**DİJİTAL AYAK İZİ NEDİR?**

Dijital ayak izi, interneti kullanırken oluşturduğunuz veri izidir. Ziyaret ettiğiniz web sitelerini, gönderdiğiniz e-postaları ve çevrim içi hizmetlere gönderdiğiniz bilgileri içerir.

“Pasif dijital ayak izi”, istemeden çevrimiçi olarak bıraktığınız bir veri izidir. Örneğin, bir web sitesini ziyaret ettiğinizde, web sunucusu internet servis sağlayıcınızı ve yaklaşık konumunuzu tanımlayan IP adresinizi kaydedebilir. IP adresiniz değişebilir ve herhangi bir kişisel bilgiyi içermese de, dijital ayak izinizin bir parçası olarak kabul edilir. Pasif dijital ayak izinizin daha kişisel bir yönü, giriş yaparken bazı arama motorları tarafından kaydedilen arama geçmişinizdir.

“Aktif dijital ayak izi” ise, kasıtlı olarak çevrim içi gönderdiğiniz verileri içerir. Bir e-posta göndermek, verilerin başka bir kişi tarafından görülmesini ve/veya kaydedilmesini beklediğiniz için aktif dijital ayak izinize katkıda bulunur. Ne kadar çok e-posta gönderirseniz, dijital ayak iziniz o kadar fazla büyür. Çoğu kişi e-postasını çevrim içi olarak kaydettiğinden, gönderdiğiniz iletiler birkaç yıl veya daha uzun süre boyunca kolayca çevrim içi kalabilir.

Blog yayınlamak ve sosyal medya güncellemeleri yayınlamak, dijital ayak izinizi genişletmenin diğer bir yaygın yoludur. Twitter’da yayınladığınız her tweet, Facebook’ta yayınladığınız her durum güncellemesi ve Instagram’da paylaştığınız her fotoğraf dijital ayak izinize katkıda bulunuyor. Sosyal ağ sitelerinde ne kadar çok zaman geçirirseniz, dijital ayak iziniz o kadar büyük olur. Bir sayfayı veya bir Facebook gönderisini “beğenmek” bile, veriler Facebook’un sunucularına kaydedildiğinden dijital ayak izinize eklenir.

Her Google araması gezegen için bir ücrete tabidir. Dünyanın en popüler web sitesi olan Google’da bir günde gerçekleşen 3,5 milyar arama işlemi, tüm internetteki karbon ayak izinin yaklaşık %40’ını oluşturmaktadır.

İnternetin bir “bulut” olduğu fikrine rağmen, dünyadaki veri merkezlerinde milyonlarca fiziki sunucuya dayanıyor ve bunların hepsi de çok fazla enerji harcayan denizaltı kabloları, anahtarlar ve yönlendiricilerle bağlı. Bu enerjinin çoğu, fosil yakıtları yakarken havaya karbondioksit yayan güç kaynaklarından gelir; 2015 yılında yapılan bir araştırma, internet aktivitesinin küresel havacılık endüstrisi kadar CO2 emisyonu ile sonuçlandığını göstermektedir.

Bilim insanları hala arama motorlarının ne kadar sera gazı saldığı konusunda net değil. İngiliz çevre danışmanlığı şirketi Carbon Footprint, Google’da yapılan her bir aramanın 1g ile 10g CO2 üretebildiğini belirtiyor. Bu tahminin büyük bir kısmı, aramayı başlatmadan önce bilgisayarınızı başlatırken gerçekleşiyor ancak bu en düşük seviye bile, Google ve araştırmacı Joana Moll’un nispeten muhafazakar olan tahminlerinden daha yüksek.

Bunun yanı sıra, Facebook ve Google gibi büyük şirketler, karbon ayak izi miktarını düşürme sözü vermesiyle kendi data çiftliklerini kuzey ülkelere taşıdılar. Bunun sebebi, data çiftliklerindeki verilerin korunması için oldukça ciddi bir klima ve soğutma sistemi sağlanması gerektiği ve bu bölgelerde klima ihtiyacının minimum olması. Bu bölgelere verdikleri hasarları, başka bölgelere sağladıkları ağaçlandırma çalışmalarıyla düzeltme sözü vererek kendi karbon ayak izlerini azalttıklarını söyleseler de mikro iklim özelinde uzun vadede oldukça olumsuz bir etkileri olduğunu söyleyebiliriz.

**Bireysel Paylaşım Verileri**

**E-posta gönderimi:** Karbon ayak izi konusunda uzman olan Mike Berners-Lee’nin “Muzlar Ne Kadar Kötüdür?” kitabı, e-postaların CO2 emisyonlarını detaylandırıyor. Görünüşe göre, bir spam e-postası ortalama 0,3 gram CO2 emisyonuna eşdeğer bir taban alanına sahipken, normal bir e-posta 4g CO2 taban alanına sahip. Daha büyük eke sahip olan bir e-posta ise 50 g CO2’e eşdeğer karbon ayak izine sahip olabilir.

**Video izlemek**: Veri merkezleri üzerine çalışan ITE Projects’e göre, kedi videolarını izlemenin bir bedeli var: Her 10 dakikalık izleme 1g CO2 salınımına yol açıyor.

**Tweet atmak:** Kullanıcıların küresel dijital ayak izlerini hashtag ve tweet cinsinden hesaplamasına yardımcı olan Tweetfarts’a göre, “bir tweet göndermek için harcanan enerji 0,2 gram CO2 üretir. Günlük gönderilen 500 milyon tweet ile toplam 10 metrik ton CO2 salınıyor.”

**Haber okumak:** Guardian 2012 yılında, kendi içeriğini üretmekle ilişkili karbon ayak izine dair kapsamlı bir çalışma yaptı. Makale okumak için bir dizüstü bilgisayar kullanmanın, beş adet 11W ampulle aynı miktarda CO2 salınımına sebep olduğu ortaya çıkarıldı.

**Peki Ne Yapabiliriz?**

Bu noktada size çevrim içi olmayı hep beraber bırakalım demeyeceğim çünkü hızlanan bir çağda böyle bir şeyin mümkün olmadığını biliyorum. Ama bu konuda da tüketim alışkanlıklarınızı gözden geçirebilirsiniz. Örneğin, Instagram’ın içinde her kaybolduğunuzda bunun sadece vücudunuza ve ruhunuza değil, doğaya da zararlı olduğunu kendinize hatırlatabilirsiniz. Film indirmek yerine sinemayı tercih edebilirsiniz. İş yerinde e-posta atarken gereksiz CC ve BCC’lerden kaçınabilirsiniz. Her tüketimimizin ucu bir şekilde doğaya dayanıyor ama bununla alakalı nasıl bir duruş sergileyeceğimiz bizim elimizde.