, dijital göçmenler ve dijital melezler)dir. 2023 yılı Nüfus verilerine göre Selçuklu ilçesinde 695.771 kişi, Karatay İlçesinde 375.919 kişi ve Meram İlçesinde 347.341 kişi yaşamaktadır (<https://www.nufusu.com/ilceleri/konya-ilceleri-nufusu>). Bu verilere göre evren 1.419.031 kişiden oluşmaktadır. Yazıcı ve Erdoğan (2004:50)'a göre 0,05 örnekleme hatasına göre 384 kişi evreni temsil etmektedir. Bu çalışmada farklı kuşaklara ait toplam 439 kişiye ulaşılmıştır.

2.5. Etik Kurulu Onayı

“Dijital Ayak İzi Farkındalığı ve Dijital Ayak İzi Yaşantıları Arasındaki İlişki: Kuşaklararası Bir Karşılaştırma” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasında bilimsel araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur. Çalışma için Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden 09/06/2023 tarih ve 2023/259 sayı ile etik kurul izni alınmıştır.

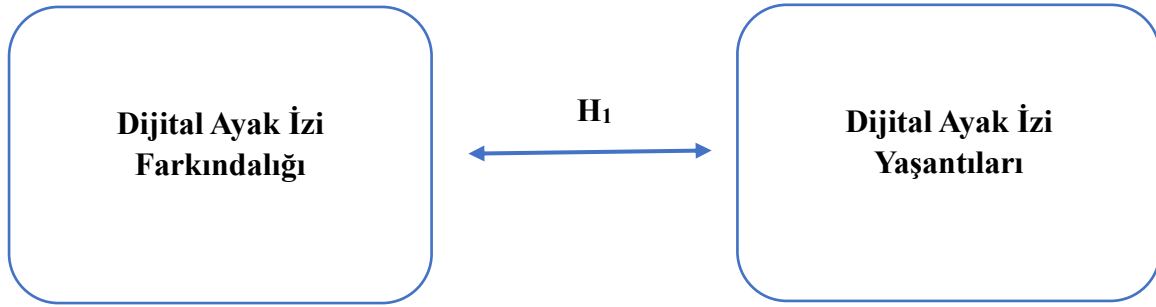
2.6. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada Sürmelioglu ve Seferoğlu (2019) tarafından geliştirilen *Dijital Ayak İzi Farkındalığı* ve *Dijital Ayak İzi Yaşantıları* ölçeklerinden oluşturulan anket formu kullanılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin ifadeler yer almaktadır. Bu bölümde katılımcıların kişisel özellikleri, cinsiyet, medeni durum, yaş aralığı, bilgisayar kullanım becerisi ve günlük internet/bilgisayar kullanma süresi gibi sorulardan yararlanılmıştır. İkinci bölümde ise “Dijital ayak izi farkındalık” durumlarını sorgulayan 12 maddelik bir ölçeğe ilişkin ifadeler ve “Dijital ayak izi yaşantı” durumlarını sorgulayan 16 maddelik bir ölçeğe ilişkin ifadeler yer almaktadır. Araştırmada 5’li likert ölçeğine göre ifadelere cevap aranmıştır.

2.7. Verilerin Analizi

Anketler yüz yüze ve internet ortamında katılımcılara ulaştırılmıştır. Elde edilen veri sonuçları SPSS 22 ve AMOS 24 programları ile analiz edilmiştir. 439 katılımcıdan toplanan veriler öncelikle uç değer analizine tabi tutulmuş ve 19 anket formu analizlere dahil edilmemiştir. Geriye kalan 420 veri ile analizlere geçilmiş ve frekans, geçerlilik, güvenilirlik, analizleri ile normallik testi, fark testleri ve korelasyon analizleri yapılmıştır.

2.8. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler



Şekil 1. Kuramsal-Metodolojik Temel

H₁: Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Dijital ayak izi farkındalığı demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{2a}: Dijital ayak izi farkındalığı cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Dijital ayak izi farkındalığı medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2c}: Dijital ayak izi farkındalığı kuşaklara (yaş değişkenine) göre farklılık göstermektedir.

H_{2d}: Dijital ayak izi farkındalığı bilgisayar kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2e}: Dijital ayak izi farkındalığı akıllı telefon kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2f}: Dijital ayak izi farkındalığı günlük internet/bilgisayar/akıllı telefon kullanma süresi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{2g}: Dijital ayak izi farkındalığı çevrimiçi kullanılan araç sayısı değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H₃: Dijital ayak izi yaşantıları demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{3a}: Dijital ayak izi yaşantıları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Dijital ayak izi yaşantıları medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3c}: Dijital ayak izi yaşantıları kuşaklara (yaş değişkenine) göre farklılık göstermektedir.

H_{3d}: Dijital ayak izi yaşantıları bilgisayar kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3e}: Dijital ayak izi yaşantıları akıllı telefon kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3f}: Dijital ayak izi yaşantıları günlük internet/bilgisayar/akıllı telefon kullanma süresi değişkenine göre farklılık göstermektedir.

H_{3g}: Dijital ayak izi yaşantıları çevrimiçi kullanılan araç sayısı değişkenine göre farklılık göstermektedir.

2.9. Araştırmanın Bulguları

Bu başlık altında bireylerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasındaki ilişkileri ve demografik özelliklere göre farklılıkları tespit etmek amacıyla katılımcılardan elde edilen veriler bağlamında yapılan analiz ve bulgular yer almaktadır.

2.9.1. Katılımcılara İlişkin Tanıtıcı Bilgiler

Bu başlık altında katılımcılara ait demografik bilgilerin tespit edilmesi amacıyla frekans analizleri yapılmıştır. İlk olarak, araştırmaya katılanların cinsiyetlerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de görülmektedir.

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	257	61,2
Erkek	163	38,8
Toplam	420	100,0

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde; araştırmaya katılanların %61,2'sinin kadın ve %38,8'inin ise erkek olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların çoğunluğunun kadın olduğu anlaşılmaktadır.

İkinci olarak, araştırmaya katılanların medeni durumlarına ilişkin bilgiler Tablo 2'da görülmektedir.

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Evli	201	47,9
Bekar	196	46,7
Diğer	23	5,5
Toplam	420	100,0

Tablo 2. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Tablo 2'a göre araştırmaya katılanların medeni durumlarına göre dağılımı incelendiğinde; %47,9'unun evli, %46,7'sinin bekar olduğu görülmektedir, katılımcıların %5,5'i ise diğer seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu veri doğrultusunda katılımcılardan evli ve bekar olanlarının oranlarının neredeyse eşit olduğu anlaşılmaktadır.

Üçüncü olarak, araştırmaya katılanların yaş aralıklarına ilişkin bilgiler Tablo 3'da görülmektedir.

Yaş Aralığı (Kuşak)	Frekans	Yüzde
2000 ve üzeri (Dijital Yerliler)	139	33,1
1971-1999 (Dijital Melezler)	189	45,0
1970 ve öncesi (Dijital Göçmenler)	92	21,9
Toplam	420	100,0

Tablo 3. Katılımcıların Yaş Aralıklarına Göre Dağılımı

Tablo 3'a göre araştırmaya katılanların yaş aralıkları incelendiğinde; 2000 yılı ve üzeri doğumlu %33,1, 1971-1999 yılları arası doğumlu %45,0 ve 1970 yılı ve öncesi doğumluların oranının %21,9 olduğu görülmektedir. İlgili verilere göre araştırmaya katılanlar arasında yoğunluğu 1971 ile 1999 yılı arası doğumlu, bir diğer ifadeyle dijital melezler kuşağı oluşturmaktadır. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunu (%78,1) dijital melezler ve dijital

yerliler oluştururken; araştırmaya katılan yaklaşık her beş kişiden yalnızca birinin dijital göçmen olduğu anlaşılmaktadır.

Dördüncü olarak, araştırmaya katılanların bilgisayar kullanma becerilerine ilişkin bilgiler Tablo 4’de görülmektedir.

Bilgisayar Kullanma Beceri Düzeyi	Frekans	Yüzde
Yetersiz	57	13,6
Orta Yeterli	142	33,9
Yeterli	135	32,2
Çok Yeterli	85	20,3
Toplam	419	100,0

Tablo 4. Katılımcıların Bilgisayar Kullanma Becerilerine Göre Dağılımı

Tablo 4’e göre araştırmaya katılanların bilgisayar kullanma becerileri incelendiğinde; %13,6’sının yetersiz, %33,9’unun orta yeterli, %32,2’sinin yeterli ve %20,3’ünün çok yeterli olduğu görülmektedir. Bir başka ifadeyle katılımcıların %86,4’ünün bilgisayar kullanma becerilerine dair algılarının orta yeterli veya daha üzerinde olduğu anlaşılmaktadır.

Beşinci olarak, araştırmaya katılanların akıllı telefon kullanma becerilerine ilişkin bilgiler Tablo 5’de görülmektedir.

Akıllı Telefon Kullanma Beceri Düzeyi	Frekans	Yüzde
Yetersiz	16	3,8
Orta Yeterli	81	19,3
Yeterli	176	41,9
Çok Yeterli	147	35,0
Toplam	420	100,0

Tablo 5. Katılımcıların Akıllı Telefon Kullanma Becerilerine Göre Dağılımı

Tablo 5’e göre araştırmaya katılanların akıllı telefon kullanma becerileri incelendiğinde; %3,8’inin yetersiz, %19,3’ünün orta yeterli, %41,9’unun yeterli ve %35’inin çok yeterli olduğu görülmektedir. Bir başka ifadeyle katılımcıların %96,2’sinin akıllı telefon kullanma

becerilerine dair algılarının orta yeterli veya daha üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu veri bir önceki tablo ile karşılaştırıldığında katılımcıların akıllı telefon kullanma becerilerine dair yeterlilik algılarının bilgisayar kullanma becerilerine göre daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Altıncı olarak, araştırmaya katılanların günlük internet/bilgisayar/akıllı telefon kullanım sürelerine ilişkin bilgiler Tablo 6’te görülmektedir.

Saat	Frekans	Yüzde
Hiç kullanmıyorum	6	1,4
0-1	39	9,3
1-3	110	26,2
4-6	140	33,3
7-9	86	20,5
10 ve üzeri	39	9,3
Toplam	420	100,0

Tablo 6. Katılımcıların Günlük İnternet/Bilgisayar/Akıllı Telefon Kullanım Sürelerine Göre Dağılımı

Tablo 6’ya göre araştırmaya katılanların günlük internet/bilgisayar/akıllı telefon kullanım sürelerinin dağılımına bakıldığında; %1,4’ünün hiç kullanmadığı, %9,3’ünün en fazla 1 saate kadar, %26,2’sinin günlük 1-3 saat, %33,3’ünün 4-6 saat, %20,5’inin 7-9 saat ve %9,3’ünün ise 10 saat ve üzeri internet/bilgisayar/akıllı telefon kullandığı anlaşılmaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda araştırmaya katılanların %89,3’ünün günlük en az 1 saat üzerinde; %63,1’inin ise günlük en az 4 saat ve üzeri internet/bilgisayar/akıllı telefon kullanım süresi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla katılımcılardan yaklaşık her üçünden ikisinin günlük en az 4 saat; her beş kişiden birinin ise en az 7 saat teknoloji ile iç içe olduğu ifade edilebilir.

Yedinci olarak, araştırmaya katılanların çevrimiçi kullandıkları araçlara ilişkin bilgiler Tablo 7’de görülmektedir.

Çevrimiçi Araç Kullanım Durumu*	Frekans	Yüzde
Sosyal ağlar (Facebook, Twitter, Instagram vb.)	366	87,1
E-posta	202	48,0
Sohbet araçları (WhatsApp, Skype, Messenger vb.)	353	84,0
Web Sayfaları	220	52,4

* Katılımcılara birden fazla tercih yapabilme imkânı verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Çevrimiçi Kullandıkları Araçlara Göre Dağılımı

Tablo 7'ye göre araştırmaya katılanların %87,1'inin sosyal ağları; %48'inin e-posta araçlarını; %84'ünün sohbet araçlarını ve %52,4'ünün web sayfalarını kullandıkları görülmektedir. Bu veri doğrultusunda katılımcıların büyük oranının sosyal ağları ve çevrimiçi sohbet araçlarını kullandıkları görülürken; e-posta araçları ile web sayfalarını kullanmayı tercih edenlerin ise nispeten daha az olduğu anlaşılmaktadır.

Son olarak, araştırmaya katılanların çevrimiçi kullandıkları araçların sayısına ilişkin bilgiler Tablo 8'de görülmektedir.

Çevrimiçi Kullanılan Araçların Sayısı*	Frekans	Yüzde
1	82	19,5
2	103	24,5
3	86	20,5
4	149	35,5
Toplam	420	100

* Ortalama=2,72

Tablo 8. Katılımcıların Çevrimiçi Kullandıkları Araçların Sayısına Göre Dağılımı

Tablo 8'e göre araştırmaya katılanların %19,5'inin bir, %24,5'inin iki, %20,5'inin üç ve %35,5'inin ise dört farklı çevrimiçi araç kullandıkları görülmektedir. Bu veri doğrultusunda katılımcıların %80,5'inin en az iki çevrimiçi araç kullandıkları anlaşılmaktadır.

2.9.2. Geçerlilik Analizi

Bu başlık altında dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerine ait geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine yer verilmiştir.

2.9.2.1. Dijital Ayak İzi Farkındalığı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

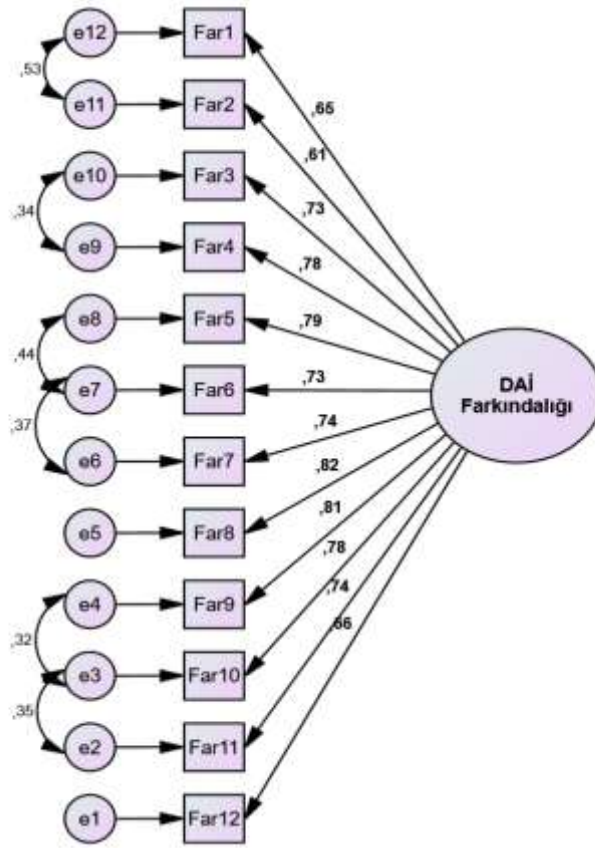
Bu başlık altında dijital ayak izi farkındalığı değişkenine ilişkin doğrulayıcı faktör analizine yer verilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi ile test edilecek faktör yapısı modelinin değerlendirilmesi aşamasında referans alınacak model uyum değerleri aşağıdaki Tablo 9'da yer almaktadır.

Uyum İndeksleri	Mükemmel Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
X^2 Uyum Testi	$0,05 < p < 1$	$0,01 < p < 0,05$
CMIN/df (X^2/sd)	≤ 3	≤ 5
RMSEA	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$
RMR	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
NFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$
TLI	$\geq 0,95$	$\geq 0,85$

Kaynak: Gürbüz, 2021, s. 38; Karagöz, 2017, s. 466; Meydan ve Şeşen, 2015, s. 37.

Tablo 9. Uyum İndekslerine İlişkin Referans Aralıkları

Sürmelioglu ve Seferoglu (2019) tarafından geliştirilen, 12 ifade ve tek boyuttan oluşan dijital ayak izi farkındalığı ölçeğinin faktör yapısını doğrulamak amacıyla AMOS 24.0 programı aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. “İdeal bir model uyumuna ulaşabilmek için modifikasyon indeksleri doğrultusunda bazı hata terimleri arasında modifikasyon düzeltme yolları kurulmuş ve çizilen kovaryanslar doğrultusunda” Şekil 2’de yer alan faktör yapısı modeli elde edilmiştir.



Şekil 2. Dijital Ayak İzi Farkındalığı Değişkenine İlişkin Ölçümlenen Faktör Yapısı Modeli

Şekil 2’de yer alan “doğrulayıcı faktör analizi sonrasında elde edilen faktör yapısı modelinde oklar üzerindeki regresyon değerleri, gözlenen değişkenlerin gizli değişkenleri tahmin etme gücünü, diğer bir ifadeyle faktör yüklenimlerini göstermektedir (Karagöz, 2017, s. 481).” Dijital ayak izi farkındalığı ölçeğine dair ifadelerin faktör yüklerinin 0,61 ile 0,82 arasında değiştiği görülmektedir. “Faktör yükü; 0,71 üzerinde olan değerler ‘mükemmel’, 0,63-0,70 arası ‘çok iyi’, 0,62-0,55 arası ‘iyi’, 0,54-0,45 arası ‘kabul edilebilir’ ve 0,44-0,32 arası ‘zayıf’ olarak kabul edilmekte iken, faktör yükü 0,30’un altındaki ifadeler ise değerlendirmeye alınmamaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2018, s. 509).” Şekil 2’de yer alan değerlere göre ilgili faktör yüklerinin tamamının istatistiki olarak yeterli düzeyde olduğu görülmekte iken; ayrıca ilgili değerlerin istatistiki bakımdan da anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p=0,00$). Bu bulgu ise ilgili ifadelerin ölçeğe doğru yüklendiğini göstermektedir (Karagöz, 2017, s. 482). Diğer yandan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum değerleri aşağıdaki Tablo 10’da görülmektedir.

Uyum İndeksleri	Elde Edilen Değer	Sonuç
X^2 Uyum Testi	0,000	Uyumlu
CMIN/df (X^2/sd)	4,806	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	0,095	Zayıf Uyum
RMR	0,046	Mükemmel Uyum
GFI	0,907	Mükemmel Uyum
CFI	0,950	Mükemmel Uyum
NFI	0,938	Kabul Edilebilir Uyum
TLI	0,931	Kabul Edilebilir Uyum

Tablo 10. Dijital Ayak İzi Farkındalığı Değişkenine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

Tablo 10’ye göre ilgili uyum değerleri incelendiğinde tüm değerlerin kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, sadece RMSEA değerinin sınır değer ($\leq 0,08$) üzerinde kaldığı ancak bazı yazarlara göre ilgili değer 1’in altında olmasının da yeterli olabileceği (Tabachnick ve Fidell, 2018; Kaplan, 2000) belirtilmektedir. Dolayısıyla gerek bu veriler gerekse faktör yükleri doğrultusunda test edilen faktör yapısının doğrulandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda dijital ayak izi farkındalığı ölçeğine dair verilerin analizinde yukarıdaki modelde yer alan 12 ifade ve tek boyuttan oluşan yapı kullanılacaktır.

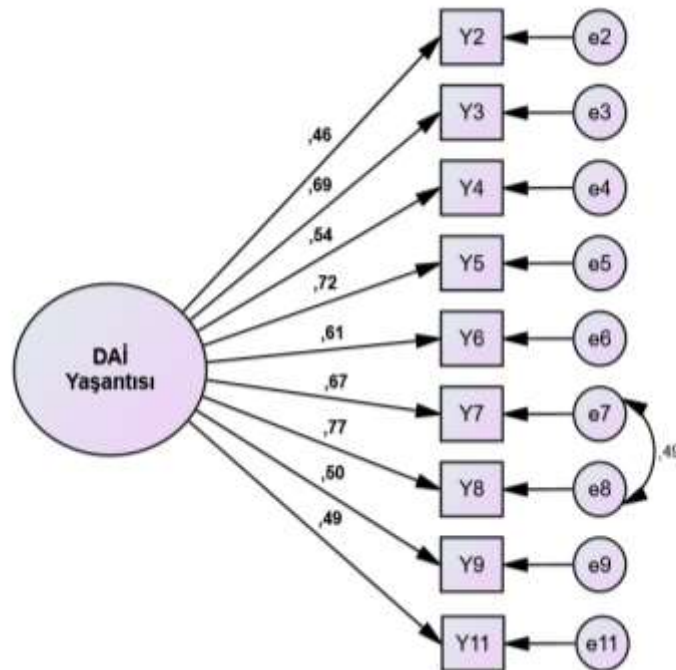
2.9.2.2. Dijital Ayak İzi Yaşantısı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

Bu başlık altında Sürmelioglu ve Seferoglu (2019) tarafından geliştirilen, 16 ifade ve tek boyuttan oluşan dijital ayak izi yaşantısı ölçeğinin faktör yapısını doğrulamak amacıyla AMOS 24.0 programı aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Yapılan analiz neticesinde faktör yükleri 0,45’in altında olan ve istatistiksel bakımdan anlamlı olmayan, aynı zamanda güvenilirliği düşürdüğü tespit edilen ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu doğrultuda faktör yükleri söz konusu sınırın altında olan; 14. ifade (“Çevrim-içi araçlardaki paylaşımlar beni olumlu yönde etkilemektedir.”; faktör yükü: 0,044, $p=0,405$), 13. ifade (“Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar, gerçek düşüncelerimi yansıtmaktadır.”; faktör yükü: 0,043, $p=0,413$), 10. ifade (“Dijital ortamlarda yaptığım arama sonuçlarının içerikleri dijital ortamlarda karşıma reklam olarak çıkmaktadır.”; faktör yükü: 0,073, $p=0,170$) ve 15. ifade (“Çevrim-içi araçlardaki diğer kişileri olumlu yönde etkilediğimi düşünmekteyim.”; faktör yükü: 0,086, $p=0,108$) modelden sırayla çıkarılmış ve

her çıkarma işleminden sonra analizler tekrar edilmiştir. Bu aşamada analizlerden çıkarılan dört ifadenin tümünün ters kodlanan ifadeler olması, katılımcıların bu ifadeleri tam olarak anlayamadığı ve dikkatli okumadığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Bu işlemlerden sonra istenilen uyum indeks değerleri ile birleşim geçerliliği değerlerine ulaşamadığı için istatistiksel bakımdan anlamlı olmasına rağmen faktör yükleri ilgili sınırın altında olan ve aynı zamanda ölçek güvenilirliğini de düşürdüğü belirlenen; 1. ifade (*“Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma hesap açıldığı oldu.”*; faktör yükü: 0,324), 16. ifade (*“Çevrim-içi araçlardaki kişilerin benim hakkımdaki düşüncelerinin olumsuz olmasından endişe etmekteyim.”*; faktör yükü: 0,384) ve 12. ifade (*“Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin mesleki yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişesi duymaktayım.”*; faktör yükü: 0,377) modelden sırayla çıkarılmış ve her çıkarma işleminden sonra analizler tekrar edilmiştir. Tüm bu işlemlerin ardından ideal bir model uyumuna ulaşabilmek için modifikasyon indeksleri doğrultusunda bazı hata terimleri arasında modifikasyon düzeltme yolları kurulmuş ve çizilen kovaryanslar sonucunda Şekil 3’te yer alan nihai faktör yapısı modeli elde edilmiştir.



Şekil 3. Dijital Ayak İzi Yaşantısı Değişkenine İlişkin Ölçümlenen Faktör Yapısı Modeli

Şekil 3’te oklar üzerindeki değerler incelendiğinde dijital ayak izi yaşantısı ölçeğine dair ifadelerin faktör yüklerinin 0,46 ile 0,77 arasında değiştiği görülmektedir. ‘Faktör yükü; 0,71 üzerinde olan değerler ‘mükemmel’, 0,63-0,70 arası ‘çok iyi’, 0,62-0,55 arası ‘iyi’, 0,54-

0,45 arası ‘kabul edilebilir’ ve 0,44-0,32 arası ‘zayıf’ olarak kabul edilmekte iken, faktör yükü 0,30’un altındaki ifadeler ise değerlendirmeye alınmamaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2018, s. 509).” Şekil 3’de yer alan değerlere göre ilgili faktör yüklerinin tamamının istatistiki olarak yeterli düzeyde olduğu görülmekte iken; ayrıca ilgili değerlerin istatistiki bakımdan da anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p=0,00$). Bu bulgu ise ilgili ifadelerin ölçeğe doğru yüklendiğini göstermektedir (Karagöz, 2017, s. 482). Diğer yandan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum değerleri aşağıdaki Tablo 11’de görülmektedir.

Uyum İndeksleri	Elde Edilen Değer	Sonuç
X^2 Uyum Testi	0,000	Uyumlu
CMIN/df (X^2/sd)	2,915	Mükemmel Uyum
RMSEA	0,068	Kabul Edilebilir Uyum
RMR	0,030	Mükemmel Uyum
GFI	0,960	Mükemmel Uyum
CFI	0,960	Mükemmel Uyum
NFI	0,941	Kabul Edilebilir Uyum
TLI	0,945	Kabul Edilebilir Uyum

Tablo 11. Dijital Ayak İzi Yaşantısı Değişkenine İlişkin Modelin Uyum Değerleri

Tablo 11’e göre ilgili uyum değerleri incelendiğinde tüm değerlerin kabul edilebilir uyum aralığında olduğu, dolayısıyla gerek bu veriler gerekse faktör yükleri doğrultusunda test edilen faktör yapısının doğrulandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda dijital ayak izi yaşantısı ölçeğine dair verilerin analizinde yukarıdaki modelde yer alan 9 ifade ve tek boyuttan oluşan yapı kullanılacaktır.

2.9.3. Güvenilirlik Analizi

“Veri toplama aracının, diğer bir ifadeyle ölçeklerin güvenilirliğini ya da içsel tutarlılığını belirlemek amacıyla Cronbach’s Alpha değerleri hesaplanmıştır.” İlgili değerler Tablo 12’de görülebilmektedir.

Ölçek/Değişken	İfade Sayısı	Cronbach’s Alpha (α)	CR	AVE
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	12	0,953	0,936	0,545
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	9	0,916	0,834	0,380

Tablo 12. Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri

“Cronbach’s Alpha değeri, ifadeler arası korelasyona bağlı uyum değerini ifade etmektedir. İlgili değer, ölçeklerde yer alan ifadelerin güvenilirlik düzeylerini belirtmektedir. Cronbach’s Alpha değeri 0,70 ve üzerinde ise ölçeğin oldukça güvenilir olduğu kabul edilirken; sosyal bilimler alanında ifade sayısının az olduğu durumlarda güvenilirlik değerinin 0,60 ve üzeri olmasının da güvenilir şartını sağladığı ifade edilmektedir (Sipahi vd., 2008).” Bu doğrultuda Tablo 12’de de görüleceği üzere dijital ayak izi farkındalığı ölçeğinin Cronbach’s Alpha değerinin 0,936 ve dijital ayak izi yaşantısı ölçeğinin Cronbach’s Alpha değerinin ise 0,834 olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla her iki ölçeğin de istatistiksel bakımdan güvenilir düzeyde olduğu söylenebilir.

Diğer yandan yapısal geçerlilik ile birlikte birleşim geçerliliğinin test edilmesi amacıyla “CR (Composite Reliability) ve AVE (Average Variance Extracted) değerleri” hesaplanmış olup Tablo 12’de görülmektedir. “Fornell ve Larcker’e (1981) göre CR değeri 0,60’ın üzerinde; AVE değeri ise 0,50’nin üzerinde olmalıdır.” İlgili değerler incelediğinde genel olarak istatistiksel bakımdan kabul edilebilir aralıkta oldukları görülmektedir. Dijital ayak izi yaşantısı değişkenine ilişkin AVE değeri, kabul edilebilir sınır olan 0,50’nin altında olsa da ilgili ölçeğe ait faktör yükleri ile güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir sınırın üzerinde olması göz önüne alındığında mevcut haliyle araştırmada kalmasına karar verilmiştir. Sonuç olarak, araştırma değişkenlerinin yapısal geçerliliğinin yanı sıra genel olarak birleşim geçerliliğini de sağladığı anlaşılmaktadır.

2.9.4. Tanımlayıcı İstatistikler

Bu başlık altında araştırma değişkenlerine dair tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Tablo 13’te araştırmaya katılan bireylerin dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarına yönelik algılarını kapsayan tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

Değişkenler	X	SS	Min.	Max.
Dijital Ayak İzi Farkındalığı*	3,76	0,86	1,08	5,00
Dijital Ayak İzi Yaşantısı**	1,46	0,56	1,00	3,56

* Ölçekte; 1=“Kesinlikle Katılmıyorum” ve 5=“Tamamen Katılıyorum” anlamındadır.

** Ölçekte; 1=“Hiçbir Zaman” ve 5=“Her Zaman” anlamındadır.

X= Aritmetik Ortalama (Mean); SS= Standart Sapma’dır.

n=420

Tablo 13. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde, dijital ayak izi farkındalığı ortalamasının 3,76 ($X=3,76\pm 0,86$) ve dijital ayak izi yaşantısı ortalamasının ise ($X=1,46\pm 0,56$) olduğu görülmektedir. “5’li Likert ölçeği bağlamında ilgili değişkenlere ilişkin ortalama değerler, ‘1,00-2,33’ düşük düzey, ‘2,34-3,66’ orta düzey ve ‘3,67-5,00’ yüksek düzey olarak değerlendirildiğinde”, araştırmaya katılan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek düzeyde; dijital ayak izi yaşantılarının ise düşük düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 14’te ise araştırmaya katılan bireylerin dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarına yönelik ölçek ifadelerinin tanımlayıcı istatistiklerine yer verilmiştir.

İfadeler	X	SS	Min.	Max.
Dijital Ayak İzi Farkındalığı*				
Dijital ortamlarda yazdıklarımı üslup açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	3,85	1,13	1,00	5,00
Dijital ortamlarda yazdıklarımı imla açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	3,54	1,15	1,00	5,00
Dijital ortamlardaki bilgilerimin okul, iş veya özel yaşamımda karşıma çıkabileceğinin farkındayım.	3,90	1,08	1,00	5,00
Dijital ortamlardaki bilgi paylaşımlarımın gelecekte mesleki veya özel yaşamımda karşıma çıkma ihtimali nedeniyle dikkatli davranırım.	3,84	1,10	1,00	5,00
Dijital ortamlarda yaptığım her türlü işlemin kayıt altında olacağını bilirim.	4,03	1,05	1,00	5,00
Dijital ortamlarda yaptığım hiçbir işlemin gizli kalmayabileceğinin farkındayım.	4,05	1,02	1,00	5,00
Ortak kullanımlı ortamlarda bilgilerimin başkalarının eline geçme ihtimali olduğunun farkındayım.	4,12	1,00	1,00	5,00
Dijital ortamlarda kişisel bilgilerimi kimsenin kullanmaması için gerekli önlemleri alırım.	3,75	1,11	1,00	5,00
Çevrim-içi araçların (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarının farkındayım.	3,82	1,10	1,00	5,00
Çevrim-içi araçların gizlilik ayarlarını kullanıyorum.	3,72	1,17	1,00	5,00
Çevrim-içi araçların gizlilik ayarlarını sürekli gözden geçirip düzenlerim.	3,27	1,20	1,00	5,00
Dijital ayak izi kavramı hakkında farkındalığım bulunmaktadır.	3,21	1,24	1,00	5,00
Dijital Ayak İzi Yaşantısı**				
Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma paylaşım yapıldığı oldu.	1,36	,76	1,00	5,00
Dijital ortamlarda paylaştıklarım nedeniyle zor duruma düştüğüm zamanlar oldu.	1,43	,83	1,00	5,00

Dijital ortamlarda paylaşımlarımın bazılarından dolayı pişmanlık duyduğum oldu.	1,81	,95	1,00	5,00
Geçmişte yaşadığım olayların dijital ortamda gün yüzüne çıkması sebebiyle tedirgin olduğum zamanlar oldu.	1,57	,95	1,00	5,00
Dijital ortamlarda kimseye haber vermeden oluşturduğum profillerimi tanıdıklarımın öğrendiğini fark ettiğim zamanlar oldu.	1,52	,94	1,00	5,00
Dijital ortamlarda ailemden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle ailemle tartışmalarım oldu.	1,36	,84	1,00	5,00
Dijital ortamlardaki iletişim içerisinde bulunduğum kişilerden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığım oldu.	1,34	,75	1,00	5,00
Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım.	1,14	,49	1,00	5,00
Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin aile yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişe duymaktayım.	1,65	1,04	1,00	5,00

* Ölçekte; 1="Kesinlikle Katılmıyorum" ve 5="Tamamen Katılıyorum" anlamındadır.
** Ölçekte; 1="Hiçbir Zaman" ve 5="Her Zaman" anlamındadır.
X= Aritmetik Ortalama (Mean); SS= Standart Sapma'dır.
n=420

Tablo 14. Ölçek İfadelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde, dijital ayak izi farkındalığı ölçeğinde en yüksek ortalamaya sahip ifadenin "*Ortak kullanımlı ortamlarda bilgilerimin başkalarının eline geçme ihtimali olduğunun farkındayım*". ($X=4,12\pm 1,00$) olduğu; en düşük ortalamaya sahip ifadenin ise "*Dijital ayak izi kavramı hakkında farkındalığım bulunmaktadır*". ($X=3,21\pm 1,24$) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda araştırmaya katılan bireylerin dijital ortamlardaki bilgi güvenliği tehlikesine dair farkındalıklarının yüksek olduğu; diğer yandan dijital ayak izi kavramına dair farkındalıklarının ise nispeten daha düşük olduğu anlaşılmaktadır.

Dijital ayak izi yaşantıları ölçeğinde en yüksek ortalamaya sahip ifadenin "*Dijital ortamlarda paylaşımlarımın bazılarından dolayı pişmanlık duyduğum oldu*". ($X=1,81\pm 0,95$) olduğu; en düşük ortalamaya sahip ifadenin ise "*Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım*". ($X=1,14\pm 0,49$) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda araştırmaya katılan bireylerden dijital ortamlarda yasal yaptırımlara maruz kaldığını ifade edenlerin sayısının çok düşük olduğu; diğer yandan dijital ortamlarda yaptığı paylaşımlardan ötürü pişmanlık yaşadığını ifade edenlerin sayısının ise göreceli olarak daha fazla olduğu söylenebilir.

2.9.5. Verilerin Normallik Dağılımının İncelenmesi

Verilerin analizinde parametrik ve parametrik olmayan yöntemlerden hangisinin kullanılacağına karar vermek için verilerin normallik testine tabi tutulması gerekmektedir. İlk olarak tek değişkenli normallik testinin uygulanmasında sıklıkla kullanılan çarpıklık ve basıklık değerleri analiz edilmiştir.

Değişkenler	Çarpıklık	Basıklık
Dijital Ayak İzi Farkındalığı*	-1,127	1,231
Dijital Ayak İzi Yaşantısı**	1,787	2,990

* Ölçekte; 1="Kesinlikle Katılmıyorum" ve 5="Tamamen Katılıyorum" anlamındadır.
 ** Ölçekte; 1="Hiçbir Zaman" ve 5="Her Zaman" anlamındadır.
 n=420

Tablo 15. Değişkenlere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Tablo 15'teki veriler doğrultusunda çarpıklık ile basıklık değerleri incelendiğinde; tüm değişkenlere ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ile +3 arasında olduğu görülmektedir. Groeneveld ve Meeden (1984), Moors (1986), Hopkins ve Weeks (1990) ile De Carlo (1997) çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3 ile +3 aralığında olmasının normal dağılım için yeterli olduğunu ifade etmişlerdir. Bu doğrultuda değişkenlerin normallik göstergelerinden çarpıklık-basıklık katsayılarına ilişkin normallik sınırları içerisinde oldukları görülmektedir.

"Çok değişkenli normallik dağılımının incelenmesinde en sık kullanılan yöntemlerden birisi, Mardia katsayısının hesaplanmasıdır. Mardia katsayısı, AMOS programı aracılığıyla (çok değişkenli basıklık değeri) hesaplanabilmektedir (Byrne, 2010). İlgili katsayı, $p^*(p+2)$ formülü (p =gözlenen değişken sayısı) sonucunda elde edilen değer ile karşılaştırılmakta ve Mardia katsayısı, formülle belirlenen değerden düşük ise verinin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu varsayılmaktadır (Khine, 2013, s. 11)." Bu doğrultuda yapılan karşılaştırmada; (Mardia katsayısı = 287,35) < [21*(21+2) = 483] olarak tespit edilmiş ve bu bulgu ışığında araştırma verilerinin çok değişkenli normallik dağılımına sahip olduğu belirlenmiştir (Mardia, 1974, s. 116).

2.9.6. Fark Testleri

Bu başlık altında; dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarına ilişkin katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda elde edilen ortalama değerlerin, katılımcıların demografik özellikleri ile teknolojiyi kullanma becerileri ve sürelerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan analizlere yer verilmiştir.

“Değişkenler normal dağılım gösterdiğinden parametrik testlerden t testi ve ANOVA (Univariate Analysis of Variance) testlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca tek yönlü ANOVA (One Way ANOVA) testleri ile gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların kaynağını belirleyebilmek için grup varyanslarının homojen dağıldığı değişkenlerin analizinde Scheffe ve Bonferroni testleri; grup varyanslarının homojen dağılmadığı değişkenlerin analizinde ise Tamhane’s T2 testi kullanılmıştır (Karagöz, 2017, s. 201).”

2.9.6.1. Cinsiyete Göre Farklılık Testleri

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerinin ortalamalarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan t testine ilişkin veriler Tablo 16’de yer almaktadır.

DEĞİŞKEN	Cinsiyet	n	X	SS	t	p
Dijital Ayak İzi	Kadın	257	3,84	,817	2,44	,015
Farkındalığı	Erkek	163	3,63	,902		
Dijital Ayak İzi	Kadın	257	1,39	,497	-3,08	,002
Yaşantısı	Erkek	163	1,57	,631		

Tablo 16. Cinsiyete Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Yapılan t testi sonucunda, Tablo 16’de görüldüğü üzere, araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre dijital ayak izi farkındalığı ($t=2,44$; $p<0,05$) ve dijital ayak izi yaşantısı ($t=-3,08$; $p<0,05$) değişkenlerine ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu bulgular ışığında, H_{2a} ve H_{2b} hipotezleri desteklenmiştir.

Gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespiti için ortalama değerler incelendiğinde; kadınların dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=3,84\pm 0,817$), erkeklerin dijital ayak izi farkındalıklarına ($X=3,63\pm 0,902$) göre daha yüksek düzeyde olduğu görülürken; diğer yandan kadınların dijital ayak izi yaşantı düzeylerinin ($X=1,39\pm 0,497$) ise erkeklere ($X=1,57\pm 0,631$) göre daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

2.9.6.2. Medeni Duruma Göre Farklılık Testleri

Katılımcıların medeni durumlarına göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerinin ortalamalarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 17’de yer almaktadır.

DEĞİŞKEN	Medeni Durum	n	X	sd	F	p	Gruplar Arası Fark (Tamhane’s T2)
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Evli (1)	201	3,73				
	Bekar (2)	196	3,87	2/417	10,09	,000	1-3; 2-3
	Diğer (3)	23	3,04				
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Evli (1)	201	1,41				
	Bekar (2)	196	1,52	2/417	2,17	,116	-
	Diğer (3)	23	1,48				

Tablo 17. Medeni Duruma Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Tablo 17’deki verilere göre, tek yönlü ANOVA testi sonucunda katılımcıların medeni durumlarına göre dijital ayak izi farkındalığına ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği ($F=10,09$; $p<0,05$); dijital ayak izi yaşantısına ilişkin ortalama değerlerin ise istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Bu bulgular ışığında, H_{2b} hipotezi desteklenirken; H_{3b} hipotezi ise reddedilmiştir.

Dijital ayak izi farkındalığı değişkenine dair varyans homojen dağılmadığı ($Levene=15,097$; $p=0,000<0,05$) için gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespiti amacıyla Tamhane’s T2 testi yapılmıştır. Buna göre medeni durumunu “diğer” olarak belirten bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=3,04$), evli ($X=3,73$) ve bekar ($X=3,87$) bireylere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

2.9.6.3. Yaş Aralığına (Kuşaklara) Göre Farklılık Testleri

Katılımcıların yaş aralıklarına göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerinin ortalamalarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 18’de yer almaktadır.

DEĞİŞKEN	Yaş Aralığı (Kuşak)	n	X	sd	F	p	Gruplar Arası Fark (Tamhane's T2)
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	2000 ve üzeri (1)	139	3,86				
	1971-1999 (2)	189	4,06	2/417	67,55	,000	1-2; 1-3; 2-3
	1970 ve öncesi (3)	92	2,98				
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	2000 ve üzeri (1)	139	1,51				
	1971-1999 (2)	189	1,43	2/417	,798	,451	-
	1970 ve öncesi (3)	92	1,48				

Tablo 18. Yaş Aralığına Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Tablo 18'deki verilere göre, tek yönlü ANOVA testi sonucunda katılımcıların yaş aralıklarına göre dijital ayak izi farkındalığına ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği ($F=67,55$; $p<0,05$); dijital ayak izi yaşantısına ilişkin ortalama değerlerin ise istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Bu bulgular ışığında, H_{2c} hipotezi desteklenirken; H_{3c} hipotezi ise reddedilmiştir.

Dijital ayak izi farkındalığı değişkenine dair varyans homojen dağılmadığı ($Levene=43,856$; $p=0,000<0,05$) için gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespiti amacıyla Tamhane's T2 testi yapılmıştır. Buna göre 1970 ve daha önce doğan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=2,98$), 1971-1999 arası doğumlu bireyler ($X=4,06$) ile 2000 ve daha sonra doğan bireylere ($X=3,86$) göre daha düşük olduğu; ayrıca 1971-1999 arası doğumlu bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=4,06$), 2000 ve sonrasında doğan bireyler ($X=3,86$) ile 1970 ve öncesinde doğan bireylere ($X=2,98$) göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifadeyle araştırmaya katılan dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalıklarının diğerlerine göre daha yüksek; araştırmaya katılan dijital göçmenlerin dijital ayak izi farkındalıklarının ise diğerlerine göre daha düşük olduğu görülmektedir.

2.9.6.4. Bilgisayar Kullanma Becerisine Göre Farklılık Testleri

Katılımcıların bilgisayar kullanma becerilerine göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerinin ortalamalarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 19'de yer almaktadır.

DEĞİŞKEN	Bilgisayar				Gruplar Arası		
	Kullanma Becerisi	n	X	sd	F	p	Fark (Tamhane's T2)
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Yetersiz (1)	57	2,84	3/415	39,81	,000	1-2; 1-3; 1-4; 2-3; 2-4
	Orta Yeterli (2)	142	3,67				
	Yeterli (3)	135	4,01				
	Çok Yeterli (4)	85	4,11				
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Yetersiz (1)	57	1,37	3/415	2,53	,057	-
	Orta Yeterli (2)	142	1,55				
	Yeterli (3)	135	1,48				
	Çok Yeterli (4)	85	1,37				

Tablo 19. Bilgisayar Kullanım Becerisine Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Tablo 19'deki verilere göre, tek yönlü ANOVA testi sonucunda katılımcıların bilgisayar kullanma becerilerine göre dijital ayak izi farkındalığına ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği ($F=39,81$; $p<0,05$); dijital ayak izi yaşantısına ilişkin ortalama değerlerin ise istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Bu bulgular ışığında, H_{2d} hipotezi desteklenirken; H_{3d} hipotezi ise reddedilmiştir.

Dijital ayak izi farkındalığı değişkenine dair varyans homojen dağılmadığı ($Levene=16,857$; $p=0,000<0,05$) için gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespiti amacıyla Tamhane's T2 testi yapılmıştır. Buna göre bilgisayar kullanma becerisi yetersiz olan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=2,84$), bilgisayar kullanma becerisi orta düzeyde, yeterli ve çok yeterli olanlara göre daha düşük olduğu; ayrıca bilgisayar kullanma becerisi orta yeterlilikte olan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=3,67$), bilgisayar kullanma becerisi yeterli ve çok yeterli olanlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifadeyle bilgisayar kullanma becerileri yüksek olanların dijital ayak izi farkındalıklarının da yüksek; bilgisayar kullanma becerileri düşük olanların dijital ayak izi farkındalıklarının da düşük olduğu görülmüştür.

2.9.6.5. Akıllı Telefon Kullanma Becerisine Göre Farklılık Testleri

Katılımcıların akıllı telefon kullanma becerilerine göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerinin ortalamalarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 20’de yer almaktadır.

DEĞİŞKEN	Akıllı Telefon				F	p	Gruplar Arası Fark (Tamhane’s T2)
	Kullanma Becerisi	n	X	sd			
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Yetersiz (1)	16	2,24	3/416	53,92	,000	1-2; 1-3; 1-4; 2-3; 2-4
	Orta Yeterli (2)	81	3,14				
	Yeterli (3)	176	3,92				
	Çok Yeterli (4)	147	4,06				
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Yetersiz (1)	16	1,33	3/416	,349	,790	-
	Orta Yeterli (2)	81	1,47				
	Yeterli (3)	176	1,48				
	Çok Yeterli (4)	147	1,47				

Tablo 20. Akıllı Telefon Kullanma Becerisine Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Tablo 20’deki verilere göre, tek yönlü ANOVA testi sonucunda katılımcıların akıllı telefon kullanma becerilerine göre dijital ayak izi farkındalığına ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği ($F=53,92$; $p<0,05$); dijital ayak izi yaşantısına ilişkin ortalama değerlerin ise istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Bu bulgular ışığında, H_{2e} hipotezi desteklenirken; H_{3e} hipotezi ise reddedilmiştir.

Dijital ayak izi farkındalığı değişkenine dair varyans homojen dağılmadığı (Levene= $14,247$; $p=0,000<0,05$) için gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespiti amacıyla Tamhane’s T2 testi yapılmıştır. Buna göre akıllı telefon kullanma becerisi yetersiz olan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=2,24$), akıllı telefon kullanma becerisi orta düzeyde, yeterli ve çok yeterli olanlara göre daha düşük olduğu; ayrıca akıllı telefon kullanma becerisi orta yeterlilikte olan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=3,14$), akıllı telefon kullanma becerisi yeterli ve çok yeterli olanlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifadeyle akıllı telefon kullanma becerileri yüksek olanların dijital ayak izi farkındalıklarının da yüksek; akıllı telefon kullanma becerileri düşük olanların dijital ayak izi farkındalıklarının da düşük olduğu görülmüştür. Bu bulgu, bir önceki tabloda elde edilen

bilgisayar kullanma becerilerinin dijital ayak izi farkındalığına dair yansımaları ile paralellik göstermektedir.

2.9.6.6. Teknolojiyi Kullanma Süresine Göre Farklılık Testleri

Katılımcıların teknolojiyi günlük kullanım sürelerine göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerinin ortalamalarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 21’de yer almaktadır.

DEĞİŞKEN	Teknolojiyi		n	X	sd	F	p	Gruplar Arası Fark (Tamhane’s T2)
	Günlük Kullanım Süresi (saat)							
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Hiç (1)		6	2,29				
	0-1 (2)		39	2,73				
	1-3 (3)		110	3,74	5/414	22,35	,000	2-3; 2-4; 2-5; 2-6; 3-4; 3-5
	4-6 (4)		140	3,89				
	7-9 (5)		86	4,06				
	10 ve üzeri (6)		39	3,92				
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Hiç (1)		6	1,43				
	0-1 (2)		39	1,35				
	1-3 (3)		110	1,39	5/414	1,47	,199	-
	4-6 (4)		140	1,54				
	7-9 (5)		86	1,45				
	10 ve üzeri (6)		39	1,57				

Tablo 21. Teknolojinin Günlük Kullanım Süresine Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Tablo 21’deki verilere göre, tek yönlü ANOVA testi sonucunda katılımcıların teknolojiyi günlük kullanım sürelerine göre dijital ayak izi farkındalığına ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği ($F=22,35$; $p<0,05$); dijital ayak izi yaşantısına ilişkin ortalama değerlerin ise istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Bu bulgular ışığında, H_{2f} hipotezi desteklenirken; H_{3g} hipotezi ise reddedilmiştir.

Dijital ayak izi farkındalığı değişkenine dair varyans homojen dağılmadığı (Levene= $7,324$; $p=0,000<0,05$) için gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespiti amacıyla Tamhane’s T2 testi yapılmıştır. Buna göre teknolojiyi günlük kullanım süresi en fazla 1 saate kadar olan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=2,73$), teknolojiyi günlük kullanım süresi 1 saatin üzerinde olan bireylere göre daha düşük olduğu; benzer şekilde teknolojiyi

günlük kullanım süresi 1 ile 3 saat arasında olan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=3,74$), teknolojiyi günlük kullanım süresi 4-6 saat ($X=3,89$) ve 7-9 saat ($X=4,06$) olan bireylere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

2.9.6.7. Çevrimiçi Kullanılan Araç Sayısına Göre Farklılık Testleri

Katılımcıların çevrimiçi olarak kullandıkları teknolojik araç sayısına göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerinin ortalamalarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 22’de yer almaktadır.

DEĞİŞKEN	Çevrimiçi		n	X	sd	F	p	Gruplar Arası Fark (Tamhane’s T2)
	Kullanılan Araç Sayısı							
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	1 (1)		82	3,02	3/416	41,83	,000	1-2; 1-3; 1-4; 2-3; 2-4
	2 (2)		103	3,61				
	3 (3)		86	4,00				
	4 (4)		149	4,12				
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	1 (1)		82	1,42	3/416	2,20	,088	-
	2 (2)		103	1,57				
	3 (3)		86	1,37				
	4 (4)		149	1,47				

Tablo 22. Çevrimiçi Kullanılan Araç Sayısına Göre Değişkenlerin Karşılaştırılması

Tablo 22’deki verilere göre, tek yönlü ANOVA testi sonucunda katılımcıların çevrimiçi olarak kullandıkları teknolojik araç sayısına göre dijital ayak izi farkındalığına ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği ($F=41,83$; $p<0,05$); dijital ayak izi yaşantısına ilişkin ortalama değerlerin ise istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$). Bu bulgular ışığında, H_{2g} hipotezi desteklenirken; H_{3g} hipotezi ise reddedilmiştir.

Dijital ayak izi farkındalığı değişkenine dair varyans homojen dağılmadığı (Levene= $26,023$; $p=0,000<0,05$) için gruplar arasındaki anlamlı farklılıkların tespiti amacıyla Tamhane’s T2 testi yapılmıştır. Buna göre sadece bir çevrimiçi araç kullanan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=3,02$), en az iki ve üzerinde çevrimiçi araç kullananlara göre daha düşük olduğu; benzer şekilde iki çevrimiçi araç kullanan bireylerin de dijital ayak izi farkındalıklarının ($X=3,61$), üç çevrimiçi araç ($X=4,00$) ve dört çevrimiçi araç ($X=4,12$) kullananlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifadeyle

kullandıkları çevrimiçi araç sayısı düşük olanların dijital ayak izi farkındalıklarının da düşük; kullandıkları çevrimiçi araç sayısı fazla olanların dijital ayak izi farkındalıklarının da fazla olduğu görülmüştür.

Bu kısma kadar yapılan fark testleri sonucunda H₂ hipotezi desteklenirken; H₃ hipotezi ise kısmen desteklenmiştir.

2.9.7. Korelasyon Analizleri

Araştırmaya katılan bireylerin dijital ayak izi farkındalıkları ile dijital ayak izi yaşantılarına dair algıları arasında istatistiksel bakımdan anlamlı ilişki olup olmadığını ortaya koyabilmek için parametrik analiz tekniklerinden Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda elde edilen bulgular, Tablo 23'te yer almaktadır.

DEĞİŞKENLER		(1)	(2)
Dijital Ayak İzi Farkındalığı (1)	r	1	
Dijital Ayak İzi Yaşantısı (2)	r	-,122*	1
	p	,012	

* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (p<0,05).
 ** n=420; r=korelasyon katsayısı; p=anlamlılık

Tablo 23. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayıları

“Korelasyon katsayısı, -1 ile +1 arasında değerler alabilmektedir. Katsayı mutlak değeri 1'e yaklaştıkça iki değişken arasındaki ilişkinin gücü artmakta, 0'a yaklaştıkça ilişkinin gücü azalmaktadır (Karagöz, 2017, s. 343). Korelasyon katsayısı 'r değeri'; 0,10 ile 0,29 arası düşük düzeyde, 0,30 ile 0,69 arası orta düzeyde ve 0,70 ile 1,00 arası ise yüksek düzeyde bir ilişkiye işaret etmektedir (Büyüköztürk, 2002).” Bu doğrultuda Tablo 23'de görülen Pearson korelasyon analizi bulgularına göre dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında düşük düzeyde, negatif (r=-0,122) ve istatistiksel bakımdan anlamlı (p=0,012<0,05) ilişki görülmektedir. Bir diğer ifadeyle bireylerin dijital ayak izi farkındalıkları arttıkça dijital ayak izi yaşantılarına dair algıları azalmakta; bireylerin dijital ayak izi farkındalıkları azaldıkça ise dijital ayak izi yaşantılarına dair algıları artmaktadır. Bu bulgu çerçevesinde araştırmanın temel hipotezi H₁ kabul edilmiştir.

2.9.7.1. Yaş Aralığı (Kuşak) Karşılaştırmalı Korelasyon Analizi

Araştırmaya katılan bireylerin dijital ayak izi farkındalıkları ile dijital ayak izi yaşantılarına dair algıları arasındaki ilişkinin kuşaklara göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla Pearson korelasyon analizleri yapılmıştır. Bu analizler sonucunda elde edilen bulgular, Tablo 24’te yer almaktadır.

DİJİTAL GÖÇMENLER (1970 ve öncesi) n=92		DİJİTAL MELEZLER (1971-1999) n=189		DİJİTAL YERLİLER (2000 ve üzeri) n=139	
DEĞİŞKENLER		(1)	(2)	(1)	(2)
Dijital Ayak İzi Farkındalığı (1)	r	1		1	
Dijital Ayak İzi Yaşantısı (2)	r	-,031	1	-,149*	1
	p	,766		,041	
				-,224**	1
				,008	

* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (p<0,05).
 ** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (p<0,01).
 *** r=korelasyon katsayısı; p=anlamlılık

Tablo 24. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayılarının Kuşaklara Göre Karşılaştırılması

Tablo 24’te görülen Pearson korelasyon analizi bulgularına göre öncelikle araştırmaya katılan dijital göçmenlerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir (p=0,766>0,05). Öte yandan araştırmaya katılan dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında düşük düzeyde, negatif (r=-0,149), istatistiksel bakımdan anlamlı (p=0,041<0,05) ve dijital yerlilerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında düşük düzeyde, negatif (r=-0,224) ve istatistiksel bakımdan anlamlı (p=0,008<0,01) ilişkiler tespit edilmiştir. Bu bulgular çerçevesinde araştırmaya katılan dijital yerlilerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında, diğer kuşaklara göre daha güçlü bir ilişki olduğu anlaşılmakta; ayrıca araştırmaya katılan hem dijital yerliler hem de hem de dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında ilişki gücünün, tüm katılımcıların söz konusu iki değişken arasındaki ilişkinin gücüne (r=-0,122) göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu analizin ardından cinsiyete göre iki değişken arasındaki ilişkinin farklılık gösterip göstermediği incelenmiş ancak istatistiksel bakımdan anlamlı sonuçlar elde edilememiş ve medeni duruma göre farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

2.9.7.2. Medeni Durum Karşılaştırmalı Korelasyon Analizi

Araştırmaya katılan bireylerin dijital ayak izi farkındalıkları ile dijital ayak izi yaşantılarına dair algıları arasındaki ilişkinin medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla Pearson korelasyon analizleri yapılmıştır. Bu analizler sonucunda elde edilen bulgular, Tablo 25’te yer almaktadır.

	EVLİ n=201		BEKAR n=196		DİĞER n=23	
DEĞİŞKENLER	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
Dijital Ayak İzi Farkındalığı (1)	r	1	1		1	
Dijital Ayak İzi Yaşantısı (2)	r	-,191**	-,155*	1	,277	1
	p	,007	,031		,201	
* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (p<0,05).						
** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (p<0,01).						
*** r=korelasyon katsayısı; p=anlamlılık						

Tablo 25. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Katsayılarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Tablo 25’te görülen Pearson korelasyon analizi bulgularına göre araştırmaya katılan evli bireylerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında düşük düzeyde, negatif ($r=-0,191$), istatistiksel bakımdan anlamlı ($p=0,007<0,01$) ve bekar bireylerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında düşük düzeyde, negatif ($r=-0,155$) ve istatistiksel bakımdan anlamlı ($p=0,031<0,05$) ilişkiler tespit edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmaya katılan evli bireylerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında, diğer katılımcılara göre daha güçlü bir ilişki olduğu anlaşılmakta; ayrıca araştırmaya katılan hem evli hem de bekar bireylerin dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantısı arasında ilişki gücünün, tüm katılımcıların söz konusu iki değişken arasındaki ilişkinin gücüne ($r=-0,122$) göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

2.10. Hipotez Testlerinin Sonuçları

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan analizler ve sonuçlarına Tablo 26’de yer verilmiştir. Tablo 26’ya göre araştırmanın toplam 17 hipotezinden 10’unun desteklendiği, 1’inin kısmen desteklendiği ve 6’sının ise reddedildiği görülmektedir.

Hipotez	Analiz	Sonuç
H1: Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.	Korelasyon	Desteklendi
H2: Dijital ayak izi farkındalığı demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	t testi ve Anova	Desteklendi
H2a: Dijital ayak izi farkındalığı cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.	t testi	Desteklendi
H2b: Dijital ayak izi farkındalığı medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Desteklendi
H2c: Dijital ayak izi farkındalığı kuşaklara (yaş değişkenine) göre farklılık göstermektedir.	Anova	Desteklendi
H2d: Dijital ayak izi farkındalığı bilgisayar kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Desteklendi
H2e: Dijital ayak izi farkındalığı akıllı telefon kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Desteklendi
H2f: Dijital ayak izi farkındalığı günlük internet/bilgisayar/akıllı telefon kullanma süresi değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Desteklendi
H2g: Dijital ayak izi farkındalığı çevrimiçi kullanılan araç sayısı değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Desteklendi
H3: Dijital ayak izi yaşantıları demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	t testi ve Anova	Kısmen Desteklendi
H3a: Dijital ayak izi yaşantıları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir.	t testi	Desteklendi
H3b: Dijital ayak izi yaşantıları medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Ret
H3c: Dijital ayak izi yaşantıları kuşaklara (yaş değişkenine) göre farklılık göstermektedir.	Anova	Ret
H3d: Dijital ayak izi yaşantıları bilgisayar kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Ret
H3e: Dijital ayak izi yaşantıları akıllı telefon kullanma becerisi değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Ret
H3f: Dijital ayak izi yaşantıları günlük internet/bilgisayar/akıllı telefon kullanma süresi değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Ret
H3g: Dijital ayak izi yaşantıları çevrimiçi kullanılan araç sayısı değişkenine göre farklılık göstermektedir.	Anova	Ret

Tablo 26. Araştırma Hipotezlerinin Test Sonuçları

SONUÇ-TARTIŞMA VE ÖNERİLER

İnternet üzerinde yapılan tüm hareketler ve aktiviteler insanların dijital ayak izleri bırakmasına neden olmaktadır. Dijital ayak izi, insanların internet üzerinde yaptığı tüm işlemlerin bıraktığı izi ifade etmektedir. Bırakılan dijital ayak izleri aynı zamanda riskler de içermektedir. Bu dijital ayak izinde yer alan bilgiler kullanıcıların sorumluluğundadır. Her yaştan kullanıcının varlığı, dijital ayak izi farkındalığının ve dijital ayak izi yaşantılarının riskleri kontrol altına almak açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Kullanıcı yaş sınırlarının belirsizliği nedeniyle sanal ortamlarda karşılaşılan riskleri azaltmak için daha etkili çözümler bulunması gerekmektedir. İnsanlar bıraktıkları bu izlerin ne kadar farkındalar ya da bu izler hayatlarını nasıl etkiliyor? Bu çalışma, dijital ayak izi farkındalığını ve dijital ayak izi deneyimlerini dijital yerlilik (2000 ve sonrası doğumlular), dijital melezler (1971-1999 yılları arasında doğanlar) ve dijital göç (1970 ve öncesi doğumlular) üzerinden inceleyerek literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Çalışmada dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantıları arasındaki ilişki ve dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantıları açısından kuşaklar arasında fark olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada Konya ili merkez ilçelerinde (Selçuklu, Karatay, Meram) yaşayan farklı kuşaklardan (dijital yerliler, dijital göçmenler ve dijital melezler) kişilerin profili ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Sonuçlar çalışmaya katılan kullanıcıların yanıtlarına göre yorumlanmıştır.

Sürmelioglu ve Seferoglu (2019) tarafından yapılan çalışma sonucunda öğrencilerin dijital ayak izi farkındalığı yüksek, dijital ayak izi yaşantıları düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın sonuçları ile yapılan çalışma benzerlik göstermektedir. Karal ve Kaçmaz (2023) tarafından yapılan çalışma sonucunda katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının orta düzeyde olduğu, dijital ayak izi yaşantılarının düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Kumar ve Raj (2020) tarafından yapılan çalışmada ise katılımcılar arasında dijital ayak izi yaşantılarının orta düzeyde, dijital ayak izi farkındalığının ise yüksek düzeyde ise olduğu görülmüştür. Bu çalışmada ise dijital ayak izi yaşantılarının Karal ve Kaçmaz (2023) çalışmasında olduğu gibi düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Kumar ve Raj (2020) çalışmasıyla benzer nokta araştırmaya katılan bireylerin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek düzeyde olmasıdır.

Bu araştırmanın birinci önemli bulgusu olan “Dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantıları arasında negatif yönlü bir ilişki bulunması” şöyle açıklanabilir: İnsanların dijital ortamda dikkatli hareket etmeleri, dijital ortamda bıraktıkları ayak izlerinin ve bunların

doğuracağı risk ve tehditlerin farkında olmaları, onların dijital ayak iziyle ilgili olumsuz yaşantı deneyimlerini azaltacaktır. Örneğin yasal yaptırımlarla karşı karşıya kalma riskleri, aile yaşamının ve meslek yaşamının bu paylaşımlardan olumsuz etkilenme olasılıkları azalacaktır.

Konya ili merkez ilçelerinde (Selçuklu, Karatay, Meram) yaşayan farklı kuşaklar (dijital yerliler, dijital göçmenler ve dijital hibritler) üzerinde yürütülen bu araştırma, dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantıları arasında negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu, dijital ayak izi farkındalığının kuşaklara göre (yaş değişkeni) değiştiğini göstermektedir. Demografik değişkenlere göre dijital ayak izi yaşantılarında anlamlı bir fark olduğu ve dijital ayak izi yaşantılarının kuşaklara göre (yaş değişkeni) değiştiği görülmektedir. Dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalıklarının, dijital yerlilere göre daha yüksek olması dikkat çekici bir bulgudur. Koçyiğit ve Özkul (2023) çalışmasında da 46 yaş ve üzeri katılımcıların dijital ayak izi farkındalığı açısından en düşük farkındalığa sahip olduğu, 32-38 yaş aralığındaki katılımcıların ise en yüksek farkındalığa sahip olduğu görülmüştür. Dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalıklarının diğerlerine göre daha yüksek olması ve dijital göçmenlerin dijital ayak izi farkındalıklarının ise diğerlerine göre daha düşük olması itibarıyla de çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Koçyiğit ve Özkul (2023) tarafından yapılan çalışmada dijital ayak izi farkındalığı değerlendirildiğinde katılımcıların yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, medeni durum gibi sosyo-demografik özellikleri ile dijital ayak izi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların dijital ayak izi farkındalığı genel ortalamasının erkeklere kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışmada da cinsiyetlerine göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerine ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Kadınların dijital ayak izi farkındalığının erkeklerden yüksek olması sonucu yapılan çalışma ile benzerlik göstermektedir. Yılmaz Soylu ve diğerleri (2021) tarafından kız öğrencilerin kişisel bilgi paylaşımı ve çevrimiçi oyunlar boyutundaki dijital ayak izi farkındalığı erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışmada da aynı şekilde kadınların dijital ayak izi farkındalıklarının, erkeklerin dijital ayak izi farkındalıklarına göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu açıdan çalışma ile benzerlik göstermektedir. Sevilen (2023) tarafından yapılan çalışmada kuşakların sosyal medya alışkanlıklarında çok fazla farklılık görülmezken, Y ve Z kuşakları arasında dijital ayak izi farkındalığı, dijital ayak izi yaşantısı ve netiket farkındalığı açısından anlamlı farklılıklar vardır. Y kuşağının, Z kuşağına oranla farkındalık derecesinin nispeten daha yüksek olduğu; Z

kuşağının yaşanmışlık oranının, Y kuşağına göre daha yüksek seviyede olduğu görülmektedir. Bu çalışmada dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalıklarının diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve araştırmaya katılan dijital göçmenlerin dijital ayak izi farkındalıklarının ise diğerlerine göre daha düşük olduğu görülmektedir. Çalışma Sevilen (2023) tarafından yapılan çalışma ile bu açıdan benzerlik göstermektedir.

Bu araştırmanın ikinci önemli bulgusu olan “Dijital melezlerin (1971-1999 arası doğumlular) dijital ayak izi farkındalıklarının dijital yerlilerden daha yüksek olması”, dijital melezlerin yaşları itibariyle çalışan, üretken bir nesil olmasına ve hayata dair sorumluluklarının ve beklentilerinin yüksek olmasıyla ilişkilendirebilir. Bu kuşak işini kaybetmek, itibarını kaybetmek, kariyerini ve kazandığı gelirini kaybetme riski sebebiyle dijital ortamdaki hareketlerinde daha dikkatli davranmak durumundadır. Bu durum da dijital melezlerin dijital ayak izi farkındalığını yükseltebilir. Dijital yerliler ise henüz eğitim çağında hayata dair sorumlulukları az, hata yapmaya daha meyilli, daha cesur, gençlikleri itibariyle daha özgür hareket eden bir kuşaktır. Bu nedenle dijital ayak izi bırakma noktasında daha dikkatsiz hareket ettikleri söylenebilir. Dijital göçmenlerin farkındalıklarının düşük olması ise 1970 ve öncesi doğan bu kuşağın interneti daha çok vakit geçirme, sosyalleşme, hayata bir anlam katma amacıyla kullanmasıyla ilişkilendirilebilir. Bu kuşak çoğunlukla emekli ve ya da çocuklarını evlendirmiş ve evde vakit geçirmek için interneti kullanan kuşak olarak anılabilir. Dolayısıyla bu mecralarda gezinirken daha bilinçsizce hareket ettikleri ve yaptıkları paylaşım ve yorumların sonuçlarını bilmemekte ya da göz ardı edebilmektedirler.

Bu çalışmada kadınların dijital ayak izi farkındalıklarının, erkeklerin dijital ayak izi farkındalıklarına göre daha yüksek düzeyde olduğu görülürken; diğer yandan kadınların dijital ayak izi yaşantı düzeylerinin ise erkeklere göre daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Karabatak ve Alanoğlu (2022) tarafından yapılan bir çalışmada kadın katılımcıların dijital ayak izi yaşantıları ve farkındalıklarının erkek katılımcılardan anlamlı derecede yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışma kadınların dijital ayak izi farkındalıklarının erkeklerden yüksek düzeyde olması itibariyle yapılan çalışma ile benzerlik gösterirken kadınların dijital ayak izi yaşantılarının erkeklerden daha yüksek düzeyde olması itibariyle yapılan çalışma sonuçlarıyla örtüşmemektedir. Koçyiğit ve Özkul (2023) tarafından yapılan çalışmada dijital ayak izi farkındalığı değerlendirildiğinde katılımcıların yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, medeni durum gibi sosyo-demografik özellikleri ile dijital ayak izi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların dijital ayak izi farkındalığı genel ortalamasının erkeklere kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışmada da

cinsiyetlerine göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantısı değişkenlerine ilişkin ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Kadınların dijital ayak izi farkındalığının erkeklerden yüksek olması sonucu yapılan çalışma ile benzerlik göstermektedir. Yılmaz Soylu ve diğerleri (2021) tarafından kız öğrencilerin kişisel bilgi paylaşımı ve çevrimiçi oyunlar boyutundaki dijital ayak izi farkındalığı erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu çalışmada da aynı şekilde kadınların dijital ayak izi farkındalıklarının, erkeklerin dijital ayak izi farkındalıklarına göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu açıdan çalışma ile benzerlik göstermektedir.

Bu çalışmanın üçüncü önemli bulgusu olan “Kadınların dijital ayak izi farkındalıklarının erkeklere göre daha yüksek düzeyde, dijital ayak izi yaşantılarının ise daha düşük düzeyde olması” ise şöyle açıklanabilir: Kadınlar ayrıntıcı, detaycı yapıları itibarıyla eylemlerinde daha dikkatli hareket ederler, empati duyguları daha çok gelişmiştir, paylaşım ve yorumlarında daha özenlidirler, bu durum onların farkındalıklarını yükseltirken, olumsuz yaşantı deneyimlerini ise azaltma da etkili olmuş olabilir.

Araştırmanın başında sorulan araştırma sorularına bulgular aracılığıyla aşağıdaki cevaplar verilmiştir:

1. Dijital ayak izi farkındalığı ile dijital ayak izi yaşantıları arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.
2. Dijital ayak izi farkındalığı demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
3. Dijital ayak izi yaşantıları demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sonuçları kısmen desteklenmektedir.
4. Dijital ayak izi farkındalığı kuşaklar açısından ortalama değerlerin istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermektedir.
5. Dijital ayak izi yaşantıları kuşaklar açısından ortalama değerleri istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık göstermemektedir.

Araştırma sonunda elde edilen bulgular ve değişkenlere ilişkin literatür taraması değerlendirildiğinde; kuşaklar itibarıyla dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları konusunda bazı önerilerde bulunulmuştur:

- Dijital melezlerin (1971-1999) dijital ayak izi farkındalığı, dijital göçmenlerin dijital ayak izi farkındalığını olumlu yönde etkileyebilecektir. Dijital melezler, ebeveynleri olan dijital göçmenlere bu konuda destek olabilirler. Ancak, dijital göçmenlerin dijital teknolojileri kullanma ve risklerini anlama, İnternet'i kullanmak ve erişmek için gereken pratik teknik beceriler ve çevrimiçi olarak eleştirel ve güvenli bir şekilde etkileşim kurma becerisi konusunda bir dizi beceri geliştirmeleri gerekmektedir. Dijital ayak izi farkındalıklarını nasıl iyileştireceklerini ve gelişmelere nasıl ayak uyduracaklarını düşünmeleri gerekmektedir.
- Ticari kuruluşlar hedef kitleyi kolayca seçebilir ve kullanıcıların sosyal medya paylaşım sitelerinde paylaştığı kişisel bilgilerle bir profil oluşturabilirler. Sosyal medya paylaşım sitelerinin kullanıcıların kişisel bilgilerini ne ölçüde koruyabileceği hala belirsizdir. Devlet kurumları, kullanıcıların sosyal medya paylaşım sitelerindeki bilgilerini korumak için veri koruma yasaları geliştirebilir. Kullanıcıların bu konuda bilgi edinmeleri için eğitim sağlanabilir. Verilecek eğitimin seviyesinin kuşaklara göre belirlenmesi daha uygun olacaktır.
- Çoğu kullanıcının dijital ayak izi kavramından haberdar olmadığı belirtilmiştir. Günümüzde insanların dijital ayak izi kavramı hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Dijital ayak izi yönetimi ve dijital okuryazarlık bilgi ve becerileri konusunda eğitim alarak kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir.
- Dijital yerlilerin dijital ayak izi farkındalıklarının artırılması noktasında eğitimler artırılabilir. Okul öncesi çağda çocukların dijital okuryazarlık ve farkındalık seviyelerini yükseltici eğitimler verilebilir. Ancak bu süreçte en büyük görev ebeveynlere düşmektedir. Çoğunluğu dijital melezlerden oluşan ebeveynler kendi dijital farkındalıklarını yükseltirken, çocuklarının karşı karşıya olduğu riskleri ve tehditleri görmezden gelmemeli, çocukların internette gözetimden uzak gezinmelerine izin vermemeli, bu anlamda çocuklarının dikkatli ve özenli bir şekilde faydalı içeriklerden yararlanmasını sağlamalıdır.

Bu araştırma doğruluğu kanıtlanmış ölçeklerden elde edilen veriler doğrultusunda Konya ilinde yürütülmüştür. Gelecekte çalışma yürütecek araştırmacılar, araştırmada uygulanan amaç, yöntem ve analizi farklı bölge ve şehirlerde farklı ölçeklerle ya da nitel yöntemler kullanılarak (görüşme, derinlemesine görüşme ve odak grup yöntemleriyle) uygulayabilirler. Ulusal tez merkezinde dijital ayak izi kavramı üzerine 6 adet tez

bulunmaktadır. İnternet kullanımının oldukça yüksek olduğu bu dönemde, dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarının öneminin artması ve dijital ayak izi kavramının güncelliğini koruması nedeniyle bu konuda yapılan çalışmalarda artış olacağı söylenebilir. Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantılarını kuşaklar üzerinde incelemeye çalışan bu araştırmanın, ilgili konu üzerine yapılacak diğer çalışmalara kaynak teşkil edeceği ve yeni bakış açıları geliştirilmesine yardımcı olacağı düşünölebilir.

KAYNAKÇA

- A *Brief History of Digitization*. (2022). Exela Technologies. <https://www.exelatech.com/blog/brief-history-digitization>, (Erişim: 02.05.2024)
- A *Brief History of the Internet*. (2024). The Online Library Learning Center. [https://www.usg.edu/galileo/skills/unit07/internet07_02.phtml#:~:text=January 1%2C 1983 is considered,Protocol \(TCP%2FIP\)](https://www.usg.edu/galileo/skills/unit07/internet07_02.phtml#:~:text=January%201983%20is%20considered,Protocol%20(TCP%20FIP)), (Erişim: 02.05.2024)
- Afyon, N. (2022). Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşantıları Üzerine Bir Araştırma (Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği). In *Sakarya Üniversitesi Açık Akademik Arşiv Sistemi*. <https://acikerisim.sakarya.edu.tr/handle/20.500.12619/100862>
- Ahmad, N. (2021). *Is Our Digital Life Sustainable? A Brief Review of Digitalization 's Impact on Consumer Choice*. 1–16.
- Ahmed, W., Bath, P. A., ve Demartini, G. (2017). *Using Twitter as a Data Source: An Overview of Ethical, Legal, and Methodological Challenges*. 2, 79–107.
- Akkoyunlu, B. (2016). *Sayısal Ayak İzi*. <http://www.bilimiletisimi.com/show>.
- Aktaş, A., ve Şener, G. (2019). *Nüfuz Pazarlamasında (Influencer Marketing) Mesaj Stratejileri Message Strategies Used in Influencer Marketing*. 6(1), 399–422.
- Akyıl, L. (2021). *Avrupa Birliği'nin Dijital Toplum Oluşturma Sürecindeki Strateji Belgeleri Ve Bölgesel Politikaları*.
- Al-Quran, M. W. M. (2022). Traditional media versus social media: challenges and opportunities. *Technium: Romanian Journal of Applied Sciences and Technology*, 4(10), 145–160. <https://doi.org/10.47577/technium.v4i10.8012>
- Alay, H. K., ve Taksi Deveciyan, M. (2023). Dijital Ayak İzi Yönetimi: Dijital Defin. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(3), 1446–1456.
- Almeida, F., Duarte Santos, J., ve Augusto Monteiro, J. (2020). The Challenges and Opportunities in the Digitalization of Companies in a Post-COVID-19 World. *IEEE Engineering Management Review*, 48(3), 97–103. <https://doi.org/10.1109/EMR.2020.3013206>
- Anderson, K. B., Durbin, E., ve Salinger, M. A. (2008). Identity Theft. *Journal Of Economic Perspectives*, 22(2), 171–192.
- Anderson, M., ve Auxier, B. (2021). Social Media Use in 2021. *Pew Research Center*, April, 1–6. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Arakerimath, A. R., ve Kumar Gupta, P. (2015). Digital Footprint: Pros, Cons, and Future. *Ijltemas*, 4(10), 52–56.
- Aran-Ramspott, S., Fedele, M., ve Tarragó, A. (2018). Youtubers' social functions and their influence on pre-adolescence. *Comunicar*, 26(57), 71–79. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-07>
- Arias López, M. del P., Ong, B. A., Borrat Frigola, X., Fernández, A. L., Hicklent, R. S., Obeles, A. J. T., Rocimo, A. M., ve Celi, L. A. (2023). Digital literacy as a new determinant of health: A scoping review. *PLOS Digital Health*, 2(10), 21. <https://doi.org/10.1371/journal.pdig.0000279>
- Aron, R. (1974). *Sanayi Toplumu*, 2. Baskı, İstanbul: Boğaziçi Yayınları
- Arya, V., Sethi, D., ve Paul, J. (2019). Does digital footprint act as a digital asset? – Enhancing brand experience through remarketing. *International Journal of Information Management*, 49(December 2018), 142–156. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.03.013>
- Autry, A. J., ve Berge, Z. (2011). Digital natives and digital immigrants: Getting to know each other. *Industrial and Commercial Training*, 43(7), 460–466. <https://doi.org/10.1108/001978511111171890>
- Avansas. (2021). *Dijital Ayak İzi Nedir?* (Erişim: 07.10.2023)

- <https://www.avansas.com/blog/dijital-ayak-izi-nedir#:~:text=Dijital%20ayak%20izi%2C%20t%C3%BCm%20bireylerin,ayak%20izini n%20bir%20par%20C3%A7as%C4%B1n%C4%B1%20olu%C5%9Fturur.>
- Avcı, Ö. (2015). Dijital Yaşamın Dijital Özne(l)leri: Herkes ya da Hiç Kimse. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 249–266.
- Azucar, D., Marengo, D., ve Settanni, M. (2018). Predicting the Big 5 personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 124(September 2017), 150–159. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.12.018>
- Balle, F., ve Eymery, G. (1995). *Yeni Medyalar*. 2. Baskı, Yayın Yeri: İstanbul: İletişim Yayınları.
- Barnes, J. A. (1954). Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7(1), 39–58. <https://doi.org/10.1177/001872675400700102>
- Barnes, S. J. (2003). Location-Based Services The State of the Art. *Indiana University Press Is Collaborating with JSTOR to Digitize, Preserve and Extend Access to e-Service Journal.*, 2(3), 59–70.
- Baron, N. S. (2017). Reading in a digital age. *Phi Delta Kappan*, 99(2), 15–20. <https://doi.org/10.1177/0031721717734184>
- Başarmak, U. (2021). *Dijital Çağda Öğretim ve Öğrenme* (S. Yılmaz Özelçi ve Y. Yılmaz (Eds.)). Pegem Akademi. <https://doi.org/10.14527/9786257582247>
- Bekman, M. (2023). Evaluating Target Audience Surveillance on Instagram in the Context of Public Relations Practices. *Journal of Humanity and Society (İnsan ve Toplum)*, 13(1), 372–400. <https://doi.org/10.12658/m0689>
- Bennett, S., Maton, K., ve Kervin, L. (2008). The “Digital Natives” Debate: A Critical Review Of The Evidence. *British Journal Of Educational Technology*, 39(5), 775–786. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x>
- Berg, T., Burg, V., Gombović, A., ve Puri, M. (2020). On the Rise of FinTechs: Credit Scoring Using Digital Footprints. *Review of Financial Studies*, 33(7), 2845–2897. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz099>
- Birkök, M. C. (2004). Bilgisayar Yönetimli Çalışma Ve Endüstri Sosyolojisi. *International Journal of Human Sciences / Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1–11. <https://doi.org/10.14687/ijhs.v1i1.155>
- Bıçakçı, S. (2020). *insanlığın Biyolojik Ve Kültürel Dönüşümü: Dijital Yaşam Formu* (Issue 3). Marmara Üniversitesi.
- Bozkurt, A. (2017). Açık Ve Uzaktan Öğrenme Kapsamında Dijital Bölünme. *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, 23–46.
- Branca, T. A., Fornai, B., Colla, V., Murri, M. M., Streppa, E., ve Schröder, A. J. (2020). The challenge of digitalization in the steel sector. *Metals*, 10(2), 1–23. <https://doi.org/10.3390/met10020288>
- Brennen, J. S., ve Kreiss, D. (2016). Digitalization. *The Elgar Companion to Urban Infrastructure Governance: Innovation, Concepts and Cases*, 383–399. <https://doi.org/10.4337/9781800375611.00030>
- BTK. (2019). Güvenli Hizmet, <https://internet.btk.gov.tr/guvenli-internet-hizmeti>, (Erişim: 08.04.2024)
- Buchanan, R., Southgate, E., Scevak, J., ve Smith, S. P. (2019). Expert insights into education for positive digital footprint development. *The Journal For Education*, 49–64.
- Büchi, M., Lutz, C., ve Micheli, M. (2017). Life online: The digital footprint gap. *Digital Divide 2017 International Conference, September*, 2–6.
- Büdün Aydın, E. (2023). Kuşakların teknoloji kullanımının mahremiyet kapsamında karşılaştırılması: dijital melezler ve dijital yerliler. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 11(2), 1679–1702.

- Bülbül, H. İ., ve Taş, A. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Ayak İzi Farkındalığı. *Türk Turizm Arastirmalari Dergisi*, 4(3), 205–216. <https://doi.org/10.26677/tr1010.2021.694>
- Çakır, H., ve Topçu, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. *Sosyal Biimler Enstitüsü Dergisi*, 19(19), 71–96.
- Çalışkan, N., ve Aktın, K. (2022). *Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Kavramına Yönelik Metaforları*. https://books.google.com.tr/books?hl=trvelr=veid=lzWKEAAAQBAJveoi=indvepg=PA167vedq=dijital+ayak+izi+farkindaligi+veots=KDOifWsCI2vesig=oB9TZuafLE1WtzTtLHC8Ku1_ALcveredir_esc=y#v=onepageveqvef=false
- Camacho, M., Minelli, J., ve Grosseck, G. (2012). Self and Identity: Raising Undergraduate Students' Awareness on Their Digital Footprints. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 3176–3181. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.032>
- Cambridge Dictionary. (2024). Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/society> (Erişim:05.04.2024)
- Capua, I. Di. (2012). A Literature Review of Research on Facebook Use. *The Open Communication Journal*, 6, 37–42.
- Carr, C. T., ve Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Casey, L., Bruce, P. B. C., Martin, A., Reynolds, A., Shiel, D. G., Coffey, L., Brown, C., ve Hallissy, M. (2009). Digital Literacy in Primary Schools. Digital Literacy: New Approaches to Participation and Inquiry Learning to Foster Literacy Skills among Primary School Children. *Education*, 122.
- Cernikova, M., Smahel, D., ve Wright, M. F. (2018). Children's Experiences and Awareness about Impact of Digital Media on Health. *Health Communication*, 33(6), 664–673. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1298197>
- Chassiakos, Y. R., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C., Hill, D., Ameenuddin, N., Hutchinson, J., Boyd, R., Mendelson, R., Smith, J., ve Swanson, W. S. (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 24, 20. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-2593>
- Chaudhary, S., Schafeitel-Tähtinen, T., Helenius, M., ve Berki, E. (2019). Usability, security and trust in password managers: A quest for user-centric properties and features. *Computer Science Review*, 33, 69–90. <https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2019.03.002>
- Cheng, X., Dale, C., ve Liu, J. (2007). *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study*. <http://arxiv.org/abs/0707.3670>
- Chowdhury, T. M., ve Murzi, H. (2020). The Evolution of Teamwork in engineering workplace from First Industry Revolution to Industry 4 . 0: A Literature Review. *American Society for Engineering Education*, 22(26), 16. <https://doi.org/10.18260/1-2--35318>
- Cigelske, T. L. (2018). *The Highest Form of Like : Snapchat , College Students and Hyperpersonal Communication*. 80.
- Colby, S. L., ve Ortman, J. M. (2014). The Baby Boom Cohort in the United States : 2012 to 2060. *US Census Bureau*, 16. <https://www.census.gov/prod/2014pubs/p25-1141.pdf>
- Cornu, B. (2011). Digital Natives: How Do They Learn? How to Teach Them? In *Pancanaka* (Vol. 1, Issue 01).
- Cyberbullying: What is it and how to stop it*. (2024). Unicef. <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying>
- David, C. G. (2024). *4 generations, 1 workforce*. VSCPA. <https://www.vscpa.com/article/4-generations-1-workforce>

- David, H. (2022). Digital immigrants , digital natives and digital learners : Where are we now ? *Journal for the Education of Gifted Young Scientists*, 10(2), 159–172.
- DeVaney, S. A. (2015). Understanding the Millennial Generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6), 11–14. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2035957>
- Dewan, S., ve Ramaprasad, J. (2014). Social Media, Traditional Media, and Music Sales. *Angewandte Chemie International*, 38(1), 101–121.
- Digital Immigrants vs Digital Natives: Closing the Gap*. (2015). Unicheck. <https://unicheck.com/blog/digital-immigrants-vs-digital-natives>
- Digital Revolution*. (2015). <https://web.archive.org/web/20190130124302/http://history.sandiego.edu/gen/recording/digital.html> (Erişim: 08.12.2023)
- Digitaliseringskommissionen. (2016). *För Digitalisering I Tiden*. 261.
- Dimitrieska, S., Stankovska, A., ve Efremova, T. (2018). The fourth industrial revolution – advantages and disadvantages. *Economics and Management*, 15(2), 182–187.
- Dixon, S. J. (2023). *Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2023*, <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide>, (Erişim:07.04.2024)
- Dımoçk, M. (2023). *5 things to keep in mind when you hear about Gen Z, Millennials, Boomers and other generations*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/05/22/5-things-to-keep-in-mind-when-you-hear-about-gen-z-millennials-boomers-and-other-generations/> (Erişim:07.04.2024)
- Dönmez Tek, A. (2008). *Sanayi Toplumunu Sonrası Türkiye’de Mesleki Eğitim Ve Kız Meslek Liseleri (Adapazarı Kız Meslek Lisesi Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, 2008
- EAVI. (2019). *Digital footprint awareness*. (Erişim: 05.06.2023).
- Erol, M., ve İstikbal, İ D. (2020). *Alternatif Sosyal Medya Arayışları Çin, Rusya Ve Japonya*. STA Yayınları.
- Explained – What is TikTok?* (2024). Webwise.Ie. <https://www.webwise.ie/parents/explained-tiktok/#:~:text=What is TikTok%3F-,What is TikTok%3F,share them across a community.>(Erişim: 07.05.2024).
- Feher, K. (2021). Digital identity and the online self: Footprint strategies – An exploratory and comparative research study. *Journal of Information Science*, 47(2), 192–205. <https://doi.org/10.1177/0165551519879702>
- Fuchs, C. (2009). *Social Networking Sites and the Surveillance Society. A Critical Case Study of the Usage of studiVZ, Facebook, and MySpace by Students in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance* (Issues 978-3-200-01428–2). http://fuchs.icts.sbg.ac.at/SNS_Surveillance_Fuchs.pdf
- Furini, M. (2014). Users behavior in location-aware services: Digital natives versus digital immigrants. *Advances in Human-Computer Interaction*, 23. <https://doi.org/10.1155/2014/678165>
- Garda, B., ve Temizel, M. (2016). Bilgi Çağında Eğitim. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 12, 23–43.
- Generational Breakdown: Info About All Of The Generations*. (2024). The Center For GenerationalKinetics. <https://genhq.com/the-generations-hub/generational-faqs/>
- Geray, H. (2003). *İletişim Ve Teknoloji*. 2. Baskı, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2003
- Giddens, A. (2012). Sosyoloji. In *Sosyoloji*. 1. Baskı, Kırmızı Yayınevi, İstanbul, 2012
- Girardin, F., Calabrese, F., Fiore, D. F., Ratti, C., ve Blat, J. (2008). Digital footprints. *ProInflow*, 5(1), 36–43. <https://doi.org/10.5817/proin2013-1-9>
- Gitelman, L., ve Pingree, G. B. (2003). *New Media, 1740-1915*. MIT Press.

- Gloor, P. A., Fronzetti Colladon, A., ve Grippa, F. (2020). The digital footprint of innovators: Using email to detect the most creative people in your organization. *Journal of Business Research*, 114(April), 254–264. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.025>
- Gökdemir, A. (2022a). *Dijital Ayak İzine Teknolojik Determinist Yaklaşım: Veri Madenciliği Yönetimiyle Dijital Verilerin Kullanımı ve Gözetim Olgusu Üzerine Bir Araştırma*.
- Gökdemir, A. (2022b). *Dijital Ayak İzine Teknolojik Determinist Yaklaşım: Veri Madenciliği Yöntemiyle Dijital Verilerin Kullanımı ve Gözetim Olgusu Üzerine Bir Araştırma*.
- Guice, J. (1998). Looking backward and forward at the internet. *Information Society*, 14(3), 201–211. <https://doi.org/10.1080/019722498128827>
- Guinchar, A. (2020). Our digital footprint under Covid-19: should we fear the UK digital contact tracing app? *International Review of Law, Computers and Technology*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/13600869.2020.1794569>
- Güvenli İnternet Hizmeti*. (2024). Güvenli İnternet. <https://www.guvenlinet.org.tr/guvenli-internet-hizmeti>, (Erişim: 07.04.2024)
- Heick, T. (2021). *Newsletter Recent Privacy Policy The Definition Of Digital Literacy*. (Erişim: 07.04.2024)
- Helsper, E. J., ve Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- Hengstler, J. (2011). *Education for a digital World 2.0 Vol. 1 Managing Your Digital Footprint: Ostriches v. Eagles. 1*, 89–139.
- Hewson, B. K. (2013). *What size is your digital footprint ? 14–17*, 2013–2016.
- Hoffmann, C. P., Lutz, C., ve Meckel, M. (2014). Digital Natives or Digital Immigrants? The Impact of User Characteristics on Online Trust. *Journal of Management Information Systems*, 31(3), 138–171. <https://doi.org/10.1080/07421222.2014.995538>
- How Many Use The Internet in 2024 (Global Data)*. (2024). Demandsage. <https://www.demandsage.com/internet-user-statistics/>
- How was the Internet invented?* (1994). Britannica. <https://www.britannica.com/video/232818/did-you-know-history-of-the-internet>
- Howe, N., ve Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage.
- Huang, H., Gartner, G., Krisp, J. M., Raubal, M., ve Van de Weghe, N. (2018). Location based services: ongoing evolution and research agenda. *Journal of Location Based Services*, 12(2), 31. <https://doi.org/10.1080/17489725.2018.1508763>
- İşevi, A. S., ve Çelme, B. (2005). Bilgi Çağında Yeni Hazine: Entelekteül Sermayeye Rekabeti Yakalamak. *Bilgi Dünyası*, 6(2), 251–267.
- Ismail, O., Mohd Roslan, A. N. binti, ve Mahmud, M. M. (2021). the Occurrence of Code-Switching Among Malaysian Undergraduates on Whatsapp: Review of the Literature. *European Journal of English Language Teaching*, 6(5), 23–38. <https://doi.org/10.46827/ejel.v6i5.3848>
- JICC. (2014). The Mediating Role of Normative Beliefs about Aggression on the Relationship between Violent Digital Games and Students' Aggressive Behaviour, <https://www.immi.se/index.php/intercultural/article/view/Eneizatetal-2024-3>. (Erişim: 07.10.2023)
- Kakirman Yıldız, A. (2016). Evidence Based Service Policy in Libraries: The Reality of Digital Hybrids. *Sociology and Anthropology*, 5, 573–583. <https://doi.org/10.13189/sa.2016.041101>
- Kakirman Yıldız, A. (2012). Dijital Yerliler Gerçekten Yerli Mi Yoksa Dijital Melez Mi? *The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science*, 5(7), 819–833.
- Kalbande, D. T. (2019). Digital footprint for the personal branding of librarians in the digital

- society. *Library Philosophy and Practice*, 11.
- Kamel Boulos, M. N., Giustini, D. M., ve Wheeler, S. (2016). Instagram and WhatsApp in health and healthcare: An overview. *Future Internet*, 8(3), 1–14. <https://doi.org/10.3390/fi8030037>
- Karabatak, S., ve Alanoğlu, M. (2022a). Faculty Members' Digital Footprint Experiences and Digital Footprint Awareness. *Educational Academic Research*, 1(44), 31–41. <https://doi.org/10.54614/aujkef.2022.891924>
- Karabatak, S., ve Alanoğlu, M. (2022b). Faculty Members ' Digital Footprint Experiences and Digital Footprint Awareness. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, March*, 30–41. <https://doi.org/10.54614/AUJKKEF.2022.891924>
- Karabulut, B. (2015). Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 11–23.
- Karademir, İ. (2022). *Dördüncü sanayi devriminde liderlik ve bir model önerisi: liderlik 4.0.*
- Karakuş, İ. (2022). *Öğretmen Adaylarının Profillerine "Dijital" Bir Bakış: Dijital Farkındalık, Yeterlik Ve Akıcılık.*
- Karal, E., ve Kaçmaz, Ş. (2023). Lise Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalık Düzeylerinin ve Dijital Ayak İzi Yaşantı Durumlarının İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(7), 831–848. <https://doi.org/10.26677/tr1010.2023.1252>
- Kim, J., Uddin, Z. A., Lee, Y., Nasri, F., Gill, H., Subramaniepillai, M., Lee, R., Udovica, A., Phan, L., Lui, L., Iacobucci, M., Mansur, R. B., Rosenblat, J. D., ve McIntyre, R. S. (2021). A Systematic review of the validity of screening depression through Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Journal of Affective Disorders*, 286(May 2020), 360–369. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.08.091>
- Koçyiğit, Ö. G. İ., ve Özkul, A. S. (2023). Bireylerin Dijital Ayakizi Farkındalık Ve Yönetim Düzeylerine Yönelik Bir Araştırma. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 14(40).
- Koidl, K., Conlan, O., Reijers, W., Farrell, M., ve Hoover, M. (2018). The bigfoot initiative: An investigation of digital footprint awareness in social media. *ACM International Conference Proceeding Series*, 120–127. <https://doi.org/10.1145/3217804.3217904>
- Kuehn, L. (2012a). Manage Your Digital Footprint. *Our Schools / Our Selves*, 21(2), 67–69.
- Kuehn, L. (2012b). *NoMore "DigitalNatives" and "Digital Immigrants."* 129–132.
- Kumar, H., ve Raj, P. (2020). An Indagation on Experiences and Awareness of Digital Footprint Among Pupils of Higher Education. *Academic Research International*, 11(3). www.savap.org.pk16www.journals.savap.org.pk
- Kurt, A. A., Günüş, S., ve Ersoy, M. (2013). The current state of digitalization: Digital Native, Digital Immigrant and Digital Settler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 46(1), 1–22. https://doi.org/10.1501/egifak_0000001271
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık.* BETA Basım Evi.
- Kuss, D. J., Van Rooij, A. J., Shorter, G. W., Griffiths, M. D., ve Van De Mheen, D. (2013). Internet Addiction İn Adolescents: Prevalence And Risk Factors. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 1987–1996. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.04.002>
- Leinonen, T. (2009). *What is New Media? Three Bubbles and the Emergence of the New.* <https://teemuleinonen.fi/2009/12/23/what-is-new-media-three-bubbles-and-emergence-of-the-new/>
- Leonardi, P. M. (2021). COVID-19 and the New Technologies of Organizing: Digital Exhaust, Digital Footprints, and Artificial Intelligence in the Wake of Remote Work. *Journal of Management Studies*, 58(1), 247–251. <https://doi.org/10.1111/joms.12648>
- Leung, F. F., Gu, F. F., ve Palmatier, R. W. (2022). Online influencer marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50, 226–251. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00829-4>
- Levy, Y., ve Gafni, R. (2021). *Introducing the concept of cyber security footprint*

(Informatio).

- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., ve Ólafsson, K. (2011). Risks and safety on the internet: The UK report. LSE, London: EU Kids Online. In *LSE, London: EU Kids Online*.
- Loos, E. (2012). Senior citizens: Digital immigrants in their own country? *Loos, Eugene*, 6(1), 1–23.
- Madden, M., Fox, S., Smith, A., ve Vitak, J. (2007). Online identity management and search in the age of transparency. *Pew Internet ve American Life Project*, 16(December), 50.
- Maddikunta, P. K. R., Pham, Q. V., B, P., Deepa, N., Dev, K., Gadekallu, T. R., Ruby, R., ve Liyanage, M. (2022). Industry 5.0: A survey on enabling technologies and potential applications. *Journal of Industrial Information Integration*, 26(February), 100257. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100257>
- Mayda, M. (2022). Digital Footprint Management In Diigital Visual Culture. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(2), 1031–1044. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1116477>
- Mayfiel, T. D. (2011). A Commander’s Strategy for Social Media. *Wordpress.Com*, 1(60), 79–128. <http://dimosiografos.wordpress.com/2009/11/21/kotwovika-diktva-social-media/>
- Mcalister, B. A. (2009). Teaching The Millennial Generation. *AMERICAN MUSIC TEACHER*, 59(1), 13–15.
- McDermot, M. (2018). Digital footprints: Creation, implication, and higher education. *FDLA Journal*, 3(1), 11.
- McMillenHealth. (2023). *15 Dangers of Social Media ve How to Avoid Them*. <https://www.mcmillenhealth.org/tamtalks/dangers-of-social-media>
- Medium. (2018). <https://michael-rada.medium.com/industry-5-0-definition-6a2f9922dc48>, (Erişim: 10.07.2023).
- Miller, D. (2016). *Opus Research Report: “Natural Language: The User Interface for the Fourth Industrial Revolution.”* <https://opusresearch.net/wordpress/2016/11/04/opus-research-report-natural-language-the-user-interface-for-the-fourth-industrial-revolution/>
- Molnár, G., Szűts, Z., ve Nagy, K. (2017). Digital Immigrants – Strangers. *Acta Universitatis Sapientiae Communicatio*, 4(1), 79–91. <https://doi.org/10.1515/auscom-2017-0004>
- Molo, Ü. (2021). Artırılmış Sonsuzluk: Dijital Kalıntılar İle Ölümsüzleşme Arayışları. *Kesit Akademi Dergisi*, 7(27), 82–98.
- Morris, C., Scott, R. E., ve Mars, M. (2021). Whatsapp in clinical practice—The challenges of record keeping and storage. A scoping review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 18. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413426>
- Mou, N., Zheng, Y., Makkonen, T., Yang, T., Tang, J., ve Song, Y. (2020). Tourists’ digital footprint: The spatial patterns of tourist flows in Qingdao, China. *Tourism Management*, 81(May), 104151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104151>
- Muhammad, S. S., Dey, B. L., ve Weerakkody, V. (2017). Analysis of Factors that Influence Customers’ Willingness to Leave Big Data Digital Footprints on Social Media: A Systematic Review of Literature. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 559–576. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9802-y>
- Nikolić, D., ve Whyte, J. (2021). Visualizing a new sustainable world: Toward the next generation of virtual reality in the built environment. *Buildings*, 11(11), 546. <https://doi.org/10.3390/buildings11110546>
- Oblinger, D. G., ve Oblinger, J. L. (2005). Educating the next generation. In D. G. Oblinger ve J. L. Oblinger (Eds.), *Science and Justice* (Vol. 48, Issue 2). <https://doi.org/10.1016/j.scijus.2008.03.007>
- Öksüz, M. K., Öner, M., ve Öner, S. C. (2015). Yalın Üretim Tekniklerinin Endüstri 4.0 Perspektifinden Değerlendirilmesi. *4. Uluslararası Bölgesel Gelişim Konferansı (IRDC)*,

- 21(23).
- Özbay, F. (2017). *Dünden Bugüne Aile, Kent ve Nüfus*. İletişim Yayıncılık.
- Paç Çelik, E. (2023). Sezgisel Sistematik Model Perspektifinden Fenomen Annelerin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Instagram’da Fenomen Anne Takipçileri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (35), 195-222.
- Pirie, M., ve Worcester, R. M. (1998). *The Millennial Generation*. <https://pdfs.semanticscholar.org/fdc0/e7db42f596cf2c7b587c68af24c2613154db.pdf>
- Prensky, B. M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Prensky, B. M. (2004). The Emerging Online Life of the Digital Native: What they do differently because of technology, and how they do it. *Digital Play Therapy*, 105–114. <https://doi.org/10.4324/9781003166504-8>
- Rajendran, L., ve Thesinghraj, P. (2011). The Impact of New Media on Traditional Media. *Innovation Journal*, 16(3), 609–616. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2014.22.04.21945>
- Ramírez-Ochoa, M. I. (2016). Posibilidades Del Uso Educativo De Youtube Youtube’S Educational Possibilities Uses. *Ra Ximhai*, 12(6), 537–546.
- Ransdell, S., Kent, B., Gaillard-Kenney, S., ve Long, J. (2011). Digital immigrants fare better than digital natives due to social reliance. *British Journal of Educational Technology*, 42(6), 931–938. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2010.01137.x>
- Raper, J., Gartner, G., Karimi, H., ve Rizos, C. (2007). Applications of location-based services: A selected review. *Journal of Location Based Services*, 1(2), 89–111. <https://doi.org/10.1080/17489720701862184>
- Ravi, B. K. (2011). New Media and Ethical Disconnect - Trends in India. *Academic Research International*, 01(03), 322–333. https://pdfs.semanticscholar.org/c4fb/4f0acb891572993a36127145d6448cc0a4ee.pdf?_ga=2.48242022.1132396303.1570667213-232201029.1570667213
- Recommendations regarding TikTok use and privacy risks*. (2024). U Ottawa. [https://www.uottawa.ca/about-us/information-technology/services/security/tiktok-use-privacy-risks#:~:text=The app collects sensitive information,connections%2C device brand and model%2C. \(Erişim: 04.07.2023\).](https://www.uottawa.ca/about-us/information-technology/services/security/tiktok-use-privacy-risks#:~:text=The app collects sensitive information,connections%2C device brand and model%2C.)
- Reddy, P., Sharma, B., ve Chaudhary, K. (2022). Digital literacy: a review in the South Pacific. *Journal of Computing in Higher Education*, 34(1), 83–108. <https://doi.org/10.1007/s12528-021-09280-4>
- Reyna, L., ve Richter, B. (2016). *Stepping into Digital Life: The Digital Skills Observatory*. December. (Erişim: 04.07.2023).
- Riegel, C., ve Mete, R. (2018). A closer look at educational technologies for K-12 learners: What digital natives can teach digital immigrants and what digital immigrants can teach digital natives. *Educational Planning*, 24(4), 49–58. http://isep.info/wp-content/uploads/2018/01/24_4_3_EducationalTechnologiesforK12.pdf
- Roberts, J. (2022). Gerard Goggin, Apps: From Mobile Phones to Digital Lives, 2021. *International Journal of Communication*, 16, 1368–1370.
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion Of Innovations. In *Achieving Cultural Change in Networked Libraries*. The Free Press. <https://doi.org/10.4324/9781315263434-16>
- Ryan, D., ve Jones, C. (2014). *Understanding digital marketing*. 3. Baskı, KoganPage. 2014.
- Salas-Olmedo, M. H., Moya-Gómez, B., García-Palomares, J. C., ve Gutiérrez, J. (2018). Tourists’ digital footprint in cities: Comparing Big Data sources. *Tourism Management*, 66, 13–25. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.11.001>
- Sanin, E. (2022). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları Ve Bilgi Güvenliği Farkındalıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*.

- <http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9>
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017>
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674>
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/1191>
- Savic, D. (2019). *From Digitization, through Digitalization, to Digital Transformation*.
- Saykili, A. (2019). Higher Education in The Digital Age: The Impact of Digital Connective Technologies. *Journal of Educational Technology and Online Learning*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.31681/jetol.516971>
- Schumacher, A., Sihn, W., ve Erol, S. (2016). Automation, digitization and digitalization and their implications for manufacturing processes Selim Erol Fachhochschule Wiener Neustadt Automation, digitization and digitalization and their implications for manufacturing processes. *International Scientific Conference Bucharest, Romania, 28/29 October 2016 Automation, October, 1–6*. <https://www.researchgate.net/publication/318877006>
- Sefton-Green, J., Marsh, J., Erstad, O., ve Flewitt, R. (2017). *Establishing a Research Agenda for the Digital Literacy Practices of Young Children A White Paper for COST Action IS1410*. August, 37. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10896.30720>
- Sevilen, B. (2023). *Dijital İtibar İnşasında, Dijital Ayak İzi Ve Netiket; Y Ve Z Kuşak Karşılaştırmalı Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, 2023; 110 s.
- Shahrokh, N., Malin, B., ve Gunilla, W. (2019). The Impact of Digitalization on Literacy: Digital Immigrants Vs. Digital Natives. *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL)*.
- Shamsutdinova, T. M. (2020). Cognitive Model of Electronic Learning Trajectories Based on Digital Footprint. *Open Education*, 24(2), 47–54. <https://doi.org/10.21686/1818-4243-2020-2-47-54>
- Smahel, D., Wright, M. F., ve Cernikova, M. (2014). Classification Of Online Problematic Situations İn The Context Of Youths' Development. *Communications*, 39(3), 233–260. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0111>
- Snap Inc.* (n.d.).
- Snelson, C., Rice, K., ve Wyzard, C. (2012). Research priorities for YouTube and video-sharing technologies: A Delphi study. *British Journal of Educational Technology*, 43(1), 119–129. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2010.01168.x>
- Social Media Risks*. (2024). The University of Alabama at Birmingham. <https://businessdegrees.uab.edu/blog/social-media-risks/>
- Sur, E. (2022). Okuryazarlık Kavramı ve Türkiye ' deki Okuryazarlık Araştırmaları Üzerine Bir İnceleme. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi /AKEF) Dergisi*, 4(2), 445–467.
- Surmelioglu, Y., ve Seferoglu, 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), 48–64.
- Sürmelioglu, Y., ve Seferoglu, 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), 48–64. <https://doi.org/10.18844/wjet.v11i1.4009>
- Tengku Wook, T. S. M., Mohamed, H., Sahari@Ashaari, N., Mat Noor, S. F., Muda, Z., Zairon, I. Y., ve Khaleel, F. L. (2020). User Experience Evaluation Towards Interface Design of Digital Footprint Awareness Application. *Asia-Pacific Journal of Information Technology and Multimedia*, 09(01), 17–27. <https://doi.org/10.17576/apjitm-2020-0901-02>
- Thatcher, J. (2014). Living on fumes: Digital footprints, data fumes, and the limitations of spatial big data. *International Journal of Communication*, 8(1), 1765–1783.
- Thelwall, M., ve Vis, F. (2017). Gender and image sharing on Facebook , Twitter , Instagram

- , Snapchat and WhatsApp in the UK Hobbying alone or filtering for friends? *Aslib Journal of Information Management*, 69(6), 702–720. <https://doi.org/10.1108/AJIM-04-2017-0098>
- Tofan, S. (2022). *Dijital Toplumda Ebebeyinlik* (Issue 8.5.2017).
- Toledo, C. A. (2007). Digital Culture : Immigrants and Tourists Responding to the Natives ' Drumbeat. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 19(1), 84–92.
- Turgut, S. (2013). *Yeni Medya*. 1. Baskı, Destek Yayınları, İstanbul, 2013.
- Turner, J. (2024). *tech.co*. The 8 Main Ways Technology Impacts Your Daily Life in 2024 <https://tech.co/vpn/main-ways-technology-impacts-daily-life>, (Erişim: 02.01.2024).
- Uyanık Erkilic, G. (2024). *Ziyaretçi Dağılımlarının Sosyal Medya Verileri Kullanılarak Dijital Ayak İzi İle Haritalandırılması: Kapadokya Bölgesi Üzerine Bir Araştırma*.
- Uzun, K., ve Uluçay, D. M. (2017). İş ortamında whatsapp kullanımı ve kesintiye uğrama. *Selçuk İletişim*, 10(1), 216–231.
- Vandewater, E. A., ve Lee, S. J. (2009). Measuring children's media use in the digital age: Issues and challenges. *American Behavioral Scientist*, 52(8), 1152–1176. <https://doi.org/10.1177/0002764209331539>
- Vardal, Z. B. (2015). Yeni Medya ve Etik. *International Multilingual Academic Journal*, 2(1), 95–103.
- Veirman, M. De, Cauberghe, V., ve Hudders, L. (2017). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk brought to you by CORE provided by Ghent University Academic Bibliography Marketing Through Instagram Influencers: Impact Of Number Of Followers And Product Divergence On Brand Attitude. *Ghent University, Faculty of Political and Social Sciences Korte*, 15(1), 14. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., ve Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32–37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- Vincent, J. (2015). Mobile Opportunities: Exploring positive mobile media opportunities for European children. In *POLIS Journalism and Society*.
- Watson, T. (1999). Digital Literacy. *Meridian: A Middle School Computer Technologies Journal*, 20. https://www.academia.edu/1354072/Digital_Literacy?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitationsvefrom=cover_page
- We Are Social Meltwater. (2016). *Digital 2016 Report*.
- We Are Social Meltwater. (2023). Digital 2023 Report. In *Meltwater*.
- Weaver, S. D., ve Gahegan, M. (2007). Constructing, visualizing, and analyzing a digital footprint. *Geographical Review*, 97(3), 324–350. <https://doi.org/10.1111/j.1931-0846.2007.tb00509.x>
- Westenberg, W. (2016). The influence of YouTubers on teenagers. *University of Twente*, 1–35. http://essay.utwente.nl/71094/1/Westenberg_MA_BMS.pdf
- What Is TikTok? – Everything You Need to Know in 2024*. (2024). Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/what-is-tiktok/>
- What is Youtuber*. (2024). Arimetrics. <https://www.arimetrics.com/en/digital-glossary/youtuber>
- Wood, D. M., ve Ball, K. (2006). *A Report on the Surve illance Soci ty*.
- Wook, T. S. M. T., Mohamed, H., Noor, S. F. M., Muda, Z., ve Zairon, I. Y. (2019). Awareness of digital footprint management in the new media amongst youth. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(3), 407–421.

- <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3503-24>
- Xu, J., She, S., ve Liu, W. (2022). Role of digitalization in environment, social and governance, and sustainability: Review-based study for implications. *Frontiers in Psychology*, 13(November), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.961057>
- Xu, M., David, J. M., ve Kim, S. H. (2018). The fourth industrial revolution: Opportunities and challenges. *International Journal of Financial Research*, 9(2), 90–95. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v9n2p90>
- Yang, Y., Wang, Q., Woo, H. L., ve Quek, C. L. (2011). Using Facebook for teaching and learning : a review of the literature. *Int. J. Cont. Engineering Education and Life-Long Learning*, 21(1), 72–86.
- Yapıcı, M. (2005). Eğitim ve yabancılaşma. *Uluslararası İnsan Bilimler Dergisi*, 1807, 9.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Yesilada, M., ve Lewandowsky, S. (2022). Systematic review: YouTube recommendations and problematic content. *Internet Policy Review*, 11(1), 1–22. <https://doi.org/10.14763/2022.1.1652>
- Yılmaz, F. (2014). Fatih Sultan Mehmet Dönemi Toplari ve Değişen Üretim Paradigması. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 4, 219–236.
- Zheng, X., Han, J., ve Sun, A. (2018). A Survey of Location Prediction on Twitter. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 30(9), 1652–1671. <https://doi.org/10.1109/TKDE.2018.2807840>
- Zimmerman, M. (2012). Digital natives, searching behavior and the library. *New Library World*, 113(3–4), 174–201. <https://doi.org/10.1108/03074801211218552>

EKLER**ANKET FORMU****Değerli Katılımcılar,**

Bu anket Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri Ana Bilim Dalı bünyesinde Doç. Dr. Ebru Ertürk danışmanlığında yürütülen “**Dijital Ayak İzi Farkındalığı ve Dijital Ayak İzi Yaşantıları Arasındaki İlişki: Kuşaklararası Bir Karşılaştırma**” başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında yapılmakta olan araştırmaya veri desteği sağlamak amacı ile hazırlanmıştır. Vereceğiniz doğru ve samimi cevaplar araştırmanın başarısını olumlu yönde etkileyecektir. Vereceğiniz cevaplar kesinlikle araştırmanın amacı dışında kullanılmayacak olup yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Bu nedenle ankette kişisel bilgileriniz istenmeyecektir. Lütfen sizin için en uygun olan cevapları vermeye çalışınız.

Yardım ve katkılarınız için şimdiden çok teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Ebru ERTÜRK

Yüksek Lisans Öğrencisi Aynur YILMAZ

Demografik Sorular

Değişkenler						
Cinsiyet	Kadın <input type="checkbox"/>			Erkek <input type="checkbox"/>		
Medeni Durum	Evli <input type="checkbox"/>	Bekâr <input type="checkbox"/>	Diğer <input type="checkbox"/>			
Yaş Aralığı	2000 ve Sonrası Doğanlar <input type="checkbox"/>		1971-1999 Arası Doğanlar <input type="checkbox"/>		1970 ve Öncesi Doğanlar <input type="checkbox"/>	
Bilgisayar Kullanma Becerisi	Yeterli Değil <input type="checkbox"/>	Orta Derece Yeterli <input type="checkbox"/>	Yeterli <input type="checkbox"/>		Çok Yeterli <input type="checkbox"/>	
Akıllı Telefon Kullanma Becerisi	Yeterli Değil <input type="checkbox"/>	Orta Derece Yeterli <input type="checkbox"/>	Yeterli <input type="checkbox"/>		Çok Yeterli <input type="checkbox"/>	
Günlük İnternet/Bilgisayar/Akıllı Telefon Kullanma Süresi	Hiç <input type="checkbox"/> Kullanmıyorum	0-1 Saat Arası <input type="checkbox"/>	1-3 Saat Arası <input type="checkbox"/>	4-6 Saat Arası <input type="checkbox"/>	7-9 Saat Arası <input type="checkbox"/>	10 Saat ve Üzeri <input type="checkbox"/>
Çevrim içi kullanılan araçlar (Birden çok şık işaretleyebilirsiniz)	<input type="checkbox"/> Sosyal ağlar (Facebook, Twitter, Instagram vb.)			<input type="checkbox"/> E-posta		
	<input type="checkbox"/> Sohbet araçları (WhatsApp, Skype, Messenger vb)			<input type="checkbox"/> Web Sayfaları		

Aşağıdaki tabloda derecelendirme “1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Orta Derecede Katılıyorum, 4=Katılıyorum ve 5=Tamamen Katılıyorum” şeklindedir. İfadelere katılma durumunuza göre uygun olan rakamı işaretleyiniz.

Katılımcıların Dijital Ayak İzi Farkındalık Durumları

Maddeler	1	2	3	4	5
Dijital ortamlarda yazdıklarımı üslup açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.					
Dijital ortamlarda yazdıklarımı imla açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.					
Dijital ortamlardaki bilgilerimin okul, iş veya özel yaşamımda karşıma çıkabileceğinin farkındayım					
Dijital ortamlardaki bilgi paylaşımlarımın gelecekte mesleki veya özel yaşamımda karşıma çıkma ihtimali nedeniyle dikkatli davranırım.					
Dijital ortamlarda yaptığım her türlü işlemin kayıt altında olacağını bilirim.					
Dijital ortamlarda yaptığım hiçbir işlemin gizli kalmayabileceğinin farkındayım					
Ortak kullanımlı ortamlarda bilgilerimin başkalarının eline geçme ihtimali olduğunun farkındayım					
Dijital ortamlarda kişisel bilgilerimi kimsenin kullanmaması için gerekli önlemleri alırım.					
Çevrim-içi araçların (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarının farkındayım.					
Çevrim-içi araçların gizlilik ayarlarını kullanıyorum.					
Çevrim-içi araçların gizlilik ayarlarını sürekli gözden geçirip düzenlerim.					
Dijital ayak izi kavramı hakkında farkındalığım bulunmaktadır.					

Aşağıdaki tabloda derecelendirme "1=Hiçbir zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Genellikle ve 5=Her zaman" şeklindedir. İfadelere katılma durumunuza göre uygun olan rakamı işaretleyiniz.

Katılımcıların Dijital Ayak İzi Yaşantı Durumları

Maddeler	1	2	3	4	5
Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma hesap açıldığı oldu.					
Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma paylaşım yapıldığı oldu.					
Dijital ortamlarda paylaştıklarım nedeniyle zor duruma düştüğüm zamanlar oldu.					
Dijital ortamlarda paylaşımlarımın bazılarından dolayı pişmanlık duyduğum oldu.					
Geçmişte yaşadığım olayların dijital ortamda gün yüzüne çıkması sebebiyle tedirgin olduğum zamanlar oldu.					
Dijital ortamlarda kimseye haber vermeden oluşturduğum profillerimi tanıdıklarımın öğrendiğini fark ettiğim zamanlar oldu.					
Dijital ortamlarda ailemden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle ailemle tartışmalarım oldu.					
Dijital ortamlardaki iletişim içerisinde bulunduğum kişilerden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığım oldu.					
Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım.					
Dijital ortamlarda yaptığım arama sonuçlarının içerikleri dijital ortamlarda karşıma reklam olarak çıkmaktadır.					
Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin aile yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişe duymaktayım.					
Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin mesleki yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişesi duymaktayım.					
Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar, gerçek düşüncelerimi yansıtmaktadır.					
Çevrim-İçi araçlardaki paylaşımlar beni olumlu yönde etkilemektedir.					
Çevrim-İçi araçlardaki diğer kişileri olumlu yönde etkilediğimi düşünmekteyim.					
Çevrim-İçi araçlardaki kişilerin benim hakkımdaki düşüncelerinin olumsuz olmasından endişe etmekteyim.					