



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(3): 205-216.

DOI:[10.26677/TR1010.2021.694](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.694)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Ayak İzi Farkındalığı

Öğr. Gör. Ahmet TAŞ, Gümüşhane Üniversitesi, Şiran Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Gümüşhane, e-posta: ahmettas@gumushane.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1444-6068>

Prof. Dr. Halil İbrahim BÜLBÜL, Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, Ankara, e-posta: bhalil@gazi.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6525-7232>

Öz

Bilgi teknolojilerinin çok fazla gelişim gösterdiği bu çağda kişiler internetteki hareketlerinden bir çıkarım elde edilebilecek şekilde izler bırakmaktadır. Dijital ayak izi sayesinde kişilikler, siyasi düşünceler ve potansiyel tüketim hareketleri vb. kişiye has özellikler tahmin edilebilmektedir. Sosyal medya kullanan kişiler paylaşımında buldukları için dijital ayak izi farkındalığı konusunda daha hassas davranmak durumunda kalabilirler. Bu çalışmanın amacı sosyal medya kullanan kişilerin dijital ayak izi farkındalıklarının ne seviyede olduğunu tespit etmektir. Çalışma 231 kişiyle gerçekleştirilmiş ve 15 kişi sosyal medya kullanmadığı için analiz dışında tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların yüksek oranda farkındalıklarının olduğu, yaş ve yaşanan yer değişkenleri için bir fark bulunmadığı, internette geçirilen süre ve bilgisayar kullanma yeterliliği değişkenleri açısından gruplar arasında bir fark olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ayak İzi, Sosyal Medya, İnternet.

Makale Gönderme Tarihi: 09.12.2020

Makale Kabul Tarihi: 04.03.2021

Önerilen Atıf:

Taş, A. ve Bülbül, H. İ. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Ayak İzi Farkındalığı, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(3): 205-216.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2021, 4(3): ?-? DOI:10.26677/TR1010.2021.694

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Digital Footprint Awareness of Social Media Users

Lecturer Ahmet TAŞ, Gümüşhane University, Şiran Health Services Vocational School, Gümüşhane, e-mail: ahmettas@gumushane.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1444-6068>

Prof. Dr. Halil İbrahim BÜLBÜL, Gazi University, Gazi Faculty of Education, Ankara, e-mail: bhalil@gazi.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6525-7232>

Abstract

In today's world where information technologies have changed a lot, people leave traces that can be derived from their movements on the internet. Even personalities, political thoughts and potential consumption movements can be predicted thanks to these traces, called digital footprints. People who use social media may have to be more sensitive about digital footprint awareness because they share. The aim of this study is to determine the digital footprint awareness of people using social media. The study was conducted with 231 people and 15 people were excluded from the analysis because they did not use social media. As a result of the analysis, it was seen that the participants had a high level of awareness, there was no difference for age and place of residence variables, and there was a difference between the groups in terms of time spent on the Internet and computer ability variables.

Keywords: Digital Footprint, Social Media, Internet.

Received: 09.12.2020

Accepted: 04.03.2021

Suggested Citation:

Taş, A. and Bülbül, H. İ. (2021). Digital Footprint Awareness of Social Media Users, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(3): 205-216.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Bilişim teknolojilerinde artan gelişmeler günümüzde yapılmakta olan her şeyin daha hızlı, daha esnek ve daha verimli bir şekilde yerine getirilmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda bilgi teknolojileri şimdiye kadar görülmemiş şeyleri ortaya çıkarmaya ya da yapılmış şeylerin daha farklı yollarla yapılmasına olanak tanımaktadır (Çelik ve Sökmen, 2018:76). İnternetin daha evrensel olarak yayılması kullanım miktarının da evrensel şekilde artmasına yol açmaktadır. Dünya genelinde yapılan araştırma ve istatistikler de günümüzde internetin ve sosyal medyanın kullanımının yaygınlaştığını göstermektedir. “We Are Social” ve “Hootsuite”in birlikte yayımladığı 2020 2. Çeyrek Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri raporuna göre dünyada 4.57 milyar internet kullanıcısı, 3.81 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Geçen senenin aynı dönemine göre internet kullanıcılarında 301 milyonluk bir artış gözlenirken, bu rakam sosyal medya kullanıcılarında 304 milyon olarak gerçekleşmiştir ve internet kullanıcılarının günde ortalama 7 saat internet kullandığı belirlenmiştir. Yine bu rapora göre dünyada en çok ziyaret edilen siteler sırasıyla Google, Youtube, Facebook, Baidu ve Twitter olmuştur. En çok kullanılan sosyal medya siteleri ise Facebook, Youtube ve Whatsapp olmuştur (dijilopedi.com). TÜİK verilerine göre Türkiye’de internet kullanma oranı 2020 yılında 16-74 yaş aralığındaki kişilerde %79,0 olarak gerçekleşmiştir. Geçtiğimiz yıl bu oran %75,3 olarak gerçekleşmişti. Cinsiyete göre internet kullanım oranına bakıldığında erkeklerde %84,7, kadınlarda %73,3 olarak görülmüştür (www.data.tuik.gov.tr). 2020 yılı Ocak ayı verilerine göre ise, Türkiye’de ise 54 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Bu sayı, ülkenin toplam nüfusunun yaklaşık % 64’ünün sosyal medya kullandığını belirtmektedir. SimilarWeb’in raporuna göre Türkiye’de en çok erişilen dijital platformlar arasında YouTube ikinci, Facebook üçüncü, Twitter beşinci, Instagram altıncı sırada yer almaktadır (www.bbc.com). Türkiye’de sosyal medya kullanan kişi sayısında Nisan 2019’dan Ocak 2020’ye kadar 2,2 milyonluk bir artış gözlenmiştir (www.wearesocial.com/digital). Bireylerin son dönemdeki yenilikçi davranışları da bu artışa katkı sağlamıştır (Kurtipek ve Güngör, 2019:757; Güngör ve Kurtipek, 2020:264).

Sosyal medya farklı dijital ortamlarla insanların dikkatini çekmektedir. Sunduğu kullanım ayrıcalıkları ile kullanıcıların gündelik hayatlarının önemli bir bölümünü kapsamaktadır. Sunduğu çeşitli iletişim yolları sayesinde günde saatlerce kullanılmasına yol açmaktadır. Gün içerisinde çokça zaman geçirilmesi de sosyal medya bağımlılığına neden olmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının bir sonucu olarak bireyler yüz yüze etkileşime ve iletişime önem vermeden iletişimlerinin genelini sosyal medya üzerinden sağlamaktadır (Güler vd., 2019:2). Sosyal medya, mobil ve web tabanlı teknolojiler ile kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerin interaktif ortamlar oluşturularak paylaşılmasına olanak sağlar (Eryılmaz ve Zengin 2014:148). Buna ek olarak sürekli geliştirilmesi, çoklu kullanılabilmesi, sanal paylaşımlar yapılabilmesi gibi avantajları bakımından internet kullanıcıları arasında popüler olmuştur. Kişisel bilgilerinin yanı sıra resim ve fotoğraf paylaşılabilme, iş arayıp bulunabilme ve dijital ortamda gerçek dünya yaşanabilmektedir (Vural ve Bat 2010: 3350).

Sosyal medyanın sürekli artan kullanımıyla birlikte bireylerin yaş, cinsiyet, konum vb. gibi çok büyük veri kümelerine erişim sağlanabileceği dijital ayak izleri ortaya çıkar (Azucar vd., 2018:152). Dijital ayak izi insanların internet ortamındaki faaliyetlerinde bırakmış oldukları izler ve kayıtlardır. Ayrıca dijital ayak izi kişilerin online platformdaki kimliğini oluşturur. Sosyal medya ve dijital platformlarda paylaşım yapma isteğinin sürekli artması, araştırmacıları dijital ayak izi veya paylaşımlardan kişilerin görüşlerini ortaya çıkarma gibi faaliyetlere yöneltmiştir. Son yıllarda güvenlik amaçlı soruşturmalarda ihtiyaç duyulduğunda bu yönde yapılabilmektedir.

Kişilik özelliklerini doğru bir şekilde tahmin etmek için dijital ayak izlerini kullanma yeteneği, anketlere hızlı, uygun maliyetli bir alternatifi temsil edebilir ve akademik, sağlıkla ilgili ve ticari amaçlar için faydalı olabilecek daha büyük nüfuslara ulaşabilir. Akademik araştırmalarla ilgili olarak, kişiliği ölçmek için otomatik prosedürlerin geliştirilmesi, daha büyük örneklerle ulaşmaya ve potansiyel olarak sosyal arzu önyargısına daha az eğilimli ölçümler elde etmeye izin verecektir. Dahası, kişilik özelliklerinin sağlıkla ilgili birçok sonuç için potansiyel risk ve koruyucu faktörler olarak hareket ettiği de gösterilmiştir (Widiger ve Oltmanns 2017:144). Değiştirilmesi zor olan dijital ayak izi, insanların internetteki hareketlerinin, sanal platformlardaki paylaşımlarının, internet geçmişlerinin ve arama motoru sonuçlarının bir birleşiminden oluşmaktadır. İnsanların dijital ortamdaki varlıkları, kendini ifade etme biçimleri ve paylaşımları dijital ayak izine doğru dönüşmektedir (Thompson, 2012:95).

Dijital ayak izi farkındalığı online faaliyetlerin sonucunda ilerde karşılaşılabilecek muhtemel durumlar için olumlu veya olumsuz ayırımı yapabilmektir. Kişilerin ulaştıkları bilgiler kimlik, adres, banka hesap bilgileri, gizlilik gerektiren fotoğraflar ve kişiyle ilgili her türlü bilgi olabilir. Kötü niyetli kişiler söz konusu olduğunda insanların tahmin edemediği durumlara maruz kalması çok doğaldır. Buna göre özel bilgilerin paylaşımını sınırlama, mahremiyet gerektiren bilgileri sunmama, internet sitelerinde çerezlerin yaptırımlarını bilmek farkındalığı sağlayacaktır. Kısaca dijital ayak izi farkındalığı; bireylerin dijital ayak izinin ne olduğunu bilmesi, online faaliyetlerini yönetebilmek olarak tanımlanabilir (Acele, 2020:18).

Son yıllarda akıllı cep telefonları başta olmak üzere tüm cihazlarla internet ortamında daha çok zaman geçirildiği bir gerçektir. Dolayısıyla bu durumun bir sonucu olarak dijital faaliyetler de artmıştır. Bu faaliyetler yapılan paylaşımlar, online ödeme işlemleri, bilgi edinme hareketleri vb. olarak sayılabilir. Gerçekleştirilen bu faaliyetlerin güven içinde yapılması, tüm kullanıcılar için önem arz etmektedir. Literatürde yapılan benzer çalışmalarda genç yaştaki bireylerin diğer yaş gruplarına oranla daha çok internet üzerinde faaliyette buldukları sonucuna ulaşmak mümkündür. Bu gibi gerekçelerden dolayı sosyal medya kullanıcılarının bu konu hakkındaki bilgi düzeylerinin ortaya çıkarılması, toplum hayatındaki genel farkındalıklarıyla ilgili olumlu bir gelişme meydana getireceği düşünülmekte ve bu açıdan önem arz etmektedir. Yine literatürde yer alan genç bireylerin internet etkileşimlerinin hayatlarını etkileyebilme ihtimali göz önüne alındığında, bu çalışmanın önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

YÖNTEM

Araştırma betimsel yapıda tasarlanmış ve tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli çalışmaya katılacak kişilerin niteliklerinin belirlendiği ve durumu betimlemeyi amaçlar. Çalışma grubunu farklı yerlerde yaşayan ve farklı kişisel özelliklere sahip sosyal medya grubu oluşturmaktadır. 231 katılımcıya yöneltilen anket sorularının analizinde sosyal medya kullanmayan 15 kişinin verileri analize dahil edilmemiştir.

Sürmelioglu ve Seferoğlu (2019) tarafından yapılan çalışmada kullanılan anket, yazarın izni alınarak bu çalışmada da kullanılmıştır. Demografik özellikleri belirten sorulardan sonra dijital ayak izi farkındalığı ve dijital yaşantı durumunu belirtecek 5'li Likert yapısında sorular yer almaktadır. Elde edilen verilerin analizi için parametrik testlerden faydalanılmıştır. Cinsiyet karşılaştırılması için t-testi, yaşanan yer, yaş, internet/bilgisayar kullanımında yeterli hissetme seviyesi, günlük internet kullanma seviyesi değişkenleri için One way Anova testi, dijital ayak izi ve dijital yaşantı faktörlerinin birbirini ne derece etkilediğini ortaya çıkarmak için regresyon analizi yapılmıştır.

BULGULAR

Çalışmaya katılan 231 katılımcıdan 15 katılımcı sosyal medya kullanmadığı için analiz dışında tutulmuştur. Kalan 216 katılımcının 152'si kadın, 64'ü erkek; büyük çoğunluğunun 19–22 yaş aralığında; 50 kişinin kırsal bölgelerde, 79 kişinin ilçe merkezinde ve 87 kişinin il merkezinde yaşadığı; katılımcıların yarısından fazlasının orta derecede internet kullanma becerisine sahip olduğu ve yine büyük bir çoğunluğun 1 saatten fazla internet kullandığı bulguları elde edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Özellikleri

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	152	65,7
	Erkek	64	34,3
Yaş Aralığı	15-18	28	12,9
	19-22	144	66,6
	23-27	16	0,07
	28-32	14	0,06
	33+	14	0,06
Yaşanılan yer	Köy-Kasaba	50	23,1
	İlçe	79	36,5
	İl merkezi	87	40,4
İnternet/Bilgisayar kullanma becerisi	Yeterli Değil	32	14,8
	Orta Derece Yeterli	130	60,6
	Çok Yeterli	54	24,6
Günlük internet/bilgisayar kullanma süresi	0 saat	3	0,01
	0-1 saat	15	0,06
	1-3 saat	94	43,5
	4-6 saat	77	35,6
	7+ saat	27	20,2

Sosyal medya kullanan bireylerde dijital ayak izi farkındalığının bulunma durumunu test etmek amacıyla 12 maddelik dijital ayak izi farkındalığı ile ilgili sorulardan elde edilen verilerin frekans, yüzde, standart sapma ve ortalaması hesaplanmıştır. Bu tabloda derecelendirme "1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Orta Derecede Katılıyorum, 4=Katılıyorum ve 5=Tamamen Katılıyorum" şeklindedir.

Tablo 2'deki veriler incelendiğinde dijital ayak izi farkındalığı ortalamasının 4,1425 olduğu görülmüştür. Dolayısıyla katılımcıların dijital ayak izi farkındalığının yüksek olduğundan bahsedilebilir. Buna bağlı olarak sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izi farkındalığı olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Katılımcıların Dijital Ayak İzi Farkındalık Durumları

Maddeler		1	2	3	4	5	Toplam	SS	Ort
Dijital ortamlarda yazdıklarımı üslup açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum	f	4	3	17	98	110	216	0,80	4,33
	%	1	1	7	45,3	45,7	100		
Dijital ortamlarda yazdıklarımı imla açısından birçok kez gözden geçirip paylaşıyorum.	f	7	4	47	110	63	216	0,90	3,94
	%	2	1	21,7	45,7	29,6	100		
Dijital ortamlardaki bilgilerimin okul, iş veya özel yaşantımda karşıma çıkabileceğinin farkındayım.	f	1	3	22	134	71	216	0,68	4,17
	%	0	1	10	62	27	100		
Dijital ortamlardaki bilgi paylaşımLARımın gelecekte mesleki veya özel yaşantımda karşıma çıkma ihtimali nedeniyle dikkatli davranırım	f	2	8	25	120	73	216	0,79	4,11
	%	0,5	2	11	55,5	33,7	100		
Dijital ortamlarda yaptığım her türlü işlemin kayıt altında olacağını bilirim.	f	3	9	13	118	88	216	0,81	4,20
	%	0,8	2,2	3,2	54,6	40,7	100		
Dijital ortamlarda yaptığım hiçbir işlemin gizli kalmayabileceğinin farkındayım.	f	0	5	21	120	86	216	0,69	4,24
	%	0	1,2	5,2	55,5	40,2	100		
Ortak kullanımlı ortamlarda bilgilerimin başkalarının eline geçme ihtimali olduğunun farkındayım	f	1	9	15	118	88	216	0,76	4,22
	%	0	2,2	4,2	54,6	40,7	100		
Dijital ortamlarda kişisel bilgilerimi kimsenin kullanmaması için gerekli önlemleri alırım.	f	0	1	13	125	93	216	0,60	4,33
	%	0	0,2	3,8	56,5	42,5	100		
Çevrim-içi araçların (örneğin; sosyal ağlar, çevrim-içi sohbet vb.) gizlilik ayarlarının farkındayım.	f	0	4	20	126	82	216	0,67	4,23
	%	0	1	5	56,8	38,5	100		
Çevrim-içi araçların gizlilik ayarlarını kullanıyorum	f	4	4	18	118	96	216	0,79	4,20
	%	1	1	4,5	54,6	43,2	100		
Çevrim-içi araçların gizlilik ayarlarını sürekli gözden geçirip düzenlerim.	f	8	23	41	104	56	216	1,03	3,76
	%	2	10,5	19	46	26	100		
Dijital ayak izi kavramı hakkında farkındalığım bulunmaktadır.	f	4	15	28	117	67	216	0,91	3,98
	%	1	4	13	54	31	100		
Ortalama									4,1425

Tablo 3. Katılımcıların Dijital Ayak İzi Yaşantı Durumları

Maddeler		1	2	3	4	5	Toplam	SS	Ort
Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma hesap açıldığı oldu.	f	87	76	17	24	12	216	1,23	2,12
	%	40,2	35	0,7	1,1	0,65	100		
Dijital ortamlarda bilgim dışında benim adıma paylaşım yapıldığı oldu.	f	90	73	18	22	13	216	1,24	2,11
	%	41,6	33,7	0,8	1	0,6	100		
Dijital ortamlarda paylaştıklarım nedeniyle zor duruma düştüğüm zamanlar oldu.	f	112	61	20	17	6	216	1,13	1,89
	%	51,8	28	0,9	0,78	0,27	100		
Dijital ortamlarda paylaşımlarımın bazılarında dolayı pişmanlık duyduğum oldu.	f	84	57	31	31	13	216	1,28	2,27
	%	38,8	26,3	14,3	14,3	0,6	100		
Geçmişte yaşadığım olayların dijital ortamda gün yüzüne çıkması sebebiyle tedirgin olduğum zamanlar oldu.	f	98	73	15	25	5	216	1,14	1,99
	%	45,3	33,7	0,7	1,11	0,2	100		
Dijital ortamlarda kimseye haber vermeden oluşturduğum profillerimi tanıdıklarımın öğrendiğini fark ettiğim zamanlar oldu.	f	100	60	23	27	6	216	1,19	2,04
	%	46,2	27,7	10	1,25	0,27	100		
Dijital ortamlarda ailemden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle ailemle tartışmalarım oldu.	f	130	68	0	12	6	216	1,05	1,68
	%	60	31,4	0	0,55	0,27	100		
Dijital ortamlardaki iletişim içerisinde bulunduğum kişilerden gizlediğim bilgilerimin öğrenilmesi nedeniyle sorunlar yaşadığım oldu.	f	122	72	6	11	5	216	1,02	1,71
	%	56,4	33,3	0,27	0,5	0,2	100		
Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar nedeniyle yasal yaptırımlarla karşı karşıya kaldım.	f	162	46	5	1	2	216	1,37	1,38
	%	75	21,2	0,2	0	0	100		
Dijital ortamlarda yaptığım arama sonuçlarının içerikleri dijital ortamlarda karşıma reklam olarak çıkmaktadır.	f	22	24	34	70	66	216	1,32	3,58
	%	10	11	15,7	32,4	30,5	100		
Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin aile yaşamımı olumsuz	f	99	71	31	14	1	216	1,01	1,90
	%	45,8	32,8	14,3	0,6	0	100		

etkilemesinden endişe duymaktayım.									
Dijital ortamlarda yüklediğim içeriklerin mesleki yaşamımı olumsuz etkilemesinden endişesi duymaktayım.	f	87	71	38	15	3	216	1,06	2,01
	%	40,2	32,8	17,5	0,7	0,01	100		
Dijital ortamlarda yaptığım paylaşımlar, gerçek düşüncelerimi yansıtmaktadır.	f	2	4	62	103	45	216	0,87	3,79
	%	0	0,02	28,7	47,6	21	100		
Çevrim-içi araçlardaki paylaşımlar beni olumlu yönde etkilemektedir.	f	3	18	141	40	14	216	0,71	3,18
	%	0,01	0,8	65	18,5	0,6	100		
Çevrim-içi araçlardaki diğer kişileri olumlu yönde etkilediğimi düşünmekteyim.	f	1	14	108	71	22	216	0,76	3,43
	%	0	0,6	0,5	32,8	10	100		
Çevrim-içi araçlardaki kişilerin benim hakkımdaki düşüncelerinin olumsuz olmasından endişe etmekteyim.	f	72	59	55	26	4	216	1,13	2,27
	%	33,3	27,3	25,4	12	0,02	100		
Ortalama									2,3343

Tablo 3'deki veriler incelendiğinde dijital ayak izi yaşantıları ortalamasının 2,3343 olduğu görülmüştür. Bu sonuçla katılımcıların dijital ayak yaşantı durumlarının düşük olduğundan bahsedilebilir. Ayrıca sosyal medya kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu internette yaptığı arama sonuçlarının reklam olarak karşısına çıktığını, internette gerçek düşüncelerini paylaştıklarını ve gördükleri paylaşımların insanları olumlu etkilediğini belirtmişlerdir.

Araştırmada ölçülmek istenen dijital ayak izi farkındalığı konusunda cinsiyetler arasında farklılık olup olmadığı hususunun doğruluğu test edilmek amacıyla "Tablo.2" ve "Tablo.3" te belirtilen 12 maddelik dijital ayak izi farkındalığı ve 16 maddelik dijital yaşantı ile ilgili sorulardan elde edilen verilerin frekans, yüzde, standart sapma ve ortalama bilgileri ile birlikte t-testi sonuçları da verilmiştir.

Tablo 4. Dijital Ayak İzi Farkındalıkları ve Yaşantıların Cinsiyete Göre Dağılımı

	Cinsiyet	N	Toplam	St. Sapma	t	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Kadın	152	50,28	0,4765	2,453	0,926
	Erkek	64	48,24	0,4859		
Dijital Yaşantı	Kadın	152	36,36	0,4834	-2,980	0,012
	Erkek	64	40,18	0,6822		

Tablodaki verilerde görüldüğü şekilde cinsiyete dayalı dijital ayak izi farkındalığı konusunda sosyal medya kullanıcıları arasında fark bulunmamıştır. Buna bağlı olarak dijital ayak izi

farkındalığı konusunda cinsiyetler arasında farklılığın olmadığı söylenebilir. Yine aynı tabloda katılımcıların dijital yaşantıları incelenmiş ve cinsiyetler arasında dijital yaşantı bakımından fark olduğu görülmüştür. Tablo sonuçlarına göre erkek katılımcıların kadınlara oranla daha fazla dijital yaşantıya sahip oldukları söylenebilir.

Çalışmada incelenen konulardan biri de katılımcıların yaşlarına yönelik fark olup olmadığıdır. Aşağıdaki tabloda yer alan veriler incelendiğinde farklı yaş grupları arasında herhangi bir farklılık meydana gelmediği görülmektedir. Dolayısıyla yaş grupları arasında dijital ayak izi farkındalığı konusunda farklılık bulunmadığı yorumu yapılabilir. Yine aynı tabloda yer alan dijital ayak izi yaşantısı durumunda da yaş faktörü ele alındığında bir fark görülmemiştir. Bu sonuca bağlı olarak yaş grupları arasında da dijital yaşantı konusunda farklılık bulunmadığı söylenebilir.

Tablo 5. Dijital Ayak İzi Farkındalık ve Yaşantı Verilerinin Yaşa Göre Dağılımı

		Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	f	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Yaş Grupları Arasında	54,248	0,236	0,694	0,597
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Yaş Grupları Arasında	70,922	0,397	0,597	0,665

Katılımcıların uzun süre yaşadıkları yere göre bir farklılığın söz konusu olup olmadığı incelendiği aşağıdaki tabloda ise dijital ayak izi konusunda katılımcılar arasında bir fark olmadığı görülmektedir. Buna bağlı olarak kişilerin en uzun süre yaşadıkları yer bakımından dijital ayak izi farkındalığı konusunda farklılık yoktur yorumu yapılabilir. Aynı tabloda yer alan dijital ayak izi yaşantısı konusunda da çok yüksek bir oranla karşılaşılmamasına rağmen bir fark ortaya çıkmamıştır. Dolayısıyla kişilerin en uzun süre yaşadıkları yer bakımından dijital yaşantı konusunda aralarında farklılık olmadığını söylemek yerinde olacaktır.

Tablo 6. Dijital Ayak İzi Farkındalık ve Yaşantı Verilerinin Yaşanılan Yer Açısından Değerlendirilmesi

		Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	f	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Yaşanılan Yer Grupları Arasında	53,988	0,236	0,393	0,675
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Yaşanılan Yer Grupları Arasında	70,762	0,306	1,661	0,192

İnternette/bilgisayarda geçirilen süre konusunda katılımcılar arasında farklılık bulunup bulunmadığı incelendiğinde, hem farkındalık hem yaşantı konusunda anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre kişilerin günlük internet/bilgisayarda geçirdikleri süreye göre dijital ayak izi farkındalığı ve dijital yaşantı durumları konusunda aralarında fark bulunmaktadır.

Tablo 7. Dijital Ayak İzi Farkındalık ve Yaşantıların İnternette Günlük Harcanan Süreye Göre Dağılımı

		Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	f	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Geçirilen Süre Grupları Arasında	54,248	0,952	4,164	0,017
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Geçirilen Süre Grupları Arasında	70,922	1,790	6,086	0,003

Bulunan farklılıkların hangi değişkenler arasında olduğunu belirlemek amacıyla Post Hoc testi yapılmış ve 1 saatten az kullanan katılımcılar ile 1-3 saat ($p=0,013$) ve 4-6 saat ($p=0,045$) kullanan katılımcılar arasında bir fark olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre internet kullanımındaki süre artışı dijital ayak izi farkındalığı ve dijital yaşantıyı arttırdığı sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 7 incelendiğinde sosyal medya kullanıcılarının internet/bilgisayar kullanma konusunda kendilerini yeterli hissetmeleri seviyelerinin dijital ayak izlerini değil de dijital yaşantılarını etkilediği görülmektedir. Bu sonuçlara göre internet/bilgisayar kullanımında kendini yeterli gören kişilerin yeterli görmeyen kişilere göre dijital ayak izi farkındalığı yoktur ancak katılımcıların dijital ayak izi yaşantısı konusunda bilinçli olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Dijital Ayak İzi Farkındalık ve Yaşantıların İnternet/Bilgisayar Kullanma Konusunda Yeterli Hissetme Düzeyine Göre Dağılımları

		Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	f	p
Dijital Ayak İzi Farkındalığı	Yeterli Hissetme Düzeyleri Arasında	54,237	0,233	1,620	0,170
Dijital Ayak İzi Yaşantısı	Yeterli Hissetme Düzeyleri Arasında	70,912	0,299	2,821	0,026

Hangi değişkenler arasında fark olduğunu belirlemek amacıyla Post Hoc testi uygulanmış ve internet/bilgisayar kullanma konusunda çok yeterli hisseden katılımcıların orta düzeyde yeterli hisseden ($p=0,025$) ve yetersiz hisseden ($p=0,046$) katılımcılara göre daha fazla dijital yaşantısının bulunduğu tespit edilmiştir.

Dijital ayak izi ve dijital yaşantı faktörlerinin birbirini etkileme durumu incelendiğinde ise aşağıdaki tablodaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 9. Dijital Ayak İzi ve Dijital Yaşantı Arasındaki İlişkinin Regresyon Analizi

	R ² Değeri	Kareler Ortalaması	f	p
Dijital Ayak İzi ve Dijital Yaşantı	0,028	2,019	6,738	0,010

Bu tabloya göre bu iki faktör birbirlerini % 2 oranında etkilemektedir. Yani dijital yaşantısı bulunan katılımcıların % 2 oranında dijital ayak izi farkındalığı sağladığından söz edilebilir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Hızlı bir şekilde online hale gelen dijital dünyada, insanlar neredeyse tüm işlerini internet üzerinden gerçekleştirmektedirler. Bu işlerini gerçekleştirirken veya düşüncelerini paylaşırlarken dijital ortamda iz bırakmaktadırlar. Daha açık bir ifadeyle hangi sitede gezindikleri veya ne tür paylaşımlar ve beğeniler yaptıkları kayıt altına alınmaktadır. Dijital ayak izi dediğimiz bu sistemde, insanlar internetteki faaliyetlerinin muhtemel sonuçlarının ne ölçüde farkında olduklarını belirlemek amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

Benzer çalışmalarda ise sonuçlar şu şekilde gerçekleşmiştir. Sürmelioğlu ve Seferoğlu (2019) çalışmalarında üniversite öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarını incelemek amacıyla uyguladıkları anket sonucunda, üniversite öğrencilerinin dijital ayak izi farkındalıklarının yüksek yaşantılarının ise düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Deniz ve Gürültü (2018) yaptıkları çalışmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını ölçmek amacıyla 473 lise öğrencisine bir anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının cinsiyet, sınıf seviyesi, okul türü ve kullanım süresi gibi faktörler açısından farklılık bulunmuştur.

Çiftçi (2018) çalışmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını ölçmek amacıyla uyguladığı ölçeğin verilerine göre cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve internet kullanım sıklığının sosyal medya bağımlılığında rol oynadığı sonucuna varmıştır. Ayrıca erkek öğrencilerin kız öğrencilerden daha fazla sosyal medyaya bağımlı olduğunu ve günlük 5 saatten fazla internet kullananların sosyal oldukları ortaya çıkmıştır.

İnce ve Koçak (2017) çalışmalarında üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını incelemiş ve kadınların erkeklerden daha fazla sosyal medya kullandıklarına sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca genellikle rahatlama, iletişim ve bilgi sahibi olma amacıyla sosyal medya kullanıldığı bilgisine ulaşılmıştır.

Farklı kesimlerden sosyal medya kullanıcılarından elde edilen bu çalışmanın verilerine göre tüm katılımcıların dijital ayak izi farkındalığı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izi farkındalığı bulunmasına rağmen dijital yaşantılarının az olduğu görülmektedir. Cinsiyete göre ayak izi farkındalığı konusunda bir farklılık bulunmazken dijital yaşantı durumunda farklılık görülmüştür ve erkek katılımcıların kadınlara oranla daha fazla dijital yaşantısı bulunmaktadır. Katılımcıların en uzun süre yaşadıkları yere göre yapılan analizde il merkezi, ilçe ve köy/kasabada yaşayan katılımcılar arasında bir fark bulunmamıştır. Yani yaşanan yere göre hem farkındalık hem yaşantı farklılığı yoktur. Dijital ortamlarda 0-1 saat, 1-3 saat, 4-6 saat ve 7+ saat süreler geçiren sosyal medya kullanıcıları arasında fazla zaman geçiren katılımcıların daha fazla farkındalığı ve yaşantısı olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan kişilerin internet/bilgisayar kullanma süreleri açısından (yetersiz, orta derece yeterli, çok yeterli) dijital ayak izi farkındalığı konusunda bir fark olmadığı ancak dijital yaşantı konusunda belirgin bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Dijital ayak izi ve dijital yaşantı faktörlerinin birbirini etkileme durumu incelendiğinde katılımcıların dijital yaşantılarının % 2 oranında dijital ayak izi farkındalığı sağladığından söz edilebilir.

Dijital ayak izi konusunda yeterli sayıda çalışma bulunmadığı için bu çalışmanın literatüre katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Daha sonra yapılacak çalışmalarda sosyal medya kullanıcılarının yaptıkları paylaşımlara göre bir çıkarım yapılarak önemli sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKÇA

Acele, B. (2020). *Bilişim Teknolojisi Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Sayısal Ayak İzi Kavramlarının İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

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.

Çelik, K. ve Sökmen, A. (2018). Algılanan Performansın E-Öğrenme Kullanıcılarının Memnuniyetleri Üzerindeki Etkisi. *Electronic Turkish Studies*, 13(21), 73-92.

Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434.

Deniz, L., ve Gürültü, E. (2018). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.

Eryılmaz, B. ve Zengin, B. (2014). Sosyal Medyada Konaklama İşletmelerine Yönelik Tüketici Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 2(1), 147-167.

Güngör, N. B., and Kurtipek, S. (2020). Examining the Effect of Individual Innovation Level of Students of Sports Sciences Faculty on Digital Literacy with Structural Equation Model. *Journal of Human Sciences*, 17(2), 756-767.

[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2020-33679). [Erişim Tarihi: 14.12.2020].

<https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-2-ceyrek/> [Erişim Tarihi: 16.12.2020].

<https://wearesocial.com/digital-2020> [Erişim Tarihi: 16.12.2020].

<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53259275> [Erişim Tarihi: 20.12.2020].

İnce, M. ve Koçak, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 736-749.

Kurtipek, S., and Güngör, N. B. (2019). Individual Innovation: A Research on Sports Manager Candidates. *Journal of Education and Learning*, 8(1), 264-271.

Lynn Thompson, T. (2012). I'm deleting as fast as I can: Negotiating learning practices in cyberspace. *Pedagogy, Culture & Society*, 20(1), 93-112.

Özgür Güler, E. Veysikarani, D. ve Keskin, D. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 1-13.

Sürmelioglu, Y., and Seferoglu, S. S. (2019). An Examination of Digital Footprint Awareness and Digital Experiences of Higher Education Students. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, 11(1), 48-64.

Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), 3348-3382.

Widiger, T. A., and Oltmanns, J. R. (2017). Neuroticism Is A Fundamental Domain of Personality with Enormous Public Health Implications. *World Psychiatry*, 16(2), 144-145.