



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

TEMEL EĞİTİM ANABİLİM DALI

**OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ ALANINDA ÖĞRENİM GÖREN
ÖĞRETMEN ADAYLARININ DİJİTAL AYAK İZİ
FARKINDALIKLARI VE YAŞANTILARININ İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GAMZE ATA

Tez Danışmanı

PROF. DR. HAVİSE GÜLEÇ

ÇANAKKALE – 2025



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TEMEL EĞİTİM ANABİLİM DALI

**OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ ALANINDA ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRETMEN
ADAYLARININ DİJİTAL AYAK İZİ FARKINDALIKLARI VE
YAŞANTILARININ İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GAMZE ATA

Tez Danışmanı

PROF. DR. HAVİSE GÜLEÇ

ÇANAKKALE – 2025



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Gamze ATA tarafından Prof. Dr. Havise GÜLEÇ yönetiminde hazırlanan ve 27/01/2025 tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “Okul Öncesi Eğitimi Alanında Öğrenim Gören Öğretmen Adaylarının Dijital Ayak İzi Farkındalıkları Ve Yaşantılarının İncelenmesi” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Temel Eğitim Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Havise GÜLEÇ (Danışman)

Prof. Dr. Çavuş ŞAHİN

Doç. Dr. Nilay DEROBALI

İmza

.....

.....

.....

Tez No : 10705057

Tez Savunma Tarihi : 27/01/2025

.....

Prof. Dr. Melis ULU DOĞRU

Enstitü Müdürü

.../.../2025

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

(İmza)

Gamze ATA

27/01/2025

TEŞEKKÜR

Bu tezin hayata geçmesinde, bilgi ve desteğini bir an olsun esirgemeyen değerli danışman hocam Prof. Dr. Havise GÜLEÇ'e, çalışma sürecinde karşılaştığım her türlü zorluğu sabırla paylaşan ve bana her daim güç veren sevgili aileme; hayatımın her anında yanımda olan, bana sevgi ve güven veren annem Aliye AYTEKİN'e, bana moral ve motivasyon kaynağı olan abim Murat AYTEKİN'e, kardeşim Muhammet AYTEKİN'e, ve bana hayatın en büyük anlamlarını öğreten, en değerli varlıklarım olan kızım Zeynep Lena ile oğlum Kerem ATA'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Bu çalışma, onların sevgisi, sabrı ve desteğiyle şekillendi ve anlam kazandı. Onlar, bu çalışmanın arkasındaki gerçek gücüm ve ilham kaynağım oldular; her an, her başarıda onların varlıklarını hissederek yol aldım. Tüm destekleri için gönülden şükranlarımı sunarım.

Gamze ATA

Çanakkale, Ocak, 2025

ÖZET

OKUL ÖNCESİ EĞİTİMİ ALANINDA ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRETMEN ADAYLARININ DİJİTAL AYAK İZİ FARKINDALIKLARI VE YAŞANTILARININ İNCELENMESİ

Gamze ATA

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Temel Eğitim Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Havise GÜLEÇ

27/01/2025, 114

Dijital çağda, bireylerin çevrim içi ortamda bıraktıkları izler, yani dijital ayak izleri, giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu bağlamda, dijital ayak izi farkındalığı ve yönetimi, hem kişisel güvenlik hem de veri koruma açısından kritik bir rol oynamaktadır. Özellikle okul öncesi eğitimi alan yükseköğretim öğrencileri, gelecekte çocukların dijital güvenliğini ve eğitimini şekillendirecek önemli bir profesyonel grubu temsil etmektedir. Bu bağlamda okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında Sürmeli ve Seferoğlu (2019) tarafından geliştirilen “Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Durumları” isimli ölçek 234 öğrenciye uygulanmıştır. Toplanan verilerin analizi sonucunda öğrencilerin dijital ayak izi farkındalığı yüksek, dijital ayak izi yaşantıları ise düşük düzey olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin dijital ayak izi farkındalığı; cinsiyet, çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumları ve dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre farklılık göstermezken; yaş, sınıf, üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri ve kullandıkları çevrim içi araçlara göre ise anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Öğrencilerin dijital ayak izi yaşantıları ise değişkenlere göre farklılık göstermemektedir. Ayrıca katılımcıların dijital ayak izi farkındalıkları ile yaşantıları arasında negatif yönlü, zayıf düzeyde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Aya kizi, Dijital Ayak izi Farkındalık, Dijital Ayak izi Yaşantısı.

ABSTRACT

AN INVESTIGATION INTO THE DIGITAL FOOTPRINT AWARENESS AND EXPERIENCES OF TEACHER CANDIDATES IN THE FIELD OF PRESCHOOL EDUCATION

Gamze ATA

Canakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Department of Basic Education Master's Thesis

Advisor: Prof. Dr. Havise GÜLEÇ

01/27/2025, 114

In the digital age, the traces individuals leave online, that is, their digital footprints, are becoming increasingly important. In this context, digital footprint awareness and management play a critical role in terms of both personal security and data protection. Higher education students, especially those receiving pre-school education, represent an important professional group that will shape children's digital security and education in the future. In this context, it is aimed to examine the digital footprint awareness and experiences of students studying in the field of pre-school education. Within the scope of the study, the scale named "Higher Education Students' Use of Digital Environments" developed by Sürmeli and Seferoğlu (2019) was applied to 234 students. As a result of the analysis of the collected data, students' digital footprint awareness was determined to be high, while their digital footprint experiences were determined to be low. Students' digital footprint awareness; While it does not differ according to gender, their proficiency in using online tools and the daily time they spend in digital environments; It varies significantly according to age, class, place of residence before coming to university, and the online tools they use. Students' digital footprint experiences do not differ depending on the variables. In addition, a negative, weak and significant relationship was detected between the participants' digital footprint awareness and their experiences.

Keywords: Digital Footprint, Digital Footprint Awareness, Digital Footprint Experience.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
SİMGELER ve KISALTMALAR.....	x
TABLolar DİZİNİ.....	xi

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1

1.1. Araştırmanın Konusu.....	3
1.2. Araştırmanın Amacı.....	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Araştırmanın Problemi.....	4
1.4.1 Araştırmanın Alt Problemleri.....	4
1.5. Araştırmanın Varsayımları.....	5
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5
1.7. Tanımlar.....	5

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

6

2.1. Dijitalleşme Kavramı.....	6
2.2. Dijital İletişim.....	7
2.3. Dijital İletişimin Avantaj ve Dezavantajları.....	8
2.4. Dijital İletişimdeki Etik Sorunlar.....	12
2.4.1. Özel Hayatın Gizliliği.....	13
2.4.2. Telif Hakları.....	13

2.4.3.	İçeriklerin Kaynaksız Veya Faklı Kaynaktan Gösterilmesi.....	14
2.4.4.	Üretilen İçeriklerin Doğruluğunun Kanıtlanmadan Paylaşılması.....	14
2.4.5.	Kişisel Verilerin Güvenliği.....	15
2.4.6.	Veri Madenciliği.....	16
2.4.7.	Dijital Gözetleme.....	18
2.4.8.	Yalan haber ve Dezenformasyon.....	19
2.4.9.	Fazlaca Karşılaşılan Ve Rahatsız Edici Reklam İçerikleri.....	20
2.4.10.	Nefret İçerikli Paylaşımlar.....	22
2.4.11.	Dijital Ortamda Sadece Tüketici Rolündeki Bireyler.....	23
2.5.	Dijital Ayak İzi.....	24
2.5.1.	Dijital Ayak İzi Farkındalığı.....	25
2.5.2.	Dijital Ayak İzi Yaşantısı.....	26
2.6.	Günümüzde Sık Kullanılan Dijital Araçlar.....	27
2.6.1.	Sosyal Platformlar.....	27
	Facebook.....	28
	Youtube.....	30
	Instagram.....	31
	LinkedIn.....	32
	Twitter (X).....	34
	Tiktok.....	35
	Snapchat.....	37
2.6.2.	İnternet Sayfaları.....	38
2.6.3.	Dijital Öğrenme Platformları.....	40
2.6.4.	Forum Sayfaları.....	42
2.6.5.	Elektronik Posta (E-Posta).....	43
2.6.6.	Bulut Teknolojileri.....	44
2.6.7.	Blog Sayfaları.....	45
2.6.8.	Dijital İletişim Uygulamaları.....	47
2.7.	Literatür Taraması.....	49

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL YÖNTEM

3.1.	Araştırmanın Modeli.....	56
3.2.	Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	56

3.3. Veri Toplama Aracı.....	57
3.4. Veri Toplama Süreci.....	58
3.5. Verilerin Analizi.....	58

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Katılımcıların Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	61
4.2. Katılımcıların Çevrim içi Araç Kullanım Bilgilerine İlişkin Bulgular.....	63
4.3. Katılımcıların İnternete Bağlanma Durumlarına İlişkin Bulgular.....	64
4.4. Katılımcıların Bilgisayar ve İnternet Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular.....	65
4.5. Katılımcıların Çevrim içi Araçları Kullanım Durumlarına İlişkin Bulgular.....	67
4.6. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalık Durumlarına İlişkin Bulgular.....	67
4.6.1. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Cinsiyete Göre İncelenmesi.....	69
4.6.2. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Yaşa Göre İncelenmesi.....	69
4.6.3. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Sınıfa Göre İncelenmesi.....	70
4.6.4. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Çevrim içi Araçları Kullanma Konusundaki Yeterlilik Durumlarına Göre İncelenmesi.....	71
4.6.5. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Üniversiteye Gelmeden Önce Yaşanılan Yerleşim Yeri Durumlarına Göre İncelenmesi.....	72
4.6.6. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Kullandıkları Çevrim içi Araçlara Göre İncelenmesi.....	72
4.6.7. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Dijital Ortamlarda Harcadıkları Günlük Süreye Göre İncelenmesi.....	73
4.7. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantı Durumlarına İlişkin Bulgular.....	74
4.7.1. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Cinsiyete Göre İncelenmesi.....	76
4.7.2. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Yaşa Göre İncelenmesi....	76
4.7.3. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Sınıfa Göre İncelenmesi...	77
4.7.4. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Çevrim içi Araçları Kullanma Konusundaki Yeterlilik Durumlarına Göre İncelenmesi.....	77
4.7.5. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Üniversiteye Gelmeden Önce Yaşanılan Yerleşim Yeri Durumlarına Göre İncelenmesi.....	78

4.7.6.	Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Kullandıkları Çevrim içi Araçlara Göre İncelenmesi.....	79
4.7.7.	Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Dijital Ortamlarda Harcadıkları Günlük Süreye Göre İncelenmesi.....	80
4.8.	Katılımcıların “Dijital Ayak izi Farkındalıkları” ile “Dijital Ayak izi Yaşantıları” Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	80
BEŞİNCİ BÖLÜM		82
SONUÇ ve ÖNERİLER		
5.1.	Sonuç.....	82
5.1.1.	Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarına İlişkin Sonuçlar.....	82
5.1.2.	Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarına İlişkin Sonuçlar.....	88
5.2.	Öneriler.....	95
5.2.1	Uygulamaya Yönelik Öneriler.....	95
5.2.2.	Araştırmacılara Yönelik Öneriler.....	96
KAYNAKÇA		97
EKLER		I
EK 1. ANKET UYGULAMASI İZİN YAZISI.....		I
EK 2. ETİK KURUL BAŞVURU ONAY YAZISI		V
EK 3. YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL ORTAMLARI KULLANMA DURUMLARI ANKETİ.....		VI

SİMGELER VE KISALTMALAR

TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
GDPR	AB Genel Veri Koruma Yönetmeliği
VPN	Güvenilir Sanal Özel Ağlar
www	Geniş Alan Ağı
HTML	Hiper Metin İşaretleme Dili
IaaS	Altyapı Hizmeti olarak Bulut
PaaS	Platform Hizmeti olarak Bulut
SaaS	Yazılım Hizmeti olarak Bulut
SEO	Arama Motoru Optimizasyonu
DLEARN	Avrupa Dijital Öğrenme Ağı

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarına ilişkin maddelere ait basıklık ve çarpıklık değerleri.....	60
Tablo 2	Öğrencilerin dijital ayak izi yaşantı durumlarına ilişkin maddelere ait basıklık ve çarpıklık değerleri.....	60
Tablo 3	Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımları.....	62
Tablo 4	Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımları.....	62
Tablo 5	Katılımcıların sınıf değişkenine göre dağılımları.....	63
Tablo 6	Katılımcıların üniversiteden önce yaşadıkları yer değişkenine göre dağılımları.....	63
Tablo 7	Katılımcıların kullandıkları çevrim içi araçlara ilişkin bulgular..	64
Tablo 8	Katılımcıların çevrim içi araçları kullanma yeterliliklerine ilişkin bulgular.....	64
Tablo 9	Katılımcıların internete bağlanma durumlarına ilişkin bulgular...	65
Tablo 10	Katılımcıların günlük internete bağlanma sürelerine ilişkin bulgular.....	66
Tablo 11	Katılımcıların bilgisayar ve internet kullanım amaçlarına ilişkin bulgular.....	67
Tablo 12	Katılımcıların çevrim içi araçları kullanım durumlarına ilişkin bulgular.....	68
Tablo 13	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarına ilişkin bulgular...	69
Tablo 14	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının cinsiyete göre incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları.....	70
Tablo 15	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yaşa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	71
Tablo 16	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının sınıfa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	71

Tablo 17	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	72
Tablo 18	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	73
Tablo 19	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	74
Tablo 20	Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	75
Tablo 21	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarına ilişkin bulgular.....	76
Tablo 22	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının cinsiyete göre incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları.....	77
Tablo 23	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının yaşa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	77
Tablo 24	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının sınıfa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	78
Tablo 25	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	79
Tablo 26	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	79
Tablo 27	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	80
Tablo 28	Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları.....	81
Tablo 29	Katılımcıların “Dijital Ayak izi Farkındalıkları” ile “Dijital Ayak izi Yaşantıları” arasındaki ilişkini incelenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları.....	82

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Teknoloji kavramı yaşamımıza girdiği ilk andan günümüze kadar olan süreç içerisinde sürekli olarak yenilenmiş, değişmiş ve güncellenmiştir. Gündelik hayatımızda kullandığımız bütün teknolojiler, geçmişten günümüze bir dizi yazılımsal ve donanımsal iyileştirme süreçlerine tabi tutulmuşlardır. Bu süreçler insan ihtiyaçlarından ortaya çıkan durumları gidermek adına yine insan eliyle keşfedilmiş ve geliştirilmiş teknolojiler olarak karşımıza çıkmaktadır (McLuhan, 1994). İnsanlar ve teknolojiler birbirlerini destekleyen iki yapı olarak her geçen gün karmaşık bir durumun ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir (Afyon, 2022).

Teknolojik cihazlar, genel olarak insan hayatındaki problemlerin temel nedeni olarak görülebilmektedir. Ancak bu cihazlar, insanın yaşamını kolaylaştırdığı gibi insanın varoluşunu geliştirici ve destekleyici yapıya sahip oldukları görülmektedir (Gay, 2018). Farklı bir bakış açısından ele alındığında bu teknolojiler ortaya çıkan sorunları gidermek için geliştirilmelerine karşın, birçok sorunun da ortaya çıkmasına neden olabilmektedirler. Gittikçe karmaşıklaşan teknoloji, kişilerin teknolojiyle ilgili sorunlarıyla birlikte ayrıca kendi içlerinde çözmesi gereken farklı problemlerin de belirmesine neden olmuştur (Koç, 2014). Toplulukların etkileşim sağlamak amacıyla kullandıkları iletişim teknolojileri için de diğer teknolojilerde olduğu gibi kişilerin ve teknolojinin geliştirici bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Kullanılan cihazların türüne bakılmaksızın, iletişim teknolojilerinde kullanılan cihazların daha kompleks bir yapıda oldukları bilinmektedir. İletişim teknolojileri kapsamında kullanılan cihazların kullanım oranlarının artmasıyla birlikte, insanlar sanal platformlarda çeşitli ve farklı sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Sanal bağımlılık, dijital mahremiyet vb. bu sorunlardan sadece biridir.

Son yıllarda dijital iletişim ve dijital platformlarla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, yaş grupları içerisinde genç kitlenin daha fazla teknoloji kullandıkları sonucuna ulaşıldığı görülmektedir. Özellikle sosyal medya kullanımına bakıldığında gençlerin diğer yaş gruplarına nazaran daha fazla sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir (Seren, 2020). Bu durum sosyal platformlarda ve dijital ortamlarda yapılan işlemlerin kayıt altına alındığı ve kayıt altına alınan bu verilerin daha sonraki süreçlerde

karşılaşılabılme olasılığını ortaya çıkarmaktadır. İleriki zamanlarda sorun oluşturabilecek bu olasılık, dijital vatandaşlık kavramına önem verilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Dijital vatandaşlık kavramı, teknolojiyi sıklıkla kullanan bireylerin, vatandaşlık kapsamındaki görevlerini dijital platformlarda gerçekleştirdiği bir mecra olarak tanımlanmaktadır (Mossberger vd., 2008).

Dijital teknolojilerin kullanımının yaygın olmadığı dönemlerde, bugün sanal platformlarda yapılan birçok işlem hem daha uzun hem de maliyetli şekilde yapılmaktaydı. Bu durum dijital teknolojilerin günümüzde insanlar için kolaylaştırıcı bir etkiye sahip olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir (Tombul, 2020). Daha önce bankacılık işlemleri için bankaya gidilmesi gerekirken artık mobil uygulamalar ve internet yardımıyla bankaya gitmeye gerek kalmamadan her türlü iş ve işlemler gerçekleştirilebilmektedir. Bu ve bunun gibi örnekler çoğaltılabileceği gibi, günümüzde herhangi bir yer ve mekânda internet aracılığıyla mobil uygulamalar kullanılmaktadır. Bu durum bireylerin davranışlarını etkileyerek teknolojiye daha fazla zaman ayırmalarına neden olmaktadır.

Türkiye genelinde internet kullanma düzeylerine yönelik TÜİK tarafından yapılan araştırma kapsamında, ülkenin %92,1 oranında internet kullandığı tespit edilmiştir (TÜİK, 2024). Dünya genelindeki internet kullanım oranlarına bakıldığında Türkiye'deki gibi yüksek oranların olduğu görülmektedir (Taş, 2023). Ülkelerin küreselleşme temelli ekonomik gelişimleri ulusal ve uluslararası kuruluşlar için elektronik ticaret ve bununla ilişkili alanlarda daha fazla bilgi sahibi olma isteklerini doğurmuştur (Sağlam, 2007). Tüm dünya ülkeleri internet tabanlı çalışmaları için altyapılarını iyileştirmiş, dijital ortamda ortaya çıkan potansiyeli belirleme gayretleri ile gelişim ve değişim süreçleri hızlanmıştır. Teknoloji temelli toplulukların yaşam biçimleri teknoloji ve teknolojik bilgiler ile belirlenirken, günümüzde bu topluluklar için dijital toplum kavramı kullanılmaktadır (Eker, 2016). Günümüz dijital toplumlarının, teknoloji kullanma konusunda bilinçli davranma gerekliliği ile birlikte “dijital ayak izi” kavramının bilinir olması da daha önemli hale gelmiştir.

Dijital vatandaşların dijital ayak izi kavramına yönelik bilinç düzeylerinin artırılması gerekmektedir. Sanal platformlarda bırakılan dijital izler, kişisel tercihler ve alışkanlıklar hakkında çeşitli bilgiler sunmaktadır (Matz ve Kosinski, 2019). Sanal

dünyadaki her eylem, gerçek hayattaki gibi bireylerin yaşadığı ülkenin yasalarına tabidir. Dijital ayak izi kavramı uzun süredir var olmasına rağmen, genel olarak teknoloji kullanımı gibi bilinirlik düzeyi yüksek değildir. Bu noktada dijital ayak izi kavramı için farkındalık oluşturulması adına bu kavramın bilinirliğini attırmak ve toplumların bu kavramı özümsemeleri önemli bir husustur. Teknoloji, bireylerin yaşamlarındaki en önemli yardımcı araçlar olarak önemli bir yer tutarken, bu konuda bireylerin bilgilendirilmesi, bilgilerin güncel tutulması ve yeniliklerin takip edilmesi gereklilik arz etmektedir.

1.1. Araştırmanın Konusu

Araştırmada, okul öncesi eğitimi alan yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları incelenmiştir. Bu kapsamda, öğrencilerin kişisel bilgileri, internet ve bilgisayar kullanma amaçları, internete bağlanma durumları, çevrimiçi araç kullanım durumları ve dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri işlemler gibi değişkenler ele alınmıştır. Dijital ayak izi yaşantı durumları ile farkındalık durumları arasındaki ilişkiler de değerlendirilmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarını anlamak ve dijital ayak izi yaşantılarını incelemektir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören öğretmen adaylarının dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri işlemlerle ilgili farkındalıkları, bu alanlarda bıraktıkları dijital ayak izleri ve yine bu alanda karşılaştıkları yaşantılarının olup olmadığının bilinmesi bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumları belirlenmiştir. Çalışmada elde edilen bilgiler ve somut verilerin, ulusal çapta dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumunun belirlenebilmesi açısından alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Problemi

Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ile dijital ayak izi yaşantılarının incelenmesi araştırmanın temel problemidir.

1.4.1. Araştırmanın Alt Problemleri

- 1) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları hangi düzeydedir?
- 2) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi yaşantıları hangi düzeydedir?
- 3) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları cinsiyet değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
- 4) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları yaş değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
- 5) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları sınıf değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
- 6) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumları değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
- 7) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
- 8) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları kullandıkları çevrimiçi araçlara göre farklılaşmakta mıdır?

- 9) Okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantıları dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre farklılaşmakta mıdır?

1.5. Araştırmanın Varsayımları

- 1) Çalışmada yer alan katılımcıların ölçekteki sorulara gerçek ve samimi şekilde yanıtladıkları varsayılmıştır.
- 2) Çalışmaya katılanların en az bir teknolojik cihazı kullandıkları ve en az bir teknolojik cihaza sahip oldukları varsayılmıştır.
- 3) Çalışmaya katılanların dijital ortamlara erişim sağladıkları varsayılmıştır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma Mayıs-Haziran 2024 tarihlerinde, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Okul Öncesi Eğitimi bölümünde öğrenim gören 241 öğrencinin görüşleri ve veri toplama araçlarından toplanan bilgilerle sınırlıdır.

1.7. Tanımlar

Dijital İletişim: Dijital iletişim, internet, mobil ağlar ve kablosuz iletişim teknolojileri dâhil olmak üzere dijital kanallar aracılığıyla mesajların gönderilmesi ve alınması sürecidir (Karahisar, 2013).

Dijital Ayak izi: bireylerin çevrim içi ve çevrim dışı dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri tüm etkinlikler sonucunda bıraktıkları izlerdir (Koçyiğit ve Özkul, 2023).

Yapay Zekâ: Bilgisayar sistemlerinin insan benzeri zekâ sergilemesini sağlayan bir bilim dalıdır. Bu, öğrenme, akıl yürütme, problem çözme, algılama ve dil anlama gibi bilişsel işlevlerin makineler tarafından gerçekleştirilmesini içermektedir (Russell ve Norvig, 2010).

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dijitalleşme Kavramı

Dijitalleşme, var olan materyallerin dijital veya elektronik ortamda sunulacak hale getirilerek internet üzerinden herkesin ulaşabilir olmasını sağlayan kavramdır (Acun, 2008). Bilişim teknolojileri kapsamında yaşanan gelişmeler nedeniyle devletlerin bu alana daha fazla önem vermeleri, dijitalleşme kavramının her alanda kullanılabilir olmasına sebep olmuştur. Özellikle sanayi toplumunda yaşayan bireylerin kültürel yapıları ve yaşam koşullarında ortaya çıkan farklılıklar bilgi toplumuna geçişin bir sonucu olarak görülmektedir (Livberber Göçmen, 2018). Yaşanan teknolojik gelişmelere bağlı olarak bireyler, günlük rutin işlemleri dijitalleşme sayesinde daha kolay ve daha kısa sürede yapabilir duruma gelmişlerdir. Bu durum teknolojinin hayatımıza girdiği andan itibaren yaşanan gelişmelere bağlı olarak, günümüzde teknolojinin insanlar için vazgeçilmez bir konuma gelmesini sağlamıştır (Liu vd., 2023). Teknolojik ilerlemenin en belirgin yansımalarından biri olan dijitalleşmenin, yaşamımızın her kesimine etki ettiği görülmektedir. Günümüzde dijital çağda yaşadığımız göz önüne alındığında, teknolojinin yaygınlaşmasıyla hayatımızın pek çok alanında dijital uygulamaların yer aldığı fark edilmektedir (Brennen ve Kreiss, 2016).

Dijitalleşme kavramı, her devletin bir zorunluluk olarak kabul ettiği bir dönemeç haline gelmiş ve bu alandaki dijital dönüşümler ivme kazanmıştır (Çapçioğlu ve Anık, 2021). Bu dönüşümlerin toplum nezdinde en tanınır örneği e-devlet uygulamalarıdır. Devletlerin benimsediği bu tür uygulamalar, aynı zamanda yapay zekâ teknolojisinden de faydalanmakta ve kullanıcı ihtiyaçlarına daha hızlı yanıt verebilmektedir. Dijitalleşmenin en belirgin kazanımlarından biri, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırmasıdır. Bu durum, insanlar ile teknoloji arasındaki etkileşimi arttırmış ve sistemler ile insanlar arasında daha yoğun bir etkileşim başlamıştır. Bu alandaki araştırmalar özellikle bilgi teknolojisi ve yapay zekâ gibi disiplinlere odaklanmıştır (Ersöz ve Özmen, 2020). Tüm dijital ve teknolojik ilerlemelerin sonucu günümüzde kullandığımız akıllı telefonlar ve bilgisayarlar, bireysel asistanlar gibi işlev görürken aynı zamanda hayatımızdaki pek çok detayı belleklerinde saklamaya başlamıştır. Kullanıcılar, dijital platformlarda sosyalleşme,

alışveriş yapma, bankacılık işlemleri gerçekleştirme, oyun oynama gibi bireysel gereksinimlerini gidermektedirler (Sürmeli ve Seferoğlu, 2019). Bu noktada, dijitalleşmenin günümüz insanının yaşamında oldukça belirgin bir rol oynadığını ifade etmek mümkündür. Tüm bu faydalarla birlikte, dijitalleşmenin kendine özgü bazı dezavantajları da mevcuttur. Bunlardan en önemlisi, kişisel verilerimizin üçüncü taraflarla paylaşılmasıdır (Bilir, 2021). Bu yüzden kişisel bilgilerimizin başkalarıyla paylaşılması problemli bir durumu ifade etmektedir. Dijitalleşmenin sunduğu avantajlarla karşılaştırıldığında, hayatımızla ilgili üçüncü kişiler veya şirketlerle paylaştığımız veriler önemli değilmiş gibi görülse de, bu bilgiler küresel ölçekte yeni bir ticaret alanının oluşmasını ve alınıp satılabilir birer ürün haline gelmesini sağlamıştır.

2.2. Dijital İletişim

Teknolojik aygıtlar yaşantımıza girdiğinden beri, iletişim alışkanlıklarımızın da bu yöne kaydığı görülmektedir. Bu bağlamda gündelik sohbetlerimiz ve yüz yüze kurulan iletişimler, zamanla dijital ortamlar ve cihazlar aracılığıyla daha fazla gerçekleşmektedir (Afyon, 2022). Yaşanan bu gelişim ve değişimler sayesinde dijital iletişimin kullanım sıklığının hızla arttığı söylenebilir. Bu noktada Web 2.0 teknolojisiyle birlikte daha efektif kullanılmaya başlanan dijital iletişim, bilgi paylaşma ve bilgi edinme sürecini kısaltarak bilgiye erişimini hızlandırmıştır (Alptekin, 2020). Bilginin daha hızlı yayılması, iletişim sürecindeki katılımcı sayısını artırmış ve önceki yavaş iletişim kanallarının kullanımı yerine web teknolojileri aracılığıyla daha hızlı iletişim ve etkileşim süreçleri ortaya çıkmıştır. Bu durum Web 2.0 teknolojisiyle birlikte dijital ortamda bilgi kirliliği oluşmasına neden olmuş, bu durumu aşabilmek adına Web 3.0 teknolojisi geliştirilerek bu durumun önüne geçilmesi amaçlanmıştır (Kapan ve Üncel, 2020).

Dijital iletişim, teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel iletişim yöntemlerinin yanı sıra dijital iletişim de günlük yaşamımızın her alanına nüfuz etmiştir. E-posta, anlık mesajlaşma uygulamaları, sosyal medya platformları ve diğer çevrim içi araçlar, insanların hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlamaktadır (Castells, 2008). Dijital iletişim, zaman ve mekân kısıtlamalarını ortadan kaldırarak insanların dünyanın her yerindeki insanlarla kolayca etkileşimde bulunmasını sağlamaktadır. Bir e-posta veya bir mesaj, birkaç saniye içinde karşı tarafa

ulaşabilmekte ve cevap alınabilmektedir. Ancak, dijital iletişimin bu hızlı ve kolay erişilebilirliği bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Gizlilik endişeleri, siber güvenlik tehditleri ve bilgi kirliliği gibi sorunlar, dijital iletişimin önemli konuları arasında görülmektedir. Bu nedenle, dijital iletişimde bilinçli ve dikkatli olmak, kişisel ve kurumsal güvenliği sağlamak için önemlidir (Bawden ve Robinson, 2009).

Hala geliştirilmeye açık ve nispeten yeni olan iletişim teknolojileri, artık günlük yaşam içerisinde sıkça kullanılmakta ve her geçen gün kullanımı daha da artmaktadır (Binark, 2007). İletişim teknolojilerinin kullanım alanlarına bakıldığında sosyal medya ve eğlence öncelikli olmak üzere çok geniş yelpazeye sahip olduğu görülmektedir. Bu durum teknolojik gelişmelerin çok hızlı bir şekilde gelişmesinin bir neticesi olarak ortaya çıkmaktadır (Akyazı, 2014). Bilgi ağında doğan ve büyüyen gençler, değişime en açık olan kuşaktır. Bu nedenle, internet kullanma amaçlarıyla internet kullanım alışkanlıkları diğer kuşaklardan farklı olduğu söylenebilmektedir (Topraklı ve Mazman, 2020). Bilgi ağının getirdiği olanakları daha iyi kavrayan ve internet konusunda daha bilgili olan gençler, iletişim teknolojilerini kullanma konusunda diğer bireylere göre daha aktif ve yetkindir.

2.3. Dijital İletişimin Avantaj ve Dezavantajları

Son yıllarda hızla gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte eğitim, sağlık, alışveriş ve turizm gibi birçok alanda dijital platformlar kullanılmaya başlanmış ve yaygın hale gelmiştir. Bu nedenle dijital platformlar, günümüz dijital iletişim çağında hem etkili bir alan yaratmakta hem de geniş bir perspektifte hizmet sunmaktadır. Bu platformlar, çeşitli hizmetler sunarak bireylerin günlük yaşamını kolaylaştırmaktadır. Ancak, bu teknolojilerin gündelik hayata entegre olması hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bu bağlamda, dijital iletişimin avantaj ve dezavantajları incelenerek günlük yaşama yansıyan etkileri bu kısımda ele alınmıştır.

Dijital iletişim çağıyla birlikte kullanılmaya başlanan iletişim araçları, bireylere çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Özellikle gençler için sosyal medya platformları, yalnızca arkadaşlık kurma değil, aynı zamanda boş zaman aktiviteleri, eğlence ve oyun oynama gibi amaçlarla da kullanılan birer ortam haline gelmiştir. (Eren, 2014). Bu platformlar, hızlı,

maliyeti düşük ve kolay bir iletişim ağı sağlayarak bireyler arasındaki etkileşimi artırmaktadır. Bununla birlikte, dijital medya ortamları mekân kavramını ortadan kaldırarak dünya genelinde iletişim imkânı sunmaktadır (Dedeoğlu, 2016). Teknolojik ilerlemeler, toplumları bir araya getirerek etkileşim hızını artırırken, dijital iletişim teknolojileri yardımıyla sosyal ve kültürel yaşamı yeniden şekillendirme potansiyeline sahiptir. (Bitirim-Okmeydan, 2017). Bugünün toplumlarında, insan ilişkilerinin büyük bir bölümü dijital ortamlarda gerçekleştiği gözlemlenmektedir (Samur, 2021). Bireyler dijital medya platformları sayesinde özellikle de sosyal medya platformları yardımıyla, diğer bireylerle sosyal ilişkiler kurabilmekte ve gerçek yaşamdaki gibi arkadaşlık ve dostluk kavramlarını dijital dünyaya aktarabilmektedirler.

İnternet platformları içinde özellikle sosyal medya uygulamaları, kişileri bir araya getirerek iletişim ve etkileşim kurlarını sağlayan önemli bir etmen olmuştur (Aslan, 2012). Kişiler, Facebook, X (Twitter) ve Instagram gibi sosyal medya platformları aracılığıyla arkadaş edinebilmektedirler. Bununla birlikte, sosyal medya platformlarındaki farklı gruplara üye olarak, gerçek hayattaki sosyal etkileşimi dijital ortamlarda da yaşayabilmektedirler. Ayrıca, dünya üzerindeki farklı konumlarda bulunan insanlarla kolayca iletişime geçerek küresel bir iletişim ağı kurabilmektedirler. Fakat sanal ortam üzerinde kurulan ve sürdürülen arkadaşlık süreçleri bazı olumsuz durumları ortaya çıkarabilmektedir. Günümüzde, kişilerin hem uzak hem de yakın mesafedeki arkadaşlıklarını genellikle sosyal medya platformlarıyla sürdürdüğü düşünüldüğünde, sanal arkadaşlıkların gerçek yaşamdaki dostlukların yerini alamayacağı, ayrıca kişileri aile, komşu, çevre, mahalle ilişkilerini olumsuz etkileyeceği ve aynı çevrede yaşayan kişilerin zamanla birbirlerine daha mesafeli olacağı yadsınamaz bir gerçektir (Karaboğa, 2018). İnternet hayatımıza girdikten sonra, kişiler arası iletişim sanal ortamlarda kurulmaya başlamış, bu ilişkiler ise gerçek hayatta kurulan karşılıklı ilişkilere göre daha zayıf bir yapıya sahip olmuştur. (Kraut vd., 1998).

Dijital platformlarda kurulan yeni arkadaşlıklar, bilinmeyen biriyle tanışmanın getirdiği riskleri içerisinde barındırmaktadır (Dedeoğlu, 2016). Örneğin, bu tür ilişkilerde kişisel gizlilik ihlalleri, dolandırıcılık, dijital zorbalık ve utanç verici durumlar gibi sorunlarla karşılaşma riski bulunmaktadır. Bu nedenle, dijital ortamlarda başlayan ilişkilerde karşı tarafın kötü niyetli olabileceği olasılığını göz önünde bulundurmak

önemlidir. Kişisel sınırları net bir şekilde çizmek ve korumak da bu tür risklerle başa çıkmada önemli bir adımdır (Sanin, 2022).

İnternet, bireylere özgürlük alanları sunmanın yanı sıra, dünyaya bağlanma imkânı sağlayarak büyük bir çekicilik oluşturmaktadır. Ancak, bu durum bazıları için interneti harikulade güçlere sahip uçsuz bucaksız bir alan olarak görmelerine neden olmaktadır . (Bargh ve McKenna, 2004). Bazı insanlar interneti, televizyon gibi pasif bir araçtan kurtarıcı bir güç olarak görmekte ve bu durumu iyimser bir gelişim olarak düşünmektedirler. Ancak, sınırsız erişim olanaklarıyla birlikte gelen riskler, bireylerin temel özgürlüklerine yönelik tehditler ve toplumun yalnızca internete bağlı bireylerden oluşma endişeleri gibi ciddi sorunları da beraberinde getirmektedir (Maigret, 2016). İnternet, görsel, işitsel ve metin içerikli araçların iletimindeki hızı, bu içeriklerin birleştirilmesi ve uluslararası ağlara erişim gibi özellikleriyle teknik bir iletişim aracı olarak kabul edilmektedir. Bu durum, klasik medya araçlarının sonunun geldiği şeklinde yorumlanabilir. (Aslan, 2012). İnternetin sunduğu hizmetlere bakıldığında televizyon izleyebilme, radyo dinleyebilme, gazeteleri inceleyebilme gibi pek çok geleneksel araçların dijital platformlara taşındığı görülmektedir (Woessner vd., 2021).

Hızla gelişen internet, yaşamın her alanını etkilemekte ve evlerdeki teknolojik donanımlardan işyerlerine kadar birçok alanda kendini göstermektedir. Bu nedenle, internetin kişisel, izole edilmiş ve oyun içerikli bir alan olarak kabul edilmesi, bireylerin yaşamını önemli ölçüde etkilediği düşüncesini doğurmaktadır (Maigret, 2016). Fakat internet ortamındaki oyun içerikli teknolojilerin temel motivasyonlarının insanların hayal dünyalarından maddi kazanç elde etmek olduğu göz önüne alındığında, kullanıcıların eğlenmesini sağlayan oyunların aslında bireyleri sektörel bir süreç içerisine dâhil ettiği görülmektedir (Arık, 2018).

Teknolojik cihazların özellikle de yapay zekâ uygulamalarını barındıran cihazların hayatımıza girmesiyle birlikte insan yaşamı kolaylaşmış ve günlük rutin işlemler bile artık dijital platformlarda kullanılan yapay zekâ uygulamalarıyla gerçekleştirilir hale gelmiştir. Son zamanlarda evlerin temizliğini yapması için tasarlanan robot süpürgeler içerisindeki yapay zekâyâ verilen komutlar sayesinde kişilerin yerine evleri süpürmektedir. Aynı şekilde “Akıllı Ev Sistemleri” konseptinde tasarlanan evlerde mobil cihazlar yardımıyla

evdeki elektronik cihazlar kolaylıkla kontrol altında tutulabilmekte ve istenilen şekilde çalıştırılabilmektedir. Ancak tüm bu dijitalleşme süreçleriyle birlikte gerçekleştirilen her bir aktivitenin dijital izlerinin kayıt altına alındığı bilinmelidir. Günümüzde, bireylerin günlük yaşamlarını kolaylaştıran birçok dijital cihaz ve uygulama, kullanıcıların davranışlarını, tercihlerini ve etkileşimlerini izleyerek veri toplama yeteneğine sahiptir. Örneğin, robot süpürgeler, evdeki yüzey alanlarını hafızalarına kaydederek bu bilgileri dijital bir formatta saklamaktadır. Bu cihazlar, sadece temizlik işlemlerini optimize etmekle kalmayıp, aynı zamanda kullanıcıların evleri hakkında ayrıntılı veriler de toplayarak, ev otomasyonu ve akıllı ev sistemlerinin bir parçası haline gelmektedirler. Bu tür cihazların topladığı veriler, kullanıcı deneyimini iyileştirmek ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunmak amacıyla kullanılabilirken, aynı zamanda bireylerin mahremiyeti konusunda ciddi endişelere yol açmaktadır. Kullanıcıların izinsiz olarak toplanan verileri, dijital ayak izlerini oluşturarak, çeşitli amaçlarla üçüncü şahıslarla paylaşılabilen veya kötüye kullanılabilir. Dolayısıyla, dijitalleşmenin sunduğu kolaylıkların yanında, bireylerin dijital izleri ve kişisel verileri üzerindeki kontrollerinin ne derece korunduğu, günümüz dijital çağında önemli bir tartışma konusu haline gelmektedir. Aynı şekilde akıllı telefon uygulamalarıyla yapılan eylemler de kayıt altına alınmakla birlikte bireylerin yaşantılarına dair dijital izler oluşturularak bu veriler de kayıt altına alınmaktadır. Bu durum, dijital ortamda saklanan verilerin kötü amaçlı kullanılmasına, veri hırsızlığına ve güvenlik açıklarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Avcı, 2022).

Dijital iletişim çağı içerisinde eğitim alanında yaşanan değişikliklerin hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Dijital platformlar, uzaktan öğrenme, hayat boyu öğrenme gibi uygulamalarıyla toplumsal öğrenme süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu uygulamalar sayesinde, eğitime erişim olanakları sınırlı olan bölgelerdeki bireylere ulaşmak mümkün olmaktadır. Özellikle kırsal ve dezavantajlı bölgelerde yaşayan öğrenciler, dijital platformlar aracılığıyla dünya genelindeki eğitim kaynaklarına erişim sağlayarak bilgi ve becerilerini geliştirme fırsatı bulmaktadır. Bu durum aslında eğitim süreçleri içerisinde kullanılan dijital iletişim platformlarının eğitime zenginlik kattığı şeklinde de yorumlanabilmektedir (Dedeoğlu, 2016). Dünya genelinde yaşanan pandemi ile birlikte eğitim süreçleri dijital ortamlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu durum, her yaş ve seviyeden öğrencinin çevrim içi eğitim ile sürece devam etmesini sağlamıştır. Ayrıca diğer seminer, eğitim ve konferanslar da çevrim içi şekilde yapılmıştır.

Bakıldığında dijital ortamların eğitim süreçlerini kolaylaştırdığı ve sürdürülebilir bir eğitim süreci ortaya koyduğu söylenebilmektedir. Lakin sunulan zengin materyaller ve imkânlarla birlikte bilgi hırsızlığı veya "aşırımacılık" sorunlarının da yaşandığı görülmektedir (Fidan ve Lokmanoğlu, 2022). Dijital ortamlar, verilerin yeniden şekillendirilebildiği, verilere rahatlıkla ulaşılabilen ve verilerin diğer kişiler tarafından değiştirilerek kendi ürettiği veri olarak paylaşma imkânı sunan belirsiz ve karmaşık bir ortam olarak tanımlanabilmektedir (Koçyiğit, 2022).

2.4. Dijital İletişimdeki Etik Sorunlar

Dijital teknolojiler geliştikçe insan yaşamı kolaylaşmaktadır. Fakat yaşamı kolaylaştırmanın yanında bireylere zarar verebilecek olumsuz etkileri de görülmektedir (Cascio ve Montealegre, 2016). Özellikle internet alt yapısını kullanan platformların olumsuz özellikleri etik sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Binark ve Bayraktutan (2013) çalışmalarında, yeni medya alanında tespit edilen etik sorunları detaylı bir şekilde ele almışlardır. Bu bağlamda dijital ortam içerisinde karşılaşılan etik sorunlar şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Özel hayatın gizliliği,
- Telif hakları,
- İçeriklerin kaynaksız veya farklı kaynaktan gösterilmesi,
- Üretilen içeriklerin doğruluğunun kanıtlanmadan paylaşılması,
- Kişisel verilerin güvenliği,
- Veri madenciliği,
- Dijital Gözetleme,
- Yalan haber ve dezenformasyon,
- Fazlaca karşılaşılan ve rahatsız edici reklam içerikleri,
- Nefret içerikli paylaşımlar,
- Dijital ortamda sadece tüketici rolündeki bireylerdir (Binark ve Bayraktutan, 2013).

2.4.1. Özel Hayatın Gizliliği

Bireyler toplum içinde yaşayan bir varlık olmasının yanı sıra kendine ait mahremiyet alanına da sahiptirler. Özel hayat olarak da isimlendirilen mahremiyet alanı, bireyin belirlediği sınırlarıyla paylaşmak istemediği ve diğer bireylerin bilmemesi gereken bilgi, durum, olay vb. kapsamaktadır (Korkmaz, 2014). Bu alanın en hassas konuları arasında bireyin dini inançları, etnik kökeni ve sağlık bilgileri gibi konular bulunmaktadır. Ayrıca bu bilgiler bireyin isteği doğrultusunda korunması gereken konulardır (Binark ve Bayraktutan, 2013). Son zamanlarda yaşanan dijital gelişmelerle birlikte, bireylerin özel yaşamlarının korunması ve kendi özel alan sınırlarının belirlenmesi giderek zorlaşmaktadır (Shirky, 2011). Hayatın her alanında var olan dijital cihazlarla birlikte dijital hizmetler, özel verilerin korunması ve saklanması güçleştirebildiği gibi birçok sorun ve probleme de neden olabilmektedir.

Dijital platformlar bireylerin özel hayatını farklı şekillerde ihlal etmektedirler. Örneğin, görsel ve işitsel içerikli paylaşımlar, etiketleme ile yapılan paylaşımlar, izinsiz e-posta adresi paylaşımları, telefon ile yapılan görüşmelerin kaydedilerek paylaşılması gibi ihlaller ortaya çıkabilmektedir. Bu ihlaller dijital platformlar üzerinde rahatlıkla gerçekleştirilebilmektedir. Örneklendirilecek olursa, internet yoluyla alınan ürünün, kargo paketi üzerinde fatura bilgilerindeki kişisel bilgilerle birlikte alınan ürünün içeriğinin de görünmesi özel hayatın ihlali kapsamında değerlendirilebilmektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013). Geçtiğimiz yıllarda yaşanan kişisel verilerin saklandığı bulut teknolojisinde ünlü kişilerin özel görüntülerinin çalınması sonucu bu görüntüler dijital olarak tüm dünyaya yayılmış ve özel hayatın gizliliği ihlal edilmiştir (Narin ve Ünal, 2019).

2.4.2. Telif Hakları

Telif hakkı, bireylerin veya kurumların zekâlarıyla, çabalarıyla ve yatırımlarıyla oluşturdukları fikir ve sanat eserlerinin ekonomik ve sosyal haklarını korumayı amaçlayan yasal düzenlemeleri içermektedir (Dedeoğlu, 2016). Telif haklarına benzer bir kavram olan patent, bir buluşun sahibine, ürününün üçüncü kişiler tarafından üretilmesinin, satılmasının veya ithal edilmesinin engellenmesini sağlayan bir koruma tekniğidir (Koçyiğit, 2022).

Dijital ortamda bulunan her şey bir enformasyon olarak görülmektedir. Telif ve patent haklarıyla koruma altına alınan dijital içerikler de enformasyon olarak tanımlanmaktadır (Solove, 2006). Bu enformasyonların dijital platformlarda sınırsızca paylaşılması durumunda, telif ve patent haklarına sahip kişi veya kurumların bu haklarının ihlal edildiği değerlendirilebilir (Binark ve Bayraktutan, 2013). Bu nedenle telif veya patent haklarına sahip içerikler dijital platformlar sayesinde milyonlarca hatta milyarlarca insana ulaşabildiği için, bu durum kişi ya da kurumların haklarının ihlal edilmesiyle sonuçlanabilmektedir.

2.4.3. İçeriklerin Kaynaksız Veya Faklı Kaynaktan Gösterilmesi

İnternet çağında bilgiye erişim kolaylaşmış ve paylaşım süreçleri hızlanmıştır. Ancak bu kolaylık bazen içeriklerin kaynağının belirsizleşmesine neden olabilmektedir. İçeriklerin kaynaksız veya farklı kaynaklardan gösterilmesi, bilginin güvenilirliğini ve doğruluğunu sorgulamayı öncelemektedir. Özellikle sosyal medya platformlarında sıkça karşılaşılan bu durum, yanıltıcı bilgilerin yayılmasına ve bilgi kirliliğinin artmasına yol açabilmektedir. Bir içeriğin doğru kaynaktan alınmaması, orijinal yaratıcısının emeğine saygısızlık anlamına gelmektedir (Dedeoğlu, 2016). Telif haklarına saygı duymak ve içeriklerin kaynaklarını doğru şekilde belirtmek, bilgi paylaşımının sağlıklı ve adil bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır (Heller, 2009).

İnternet kullanıcıları, her zaman içerikleri paylaşmadan önce kaynaklarını kontrol etmeli ve doğruluğunu teyit etmelidir. Ayrıca, başkalarının emeğine saygı göstererek, paylaşımlarda doğru kaynaklar belirtilmeli ve telif haklarına özen gösterilmelidir (Boyle, 2008). Bu şekilde, bilgi paylaşımının güvenilirliği ve doğruluğu artmakta, aynı zamanda içerik üreticilerinin hakları korunmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013).

2.4.4. Üretilen İçeriklerin Doğruluğunun Kanıtlanmadan Paylaşılması

Dijital çağın hızla gelişen ortamında, bilgiye erişim kolaylığı ve paylaşım imkânları gün geçtikçe artmaktadır. Ancak, bu hızlı paylaşım ortamında doğruluk ve güvenilirlik sık sık göz ardı edilebilmektedir. Üretilen içeriklerin doğruluğunun kanıtlanmadan paylaşılması, ciddi sonuçlara yol açabilecek bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi

kirliliği, doğrulanmamış ve yanıltıcı içeriklerin dijital platformlarda yayılmasıyla ortaya çıkmaktadır (Mridha vd., 2021). Özellikle sosyal medya gibi geniş kitlelere ulaşan mecralarda, hızlıca yayılan bilgilerin doğruluğu sorgulanmadan kabul görebilmektedir. Bir haber veya bilginin kaynağı doğrulanmadan ve içeriğinin gerçekliği kanıtlanmadan paylaşılması, toplumda yanlış bilgiye dayalı algıların oluşmasına ve bu durumun zararlı sonuçlara yol açmasına neden olabilmektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013). Bu durum, sağlık, siyaset, eğitim, ekonomi gibi birçok önemli konuda özellikle tehlike oluşturabilmektedir. Sahte sağlık bilgileri, manipüle edilmiş siyasi içerikler, yanıltıcı ekonomik veriler gibi yanlış bilgiler, bireylerin kararlarını etkileyebilmekte ve toplumsal tartışmalara sebep olabilmektedir. Ayrıca, doğruluğu kanıtlanmamış bilgilerin paylaşılması, toplumda güvensizlik duygusunu artırarak bilgiye olan güveni sarsabilmektedir (Shu, 2022).

Üretilen içeriklerin doğruluğunun kanıtlanmadan paylaşılması aynı zamanda bilgi üretimini ve araştırmayı da olumsuz etkileyebilmektedir. Eğer herkes, kaynağı belirsiz veya doğruluğu şüpheli bilgileri kolayca paylaşırsa, gerçek bilginin önemi ve değeri azalabilmektedir. Bu da uzun vadeli olarak bilgiye dayalı toplumların oluşmasını engelleyebilmekte ve toplumsal ilerlemeyi zora sokabilmektedir. Bu nedenle, dijital platformlarda bilgi paylaşımında herkesin sorumluluk sahibi olması önemlidir. Bilginin doğruluğunu ve güvenilirliğini teyit etmeden paylaşmamak, yanlış bilginin yayılmasını önleyebilmekte ve bilgi kirliliğini azaltabilmektedir (Collins vd., 2021). Aynı zamanda, bilgiyi paylaşıırken kaynağını belirtmek ve güvenilir kaynaklara dayanmak da önemlidir. Böylece, doğru ve güvenilir bilgiye dayalı bir dijital ortamın oluşturulması mümkün olabilmektedir (Ünal ve Taylan, 2017).

2.4.5. Kişisel Verilerin Güvenliği

Kişisel verilerin güvenliği, dijital çağın önemli konularından biridir ve giderek daha fazla dikkat çekmektedir. Bu konu, bireylerin hassas bilgilerinin korunması, gizliliği ve güvenliği ile ilgilidir. İnternet kullanımının yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte, kişisel verilerin korunması önemli bir sorun haline gelmiştir. Kişisel veriler, bireylere ait kimlik bilgileri, iletişim bilgileri, finansal veriler, sağlık verileri ve diğer özel bilgileri içermektedir (Binark ve Bayraktutan, 2013). Bu verilerin kötü niyetli

kişiler veya kurumlar tarafından ele geçirilmesi veya kötüye kullanılması durumunda ciddi sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Kimlik hırsızlığı, dolandırıcılık, kişisel bilgilerin sızdırılması gibi durumlar, bireylerin güvenliğini ve gizliliğini tehlikeye atmaktadır.

Kişisel verilerin güvenliği, hem bireylerin hem de kurumların sorumluluğunda olan bir durumdur. Bireyler, güçlü parolalar kullanarak hesaplarını korumalı, güvenilir internet bağlantıları kullanmalı ve bilgiyi paylaşırken dikkatli olmalıdır. Ayrıca, güvenlik yazılımlarının düzenli olarak güncellenmesi ve bilgi güvenliği konusunda bilinçlenmeye önem verilmesi de gerekmektedir. Kurumlar ise, kişisel verileri korumak için gerekli teknik ve organizasyonel önlemleri almalıdır. Veri güvenliği politikaları oluşturmalı, güvenlik yazılımlarını kullanmalı, personeli eğitmeli ve düzenli olarak güvenlik kontrolleri yapmalıdır. Ayrıca, kişisel verilerin yalnızca gerekli olduğu durumlarda ve belirlenen amaçlar doğrultusunda kullanılması da önemli bir diğer husustur.

Hükümetler ve uluslararası kuruluşlar da kişisel verilerin güvenliği konusunda düzenlemeler yapmakta ve standartlar belirlemektedirler. Avrupa Birliği'nin Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) gibi yasal düzenlemeler, kişisel verilerin korunması ve işlenmesiyle ilgili kuralları belirlemekte ve uyum sağlamayan kurumları cezalandırmaktadır. Kişisel verilerin güvenliği, dijital dünyada yaşayan herkesin önem vermesi gereken bir konudur. Bireylerin ve kurumların bilinçli ve dikkatli olması, kişisel verilerin güvenliğini sağlamak için önemli bir adımdır. Ayrıca, güvenlikle ilgili yasal düzenlemelerin ve standartların takip edilmesi de kişisel verilerin korunması için gereklidir (Küzeci, 2010).

2.4.6. Veri Madenciliği

Veri madenciliği, büyük veri kümelerinden anlamlı bilgi ve desenler çıkarmak için kullanılan bir disiplindir (Baykal, 2006). Bu disiplin, istatistik, yapay zekâ, makine öğrenimi ve veri tabanı yönetimi gibi alanlardan yararlanarak veri analizi yapmaktadır. Veri madenciliği, işletmelerin stratejik kararlar almasına, pazarlama kampanyalarını optimize etmesine, müşteri davranışlarını anlamasına ve iş süreçlerini iyileştirmesine olanak tanımaktadır (Coşlu, 2013).

Veri madenciliği, geniş ve karmaşık veri kümelerindeki desenleri ve ilişkileri tespit etmek için çeşitli teknikler kullanmaktadır. Bu teknikler arasında sınıflandırma, kümeleme, ilişki analizi, zaman serisi analizi ve anomalilerin tespiti gibi yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler, veri setlerindeki gizli bilgileri ortaya çıkarmak ve karar alma süreçlerini desteklemek için kullanılmaktadır. Ancak, veri madenciliği uygulamalarıyla ilgili bazı önemli zorluklar da bulunmaktadır. Bu zorluklar arasında büyük veri kümelerinin işlenmesi, veri kalitesi sorunları, gizlilik endişeleri ve etik sorunlar yer almaktadır. Dijital iletişimde de veri madenciliği ile ilgili bazı önemli sorunlar ve zorluklar bulunmaktadır. Bu sorunlar, büyük veri kümeleri üzerinde yapılan analizlerin doğruluğunu, gizliliğini, güvenliğini ve etliğini etkilemektedir (North, 2012).

Dijital iletişimdeki veri madenciliği çalışmaları, kullanıcıların gizliliği ve kişisel verilerinin güvenliği konusunda endişelere neden olabilmektedir. Özellikle hassas kişisel bilgilerin (örneğin, sağlık verileri veya finansal bilgiler) kullanılması durumunda, veri madenciliği uygulamaları kişisel gizliliği ihlal edebilmektedir (Arslantaş vd., 2012). Veri madenciliği uygulamaları sıklıkla etik sorunlarla da karşılaşmaktadır. Örneğin, kullanıcıların davranışlarını izlemek ve profilemek, manipülatif pazarlama taktikleri geliştirmek veya ayrımcı sonuçlara neden olabilecek yanlış varsayımlar yapmak gibi etik dışı uygulamalar ortaya çıkabilmektedir. Veri madenciliği modelleri, veriye aşırı uyum sağlama eğilimindedir. Bu durum, modelin eğitim verilerine çok iyi uymasına rağmen, gerçek dünya verilerine uygulandığında yanıltıcı sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Bu sorunlarla başa çıkmak için veri madenciliği uygulamalarında dikkatli bir yaklaşım benimsemek büyük önem taşımaktadır. Veri kalitesini artırmak amacıyla veri ön işleme teknikleri, örneğin veri temizleme, normalizasyon ve dönüştürme, kullanılabilir. Bu süreçler, verinin tutarlılığını ve doğruluğunu sağlamak için kritik öneme sahiptir. Ayrıca, gizlilik ve güvenlik önlemleri alarak, kişisel verilerin korunması konusunda veri sahiplerinin haklarına saygı gösterilmelidir. Etik kurallara uyulması, veri madenciliği uygulamalarının güvenilirliğini artırırken, aynı zamanda toplumda veri kullanımına dair güven oluşturur.

Modellerin doğruluğu, çeşitli istatistiksel ve makine öğrenimi yöntemleri ile test edilerek, sonuçların geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmalıdır. Ek olarak, veri madenciliği projeleri yürütülürken şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine özen gösterilmesi, paydaşların süreçlere olan güvenini artıracaktır. Şeffaflık, kullanıcıların veri kullanım süreçlerini anlamalarını sağlarken, hesap verebilirlik, veri analizi sonuçlarının sorumluluğunu üstlenmeyi gerektirir. Bu şekilde, veri madenciliği ile ilgili yaşanan sorunlar minimize edilebilir ve daha güvenilir sonuçlar elde edilebilir; bu da hem bireysel hem de kurumsal düzeyde daha bilinçli kararların alınmasına olanak tanır

2.4.7. Dijital Gözetleme

Dijital gözetleme, modern teknolojinin gelişmesiyle birlikte önemli bir sorun haline gelmiştir. İnternetin ve diğer dijital iletişim araçlarının yaygınlaşması, bireylerin çevrim içi aktivitelerinin, alışkanlıklarının ve iletişimlerinin kolayca izlenebilir bir hale dönüşmesine yol açmıştır. Dijital gözetleme, bireylerin çevrim içi davranışlarını izlemek ve kaydetmek için kullanılan teknolojik araçlar ve yöntemlerle ilgilenmektedir. Bu durum, bireylerin gizlilik haklarını ve kişisel özgürlüklerini tehlikeye atmakta ve toplumsal, siyasi ve ekonomik sonuçlara yol açmaktadır.

Dijital gözetleme, birçok farklı biçimde gerçekleştirilebilmektedir. İnternet tarayıcıları ve arama motorları, kullanıcıların çevrim içi davranışlarını takip ederek kişiselleştirilmiş reklamlar sunmaktadırlar. Sosyal medya platformları, kullanıcıların etkileşimlerini izleyerek profil oluşturma amacıyla bu verileri kullanmaktadırlar. Ayrıca, hükümetler ve özel şirketler, telekomünikasyon verilerini, e-postaları saklamakta telefon görüşmelerini dinleyebilmekte ve hatta çevrim içi mesajlaşmaları takip edebilmektedirler (Kalaman, 2019).

Dijital gözetlemenin birçok olumsuz etkisi bulunmaktadır. Öncelikle, bireylerin gizliliği ve kişisel özgürlükleri tehlikeye atılabilmektedir. Çevrim içi aktivitelerin izlenmesi, bireylerin düşüncelerini ifade etme özgürlüğünü kısıtlamakta ve sansürü teşvik etmektedir (Lyon, 2006). Ayrıca, dijital gözetleme, hükümetlerin ve kurumların güçlerini kötüye kullanmalarına ve vatandaşların özel yaşamlarına müdahale etmelerine olanak vermektedir. Dijital gözetlemenin ekonomik sonuçları da önemlidir. Şirketler, müşterilerin

çevrim içi davranışlarını izleyerek pazarlama stratejilerini optimize etmeye çalışmaktadırlar. Ancak, bu durum, tüketicilerin gizlilik haklarını ihlal etmekte ve güven duygularını zedelemektedir. Ayrıca, çevrim içi alışverişlerdeki kişisel verilerin kötüye kullanılması, kimlik hırsızlığı ve dolandırıcılık gibi riskler de ortaya çıkabilmektedir (Rizanaj, 2020).

Dijital gözetlemeye karşı korunmak için, bireylerin dijital güvenlik önlemleri alması ve kişisel gizliliklerini koruması önemlidir. Güvenilir sanal özel ağlar (VPN'ler) kullanmak, güçlü parolalar ve şifreleme yöntemleri kullanmak, çevrim içi etkinliklerde dikkatli olmak ve izleme ve izinsiz veri toplama uygulamalarını engellemek için çeşitli araçlar ve yöntemler bulunmaktadır. Sonuç olarak, dijital gözetleme, modern teknolojinin getirdiği birçok faydaya rağmen, bireylerin gizliliği ve özgürlüğü üzerinde ciddi tehditler oluşturabilmektedir. Bu nedenle, dijital gözetlemenin olumsuz etkilerini azaltmak için dikkatli bir dengeleme ve düzenleme yaklaşımı gerekmektedir (Niedzwiecki, 2019).

2.4.8. Yalan haber ve Dezenformasyon

Dijital ortamda yalan haber ve dezenformasyon, son yıllarda giderek artan bir sorun haline gelmiştir. İnternetin yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının popüler hale gelmesiyle birlikte, herkesin kolayca içerik üretebilmesi ve paylaşabilmesi, yalan haberlerin ve yanlış bilgilerin hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, toplumda güvenilirliğin sarsılmasına, toplumsal bölünmelere, siyasi gerilimlere ve hatta şiddete varan olayların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Yalan haberler ve dezenformasyon, farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bazıları kasıtlı olarak yanıltıcı bilgiler üretip yayarken, diğerleri yanlış anlaşılan veya hatalı bilgileri içerebilmektedir. Sosyal medya platformları, bu tür içeriklerin hızla ve geniş bir kitleye yayılmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, botlar ve otomatik hesaplar gibi yapay zekâ destekli araçlar, yalan haberlerin ve dezenformasyonun daha fazla kişiye ulaşmasını sağlamaktadır.

Yalan haberlerin ve dezenformasyonun birçok zararlı etkisi bulunmaktadır. İlk olarak bu tür içerikler toplumsal bölünmeyi derinleştirmekte ve farklı gruplar arasında gerilimi artırmaktadır. İkincisi, kamuoyunu yanıltarak yanlış bilgilere dayalı kararlar alınmasına neden olabilmektedir. Üçüncüsü, yalan haberler demokratik süreçlere zarar

verebilir ve seçim sonuçlarını etkileyebilir. Bu durum, vatandaşların seçimlere yönelik güvenini azaltmakta ve siyasi istikrarı tehdit etmektedir. Son olarak, yalan haberler ve dezenformasyon, toplumda güvenilir medya kuruluşlarına olan güveni sarsmakta ve gazeteciliğin itibarını zayıflatmaktadır. Bu bağlamda, güvenilir medya kaynaklarının desteklenmesi ve medya okuryazarlığı eğitiminin artırılması, yalan haberlerin yayılmasının önlenmesi açısından kritik öneme sahiptir.

Yalan haberler ve dezenformasyonla mücadele etmek için çeşitli stratejiler ve çözümler geliştirilmekte, bu bağlamda medya okuryazarlığının artırılması son derece önemlidir. Bireylerin, içeriklerin doğruluğunu kontrol etme ve yanıltıcı bilgileri tanıma konusunda bilinçli olmaları gerekmektedir. Bu nedenle, eğitim kurumlarında medya okuryazarlığı programlarının entegre edilmesi, öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirecek ve bilgiye yaklaşım biçimlerini güçlendirecektir. İkincisi, sosyal medya platformlarının içerikleri daha etkin bir şekilde denetlemesi ve yanıltıcı bilgileri tespit etmesi için yapay zekâ ile insan denetimini birleştiren bir yaklaşım benimsemeleri gerekmektedir (Adjin-Tettey, 2022). Yapay zekâ, büyük veri setlerini analiz etme yeteneği sayesinde, potansiyel olarak yanıltıcı içeriklerin hızlı bir şekilde belirlenmesine yardımcı olabilir. Ancak, bu sistemlerin sınırlamaları da göz önünde bulundurularak, insan denetiminin de devreye girmesi önemlidir. İnsan denetimi, yapay zekâ algoritmalarının tespit edemediği ince nüansları ve bağlamları değerlendirme kapasitesine sahiptir. Üçüncüsü, gazeteciler ve medya kuruluşları doğrulama ve kaynak kontrolü konusundaki çabalarını artırmalıdır. Yalan haberler ve dezenformasyon, dijital çağın bir gerçeği haline gelmiştir ve ciddi sonuçlara yol açabilmektedir (Sarkar and Ghosh, 2024). Bu sorunla mücadele etmek için, bireylerin, medya kuruluşlarının ve teknoloji şirketlerinin işbirliği yapması ve etkili stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Bu şekilde, toplumun daha güvenilir, bilgiye dayalı bir ortamda yaşaması sağlanabilmektedir (Kalan, 2016).

2.4.9. Fazlaca Karşılaşılan Ve Rahatsız Edici Reklam İçerikleri

Dijital ortamda fazlaca karşılaşılan ve rahatsız edici reklam içerikleri, çevrim içi deneyimi olumsuz etkileyen önemli bir sorundur. İnternet kullanıcıları, web sitelerinde, mobil uygulamalarda ve sosyal medya platformlarında sık sık istenmeyen reklamlarla karşılaşmaktadırlar. Bu reklamlar, kullanıcıların dikkatini dağıtmakta, verimliliği

azaltmakta ve genel olarak çevrim içi deneyimi rahatsız edici hale getirmektedir. Fazlaca karşılaşılan ve rahatsız edici reklam içerikleri birkaç farklı şekilde ortaya çıkabilmektedir. Bunlar arasında pop-up reklamlar, otomatik video oynatma reklamları, tıkla-izle reklamları, tıklama tuzağı reklamlar, kullanıcı verilerini izleyen ve kişiselleştirilmiş reklamlar gibi türler bulunmaktadır. Bu reklam türleri, kullanıcıların web sitelerinde gezinirken veya uygulamaları kullanırken akışlarını kesmekte, dikkati dağıtmakta ve genellikle kullanıcıların istemediği içerikleri kapsamaktadır (Elden, 2015).

Fazlaca karşılaşılan ve rahatsız edici reklam içerikleri, internet kullanıcılarının çevrim içi gizliliklerini de tehlikeye atmaktadır. Kişiselleştirilmiş reklamlar, kullanıcıların çevrim içi davranışlarını izleyerek elde ettikleri veriler doğrultusunda hedeflenmektedir. Bu durum, kullanıcıların gizlilik haklarını ihlal edebilmekte ve güvenlik endişelerine neden olabilmektedir. Ayrıca, bazı reklam içerikleri, kötü amaçlı yazılımların ve bilgisayar virüslerinin yayılmasını sağlamaktadır. Bu tür rahatsız edici reklam içerikleriyle başa çıkmak için çeşitli stratejiler ve çözümler bulunmaktadır. Birincisi, reklam engelleme yazılımları ve eklentileri kullanmak önemlidir. Bu tür yazılımlar, istenmeyen reklamları otomatik olarak engellemekte ve kullanıcıların daha temiz bir çevrim içi deneyim yaşamasına olanak tanımaktadır. İkincisi, kullanıcıların gizlilik ayarlarını düzenlemeleri ve izin verilmeyen reklam izleme ve kişiselleştirme özelliklerini devre dışı bırakmaları gerekmektedir. Üçüncüsü, güvenilir ve tanınmış web sitelerini ve uygulamaları tercih etmek ve güvenlik yazılımlarını düzenli olarak güncellemek de önemlidir (Bleier ve Eisenbeiss, 2015).

Sonuç olarak, fazlaca karşılaşılan ve rahatsız edici reklam içerikleri, çevrim içi deneyimi olumsuz etkileyen yaygın bir sorundur. Bu tür reklamların varlığı, internet kullanıcılarının dikkatini dağıtarak çevrim içi deneyimlerini olumsuz yönde etkileyebilmekte ve aynı zamanda gizlilik endişelerine yol açmaktadır. Kullanıcılar, sürekli olarak rahatsız edici ve aşırı dikkat çekici içeriklerle karşılaşmakta, bu durum çevrim içi ortamda kaygı ve rahatsızlık hissi yaratmaktadır. Bu bağlamda, kullanıcılar ve teknoloji şirketleri, bu sorunu ele almak amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmeli ve uygulamalıdır (Boerman vd., 2017).

2.4.10. Nefret İçerikli Paylaşımlar

Dijital ortamda nefret içerikli paylaşımlar, internetin yaygınlaşmasıyla birlikte giderek artan bir sorun haline gelmiştir. Sosyal medya platformları ve çevrimiçi iletişim araçları, bireylerin kolayca içerik paylaşmasını sağlamaktadır. Ancak bu durum aynı zamanda nefret söylemi ve ayrımcılığı da ortaya çıkarabilmektedir. Nefret içerikli paylaşımlar, ırk, din, cinsiyet, etnik köken veya diğer özelliklere dayalı olarak kişilere veya gruplara yönelik saldırgan, aşağılayıcı veya ayrımcı ifadeler içermektedir (Öztekin, 2015). Bu tür paylaşımların birçok zararlı etkisi bulunmaktadır. Nefret içerikli paylaşımlar, hedeflenen kişiler veya gruplar üzerinde psikolojik etkilere neden olabilmektedir. Söz konusu kişiler veya gruplar kendilerini güvensiz, tehdit altında veya dışlanmış hissedebilmektedirler (Yanık, 2017). Toplumda bölünmeye ve kutuplaşmaya neden olabilecek bu tür içerikler, ayrımcılığı ve hoşgörüsüzlüğü teşvik etmekte ve toplumsal birlik ve uyum üzerinde olumsuz bir etkiyi ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca fiziksel şiddet veya saldırıların tetikleyicisi konumunda olabilen internet üzerindeki nefret söylemleri, gerçek hayatta şiddet eylemlerine dönüşebileceği gibi hedeflenen kişiler veya gruplar üzerinde ciddi zararlara da yol açabilmektedir (Cohen, 2011).

Nefret içerikli paylaşımlarla mücadele etmek için çeşitli stratejiler ve çözümler geliştirilmelidir. Öncelikle, sosyal medya platformlarının daha etkili bir içerik denetimi yapması, nefret içerikli paylaşımları tespit edip kaldırma kapasitesini artırması gerekmektedir. Bu yaklaşım, kullanıcıları zararlı içeriklerden korumak ve topluluk standartlarını korumak açısından kritik öneme sahiptir. Aynı zamanda, kullanıcıların medya okuryazarlığını artırmak ve nefret içerikli paylaşımları tanıma konusunda bilinçlenmeleri teşvik edilmelidir (Alğan ve Şensever, 2010). Kullanıcılar, yanıltıcı veya ayrımcı içerikleri tanıyabilmeli ve bu tür içeriklerle nasıl başa çıkacaklarını bilmelidirler. Toplumun çeşitli kesimlerinin birlikte çalışması ve nefret söylemiyle mücadele etmek için ortak çabalar sarf etmesi önemlidir. Sivil toplum kuruluşları, hükümetler, eğitim kurumları ve teknoloji şirketleri bir araya gelerek nefret içerikli paylaşımları önlemek için stratejiler geliştirebilmeli ve bunları uygulayabilmelidirler (Vardal, 2015). Dijital ortamdaki nefret içerikli paylaşımlar, toplum için ciddi bir tehdit oluşturur. Bu tür paylaşımların yayılmasını önlemek ve toplumda hoşgörü ve çeşitliliği teşvik etmek için herkesin birlikte çalışması ve

sorumluluk alması gerekmektedir. Bu, daha güvenli, daha kucaklayıcı ve daha adil bir dijital ortamın oluşturulmasına yardımcı olabilir.

2.4.11. Dijital Ortamda Sadece Tüketici Rolündeki Bireyler

Dijital ortam, günümüzde sadece tüketici rolündeki bireyler için önemli bir platform haline gelmiştir. İnternetin ve dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte, bireyler artık çevrimiçi alışveriş yapabilmekte, içerik tüketebilmekte, sosyal medyada etkileşimde bulunabilmekte ve diğer çeşitli dijital hizmetleri kullanabilmektedirler. Ancak, dijital ortamda sadece tüketici rolünde olan bireylerin karşılaştığı bir dizi deneyim ve sorunlar bulunmaktadır (Forsythe vd., 2006).

Bunların birincisi, dijital ortamda sadece tüketici rolünde olan bireyler, çevrimiçi alışveriş yaparken güvenlik ve gizlilik endişeleriyle karşılaşabilmektedirler. Kişisel ve finansal bilgilerin güvenliğini sağlamak, çevrimiçi alışveriş deneyimini olumsuz etkileyebilmekte ve güven eksikliği nedeniyle tüketici güvenliğini sarsabilmektedir. İkincisi, sadece tüketici rolünde olan bireyler, çevrimiçi içerik tüketirken bilgi aşırı yüklemesiyle karşı karşıya kalabilmektedirler. İnternet, sonsuz miktarda bilgiye erişim sağlamakta, ancak bu bilgilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini değerlendirmek, kullanıcılar için zor bir süreç olabilmektedir. Bu durum, tüketicileri yanıltıcı veya hatalı bilgilere maruz bırakmakta ve sonuç olarak bireylerin karar alma süreçlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Yanlış bilgiye dayanan kararlar hem kişisel düzeyde hem de toplumsal bağlamda ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Bu bağlamda, bireylerin bilgi okuryazarlığına yönelik eğitimlerin artırılması, güvenilir kaynakları ayırt etme becerilerini geliştirmek ve bilinçli birer dijital vatandaş olmalarını sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Üçüncüsü, sosyal medya gibi platformlarda sadece tüketici rolünde olan bireyler, çevrimiçi etkileşimler sırasında güvenilirlik ve samimiyet konularıyla imtihan olabilmektedirler. Sosyal medya üzerindeki etkileşimler, genellikle dijital kimliklerin ve sanal bir görüntünün yaratılmasına dayanmakta ve gerçek dünyadaki ilişkilerden farklı olabilmektedir. Bu durum, tüketicuyu gerçeklikten uzaklaştırabilmekte ve sosyal ilişkilerde yalnızlık veya bağlantısızlık hisnine yol açabilmektedir (Belanche vd., 2012).

Dijital ortamda sadece tüketici rolünde olan bireyler için bu tür deneyimlerle başa çıkmak için çeşitli stratejiler ve çözümler bulunmaktadır. Öncelikle, güvenlik ve gizlilik önlemlerini artırılmalı ve kişisel bilgilerin korunması sağlanmalıdır. İkincisi, medya okuryazarlığını geliştirmek ve çevrimiçi içerikleri eleştirel bir şekilde değerlendirmek, doğru bilgiyi ayıklamak için önemlidir. Üçüncüsü, sosyal medya kullanımını dengelemek ve gerçek dünya ilişkilerini korumak, dijital bağımlılığı azaltabilmekte ve tüketiciye daha tatmin edici bir deneyim sağlayabilmektedir. Dijital ortamda sadece tüketici rolündeki bireylerin karşılaştığı deneyimler ve sorunlar, çeşitli yönleriyle dikkate değerdir. Bu bireyler, çevrimiçi alışveriş yaparken güvenlik ve gizlilik endişeleri yaşayabilir, içerik tüketirken bilgi aşırı yüklemesiyle karşılaşabilir ve sosyal medya kullanırken gerçeklikten uzaklaşabilirler. Ancak, doğru stratejiler ve çözümler kullanılarak, bu tür sorunlarla başa çıkılabilir ve daha tatmin edici bir dijital deneyim elde edilebilir (Punj, 2011).

2.5. Dijital Ayak İzi

Bireyler çeşitli gereksinimlerini teknolojik cihazlar ve internet aracılığıyla çevrimiçi olarak veya çevrimdışı yöntemlerle karşılama fırsatına sahip olabilmektedirler. Her türlü faaliyetin, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde kayıt altına alındığı sanal ortamlar, kullanıcıların özellikle dikkatli davranması gereken ortamlardır (Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019). Kayıt altına alınan bu veriler ile ilgili yapılan çalışmalarda öne çıkan dijital ayak izi kavramı, kişiler hakkında farklı bilgiler sunmaktadır. Örneğin, bir kişi iş başvurusunda bulunduğu anda, bazı şirketlerin o kişinin dijital ayak izini incelemesi, işe alım sürecindeki kriterlerden biri olarak öne çıkmaktadır (Özbek vd., 2016).

21. yüzyıl itibarıyla artan sosyal medya kullanımı neticesinde, sosyal medya kullanıcıları kendileriyle ilgili pek çok veriyi bu platformda paylaşmaktadırlar. Bu veriler içerisinde; kişisel bilgiler, mesleki bilgiler, sağlık bilgileri gibi çeşitli alanlara ait veriler bulunmaktadır. Bu veriler, kullanıcılara ait dijital ayak izi oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Normalde gerçek yaşamda tutulacak olan veriler, sanal depolama alanlarında dijital ayak izi kapsamında saklanmaktadır (Türk, 2021). Normal yaşantılarında pek çok farklı özelliği ve ilgi alanları olan bireyler, sanal platformlarda tüketilecek bir ürün olarak görülmekte ve sanal platformlarda bıraktıkları veriler dijital ortamda önemli veriler kategorisinde değerlendirilmektedir.

İnternetin kullanılmaya başlandığı ilk zamanlarda, kullanıcılar internet hizmetlerinden yararlanmak için ücret ödemesi gerçekleştirmekteydi. Fakat kullanıcılar artık kişisel bilgilerini bu hizmetleri kullanabilmek için vermekte, verilen bu bilgiler ise kurumlar ve şirketler tarafından ücret ödenerek satın alınır hale gelmiştir (Galterio, 2018). Bu değişim süreci içerisinde farklılaşan roller, Facebook sosyal medya platformu içerisindeki “empatik işçiler” kavramına örnek olarak verilebilmektedir (Aydoğan, 2016). Facebook'un "empatik işçiler" kavramı, kullanıcıların günlük yaşamlarındaki iletişimlerinin ve etkileşimlerinin dijital platformda gerçekleştirildiği ve bu süreçte kullanıcıların farkında olmadan bir tür iş gücü olarak değerlendirildiği fikrine dayanmaktadır. Bu kavram, sosyal medya kullanıcılarının kişisel verilerini ve etkileşimlerini birer emek ürünü gibi düşünerek açıklamaktadır.

Bireylerin dijital ortamlarda bıraktıkları dijital ayak izleri, her geçen gün farklı alanlarda kullanılmaktadır. Dijital ortamlarda kayıt altına alınan bu izler, devletlerin, kurumların ve şirketlerin bireyleri takip edebilmelerine ve dijital ortamlarda yapılan iş ve işlemler neticesinde bireylerin sorumluluk üstlenmelerine neden olmaktadır. Bireyler hayatlarında yaptıkları eylemlerden sorumlu tutulduğu gibi dijital ortamlarda yaptıkları eylemlerden sorumlu tutulmaktadırlar. Bu nedenle bireylerin dijital ayak izi kavramı ile ilgili olarak bilgilendirilmeleri ve internet kullanımı hakkında daha bilinçli davranmaları gerekmektedir (Jain vd., 2004).

2.5.1. Dijital Ayak İzi Farkındalığı

Dijital ayak izi farkındalığı, sanal platformlarda kişilerin bıraktığı dijital izlerin diğer kişi ve kuruluşlar tarafından erişilebilir olması ve bu izlerin hangi kapsamda olduğu noktasındaki bilinç düzeyi şeklinde tanımlanabilmektedir (Sanin, 2022). Kişiler, dijital platformlarda yaptıkları işlemlerin (ziyaret edilen profil ve sayfalar, izlenen videolar, üye olunan gruplar vb.) kayıt altına alındığını bilmeli ve dijital profilini buna göre organize etmelidir. Dijital ayak izi farkındalığı, kişilerin dijital platformlarda ortaya koydukları dijital ayak izlerini yönetebilme becerileri olarak tanımlanabilmektedir (Acele, 2020).

Dijital platformlarda zaman geçiren bireyler, dijital döneme uyum sağlayabilmek ve dijital vatandaşlık kavramına uygun davranışlar sergileyebilmek için farkındalık bilincine

sahip olmaları gerekmektedir (Alqahtani vd., 2017). Dijital ayak izlerinin oluşması ile ilgili olarak WEB teknolojisiyle birlikte gelişim gösterdiği ifade edilmektedir (Sanin, 2022). Teknoloji ve teknolojik aygıtların zamanla değişim ve gelişim süreçlerine bağlı olarak kullanımının artması, bireylerin dijital ayak izi kavramına yönelik farkındalık düzeylerinin de artmasını zorunlu kılmaktadır (Şenel ve Yılmazdoğan, 2021).

2.5.2. Dijital Ayak İzi Yaşantısı

Dijital ayak izleri, bireysel özellik hakkındaki bilgilerin dijital ortamlarda saklanmasıdan sonra bu bilgilerin yaşamın farklı evrelerinde tekrar bireylerin önüne çıkması, dijital ayak izi yaşantısının bir parçasını ortaya koymaktadır. Gönderilen e-postalar, arama motorları kullanılarak yapılan aramalar, sosyal medya kullanımı kapsamında yapılan işlemlerin tamamı dijital ortamda saklanan verilerdendir (Bayzan, 2019). Sosyal medya kullanıcılarına basit gibi görünen sosyal medya platformlarında beğenilen bir fotoğraf bile dijital ayak izi yaşantısı kapsamında saklanmakta ve daha sonraki süreçlerde tekrar kullanıcıların önüne gelebilmektedir (Casa-Todd, 2018).

Dijital ayak izi yaşantısı dijital ortamda yapılan tüm işlemleri kapsamaktadır. Bu nedenle dijital ortamlarda hangi işlemlerin yapıldığı, bu işlemlere bağlı olarak nasıl geri dönüt sağlanacağına ilişkin verilerin doğru yönetilmesi önemlidir (Godfrey, 2016). Bireylerin dijital ortamlarda paylaştıkları verilerin gerçeği yansıttığı düşüncesi, dijital ayak izi kavramı ile ilgili deneyimlenen yaşantı durumlarının bir neticesidir (Bülbül ve Taş, 2021). Bu noktadan hareketle bireylerin dijital platformlarda gerçek düşüncelerini sunma noktasında çekimser olmadıkları ve bu konuda tereddüt yaşamadıkları görülmektedir (Afyon, 2022).

Dijital ortamda tutulan verilerin “Big Data” yani “Büyük Veri” adı verilen bir veri havuzunda saklanıyor olması, bireylerin internet üzerinden gerçekleştirdiği tüm eylemlerin bu havuzda toplanmasına neden olmaktadır. Bu havuzda toplanan veriler, hem kullanıcılar hem de bu verilere sahip olmak isteyen üçüncü şahıslar için önemli bir konumda olması nedeniyle güvenilirliğini sağlama noktasında uygulanan güvenlik tedbirlerinin yetersiz kaldığı görülmüştür (Eyüpoğlu vd., 2017). Bu noktada, bireylerin dijital ayak izlerini yönetme becerileri ve dijital ayak izi yaşantılarını kontrol edebilme yeteneklerine bağlı

olarak olumlu sonuçlara ulaşabilmek için genel bir farkındalık ortaya konulması gerekmektedir.

2.6. Günümüzde Sık Kullanılan Dijital Araçlar

Dijital ortam üzerinde farklı birçok dijital araç kullanılmaktadır. Dijital araçların bu kadar yaygın ve geniş kitlelerin ulaşılıyor olmasının en önemli nedeni internet altyapısıyla geliştirilmiş olması ve etkileşim içerikli bir yapısının bulunmasından kaynaklanmaktadır. İnternet bireylerin yaşamlarına girdikten sonra, bireyler farklı birçok eylemi dijital ortamlar üzerinde gerçekleştirir hale gelmiştir (Aktaş, 2011). Bu eylemlerin çeşitliliği, dijital ortamlarda kullanılan araçların çeşitliliği ile doğru orantılı olarak değişmektedir. İnternet altyapısıyla birlikte kullanılmaya başlanan çevrimiçi araçlar sayesinde bireyler, oyun, alışveriş, sohbet gibi birçok hizmete kolaylıkla erişebilir noktaya gelmiştir (Ayhan ve Köseliören, 2019). Bu durum bireylerin gerçek hayatta daha fazla vakit harcayarak yaptıkları eylemlerin, dijital ortamlarda daha kısa sürede yapılmasını sağladığından, dijital araçların daha fazla tercih edilir olmasına neden olmuştur.

2.6.1. Sosyal Platformlar

Sosyal ağlar, bireylerin çevrimiçi platformlarda birbirleriyle iletişim kurmalarını, bilgi paylaşımlarını ve çeşitli içerikleri tüketmelerini sağlayan dijital araçlardır (Arkan ve Yünter, 2018). Günümüzde sosyal ağlar, toplumsal etkileşimler, bilgi alışverişi ve medya tüketimi açısından merkezi bir rol oynamaktadır. Bu ağlar, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn gibi popüler platformlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmakta ve bireylerin çevrimiçi varlıklarını şekillendirmektedir (Kapan ve Üncel, 2020).

Sosyal ağların akademik incelemeleri, bu platformların toplumsal, kültürel ve psikolojik etkilerini ele almaktadır. Sosyal ağlar, bireylerin kimlik inşası, topluluk oluşturma ve sosyal sermaye birikimi süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu ağlar, kullanıcıların kendi kimliklerini sergilemelerine, benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle bağlantı kurmalarına ve profesyonel ilişkiler geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Özellikle gençler arasında, sosyal ağlar, sosyal etkileşimlerin ve kişisel ifadelerin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Sosyal ağların toplumsal etkileri üzerine yapılan

araştırmalar, bu platformların hem olumlu hem de olumsuz sonuçlarını ortaya koymaktadır. Olumlu yönleri arasında, bireyler arasındaki iletişimi artırma, bilgiye erişimi kolaylaştırma ve toplumsal hareketleri organize etme potansiyeli sayılabilir. Örneğin, sosyal ağlar aracılığıyla gerçekleştirilen kampanyalar ve protestolar, geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaşarak toplumsal değişimlere katkı sağlamaktadır. Öte yandan, sosyal ağların olumsuz etkileri de dikkate değerdir. Özellikle mahremiyet sorunları, siber zorbalık ve bilgi kirliliği gibi konular, sosyal ağların eleştirilen yönlerindendir. Kullanıcıların kişisel verilerinin izinsiz bir şekilde toplanması ve üçüncü taraflarla paylaşılması, mahremiyetin ihlali konusunda ciddi endişeler yaratmaktadır. Ayrıca, sosyal ağlar üzerinden yayılan yanlış bilgi ve dezenformasyon, toplumsal kutuplaşmayı ve güvensizliği artırmaktadır (Söylemez ve Oral, 2018).

Sosyal ağların psikolojik etkileri de önemli bir araştırma konusu olmuştur. Bu platformlar, kullanıcıların kendilerini sürekli olarak başkalarıyla kıyaslamalarına ve sosyal onay arayışına girmelerine neden olabilir. Bu durum, özellikle genç kullanıcılar arasında, kaygı, depresyon ve düşük benlik saygısı gibi sorunlara yol açabilir. Sosyal medyanın yoğun kullanımı, aynı zamanda, yüz yüze etkileşimlerin azalmasına ve sosyal izolasyona da katkıda bulunabilir. Sosyal ağlar, modern toplumun vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş ve bireylerin günlük yaşamlarında derin etkiler yaratmıştır. Bu platformların sunduğu fırsatlar ve karşı karşıya bıraktığı zorluklar, sosyal ağların dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. Sosyal ağların bireyler ve toplum üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönlendirmek, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli bir yaklaşım gerektirmektedir.

Facebook

Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından Harvard Üniversitesi'nde kurulan ve kısa sürede dünya çapında büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşan bir sosyal medya platformudur (Harris, 2013). Facebook, bireylerin birbirleriyle etkileşim kurmasını, bilgi paylaşmasını ve dijital topluluklar oluşturmasını sağlayan bir araç olarak, modern toplumsal yaşamda önemli bir rol oynamaktadır (Çelenk, 2020). Facebook'un toplumsal etkileri üzerine yapılan akademik çalışmalar, platformun bireyler ve topluluklar üzerindeki çeşitli etkilerini incelemektedir. Bu etkiler, sosyal sermaye, kimlik inşası, bilgi

paylaşımı ve toplumsal hareketler gibi konuları kapsamaktadır. Facebook, kullanıcılarına geniş bir sosyal ağ kurma ve bu ağı çeşitli şekillerde kullanma olanağı sunmaktadır. Kullanıcılar, arkadaşları ve aileleri ile bağlantı kurmanın yanı sıra, benzer ilgi alanlarına sahip gruplara katılabilmekte, etkinliklere davet edebilmekte ve çeşitli medya içeriklerini paylaşabilmektedirler (Akkaş ve Bakırtaş, 2019). Sosyal sermaye teorisi bağlamında, Facebook'un bireylerin sosyal sermayelerini artırdığı ileri sürülmektedir. Sosyal sermaye, bireylerin sosyal ağları aracılığıyla elde ettikleri kaynaklar ve desteklerdir. Facebook, kullanıcıların zayıf ve güçlü bağlarını sürdürmelerine ve yeni bağlar kurmalarına yardımcı olarak, sosyal sermaye birikimini teşvik etmektedir. Bu durum, bireylerin kişisel ve profesyonel yaşamlarında önemli fırsatlar yaratabilmektedir. Kimlik inşası açısından, Facebook, kullanıcıların kendilerini ifade etmeleri ve çevrimiçi kimliklerini oluşturup yönetmeleri için bir platform sunmaktadır. Kullanıcılar, profil bilgilerini, paylaşımlarını ve fotoğraflarını düzenleyerek kendilerini istedikleri şekilde sunabilmektedirler. Bu süreç, bireylerin kendilerini nasıl algıladıkları ve başkalarına nasıl göründükleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bilgi paylaşımı ve toplumsal hareketler açısından, Facebook'un güçlü bir etkisi bulunmaktadır. Platform, kullanıcıların hızlı ve geniş çapta bilgi yaymalarına olanak tanımaktadır. Bu özellik, özellikle acil durumlar, toplumsal olaylar ve siyasi hareketler sırasında büyük önem taşımaktadır. Örneğin, Facebook, 2011 Arap Baharı sırasında aktivistlerin organize olmasında ve bilgi paylaşmasında kritik bir rol oynamıştır. Ancak, Facebook'un olumsuz etkileri de göz ardı edilmemelidir. Mahremiyet endişeleri, bilgi güvenliği sorunları ve dezenformasyon, platformun eleştirilen yönlerindendir. Facebook, kullanıcılarının kişisel verilerini toplar ve bu verileri reklamcılık amacıyla kullanmaktadır. Bu durum, kullanıcıların mahremiyetinin ihlali konusunda ciddi endişeler yaratmıştır. Ayrıca, Facebook üzerinden yayılan yanlış bilgi ve sahte haberler, toplumsal güvensizlik ve kutuplaşmayı artırmıştır. Psikolojik açıdan, Facebook kullanımı bireylerin zihinsel sağlığı üzerinde karmaşık etkiler yaratabilmektedir. Araştırmalar, yoğun Facebook kullanımının, özellikle gençler arasında, kaygı, depresyon ve düşük benlik saygısı gibi sorunlarla ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. Kullanıcıların sürekli olarak başkalarıyla kendilerini kıyaslamaları ve sosyal onay arayışına girmeleri, bu olumsuz etkileri daha da güçlendirebilmektedir. Sonuç olarak, Facebook, modern toplumun dijital dönüşümünde önemli bir rol oynamış ve bireyler ile topluluklar üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Platformun sunduğu fırsatlar ve karşılaştırdığı zorluklar, Facebook'un dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. Facebook'un bireyler ve toplum

üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönetmek, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli bir yaklaşım gerektirmektedir.

Youtube

Youtube, 2005 yılında üç eski PayPal çalışanı olan Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından kurulmuş bir video paylaşım platformudur (Bayram, 2017). Google tarafından 2006 yılında satın alınan Youtube, günümüzde dünya genelinde en çok ziyaret edilen sitelerden biri haline gelmiştir. Kullanıcıların video yüklemesine, izlemesine, paylaşmasına ve yorum yapmasına olanak tanıyan bu platform, modern dijital kültürde önemli bir rol oynamaktadır (Owings, 2017). Youtube'un toplumsal etkileri üzerine yapılan akademik çalışmalar, platformun bireyler, topluluklar ve kültürler üzerindeki çeşitli etkilerini incelemektedir. Youtube, kullanıcıların içerik üreticisi olmalarına ve geniş kitlelere ulaşmalarına olanak tanımaktadır (Gök, 2019). Bu durum, geleneksel medya yapılarının dışında, bireylerin kendi medya kanallarını oluşturabilmelerini ve kendi hikâyelerini anlatabilmelerini sağlamaktadır. Youtube, böylece demokratikleşmiş bir medya ortamı sunmaktadır. Eğitim alanında da, Youtube'un önemli katkıları bulunmaktadır. Platform, öğrencilere ve öğretmenlere çeşitli konularda eğitim videoları sunarak, öğrenme süreçlerini desteklemektedir. Özellikle, matematik, bilim, tarih ve dil öğrenimi gibi alanlarda, Youtube videoları sınıf içi eğitimi tamamlayıcı niteliktedir. Örneğin, Khan Academy gibi eğitim kanalları, milyonlarca öğrenciye ücretsiz eğitim materyalleri sunarak, eğitimde fırsat eşitliğini artırmaktadır. Kültürel açıdan, Youtube, çeşitli kültürlerin ve toplulukların kendilerini ifade etmeleri ve kültürel içeriklerini paylaşmaları için bir platform ortaya koymaktadır. Youtube, müzik, dans, yemek tarifleri, gelenekler ve diğer kültürel unsurların küresel ölçekte paylaşılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, kültürel çeşitliliğin tanıtılması ve kültürler arası anlayışın artırılması açısından önemlidir. Ekonomik olarak, Youtube, içerik üreticilerine gelir elde etme fırsatları sunmaktadır. Platform, reklam gelirleri, sponsorluklar ve ürün satışları gibi çeşitli yollarla para kazanma olanakları sunarak, birçok bireyin ve küçük işletmenin gelir kaynağı haline gelmiştir. Özellikle, popüler Youtube kanalları, büyük kitlelere ulaşarak önemli ekonomik kazançlar sağlayabilmektedir. Ancak, Youtube'un olumsuz etkileri de mevcuttur. Platformda yayılan yanlış bilgi ve sahte haberler, toplumsal güvensizlik ve kutuplaşmayı artırabilmektedir. Özellikle, algoritmaların kullanıcıları benzer içeriklerle yönlendirmesi,

yankı odaları oluşmasına ve bilgi kirliliğinin yayılmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, Youtube'da bulunan zararlı ve uygunsuz içerikler, özellikle çocuklar ve gençler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Psikolojik açıdan, Youtube kullanımı bireylerin zihinsel sağlığı üzerinde çeşitli etkiler yaratabilmektedir. Sürekli video izlemek, zaman yönetimi ve dikkat sorunlarına yol açabilmektedir. Ayrıca, içerik üreticileri arasında popülerlik ve izlenme sayısı baskısı, stres ve tükenmişlik hissi oluşturabilmektedir. Youtube, modern dijital kültürde merkezi bir rol oynayan, çok yönlü bir platformdur. Platformun sunduğu fırsatlar ve karşılaştığı zorluklar, Youtube'un dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. Youtube'un bireyler, topluluklar ve kültürler üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönetmek, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli bir yaklaşım gerektirmektedir.

Instagram

Instagram, 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan ve başlangıçta yalnızca fotoğraf paylaşımına odaklanan bir sosyal medya platformudur (Mattern, 2016). 2012 yılında Facebook tarafından satın alınan Instagram, kısa sürede büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşmış ve günümüzde en popüler sosyal medya platformlarından biri haline gelmiştir. Kullanıcılarına fotoğraf ve video paylaşma, hikaye oluşturma, canlı yayın yapma ve çeşitli etkileşim araçları sunan Instagram, modern dijital kültürde önemli bir rol oynamaktadır. Instagram'ın toplumsal etkileri üzerine yapılan akademik çalışmalar, platformun bireyler ve topluluklar üzerindeki çeşitli etkilerini incelemektedir. Instagram, kullanıcıların görsel içerik aracılığıyla kendilerini ifade etmelerine ve çevrimiçi kimliklerini oluşturmalarına olanak tanımaktadır (Çalışkan, 2020). Bu süreç, bireylerin kendilerini nasıl algıladıkları ve başkalarına nasıl göründükleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle gençler arasında, Instagram'da paylaşılan içeriklerin beğeni ve yorumlar aracılığıyla aldığı geri bildirimler, sosyal onay arayışını ve kendilik algısını şekillendirebilmektedir (Ellenport, 2018). Estetik ve görsellik üzerine kurulu olan Instagram, güzellik ve yaşam tarzı standartlarının oluşmasında da etkili olmaktadır. Kullanıcılar, çoğunlukla idealize edilmiş ve filtrelenmiş görseller paylaşarak, belirli bir yaşam tarzını ve estetik anlayışını yansıtmaktadır. Bu durum, bireyler üzerinde belirli güzellik ve yaşam standartlarına uyma baskısı yaratabilmekte ve bu da öz saygı ve beden imajı sorunlarına yol açabilmektedir. Araştırmalar, Instagram kullanımının, özellikle

genç kadınlar arasında, beden memnuniyetsizliği ve yeme bozuklukları ile ilişkili olabileceğini göstermektedir. Toplumsal hareketler ve farkındalık kampanyaları açısından, Instagram önemli bir araç haline gelmiştir. Platform, sosyal adalet, çevre bilinci, sağlık ve diğer toplumsal konular hakkında farkındalık yaratmak için geniş bir kitleye ulaşma imkânı sunmaktadır. Hashtag kullanımı ve viral kampanyalar aracılığıyla, toplumsal hareketler hızlı bir şekilde yayılabilir ve geniş kitleler tarafından desteklenebilmektedir. Ekonomik olarak, Instagram, influencer pazarlaması ve dijital reklamcılık açısından önemli bir platformdur. Influencer'lar, geniş takipçi kitlelerine ulaşarak, markalarla işbirlikleri yapabilmekte ve ürün tanıtımları gerçekleştirebilmektedir. Bu durum, yeni bir pazarlama stratejisi olan influencer ekonomisini doğurmuştur. Markalar, Instagram üzerinden hedef kitlelerine daha etkili bir şekilde ulaşabilmekte ve ürünlerini doğrudan tüketicilere tanıtılabilmektedirler. Ancak, Instagram'ın olumsuz etkileri de dikkate değerdir. Mahremiyet ve güvenlik sorunları, platformun eleştirilen yönlerindendir. Kullanıcıların kişisel verilerinin toplanması ve bu verilerin üçüncü taraflarla paylaşılması, gizlilik endişeleri yaratmaktadır. Ayrıca, siber zorbalık ve taciz gibi sorunlar, Instagram kullanıcıları arasında yaygınlaşmıştır. Platform, bu tür olumsuz davranışları önlemek için çeşitli önlemler alsa da, sorunlar tamamen ortadan kalkmamıştır. Psikolojik açıdan, Instagram kullanımı bireylerin zihinsel sağlığı üzerinde karmaşık etkiler yaratabilmektedir. Araştırmalar, yoğun Instagram kullanımının, özellikle genç kullanıcılar arasında, kaygı, depresyon ve düşük benlik saygısı gibi sorunlarla ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. Kullanıcıların sürekli olarak başkalarının hayatlarıyla kendilerini kıyaslamaları ve sosyal onay arayışına girmeleri, bu olumsuz etkileri daha da artırabilmektedir. Instagram, modern dijital kültürde merkezi bir rol oynayan, çok yönlü bir platformdur. Platformun sunduğu fırsatlar ve karşılaştığı zorluklar, Instagram'ın dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. Instagram'ın bireyler, topluluklar ve kültürler üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönetmek, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli bir yaklaşım gerektirir.

LinkedIn

LinkedIn, 2002 yılında Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly ve Jean-Luc Vaillant tarafından kurulan ve 2003 yılında kullanıma açılan profesyonel bir sosyal medya platformudur (Bakan ve Karaaslan, 2017). 2016 yılında Microsoft tarafından

satın alınan LinkedIn, dünya çapında milyonlarca profesyonel kullanıcıya sahiptir. Platform, iş dünyasındaki bireylerin profesyonel ağlarını genişletmelerine, kariyer fırsatlarını keşfetmelerine ve mesleki bilgi ve becerilerini paylaşmalarına olanak tanımaktadır (Ayaz, 2021). LinkedIn'in toplumsal ve ekonomik etkileri üzerine yapılan akademik çalışmalar, platformun bireyler ve iş dünyası üzerindeki çeşitli etkilerini incelemektedir. LinkedIn, profesyonel kimlik inşası, ağ oluşturma, iş arama ve bilgi paylaşımı gibi konularda önemli bir rol oynamaktadır. Profesyonel kimlik inşası açısından, LinkedIn kullanıcılarına kendilerini profesyonel bir şekilde ifade etme fırsatı sunmaktadır. Kullanıcılar, özgeçmişlerini, iş deneyimlerini, becerilerini ve başarılarını profil sayfalarında sergileyebilmektedirler. Bu süreç, bireylerin profesyonel kimliklerini çevrimiçi olarak inşa etmelerine ve başkalarına sunmalarına olanak tanımaktadır. Ayrıca, kullanıcılar, mesleki hedeflerine uygun içerikleri paylaşarak ve etkileşimde bulunarak profesyonel imajlarını güçlendirebilmektedirler. Ağ oluşturma ve ilişki yönetimi açısından, LinkedIn, profesyonellerin iş dünyasında yeni bağlantılar kurmalarını ve mevcut bağlantılarını sürdürmelerini sağlamaktadır. Platform, kullanıcıların meslektaşları, iş ortakları ve potansiyel işverenlerle bağlantı kurmalarına yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, LinkedIn, sosyal sermaye birikimini teşvik etmekte ve kullanıcıların kariyerlerinde ilerlemelerine imkân vermektedir. Özellikle, profesyonel gruplar ve etkinlikler, kullanıcıların benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle etkileşimde bulunmalarını ve bilgi alışverişinde bulunmalarını sağlamaktadır. İş arama ve işe alım süreçlerinde LinkedIn, hem iş arayanlar hem de işverenler için önemli bir araç haline gelmiştir. İş arayanlar, platform üzerinden iş ilanlarına başvurabilmekte, potansiyel işverenlerle iletişime geçebilmekte ve kariyer hedeflerine uygun iş fırsatlarını keşfedebilmektedirler. İşverenler ise, LinkedIn aracılığıyla potansiyel adayları değerlendirebilmekte, iş ilanlarını yayınlatabilmekte ve doğru yetenekleri bulmak için ağlarını kullanabilmektedirler. LinkedIn'in işe alım süreçlerini dijitalleştirerek daha verimli hale getirmesi, iş dünyasında büyük bir dönüşüm yaratmıştır. Bilgi paylaşımı ve mesleki gelişim açısından LinkedIn, kullanıcıların sektörel bilgi ve haberleri takip etmelerine, uzman görüşlerini paylaşmalarına ve mesleki gelişimlerini sürdürmelerine olanak tanımaktadır. Platform, kullanıcıların makaleler, blog yazıları ve diğer içerikleri paylaşarak bilgi ve deneyimlerini geniş kitlelere ulaştırmalarını sağlamaktadır. Bu durum, kullanıcıların mesleki bilgi birikimlerini artırmalarına ve sektörel trendleri takip etmelerine yardımcı olmaktadır. Ancak, LinkedIn'in bazı zorlukları ve eleştirileri de bulunmaktadır. Platformun, kullanıcıların

mahremiyetine yönelik endişeler yaratabileceği ve kişisel verilerin güvenliği konusunda soru işaretleri doğurabileceği belirtilmektedir. Ayrıca, LinkedIn'in, iş arama sürecinde rekabeti artırarak stres ve kaygıya neden olabileceği de göz ardı edilmemelidir. Özellikle, sürekli olarak profesyonel başarılarını sergileme ve kendilerini pazarlama baskısı, kullanıcılar üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. LinkedIn, profesyonel dünya için vazgeçilmez bir platform haline gelmiş ve bireyler ile iş dünyası üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Platformun sunduğu fırsatlar ve karşılaştığı zorluklar, LinkedIn'in dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. LinkedIn'in bireyler, işletmeler ve iş dünyası üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönetmek, hem bireysel hem de kurumsal düzeyde bilinçli bir yaklaşım gerektirmektedir.

Twitter (X)

Twitter, 2006 yılında Jack Dorsey, Biz Stone, Noah Glass ve Evan Williams tarafından kurulan ve kısa sürede dünya çapında popülerlik kazanan bir mikroblogging ve sosyal medya platformudur. Kullanıcıların "tweet" adı verilen 280 karakterlik kısa mesajlar paylaşmasına olanak tanıyan Twitter, bilgi paylaşımı, toplumsal etkileşim ve medya tüketimi açısından önemli bir rol oynamaktadır (Ellenport, 2018). Platformun benzersiz yapısı ve anlık iletişim imkanı, Twitter'ı modern dijital kültürde merkezi bir konuma getirmiştir. Twitter'ın toplumsal, siyasi ve kültürel etkileri üzerine yapılan akademik çalışmalar, platformun bireyler ve toplumlar üzerindeki çeşitli etkilerini incelemektedir. Twitter, haber paylaşımı, toplumsal hareketler, kamuoyu oluşturma ve politik iletişim gibi alanlarda güçlü bir araç olarak kullanılmaktadır. Haber paylaşımı açısından, Twitter, anlık bilgi akışı sağlayan bir platform olarak öne çıkmaktadır. Gazeteciler, medya kuruluşları ve bireyler, haberleri hızlı bir şekilde paylaşarak geniş kitlelere ulaştırabilmektedirler. Twitter'ın gerçek zamanlı doğası, özellikle acil durumlar, doğal afetler ve büyük olaylar sırasında kritik bir bilgi kaynağı olmasını sağlamaktadır. Ancak, bu hızlı bilgi akışı, yanlış bilgi ve dezenformasyonun da hızla yayılmasına neden olabilmektedir. Toplumsal hareketler ve aktivizm açısından, Twitter, önemli bir rol oynamaktadır. Platform, protestoları organize etmek, farkındalık kampanyaları başlatmak ve toplumsal konular hakkında bilgi yaymak için etkili bir araç olarak kullanılmıştır. Örneğin, 2011 Arap Baharı sırasında ve 2020 Black Lives Matter hareketinde, Twitter, aktivistlerin seslerini duyurdukları ve kitleleri harekete geçirdikleri bir platform olmuştur. Hashtag kullanımı, bu

tür hareketlerin geniş kitleler tarafından fark edilmesini ve desteklenmesini sağlamaktadır. Politik iletişimde, Twitter, politikacıların, hükümet yetkililerinin ve kamu figürlerinin doğrudan kitlelere ulaşmasına olanak tanımaktadır (Tahirağaoğlu, 2017). Bu durum, geleneksel medyanın aracılığı olmadan mesajların hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Politikacılar, kampanyalarını tanıtmak, politikalarını açıklamak ve seçmenlerle etkileşimde bulunmak için Twitter'ı etkin bir şekilde kullanmaktadır. Ancak, bu doğrudan iletişim biçimi, yanlış bilgi yayma ve manipülasyon risklerini de beraberinde getirmektedir. Kültürel açıdan, Twitter, popüler kültürün ve gündelik tartışmaların şekillenmesinde kullanıcılar, film, müzik, spor ve diğer kültürel olaylar hakkında görüşlerini paylaşabilmekte ve küresel bir toplulukla etkileşimde bulunabilmektedirler. Twitter, aynı zamanda, viral içeriklerin yayılması ve internet fenomenlerinin doğması için de uygun bir ortam sağlamaktadır (Polat vd., 2021). Twitter'ın olumsuz etkileri de dikkate değerdir. Platformda siber zorbalık, taciz ve nefret söylemi gibi olumsuz davranışlar yaygındır. Anonimlik ve kullanıcıların doğrudan etkileşimde bulunabilme kolaylığı, bu tür davranışların yayılmasına katkıda bulunabilmektedir. Twitter, bu sorunları çözmek için çeşitli önlemler almış olsa da, tamamen ortadan kaldırmakta zorluk çekmektedir. Psikolojik açıdan, Twitter kullanımı bireylerin zihinsel sağlığı üzerinde karmaşık etkiler yaratabilmektedir. Sürekli bilgi akışı ve etkileşimler, kullanıcılar üzerinde stres ve kaygıya neden olabilmektedir. Ayrıca, kullanıcıların kendilerini başkalarıyla kıyaslama eğilimi, düşük benlik saygısına ve memnuniyetsizliğe yol açabilmektedir (Ulaş, 2021). Twitter, modern dijital kültürde ve toplumsal yapıda önemli bir rol oynayan, çok yönlü bir platformdur. Platformun sunduğu fırsatlar ve karşılaştığı zorluklar, Twitter'ın dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. Twitter'ın bireyler, topluluklar ve toplum üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönetmek, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli bir yaklaşım gerektirmektedir.

TikTok

TikTok, 2016 yılında Çin merkezli ByteDance şirketi tarafından piyasaya sürülen, kısa video paylaşımına odaklanan bir sosyal medya platformudur. Özellikle genç kullanıcılar arasında hızla popülerlik kazanan TikTok, dünya çapında milyonlarca aktif kullanıcıya sahiptir. Kullanıcıların 15 saniyeden 3 dakikaya kadar değişen sürelerde video oluşturmasına, düzenlemesine ve paylaşmasına olanak tanıyan platform, müzik, dans,

komedi, eğitim ve çeşitli diğer içeriklerle doludur (Kızılkaya, 2022). TikTok'un toplumsal ve kültürel etkileri üzerine yapılan akademik çalışmalar, platformun bireyler, topluluklar ve genel olarak toplum üzerindeki çeşitli etkilerini incelemektedir. TikTok, içerik üretimi, toplumsal etkileşim, kültürel trendlerin yayılması ve dijital pazarlama gibi konularda önemli bir rol oynamaktadır. İçerik üretimi ve yaratıcılık açısından, TikTok, kullanıcılarına yaratıcı ifade özgürlüğü sunan güçlü bir araçtır. Platformun sunduğu çeşitli efektler, filtreler, müzik parçaları ve düzenleme araçları, kullanıcıların yenilikçi ve eğlenceli içerikler oluşturmaya olanak tanımaktadır. TikTok'un algoritması, kullanıcıların ilgi alanlarına göre içerik önermekte, bu da viral olma potansiyelini artırmaktadır. Bu özellikler, kullanıcıların yaratıcı süreçlerini desteklemekte ve kendilerini ifade etmeleri için uygun bir ortam sağlamaktadır. Toplumsal etkileşim ve topluluk oluşturma açısından, TikTok, kullanıcılar arasında güçlü bir bağ kurmaktadır. Platform, kullanıcıların içeriklerine hızlı ve kolay bir şekilde geri bildirim almasını sağlamaktadır. Beğeniler, yorumlar ve paylaşımlar aracılığıyla, kullanıcılar geniş kitlelerle etkileşimde bulunabilmekte ve dijital topluluklar oluşturabilmektedirler. Hashtag kullanımı, belirli konular etrafında içeriklerin toplanmasına ve kullanıcıların benzer ilgi alanlarına sahip diğer kişilerle bağlantı kurmasına olanak tanımaktadır. Kültürel trendlerin yayılması ve küresel kültür üzerindeki etkisi açısından, TikTok, önemli bir rol oynar. Platform, müzik, dans, moda ve diğer kültürel öğelerin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. TikTok, yeni müzik parçalarının ve sanatçıların keşfedilmesinde önemli bir araç haline gelmiştir. Viral olan dans hareketleri, meydan okumalar ve diğer trendler, kısa sürede dünya çapında popülerlik kazanır ve kültürel fenomenler haline gelmektedir. Dijital pazarlama ve ekonomi açısından, TikTok, markalar ve işletmeler için yeni fırsatlar sunmaktadır. Influencer'lar ve içerik üreticileri, geniş kitlelere ulaşarak ürün tanıtımları ve sponsorluk anlaşmaları yapabilmektedirler. TikTok'un geniş kullanıcı tabanı ve etkileşim oranları, markaların hedef kitlelerine doğrudan ulaşmasını ve etkili pazarlama stratejileri geliştirmesini sağlamaktadır. TikTok'un bazı olumsuz etkileri ve eleştirileri de bulunmaktadır. Mahremiyet ve güvenlik sorunları, platformun eleştirilen yönlerindendir. Kullanıcıların kişisel verilerinin toplanması ve bu verilerin nasıl kullanıldığı konusunda endişeler bulunmaktadır. Ayrıca, TikTok'un genç kullanıcılar arasında yaygın olması, platformun güvenliği ve içeriğin uygunluğu konusundaki soruları gündeme getirmektedir. Psikolojik açıdan, TikTok kullanımı bireylerin zihinsel sağlığı üzerinde karmaşık etkiler yaratabilmektedir. Sürekli içerik akışı ve anlık geri bildirimler, kullanıcılar üzerinde

bağımlılık yapıcı bir etki yaratabilmektedir. Ayrıca, kullanıcıların kendilerini başkalarıyla kıyaslama eğilimi, düşük benlik saygısına ve memnuniyetsizliğe yol açabilmektedir. Özellikle genç kullanıcılar, platformdaki popülerlik ve onay arayışı nedeniyle baskı altında hissedebilmektedirler. TikTok, modern dijital kültürde merkezi bir rol oynayan, çok yönlü bir platformdur. Platformun sunduğu fırsatlar ve karşılaştığı zorluklar, TikTok'un dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. TikTok'un bireyler, topluluklar ve toplum üzerinde yarattığı etkileri anlamak ve bu etkilerle başa çıkmak, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli bir duruş sergilemeyi gerektirir.

Snapchat

Snapchat, 2011 yılında Stanford Üniversitesi öğrencileri Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından kurulan ve kısa süreli görsel mesajlaşma üzerine odaklanan bir sosyal medya platformudur. Kullanıcıların gönderdiği fotoğraf ve videoların belirli bir süre sonra kaybolması üzerine kurulu olan Snapchat, özellikle genç kullanıcılar arasında hızla popülerlik kazanmıştır. Platform, hikayeler, anılar, filtreler ve artırılmış gerçeklik özellikleri gibi çeşitli araçlarla kullanıcı deneyimini zenginleştirmektedir (Csiszar, 2018). Snapchat'ın toplumsal ve kültürel etkileri üzerine yapılan akademik çalışmalar, platformun bireyler ve toplum üzerindeki çeşitli etkilerini incelemektedir. Snapchat, iletişim biçimleri, kimlik inşası, mahremiyet ve pazarlama gibi konularda önemli bir rol oynamaktadır. İletişim biçimleri açısından, Snapchat, kullanıcıların günlük yaşamlarını anlık ve görsel olarak paylaşımlarını teşvik etmektedir. Anlık mesajların geçici doğası, kullanıcıların daha samimi ve spontan paylaşımlar yapmalarına olanak tanımaktadır. Bu durum, diğer sosyal medya platformlarındaki kalıcı paylaşımlara kıyasla, kullanıcıların kendilerini daha rahat ve doğal ifade etmelerine yardımcı olmaktadır. Snapchat, bu yönüyle iletişimin daha kişisel ve anlık bir formunu önermektedir. Kimlik inşası açısından, Snapchat, kullanıcıların dijital kimliklerini oluşturma ve sergileme biçimlerini etkilemektedir. Platform, artırılmış gerçeklik filtreleri ve lensleri gibi araçlarla kullanıcıların kendi görünümelerini değiştirmelerine ve yaratıcı ifadeler kullanmalarına olanak tanımaktadır. Bu durum, bireylerin dijital kimliklerini esnek ve dinamik bir şekilde oluşturmalarına yardımcı olmaktadır (Kara, 2016). Ayrıca, Snapchat'ın hikayeler özelliği, kullanıcıların günlük yaşamlarını kronolojik bir şekilde paylaşımlarına olanak tanıyarak, dijital kimliklerini ve kişisel anlatılarını inşa etmelerini sağlamaktadır. Mahremiyet ve

güvenlik açısından, Snapchat'in geçici mesaj yapısı, kullanıcıların paylaşımlarının kalıcı olmayacağı ve belirli bir süre sonra kaybolacağı beklentisi üzerine kuruludur. Bu durum, kullanıcıların mahremiyetlerini koruma konusunda daha rahat hissetmelerine yardımcı olabilmektedir. Ancak, ekran görüntüsü alma ve üçüncü taraf uygulamalar aracılığıyla mesajların kaydedilmesi gibi sorunlar, kullanıcıların mahremiyetlerinin tam olarak korunamayabileceği riskini taşımaktadır. Snapchat, bu tür güvenlik sorunlarına karşı çeşitli önlemler almış olsa da, kullanıcıların dikkatli olmaları gerekmektedir. Pazarlama ve ekonomi açısından, Snapchat, markalar ve işletmeler için yeni fırsatlar sunmaktadır (Çapraz, 2018). Platformun genç ve aktif kullanıcı tabanı, markaların hedef kitlelerine doğrudan ulaşmasını sağlamaktadır. Snapchat, sponsorlu lensler, filtreler ve hikaye reklamları gibi çeşitli pazarlama araçları sunarak, markaların yaratıcı ve etkileşimli kampanyalar yapmalarına olanak tanımaktadır. Özellikle, artırılmış gerçeklik reklamları, kullanıcı deneyimini zenginleştirerek markaların daha etkili bir şekilde tanıtım yapmasını sağlamaktadır. Ancak, Snapchat'in bazı zorlukları ve eleştirileri de bulunmaktadır. Platformun geçici doğası, kullanıcıların içerikleri hızlı tüketmesine ve sürekli olarak yeni içerik arayışına girmesine neden olabilmektedir. Bu durum, kullanıcılar üzerinde dikkat dağınıklığı ve sürekli bağlantıda olma ihtiyacı gibi olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Ayrıca, Snapchat'in genç kullanıcı kitlesi, platformda zararlı içeriklere ve siber zorbalığa maruz kalma riski taşımaktadır. Psikolojik açıdan, Snapchat kullanımı bireylerin zihinsel sağlığı üzerinde çeşitli etkiler yaratabilmektedir. Anlık paylaşımların ve sosyal onay arayışının, kullanıcılar üzerinde stres ve kaygı yaratabileceği belirtilmektedir. Ayrıca, kullanıcıların kendilerini başkalarıyla kıyaslama eğilimi, benlik saygısı ve öz güven üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Snapchat, modern dijital kültürde önemli bir rol oynayan, çok yönlü bir platformdur. Platformun sunduğu fırsatlar ve karşılaştığı zorluklar, Snapchat'in dikkatle incelenmesi gereken karmaşık bir olgu olduğunu göstermektedir. Snapchat'in bireyler, topluluklar ve toplum üzerindeki etkilerini anlamak ve bu etkileri yönetmek, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bilinçli bir yaklaşım gerektirmektedir.

2.6.2. İnternet Sayfaları

İnternet sayfaları, internetin temel yapı taşlarından biridir ve çeşitli amaçlarla kullanıcıların erişimine sunulan dijital içeriklerdir. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte

internet sayfaları, iletişim, eğitim, ticaret, eğlence ve bilgi paylaşımı gibi çeşitli alanlarda önemli bir rol oynamaktadır. İnternet sayfaları, metinler, resimler, videolar, ses dosyaları ve interaktif öğeler gibi çeşitli medya biçimlerini içerebilmekte ve kullanıcıların çeşitli cihazlar üzerinden erişimine olanak tanımaktadır (Baz ve Meral, 2021). İnternet sayfalarının tarihine bakıldığında, 1990'larda World Wide Web'in (www) gelişmesiyle birlikte statik HTML sayfaları yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonra, dinamik internet sayfaları ve veritabanı destekli içerik yönetim sistemleri gibi teknolojilerin geliştirilmesiyle birlikte internet sayfaları daha etkileşimli ve özelleştirilebilir hale gelmiştir. Günümüzde, internet sayfaları, kullanıcıların ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun olarak kişiselleştirilebilmekte ve mobil cihazlara uyumlu hale getirilebilmektedir (Ersöz, 2020).

İnternet sayfalarının kullanım alanlarından biri iletişimdir. İnternet sayfaları, kullanıcıların bilgi alışverişinde bulunmalarına, haberleri takip etmelerine ve iletişim kurmalarına olanak tanımaktadır (Kent vd., 2003). Bloglar, forumlar, haber siteleri ve sosyal medya platformları gibi internet sayfaları, kullanıcıların fikirlerini paylaşmalarını, etkileşimde bulunmalarını ve topluluklar oluşturmalarını sağlamaktadır. Eğitim alanında, internet sayfaları, öğrencilere çevrimiçi ders materyallerine erişim, ödev teslimi ve öğrenme etkinliklerine katılım gibi olanaklar sunmaktadır. E-öğrenme platformları, sanal sınıflar, öğretim videoları ve interaktif öğrenme araçları, internet sayfalarının eğitimde kullanımını desteklemektedir. Bu sayede, öğrencilerin ve öğretmenlerin zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde eğitim faaliyetlerine katılması mümkün olmaktadır. Ticaret ve iş dünyası açısından, internet sayfaları, şirketlerin ürün ve hizmetlerini tanıtması, çevrimiçi mağazalar açması ve müşterilerle etkileşimde bulunması için önemli bir araçtır. Şirket internet siteleri, kurumsal kimliklerini yansıtarak marka bilinirliğini artırdığı gibi potansiyel müşterilere ulaşmalarını sağlamaktadır. E-ticaret platformları, kullanıcıların çevrimiçi alışveriş yapmalarına olanak tanımakta ve işletmelerin küresel pazarlara erişimini kolaylaştırmaktadır. Eğlence ve bilgi paylaşımı alanında, internet sayfaları, kullanıcılara çeşitli medya içeriklerini keşfetme ve tüketme imkanı sunmaktadır. Video paylaşım siteleri, müzik platformları, çevrimiçi oyunlar ve dijital yayın platformları gibi internet sayfaları, kullanıcıların eğlenmelerini ve bilgi edinmelerini sağlamaktadır. Bu sayede, internet kullanıcıları çeşitli ilgi alanlarına uygun içeriklere kolaylıkla erişebilmekte ve kişisel gelişimlerini destekleyebilmektedirler (Kapan ve Üncel, 2021).

İnternet sayfalarının kullanımıyla ilgili bazı sorunlar da bulunmaktadır. Erişilebilirlik sorunları, kullanıcıların engellerle karşılaşmasına ve internet sayfalarının belirli gruplar için kullanılamaz hale gelmesine neden olabilmektedir. Ayrıca, gizlilik ve güvenlik endişeleri, kullanıcıların kişisel verilerinin korunması ve çevrimiçi güvenliğin sağlanması konusunda önemli bir sorun teşkil etmektedir. İnternet sayfalarının bilgi kirliliği ve dikkat dağınıklığı yaratma potansiyeli de göz ardı edilmemelidir. İnternet sayfaları, internet kullanıcıları için önemli bir bilgi ve iletişim kaynağıdır. İletişim, eğitim, ticaret, eğlence ve bilgi paylaşımı gibi çeşitli alanlarda kullanılan internet sayfaları, modern dijital çağda hayati bir role sahiptir. Ancak, internet sayfalarının kullanımıyla ilgili dikkat edilmesi gereken çeşitli etik, hukuki ve teknik konular bulunmaktadır. Bu nedenle, internet sayfalarının geliştirilmesi, yönetilmesi ve kullanılması sürecinde dikkatli bir yaklaşım gerekmektedir.

2.6.3. Dijital Öğrenme Platformları

Dijital öğrenme platformları, modern eğitimde önemli bir yer edinmiş, çeşitli içeriklerin sunulduğu ve öğrenme süreçlerini destekleyen çevrimiçi araçlardır. Bu platformlar, öğrencilere çeşitli konularda eğitim materyallerine erişim, etkileşimli öğrenme deneyimleri yaşama ve öğretmenlerle iletişim kurma imkânı sunmaktadır (Bhutoria, 2022). Aynı zamanda, kurumlar ve eğitimciler için öğrenci performansını izleme ve değerlendirme araçları da sağlamaktadırlar (Ozan, 2008). Dijital öğrenme platformları, çeşitli öğrenme ihtiyaçlarına ve öğrenme stillerine uygun olarak tasarlanmıştır. Bunlar arasında, çevrimiçi dersler, interaktif eğitim materyalleri, video dersler, canlı dersler, etkileşimli oyunlar ve sınavlar gibi çeşitli öğrenme araçları bulunmaktadır. Bu araçlar, öğrencilerin kendi hızlarında öğrenmelerine ve farklı öğrenme stillerine uygun olarak öğrenme deneyimlerini kişiselleştirmelerine olanak tanımaktadır (Bahçeci ve Yıldız, 2016).

Dijital öğrenme platformlarının avantajlarından biri, zamandan ve mekândan bağımsız bir öğrenme deneyimi sunmalarıdır. Öğrenciler, istedikleri zaman ve istedikleri yerden erişebildikleri için, kendi programlarına uygun olarak öğrenme süreçlerini yönetebilmektedirler. Bu özellik, özellikle çalışan yetişkinler ve uzaktan eğitim alan öğrenciler için önemlidir (Chassignol vd., 2018). Ayrıca, dijital öğrenme platformları,

öğrenci etkileşimini ve işbirliğini artırmaya yönelik araçlar sunmaktadır. Öğrenciler, forumlar, grup çalışmaları, tartışma panelleri ve proje işbirliği gibi özellikler aracılığıyla birbirleriyle ve öğretmenleriyle etkileşimde bulunabilmektedirler. Bu, öğrencilerin sosyal becerilerini geliştirmelerine ve işbirliği yaparak öğrenmelerine olanak tanımaktadır (Çoban, 2016).

Dijital öğrenme platformlarının öğrenci performansını izleme ve değerlendirme imkânları da önemlidir. Öğretmenler, öğrenci ilerlemesini takip edebilir, sınavlar ve ödevler aracılığıyla öğrenci başarısını değerlendirebilmekte ve gerektiğinde bireysel geri bildirimler sağlayabilmektedirler. Bu, öğrencilerin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemelerine ve öğrenme süreçlerini iyileştirmelerine olanak tanımaktadır (Özbay ve Ersoy, 2017). Ancak, dijital öğrenme platformlarının bazı zorlukları ve eleştirileri de bulunmaktadır. Erişilebilirlik sorunları, kullanıcıların engellerle karşılaşmasına ve dijital eşitsizliklerin artmasına neden olabilmektedir. Bununla birlikte teknik sorunlar ve altyapı eksiklikleri, öğrencilerin öğrenme deneyimini olumsuz yönde etkileyebilmekte ve platformların etkinliğini azaltabilmektedir. Gizlilik ve güvenlik endişeleri de dijital öğrenme platformlarının önemli bir sorunudur. Öğrenci verilerinin korunması ve çevrimiçi güvenliğin sağlanması konusundaki endişeler, platformların kullanımını etkileyebildiği gibi güvenilirliklerini sorgulatabilmektedir. Ayrıca, öğrencilerin dijital yorgunluk ve dikkat dağınıklığı yaşamaları da mümkündür, özellikle aşırı miktarda çevrimiçi içerik tüketimi durumunda bu durum daha fazla ortaya çıkmaktadır (Dias vd., 2015).

Sonuç olarak, dijital öğrenme platformları, modern eğitimde önemli bir araç olarak kabul edilmekte ve öğrencilerin öğrenme deneyimlerini zenginleştirmeye ve geliştirmeye yardımcı olmaktadır. Ancak, platformların etkinliğini artırmak ve potansiyel sorunları ele almak için dikkatli bir şekilde yönetilmeleri ve kullanılmaları gerekmektedir. Öğrencilerin, eğitimcilerin ve yöneticilerin ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlanmış, erişilebilir, güvenli ve etkili dijital öğrenme platformları, gelecekte eğitimde daha da önemli bir rol oynayacaktır (Elford vd., 2022).

2.6.4. Forum Sayfaları

Forum sayfaları, çevrimiçi toplulukların tartışma, bilgi paylaşımı ve etkileşimde bulunma amaçlarıyla oluşturduğu dijital platformlardır. Forumlar genellikle belirli bir konu veya ilgi alanı etrafında toplanan kullanıcılar tarafından oluşturulmakta ve çeşitli konular hakkında yazılı içeriklerin paylaşılmasına imkan tanımaktadır (Gerlock ve McBride, 2013). Forumlar, internetin erken dönemlerinden beri var olmuş olsa da, günümüzde hala popülerliklerini korumakta ve çeşitli alanlarda kullanılmaktadırlar (Aydın, 2016). Forum sayfalarının kullanımı ve işleyişi, genellikle birkaç ana bileşenden oluşmaktadır. Bunlar arasında forumlar (kategori veya alt bölümler olarak adlandırılabilir), konular (başlıklar veya konular olarak da adlandırılabilir) ve mesajlar bulunmaktadır. Kullanıcılar, belirli bir foruma veya kategoriye giderek ilgi duydukları konuları bulabilmekte ve bu konular altında mesajlarını paylaşabilmektedirler. Diğer kullanıcılar da bu mesajlara yanıt verebilmekte ve böylece bir tartışma başlamaktadır. Forum sayfalarının avantajlarından biri, çeşitli konular hakkında bilgi paylaşımını teşvik etmeleridir. Kullanıcılar, kendi deneyimlerini, bilgilerini ve uzmanlıklarını diğerleriyle paylaşarak farklı bakış açıları kazanabilmekte ve yeni bilgiler edinebilmektedirler. Ayrıca, forumlar, belirli bir sorunu çözmek veya belirli bir konuda yardım almak için kullanılabilir. Örneğin, teknik sorunlarla ilgili forumlarda kullanıcılar, sorunlarını paylaşabilmekte ve diğer kullanıcıların çözüm önerilerini alabilmektedirler (Liu vd., 2013).

Forum sayfaları, çevrimiçi topluluklar oluşturma bir yolu olarak da hizmet etmektedirler. Belirli bir konu veya ilgi alanı etrafında toplanan kullanıcılar, ortak bir amaç etrafında bir araya gelerek etkileşimde bulunabilmektedirler. Bu, kullanıcıların birbirleriyle bağlantı kurmalarını, arkadaşlıklar kurmalarını ve ortak ilgi alanlarına sahip kişilerle iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Buna rağmen büyük forumlarda, bilgi kirliliği ve dikkat dağınıklığı sorunu yaşanabilmektedir (Tirrell ve Quick, 2012). Çeşitli konularda binlerce mesajın bulunduğu büyük forumlarda, istenilen bilgiyi bulmak ve takip etmek zor olabilmektedir. Ayrıca, forumlarda anonimlik ve gizlilik endişeleri de bulunmaktadır. Kullanıcılar, gerçek kimliklerini gizleyerek veya takma adlar kullanarak forumlarda etkileşimde bulunabilmekte, bu da güvenilirlik ve saygınlık konusunda sorunlar doğurabilmektedir. Forum sayfaları, çevrimiçi toplulukların tartışma, bilgi paylaşımı ve etkileşimde bulunma amacıyla kullandığı önemli bir dijital platformdur. Forumlar, çeşitli

konular hakkında bilgi paylaşımını teşvik ederek, çevrimiçi topluluklar oluşturup kullanıcıların birbirleriyle etkileşimde bulunmasını sağlamaktadır. Ancak, forumların kullanımında dikkatli olunması ve bilgi kirliliği, güvenilirlik ve gizlilik gibi sorunlarının da olduğu bilinmelidir (Yenilmez ve Ersoy, 2013).

2.6.5. Elektronik Posta (E-Posta)

Elektronik posta (e-posta), günümüzde yaygın olarak kullanılan bir iletişim aracıdır ve internetin gelişimiyle birlikte önemli bir iletişim yöntemi haline gelmiştir. E-posta, kullanıcıların metin, dosya, resim veya video gibi çeşitli içerikleri birbirlerine elektronik olarak göndermelerine olanak tanımaktadır (Ülgen, 2008). Günümüzde kullanılan “Gmail”, “Microsoft Outlook”, “Yahoo”, “Icloud”, “Yandex” gibi farklı kuruluşların geliştirerek kullanıma sundukları e-posta uygulamaları ile iletişim kurmak oldukça kolaylaşmıştır. Bu nedenle, iş dünyasından kişisel iletişime kadar çeşitli alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır. E-posta iletişimi genellikle e-posta adresleri aracılığıyla gerçekleştirilir. Kullanıcılar, bir e-posta göndermek istediklerinde, alıcının e-posta adresini, konuyu ve mesajı belirterek e-posta yazabilmektedirler. Gönderilen e-postalar, alıcının e-posta sunucusuna iletilerek, alıcı e-posta hesabına giriş yaptığı anda mesajları okuyabilmekte, yanıtlayabilmekte veya silerek işlemlerini tamamlayabilmektedir. E-posta, hızlı ve etkili iletişim sağlamaktadır. E-posta ile iletilen mesajlar, anında alıcıya ulaştığı gibi hızlı bir şekilde de yanıtlanabilmektedir. Bu, iş iletişiminde veya acil durumlarda iletişim kurmanın etkili bir yoludur. Ayrıca, e-posta iletişimi, belirli bir konu veya projeye ilişkin belgelerin ve dosyaların kolayca paylaşılmasına olanak tanımaktadır. E-posta, aynı zamanda maliyet etkin bir iletişim aracıdır. Geleneksel posta veya faks ile karşılaştırıldığında, e-posta göndermek neredeyse ücretsizdir ve herhangi bir zamanda, herhangi bir yere gönderilebilmektedir. Bu da işletmelerin iletişim maliyetlerini düşürmesine ve verimliliğini artırmasına yardımcı olmaktadır (Yıldız, 2017).

E-posta kullanılırken dikkat edilmesi gereken iş ve işlemler de bulunmaktadır. Özellikle, e-posta spamı ve istenmeyen iletiler, kullanıcıların e-posta kutularını doldurabilmekte ve gerçek iletilerin kaybolmasına veya gözden kaçmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, e-posta iletilerinin güvenliği de bir endişe kaynağıdır. Kötü niyetli kişiler veya kuruluşlar, e-posta yoluyla kimlik avı saldırıları veya zararlı yazılımlar

gönderebilmektedirler. Gizlilik ve veri koruması da e-posta iletişiminin önemli bir konusudur. Kullanıcılar, hassas bilgileri e-posta yoluyla gönderirken, bu bilgilerin güvende olduğundan emin olmak isterler. Bu nedenle, güçlü şifreleme ve güvenlik önlemleri, e-posta sağlayıcıları ve kullanıcılar tarafından dikkatle ele alınmalıdır. E-posta iletişimi, günümüzde yaygın olarak kullanılan etkili bir iletişim aracıdır. İş dünyasından kişisel iletişime kadar çeşitli alanlarda kullanılan e-posta, hızlı, etkili ve maliyet etkin bir iletişim yöntemi sunmaktadır. Ancak, e-posta iletişimi kullanırken güvenlik, gizlilik ve veri koruması konularına dikkat edilmesi önemlidir.

2.6.6. Bulut Teknolojileri

Bulut teknolojileri, günümüzde bilgi teknolojileri alanında devrim yaratan ve birçok sektör tarafından benimsenen yenilikçi bir yaklaşımdır (Çark ve Akyürek, 2021). Bulut teknolojileri, veri depolama, işlem gücü ve yazılım uygulamaları gibi bilgi işlem kaynaklarının internet üzerinden erişilebilir hale getirilmesini sağlamaktadır. Bu teknolojiler, kullanıcıların fiziksel donanım ve altyapıya yatırım yapmadan, ihtiyaç duydukları kaynakları talep üzerine kullanmalarına olanak tanımaktadır (Çark, 2019). Bulut teknolojileri, genel olarak üç ana hizmet modeli etrafında toplanmaktadır. Bu modeller “Altyapı Hizmeti olarak Bulut (IaaS)”, “Platform Hizmeti olarak Bulut (PaaS)” ve “Yazılım Hizmeti olarak Bulut (SaaS)” şeklindedir. IaaS, kullanıcıların sanal makineler, depolama alanları ve ağ altyapısı gibi temel bilgi işlem kaynaklarına erişim sağladığı bir hizmet modelidir. PaaS, yazılım geliştiricilerine uygulama geliştirme, test etme ve dağıtma süreçlerinde gerekli olan platform ve araçları sunmaktadır. SaaS ise son kullanıcıların internet üzerinden yazılım uygulamalarını kullanmalarını sağlamaktadır.

Bulut teknolojilerinin birçok avantajı bulunmaktadır. İlk olarak, maliyet etkinliği önemli bir avantajdır. Bulut hizmetleri, kullanıcıların yalnızca kullandıkları kaynaklar için ödeme yapmalarına olanak tanımakta, bu da büyük ön maliyetler ve altyapı yatırımlarının önüne geçmektedir. Ayrıca, ölçeklenebilirlik, bulut teknolojilerinin bir diğer önemli avantajıdır. Kullanıcılar, ihtiyaçlarına göre kaynakları artırabilir veya azaltabilmekte, bu da esneklik ve verimlilik sağlamaktadır. Bulut teknolojileri, aynı zamanda erişilebilirlik ve işbirliği olanaklarını da artırmaktadır. İnternet bağlantısı olan herhangi bir yerden erişilebilen bulut hizmetleri, kullanıcıların verilerine ve uygulamalarına her an ulaşmasını

sağlamaktadır. Bu durum, özellikle uzaktan çalışma ve dağıtık ekipler için büyük bir avantajdır. Ayrıca, bulut tabanlı işbirliği araçları, ekiplerin gerçek zamanlı olarak birlikte çalışmasına ve bilgi paylaşmasına olanak tanımaktadır.

Güvenlik ve gizlilik, bulut teknolojilerinin en önemli sorunlarından biridir. Kullanıcıların verilerini üçüncü taraf hizmet sağlayıcılarına emanet etmesi, veri güvenliği ve gizliliği konusunda endişelere yol açabilmektedir. Bu nedenle, bulut sağlayıcılarının güçlü güvenlik önlemleri ve veri koruma politikaları uygulamaları gerekmektedir. Veri bütünlüğü ve hizmet sürekliliği de diğer önemli konular arasında yer almaktadır. Kullanıcılar, verilerinin her zaman erişilebilmekte ve güvende olduğundan emin olmak istemektedirler. Hizmet kesintileri veya veri kaybı, işletmeler için büyük riskler oluşturabilmektedir. Bu nedenle, bulut sağlayıcılarının yüksek hizmet kalitesi ve güvenilirlik sağlamaları kritik öneme sahiptir. Bulut teknolojileri, bilgi teknolojileri alanında büyük yenilikler getiren ve birçok avantaj sunan bir yaklaşımdır. Maliyet etkinliği, ölçeklenebilirlik, erişilebilirlik ve işbirliği olanakları gibi avantajları sayesinde, bulut teknolojileri, çeşitli sektörlerde geniş bir kullanım alanı bulmaktadır. Ancak, güvenlik, gizlilik ve hizmet sürekliliği gibi konularda dikkatli olunması ve gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu nedenle, bulut teknolojilerinin başarılı bir şekilde uygulanması, hem kullanıcıların hem de hizmet sağlayıcılarının sorumlulukları doğrultusunda titiz bir yaklaşım gerektirmektedir.

2.6.7. Blog Sayfaları

Blog sayfaları, dijital çağın önemli bir iletişim ve bilgi paylaşım aracı olarak öne çıkmaktadır. İnternetin yaygınlaşması ve web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bloglar, bireylerin ve kurumların düşüncelerini, deneyimlerini ve uzmanlıklarını geniş kitlelerle paylaşmalarını mümkün kılan platformlar haline gelmiştir. Bloglar, içeriklerin kronolojik olarak sıralandığı, genellikle bir kişi veya bir grup tarafından düzenli olarak güncellenen web siteleridir (Karcıoğlu ve Kurt, 2009). Blog sayfalarının popülerliği, kişisel ifadeyi ve demokratik bilgi paylaşımını teşvik etmesinden kaynaklanmaktadır. Bireyler, bloglar aracılığıyla çeşitli konularda yazılar yazarak kendi görüşlerini ifade edebilmekte ve okuyucularla etkileşime geçebilmektedirler. Bu sayede, bloglar kişisel marka oluşturma,

profesyonel ağ kurma ve topluluk oluşturma açısından önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Alikılıç ve Onat, 2007).

Akademik alanda, bloglar, araştırmacıların ve akademisyenlerin çalışmalarını ve bulgularını daha geniş bir kitleyle paylaşmalarını sağlamaktadır. Akademik bloglar, geleneksel akademik yayıncılığın dışında, hızlı ve geniş kapsamlı bilgi yayılımına olanak tanımaktadır. Bu bloglar, disiplinler arası etkileşimi teşvik eder ve akademik tartışmaların daha erişilebilir hale gelmesini sağlamaktadır. Ayrıca, genç araştırmacılar ve öğrenciler için blog yazmak, yazma becerilerini geliştirmek ve akademik topluluğa katkıda bulunmak için bir fırsat sunmaktadır. İş dünyasında, bloglar, pazarlama stratejilerinin bir parçası olarak önemli bir rol oynamaktadır. Şirketler, bloglar aracılığıyla ürün ve hizmetlerini tanıtmakta, sektörle ilgili bilgi ve yenilikleri paylaşmakta ve müşterilerle etkileşime geçmektedir. İçerik pazarlaması stratejisinin bir unsuru olan bloglar, markaların otorite ve güvenilirlik kazanmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, arama motoru optimizasyonu (SEO) açısından da bloglar, web sitelerinin görünürlüğünü artırarak daha fazla trafik çekmelerine katkıda bulunmaktadır. Blog sayfalarının bir diğer önemli özelliği, kullanıcı etkileşimini ve topluluk oluşturmaya teşvik etmesidir. Okuyucular, blog yazılarına yorum yaparak yazarlarla ve diğer okuyucularla etkileşime geçebilmektedirler. Bu etkileşim, blog yazarlarının okuyucularının ihtiyaç ve beklentilerini daha iyi anlamalarına ve içeriklerini buna göre şekillendirmelerine olanak tanımaktadır. Ayrıca, yorumlar ve geri bildirimler aracılığıyla bloglar, dinamik ve canlı bir tartışma ortamı oluşturmaktadır.

Blog yazarları, içeriklerinin doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlamakla yükümlüdürler. Yanlış veya yanıltıcı bilgi yayma riski, blogların güvenilirliğini ve itibarını olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca, blogların düzenli olarak güncellenmesi ve kaliteli içerik sunulması, okuyucu kitlesinin ilgisini çekmek ve sürdürülebilir bir blog sayfası oluşturmak için gereklidir. Gizlilik ve telif hakları da blog yazarlığı açısından önemli konular arasındadır. Blog yazarları, başkalarının fikri mülkiyet haklarına saygı göstermeli ve izin almadan alıntı yapmamalıdır. Aynı zamanda, blog okuyucularının gizliliği de korunmalıdır. Blog sayfaları, kullanıcı verilerini toplarken ve işlerken yasalara ve etik kurallara uygun davranmalıdır. Sonuç olarak, blog sayfaları, bireyler ve kurumlar için güçlü bir iletişim ve bilgi paylaşım aracı olarak büyük önem taşımaktadır. Kişisel ifadeyi, demokratik bilgi paylaşımını ve topluluk oluşturmaya teşvik eden bloglar, akademik, ticari

ve sosyal alanlarda geniş bir kullanım alanına sahiptir. Ancak, blog yazarlığının getirdiği sorumluluklar ve etik yükümlülükler de dikkate alınmalı ve bu doğrultuda hareket edilmelidir. Blogların başarılı ve sürdürülebilir olması, düzenli ve kaliteli içerik üretimi, okuyucularla etkileşim ve güvenilirlik ilkelerine bağlı kalmayı gerektirmektedir.

2.6.8. Dijital İletişim Uygulamaları

Dijital iletişim uygulamaları, günümüzün hızla dijitalleşen dünyasında bireylerin ve kuruluşların iletişim kurma biçimlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu uygulamalar, kullanıcıların metin, ses, video ve multimedya içeriklerini hızlı ve etkili bir şekilde paylaşmalarına olanak tanımaktadır. Dijital iletişim, internetin ve mobil teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Dijital iletişim uygulamalarının başlıca türleri arasında anlık mesajlaşma uygulamaları, sosyal medya platformları, video konferans araçları ve işbirliği yazılımları bulunmaktadır. Bu uygulamalar, farklı iletişim ihtiyaçlarına hitap ederek, bireylerin ve kuruluşların iletişim süreçlerini daha verimli ve esnek hale getirmektedir.

Anlık mesajlaşma uygulamaları, metin, ses ve görsel içeriklerin gerçek zamanlı olarak paylaşılmasını sağlamaktadır. WhatsApp, Telegram, WeChat ve Signal gibi uygulamalar, kullanıcıların bireysel ve grup sohbetleri oluşturmaya, medya dosyaları göndermesine ve sesli/görüntülü aramalar yapmasına olanak tanımaktadır. Bu uygulamalar, özellikle hızlı ve kişisel iletişim ihtiyacı olan kullanıcılar arasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, işletmeler için de müşteri hizmetleri ve ekip içi iletişimde önemli bir araç haline gelmiştir.

Sosyal medya platformları, kullanıcıların içerik oluşturmaya, paylaşmaya ve tüketmesine olanak tanıyan dijital iletişim araçlarıdır. Facebook, Twitter, Instagram ve LinkedIn gibi platformlar, bireylerin ve kuruluşların geniş bir kitleye ulaşmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya, kişisel ağların kurulmasından marka bilinirliğinin artırılmasına, haberlerin yayılmasından toplumsal hareketlerin örgütlenmesine kadar birçok alanda etkili bir rol oynamaktadır. Bu platformlar, kullanıcıların fotoğraf, video ve metin gibi çeşitli içerikleri paylaşmalarına ve diğer kullanıcılarla etkileşime geçmelerine imkân vermektedir.

Video konferans araçları, coğrafi olarak dağınık bireylerin ve grupların yüz yüze görüşme deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır. Zoom, Microsoft Teams, Google Meet ve Skype gibi platformlar, özellikle pandemi döneminde uzaktan çalışma ve eğitim süreçlerinde büyük önem kazanmıştır. Bu araçlar, toplantılar, dersler, seminerler ve web seminerleri gibi çeşitli etkinliklerin dijital ortamda gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır. Video konferans teknolojisi, zaman ve mekan kısıtlamalarını ortadan kaldırarak işbirliği ve iletişimi güçlendirmektedir.

İşbirliği yazılımları, ekiplerin proje yönetimi, doküman paylaşımı ve ortak çalışma süreçlerini dijital olarak yürütmelerine imkân vermektedir. Slack, Asana, Trello ve Microsoft SharePoint gibi uygulamalar, iş süreçlerinin daha verimli ve organize bir şekilde yönetilmesini sağlamaktadır. Bu tür yazılımlar, görevlerin takibi, ekip içi iletişim ve bilgi paylaşımı gibi konularda etkin çözümler sunmaktadır. Ayrıca, gerçek zamanlı işbirliği araçları, ekip üyelerinin aynı anda belgeler üzerinde çalışmasına ve değişiklikleri anında görmesine imkân tanımaktadır.

Dijital iletişim uygulamaları, zaman ve mekan kısıtlamalarını ortadan kaldırarak kullanıcıların her an, her yerden iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Bu uygulamalar, iletişimin hızını ve etkinliğini artırarak, bilgi akışını hızlandırmakta ve karar alma süreçlerini iyileştirmektedir. Ayrıca, dijital iletişim araçları, maliyet tasarrufu sağlamakta ve özellikle uluslararası işbirliklerinde seyahat ihtiyacını azaltmaktadır. Gizlilik ve güvenlik konuları, kullanıcıların kişisel verilerinin korunması açısından önem taşımaktadır. Siber güvenlik tehditleri, veri ihlalleri ve kötü amaçlı yazılımlar, dijital iletişim araçlarının güvenliğine yönelik riskler oluşturmaktadır. Ayrıca, dijital iletişimin aşırı kullanımı, dijital yorgunluk ve sosyal izolasyon gibi psikososyal sorunlara yol açabilmektedir. Dijital iletişim uygulamaları, modern toplumun iletişim dinamiklerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu uygulamalar, bireyler ve kuruluşlar için hızlı, etkili ve esnek iletişim çözümleri sunmaktadır. Ancak, bu teknolojilerin sunduğu avantajlardan tam anlamıyla yararlanabilmek için güvenlik, gizlilik ve etik konularının dikkate alınması gerekmektedir. Dijital iletişim uygulamalarının doğru ve bilinçli kullanımı, hem bireysel hem de kurumsal düzeyde iletişim süreçlerini optimize etmektedir.

2.7. Literatür Taraması

Literatür taraması kapsamında dijital ayak izi kavramıyla birlikte internet kullanımına ilişkin birçok farklı akademik çalışma olduğu görülmüştür. Bu başlık altında kronolojik sırayla yapılan çalışmalara değinilmiştir.

Madden vd. (2007) tarafından dijital ayak izi kavramına yönelik hazırlanan kapsamlı raporda; dijital platformlarda görünürlüğü yanı sıra bilinirlik kavramının da ortaya çıktığı belirlenmiştir. Çalışma kapsamında dijital ayak izi kavramına yönelik farkındalık düzeyi, 2002 yılında %20 iken 2007 yılı itibariyle bu oranın %50 seviyesine geldiği tespit edilmiştir. Çalışmaya katılan bireylerin %60'ının dijital ayak izi olarak dijital platformlara verdikleri bilgilerden dolayı tedirginlik hissettikleri de görülmüştür. Toplanan verilerin analizi neticesinde katılımcılar; “Güvenli”, “Dikkatli”, “Endişeli” ve “Pasif” olmak üzere dört kategoriye ayrılmışlardır. Eğitim düzeyi yüksek bireylerin arama motorlarını kullanarak kendileri adına araştırma yaptıkları da ulaşılan sonuçlardan biridir. Kendileri ile ilgili araştırmaya yapan bireylerin %40'ı mesleki başarıları; %30'u başkalarının bilgilerini; kalan %30'u ise başkalarının dijital ayak izlerini aradıkları sonucuna ulaşmıştır.

Camacho vd. (2012) yükseköğretim öğrencilerinin dijital kimlik algılarını belirlemeye yönelik yaptığı çalışmalarında, İspanya'daki Rovira i Virgili üniversitesinde 2011-2012 eğitim öğretim yılında öğrenim gören 18-45 yaş aralığındaki 135 öğrencinin görüşlerine başvurmuşlardır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin büyük çoğunluğunu sosyal medya gizlilik ayarlarıyla ilgili yeterli düzeyde bilgi sahibi oldukları, sosyal medya platformları içerisinde en çok Facebook uygulaması kullandıkları ve dijital kimlik algılarının yüksek düzeyde olduğu gözlemlenmiştir.

Özbek vd. (2016) 2014-2015 eğitim öğretim yılında 316 lise öğrencisinin dijital ayak izi farkındalıklarını ve yaşantılarını tespit etmeye çalışmıştır. Çalışmanın konusu lise öğrencilerinin sanal ortamlardaki deneyim düzeyleri ve bu ortamda bıraktıkları dijital ayak izi farkındalık düzeylerini belirlemektir. Yapılan çalışmada, lise öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin yüksek, olumsuz durumlarla karşılaşma durumlarının düşük seviyede olduğu belirlenmiştir. Bu noktada lise öğrencilerinin kişisel bilgilerini koruma

adına önlemler aldıkları ve farkındalık ortaya koydukları görülmüştür. Ortak alan internet kullanımı konusunda da farkındalık düzeyi yüksek olan lise öğrencilerinin, dijital ortamlarda paylaştıkları içeriklerin üçüncü kişiler tarafından da görülebileceği noktasında yeterli bilgiye sahip olmadıkları saptanmıştır. Lise öğrencilerinin dijital ortamda yaptıkları eylemlerin ileriki zamanlarda karşısına çıkabileceği ve bu eylemlerin kayıt altına alındığına yönelik farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin dijital ayak izi yaşantı durumlarına bakıldığında, en fazla ziyaret edilen internet sayfasıyla ilgili reklamlarla karşılaşıldığı deneyimlenirken, en az ise yapılan paylaşımlara bağlı olarak cezai işlemlerle karşılaşılması deneyimlenmiştir. Cinsiyet değişkenine bağlı olarak kız ve erkek öğrencilerin dijital ayak izi farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

İnce ve Koçak (2017) tarafından gerçekleştirilen 520 üniversite öğrencisinin sosyal medya kullanma alışkanları üzerine yapılan çalışmada, öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının hangi faktörlere göre değiştiğine yönelik veriler toplanmıştır. Çalışma kapsamında üniversite öğrencilerinin kitle iletişim araçları içerisinde en fazla internet, daha sonra sırasıyla televizyon, sosyal medya platformları ve gazete kullandıkları tespit edilmiştir. Öğrencilerinin kitle iletişim araçları içerisinde en az dergi ve radyo kullandıkları görülmüştür. Çalışmada cinsiyet değişkenine göre kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla internet ve sosyal medya kullandıkları belirlenmiştir. Aynı şekilde kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal platformlara daha fazla güven duydukları da saptanmıştır. Bu durum, sosyal medyaya duyulan güven ile sosyal medya kullanımının doğru orantılı şekilde arttığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca öğrencilerin sosyal medyaya duyulan güven düzeyleri ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin orta seviyede olduğu da belirlenmiştir.

Buchanan vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada, Avustralya'daki okullarda öğrenim gören 10-12 yaş aralığında olan 33 öğrencinin dijital ayak izi kavramına yönelik algıları ve dijital ayak izini yönetme becerileri incelenmiştir. Çocukların dijital platformları; aile ve arkadaşlarıyla iletişim sağlama, derslerle ilgili araştırma, video izleme, oyun oynama ve ilgi alanlarına yönelik araştırma amacıyla kullandıkları belirlenmiştir. Bu amaçlara rağmen çocukların akıllı telefon kullanma oranının çok düşük olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Avusturalya'da çocukların dijital ortamlarda bulunmaları normal bir olgu

olarak kabul edilirken, ebeveynlerin çocuklarına güven duydukları ve çok düşük oranda dijital ortamdaki aktivitelerini denetledikleri görülmüştür. Çocukların dijital ayak izi kavramına yönelik algılarının yüksek olması sonucu dijital ortamda güvenliğe ve paylaşımlarına dikkat ettikleri tespit edilmiştir. Çocukların sosyal medya uygulamaları içerisinde en fazla “Instagram” uygulamasını kullandıkları saptanmıştır. Çocukların bu uygulamada hesaplarını gizledikleri ve paylaşım noktasında bilinçli davrandıkları da görülmüştür. Ayrıca çocukların uygulamanın ara yüzünü kullanışlı ve güvenli buldukları ve bu uygulamayı daha çok mesajlaşmak amacıyla kullandıkları da belirlenmiştir.

Sürmeli ve Seferoğlu (2019) tarafından yükseköğrenim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumlarını belirlemeye yönelik yapılan çalışmada, Türkiye’deki 41 farklı üniversitede öğrenim gören 508 öğrenciye “Yüksek Öğrenim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Becerileri” ölçeği uygulanmıştır. Bu kapsamda öğrencilerin cinsiyet, yaş, sınıf seviyesi ve üniversiteye gelmeden önce yaşanan yer vb. değişkenlerine göre dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantı durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre öğrencilerin dijital ayak izi farkındalık düzeyi yüksek seviye olarak bulunmuştur. Ayrıca öğrencilerin “Dijital Ayak İzi Kavramının Anlamına Dair Farkındalıkları” orta; “Çevrim içi Araçlarda Kendilerine Sunulan Gizlilik Ayarlarının Farkındalığı” yüksek; “Dijital Ayak İzi Yaşantı Durumu” düşük; “Karşılaşılan Reklamların Arama Sonuçlarıyla Alakalı Olma Durumu” yüksek; “Dijital Ortamlarda Gerçekleştirdikleri Paylaşımlarda Kendi Düşüncelerini Yansıtıp Yansıtmaması Durumu” yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Dağhan ve Kuh Karyeli (2019) tarafından yapılan çalışmada, ortaokulda öğrenim gören 5 ve 6. Sınıf öğrencilerine “Sayısal Ayak İzi” temalı ders tasarımı yapılarak 7 haftalık bir planlama ile konu aktarımı gerçekleştirilmiştir. Konu aktarımı tamamlandıktan sonra öğrencilerin dijital ayak izi ve dijital vatandaşlık konusundaki algılarının akademik başarılarını ne derecede etkilediğine yönelik analizler yapılmıştır. Yapılan analizlere göre sürecin başında öğrencilerin dijital ayak izi ve dijital vatandaşlık kavramlarına yönelik yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür. Süreç sonunda ise öğrencilerin dijital ayak izi ve dijital vatandaşlık kavramlarına yönelik daha fazla bilgi sahibi oldukları ve bu durumun da öğrencilerin akademik başarılarını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Işık (2019) tarafından gerçekleştirilen dijital kuşak farklılıkları, dijital yerli ve dijital göçmen olarak tanımlanan kavramların teknoloji ile olan ilişkisini incelediği çalışmada, dijital yerli kavramı içerisinde 14-16 yaş aralığındaki 306 lise öğrencisi ile dijital göçmen kavramı içerisinde 101 öğretmen görüşü alınmıştır. Hem öğrencilerin hem de öğretmenlerin demografik değişkenlere göre teknoloji kullanımlarında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Ayrıca öğretmen ve öğrencilerin internete rahatlıkla erişim sağladıkları da görülmüştür. Dijital platformları kullanma istekleri incelendiğinde öğrencilerin öğretmenlere nazaran daha istekli oldukları saptanmıştır.

European Dijital Learning Network (DLEARN) (2019) tarafından yapılan araştırmada, lisans ve lisansüstü mezunu bireylerin dijital ayak izleri konusundaki farkındalık düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların dijital ayak izleri ile ilgili farkındalıklarının düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Kaya (2020) tarafından yapılan çalışmada, 847 ortaöğretim öğrencisinin dijital vatandaşlık ve dijital okuryazarlık düzeyleri arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır. Öğrencilerin cinsiyet, sınıf düzeyi ve internette günlük harcanan süre vb. değişkenlere göre dijital vatandaşlık ve dijital okuryazarlık seviyelerinde farklılık oluşmadığı tespit edilmiştir. İnternet kullanım süresi değişkenine göre öğrencilerin dijital vatandaşlık seviyelerinde farklılık olduğu, kullanım süresi yüksek olan öğrencilerin dijital vatandaşlık seviyelerinin de yüksek olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin günlük internet kullanım süresine göre dijital vatandaşlık seviyesinin farklılaşmadığı görülmüştür. Cinsiyet değişkenine göre dijital vatandaşlık seviyesi farklılık göstermezken, dijital okuryazarlık seviyesi kız öğrenciler lehine farklılaşmaktadır. Çalışma kapsamında öğrencilerin dijital vatandaşlık seviyeleri arttıkça dijital okuryazarlık seviyelerinin de arttığı, dijital vatandaşlık kavramı ile dijital okuryazarlık kavramının birbirini olumlu yönde etkiledikleri belirlenmiştir.

Tutgun Ünal ve Deniz (2020) tarafından yayımlanan çalışma kapsamında 516 sosyal medya kullanıcısına ulaşılmış ve Baby Boomer, X, Y ve Z kuşaklarının sosyal medya kullanım düzeyleri ile tercihlerini anlamak amaçlanmıştır. Kronolojik olarak ilk kuşak olan Baby Boomer kuşağı ile Z kuşağı arasında dijital ortamlara uyum sağlama noktasında farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Ayrıca siyasi içerikli paylaşımların bu iki

kuşak tarafından fazlaca takip edildiği tespit edilmiştir. Baby Boomer ve X kuşağındaki bireylerin günlük internet kullanım sürelerinin 1 ile 3 saat arasında olduğu görülmüştür. Bu süre Y kuşağı için 4-7 saat arası iken, Z kuşağı için bu sürenin 7 saatten fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kuşakların sosyal medya kullanımlarına bakıldığında Baby Boomer ve X kuşağındaki bireylerin Facebook uygulamasını, Y ve Z kuşağındaki bireylerin ise Instagram uygulamasını kullandıkları görülmüştür.

Acele (2020) tarafından yapılan çalışmada, bilişim teknolojileri öğretmenleriyle birlikte bilişim teknolojileri öğretmeni adaylarının dijital ayak izi farkındalık düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında 78 bilişim teknolojileri öğretmeni ve 266 bilişim teknolojileri öğretmeni adayının görüşlerine başvurulmuştur. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre öğretmenlerin internet sayfalarındaki gizlilik sözleşmelerini okuduktan sonra onayladıkları, öğretmen adaylarının ise üçüncü kişilerin bireysel verilere erişmelerine izin verdikleri belirlenmiştir. Öğretmen ve öğretmen adaylarının benzer oranda dijital itibar durumlarını kontrol etmek için arama motorlarıyla kendileri ile ilgili arama yaptıkları saptanmıştır. Öğretmenlerin paylaşım yaparken öğretmen adaylarına nazaran kimlik ve finansal bilgilerini koruma noktasında daha dikkatli davrandıkları görülmüştür.

Taş ve Bülbül (2021) tarafından gerçekleştirilen sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izi farkındalıklarının incelendiği çalışmada, farklı yaş gruplarındaki 231 katılımcının görüşlerine başvurulmuştur. Çalışma kapsamında katılımcıların dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin yüksek, dijital ayak izi yaşantı durumlarının orta seviyede olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi farkındalığının farklılık göstermediği, dijital ayak izi yaşantı durumlarının ise erkek katılımcılar lehine anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Yaş değişkenine göre dijital ayak izi farkındalık düzeyleri ve dijital ayak izi yaşantı durumlarının farklılaşmadığı da belirlenmiştir. Katılımcıların internet ve bilgisayar kullanımları arttıkça dijital ayak izi yaşantılarının da yükseldiği görülmüştür. Katılımcıların dijital ayak izi yaşantı durumları noktasında daha önce yaptıkları aramaların reklam olarak karşısına çıkma konusu en sık karşılaşılan sorun olarak saptanmıştır. Yapılan paylaşımlar ile ilgili yasal yaptırımlarla karşılaşma durumu ise en az karşılaşılan dijital ayak izi yaşantısı olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan internette daha fazla vakit harcayan bireylerin dijital ayak izi farkındalık

düzeyleri ve dijital ayak izi yaşantı durumlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yılmaz vd. (2021) tarafından yapılan çalışmada, 393 ortaokul öğrencisinin dijital ayak izi farkındalık düzeyleri ile dijital yaşantı durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada toplanan veriler neticesinde, öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi farkındalık düzeyleri alt boyutlarından “Kişisel Bilgi Paylaşımı” ve “Çevrimiçi Oyunlar” boyutlarında erkek öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Sınıf değişkenine göre ise 5. sınıf öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin 6. ve 7. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek seviyede olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin cep telefonu kullanım süresi değişkenine göre kullanım süresi az olan öğrencilerin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin yüksek seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanım durumlarına göre öğrencilerden sosyal medya kullanımı az olan öğrencilerin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.

Şenel ve Yılmazdoğan (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, X, Y ve Z kuşaklarının turizm sektörü kapsamındaki dijital ayak izi farklılık düzeyleri ele alınmıştır. Katılımcıların seyahat öncesi, seyahat sırası ve seyahat sonrası sosyal medya paylaşımları ve dijital etkinliklerinin incelendiği çalışmada, sosyal medyadaki en aktif kuşağın Z kuşağı olduğu belirlenmiştir. Dijital ayak izi farkındalık düzeyi en yüksek olan kuşakların ise X ve Y kuşağı olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımlarına göre ise X kuşağının çoğunlukla Facebook uygulamasını kullandıkları, Y ve Z kuşağının ise Instagram ve Youtube uygulamalarını sıklıkla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Afyon (2022) tarafından yükseköğrenim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık ve yaşantı durumlarının hangi düzeyde olduğunu belirlemeye yönelik yaptığı çalışmasında, 2022-2023 akademik yılında Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğrenim gören 288 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırma neticesinde öğrencilerin dijital ayak izi farkındalık durumlarının yüksek düzeyde olduğu görülürken, dijital ayak izi yaşantı durumlarının ise düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca cinsiyet değişkenine göre öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının anlamlı şekilde farklılaştığı, kız öğrencilerin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin erkek öğrencilerinkinden daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Karabatak ve Alanoğlu (2022), ğretim üyelerinin cinsiyet, günlük interneti kullanım süresi, çevri- içi ortamları kullanma durumu, dijital ayak izi farkındalık ve dijital ayak izi yaşıntı durumlarını belirlemek amacıyla, Türkiye’deki bir devlet niversitesinde alışan 398 ğretim üyesinin görüşleri alınmıştır. Çalışma neticesinde ğretim üyelerinin dijital ayak izi farkındalık düzeyinin yüksek, dijital ayak izi yaşıntı durumunun ise düşük olduğu belirlenmiştir. Ayrıca kadın katılımcıların dijital ayak izi yaşıntı durumu ve farkındalık düzeyinin erkek katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Koçyiğit (2022), bireylerin dijital ayak izi yönetimi ve farkındalık düzeylerini incelediği tez çalışmasında, Afyonkarahisar’da yaşıyan 18-55 yaş aralığındaki 500 yetişkin bireyle görüşmüştür. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; bireylerin dijital ayak izi yönetim düzeyleri ve dijital ayak izi farkındalık düzeyleri yüksek olarak bulunmuştur. Fakat dijital ayak izi kavramına yönelik algının ise düşük düzeyde kaldığı belirlenmiştir.

Sanin (2022), ortaöğretim ğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarını belirlemek amacıyla ölçek geliştirme ve dijital ayak izi farkındalıklarına yönelik algılarını tespit etmeye çalıştığı araştırmasında, 2021-2022 eğitim ğretim yılında Ankara’daki bir Anadolu Lisesinde ğrenim gören 699 lise öğrencisinin görüşlerini almıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin dijital ayak izi farkındalığının yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların sosyal medya kullanımı konusunda farkındalık düzeyinin yeterli seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karal ve Kaçmaz (2023), lise ğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarını ve dijital yaşıntı durumlarını incelemeyi amaçladıkları çalışmalarında, 2022-2023 eğitim ğretim yılında şırnak ilinin Silopi ilçesinde farklı kademelerdeki 612 lise öğrencisinin görüşlerinden yararlanmıştır. Araştırmada lise ğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin orta, dijital ayak izi yaşıntı düzeylerinin düşük ve “dijital ayak izi” kavramına yönelik algılarının ise düşük seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu bölüm içerisinde, araştırma modeli, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizleri ile ilgili bilgilerden bahsedilmektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada katılımcıların demografik değişkenlere göre dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantılarını tespit edebilmek için nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Nicel araştırma yaşanan olay, durum ve olguları nesnel hale getirerek, gözlemlenebilir, ölçümlenebilir ve sayısal ifade edilebilir şekle dönüştüren araştırma türüdür (Büyüköztürk vd, 2008). İlişkisel tarama modeli ise, farklı değişkenlerin aralarındaki ilişkiyi ve ilişki türünü tespit etmeye çalışan modeldir (Karasar, 2005).

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Okul Öncesi Eğitimi alanında öğrenim gören; 1. Sınıf, 2. Sınıf, 3. Sınıf ve 4. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile belirlenerek, 234 okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören öğrenciden oluşturulmuştur. Bu çalışmada basit seçkisiz örnekleme kullanılması, istatistiksel olarak geçerli, yanlılıktan uzak ve temsili bir öğrenci grubu belirlenmesini sağlamıştır. Böylece dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantılarının farklı demografik değişkenlere göre analiz edilebilmesi için uygun bir veri seti elde edilmesine imkân tanımıştır. Örneklem, araştırmacının ulaşabileceği bir alanı ifade etmektedir (Şahin ve Karakuş, 2019). Basit seçkisiz örnekleme yöntemi, istatistiksel araştırmalarda popülasyondan örnekleme yapmak için kullanılan temel bir yöntemdir. Bu yöntemde, popülasyondaki her birim (birey, öge, vb.) eşit seçilme şansına sahiptir. Basit seçkisiz örnekleme, örneklemin popülasyonu temsil etme olasılığını artırmakta ve önyargıyı minimize etmektedir (Büyüköztürk vd., 2008).

3.3. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada, Sürmeli ve Seferoğlu (2019) tarafından geliştirilen “Yükseköğrenim Öğrencilerinin Dijital Ortamları Kullanma Durumları” isimli ölçekten yararlanılmıştır. Ölçeğin kullanımı için gerekli izinler alınmıştır. İzni alınan bu ölçek 6 bölümden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci bölümünde yer alan “Kişisel Bilgi Formu” içerisinde 6 madde bulunmaktadır. Bu maddeler katılımcıların; cinsiyet, yaş, sınıf, çevrimiçi araçları kullanma konusunda yeterli hissetme düzeyi, üniversiteye gelmeden önce yaşadıkları yerleşim yeri ve kullandıkları çevrim içi araçları belirlemeye yöneliktir. Ölçeğin ikinci bölümünde “İnternet’e Bağlanma Durumları” kapsamında katılımcıların internete bağlanma durumlarını tespit etmeye yönelik 2 maddeye yer verilmiştir. Bu maddelerin ilki katılımcıların interneti en sık kullandıkları ortamları ve günlük internet ve bilgisayar kullanım sürelerini tespit etmeye yöneliktir. Ölçeğin üçüncü bölümünde “Çevrim içi Araçları Kullanma Durumu” içerisinde katılımcıların bilgisayar ve internet kullanma amaçlarını belirlenmeyi hedefleyen 15 madde bulunmaktadır. Bu maddeler içerisinde dijital araçları kullanma sıklıklarını ölçen maddeler yer almaktadır. Ölçeğin dördüncü bölümünde “Çevrim İçi Araçları Kullanma Durumu” kapsamında katılımcıların hangi dijital araçları hangi sıklıkla kullandıklarına ilişkin 10 maddeye yer verilmiştir. Ölçeğin beşinci bölümünde, “Dijital Ortamlarda Gerçekleştirilen İşlemler” başlığı altında 5’li likert türünde 12 madde bulunmaktadır. Bu maddeler, katılımcıların dijital ortamlarda yaptıkları işlemleri belirtmeye yönelik hazırlanmıştır. Bu bölümdeki maddeler 5’li likert olarak; “Hiç Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Orta Derecede Katılıyorum”, “Katılıyorum” ve “Tamamen Katılıyorum” şeklinde hazırlanmıştır. Ölçeğin altıncı bölümünde ise “Dijital Ortam Yaşantıları” ile ilgili 5’li likert türünde 16 maddeye yer verilmiştir (Sürmeli ve Seferoğlu, 2019). Araştırmanın beşinci bölümü kullanıcıların dijital ayak izi farkındalıklarını ölçerken, altıncı bölüm dijital ayak izi yaşantılarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu bölümdeki maddeler ise 5’li likert olarak; “Hiçbir Zaman”, “Nadiren”, “Bazen”, “Genellikle” ve “Her Zaman” şeklinde hazırlanmıştır.

Verilerin güvenilirliğini belirlemek amacıyla yapılan güvenilirlik testi sonucunda dijital ayak izi farkındalığı anketi için Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı değerinin ,90 ve dijital ayak izi yaşantısı anketi için ise Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı değerinin ,89 olduğu belirlenmiştir. Ölçek için belirlenen Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı değeri

0 ile ,40 arasında olduğunda güvenilirliğin olmadığı; ,40 ile ,60 arasında güvenilirliğin düşük seviyede olduğu; ,60 ile ,80 arasında güvenilirliğin iyi seviyede olduğu; ,80 ve üzerinde ise güvenilirliğin çok yüksek seviyede olduğu bilinmektedir (Özdamar, 1999). Bu durumda ölçeğin güvenilirliğinin çok yüksek düzeyde olduğu ve güvenilirliğin sağlandığı görülmüştür.

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırma için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Okul Öncesi Eğitimi alanında öğrenim gören öğrencilere, gerekli izinler alınarak Mayıs 2024-Haziran 2024 tarihleri arasında yüz yüze ölçek uygulanmıştır. Yüz yüze ölçek uygulaması sınıf ortamında akademisyenler eşliğinde gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 241 adet ölçek toplanmıştır. Tamamen boş veya hepsi aynı düzeyde işaretlendiği belirlenen 7 adet ölçek dikkate alınmamıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi için SPSS 25 paket programı kullanılmış ve yüz yüze toplanan veriler tek bir dijital dosyada birleştirilerek SPSS ortamına aktarılmıştır. Öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediklerini belirlemek adına basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantı durumlarının çarpıklık ve basıklık değerlerine ilişkin bulgular Tablo 1 ve Tablo 2’de gösterilmiştir. Verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 olması verilerin normal dağılım gösterdiğine işaret etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Tablo 1.

Öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarına ilişkin maddelere ait basıklık ve çarpıklık değerleri

Maddeler	Basıklık (Skewness)	Çarpıklık (Kurtosis)
Madde 1	-1,279	,713
Madde 2	-,657	-,551
Madde 3	-1,126	1,333
Madde 4	-1,025	1,183
Madde 5	-1,165	,620
Madde 6	-,729	-,166
Madde 7	-1,324	1,403
Madde 8	-,737	-,299
Madde 9	-,975	,384
Madde 10	-,884	,267
Madde 11	-,536	-,546
Madde 12	,046	-1,336

Tablo 2.

Öğrencilerin dijital ayak izi yaşantı durumlarına ilişkin maddelere ait basıklık ve çarpıklık değerleri

Maddeler	Basıklık (Skewness)	Çarpıklık (Kurtosis)
Madde 1	1,416	1,336
Madde 2	1,096	,838
Madde 3	1,198	1,295
Madde 4	,981	,597
Madde 5	1,142	-,216
Madde 6	1,232	1,124
Madde 7	1,068	1,101
Madde 8	1,090	,999
Madde 9	1,045	1,246
Madde 10	-,387	-1,206
Madde 11	1,266	1,236
Madde 12	1,179	1,168
Madde 13	-,985	-,356
Madde 14	,142	-,778
Madde 15	,029	-,960
Madde 16	1,112	,294

Tablo 1 ve Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarını ve dijital ayak izi yaşantı durumlarını belirlemeye çalışan maddelere ait basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 değerleri arasında değiştiği ve verilerin normal dağılım

gösterdikleri söylenebilir. Bu durum verilerin analizi için parametrik testlerinin kullanımının daha uygun olduğunu sonucunu doğurmaktadır.

Öğrencilerin “Dijital ayak izi farkındalıkları” ve “Dijital ayak izi yaşantı durumları” düzeyleri için; frekans, yüzde, ortalama, standart sapma değerlerine bakılmıştır. Ayrıca bazı değişkenlere göre farklılaşma olup olmadığını tespit edebilmek adına; cinsiyet değişkenine göre t-testi, yaş, sınıf düzeyi, çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumu, üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri ve kullanılan çevrim içi araçlar değişkenlerine göre ise Anova testi yapılmıştır. T testi, iki bağımsız gruba ait ortalamaları karşılaştırarak, gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını tespit etmek için kullanılan analiz türüdür (Büyüköztürk, 2008). Anova testi ise, ikiden fazla grup ortalamalarını karşılaştırarak, gruplararası ortalama farklılıklarını belirlemeye çalışan bir analiz türüdür (Ural ve Kılıç, 2005). Katılımcıların “Dijital ayak izi farkındalıkları” ile “Dijital ayak izi yaşantı durumları” arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla da korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi, birden fazla değişken arasındaki ilişkiyi ve o ilişkinin yönü ve düzeyi hakkında bilgi veren istatistiksel bir analizdir (Can, 2016).

Dijital ayak izi farkındalığı ve dijital ayak izi yaşantıları ölçeğindeki maddeler beşli likert türünde oluşmuş olup, verilerin yorumlanması için düşük, orta ve yüksek şeklinde üç düzeye göre değerlendirme yapılmıştır. Buna göre 1,00-2,33 arası düşük; 2,34-3,66 arası orta ve 3,67 ve 5,00 arası ise yüksek düzey olarak belirlenmiştir. Çalışmadaki verilerin analizinde anlamlılık düzeyi ,05 olarak alınmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılara uygulanan anket sonuçlarına ait veriler bulunmaktadır. Elde edilen veriler ışığında yapılan analizlere bu bölüm altında değinilmiştir.

4.1. Katılımcıların Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların özelliklerine ilişkin toplanan verilere ait bulgular tablo haline getirilerek yorumlanmıştır.

Tablo 3.

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımları

	f	%
Kız	203	86.8
Erkek	31	13.2
Toplam	234	100

Tablo 3'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmını kız öğrenciler oluşturmakta olup, toplam 203 kız öğrenci (%86,8) yer almaktadır. Erkek öğrencilerin sayısı ise 31 olup, bu da katılımcıların %13,2'sini oluşturmaktadır. Bu dağılım, araştırmaya katılan öğrenci grubunun büyük kısmının kız öğrencilerden oluştuğunu göstermektedir. Ayrıca, kız öğrencilerin daha fazla yer aldığı bu araştırmada, erkek öğrencilerin oranı oldukça düşük kalmıştır. Bu dağılımın, araştırmanın kapsamı ve örneklem grubuyla ilgili önemli bilgiler sunduğu söylenebilir.

Tablo 4.

Katılımcıların yaş değişkenine göre dağılımları

	f	%
19-22 Yaş	181	77.4
23-26 Yaş	41	17.5
27 Yaş ve üzeri	12	5.1
Toplam	234	100

Tablo 4'e göre, araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmı 19-22 yaş aralığındadır ve bu grupta 181 öğrenci (%77,4) yer almaktadır. Katılımcıların 41'i ise 23-26 yaş aralığındadır ve bu oran %17,5'tir. 27 yaş ve üzeri olan katılımcılar ise yalnızca 12 kişidir ve bu da toplamın %5,1'ine tekabül etmektedir. Bu veriler, araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğunun 19-22 yaş aralığındaki grupta olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 5.

Katılımcıların sınıf değişkenine göre dağılımları

	f	%
1. Sınıf	69	29.5
2. Sınıf	56	23.9
3. Sınıf	58	24.8
4. Sınıf	51	21.8
Toplam	234	100

Tablo 5'e göre, araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf düzeylerine göre dağılımı incelendiğinde, en fazla katılımcının 1. sınıf öğrencisi olduğu görülmektedir (69 öğrenci, %29,5). Bunu 2. sınıf öğrencileri takip etmekte olup, bu grup 56 öğrenci (%23,9) oluşmaktadır. 3. sınıf öğrencilerinin sayısı ise 58 olup, bu grup toplamın %24,8'ini oluşturmaktadır. Son olarak, 4. sınıf öğrencileri 51 kişi (%21,8) ile en düşük oranı temsil etmektedir. Bu dağılım, araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf düzeylerine göre dengeli bir şekilde temsil edildiğini göstermektedir.

Tablo 6.

Katılımcıların üniversiteden önce yaşadıkları yer değişkenine göre dağılımları

	f	%
Köy	51	21.8
İlçe	95	40.6
İl	39	16.7
Büyükşehir	49	20.9
Toplam	234	100

Tablo 6'ya göre, araştırmaya katılan öğrencilerin yaşadıkları yerleşim yerlerine göre dağılımı şu şekildedir: 51 öğrenci (%21,8) köyde, 95 öğrenci (%40,6) ilçede, 39 öğrenci (%16,7) ilde ve 49 öğrenci (%20,9) ise büyükşehirde yaşamaktadır. Bu veriler, katılımcıların çoğunluğunun ilçelerde yaşadığını, ancak köyde ve büyükşehirde yaşayan

öğrenci sayısının da önemli bir oran oluşturduğunu göstermektedir. Ayrıca, ilde yaşayan öğrencilerin sayısı ise diğer gruplara kıyasla daha düşüktür. Bu dağılım, katılımcıların coğrafi çeşitliliğini ortaya koymaktadır.

4.2. Katılımcıların Çevrim içi Araç Kullanım Bilgilerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların hangi çevrim içi araçları kullandıklarına yönelik bulgular Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 7.

Katılımcıların kullandıkları çevrim içi araçlara ilişkin bulgular

	f	%
Dizüstü bilgisayar	161	68.8
Masaüstü bilgisayar	24	10.3
Tablet	58	24.8
Akıllı Telefon	232	99.1

Tablo 7’ye göre, araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmı çevrim içi araçlar içerisinde akıllı telefon kullanmaktadır. Katılımcıların %99,1’i akıllı telefon kullandığını belirtmiştir. Ayrıca, öğrencilerin %68,8’i dizüstü bilgisayar, %24,8’i tablet ve %10,3’ü ise masaüstü bilgisayar kullanmaktadır. Bu veriler, akıllı telefonun en yaygın kullanılan cihaz olduğunu, ancak dizüstü bilgisayar ve tablet gibi diğer cihazların da önemli bir kullanım oranına sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterliliklerine yönelik bulgular Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8

Katılımcıların çevrim içi araçları kullanma yeterliliklerine ilişkin bulgular

	f	%
Yeterli Değil	13	5.6
Orta	56	23.9
Yeterli	137	58.5
Tamamen Yeterli	28	12.0
Toplam	234	100

Tablo 8’e göre, araştırmaya katılan öğrencilerin çevrimiçi araçları kullanma yeterlilik seviyeleri farklılık göstermektedir. Katılımcıların 13’ü (%5,6) çevrimiçi araçları

kullanma konusunda yeterli olmadıklarını belirtmiş, 56'sı (%23,9) orta düzeyde bir yeterlilik olduğunu ifade etmiştir. En büyük grup ise 137 öğrenci (%58,5) ile yeterli düzeyde olduğunu söylemiş ve 28 öğrenci (%12,0) ise tamamen yeterli olduklarını beyan etmiştir. Bu veriler, katılımcıların büyük çoğunluğunun çevrimiçi araçları yeterli düzeyde kullandığını, ancak bir kısmının daha düşük bir yeterlilik seviyesinde olduğunu göstermektedir.

4.3. Katılımcıların İnternete Bağlanma Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların nerede ve hangi sıklıkla internete bağlandıklarına ilişkin bulgular Tablo 9'da ele alınmıştır.

Tablo 9.

Katılımcıların interneti kullanım yerlerine ilişkin bulgular

	Hiç		%25		%50		%75		%100	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Ev	3	1.3	11	4.7	30	12.8	67	28.6	123	52.6
Okul	29	12.4	55	23.5	66	28.2	49	20.9	35	15.0
İş yeri	192	82.1	17	7.3	7	3.0	13	5.6	5	2.1
Kafe	67	28.6	61	26.1	38	16.2	33	14.1	35	15.0
Öğrenci Yurdu	45	19.2	36	15.4	23	9.8	66	28.2	64	27.4
Akıllı Telefon			2	0.9	6	2.6	59	25.2	167	71.4

Tablo 9'a göre, katılımcıların interneti kullanım yerleri incelendiğinde, en fazla akıllı telefonların tercih edildiği görülmektedir. Öğrencilerin %71,4'ü internete bağlanmak için tamamen akıllı telefon kullandıklarını belirtmişlerdir. Akıllı telefonların her yerde kullanılabilir olması, öğrencilerin bu cihazı tercih etmelerindeki başlıca nedenlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Akıllı telefondan sonra, öğrencilerin internete en sık bağlandıkları yer ise evleri olmuştur. Öğrenciler, en az sıklıkla internete bağlandıkları yer olarak işyerini tercih ederken, kafe ve okul ortamları daha sonra gelen seçenekler arasında yer almıştır. Katılımcıların günlük internete bağlanma sürelerine ilişkin bulgular da Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10.

Katılımcıların günlük internete bağlanma sürelerine ilişkin bulgular

	f	%
1 saatten az	3	1.3
1-3 saat	45	19.2
4-6 saat	135	57.7
7-9 saat	47	20.1
10 saat ve üzeri	4	1.7
Toplam	234	100

Tablo 10'a göre, katılımcıların günlük internet kullanım süreleri farklılık göstermektedir. En az internet kullanımına sahip olan grup, 1 saatten az internet kullanan 3 öğrenci (%1,3) ile temsil edilmektedir. Günlük internet kullanım süresi 1 ile 3 saat arasında olan 45 öğrenci (%19,2) yer alırken, en büyük grup 4 ile 6 saat arası internet kullanan 135 öğrenci (%57,7) ile oluşmaktadır. Ayrıca, 7 ile 9 saat arası internet kullanan 47 öğrenci (%20,1) ve 10 saat ve üzeri sürelerle internet kullanan 4 öğrenci (%1,7) bulunmaktadır. Bu veriler, katılımcıların çoğunluğunun günlük olarak 4 ile 6 saat arasında internet kullandığını göstermektedir.

4.4. Katılımcıların Bilgisayar ve İnternet Kullanım Amaçlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların bilgisayarı ve interneti hangi amaçla kullandıklarına ilişkin bulguları Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11.

Katılımcıların bilgisayar ve internet kullanım amaçlarına ilişkin bulgular

	$\bar{X}$	ss
1. Sohbet etmek için	5.66	.82
2. Arama yapmak için	5.60	.87
3. Yeni bilgilere erişmek için	5.28	1.01
4. Dosya indirmek için	4.95	.97
5. Güncel olayları/haberleri okumak için	5.33	.97
6. Müzik dinlemek için	5.60	.84
7. Televizyon/video/film seyretmek için	5.28	1.28
8. Oyun oynamak için	3.62	1.71
9. Sitelerde gezinti (sörf) yapmak için	5.12	1.37
10. Alışveriş yapmak için	4.47	1.22
11. Web sayfası/sitesi tasarımı yapmak için	2.59	1.68
12. İnternet’te derslerle ilgili işlemler yapmak için	4.50	1.19
13. Bilgi ve kaynak paylaşımı için	4.81	1.20
14. İletişim kurmak için	5.79	.61
15. Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal ağları takip etmek için	5.67	1.02

Tablo 11’e bakıldığında katılımcıların bilgisayar ve internet kullanım amaçlarına bakıldığında, en fazla iletişim kurma, sosyal medya uygulamalarını takip etme ve sohbet etme amacıyla bilgisayar ve internet kullandıkları tespit edilmiştir. Günümüzde internet ve bilgisayarlar, insanların iletişim kurma biçimlerini kökten değiştirmiştir. Sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları, hızlı ve kolay erişilebilir olduğu için yaygın olarak tercih edilmektedir. İnsanlar, aileleriyle, arkadaşlarıyla ve iş çevreleriyle bağlantıda kalmak için interneti kullanmaktadır. Özellikle küreselleşen dünyada fiziksel mesafeler arttıkça, dijital iletişim daha önemli hale gelmiştir. Ayrıca akıllı telefonlar ve taşınabilir cihazlar sayesinde, internet erişimi her an her yerde mümkün hale gelmiştir. Bu da insanların sosyal medya ve sohbet uygulamalarını daha fazla kullanmalarına neden olmaktadır. Web sayfası tasarımı ve oyun oynama ise kullanım amacı en düşük olan maddeler olarak ön plana çıkmıştır. Web sayfası tasarlamak, kodlama bilgisi veya tasarım araçlarını kullanabilmeyi gerektirir. Bu nedenle, genel internet kullanıcıları arasında web tasarımıyla ilgilenenlerin sayısı sınırlı olabilir. Bununla birlikte kullanıcılar, sosyal medya platformları sayesinde kendi içeriklerini paylaşmak için web sitesi oluşturmaya gerek duymayabilirler. Youtube, Instagram, Tiktok gibi platformlar, bireylerin içerik üretimini ve paylaşımını kolaylaştırmaktadır. Oyun oynama için güçlü bir donanıma sahip olmak gerekebilir. Bu durum, düşük performanslı bilgisayar veya internet bağlantısına sahip kişilerin oyun oynamaktan kaçınmasına neden olabilir.

4.5. Katılımcıların Çevrim içi Araçları Kullanım Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların çevrim içi araçları kullanım durumlarına ilişkin bulguları Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12.

Katılımcıların çevrim içi araçları kullanım durumlarına ilişkin bulgular

	$\bar{X}$	ss
Öğrenme Yönetim Sistemleri (Moodle, Blackboard, Edmodo vb.)	1.76	1.12
Sosyal ağlar (Facebook, Twitter, Instagram vb.)	4.52	.89
Web sayfaları (içerik, yapılan yorumlar vb.)	3.89	1.16
Wiki	2.43	1.24
Tartışma Forumları	2.41	1.18
e-Posta (Gmail, Hotmail, Outlook, Yandex vb.)	3.49	1.06
Bulut dosya paylaşımı ortamları (OneDrive, Dropbox, Drive vb.)	3.47	1.19
Ağ günlüğü (Blog)	2.01	1.23
Çevrim içi sohbet araçları (WhatsApp, Skype, Messenger vb.)	4.65	.83
Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük vb. platformlar	3.02	1.25

Tablo 12’ye göre, katılımcıların çevrim içi araçlar içerisinde en fazla sohbet uygulamaları ve sosyal medya platformlarını kullandıkları belirlenmiştir. Bu araçlar, öğrenciler arasında en yaygın kullanılan çevrim içi araçlar olarak öne çıkmaktadır. Diğer yandan, Öğrenme Yönetim Sistemleri (Moodle, Blackboard, Edmodo vb.), ağ günlüğü (Blog), tartışma forumları ve Wiki uygulamaları ise katılımcıların en az kullandığı çevrim içi araçlar olarak tespit edilmiştir. Bu veriler, sosyal medya ve sohbet uygulamalarının öğrenciler arasında daha yaygın bir kullanım alanına sahip olduğunu göstermektedir.

4.6. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalık Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalık durumlarına ilişkin bulguları Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarına ilişkin bulgular

	$\bar{X}$	ss
1. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı üslup açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	4.29	.98
2. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı imla açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	4.09	.94
3. Dijital ortamlardaki bilgilerimin okul, iş veya özel yaşantımda karşıma çıkabileceğinin farkındayım.	4.21	.79
4. Dijital ortamlardaki bilgi paylaşımlarımın gelecekte mesleki veya özel yaşantımda karşıma çıkma ihtimali nedeniyle dikkatli davranırım.	4.15	.86
5. Dijital ortamlarda yaptığım her türlü işlemin kayıt altında olacağını bilirim.	4.11	1.01
6. Dijital ortamlarda yaptığım hiçbir işlemin gizli kalmayabileceğinin farkındayım.	4.33	.71
7. İnternet kafe, ortak kullanımlı bilgisayar laboratuvarları vb. ortamlarda bilgilerimin/paylaşımlarımın başkalarının eline geçme ihtimali olduğunun farkındayım.	4.23	.95
8. Dijital ortamlarda başkasının görmesini istemediğim kişisel bilgilerimi kimsenin kullanmaması için gerekli önlemleri alırım.	4.14	.87
9. Çevrim içi araçların (örneğin; sosyal ağlar, çevrim içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarının farkındayım.	4.20	.85
10. Çevrim içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarını kullanıyorum.	4.16	.84
11. Çevrim içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarını sürekli gözden geçirip düzenlerim.	4.13	.81
12. Dijital ayak izi kavramı hakkında bilgim var.	3.00	1.41
-Ölçek Geneli-	4.09	.65

Tablo 13'e göre, katılımcıların dijital ayak izi farkındalıkları genel olarak yüksek düzeyde ($\bar{X}=4,09$) tespit edilmiştir. Öğrenciler, dijital ortamlarda gerçekleştirdikleri işlemlerin gizli kalmayabileceğinin farkında oldukları konusunda yüksek düzeyde ($\bar{X}=4,33$) dikkatli davranmaktadırlar. Ancak, dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek olmasına rağmen, katılımcıların dijital ayak izi kavramı hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür. Bu durum, öğrencilerin dijital ayak izi konusunda daha fazla bilgi edinmeye ihtiyaç duyduklarını göstermektedir.

4.6.1. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Cinsiyete Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının cinsiyet değişkenine göre incelenmesine yönelik yapılan t testi sonuçları Tablo 14’de gösterilmiştir.

Tablo 14.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının cinsiyete göre incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları

	Cinsiyet	N	X	ss	sd	t	p
Dijital Ayak izi Farkındalığı	Kız	203	4.12	.63	234	1.602	.12
	Erkek	31	3.89	.74			

Tablo 14’e göre, katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi farkındalıklarının farklılaşmadığı gözlemlenmiştir. Kız öğrenciler ile erkek öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıkları benzer düzeyde olduğu söylenebilir. Ayrıca, örneklem grubundaki katılımcıların büyük çoğunluğunun kız öğrencilerden oluşması, bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olmuş olabilir. Bu durum, cinsiyetin dijital ayak izi farkındalığı üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu göstermektedir.

4.6.2. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Yaşa Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yaş değişkenine göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 15’te gösterilmiştir.

Tablo 15.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yaşa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Farkındalığı	Gruplar arası	7.026	3	3.513	8.872	.00	1-3
	Grup içi	91.462	231	.396			2-3
	Toplam	98.488	234				

1-19-22 yaş arası, 2-23-26 yaş arası, 3-27 yaş ve üzeri

Tablo 15'e bakıldığında, katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yaş değişkenine göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farklılıklar, 19-22 yaş arasındaki katılımcılar ile 27 yaş ve üzerindeki katılımcılar arasında, 27 yaş ve üzerindeki katılımcılar lehine oluşmuştur. Benzer şekilde, 23-26 yaş arasındaki katılımcılar ile 27 yaş ve üzerindeki katılımcılar arasında da dijital ayak izi farkındalığı 27 yaş ve üzerindeki katılımcılar lehine yüksek bulunmuştur. Bu bulgular, yaşı dijital ayak izi farkındalığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

4.6.3. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Sınıfa Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının sınıf değişkenine göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 16'da gösterilmiştir.

Tablo 16.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının sınıfa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Farkındalığı	Gruplar arası	12.387	3	4.129	11.030	.00	1-3
	Grup içi	86.101	231	.374			2-3
	Toplam	98.488	234				3-4

1-1. Sınıf, 2-2. Sınıf, 3-3. Sınıf, 4-4. Sınıf.

Tablo 16'ya göre, katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının sınıf değişkenine göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farklılıklar, 1. sınıf ve 3. sınıf öğrencileri, 2. sınıf ve 3. sınıf öğrencileri ile 3. sınıf ve 4. sınıf öğrencileri arasında gözlemlenmiştir. Tüm bu gruplarda dijital ayak izi farkındalığı, 3. sınıf öğrencileri lehine yüksek bulunmuştur. Bu bulgular, 3. sınıf öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalığının diğer sınıf seviyelerinden daha gelişmiş olduğunu göstermektedir.

4.6.4. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Çevrim İçi Araçları Kullanma Konusundaki Yeterlilik Durumlarına Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 17'de gösterilmiştir.

Tablo 17.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Farkındalığı	Gruplar arası	2.622	3	.874	2.097	.10	
	Grup içi	95.866	231	.417			
	Toplam	98.488	234				

Tablo 17'ye bakıldığında, katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bu durum, katılımcıların çevrim içi araçları kullanma düzeylerinin dijital ayak izi farkındalıkları üzerinde belirgin bir etki yaratmadığını göstermektedir. Yeterlilik düzeyine bakılmaksızın, tüm katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının benzer düzeyde olduğu söylenebilir.

4.6.5. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Üniversiteye Gelmeden Önce Yaşanılan Yerleşim Yeri Durumlarına Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının üniversiteye gelmeden önce yaşanılan yerleşim yeri durumlarına göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının üniversiteye gelmeden önce yaşanılan yerleşim yeri durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Farkındalığı	Gruplar arası	7.528	3	2.509	6.345	.00	1-2
	Grup içi	90.961	231	.395			1-3
	Toplam	98.488	234				1-4

*1-Köy, 2-İlçe, 3-İl, 4-Büyükşehir

Tablo 18’e bakıldığında, katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının üniversiteye gelmeden önceki yerleşim yeri durumlarına göre farklılaştığı ve bu farkların anlamlı olduğu belirlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, köyde yaşayan öğrenciler ile ilçede yaşayan öğrenciler arasında ilçede yaşayanların lehine, köyde yaşayanlar ile ilde yaşayanlar arasında ise ilde yaşayanların lehine bir fark olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, köyde yaşayanlar ile büyükşehirde yaşayanlar arasında da büyükşehirde yaşayanların dijital ayak izi farkındalıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, yerleşim yerinin dijital ayak izi farkındalığı üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir.

4.6.6. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Kullandıkları Çevrim İçi Araçlara Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 19’de gösterilmiştir.

Tablo 19.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Farkındalığı	Gruplar arası	5.969	3	1.990			
	Grup içi	92.520	231	.402	4.946	.00	1-3 1-4
	Toplam	98.488	234				

*1-Dizüstü Bilgisayar, 2- Masaüstü bilgisayar, 3- Tablet, 4- Akıllı Telefon

Tablo 19 incelendiğinde, katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, dizüstü bilgisayar kullanan öğrenciler ile tablet kullanan öğrenciler arasında dizüstü bilgisayar kullananların dijital ayak izi farkındalıklarının daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Benzer şekilde, dizüstü bilgisayar kullananlar ile akıllı telefon kullananlar arasında da dijital ayak izi farkındalığı açısından dizüstü bilgisayar kullananların lehine bir farklılık bulunmuştur. Bu bulgular, kullanılan çevrim içi aracın dijital ayak izi farkındalığı üzerinde etkili bir faktör olabileceğini göstermektedir.

4.6.7. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarının Dijital Ortamlarda Harcadıkları Günlük Süreye Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Farkındalığı	Gruplar arası	2.745	3	.686	1.641	.17	
	Grup içi	92.744	231	.418			
	Toplam	98.488	234				

Tablo 20'ye bakıldığında, katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının, dijital ortamlarda geçirdikleri günlük süreye göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı belirlenmiştir. Yani, katılımcıların internet üzerinde harcadıkları zaman miktarının, dijital ayak izi farkındalıklarını etkilemediği gözlemlenmiştir. Bu bulgu, dijital ortamda geçirilen sürenin farkındalık düzeyine doğrudan bir etki yapmadığını göstermektedir.

4.7. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantı Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantı durumlarına ilişkin bulguları Tablo 21'de gösterilmiştir.

Tablo 21.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarına ilişkin bulgular

	$\bar{X}$	ss
1. Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma hesap açıldığı oldu.	1.64	.98
2. Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma paylaşım yapıldığı oldu.	1.45	.85
3. Dijital ortamlarda paylaştıklarım nedeniyle zor duruma düştüğüm zamanlar oldu.	1.51	.93
4. Dijital ortamlarda paylaşımlarımın bazılarından dolayı pişmanlık duyduğum oldu.	1.91	.96
5. Geçmişte yaşadığım olayların dijital ortamda gün yüzüne çıkması sebebiyle tedirgin olduğum zamanlar oldu.	1.76	1.16
6. Dijital ortamlarda kimseye haber vermeden oluşturduğum profillerimi tanıdıklarımın öğrendiğini fark ettiğim zamanlar oldu.	1.69	.94
7. Dijital ortamlarda ailemden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle ailemle tartışmalarım oldu.	1.58	1.04
8. Dijital ortamlardaki iletişim içerisinde bulunduğum kişilerden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığım oldu.	1.54	1.03
9. Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım.	1.44	.92
10. Dijital ortamlarda yaptığım arama sonuçlarının içerikleri dijital ortamlarda karşıma reklam olarak çıkmaktadır.	3.36	1.64
11. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin aile yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişe duymaktayım.	1.67	1.12
12. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin mesleki yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişesi duymaktayım.	1.64	1.05
13. Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar, gerçek düşüncelerimi yansıtmaktadır.	3.77	1.38
14. Çevrim içi araçlardaki paylaşımlar beni olumlu yönde etkilemektedir.	3.09	1.14
15. Çevrim içi araçlardaki diğer kişileri olumlu yönde etkilediğimi düşünmekteyim.	3.08	1.24
16. Çevrim içi araçlardaki kişilerin benim hakkımdaki düşüncelerinin olumsuz olmasından endişe etmekteyim.	1.93	1.15
-Ölçek Geneli-	2.07	.63

Tablo 21'e göre, katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarına ilişkin görüşleri incelendiğinde, ölçek genelinde öğrencilerin dijital ayak izi yaşantılarının düşük düzeyde olduğu ($\bar{X} = 2,07$) belirlenmiştir. Katılımcıların dijital ortamlarda yaptıkları paylaşımların gerçek düşüncelerini yansıttığına yönelik algıları ise yüksek düzeyde ($\bar{X} = 3,77$) çıkmıştır. Ayrıca, katılımcıların dijital ortamlarda bilgileri dışında kendi adlarına paylaşım yapılmadığına dair algıları oldukça düşük ($\bar{X} = 1,44$), aynı şekilde dijital ortamlarda yaptıkları paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kalmadıkları görüşü de düşük düzeyde ($\bar{X} = 1,44$) olduğu tespit edilmiştir.

4.7.1. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Cinsiyete Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının cinsiyet değişkenine göre incelenmesine yönelik yapılan t testi sonuçları Tablo 22’de gösterilmiştir.

Tablo 22.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının cinsiyete göre incelenmesi amacıyla yapılan t testi sonuçları

	Cinsiyet	N	X	ss	sd	t	p
Dijital Ayak izi Yaşantıları	Kız	203	2.05	.62	234	1.186	.24
	Erkek	31	2.20	.68			

Tablo 22’ye bakıldığında, katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi yaşantılarının farklılaşmadığı gözlemlenmiştir. Bu bulguya göre, kız öğrenciler ile erkek öğrencilerin dijital ayak izi yaşantıları açısından benzer bir düzeyde deneyimlere sahip oldukları söylenebilir. Cinsiyetin, dijital ayak izi yaşantıları üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı anlaşılmaktadır.

4.7.2. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Yaşa Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının yaş değişkenine göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 23’te gösterilmiştir.

Tablo 23.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının yaşa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Yaşantıları	Gruplar arası	.009	3	.004	.011	.99	
	Grup içi	93.534	231	.405			
	Toplam	93.543	234				

Tablo 23'e göre, katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının yaşa göre incelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda, yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bu bulgu, dijital ayak izi yaşantılarının yaş faktöründen bağımsız olarak benzer düzeylerde olduğunu göstermektedir. Yani, katılımcıların yaşları ne olursa olsun dijital ayak izi yaşantıları açısından anlamlı bir değişim gözlemlenmemiştir.

4.7.3. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Sınıfa Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının sınıf değişkenine göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 24'te gösterilmiştir.

Tablo 24.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının sınıfa göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Yaşantıları	Gruplar arası	2.713	3	.904	2.290	.08	
	Grup içi	90.830	231	.395			
	Toplam	93.543	234				

Tablo 24'e göre, katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının okudukları sınıfa göre incelenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda, sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum, dijital ayak izi yaşantılarının öğrencilerin sınıf seviyesinden bağımsız olarak benzer düzeylerde olduğunu göstermektedir. Yani, katılımcıların sınıf seviyeleri dijital ayak izi yaşantılarını etkilememektedir.

4.7.4. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Çevrim İçi Araçları Kullanma Konusundaki Yeterlilik Durumlarına Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 25'te gösterilmiştir.

Tablo 25.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Yaşantıları	Gruplar arası	2.123	3	.708			
	Grup içi	91.420	231	.397	1.781	.15	
	Toplam	93.543	234				

Tablo 25'e göre, katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına bakıldığında, bu değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir. Yani, katılımcıların çevrim içi araçları kullanma yeterlilik düzeylerinin dijital ayak izi yaşantıları üzerinde belirleyici bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuç, çevrim içi araçları kullanma becerilerinin dijital ayak izi yaşantılarında farklılık yaratmadığını ortaya koymaktadır.

4.7.5. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Üniversiteye Gelmeden Önce Yaşanılan Yerleşim Yeri Durumlarına Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının üniversiteye gelmeden önce yaşanılan yerleşim yeri durumlarına göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 26'da gösterilmiştir.

Tablo 26.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının üniversiteye gelmeden önce yaşanılan yerleşim yeri durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Yaşantıları	Gruplar arası	.465	3	.155			
	Grup içi	93.078	231	.405	.383	.77	
	Toplam	93.543	234				

Tablo 26'ya göre, katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri durumlarına göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık oluşmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç, öğrencilerin dijital ayak izi yaşantılarının, üniversiteye gelmeden önceki yaşadıkları yerleşim yeri ile doğrudan bir ilişki göstermediğini ortaya koymaktadır. Yani, köy, ilçe, il veya büyükşehir gibi farklı yerleşim yerlerinden gelen öğrenciler arasında dijital ayak izi yaşantıları açısından anlamlı bir fark gözlemlenmemiştir.

4.7.6. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Kullandıkları Çevrim İçi Araçlara Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 27'de gösterilmiştir.

Tablo 27.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Yaşantıları	Gruplar arası	2.765	3	.922			
	Grup içi	90.778	231	.395	2.335	.08	
	Toplam	93.543	234				

Tablo 27'ye göre, katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesine yönelik yapılan analizler sonucunda, gruplar arasında herhangi bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum, öğrencilerin kullandıkları çevrim içi araçlar ile dijital ayak izi yaşantıları arasında belirgin bir ilişki bulunmadığını göstermektedir. Yani, akıllı telefon, dizüstü bilgisayar veya tablet gibi farklı cihazlarla internet erişimi sağlayan öğrenciler arasında dijital ayak izi yaşantılarında anlamlı bir değişiklik olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4.7.7. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarının Dijital Ortamlarda Harcadıkları Günlük Süreye Göre İncelenmesi

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesine yönelik yapılan Anova testi sonuçları Tablo 28’de gösterilmiştir.

Tablo 28.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesi amacıyla yapılan Anova testi sonuçları

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Farklılık*
Dijital Ayak izi Yaşantıları	Gruplar arası	1.034	3	.258			
	Grup içi	92.509	231	.404	.640	.64	
	Toplam	93.543	234				

Tablo 28’e göre, katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesine yönelik yapılan analizler sonucunda, gruplar arasında herhangi bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bu bulgu, öğrencilerin dijital ortamda geçirdikleri süre ile dijital ayak izi yaşantıları arasında doğrudan bir ilişki olmadığını göstermektedir. Yani, günlük internet kullanım süresi artan ya da azalan öğrenciler arasında dijital ayak izi yaşantılarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

4.8. Katılımcıların “Dijital Ayak izi Farkındalıkları” ile “Dijital Ayak izi Yaşantıları” Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Katılımcıların “Dijital Ayak izi Farkındalıkları” ile “Dijital Ayak izi Yaşantıları” arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 29’da gösterilmiştir.

Tablo 29.

Katılımcıların “Dijital Ayak izi Farkındalıkları” ile “Dijital Ayak izi Yaşantıları” arasındaki ilişkini incelenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları

	Dijital Ayak izi Farkındalıkları	Dijital Ayak izi Yaşantıları
Dijital Ayak izi Farkındalıkları	-.328**	
Dijital Ayak izi Yaşantıları		-.328**

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 29’a göre, katılımcıların "Dijital Ayak izi Farkındalıkları" ile "Dijital Ayak izi Yaşantıları" arasındaki ilişki incelendiğinde, negatif yönlü, zayıf düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, dijital ayak izi farkındalığı arttıkça, dijital ayak izi yaşantılarının azaldığını göstermektedir. Yani, farkındalık düzeyi yüksek olan katılımcıların dijital ortamlarda daha dikkatli ve sınırlı paylaşımlar yaptığı, bunun sonucunda ise dijital ayak izi yaşantılarının daha düşük seviyelerde olduğu anlaşılmaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen bulgulara yönelik sonuçlar ile araştırmacılara ve uygulayıcılara sunulan öneriler bulunmaktadır.

5.1. Sonuç

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıkları ve dijital ayak izi yaşantılarına ilişkin sonuçlar şu şekildedir:

5.1.1. Katılımcıların Dijital Ayak izi Farkındalıklarına İlişkin Sonuçlar

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalık durumlarına ilişkin görüşlerine bakıldığında, ölçek genelinde öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, öğrencilerin dijital ortamda gerçekleştirdikleri her etkinliğin iz bırakacağı ve bu izlerin zaman içinde çeşitli sonuçlar doğurabileceği konusunda farkındalık geliştirdiklerini gösterir. Öğrencilerin dijital ayak izi hakkında sahip oldukları yüksek farkındalık, çevrim içi gizlilik ve güvenlik önlemleri konusunda daha dikkatli davranmalarına olanak sağlamaktadır. Bu yüksek farkındalık, dijital ortamda kişisel bilgilerin korunması ve dijital kimlik yönetimi gibi önemli konularda öğrencilerin bilinçli kararlar almasına yardımcı olabilir. Günümüz öğrencileri, teknolojiyi yoğun bir şekilde kullanarak büyümüşlerdir. Çevrim içi ortamda daha fazla zaman geçirerek dijital ayak izi konusundaki farkındalıkları artmıştır. Ayrıca, sosyal medya ve diğer dijital platformlarda aktif olmaları, dijital ayak izinin önemini daha iyi anlamalarına yardımcı olabilir. Araştırmada elde edilen bulguları destekleyen çalışmalar da mevcut olup, katılımcıların dijital ayak izi farkındalık yüksek düzeyde olduğu görülmüştür (Madden vd., 2007; Camacho vd., 2012; Özbek vd., 2016; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Galimova vd., 2019; Taş ve Bülbül, 2021; Afyon, 2022; Koçyiğit, 2022; Sanin, 2022; Olipas, 2023). Araştırmada elde edilen bulgulardan farklı olarak Karal ve Kaçmaz (2023), katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarını orta düzey olarak tespit etmişlerdir.

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi farkındalıklarının farklılaşmadığı görülmektedir. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi farkındalıklarının farklılaşmaması, erkek ve kız öğrencilerin dijital dünyadaki bilgi seviyelerinin, farkındalık düzeylerinin ve dijital ayak izi konusundaki yaklaşımlarının benzer olduğunu gösteriyor olabilir. Bu durum, dijital teknolojilere ve internet kullanımına erişim, ilgi ve deneyim açısından cinsiyetler arasında büyük bir fark bulunmamasından kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca, dijital farkındalık genellikle eğitim, yaş ve medya maruziyeti gibi faktörlerden etkilenebilir, dolayısıyla cinsiyet bu konuda belirleyici bir faktör olmayabilir. Ayrıca teknoloji ve internet kullanımı, cinsiyet fark etmeksizin yaygınlaşmıştır. Hem erkekler hem de kadınlar, sosyal medya, çevrim içi alışveriş ve diğer dijital platformları benzer şekillerde kullanmaktadırlar. Bu benzer kullanım alışkanlıkları, dijital ayak izi farkındalığının cinsiyete bağlı olarak değişmemesine neden olabilir. Araştırmadaki bulgulara benzer sonuçlara erişen farklı çalışmalarda mevcuttur (Özbek vd., 2016; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Taş ve Bülbül, 2021; Yılmaz vd., 2021). Alan yazın incelemesinde araştırmadaki bulgulardan farklı olarak kadın katılımcıların dijital ayak izi farkındalığının, erkek katılımcılarınkinden daha yüksek olduğu çalışmalara da rastlanmıştır (Buitrago-Ropero vd., 2020; Pavlova vd., 2021; Afyon, 2022; Koçyiğit, 2022; Karal ve Kaçmaz, 2023; Weinberger, 2023; Olipas, 2023). Azucar vd. (2018) ise çalışmalarında katılımcıların dijital ayak izi yaşantıları ile cinsiyet arasında erkeklerin lehine anlamlı bir farklılık bulunduğunu belirlemişlerdir.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının yaş değişkenine göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülürken, 27 yaş ve üzerindeki katılımcıların dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin diğer gruplardan yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni, daha yaşlı katılımcıların dijital ortamda daha fazla deneyime sahip olmaları ve bu deneyimlerin, dijital gizlilik ve güvenlik konusunda daha fazla farkındalık oluşturmaları olabilir. Ayrıca, yaş ilerledikçe bireylerin çevrim içi ortamda kişisel bilgilerinin korunması ve dijital izlerinin önemini daha fazla kavramış olmaları muhtemeldir. Bu yaş grubundaki bireylerin, dijital ayak izi konusundaki farkındalıklarını etkileyen diğer faktörler arasında profesyonel yaşamlarında karşılaştıkları dijital güvenlik meseleleri ve dijital kimlik yönetimi gereksinimleri de yer alabilir. Ayrıca, yaş ilerledikçe kişiler daha fazla deneyim kazanır ve dijital dünyada daha fazla zaman geçirirler. Bu, dijital ayak izi ve onun olası sonuçları hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarını

sağlayabilir. Bununla birlikte 27 yaş ve üzeri bireyler, dijital güvenlik konusunda daha fazla eğitim almış olabilirler ve farkındalık kampanyalarına daha fazla maruz kalmış olabilirler. Bu da dijital ayak izi konusunda bilinçlenmelerini sağlamış olabilir. Golder ve Macy (2014), dijital ayak izlerinin sosyal araştırmalar için sunduğu fırsatları ve karşılaşılan zorlukları inceledikleri çalışmalarında, bireylerin olgunlaştıkça dijital ayak izleri konusunda daha duyarlı olduklarını belirlemişlerdir. Benzer bulgulara erişen Koçyiğit (2022), yaş grupları arasında anlamlı bir farklılaşma olduğunu, 46 yaş ve üzerindeki katılımcıların dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin diğer gruplara göre daha düşük olduğunu belirlemiştir. Araştırmadaki bulguların aksine yaş değişkeninin katılımcıların dijital ayak izi farkındalık düzeylerinde anlamlı farklılık oluşturmadığı çalışmalar da bulunmaktadır (Girardin, 2008; Varnado, 2014; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Taş ve Bülbül, 2021; Afyon, 2022).

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının sınıf değişkenine göre gruplar arasında farklılaştığı görülürken, 3. sınıf öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin diğer gruplara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bunun nedeni, 3. sınıf öğrencilerinin genellikle üniversite hayatında daha fazla deneyim kazandıkları bir dönemde olmalarıdır. Bu yaş ve sınıf seviyesindeki öğrenciler, dijital ortamda daha fazla zaman geçiriyor olabilirler ve çevrim içi güvenlik, gizlilik ve dijital ayak izi konusunda daha fazla bilgi edinmiş olabilirler. Ayrıca, 3. sınıf öğrencileri, genellikle akademik projelerde dijital araçları daha sık kullandıkları için dijital izlerini nasıl yönetmeleri gerektiğine dair daha fazla farkındalık geliştirmiş olabilirler. Bu sınıf seviyesindeki öğrenciler, dijital ortamda kişisel verilerinin korunması gerektiğini daha fazla önemseyen bir tutum sergileyebilirler. Ayrıca 4. sınıf öğrencileri mezuniyet sonrası iş bulma ve kariyer planlama konularında daha fazla stres yaşayabilirler. Bu stres ve kaygı, dijital ayak izi farkındalığını geri plana itebilir. Bundan dolayı, 3. sınıf öğrencileri, mezuniyete yaklaştıkça kariyer ve gelecek planlamalarına daha fazla odaklanırlar. Bu süreçte çevrimiçi itibarın ve dijital ayak izinin önemini daha fazla anlarlar. İş başvuruları ve profesyonel ağ kurma sırasında dijital ayak izlerinin ne kadar kritik olduğunu fark edebilirler. McDermot (2018), çalışmasında dijital ayak izlerinin nasıl oluştuğunu ve yükseköğretimdeki etkilerini ele almıştır. Çalışma neticesinde yükseköğrenime yeni başlayan öğrencilerin, son sınıftaki öğrencilere göre dijital ayak izi farkındalıklarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Karal ve Kaçmaz (2023) lise öğrencilerinin sınıf değişkenine göre dijital ayak izi farkındalıklarına yönelik

farklılaşmanın 11. sınıf öğrencileri ile diğer gruplar arasında 11. Sınıf öğrencileri lehine ortaya çıktığı görülmüştür. Rakow vd. (2023) Birleşik Krallık'taki üç üniversiteden 44 lisans öğrencisinin sanal öğrenme ortamlarında dijital ayak izleri konusundaki görüşlerini inceledikleri çalışmalarında, üst sınıftaki katılımcıların alt sınıftaki katılımcılara göre dijital ayak izi farkındalıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu bulgudan farklı olarak Sürmelioglu ve Seferoglu (2019) ile Afyon (2022) yükseköğrenim öğrencilerinin, Yılmaz vd. (2021) ortaokul öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarının sınıf değişkenine göre farklılaşmadığını saptamışlardır.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık ortaya koymadığı sonucuna ulaşılmasının nedeni, çevrim içi araçları kullanma yeterliliğinin dijital ayak izi farkındalığını doğrudan etkilemeyen bir faktör olabilir. Yeterlilik, yalnızca araçları kullanabilme becerisini ifade ederken, dijital ayak izi farkındalığı, bireylerin çevrim içi faaliyetlerinin izlerini nasıl takip edebileceklerine ve bu izlerin gizlilikle nasıl ilişkilendirildiğine dair bilinçli olmalarını gerektirir. Bazı katılımcılar, çevrim içi araçları kullanma konusunda yüksek yeterlilik gösteriyor olabilirler, ancak bu yeterlilik, dijital izlerini nasıl yöneteceklerini veya bu izlerin potansiyel risklerini nasıl anlayacaklarını etkilemeyebilir. Bu nedenle, kullanılan çevrim içi araçların türü ve kullanım sıklığı, dijital ayak izi farkındalığını doğrudan etkileyen bir faktör olmayabilir. Ayrıca çevrim içi araçları kullanma yeterliliği, bir kişinin dijital ayak izi konusuna ne kadar önem verdiği veya bu konuda ne kadar motivasyona sahip olduğu ile doğrudan ilişkili görülmeyebilir. Bazı kullanıcılar, çevrim içi araçları verimli bir şekilde kullanabilirken, dijital gizlilik ve güvenlik konularını yeterince önemsemeyebilirler. Çalışmayla benzer bulgulara erişen; Özbek vd. (2016), Sürmelioglu ve Seferoglu (2019), Taş ve Bülbül (2021) ve Vayndorf-Sysoeva ve Pchelyakova (2021) katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının çevrim içi araçları, bilgisayar ve internet kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Wook vd. (2019) gençlerin dijital ayak izi yönetimi konusundaki farkındalık düzeylerini ele aldıkları çalışmalarında, bu çalışmadaki bulguların aksine çevrimiçi araçları kullanma konusundaki yeterlilikleri yüksek olan katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Hajli (2014), çalışmada sosyal medyanın tüketiciler üzerindeki etkilerini incelemiştir. İnceleme sonucunda sosyal medya kullanım yeterliliği yüksek olan müşterilerin dijital

ayak izi farkındalığının daha yüksek olduğu, sitelere bıraktıkları izlerin daha bilinçli şekilde bırakıldığını tespit etmiştir.

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri durumlarına göre köyde yaşayanlar ile diğer yerleşim yerlerinde yaşayan öğrenciler arasında anlamlı şekilde farklılaşmasının nedeni, köyde yaşayan öğrencilerin dijital dünyaya ve teknolojik gelişmelere daha sınırlı erişimleri olması olabilir. Köylerde internet altyapısı ve dijital araçların erişilebilirliği genellikle şehir merkezlerine göre daha kısıtlı olabilmektedir. Bu nedenle, köyde yaşayan öğrenciler, dijital dünyada daha az zaman geçiriyor olabilirler ve bu durum onların dijital ayak izi ve dijital farkındalık konularında daha az bilgi sahibi olmalarına yol açabilir. Diğer yerleşim yerlerinde yaşayan öğrenciler, büyükşehirler veya ilçelerde yaşayan öğrenciler, daha fazla dijital araç ve internet kullanımı ile karşı karşıya kalabilirler ve dijital medya ile daha fazla etkileşimde bulunabilirler. Bu da onların dijital ayak izi farkındalıklarını artırabilir. Ayrıca, şehirlerdeki okullarda dijital okuryazarlık eğitimlerinin daha yaygın ve kapsamlı olması, bu öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarını güçlendirebilir. Köyde yaşayan öğrencilerin dijital ayak izi farkındalıklarının diğer gruplara göre daha düşük seviyede olduğu tespit edilmiştir. Köyde yaşayanlar, büyük şehirlerde yaşayanlara kıyasla teknolojiye ve hızlı internet erişimine daha az sahip olabilirler. Bu durum, dijital dünyada daha az zaman geçirmelerine ve dolayısıyla dijital ayak izi kavramına daha az maruz kalmalarına neden olabilir. Venturini ve Latour (2009), dijital ayak izlerinin toplumsal yapılarla olan ilişkisini ve bu verilerin analizi için kullanılabilecek niteliksel ve niceliksel yöntemleri araştırdıkları çalışmalarında, benzer bulgulara erişmişlerdir. Şehirde yaşayan katılımcıların taşrada yaşayan katılımlara göre daha yüksek düzeyde dijital farkındalığa sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Araştırmadaki bulguların aksine yerleşim yerinin katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarında herhangi bir etki ortaya koymadığını tespit eden çalışmalar da mevcuttur (Ward ve Peters, 2007; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Taş ve Bülbül, 2021; Afyon, 2022).

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre anlamlı şekilde dizüstü bilgisayar kullananlar lehine farklılaşmasının nedeni, dizüstü bilgisayarların genellikle daha geniş ekranlara sahip olmaları ve kullanıcıların dijital dünyadaki faaliyetlerini daha dikkatli ve kapsamlı bir şekilde takip edebilmelerine olanak

tanımları olabilir. Ayrıca, dizüstü bilgisayarlar genellikle internet üzerinde daha uzun süreli ve yoğun bir kullanım sağlar, bu da kullanıcıların çevrim içi faaliyetlerinde daha fazla farkındalık geliştirmelerine yardımcı olabilir. Dizüstü bilgisayar kullanıcıları, internetteki dijital ayak izlerini daha etkin bir şekilde yönetme ve çevrim içi güvenlik konularına daha fazla dikkat etme eğiliminde olabilirler. Diğer çevrim içi araçlar (tablet ve akıllı telefon gibi) ise genellikle daha kısa süreli kullanım ve mobil kullanım eğilimlerini barındırır, bu da dijital ayak izi farkındalığının düşük olmasına yol açabilir. Sonuç olarak, dizüstü bilgisayar kullananlar dijital ortamda daha fazla zaman geçirip, bu süreçte dijital ayak izi konusunda daha fazla farkındalık geliştirmiş olabilirler. Dizüstü bilgisayarlar, hem iş hem de kişisel kullanım için yaygın olarak tercih edilir. Bu cihazlar, kapsamlı internet taramaları, çevrim içi alışveriş, e-posta iletişimi ve çeşitli dijital hizmetler için kullanılır. Bu geniş kullanım yelpazesi, kullanıcıların dijital ayak izi konusunda daha fazla bilinçlenmesini sağlayabilir. Vilar vd. (2024), üniversite öğrencileri arasında dijital ayak izlerinin yaygınlık ve gizliliği üzerine etkilerini inceledikleri çalışmalarında, akıllı telefon kullananların dijital ayak izi konusunda daha yetkin becerilere sahip olduklarını gözlemlemişlerdir. Bu bulguların aksine katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre anlamlı şekilde farklılaşmadığını belirten çalışmalarda bulunmaktadır (Weaver ve Gahegan, 2007; Yılmaz vd., 2021; Abrantes ve Ostergaard, 2022; Karal ve Kaçmaz, 2023).

Katılımcıların dijital ayak izi farkındalıklarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre anlamlı şekilde farklılaşmamasının nedeni, dijital ayak izi farkındalığının sadece kullanım süresiyle değil, aynı zamanda bireylerin çevrim içi güvenlik konusundaki bilgi ve eğitim düzeyleriyle de ilgili olabileceği ihtimalidir. Kullanıcılar, dijital ortamda ne kadar vakit geçirirse geçirsün, farkındalık düzeylerini etkileyen en önemli faktör, dijital ayak izi ve çevrim içi güvenlik konusunda sahip oldukları bilgi ve deneyimlerdir. Örneğin, uzun süre dijital ortamda vakit geçiren bir kişi, dijital ayak izinin farkında olmayabilir veya bu konuda yeterli bilgiye sahip olmayabilir. Diğer yandan, daha az süre geçiren ancak dijital güvenlik ve gizlilik konularına duyarlı bir kişi, dijital ayak izi konusunda daha yüksek bir farkındalık seviyesine sahip olabilir. Bu durum, dijital ayak izi farkındalığının sadece süreyle değil, dijital okuryazarlık ve güvenlik bilincinin de önemli bir belirleyici olduğunu göstermektedir. Bir kişinin dijital ortamlarda harcadığı süre, dijital ayak izi konusunda bilinçli olup olmadığını doğrudan

belirlemeyebilir. Uzun süre dijital ortamda vakit geçirmek, kişiyi otomatik olarak daha bilinçli yapmadığı gibi bu bilinç, kişinin aldığı eğitim, farkındalık programları ve kişisel ilgisi ile daha çok ilgili olabilir. Araştırmadaki bulgulara benzer sonuçlara erişilen çalışmalar mevcuttur (Hinds ve Joinson, 2018; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Feher, 2021; Afyon, 2022). Araştırmadaki bulguların aksine dijital ayak izi farkındalıklarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre anlamlı şekilde farklılaştığını belirleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Taş ve Bülbül (2021), dijital ortamlarda 1 saatten az vakit geçirenler ile 1-3 saat ve 4-6 saat arasında vakit geçirenler arasındaki farklılaşmada 1 saatten az vakit geçirenlerin dijital ayak izi farkındalıklarının düşük olduğunu tespit etmiştir. Koçyiğit (2022), dijital ortamlarda harcanan zamanla ilgili olarak 4-6 saat vakit geçirenlerle 1-3 saat arasında ve 7-9 saat arasında vakit geçirenler arasında 4-6 saat vakit geçirenler lehine anlamlı bir farklılaşmayı bulmuştur. Karal ve Kaçmaz (2023) ise 8 saat ve üstü vakit geçirenler ile 0-2 saat vakit geçirenler, 3-5 saat vakit geçirenler ile 6-8 saat vakit geçirenler arasında anlamlı bir farklılık olduğunu, farklılığın daha fazla zaman harcayanlar lehine geliştiğini tespit etmiştir. Marquès-Donoso vd. (2024) çalışmalarında, üniversite öğrencilerinin dijital eğlence kullanımında sürdürülebilirlik ve ekolojik ayak izlerini incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre dijital eğlence ortamlarında harcanan süreye bakıldığında daha fazla süre harcayanların ekolojik ayak izi tutumlarının daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Ng vd. (2025) tarafından, ilkökul öğrencilerinin dijital ayak izlerini geri izleme sürecinin incelendiği çalışmalarında, dijital ortamda daha uzun vakit geçiren öğrencilerin, daha az vakit geçiren öğrencilere nazaran daha olumlu dijital ayak izi algısına sahip olduklarını belirlemişlerdir.

5.1.2. Katılımcıların Dijital Ayak izi Yaşantılarına İlişkin Sonuçlar

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının düşük düzeyde olmasının nedeni, öğrencilerin dijital ortamlarda daha fazla gizlilik ve güvenlik önlemleri alma eğiliminde olmaları olabilir. Bu durum, öğrencilerin dijital ortamlarda daha temkinli hareket ettiklerini ve kişisel bilgilerini sınırlı bir şekilde paylaştıklarını gösteriyor olabilir. Ayrıca, dijital ayak izi farkındalığının yüksek olmasına rağmen, öğrencilerin dijital paylaşımlarını genellikle bilinçli olarak sınırlı tutmaları veya genellikle anonim kalmaya çalışmaları, dijital ayak izi yaşantılarının düşük seviyelerde kalmasına neden olmuş olabilir. Bunun dışında, dijital ortamda paylaşımlar konusunda bir bilgi eksikliği veya dijital güvenlikle ilgili daha fazla

farkındalık kazanılması gerektiği de göz önünde bulundurulmalıdır. Öğrenciler, dijital ortamda yaptığı paylaşımların kalıcı ve izlenebilir olduğunu fark etseler de, bu konuda daha fazla eğitim ve rehberlik ile daha bilinçli bir davranış sergileyebilirler. Bu sonuç, dijital ayak izi hakkında daha fazla eğitim verilmesi gerektiğini ve dijital vatandaşlık bilincinin artırılması gerektiğini de gösteriyor olabilir. Ayrıca öğrencilerin dijital ayak izi ve çevrim içi güvenlik konularına yönelik genel bir farkındalık eksikliği olabilir. Öğrenciler, bu konuları kişisel olarak yeterince önemsemeyebilirler veya bu konuda bilgi sahibi olmayabilirler. Ayrıca sosyal medya ve dijital etkileşimlerde, öğrenciler genellikle sosyal kabul ve popülerite arayışında olabilirler. Bu durum, gizlilik ve güvenlik konusunda dikkatsiz davranmalarına neden olabilir. Alan yazın incelendiğinde benzer bulgulara erişilen çalışmaların olduğu görülmektedir (Özbek vd. 2016; Harjumaa, 2016; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Kumar ve Raj, 2020; Taş ve Bülbül, 2021; Afyon, 2022; Karabatak ve Alanoğlu, 2022; Karal ve Kaçmaz, 2023).

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi yaşantılarının farklılaşmaması, erkek ve kız öğrenciler arasında dijital ortamda paylaşımlara yaklaşımda belirgin bir fark bulunmadığını gösteriyor olabilir. Bu durum, dijital ayak izi konusunda toplumsal cinsiyet rolü veya beklentilerinin etkisinin sınırlı olduğuna işaret edebilir. Cinsiyetin dijital ortamda yapılan paylaşımlar veya dijital ayak izinin oluşumu üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı sonucuna varılabilir. Ayrıca, her iki cinsiyetin de dijital ortamda benzer şekilde anonimlik, gizlilik ve güvenlik konularına dikkat ediyor olmaları, bu farkın oluşmamasının bir nedeni olabilir. Bu sonuç, dijital ayak izi farkındalığı ve yaşantılarının daha çok kişisel tercihler ve bilinçli internet kullanımıyla ilgili olduğuna cinsiyetten bağımsız olarak işaret edebilir. Bununla birlikte cinsiyetler arasında dijital ayak izi yaşantılarında anlamlı farklılıklar yaratan kişisel kullanım alışkanlıkları genellikle benzer olabilir. Her iki cinsiyet de çevrim içi platformlarda benzer şekilde etkileşimde bulunur ve benzer türde dijital izler bırakabilir. Afyon (2022) ile Abrantes ve Ostergaard (2022), araştırmadaki benzer bulgulara erişmiş, katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi yaşantılarının farklılaşmadığını tespit etmiştir. Araştırmadaki bulguların aksine katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital ayak izi yaşantılarının erkek katılımcılar lehine farklılaştığı çalışmalar mevcutken (Özbek vd., 2016; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Arya vd., 2019; Taş ve Bülbül, 2021; Karal ve Kaçmaz, 2023;

Muhammad vd., 2024), kız/kadın katılımcılar lehine farklılaşan çalışmalar da bulunmaktadır (Micheli vd., 2018; Koçyiğit, 2022).

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının yaşa göre incelendiğinde, farklılaşmanın anlamlı olmaması, yaşın dijital ortamlarda yapılan paylaşımlar ve dijital ayak izinin oluşumu üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını gösteriyor olabilir. Bu durum, dijital ortamları kullanan kişilerin yaşlarına bakılmaksızın benzer davranışlar sergileyebileceğini ve dijital ayak izi konusunda farkındalıklarının yaşa dayalı farklılıklar göstermediğini ortaya koymaktadır. Dijital ayak izi, daha çok bireylerin çevrimiçi etkileşimlerinde gösterdikleri dikkat, gizlilik tercihleri ve internet kullanım alışkanlıklarıyla ilgili bir olgu olabilir. Yaş farkı, dijital ayak izi yaşantılarını etkileyen en önemli faktörlerden biri olmayabilir, çünkü dijital teknolojilere erişim ve kullanımın artması, farklı yaş gruplarındaki bireyler için benzer bir düzeye gelebilir. Günümüzde farklı yaş grupları arasında teknolojiye erişim ve kullanım düzeyi genellikle eşitlenmiştir. Akıllı telefonlar, bilgisayarlar ve internet, çeşitli yaş gruplarındaki bireyler tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu yaygın kullanım, yaşa göre dijital ayak izi yaşantılarında belirgin bir fark yaratmayabilir. Alanyazında araştırmadaki bulguları destekleyecek çalışmalar mevcuttur (Lambiotte ve Kosinski, 2014; Haimson vd., 2016; Vervier vd., 2017; Sürmelioğlu ve Seferoğlu, 2019; Taş ve Bülbül, 2021; Afyon, 2022). Araştırmadaki bulgulardan farklı olarak Van Deursen vd. (2011) çalışmalarında, internet becerilerinin gelişiminde cinsiyet, yaş, eğitim, internet deneyimi ve çevrimiçi geçirilen süre gibi faktörlerin etkililik düzeyini belirlemeyi hedeflemişlerdir. Elde edilen bulgular ışığında genç bireyler, interneti daha etkili kullanırken, yaşlı bireylerin internet becerilerinin sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yaşın artmasıyla birlikte internet becerilerinin zayıfladığı gözlemlenmiştir. Koçyiğit (2022) ise katılımcıların yaşa göre dijital ayak izi yaşantılarının farklılaştığını, buna göre, 18-24 ve 32-38 yaş aralığında; 18-24 ve 46 yaş üzeri arasında; 25-31 ve 32-38 yaş aralığında; 25-31 ve 46 yaş üzerinde; 39-45 ve 46 yaş üzeri arasında anlamlı farklılıklar tespit etmiştir.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının okudukları sınıfa göre incelendiğinde, farklılaşmanın anlamlı olmaması, sınıf seviyesinin dijital ayak izi oluşturma ve dijital ortamda yapılan paylaşımlar üzerinde önemli bir etki yaratmadığını gösterebilir. Bu durum, öğrencilerin sınıf düzeyine bakılmaksızın dijital ortamlarda benzer şekilde etkileşimde

bulunmaları ve dijital ayak izlerini oluştururken benzer davranışlar sergilemelerinden kaynaklanabilir. Sınıf seviyesinin dijital ayak izi yaşantılarıyla doğrudan bir ilişki kurulamaması, dijital ortam kullanımının genellikle teknolojiye aşinalık, farkındalık ve bireysel tercihlere dayalı olduğunu gösteriyor olabilir. Öğrenciler, sınıf düzeyinden bağımsız olarak interneti aynı şekilde kullanıyor olabilir ve dijital ayak izi oluşturma konusunda benzer tutum ve alışkanlıklara sahip olabilirler. Öğrenciler, üniversite seviyesinde genellikle benzer dijital araçları kullanır ve bu araçlar üzerinden dijital ayak izleri oluşturur. Bu kullanım şekilleri, sınıf seviyesine bağlı olarak değişmeyeabilir. Franco (2013), Sürmelioglu ve Seferoglu (2019), Afyon (2022), Hover ve Wise (2022), Kovacs vd. (2022) ile Karal ve Kaçmaz (2023) çalışmalarında benzer bulgulara erişmiş, katılımcıların okudukları sınıfın dijital ayak izi yaşantılarında farklılık ortaya koymadığını belirlemişlerdir. Çalışmadaki bulguların aksine, Chen vd. (2013) çalışmalarında dijital öğrenme yaşantılarının, öğrencilerin sınıf içi deneyimlerini desteklemede nasıl kullanılabileceğini inceleyerek, öğrencilerin dijital öğrenme yaşantılarının üst sınıflara gidildikçe arttığını tespit etmişlerdir.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının çevrim içi araçları kullanma konusundaki yeterlilik durumlarına göre anlamlı bir farklılık gözlemlenmemesi, dijital araçları kullanma düzeyinin dijital ayak izi yaşantılarına doğrudan etkisi olmadığını gösterebilir. Bu durum, çevrim içi araçları ne kadar verimli kullanıldığına bakılmaksızın, öğrencilerin dijital ayak izi oluşturma ve dijital ortamlarda etkileşimde bulunma davranışlarının benzer kalmasını açıklayabilir. Yani, dijital araçları ne kadar etkin kullandıkları, dijital ayak izi oluşturma süreçlerini etkilemiyor olabilir. Bu sonuç, dijital ayak izi yaşantılarının yalnızca çevrim içi araçların kullanımıyla değil, daha çok bireysel farkındalık, çevrim içi etkileşim sıklığı ve çevrim içi platformlara katılım gibi faktörlerle şekillenebileceğini düşündürebilir. Çevrim içi araçları kullanma yeterlilikleri farklı olsa bile, tüm katılımcılar benzer dijital araçlara ve platformlara erişim ve kullanım fırsatlarına sahip olabilirler. Bu durum, dijital ayak izi yaşantılarının benzer olmasına yol açabilir. Araştırmadaki bulgulara benzer sonuçlara ulaşan çalışmalar mevcuttur (Özbek vd., 2016; Al-Azawei vd., 2019; Sürmelioglu ve Seferoglu, 2019; Aichholzer ve Rose, 2020; Poultsakis vd., 2021). Araştırmadaki bulgulardan farklı olarak, Aichholzer ve Rose (2020) çalışmalarında, farklı türdeki e-katılım süreçlerinde dijital araçların kullanımını ve bu araçlarla elde edilen deneyimleri ele almışlardır. Dijital araçları kullanma yeterliliği yüksek

düzeyde olan öğrencilerin e-katılım süreçlerine daha aktif katılım sağladıkları sonucuna erişmişlerdir. Taş ve Bülbül (2021) ise dijital ayak izi yaşantı düzeyi yüksek olan katılımcılar ile orta düzey ve düşük düzeyli katılımcılar arasında yüksek düzeyli katılımcılar lehine anlamlı farklılaşma olduğunu tespit etmiştir.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının üniversiteye gelmeden önce yaşanan yerleşim yeri durumlarına göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık oluşmadığı sonucuna varılması, yerleşim yeri faktörünün dijital ayak izi oluşturma üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu gösteriyor olabilir. Yani, katılımcıların üniversiteye gelmeden önce hangi tür yerleşim yerlerinde yaşadıkları (köy, ilçe, il, büyükşehir) dijital ortamlar ile etkileşimde bulunma ve dijital ayak izi oluşturma davranışlarını belirlemede belirgin bir fark yaratmamış olabilir. Bu durum, dijital ortamların kullanımının, yerleşim yeri faktöründen bağımsız olarak, öğrencilerin dijital ayak izi yaşantıları üzerinde daha fazla etkili olabileceğini düşündürülebilir. Ayrıca, katılımcıların büyük çoğunluğunun dijital ortamlarla etkileşimde bulunma ve dijital ayak izi oluşturma konusunda benzer deneyimlere sahip olması, bu tür bir farklılaşmayı engellemiş olabilir. İnternet erişimi artık kırsal, kentsel ve büyükşehir alanlarında oldukça yaygın hale gelmiştir. Her yerleşim yerinde internet ve dijital araçlara erişimin benzer olması, dijital ayak izi yaşantılarında farklılık oluşmamasına yol açabilir. Alan yazın taramasında çalışmadaki benzer bulgulara erişen ve katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının en uzun süre yaşanan yer değişkenine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşan çalışmalar bulunmaktadır (Dijk, 2006; Van Deursen vd., 2011; Sürmelioğlu ve Seferoğlu, 2019; Taş ve Bülbül, 2021; Afyon, 2022). Çalışmadaki bulguların aksine, Mossberger vd. (2013) çalışmalarında dijital eşitsizlikleri ele alırken, bireylerin dijital erişim düzeylerinin bulundukları coğrafi bölgeye ve yaşadıkları yerleşim yerine göre nasıl farklılık gösterdiğine bakmışlardır. Buna göre kırsal alanlarda yaşayanlar ve düşük gelirli gruplar, dijital araçlara ve internet hizmetlerine daha sınırlı erişime sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre incelenmesine yönelik yapılan analizlere göre gruplar arasında herhangi bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılması, dijital ayak izi oluşturma süreçlerinin kullanılan çevrim içi araçlardan bağımsız bir şekilde gerçekleşebileceğini gösteriyor olabilir. Yani, katılımcılar hangi çevrim içi aracı (akıllı telefon, dizüstü bilgisayar, tablet gibi) kullanırlarsa

kullansınlar, dijital ayak izi yaşantılarında belirgin bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu durum, çevrim içi araçların dijital etkileşim düzeyleri ya da ayak izi oluşturma üzerindeki etkilerinin, araç türünden daha çok kullanıcı davranışlarına ve genel dijital alışkanlıklarına dayalı olduğunu düşündürebilir. Çevrim içi araçlar, yaş ve cinsiyet fark etmeksizin geniş bir kullanıcı kitlesi tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu yaygınlık, dijital ayak izi yaşantılarında araç türüne bağlı olarak farklılıklar oluşmamasına neden olabilir. Livingstone ve Helsper (2007), Marwick ve Boyd (2014), Marques ve Santos (2016), Yılmaz vd. (2021) ile Karal ve Kaçmaz (2023) yaptıkları çalışmalarında, araştırmadaki bulgulara eşdeğer sonuçlara ulaşmış ve katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının kullandıkları çevrim içi araçlara göre farklılaşmadığını belirlemişlerdir. Araştırmadaki bulgulardan farklı olarak Zeng ve Lee (2021), çevrimiçi araçların kullanıcıların dijital yaşantılarını nasıl şekillendirdiğini inceledikleri çalışmalarında, özellikle wifi özellikli (akıllı telefon, tablet vb.) cihaz kullanan katılımcıların dijital yaşantılarının, diğer gruptaki katılımcılara göre daha yüksek tutarlı olduğunu gözlemlemişlerdir.

Katılımcıların dijital ayak izi yaşantılarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre incelenmesine yönelik yapılan analizlerde gruplar arasında herhangi bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılması, dijital ortamda geçirilen zamanın, katılımcıların dijital ayak izi yaşantıları üzerinde belirgin bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu durum, dijital ayak izlerinin yalnızca çevrim içi etkileşim süresiyle değil, kullanıcıların çevrimiçi ortamda gerçekleştirdiği işlemlerin türü ve sıklığıyla da ilişkili olabileceğini düşündürebilir. Yani, daha fazla zaman geçirilen dijital ortamlar, mutlaka daha fazla dijital ayak izi bırakmayı gerektirmeyebilir. Dijital dünyada kullanıcıların davranışları ve etkileşim şekilleri, harcanan süreden bağımsız olarak benzer olabilir. Örneğin, bir kullanıcı uzun süre çevrim içi olsa bile benzer güvenlik ve gizlilik önlemlerini alabilir ve bu da dijital ayak izi yaşantılarının benzer olmasına yol açabilir. Nie ve Erbring (2000), Rosen vd. (2013), Wang ve Wang (2019) ve Koçyiğit (2022) çalışmalarında, katılımcıların dijital yaşantılarının dijital ortamlarda harcadıkları günlük süreye göre farklılaşmadığını belirlemiştir. Araştırmadaki bulguların aksine; Junco (2012) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin sosyal medyada geçirdikleri sürenin, ders çalışma süreleri ve not ortalamaları üzerindeki etkisini değerlendirmiş ve sosyal medyada harcanan sürenin artmasıyla birlikte akademik performansın olumsuz etkilendiğini ortaya koymuştur. Huang (2018) çalışmasında, sosyal ağ sitelerinde geçirilen sürenin psikolojik iyi oluş üzerindeki

etkilerini incelemiş, sonuç olarak aşırı kullanımın depresyon ve anksiyete gibi olumsuz psikolojik sonuçlarla ilişkili olduğunu göstermiştir. Sürmelioglu ve Seferoglu (2019) dijital ortamda 1 saatten az süre geçirenler ile 1-3 saat süre geçirenler arasında ve ayrıca 7-9 saat ile ve 10 saat ve üzeri vakit geçirenler arasında, daha fazla vakit geçirenler lehine, Taş ve Bülbül (2021) interneti 1 saatten az kullanan katılımcılar ile 1-3 saat arası kullanan katılımcılar arasında 1-3 saat kullanan katılımcılar lehine, Afyon (2022) 4-6 saat kullananlar ile 10 saat ve üzeri kullananlar arasında 10 saat ve üzeri kullananlar lehine, Karal ve Kaçmaz (2023) ise 0-2 saat kullananlar ile 3-5 saat kullananlar arasında ve 6-8 saat kullananlar ile 8 saat ve üstü kullananlar arasında kullanım süresi daha fazla olanlar lehine dijital ayak izi yaşantılarının farklılaştığı tespit edilmiştir. Subaşı vd. (2022) ise çalışmalarında, öğrencilerin internet kullanım sürelerinin artmasına bağlı olarak, dijital ayak izi yaşantılarının olumsuz etkilendiğini belirlemişlerdir.

Katılımcıların “Dijital Ayak izi Farkındalıkları” ile “Dijital Ayak izi Yaşantıları” arasındaki ilişkinin negatif yönlü, zayıf düzeyde ve anlamlı olması, dijital ayak izi farkındalığı yüksek olan katılımcıların, dijital ayak izi yaşantılarının daha düşük olduğunu gösteriyor olabilir. Bu durum, dijital ayak izi konusunda daha fazla bilgi sahibi olan bireylerin, çevrimiçi ortamda daha dikkatli davrandıklarını ve paylaşımlarını sınırladıklarını düşündürebilir. Ancak, bu ilişkinin zayıf düzeyde olması, dijital ayak izi farkındalığının, yaşantılarını doğrudan etkileme gücünün sınırlı olduğunu gösterebilir. Yani, farkındalık ne kadar yüksek olursa olsun, dijital ayak izi yaşantıları, farklı faktörler tarafından şekillendiriliyor olabilir. Dijital ayak izi konusunda farkındalığı yüksek olan kişiler, çevrim içi etkinliklerinde daha fazla gizlilik ve güvenlik önlemi alırlar. Bu kullanıcılar, anonim kalmak veya izlerini en aza indirmek için çeşitli stratejiler kullanabilirler, bu da dijital ayak izi yaşantılarının azalmasına yol açabilir. Taş ve Bülbül (2021) çalışmalarında katılımcıların dijital ayak izi farkındalıkları ile dijital ayak izi yaşantıları arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek için yaptıkları regresyon analizi neticesinde bu iki faktörün birbirini etkileme oranını %2 olarak belirlemişlerdir. Vayndorf-Sysoeva ve Pchelyakova (2021) çalışmalarında, dijital ayak izi farkındalığının artırılmasının, öğrencilerin dijital yaşantılarını olumlu yönde etkileyebileceğini ve akademik başarılarını destekleyebileceğini öne sürmüşlerdir. Feher (2021) çalışmasında, dijital ayak izi farkındalığının, bireylerin çevrimiçi platformlardaki davranışlarını ve dijital yaşantılarını şekillendirdiğini tespit etmiştir. Ng vd. (2025) ise çalışmalarında, öğrencilerin dijital ayak

izi farkındalıklarının artırılmasının, dijital yaşantılarında daha bilinçli ve güvenli davranışlar sergilemelerine katkı sağladığını ortaya koymuştur.

5.2. Öneriler

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlara göre hem uygulamaya yönelik hem de araştırmacılara yönelik öneriler sunulmuştur.

5.2.1.Uygulamaya Yönelik Öneriler

1. Öğrencilere, kullandıkları çevrim içi platformların ve hizmetlerin güvenlik ve gizlilik politikaları hakkında bilgi veren eğitimler düzenlenebilir. Bu eğitimler, öğrencilere hangi bilgileri paylaştıklarını ve bu bilgilerin nasıl korunduğunu anlamalarına yardımcı olabilir.
2. Farklı yaş gruplarının ihtiyaçlarına ve öğrenme tarzlarına uygun eğitim programları düzenlemek, dijital ayak izi farkındalığını artırabilir. Örneğin yaşı daha küçük olan kullanıcılar için oyun tabanlı öğrenme ve interaktif oturumlar, yaşı daha büyük olan kullanıcılar için ise detaylı seminerler ve atölye çalışmaları düzenlenebilir.
3. Üniversitenin tüm sınıflarda öğrenim gören öğrencilerine yönelik dijital ayak izi farkındalığını artıracak eğitim programları düzenlenebilir. Bu programlar, öğrencilere dijital güvenlik ve gizlilik konularında temel bilgileri sağlayarak farkındalıklarını artırabilir.
4. Köyde yetişmiş öğrencilere yönelik özel dijital farkındalık programları oluşturulabilir. Bu programlar, temel dijital güvenlik bilgilerini öğretmek ve dijital ayak izi farkındalığını artırmak amacıyla tasarlanabilir.
5. Dizüstü bilgisayar dışındaki çevrim içi araçları kullanan kullanıcılar için, bu araçların dijital güvenlik ve gizlilik özelliklerini tanıtan bilgilendirme kampanyaları düzenlenebilir. Bu kampanyalar, kullanıcıların kullandıkları araçların güvenlik özelliklerini nasıl etkin bir şekilde kullanabileceklerini öğrenmelerine yardımcı olabilir. Örneğin, tablet ve akıllı telefonlar için güvenlik ayarlarının nasıl yapılacağına dair rehberler ve eğitimler sunulabilir.

6. Yapay zekâ destekli interaktif eğitim programları ile bireylerin dijital ayak izlerini nasıl yönetecekleri konusunda farkındalık kazanmaları sağlanabilir.
7. Yapay zekâ destekli veri temizleme araçlarıyla kullanıcıların istemedikleri eski veya riskli paylaşımlarını tespit eden ve bunları kaldırmalarına yardımcı olan sistemler geliştirilebilir.

5.2.2.Araştırmacılara Yönelik Öneriler

1. Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Okul Öncesi Öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerle sınırlıdır. Çalışma kapsamı genişletilerek, farklı bölümlerdeki veya farklı üniversitelerde öğrenim gören öğrencilere yönelik çalışmalar yapılabilir.
2. Dijital ayak izi kavramına yönelik farkındalık çalışmalarının yanında dijital ayak izi yaşantısının önemini vurgulayacak çalışmalar yapılabilir.
3. Dijital ayak izi yaşantısı ve farkındalığı ile ilgili olarak nitel çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Abrantes, B. F. and Ostergaard, K. G. (2022). “Digital footprint wrangling: Are analytics used for better or worse? A concurrent mixed methods research on the commercial (ab) use of dataveillance”. *Journal of Marketing Analytics*, 1-20.
- Acele, B. (2020). Bilişim Teknolojisi Öğretmen Ve Öğretmen Adaylarının Sayısal Ayak İzi Kavramlarının İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Acun, F. (2008). “Küresel rekabette dijital kültür”. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları*, (9), 11-46.
- Adjin-Tettey, T. D. (2022). “The role of media literacy in combating fake news and disinformation”. *Cogent Arts & Humanities*, 9(1), 1–14.
- Afyon, N. A. (2022). Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları Ve Yaşantıları Üzerine Bir Araştırma (Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Aichholzer, G. and Rose, G. (2020). “Experience with digital tools in different types of e-participation”. *European E-democracy in Practice*, 93-140.
- Akkaş, C. ve Bakırtaş, H. (2019). “Sosyal ağlarda arkadaşlık: Facebook örneği”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (72), 1852-1870.
- Aktaş, C. (2011). “İletişim fakültesi öğrencilerinin internet kullanım eğilimleri üzerine ampirik bir çalışma”. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(4), 22-36.
- Akyazı, E. (2014). “Bilgi toplumunda dijital bölünme”. *Marmara İletişim Dergisi*, 12 (12), 1-4.
- Al-Azawei, A., Baiee, W. R. and Mohammed, M. A. (2019). “Learners’ experience towards e-assessment tools: A comparative study on virtual reality and moodle quiz”. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (Online)*, 14(5), 34.
- Alğan, T. C. ve Şensever, F. L. (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 yıl 10 Örnek*. Yön Matbaa: İstanbul.

- Alikılıç, Ö. ve Onat, G. (2007). “Bir halkla ilişkiler aracı olarak kurumsal bloglar”. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 2 (8), 899-927.
- Alqahtani, A., Alqahtani, F. and Alqurashi, M. (2017). “The extent of comprehension and knowledge with respect to digital citizenship among middle eastern and us students at UNC”. *Journal of Education and Practice*, 8(9), 96-102.
- Alptekin, Z. M. (2020). “Dijitalleşme ve dijital sosyal sorumluluk iletişimi”. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 3 (2), 136-155.
- Arık, E. (2018). *Dijital Mahremiyet: Yeni Medya ve Gözetim Olgusu*. Literatürk Akademi: Konya.
- Arkan, A. ve Yünter, S. (2017). “Eğitim için sosyal ağlar”. *SETA Perspektif*, 2-6.
- Arslantaş, T. S., Binark, M., Dikmen, E. Ş., Barış, F. I., Küzeci, E. ve Özaygen, A. (2012). *Türkiye’de Dijital Gözetim: T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi*. Alternatif Bilişim Derneği: İstanbul.
- Aslan, M. G. (2012). Anonimlik Deneyimi ve Sosyal Medya Etkisi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atkinson, S., Furnell, S. and Phippen, A. (2009). “Securing the next generation: Enhancing esafety awareness among young people”. *Computer Fraud & Security*, 7, 13-19.
- Avcı, İ. (2022). “Akıllı evlerde IoT teknolojileri ve siber güvenlik”. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (34): 226-233.
- Ayaz, A. (2021). “Dokuz Eylül Üniversitesi mezunlarının kariyer gelişimini araştırma: LinkedIn analizi”. *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi*, 3(1), 124-135.
- Aydın, B. O. (2016). “Çevrim içi topluluklarda elektronik ağızdan ağıza iletişimin sosyal belirleyicileri”. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (37), 563-585.
- Aydoğan, F. (2016). “Flâneur, aylak ve empatik işçi”. *TRT Akademi*, 1 (2), 640-657.
- Ayhan, B. ve Köseliören, M. (2019). “İnternet, online oyun ve bağımlılık”. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 6 (1), 1-30.
- Azucar, D., Marengo, D. and Settanni, M. (2018). “Predicting the big 5 personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis”. *Personality and Individual Differences*, 124, 150-159.

- Bahçeci, F. ve Yıldız, E. (2016). “Yetişkin eğitimindeki bireylerin öğrenme yönetim sistemleri hakkındaki görüşleri”. *Açık Öğretim Uygulamaları Ve Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 94-113.
- Bakan, U. ve Karaaslan, İ. A. (2017). “Bireysel farklılıkların sosyal sermaye oluşumuna etkisi: Facebook ve LinkedIn kullanıcıları üzerine karşılaştırmalı bir analiz”. *Intermedia International e-Journal*, 4(6), 77-94.
- Bargh, J. A. and McKenna, K. Y. A. (2004). “The Internet and Social Life”. *Annual Review of Psychology*, 55, 573-590.
- Bawden, D. and Robinson, L. (2009). “The Dark Side of Information: Overload, Anxiety, and Other Paradoxes and Pathologies”. *Journal of Information Science*, 35(2), 180-191.
- Baykal, A. (2006). “Veri madenciliği uygulama alanları”. *D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7, 95-107.
- Bayram, B. (2017). *Youtube*. Kodlab Yayınevi: İstanbul.
- Bayzan, Ş. (2019). Dijital Ayak İzlerimiz Bizi Takip Ediyor. *Güvenli Web*. Erişim: 20 Haziran 2024, <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/dijital-ayak-izlerimiz-bizi-takip-ediyor>.
- Baz, F. Ç. ve Meral, H. C. (2021). Web 3.0 – “Anlamsal ağ çalışmalarının farklı alanlarda kullanımı: Bir uygulama geliştirme örneği”. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4 (3), 408-421.
- Belanche, D., Casalo, L. V. and Guinaliu, M. (2012). “Website usability, consumer satisfaction and the intention to use a website: The moderating effect of perceived risk”. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19, 124–132.
- Bhutoria, A. (2022). “Personalized education and artificial intelligence in the United States, China and India: A systematic review using a human-in-the-loop model”. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 3, 168-186.
- Bilir, F. (2021). “Kişisel verilerin korunması kişinin kendisinin korunmasıdır”. *TRT Akademi*, 6 (11), 172-181.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Dipnot Yayınları: Ankara.

- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. Kalkedon: İstanbul.
- Bitirim-Okmeydan, S. (2017). “Yeni iletişim teknolojilerini sorgulamak: Etik, güvenlik ve mahremiyetin kesiştiği nokta”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(5): 347-372.
- Bleier, A. and Eisenbeiss, M. (2015). “Personalized online advertising effectiveness: The interplay of what, when, and where”. *Marketing Science*, 34(5), 669-688.
- Boerman, S. C., Kruikemeier, S. and Borgesius, F. J. Z. (2017). “Online behavioral advertising: A literature review and research agenda”. *Journal of Advertising*, 46(3), 363-376.
- Boyle, J. (2008). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. Yale University Press: London.
- Brennen, J. S. and Kreiss, D. (2016). “Digitalization”. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 3(2), 1-11.
- Buchanan, R., Southgate, E., Smith, S. P., Murray, T. and Noble, B. (2017). “Post No photos, leave no trace: Children’s digital footprint management strategies”. *E-Learning and Digital Media*, 14(5), 275–290.
- Buitrago-Ropero, M. E., Ramírez-Montoya, M. S. and Chiappe, A. (2020). “Digital footprints (2005–2019): A systematic mapping of studies in education”. *Interactive Learning Environments*, 28(7), 1-17.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi: Ankara.
- Camacho, M., Minelli, J. and Grosseck, G. (2012). “Self and identity: Raising undergraduate students’ awareness on their digital footprints”. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 46, 3176-3181.
- Casa-Todd, J. (2018). “Reflections on digital citizenship”. *Teacher Librarian*, 45(3), 15-18.
- Cascio, W. F. and Montealegre, R. (2016). “How technology is changing work and organizations”. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 349-375.

- Castells, M. (2008). "The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance". *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78-93.
- Chassignol, M., Khoroshavin, A., Klimova, A. and Bilyatdinova, A. (2018). "Artificial intelligence trends in education: A narrative overview". *Procedia Computer Science*, 136, 16-24.
- Chen, G. D., Nurkhamid, Wang, C. Y., Yang, S. H., Lu, W. Y. and Chang, C. K. (2013). "Digital learning playground: Supporting authentic learning experiences in the classroom". *Interactive Learning Environments*, 21(2), 172-183.
- Cohen, A. R. (2011). "Fighting hate and bigotry on the internet". *Policy & Internet*, 3: 1-36.
- Collins, B., Hoang, D. T., Nguyen, N. T. and Hwang, D. (2021). "Trends in combating fake news on social media—a survey". *Journal of Information and Telecommunication*, 5(2), 247-266.
- Coşlu, E. (2013). "Veri Madenciliği", *XV. Akademik Bilişim Konferansı*. 23-25 Ocak 2013, Akdeniz Üniversitesi, Antalya. 615-619.
- Csiszar, J. (2018). *Whatsapp: Tech 2.0 World Changing Social Media Companies*. Mason Crest: Broomall, PA.
- Çalışkan, Y. (2020). *Sosyal Medyada Sıfır Atık Hareketi: Instagram Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Can, A. (2016). *Spss ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Pegem Akademi: Ankara.
- Çapcıoğlu, İ. ve Anık, H. (2021). "Sanayi Devrimi'nden endüstri 4.0'a: Dijitalleşme ve dijital dünyada dinin statüsü". *Tevilat Dergisi*, (2)1, 27-43.
- Çapraz, Y. C. (2018). "Sosyal medya uygulamalarında yok olan mesaj/veri kavramı ve gençlerin kullanım motivasyonları". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (29), 235-256.
- Çark, Ö. (2019). *Kurumsal Kaynak Planlama (KKP) Sistemleri*. Gazi Kitabevi: Ankara.

- Çark, Ö. ve Akyürek, S. (2021). “Bulut bilişim teknolojisinin işletmeler açısından önemi ve turizm sektörü açısından değerlendirilmesi”. *European Journal of Managerial Research*, 5 (8), 72-91.
- Çelenk, E. (2020). Sosyal Medya Kullanımı İle Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Sakarya Üniversitesi Örneği. Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çoban, S. (2016). “Üniversitelerde öğretim yönetim sistemleri yazılımları kullanımına yönelik bir inceleme”. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6 (1), 1-12.
- Dağhan, G. ve Kuh Karyeli, G. (2020). “Sayısal ayak izi ders tasarımının öğrencilerin sayısal vatandaşlık konusundaki akademik başarılarına etkisi”. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 256-275.
- Dedeoğlu, G. (2016). *Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik*. Sentez: İstanbul.
- Dias, S. B., Hadjileontiadou, S. J., Hadjileontiadis, L. J. and Diniz, J. A. (2015). “Fuzzy cognitive mapping of LMS users’ Quality of interaction within higher education blended-learning environment”. *Expert Systems with Applications*, 42(21), 7399–7423.
- Dijk, J. A. (2006). *Digital Divide: From Theory to Practice*. Policy Press: Bristol.
- DLEARN, (2019). European Conference on Digital Footprint. Retrieved: June 22, 2024, <https://dlearn.eu/conference/2019-2/>.
- Eker, S. (2016). “Türkiye’de demokrasiyi yeni bir yurttaşlık anlayışıyla düşünmek: Tekno-Bilimsel yurttaşlık”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 71 (1), 33-72.
- Elden, M. (2015). *Reklam ve Reklamcılık*. Say Yayınları: İstanbul.
- Elford, D., Lancaster, S. J. and Jones, G. A. (2022). “Fostering motivation toward chemistry through augmented reality educational escape activities. A self-determination theory approach”. *Journal of Chemical Education*, 99(10), 3406-3417.
- Ellenport, C. (2018). *Instagram (Tech 2.0: World-Changing Social Media Companies)*. Mason Crest: Broomall, PA.

- Eren, E. Ş. (2014). “Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi”. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Ersöz, B. (2020). “Yeni nesil web paradigması-Web 4.0”. *Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 1 (2), 58-65.
- Ersöz, B. ve Özmen, M. (2020). “Dijitalleşme ve bilişim teknolojilerinin çalışanlar üzerindeki etkileri”. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11 (42), 170-179.
- Eyüpoğlu, C., Aydın, M. A., Sertbaş, A., Zaim, A. H. ve Öneş, O. (2017). “Büyük Veride kişi mahremiyetinin korunması”. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(2), 177-184.
- 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.
- Fidan, M. ve Lokmanoglu, E. (2022). “Dijital iletişim araçları kullanılarak yapılan arabuluculuk görüşmelerinin avantaj ve dezavantajları”. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 275-293.
- Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D. and Gardner, L. (2006). “Development of a scale to measure perceived benefits and risks of online shopping”. *Journal of Interactive Marketing*, 20(2), 55-75.
- Franco, C. D. P. (2013). “Understanding digital natives' learning experiences”. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 13, 643-658.
- Galimova, E. G., Konysheva, A. V., Kalugina, O. A. and Sizova, Z. M. (2019). “Digital educational footprint as a way to evaluate the results of students' learning and cognitive activity in the process of teaching mathematics”. *Education and Information Technologies*, 24(6), 3581-3597.
- Galterio, M. G., Shavit, S. A. and Hayajneh, T. (2018). “A review of facial biometrics security for smart devices”. *Computers*, 7(3), 37-48.
- Gay, G. (2018). *Culturally Responsive Teaching: Theory, Research, And Practice*. Teachers College Press: New York.
- Gerlock, J. A. and McBride, D. L. (2013). “Managing online discussion forums: Building community by avoiding the drama triangle”. *College Teaching*, 61, 23–29.

- Girardin, F., Calabrese, F., Dal Fiore, F., Ratti, C. and Blat, J. (2008). "Digital footprinting: Uncovering tourists with usergenerated content". *IEEE Pervasive computing*, 7(4), 122-134.
- Godfrey, R. V. (2016). "Digital citizenship: Paving the way for family and consumer sciences". *Journal of Family & Consumer Sciences*, 108(2), 133-152.
- Golder, S. A. and Macy, M. W. (2014). "Digital footprints: Opportunities and challenges for online social research". *Annual Review of Sociology*, 40, 129-152.
- Gök, K. (2019). *Youtube Masalı: Hayaller, Mücadele ve Aşk*. Kanon Kitap: İstanbul.
- Haimson, O. L., Brubaker, J. R., Dombrowski, L. and Hayes, G. R. (2016, May). "Digital footprints and changing networks during online identity transitions". *Proceedings of the Human Factors in Computing Systems*, 2895-2907.
- Hajli, M. N. (2014). "A study of the impact of social media on consumers". *International Journal of Market Research*, 56(3), 387-404.
- Harjumaa, M., Saraniemi, S., Pekkarinen, S., Lappi, M., Similä, H. and Isomursu, M. (2016). "Feasibility of digital footprint data for health analytics and services: An explorative pilot study". *BMC Medical Informatics And Decision Making*, 16, 1-9.
- Harris, A. R. (2013). *Facebook: The Company and Its Founders: The Company and Its Founders*. Technology Pioneers: Zurich.
- Heller, J. M. (2009). *International Copyright Law and Practice*. LexisNexis Press: Amsterdam.
- Hinds, J. and Joinson, A. N. (2018). "What demographic attributes do our digital footprints reveal? A systematic review". *PloS One*, 13(11), 207-218.
- Hover, A. and Wise, T. (2022). "Exploring ways to create 21st century digital learning experiences". *Education 3-13*, 50(1), 40-53.
- Huang, C. (2018). "Time spent on social network sites and psychological well-being: A meta-analysis". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(6), 346-354.

- Işık, S. (2019). Dijital Çağda Kuşaklararası Farklılık Ve Z Kuşağı: Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Teknoloji Kullanım Özelliklerine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). “Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği”. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 736-749.
- Jain, A. K., Ross, A. and Prabhakar, S. (2004). “An introduction to biometric recognition”. *IEEE Transactions on Circuits and Systems for Video Technology*, 14(1), 4-20.
- Junco, R. (2012). “Too much face and not enough books: The relationship between multiple indices of Facebook use and academic performance”. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 187-198.
- Kalaman, S. (2019). “Yeni medya ve dijital gözetim: Türkiye’deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma”. *Yönetim ve Ekonomi*, 2(26): 575-594.
- Kalan, Ö. (2016). “Yeni medyada reklam ve etik sorunlar”. *Atatürk İletişim Dergisi*, 10, 71-89.
- Kapan, K. ve Üncel, R. (2020). “Gelişen web teknolojilerinin (Web 1.0- Web 2.0- Web 3.0) Türkiye turizmine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 276-289.
- Kara, T. (2016). “Why young people use snapchat? A uses and gratifications approach”. *Intermedia International e-Journal*, 3 (5), 262-277.
- Karabatak, S. ve Alanoğlu, M. (2022). “Faculty members' digital footprint experiences and digital footprint awareness”. *Educational Academic Research*, 44(1), 31-41
- Karaboğa, M. T. (2018). “Üniversite öğrencilerinin bir sosyalleşme alanı olarak sosyal medya hakkındaki görüşleri”. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 912-936.
- Karahisar, T. (2013). “Dijital nesil, dijital iletişim ve dijitalleşen (!) Türkçe”. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 4(12), 71-83.

- Karal, E. ve Kaçmaz, Ş. (2023). “Lise öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık düzeylerinin ve dijital ayak izi yaşantı durumlarının incelenmesi”. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(7), 831-848.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Karcıoğlu, F. ve Kurt, E. (2009). “Örgütsel iletişimin etkinliği açısından kurumsal bloglar ve birkaç kurumsal blogun incelenmesi”. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (21), 49-63.
- Kaya, M. (2020). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Vatandaşlık Ve Dijital Okuryazarlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Kent, M. L., Taylor, M. and White, W. J. (2003). “The relationship between web site design and organizational responsiveness to stake-holders”. *Public Relations Review*, 29, 63-77.
- Kızılkaya, Z. Z. (2022). “Gençlerin TikTok kullanım ve doyumuna üzerine nitel bir araştırma”. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 231-247.
- Koç, E. (2014). “Bilim ve teknoloji çağında insan olma sorumluluğu (Etik bilinç)”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 112-123.
- Koçyiğit, İ. (2022). Bireylerin Dijital Ayak izi Farkındalık Ve Yönetim Düzeylerine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Koçyiğit, İ. ve Özkul, A. S. (2023). “Bireylerin dijital ayak izi farkındalık ve yönetim düzeylerine yönelik bir araştırma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(40), 1290-1310.
- Korkmaz, A. (2014). “İnsan hakları bağlamında özel hayatın gizliliği ve korunması”. *MÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1(16), 96-103.
- Kovacs, C., Jadin, T. and Ortner, C. (2022). “Austrian college students’ experiences with digital media learning during the first COVID-19 lockdown”. *Frontiers in Psychology*, 13, 734138.

- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T. and Scherlis, W. (1998). "Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?". *American Psychologist*, 53(9), 1017-1041.
- Kumar, H. and Raj, P. (2020). "An indagation on experiences and awareness of digital footprint among pupils of higher education". *Acad Res Int*, 11(3), 16-31.
- Küzeci, E. (2010). "Anayasal bir hak: Kişisel verilerin korunması". *Bilişim Kültürü Dergisi*, 143-148.
- Lambiotte, R. and Kosinski, M. (2014). "Tracking the digital footprints of personality". *Proceedings of the IEEE*, 102(12), 1934-1939.
- Liu, E. Z., Cheng, S. and Lin, C. H. (2013). "The effects of using online Q & A discussion forums with different characteristics as a learning resource". *Asia-Pacific Education Research*, 22 (4), 667-675.
- Liu, Y., Zhang, H. and Xu, R. (2023). "The impact of technology on promoting physical activities and improving mental health outcomes: A gender-based study". *BMC Psychology*, 11, 348-359.
- Liverber Göçmen, T. (2018). Toplumsal Yaşamda Bireylerin Mahremiyet Yönelimleri: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Saha Araştırması. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Livingstone, S. and Helsper, E. J. (2007). "Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide". *New Media & Society*, 9(4), 671-696.
- Lyon, D. (2006). *Gündelik Hayatı Kontrol Etmek: Gözetlenen Toplum*. Gözde Soykan (çev.). Kalkedon: İstanbul.
- Madden, M., Fox, S., Smith, A. and Vitak, J. (2007). Dijital Ayakizleri (Pew Research Center). Erişim: 10 Haziran 2024. <https://www.pewresearch.org/internet/2007/12/16/digital-footprints/>.
- Maigret, E. (2016). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. Halime Yücel (çev.). İletişim Yayınları: İstanbul.
- Marques, R. and Santos, I. (2016). "The impact of digital tools in shaping individuals' online identities: A study of social media use". *Journal of Information Technology*, 31(2), 144-159.

- Marquès-Donoso, A., Martínez-Hernández, A. and Revuelta, P. (2024). "University students' perceptions of sustainability and ecological footprint in the use of digital leisure". *Education Sciences*, 15(1), 21-36.
- Marwick, A. E. and Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press: London.
- Mattern, J. (2016). *Instagram (Social Media Sensations)*. Abdo Publishing Mason Crest: Broomall, PA.
- Matz, S. and Kosinski, M. (2019). "Using consumers' digital footprints for more persuasive mass communication". *NIM Marketing Intelligence Review*, 11(2), 18-23.
- McDermot, M. (2018). "Digital footprints: Creation, implication, and higher education". *FDLA Journal*, 3(1), 11.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. The MIT Press: Cambridge.
- Micheli, M., Lutz, C. and Büchi, M. (2018). "Digital footprints: an emerging dimension of digital inequality". *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 16(3), 242-251.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J. and Stansbury, M. (2003). *Virtual Inequality: Beyond the Digital Divide*. Georgetown University Press: Washington.
- Mossberger, K., Tolbert, J. C. and McNeal, R. S. (2008). *Digital Citizenship: The Internet, Society and Participation*. The MIT Press: Cambridge.
- Mridha, M. F., Keya, A. J., Hamid, M. A., Monowar, M. M. and Rahman, M. S. (2021). "A comprehensive review on fake news detection with deep learning". *IEEE Access*, 9, 151-170.
- Muhammad, S. S., Dey, B. L., Bala, H., Alwi, S. F. S. and Asaad, Y. (2024). "A typology and model of privacy-and security-concerned users' attitudes toward digital footprints and the consequent influence on their social media adaptation". *Journal of the Association for Information Systems*, 25(5), 1240-1273.

- Narin, B. ve Ünal, S. (2019). “Büyük Veri Etiği”. T. Durna, M. Binark, G. Bayraktutan (ed.). içinde *İletişim Hakkı ve Yeni Medya: Tehditler ve Olanaklar*. (s.119-137). Ag Vakfı Yayınları: Ankara.
- Ng, R., Rivera, M. C. S., Cook, M., Mavilidi, M. F. and Bennett, S. (2025). “Co-researching with primary school students to retrace their digital footprint”. *Computers & Education*, 224, 105-120.
- Nie, N. H. and Erbring, L. (2000). “Internet and society: A preliminary report”. *IT & Society*, 1(1), 1-16.
- Niedzwiecki, H. (2019). *Dikizleme Günlüğü*. Gökçe Gündüç (çev.). Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- North, M. (2012). *Data Mining for The Masses*. Global Text Project: USA.
- Owings, L. (2017). *Youtube (Social Media Sensations)*. Checkerboard Library: London.
- Ozan, Ö. (2008). “Öğrenme yönetim sistemlerinin (Learning Management Systems-Lms) değerlendirilmesi”. *Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, 1(4), 61-65.
- Özbay, Ö. ve Ersoy, H. (2017). “Öğrenme yönetim sistemi üzerindeki öğrenci hareketliliğinin veri madenciliği yöntemleriyle analizi”. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37 (2), 523-558.
- Özbek, Y., Çoklar, A. N., ve Gündüz, Ş. (2016). “Lise öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalık ve yaşantılarının belirlenmesi”. *10th International Computer and Instructional Technologies Symposium (ICITS)*. 16-18 Mayıs 2016, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Rize. 596-604.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar ile İstatiksel Veri Analizi I*. Kaan Kitabevi: Eskişehir.
- Öztekin, H. (2015). “Yeni medyada nefret söylemi: Ekşi sözlük örneği”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 38(8), 925-936.
- Pavlova, E. P., Smirnova, I. R. and Makarova, L. M. (2021). “Assessment of online environment and digital footprint functions in the university educational space”. *Education Sciences*, 11(6), 256-271.

- Polat, B., Dilmen, N. E. ve Sütçü, C. (2021). “Türkiye’de Twitter kullanıcılarının retweet pratikleri üzerine kullanımlar ve doyumlar paradigması ile bir karma araştırma”. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5 (2), 112-135.
- Poultsakis, S., Papadakis, S., Kalogiannakis, M. and Psycharis, S. (2021). “The management of digital learning objects of natural sciences and digital experiment simulation tools by teachers”. *Advances in Mobile Learning Educational Research*, 1(2), 58-71.
- Punj, G. (2011.), “Effect of consumer beliefs online purchase behavior: The influence of demographic characteristics and consumption values”. *Journal of Interactive Marketing*, 25(3), 134-144.
- Rakow, K. E., Upsher, R. J., Foster, J. L. H., Byrom, N. C. and Dommett, E. J. (2023). “Student perspectives on their digital footprint in virtual learning environments”. *Frontiers in Education*, 8, 120-141.
- Rizanaj, F. (2020). *Yeni Medyada Gözetim ve Mahremiyetin Dönüşümü: Gözetimin Yeniden Üretildiği Bir Alan Olarak Yeni Medya ve Mahremiyet Algısındaki Değişim*. Gece Kitaplığı: Ankara.
- Rosen, L. D., Carrier, L. M. and Cheever, N. A. (2013). “Facebook and texting made me do it: Media and other form of technology use as predictors of academic performance”. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 275-284.
- Russell, S. J. and Norvig, P. (2010). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Prentice Hall: New Jersey.
- Sağlam, İ. (2007). *Elektronik Sözleşmeler*. Legal Yayınevi: Kocaeli.
- Samur, S. (2021). “Dijital iletişimin küresel boyutta kültürel melezleşmeye etkisi”. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 398-411.
- Sanin, E. (2022). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak izi Farkındalıkları ve Bilgi Güvenliği Farkındalıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Sarkar, S. and Ghosh, A. (2024). “Integrating media literacy and artificial intelligence to combat disinformation”. *Journal of Novel Research and Innovative Development*, 2(9), 163-187.

- Shirky, C. (2011). "The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change". *Foreign Affairs*, 90(1), 28-41.
- Shu, K. (2022). "Combating disinformation on social media: Computational perspective". *Bench Council Transactions on Benchmarks, Standards and Evaluations*, 1(1), 100-135.
- Solove, D. J. (2006). "A taxonomy of privacy". *University of Pennsylvania Law Review*, 154(3), 477-560.
- Söylemez, N. ve Oral, B. (2018). "Öğretmen adaylarının sosyal medya ortamlarını kullanma durumlarına göre çok kültürlü eğitime ilişkin görüşleri: Türkiye örneği". *Electronic Journal of Social Sciences*, 17(68), 136-142.
- Subaşı, G., Korkmaz, O. and Çakır, R. (2022). "Cyberbullying, digital footprint, and cyber security awareness levels of high school students". *International Journal of Research in Education and Science*, 8(1), 130-150.
- Sürmelioğlu, Y. ve Seferoğlu, S. S. (2019). An examination of digital footprint awareness and digital experiences of higher education students. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, 11(1), 048–064.
- Seren, E. (2020). "Sosyal medya ortamlarında siber zorbalık: Lise öğrencilerinin siber zorbalık deneyimlerinin incelenmesi". *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4 (1), 24-39.
- Şahin, Ç. ve Karakuş, G. (2019). "Katılımcıları seçme: Evren ve örneklem". G. Ocak (ed.). içinde *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri* (s. 180-214). A Pegem Akademi: Ankara.
- Şenel, E. ve Yılmazdoğan C. O. (2021). "Turizmde X, Y ve Z jenerasyonlarının dijital ayak izi farklılıkları". *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 189-206.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (1996). *Using Multivariate Statistics*. HarperCollins College Publishers: USA New York.
- Tahirağaoğlu, İ. (2017). "Dizi sponsoruna olan ilgiyi artırmada hashtag kullanımı ve izlenme sayılarına yönelik bir veri madenciliği yöntemi". *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 4(2), 24-46.

- Taş, C. T. (2023). Öğretmen Adaylarının Eğitim Amaçlı Whatsapp Kullanımlarının Teknoloji Kabul Modeline Göre İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Taş, A. ve Bülbül H. İ. (2021). “Sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izi farkındalığı”. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(3), 205-216.
- Tirrell, T. and Quick, D. (2012). “Chickering’s seven principles of good practice: Student attrition in community college online courses”. *Community College Journal of Research and Practice*, 36, 580-590.
- Tombul, I. (2020). “Argümantatif yaklaşımla dijital yerliler ve dijital göçmenleri tartışmak”. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, (14), 134-155.
- Topraklı, C. ve Mazman, İ. (2020). “İnternet aracılığıyla sosyalleşmeye kuşaklar arası bakış”. *Uluslararası Beşerî ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 4(1), 38-49.
- Tutgun Ünal, A. ve Deniz, L. (2020). “Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri”. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1289-1319.
- Türk, M. S. (2021). “Büyük veri ve değişim”. *TRT Akademi*, 6 (11), 5-9.
- Ulaş, T. (2021). “Kanaat önderleri olarak köşe yazarlarının Twitter kullanımları”. *Selçuk İletişim*, 14 (3), 1433-1463.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Ülgen, H. İ. (2008). E-Posta Güvenliği Ve Uygulaması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ünal, R. ve Taylan, A. (2017). “Sağlık iletişimde yalan haber-yanlış enformasyon sorunu ve doğrulama platformları”. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14, 81-100.
- Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A. and Peters, O. (2011). “Rethinking Internet skills: The contribution of gender, age, education, Internet experience, and hours online to medium-and content-related Internet skills”. *Poetics*, 39(2), 125-144.
- Vardal, Z. B. (2015). “Nefret söylemi ve yeni medya”. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 132-156.

- Vayndorf-Sysoeva, M. E., & Pchelyakova, V. V. (2021). "Prospects for using the digital footprint in educational and scientific processes". *Journal of Vestnik of Minin University*, 9(3), 38-54.
- Venturini, T. and Latour, B. (2009). "The social fabric: Digital footprints and qualitative methods". *Proceedings of Future en Seine*, 87-103.
- Vervier, L., Zeissig, E. M., Lidynia, C. and Ziefle, M. (2017). "Perceptions of digital footprints and the value of privacy". *IoTBDs*, 1, 80-91.
- Vilar, M. J. B., Aspuria, A. A., Garcia, J. I. G., Bautista, L. J. M., Donato, L. E. F., Villaluz, A. C. and Intal, G. L. (2024, August). "Digital footprints among university students: Patterns & Privacy implications". *International Software Technology and Engineering (ICSTE)*, 1, 109-116.
- Wang, Y. and Wang, H. (2019). "The impact of digital media usage on consumer behavior and digital footprint formation". *Journal of Consumer Research*, 45(4), 823-839.
- Ward, P. M. and Peters, P. A. (2007). "Self-help housing and informal homesteading in peri-urban America: Settlement identification using digital imagery and GIS". *Habitat International*, 31(2), 205-218.
- Weaver, S. D. and Gahegan, M. (2007). "Constructing, visualizing, and analyzing a digital footprint". *Geographical Review*, 97(3), 324-350.
- Weinberger, M., Zhitomirsky-Geffet, M. and Bouhnik, D. (2023). "Sex differences in attitudes towards online privacy and anonymity among Israeli students with different technical backgrounds". *Arxiv Preprint Research*, 1, 13-22.
- Woessner, M. N., Tacey, A., Levinger-Limor, A., Parker, A., Levinger, P. and Levinger, I. (2021). "The evolution of technology and physical inactivity". *Frontiers in Public Health*, 9, 624-641.
- Wook, T. S. M., Mohamed, H., Noor, S. F. M., Muda, Z. and 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.
- Yanık, A. (2017). "Sosyal medyada yükselen nefret söyleminin temelleri". *Global Media Journal TR Edition*, 8(15), 364-383.

- Yenilmez, K. ve Ersoy, M. (2013). “Web temelli forumlarda matematik ve eğitime ilişkin yapılan tartışmalar üzerine bir inceleme”. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 3 (3), 148-160.
- Yıldız, A. (2017). Kurumsal E-posta Sınıflandırma Sistemi. Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yılmaz Soylu, M., Demiröz, S. ve Akkoyunlu, B. (2021). “Ortaokul öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıkları ve yaşantılarının incelenmesi”. *Journal of Computer and Education Research*, 9(17), 177-198.
- Zeng, L. and Lee, M. K. (2021). “The role of digital footprints in personalization and privacy management: Exploring user awareness and concerns”. *Computers in Human Behavior*, 118, 106-125.

EKLER
EK 1
ARAşTIRMA İZİN YAZISI



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı



Sayı : E-93130991-300-2400131151
Konu : Anket İzni (Gamze ATA)

29.05.2024

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Eğitim Fakültesi'nin 23.05.2024 tarihli E-68203582-300-2400130045 sayılı yazısı yazımız ekinde gönderilmiştir.
Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Eğitim Fakültesi Dekanlığı



Sayı : E-68203582-300-2400130045
Konu : Anket İzni (Gamze ATA)

23.05.2024

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi : 21.05.2024 tarihli ve E-93130991-300-2400128464 sayılı yazınız.

İlgi'de kayıtlı yazınız ile iletilen, Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Temel Eğitim Anabilim Dalı Okul Öncesi Eğitimi Bilim Dalı öğrencisi Gamze ATA'nın, Prof. Dr. Havise GÜLEÇ'in danışmanlığında yürüttüğü "Okul Öncesi Eğitimi Alanında Öğrenim Gören Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşamlarının İncelenmesi" adlı yüksek lisans tez çalışması kapsamında Fakültemiz Temel Eğitim Bölümü Okul Öncesi Eğitimi Anabilim Dalı öğrencilerine anket uygulama istemi, Fakültemiz Bilimsel Araştırmaları Değerlendirme Kurulu tarafından incelenmiş ve uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne bilgi verilmesi hususunda gereğini arz ederim.





T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı



Sayı : E-93130991-300-2400128464
Konu : Anket İzni (Gamze ATA)

21.05.2024

EĞİTİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nün 21.05.2024 tarihli E-95564340-302.08.01-2400127521 sayılı yazısı yazımız ekinde gönderilmiştir.
Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.





T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü



Sayı : E-95564340-302.08.01-2400127521
Konu : Anket İzni (Gamze ATA)

21.05.2024

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

Enstitümüz Temel Eğitim Anabilim Dalı Okul Öncesi Eğitimi Bilim Dalı 2241501017 numaralı öğrencisi Gamze ATA'nın Prof. Dr. Havise GÜLEÇ danışmanlığında yürüttüğü "Okul Öncesi Eğitimi Alanında Öğrenim Gören Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşamlarının İncelenmesi" adlı yüksek lisans tez çalışması kapsamında Üniversitemiz Eğitim Fakültesi Temel Eğitim Bölümü Okulöncesi Eğitimi Anabilim Dalı öğrencilerine anket araştırması yapmak üzere gerekli izinlerin alınması hususunda gereğini arz ederim.



EK 2
ETİK KURUL BAŞVURU ONAYI



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu
Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği



Sayı : E-84026528-050.99-2400111566
Konu : Başvuru İncelenmesi

02.05.2024

Sayın Öğr. Gör. Gamze ATA

Yürütücülüğünüzü yapmış olduğunuz 2024-YÖNP-0349 nolu projeniz ile ilgili Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Komisyonu'nun almış olduğu 24.04.2024 tarih ve 06/35 sayılı kararı aşağıdadır.

Bilgilerinize rica ederim.

KARAR 35- Sorumlu yürütücülüğünü **Prof. Dr. Havise GÜLEÇ**'in yaptığı ve proje araştırmacısı **Öğr. Gör. Gamze ATA** tarafından gerçekleştirilen “Okul Öncesi Eğitimi Alanında Öğrenim Gören Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşantılarının İncelenmesi” başlıklı araştırmanın, ilgili **taahhüt edilen izinlerin alınması** ve Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Komisyonuna sunulması koşulu ile Etik Komisyon ilkelerine **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

EK 3
YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL ORTAMLARI KULLANMA
DURUMLARI ANKETİ

BİLGİLENDİRİLMİŞ GÖNÜLLÜ ONAM METNİ

Sizi, danışmanlığını Prof. Dr. Havise GÜLEÇ'in yaptığı Gamze ATA tarafından yürütülen "Okul Öncesi Eğitimi Alanında Öğrenim Gören Yükseköğretim Öğrencilerinin Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşantılarının İncelenmesi" başlıklı araştırmaya davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı okul öncesi eğitimi alanında öğrenim gören yükseköğretim öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarını anlamak ve dijital ayak izi yaşantılarını incelemektir. Araştırmada sizden tahminen 7-10 dakika arası ayırmanız istenmektedir. Araştırmaya sizin dışınızda tahminen 300 kişi katılacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. Çalışmanın amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan, size en uygun gelen cevapları içtenlikle verecek şekilde cevaplamanızdır. Bu formu okuyup onaylamanız, araştırmaya katılmayı kabul ettiğiniz anlamına gelecektir. Ancak, çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmayı bırakma hakkına da sahipsiniz. Bu çalışmadan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır.

Araştırmacının E- Posta Adresi:

☐ Araştırmaya katılmayı kabul ediyorum.

☐ Araştırmaya katılmayı kabul etmiyorum.

YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL ORTAMLARI KULLANMA
DURUMLARI ANKETİ

I. BÖLÜM: KİŞİSEL/DEMOGRAFİK BİLGİLER

1.	Cinsiyetiniz	☐ Kadın	☐ Erkek
2.	Yaşınız	☐ 15-18 ☐ 19-22 ☐ 33 ve üstü	☐ 23-26 ☐ 27-32 ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz):
3.	Sınıfınız / Eğitim Düzeyiniz	☐ Hazırlık Sınıfı ☐ 1. Sınıf ☐ 2. Sınıf ☐ 3. Sınıf	☐ 4. Sınıf ☐ Yüksek Lisans öğrencisiyim ☐ Doktora öğrencisiyim ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz):
4.	Çevrim-içi (İnternet'e bağlanan) araçları kullanma konusunda kendinizi yeterli hissetme düzeyiniz	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 (1. "Hiç Yeterli Değil" 5. "Tamamen Yeterli" anlamındadır.)	
5.	Üniversiteye gelmeden önce yaşadığınız yerleşim yeri (En uzun süre yaşadığınız yer)	☐ Köy ☐ İlçe Merkezi ☐ Büyükşehir	☐ Kasaba ☐ İl Merkezi ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz):
6.	Size ait veya kullandığınız çevrim-içi araçlar (Lütfen size uygun olan bütün seçenekleri işaretleyiniz)	☐ Herhangi bir bilgisayar kullanmıyorum ☐ Dizüstü bilgisayar (Notebook, netbook gibi) ☐ Masaüstü bilgisayar ☐ Tablet ☐ Akıllı Telefon ☐ Diğer (Lütfen belirtiniz) :.....	

2. BÖLÜM: İNTERNET'E BAĞLANMA DURUMLARI

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

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

--

3. BÖLÜM: BİLGİSAYAR VE İNTERNET KULLANIM AMAÇLARI

Bilgisayar ve İnternet'i kullanım amaçlarınızı sıklığına göre seçiniz	Hiç	Yılda bir	Ayda bir	Haftada bir	Haftada birkaç kez	Her gün
1. Sohbet etmek için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Arama yapmak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Yeni bilgilere erişmek için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Dosya indirmek için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Güncel olayları/haberleri okumak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Müzik dinlemek için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Televizyon/video/film seyretmek için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. Oyun oynamak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. Sitelerde gezinti (sörf) yapmak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Alışveriş yapmak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Web sayfası/sitesi tasarımı yapmak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12. İnternet'te ders videoları izlemek, çözemediği problemin çözümünü aramak vs. derslerle ilgili işlemler yapmak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. Bilgi ve kaynak paylaşımı için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. İletişim kurmak için	☐	☐	☐	☐	☐	☐
15. Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal ağları takip etmek için	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

--

4. BÖLÜM: ÇEVİRİM-İÇİ ARAÇLARI KULLANMA DURUMU

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

Kullandığınız Çevrim-içi Araçlar	Hiçbir zaman	Nadiren	Ara sıra	Çoğunlukla	Her Zaman
Öğrenme Yönetim Sistemleri (Moodle, Blackboard, Edmodo vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Sosyal ağlar (Facebook, Twitter, Instagram vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Web sayfaları (içerik, yapılan yorumlar vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Wiki	☐	☐	☐	☐	☐
Tartışma Forumları	☐	☐	☐	☐	☐
e-Posta (Gmail, Hotmail, Outlook, Yandex vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Bulut dosya paylaşımı ortamları (OneDrive, Dropbox, Google Drive vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Ağ günlüğü (Blog)	☐	☐	☐	☐	☐
Çevrim-içi sohbet araçları (WhatsApp, Skype, Messenger vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
Ekşi Sözlük, Uludağ Sözlük vb. platformlar	☐	☐	☐	☐	☐

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

--

5. BÖLÜM: DİJİTAL ORTAMLARDA GERÇEKLEŞTİRİLEN İŞLEMLER

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

Dijital Ortamlarda Gerçekleştirilen İşlemlerle İlgili Görüşler (Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi sağdaki kutucuklardan birini seçerek belirtiniz)	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta Derecede Katılmıyorum	Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum
1. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı üslup açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	☐	☐	☐	☐	☐
2. Dijital ortamlarda yorum ya da yazı paylaşmadan önce yazdıklarımı imla açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	☐	☐	☐	☐	☐
3. Dijital ortamlardaki bilgilerimin okul, iş veya özel yaşamımda karşıma çıkabileceğinin farkındayım.	☐	☐	☐	☐	☐
4. Dijital ortamlardaki bilgi paylaşımlarımın gelecekte mesleki veya özel yaşamımda karşıma çıkma ihtimali nedeniyle dikkatli davranıyorum.	☐	☐	☐	☐	☐
5. Dijital ortamlarda yaptığım her türlü işlemin kayıt altında olacağını bilirim.	☐	☐	☐	☐	☐
6. Dijital ortamlarda yaptığım hiçbir işlemin gizli kalmayabileceğinin farkındayım.	☐	☐	☐	☐	☐
7. İnternet kafe, ortak kullanımlı bilgisayar laboratuvarları vb. ortamlarda bilgilerimin/paylaşımlarımın başkalarının eline geçme ihtimali olduğunu farkındayım.	☐	☐	☐	☐	☐
8. Dijital ortamlarda başkasının görmesini istemediğim kişisel bilgilerimi kimsenin kullanmaması için gerekli önlemleri alırım.	☐	☐	☐	☐	☐
9. Çevrim-içi araçların (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarının farkındayım.	☐	☐	☐	☐	☐
10. Çevrim-içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarını kullanıyorum.	☐	☐	☐	☐	☐
11. Çevrim-içi araçları (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarını sürekli gözden geçirip düzenlerim.	☐	☐	☐	☐	☐

Dijital Ortamlarda Gerçekleştirilen İşlemlerle İlgili Görüşler (Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi sağdaki kutucuklardan birini seçerek belirtiniz)	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Orta Derecede Katılıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
12. Dijital ayakizi kavramı hakkında bilgim var.	☐	☐	☐	☐	☐

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

6. BÖLÜM: DİJİTAL ORTAM YAŞANTILARI

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

Dijital Ortam Yaşantılarıyla İlgili Maddeler (Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi sağdaki kutucuklardan birini seçerek belirtiniz)	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Genellikle	Her Zaman
1. Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma hesap açıldığı oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
2. Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma paylaşım yapıldığı oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
3. Dijital ortamlarda paylaştıklarım nedeniyle zor duruma düştüğüm zamanlar oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
4. Dijital ortamlarda paylaşımlarımın bazılarından dolayı pişmanlık duyduğum oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
5. Geçmişte yaşadığım olayların dijital ortamda gün yüzüne çıkması sebebiyle tedirgin olduğum zamanlar oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
6. Dijital ortamlarda kimseye haber vermeden oluşturduğum profillerimi tanıdıklarımın öğrendiğini fark ettiğim zamanlar oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
7. Dijital ortamlarda ailemden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle ailemle tartışmalarım oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
8. Dijital ortamlardaki iletişim içerisinde bulunduğum kişilerden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığım oldu.	☐	☐	☐	☐	☐
9. Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım.	☐	☐	☐	☐	☐
10. Dijital ortamlarda yaptığım arama sonuçlarının içerikleri dijital ortamlarda karşıma reklam olarak çıkmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
11. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin aile yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişe duymaktayım.	☐	☐	☐	☐	☐
12. Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin mesleki yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişesi duymaktayım.	☐	☐	☐	☐	☐
13. Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar, gerçek düşüncelerimi yansıtmaktadır.	☐	☐	☐	☐	☐
14. Çevrim-içi araçlardaki paylaşımlar beni olumlu yönde etkilemektedir.	☐	☐	☐	☐	☐
15. Çevrim-içi araçlardaki diğer kişileri olumlu yönde etkilediğimi düşünmekteyim.	☐	☐	☐	☐	☐
16. Çevrim-içi araçlardaki kişilerin benim hakkımdaki düşüncelerinin olumsuz olmasından endişe etmekteyim.	☐	☐	☐	☐	☐

Bu bölümle ilgili eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen belirtiniz.

Anketimiz burada sona ermiştir. Katıldığınız için çok teşekkür ederiz.