

Dijital Ayak İzi

Digital Footprint

DOI: 10.5281/zenodo.15814965

Muhammet Emin SÖZKESEN¹

Günümüzde bireylerin yaşamı büyük ölçüde dijital teknoloji aracılığıyla şekillenmektedir (Sjöberg vd., 2017, s. 155). Bu durum, dijital iz bırakmadan var olmayı zor hatta imkânsız hale getirmektedir (Haimson vd., 2016, s. 2895). Çünkü dijital ayak izi, bireyin dijital ağlardaki her türlü eylemi sonucunda oluşmaktadır (Weaver ve Gahegan, 2007, s. 324). Otomatik olarak kaydedilen bu ayak izlerinin, bireyin fiziksel yaşantısıyla bağlantılı alışkanlıklarını, ilgi alanlarını, ilişkilerini ve iletişimlerini yansıttığını belirtmek gerekir (Blue, Condell ve Lunney, 2018). Daha öz bir ifadeyle, dijital ortamda bırakılan bu izler, bireyin gerçek dünya kimliğini temsil edebilecek niteliktedir (Fish, 2009).

Gerçek kimliği temsil edebilir niteliğe sahip olan bu veriler, çoğu zaman kullanıcının farkında olmadan ilgilenen taraflarca analiz edilerek çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılabilir (Bodhani, 2012, s. 82). Örneğin, sosyal medya şirketleri, kullanıcıların demografik bilgilerini, beğenilerini, paylaşımlarını ve yorumlarını analiz ederek kişiselleştirilmiş reklamlar sunmakta ve satın alma davranışlarını yönlendirmektedir. ‘Böylece ekonomik aktörler, bireylerin dijital ayak izlerini hem onların aleyhine kullanarak kişisel verilerini metalaştırmakta hem de bu verileri kullanarak satın alma alışkanlıklarını şekillendirmektedir. Bu süreçte ürünün ücretini dolaylı yoldan iki kez tahsil ederek bireyleri tamamen bir sömürü aracına dönüştürebilmektedirler’ (Dolgun, 2015, s. 267). Sosyal medya kullanımının yanı sıra müzik çalma listeleri, web sitesi sorgulamaları, gezinme kayıtları ve satın alma geçmişleri gibi veriler de dijital ayak izi oluşturmakta ve ilgilenen taraflara bireylere dair eş benzeri görülmemiş içgörüler sunmaktadır (Lambiotte ve Kosinski, 2014). Bireyin internet ve sosyal medya kullanımıyla oluşan dijital ayak izleri, gelecekteki kariyerini ve iş olanaklarını da doğrudan etkileyebilmesi (Buchanan vd., 2017, s. 277) açısından oldukça endişe vericidir. Bununla beraber, dijital ağlar üzerinde denetim gücünü elinde bulunduran devletler ve yabancı istihbarat servisleri, küresel gözetim faaliyetleriyle amaçları doğrultusunda bireylerin dijital ayak izlerini takip edebilir. Örneğin, ABD ve İngiltere’nin istihbarat teşkilatlarının kapsamlı gözetim uygulamaları, eski CIA ve NSA çalışanı Edward Snowden tarafından 2013 yılında belgelerle ortaya konmuştur (Greenwald, 2013; Greenwald ve MacAskill, 2013). Benzer şekilde, Çin hükümetinin, küresel ölçekte oldukça popüler bir sosyal medya aracı olan TikTok aracılığıyla, diğer ülkelerin ulusal güvenliğini tehdit edecek şekilde dijital ayak izi topladığı iddiaları gündeme gelmiştir. Bu tür güvenlik endişeleri doğrultusunda, İngiltere başta olmak üzere birçok ülke, kamu personelinin iş amaçlı kullandığı cihazlarda TikTok kullanımına kısıtlama getirmiştir (Euronews, 2025). Tüm bu

¹Dr., muhammet_emin_52300@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0648-9498.

örnekler, dijital ayak izlerinin temel olarak mahremiyet kaybı, bireysel ve ulusal güvenlik açısından önemli riskler taşıdığını, ayrıca bireyin geleceğini şekillendirme potansiyeli nedeniyle endişe verici olduğunu göstermektedir.

Bununla beraber dijital ayak izi sadece gözetim ve mahremiyet kaybı bağlamında ele alınmamalıdır. Çünkü 'dijital çağda bireyler, dijital ayak izlerini kişisel markalaşma' (Philbrick ve Cleveland, 2015) 'profesyonel ağlar oluşturma' (Branham ve Farrar, 2014) gibi çeşitli amaçlarla stratejik bir şekilde kullanabilmektedir. Örneğin, bireyler tarafından LinkedIn gibi profesyonel ağlarda oluşturulan dijital profiller, onların görünürlüğünü artırabilmekte; Instagram ve Facebook gibi araçlar ise farklı alanlarda uzmanlıklarını sergileme ve etki alanlarını oldukça genişletme fırsatı sunabilmektedir. Yani dijital ayak izi, bireylere dijital kimliklerini inşa etmede ve sosyal sermayelerini artırmada önemli avantajlar sağlayabilmektedir.

Genel olarak dijital ayak izleri, aktif ve pasif olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır (Girardin vd., 2008). Pasif dijital ayak izi, kullanıcının farkında olmadan çevrimiçi ortamda bıraktığı veri izlerini ifade eder. Örneğin, bir kullanıcı herhangi bir web sitesini ziyaret ettiğinde, IP adresi web sunucusu tarafından kaydedilebilir. Bu durum, kullanıcının internet servis sağlayıcısını ve yaklaşık konumunu belirlemeye imkân tanır. Benzer şekilde, arama motorları tarafından kaydedilen arama geçmişleri de pasif dijital ayak izinin daha özel bir örneğidir (Wook vd., 2019, s. 413). Aktif dijital ayak izi ise, bireylerin çevrimiçi ortamda bilinçli olarak gerçekleştirdiği eylemler sonucunda oluşan bilgi ve verileri kapsar (Thatcher, 2014). Örneğin, bir kullanıcı sosyal medya profili oluşturduğunda, bir gönderi paylaştığında veya bir makaleye yorum yaptığında aktif dijital ayak izi bırakmış olur (Arakerimath ve Gupta, 2015, s. 52-53).

Dijital ağlar, bireylerin yaşamına önemli katkılar sağlasa da aktif veya pasif olarak bırakılan dijital ayak izleri mahremiyet kaybına ve güvenlik risklerine yol açabilir. Bu nedenle, dijital ayak izi konusunda hassas ve bilinçli bir tutum sergilemek büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, belirli eğitim kademelerinde seçmeli olarak sunulan medya okuryazarlığı dersi kritik bir rol oynamaktadır. Ancak, bu ders tüm eğitim kademelerinde zorunlu hale getirilmeli ve öğrencilere dijital ağlarda minimum ayak izi bırakmanın yolları öğretilmelidir.

Anahtar kelimeler: İnternet, Sosyal Medya, Dijital Ayak İzi, Veri, Gözetim.

Kaynakça

- Arakerimath, A., & Gupta, P. (2015). Digital footprint: Pros, cons, and future. *IJLTEMAS*, 6(10), 52-56.
- Blue, J., Condell, J., & Lunney, T. (2018, July). Digital footprints: your unique identity. In *Proceedings of the 32nd International BCS Human Computer Interaction Conference*. BCS Learning & Development.
- Bodhani, A. (2012). Digital footprints step up. *Engineering & Technology*, 7(1), 82-83.

- Branham, C., & Farrar, D. (2014). Digital footprints: Public writing and social identities. In C. Schneider (Ed.), *CU Write: Cameron composition* (pp. 821–829). Oklahoma.
- Buchanan, R., Southgate, E., Smith, S. P., Murray, T., & Noble, B. (2017). Post no photos, leave no trace: Children's digital footprint management strategies. *E-learning and Digital Media*, 14(5), 275-290.
- Dolgun, U. (2015). Şeffaf hapishane yahut gözetim toplumu: Küreselleşen dünyada gözetim, toplumsal denetim ve iktidar ilişkileri (3. bs.). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Euronews. (2025). Which countries have banned TikTok and why? <https://www.euronews.com/next/2025/01/17/which-countries-have-banned-tiktok-cybersecurity-data-privacy-espionage-fears> (Erişim tarihi: 03.04.2025).
- Fish, T. (2009). *My digital footprint*. AMF Ventures Limited, Futuretext, London.
- Girardin, F., Calabrese, F., Dal Fiore, F., Ratti, C., & Blat, J. (2008). Digital footprinting: Uncovering tourists with user-generated content. *IEEE Pervasive Computing*, 7(4), 36-43.
- Greenwald, G. (2013). Xkeyscore: NSA tool collects 'nearly everything a user does on the internet'. <https://www.theguardian.com/world/2013/jul/31/nsa-top-secret-program-online-data> (Erişim tarihi: 14.02.2025).
- Greenwald, G., & MacAskill, E. (2013). NSA Prism program taps into user data of Apple, Google, and others. <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/us-tech-giants-nsa-data> (Erişim tarihi: 15.02. 2025).
- Haimson, O., Brubaker, J., Dombrowski, L., & Hayes, G. (2016). Digital footprints and changing networks during online identity transition. In *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2895-2907.
- Lambiotte, R., & Kosinski, M. (2014). Tracking the digital footprints of personality. *Proceedings of the Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE)*, 102(12), 1934-1939.
- Philbrick, J. L., & Cleveland, A. D. (2015). Personal branding: building your pathway to professional success. *Medical Reference Services Quarterly*, 34(2), 181-189.
- Sjöberg, M., Chen, H., Floréen, P., Koskela, M., Kuikkaniemi, K., Lehtiniemi, T., & Peltonen, J. (2017). Digital me: Controlling and making sense of my digital footprint. In *Symbiotic Interaction: 5th International Workshop, Symbiotic 2016, Padua, Italy, September 29–30, 2016, Revised Selected Papers* (pp. 155-167). Springer International Publishing.

- Thatcher, J. (2014). Living on fumes: Digital footprints, data fumes, and the limitations of spatial big data. *International Journal of Communication*, 8, 1765–1783.
- Weaver, S. D., & Gahegan, M. (2007). Constructing, visualizing, and analyzing a digital footprint. *Geographical Review*, 97(3), 324-350.
- Wook, T. S. M., Mohamed, H., Noor, S. F. M., Muda, Z., & 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.