

Dijital Çağda Ebeveyn Olmak: Çocuk İzleyiciler ve Ekrandaki Şiddet Üzerine Bir Araştırma

Türker SÖĞÜTLÜLER*
Emrah BAŞER**

Öz

Kitle iletişim araçlarının etkilerine karşı daha savunmasız olarak değerlendirilen çocuklar arasında artan internet kullanımı ve ekran süreleri, alana yönelik yeni değerlendirmelerin yapılmasını, bu konudaki farkındalıkların güçlendirilmesini gerektirmiştir. Küresel ölçekte toplumsal alanı yakından etkileyen dijitalleşme süreçleri ve bu paydada oluşan yeni dijital alanlar çeşitli avantajlara sahip olmasına rağmen çocuklar için riskler barındırmaktadır. Günümüzde çocuklar arasında mobil araç kullanımı ve mobil izleme eyleminin yaygınlaşarak gündelik yaşamlarında önemli bir yer kaplaması; sinema, reklam ve sosyal medya içeriklerindeki şiddet unsuruyla daha sık karşılaşmalarına neden olmuştur. Çocuklar ve dijital alandaki eğilimlerini yönetmek için ebeveynlerin sürece dâhil olması ise dijital ebeveynlik kavramını ortaya çıkarmıştır. Sosyal bilimlerin köklü geçmişi içinde dijital ebeveynlik kavramının yeni olması sebebiyle, alan üzerine odaklanan çalışmalarda fikir birliğinin oluşmadığı görülmüştür. Literatür taramasına dayalı betimsel analiz yöntemi kullanılan çalışmada çocukların dijital ekranlarda karşılaştığı şiddet unsurunun etkileri, bu unsurların nasıl engellenebileceği ve dijital ebeveynlerin çocuklarının izleme eylemini yönetme biçimlerini konu edinen araştırmaların bulguları derlenmiştir. Alana yönelik araştırmaların yanı sıra, sosyolojik kuruluşlar ve sağlık otoriteleri önerilerine yer verilmiş, elde edilen tüm veriler ilişkişel perspektif benimsenerek yorumlanmıştır. Çalışmada çocuk izleyicilerin sinema, reklam ve sosyal medya içeriklerindeki şiddet unsuruyla karşılaşmasına bağlı etkilere ve dijital ebeveynlik stratejilerine yönelik bir çerçeveye oluşturulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ebeveynlik, İzleyici, Sinema, Reklam, Sosyal Medya

*Arş. Gör. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, turkersogutluler@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, ebaser@adu.edu.tr

Söğütülüler, T. & Başer, E. (2023). Dijital Çağda Ebeveyn Olmak: Çocuk İzleyiciler ve Ekrandaki Şiddet Üzerine Bir Araştırma. TRT Akademi, 08 (19), 814-845. DOI: 10.37679/trta.1328304

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 16.07.2023

Revizyon Tarihi: 07.09.2023

Kabul Tarihi: 18.09.2023

ORCID: 0000-0003-1154-1112, 0000 - 0002-4703-1125

DOI: 10.37679/trta.1328304

Parenting in the Digital Age: A Research On Child Audience and Violence on the Screen

Türker SÖĞÜTLÜLER
Emrah BAŞER

Abstract

Increasing internet use and screen time among children, who are considered more vulnerable to the effects of mass media, necessitated new evaluations in the field and strengthening of awareness on this issue. Although digitalization processes that closely affect the social sphere on a global scale and new digital spaces created in this field have various advantages, they pose risks for children. Nowadays, the use of mobile devices and mobile tracking are becoming increasingly common among children and occupy an important place in their daily lives; This has caused them to encounter violence in cinema, advertising and social media content more frequently. The involvement of parents in the process to manage children and their tendencies in the digital field has revealed the concept of digital parenting. Since the concept of digital parenting is new within the deep-rooted history of social sciences, it has been observed that there is no consensus in studies focusing on the field. In the study, which used a descriptive analysis method based on literature review, the findings of research on the effects of violence that children encounter on digital screens, how these elements can be prevented, and the ways digital parents manage their children's viewing activities were compiled. In addition to research in the field, suggestions from sociological organizations and health authorities were included, and all data obtained were interpreted by adopting a relational perspective. The aim of the study is to create a framework for digital parenting strategies and the effects of child viewers' exposure to violence in cinema, advertising and social media content.

Keywords: Digital Parenting, Audience, Cinema, Advertising, Social Media

Research Paper

Received: 16.07.2023

Revised: 07.09.2023

Accepted: 18.09.2023

1. Giriş

Dijital teknolojilerin gündelik yaşamdaki etkisinin artması ve ayırım gözetmeksinin tüm nesilleri etkisi altına alması, alana yönelik yeni araştırmalar yapılmasını gerektirmiştir. Türkiye’de 2000’li yıllardan sonra yaygınlaşmaya başlayan internet teknolojisi ile ilişkili olarak gelişen dijital alanlar, enformasyon ve eğlencenin yeni tüketim sahalarını oluşturmuştur. Bilgi edinme, eğlenme, iletişim kurma gibi toplumsal yaşamda önemli konumda bulunan eylemlerin değişen yapılarında kuşkusuz dijitalleşmenin payı büyük olmuştur. Dijitalleşme kavramı üzerine odaklanıldığında, çeşitli avantajlar taşımasına rağmen, yetişkinlere oranla daha savunmasız olarak değerlendirilen çocuklar için yeni risk faktörlerinin olduğu görülmüştür.

Dijital alan ile ilişkili teknolojileri gündelik yaşamlarının ayrılmaz bir parçası olarak kullanan çocukların ekranlarda çeşitli olumsuzluklar ile karşılaşması da günümüzde kaçınılmaz bir hâl almıştır. YouTube, YouTube Kids, BluTv, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ gibi öne çıkan dijital yayın platformlarında ve Facebook, TikTok, Instagram, X (Twitter) gibi önde gelen sosyal medya uygulamaları tarafından sunulan içeriklerde, dolaylı veya doğrudan şiddet unsurunun çocuklar üzerindeki etkileri tartışılmaya başlanmıştır. Küresel ölçekte bu husus üzerine odaklanan araştırmacılar ve önde gelen sağlık otoriteleri, çocukların belirli bir yaşa kadar ekranlar ile tanıştırılmaması gerektiğini savunurken covid-19 pandemisi nedeniyle bu durum mümkün olmamıştır. Pandemi döneminde yaşanan sosyal izolasyonlar nedeniyle çocukları ile ev içinde daha fazla vakit geçirmek zorunda kalan ebeveynler, istemli veya istemsiz biçimde çocukların ekran ile kurdukları ilişkiye müdahalede bulunmamıştır. Bu dönemin ardından çocuklar ve ekranlar arasındaki ilişki giderek güçlenmiş, kimi zaman bağımlılık hâlini almıştır.

Mobil teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel izleyici kültüründe de değişimler görülmüş, bireysel bir izleyici kültürü oluşarak ebeveynlerin çocukları üzerindeki kontrolünü zayıflatmıştır. Çocuk izleyicilerin artan mobil araç sahipliği ve değişen izleme eğilimleri, dijital ebeveynlerin çocukları üzerindeki kontrolünü zorlaştıran önemli etmenlerden olmuştur. Dünya’da ve Türkiye’de eğlence ile enformasyonun ana kaynaklarından biri olan televizyonun sunduğu kontrollü yayın akışının yerini dijital platformların ve sosyal medya uygulamalarının alması, bazı olumsuzlukları beraberinde getirmiştir. Denetim mekanizmalarının, geleneksel yayıncılık pratiklerine oranla daha az olduğu dijital alanlarda çocuklar boş zamanlarını değerlendirirken, şiddet eylemlerini izlemek veya eyleme katılmak durumunda kalmaktadır. Dijital ebeveynlik ve dijital alanda çocukların nasıl korunabileceği üzerine çalışmalar yürüten araştırmacılar, çeşitli öneriler sunarak

ebeveynlerin dikkat etmesi gereken hususların altını çizmiştir. Çeşitli ampirik araştırmalar ile desteklenen bu öneriler, gelecek nesillerin fizyolojik ve psikolojik sağlıklarının korunabilmesi için önem taşımaktadır.

Çalışmada dijitalleşme ile birlikte yükselen dijital platformlar ve sosyal medya uygulamalarındaki şiddetin çocuklar ile olan ilişkisine odaklanılmış, alana dönük bulgular betimsel analiz yöntemi kullanılarak tartışılmıştır. Şiddet eylemlerini izlemenin çocuklar üzerindeki sosyolojik ve tıbbi etkilerini tartışan çalışmaların bulgularından faydalanılmış, dijital platformlar ve sosyal medya videolarının izleyicileri olan çocukların nasıl korunabileceği üzerine dijital ebeveynlere öneriler sunulmuştur.

2. Dijitalleşme ve Dijital Ebeveynler

Dijitalleşme kavramı günümüzde; devletler, kurumlar, iş modelleri, çalışma biçimleri gibi toplumsal yaşamın önemli alanlarını etkileyen bir süreçtir. Dijitalleşme ile temelleri atılan günümüz ileri teknolojilerinin tüm sektörler için vazgeçilmez olduğu gerçeği ışığında, yeniliklerin takibi de artık bir zorunluluk hâlini almıştır. Küresel ekonomik dengeleri ve sosyolojik yapıyı etkileyen bir fenomen olan dijitalleşme, dünya üzerinde yaşayan herkesi çeşitli biçimlerde etkilemekte, çoğunlukla da dijital süreçlere dâhil olmaya zorlamaktadır (Parida, 2018, s. 23).

Kavram teknik olarak analog-mekanik şekilde olacak ilerleyen süreçlerin 1 ve 0'lar ile oluşan ikili kodlar ile sürdürülmesi anlamı taşır. Analog süreçte çeşitli değerlere sahip olabilen hususların, dijital süreçlerde 0 veya 1 değerine sahip olmasından başka ihtimali yoktur. İkili sayı sistemleri ile ilgili çalışan Leibniz, günümüz bilim insanları tarafından dijitalleşmenin temellerini atan kişi olarak tanımlanır. Bir süre sonra Mors alfabesinin temellerine de kaynaklık ederek telgraf gibi iletişim sistemlerinin gelişmesinin önünü açan ikili kodların, hata payını minimize ettiği görüşü yaygınlaşmıştır. Yaygın olarak kullanılan en eski sayısallaştırma sistemlerinden biri olan Mors alfabesi gibi yenilikler sayesinde ikili sayılar önemini kanıtlayarak tarih sahnesinde yer almıştır. Akademik alanda her ne kadar sayılarla ilişkilendirilmiş olsa da dijitalleşme, yalnızca sayılarla ifade etmenin mümkün olmadığı, gündelik yaşamı etkileyen sosyolojik bir kavramdır. Günümüzde bireylerden toplanarak sayısallaştırılmış bilgilerin birçok sistem tarafından depolanarak, ekonomik ve politik amaçlarla kullanılabilmesi gibi hususlar sosyal alanın dinamiklerine etki etmektedir (Brennen ve Kreiss, 2016, s. 2). Modern toplumun tüm kademelerini etkileyen; iletişim kurma biçimleri, endüstriyel üretim süreçleri, çalışma modellerini oluşturan dijitalleşme süreçleri, karmaşık ve otomatik hâle ge-

len yeni sistemler ortaya çıkarmıştır. Çeşitlenen pazar talepleriyle de durmaksızın gelişen dijital teknolojiler, yalnızca analog sistemlerden veya kağıtlardan uzaklaşma anlamında değil; yeni fırsatlar yaratma, sürdürülebilir modeller oluşturarak olgulara çözümler üretme gibi yenilikçi yaklaşımlarla değerlendirilmelidir (Parida, 2018, s. 24).

Cantaş ve Can'a göre (2022, s. 56) çocukluk kavramı henüz ortaya çıkmadan önce dahi duygu yüklü, içten bir anlam ifade etmiş, bu durum insanlığın varoluşundan günümüze süregelmiştir. Toplumsal alanın tüm kademelerinde yaşanan ve dijitalleşme ile ilişkili olan makro dönüşümler, kuşkusuz aile yaşamını, çocuklar ile ilişkileri de yakından etkilemiştir. Dijital teknolojilerin küresel ölçekte hızla yayılması, aile içindeki etkileşim şekillerini değiştirmekle kalmayıp yeni endişeler de ortaya çıkarmıştır. Dijital teknolojileri kullanan aile üyelerinin birbirleriyle etkileşimi; özellikle çocuk-ebeveyn ilişkileri oldukça karmaşıktır ve bu hususları etkileyen birçok değişken bulunmaktadır.

Söz konusu dönüşümlerin, toplumun en temel noktalarına ulaşması ve küresel ölçekte etkili olmasıyla birlikte kavramsal yenilikler de modern toplum yaşantısına dâhil olmaya başlamıştır. Bu kavramlardan biri olan dijital ebeveynlik; dijital yaşamda ebeveyn-çocuk ilişkilerinin tanımlanmasında kolaylık sağlamaktadır. Dijital ebeveynliğin kavramsallaştırılmasına yönelik çeşitli çalışmalar sosyal bilimler alanında da giderek popülerlik kazanmış, bilim insanları ebeveynlerin çocukları ve dijital alan arasındaki ilişkiyi nasıl daha faydalı yönetebileceklerini içeren tartışmalara ilişkin çalışmalar yürütmüştür. Dijital ebeveynlik konusunda Modecki vd., (2022, s. 1673-1676) çevrim içi uygulamalar aracılığıyla çocukların dijital alanda olumsuzluklarla karşılaşabileceğini ve bu olumsuzlukların çocukların davranışları üzerinde önemli etkilere sahip olabileceğini ifade ederek alan ile ilgili literatürün hızla genişlediğini göstermiştir.

Modern dijital yaşamda çocuklarını güvende tutmaya çalışan ebeveynlerin sayısı giderek artarken çocukların hem dışarıdaki tehlikelerden hem de dijital yaşamın getirdiği tehlikelerden korunmaya çalışılması, kuşkusuz ebeveynler üzerinde yıpratıcı bir etkiye sahiptir (Rode, 2009, s. 250). Her ebeveynin çocuklarını bu tehlikelerden korumak için geliştirdiği stratejilere rağmen günümüzde hâlâ birçok çocuk, internet ve izleme eyleminin getirdiği sorunlarla karşı karşıyadır. Çocuklarla ilgili mahremiyet, güvenlik, dijital teknolojileri kullanım biçimleri gibi olgulara ilişkin çeşitli yaklaşımlar bulunmakta, literatür sürekli güncellenmekte olsa da ebeveynlerin bu bilgileri edinerek uygulama biçimleri farklılık taşımaktadır. Bu durumu etkileyen önemli faktörlerden bazıları ebeveynlerin eğitim seviyesi, sos-

yoekonomik statüsü gibi değişkenlerdir.

Günümüzde çocuklar tarafından erken yaşta internet kullanımının artması, eğitim ve sosyal alanları etkilemenin yanı sıra aileler ve okullar için büyük zorluklar oluşturmaktadır. Ebeveynlerin çocuklarına internet kullanımının doğasında var olan yararları ve zararları öğretirken karşılaştıkları zorlukları konu edinen çalışmalar da sosyal bilimler alanında gerçekleştirilmiştir. Ebeveynlerin çocuklarının internet ve dijital araçları kullanmalarına yönelik gerçekleştirilen araştırmada konuya olumsuz bir bakış açısıyla yaklaşanlar %70,55 oranındayken, olumlu yaklaşan ebeveynler %29,45 oranıyla sınırlı kalmıştır (Bartau-Rojas vd., 2018, s. 73).

Ebeveynlerin dijital çağda ergen gelişimini nasıl gözlemlediği ve desteklediğini anlamaya yönelik mevcut çalışmalar, örnekte görüldüğü üzere çeşitli tartışmaları beraberinde getirmiştir. Dijitalleşmenin gelecekte de devam etmesi ve dijital süreçlere dâhil olmayan birçok sektörün dâhil olması beklenmektedir. Bu nedenle dijitalleşme süreçleri ve ebeveynliğe ilişkin yaklaşımların insanlığın geleceği açısından önem taşıdığını belirtmek önem arz etmiş, alana ilişkin yeni, işlevsel, kabul görmüş yaklaşımların toplumlara duyurulması gereklilik hâlini almıştır. Durum böyle olsa da dijital ebeveynlik ile ilişkili çalışmaların günümüzde yetersiz kaldığını, fikir birliğine varılmayan birçok konu olduğunun altını çizmek mümkündür. Bu nedenle çocukların dijital alandaki güvenliklerinden şüphe duyulmasının da yadigarlanmaması gereken bir yaklaşım olduğu görülmektedir. Çocukların-ergenlerin teknoloji ile ilişkisi ve bu ilişkide ebeveynlerinin konumunun, olumlu-olumsuz faktörlere maruz kalma üzerinde belirleyici etkisinin olduğunu belirtmek mümkündür (Modecki vd., 2022, s. 1677). Alana ilişkin literatürde ebeveyn arabuluculuğu veya ebeveyn rehberliği üzerine yapılan çalışmalar, ebeveynlerin çocuklarının medya ve teknoloji ile etkileşimine müdahale biçimleriyle ilgilenmektedir. Ebeveyn arabuluculuğu veya ebeveyn rehberliği araştırmalarının odak noktası, farklı arabuluculuk-rehberlik yaklaşımlarını inceleyerek etkilerini belirlemek, farklı yaklaşımların işlevselliğini karşılaştırmaktır. Ebeveyn arabuluculuğu-rehberliği üzerine yapılan araştırmalar, çocukların ve ebeveynlerin ayrı çevrim içi yaşamları olduğunu varsayma eğilimindedir. Günümüzde dijital ebeveynlik kavramının, sosyal bilimlerin köklü geçmişinde yeni olması sebebiyle fikir birliğinin bu husus üzerinde oluşmadığı da görülmektedir (Nichols ve Selim, 2022, s. 12).

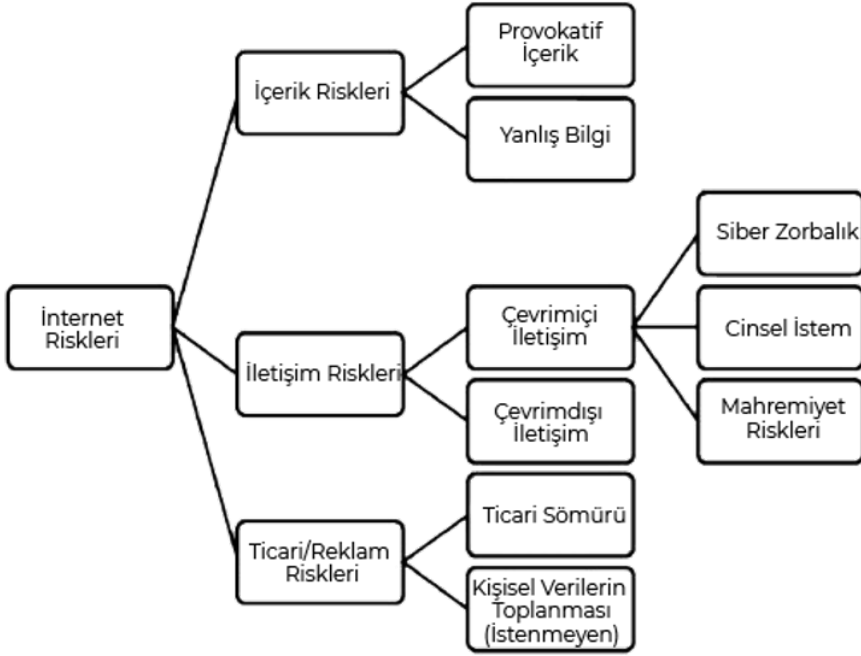
Dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmesinde covid-19 pandemisi bir pekiştireç görevi üstlenmiş, sosyal izolasyonların internet ve dijital alandaki kullanım eğilimini artırdığı birçok akademik yazında belirtilmiştir. covid-19 kısıtlamaları sürecinde çocuklar dijital yöntemlerle

eğitim almaya zorlanırken, ebeveynler de bu sürecin aktif katılımcısı olmak zorunda kalmıştır. Bu konu üzerine çeşitli araştırmalar yapılmış ve sosyal izolasyonların dijital kullanım pratiklerini nasıl etkilediği tartışılmıştır. Bazı çalışmalar sosyal izolasyonların dijital kullanımda kaçınılmaz bir artışa yol açmış olduğunu söylese de yoğun kullanımdan doğan çeşitli olumsuzlukların varlığına odaklanmamıştır. Bu çalışmalarda ebeveynlerin dijital kullanım-dijital ebeveynlik pratiklerinin çocuklar üzerinde olumsuz etkiye sahip olabileceği belirtilmiş, ebeveynlerin mümkün olduğunca dengeli bir kullanım biçimine çocuklarını yönleltmeye çalıştıkları ifade edilmiştir (Cao vd., 2022, s. 2401).

Öne çıkan kurum-kuruluşlar tarafından her ne kadar tavsiye edilmese de çok küçük çocuklar, akıllı telefonların ve tabletlerin düzenli kullanıcılarıdır. Çok erken kurulan dijital etkileşimler, ebeveyn-çocuk ilişkilerinde ve ebeveynlerin aile içinde üstlendikleri roller üzerine yeni zorluklar doğurmuştur. Benedetto ve Ingrassia'ya göre (2020, s. 127) dijital teknolojiler ebeveynler ile çocukların ev içi iletişim kurma biçimlerini, eğlenme, bilgi edinme ve sorunları çözme yöntemlerini değiştirmiş, bu değişimler covid-19 kısıtlamalarıyla birlikte belirginleşmiştir. covid-19 dönemindeki vaka ve ölüm sayılarının artışı nedeniyle çevrim içi, evde öğrenmeye dayalı online sistemlerin hükümetler tarafından da teşvik edilmesi, ebeveynlerin dijital teknolojiyle her zamankinden daha fazla ilgilenmelerini kaçınılmaz kılmıştır (Nichols ve Selim, 2022, s. 1). Küresel olarak ekranlara dayalı bir öğrenme modelinin zorunlu tutulması nedeniyle toplumlar, ekranlar ile daha önce hiç olmadığı kadar bütünleşmiş ve bu durum ekranlara dayalı bir kültürün oluşmasında önemli rol oynamıştır. Dijitalleşmeyi her yönden tetikleyen bu süreçlerin ardından giderek önem kazanan dijital ebeveynlik kavramına yönelik akademik yayınlar da artış göstermiştir. Nichols ve Selim tarafından yürütülen (2022), 2016 ile 2021 yılları arasında yayınlanan çevrim içi ortamda ebeveynliğe ilişkin ampirik çalışmaları rapor eden araştırmada, dijital ebeveynliğe ilişkin artan bir ilginin görülmesi mümkündür.

Siibak'a göre (2019) günümüzde ebeveynler çocuklarının yalnızca dijital alandaki güvenliğiyle ilgili olarak değil aynı zamanda kendilerini iyi ve sorumlu ebeveynler olarak tanımlayabilmek için de çocukları ile daha fazla ilgilenmektedir. Sorumlu ebeveyn algısını topluma yerleştiren medya araçları, bir ebeveyn den beklenen temel normları günün koşullarına göre yeniden üretmektedir. Anne karnından itibaren çocuklarının iyiliği ve güvenliği için çabalamaya başlayan ebeveynler, hamilelik uygulamaları, ebeveyn denetimini sağlayan cihazlar ve uygulamalar gibi yeni bir pazarın içine dâhil olmaktadır. Bu konuda mahremiyet sorunu ortaya çık-

sa da genellikle bu husus göz ardı edilmekte, zaman zaman ebeveynler tarafından sıradan ekran aktiviteleri olarak değerlendirilmektedir. Sadıku vd., (2017, s. 6454) gerçekleştirdiği çalışmada ebeveynlerin televizyon izleme eylemini daha eğlenceye dönük bir perspektifle değerlendirdiğini, bilgisayar ile ilgilenmeyi daha eğitici bir eylem olarak algıladıklarını tespit etmiştir. Televizyonla kıyaslandığında bilgisayarların etkileşimli ortamı ise çocukların mahremiyet sorunuyla karşı karşıya kalmasına yol açmaktadır. Bu nedenle ebeveynlerin kimlik hırsızlığı, casus yazılımlar, virüsler gibi çocuklarının güvenliklerini tehlikeye atabilecek eylemler için farkındalıklarının olması gerekmektedir. Valcke vd., (2011, 1293) çocukların internet yoluyla karşılaşılabileceği riskleri aşağıdaki şekilde özetlemiş, tablo Türkçeye çevrilmiştir.



Şekil 1. Çocukların İnternet Yoluyla Karşılaşılabilecekleri Riskler

Kaynak: Valcke, M., De Wever, B., Van Keer, H., & Schellens, T. (2011).

Long-term study of safe Internet use of young children. *Computers & Education*, 57(1), 1292–1305.

Common Sense Media (2021) tarafından yayınlanan rapor, çocuklar ve gençler arasındaki genel ekran kullanımının 2019'dan 2021'e yüzde 17 arttığını ifade et-

miştir. Rapora göre 8-12 yaş arası çocuklarda ekran saati 4 saat 44 dakikadan 5 saat 33 dakikaya, 13-18 yaş arası çocuklarda ise 7 saat 22 dakikadan 8 saat 39 dakikaya çıktığı ifade edilmiştir. Covid-19 Pandemisinin ardından yürütülen bu araştırma sonuçlarını yorumlayan uzmanlar, özellikle sosyal izolasyon süreçlerinde ailelerin çocuklarının bakımını daha fazla üstlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Aileler çocuklarının ev içi aktivitelerini sınırlamak için istemli-istemli biçimde ekrana yönelmesine göz yummuş ve bu nedenle ekran saatlerinde pandemi sonrası büyük bir artış görülmüştür. Rapora göre ekran süresindeki artış ile ilgili endişe verici olan durum, 8-12 yaş arası çocuklar arasında Instagram, Snapchat ve Facebook gibi platformların kullanımındaki artıştır. Bu platformlar etkileşime olanak tanırken aynı zamanda çocuklardan kişisel verileri ve dijital davranışlarına ilişkin bilgileri toplamaktadır. Tüm bunların dışında bu platformlar ekranlar aracılığıyla karşılaşılabilecek şiddet eylemlerine de zemin hazırlayarak çocukların güvenliğine ilişkin bir sorun teşkil etmektedir.

Yukarıda açıklanan gelişmeler gözetilerek çalışmada literatür taranmış, betimsel analiz yöntemi kullanılarak alana ilişkin veriler güncel sosyolojik koşulları göstererek yorumlanmıştır. Konu üzerinde araştırma yürüten bilim insanları ile öne çıkan sosyolojik-tıbbi araştırma kuruluşlarının verilerinden yararlanılmış, dijital ebeveynler, en çok kullanılan platformlar, çocuk izleyicilerin ekran karşısındaki konumuna ilişkin veriler incelenmiştir. Çocukların dijital ebeveynler tarafından dijital alanda nasıl korunabileceklerine ilişkin dijital platformlar ve sosyal medya uygulamalarının sunduğu çözüm önerileri incelenmiş, alana katkı sağlamak planlanmıştır. Çalışmada dijital ekranların kullanımının ve izleme eyleminin giderek arttığı bilimsel verilere dayanarak açıklanmış, çocukların karşılaşılabileceği şiddet eylemleri-içeriklerinin önlenmesine ilişkin dijital ebeveynlere bir çerçeve sunmak amaçlanmıştır.

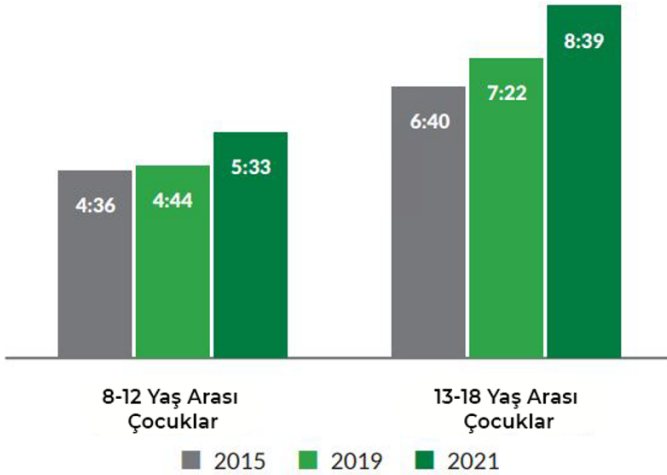
3. Çocuklar Arasında Yükselen Trend Mobil İzleme Eylemi ve Ekrandaki Şiddet

Dünyada ve Türkiye’de internet teknolojisinin yaygınlaşması izleme eylemini kısa sürede sinema salonlarından ve televizyondan yeni alanlara taşımıştır. Mobil araçların izleme eylemine olanak tanınması ve internet teknolojisinin sınırsız içeriği kullanıcılarına ulaştırabilme yetisi sayesinde günümüz izleyicileri, geçmişten farklı izleme alışkanlıkları edinmiştir. Bu değişimlerden en çok etkilenenler ise kuşkusuz teknolojiyi yakından takip eden çocuklar ve genç nesiller olmuştur. Çalışmada çeşitli kuşaklara ilişkin çeşitli görüşlerden faydalanılmış, günümüz çocuklarını ifade etmek için alfa kuşağı tanımlamalarından yararlanılmıştır.

Değişim kavramı her ne kadar bu çağa özgü olmasa da günümüz değişimlerinin hızı ve etkilerine bakıldığında emsalsiz olduğu açıkça görülmektedir. Değişimlerin kavranabilmesi, sosyolojik dönüşümlerin takip edilmesi, güncel durumlara ve geleceğe dair çıkarımlar yapılabilmesi kuşakları iyi tanımakla mümkün olmaktadır. Günümüzde Y ve Z kuşakları ilk kez X kuşağı ve Baby Boomers kuşağını geride bırakarak işgücünün çoğunluğunu oluşturmuştur. Bu durum demografik ve ekonomik gücün yeni nesillere kaydığını, bununla birlikte üretimde, tüketimde, hane kurmada bahse konu kuşak üyelerinin yeni bir role sahip olduğu anlamına gelmektedir. Bu kuşakların iş tatminleri, ebeveynlik biçimleri, tüketim şekilleri de geçmiş kuşaklardan oldukça farklıdır (McCrindle, 2021). Alana yönelik çalışmalarda Z kuşağı ile alfa kuşağı arasında büyük bir fark olmadığı görüşünü savunan araştırmacılar da bulunmaktadır. Nagy ve Kölcsey'e göre (2017, s. 114) alfa kuşağı üyeleri Z kuşağından aldığı mirası daha ileriye taşımakta, Z kuşağı ile benzer eğilimler sergilemektedir.

Latin alfabesinin Z harfi ile bitmesine karşın insanlığa ilişkin yaşam pratiklerinin durmaksızın değişmesi, yeni tanımlamaların yapılmasını kaçınılmaz kılmıştır. Britannica'ya göre (Eldridge, 2023) 2008 tarihli bir raporda Avustralyalı sosyal araştırmacı Mark McCrindle tarafından tanımlan Alfa Kuşağı, 2010 ile 2025 yılları arasında doğan (veya doğacak olan) bireylerin bulunduğu kuşağı tanımlamak için kullanılan bir terim hâlini almıştır. Alfa Kuşağı, X, Y ve Z kuşaklarının ardından Latin alfabesinden bir harf yerine Yunan alfabesindeki bir harfle isimlendirilen ilk kuşak olma özelliği taşımaktadır. Gelecekte dünya nüfusunun büyük bölümünü oluşturacak olan alfa kuşağı üyelerini, dünyada henüz fazla zaman geçirmemiş olmaları sebebiyle henüz tanımlamak güçtür. Küresel olarak, her hafta 2,8 milyondan fazla alfa kuşağı üyesinin doğduğu tahmin edilmekte ve 2025 yılına kadar sayılarının 2 milyarı geçmesi beklenmektedir. Söz konusu kuşak, erken çocukluk dönemlerinden itibaren uzak sınıfları, tablet bilgisayarları ve dijital platformları yoğun bir biçimde deneyimleyen ilk nesildir. Alfa kuşağı ayrıca Siri veya Alexa gibi sesli asistanlar, ChatGPT gibi yapay zekâ (AI) uygulamalarıyla büyüyen bir nesil olacak ve bu teknolojik yeniliklerin kullanımından büyük olasılıkla etkilenecektir. Kimi araştırmacılar bu nesilden "Gen C" veya "Generation COVID" olarak söz etmektedir. Bu durumun nedeni büyük ölçüde kovid-19 pandemisi ve ona verilen küresel yanıtın etkilediği bir dünyada büyüyen ilk nesil olmalarından kaynaklanmaktadır. Pandemi, alfa kuşağını etkileyen teknolojideki mevcut eğilimleri hızlandırmış, özellikle sanayileşmiş ülkelerde görüntülü aramalar, toplantılar ve uzak sınıf ortamları aracılığıyla daha fazla dijital iletişimi teşvik etmiştir. Alfa kuşağı,

kovid-19 salgınının bir sonucu olarak evde ebeveynleri ile normalde geçireceklerinden daha fazla zaman geçiren bir nesil olma özelliği de taşımaktadır (McCrindle, 2021). McCrindle ve Fell'e göre (2020) alfa kuşağı üyeleri şu anda en genç nesil olmalarına rağmen yaşlarının ötesinde bir marka etkisine ve satın alma gücüne sahiptir. Sosyal medyayı şekillendirirken popüler kültürel eğilimleri belirlemeye başlayan alfa kuşağı üyeleri, aynı zamanda tüketici olarak reklam içeriklerine sıklıkla maruz kalmaktadır. Hane halkının satın alma gücünü etkileyen, geleceğe dair ipuçları sunan alfa kuşağı üyeleri üzerine akademik alanda yeni ilgi uyanmaya başlamıştır. Radyo teknolojisinin yaklaşık 38 yılda 50 milyon kullanıcıya ulaşmasına rağmen televizyon 13 yılda, internet yalnızca üç günde aynı sayıda kullanıcıya ulaşmayı başarmıştır. Bu durum teknolojik yeniliklerin günümüzde toplumlara yayılma hızını gösterirken, yeni nesillerin kullanım pratiklerinin nasıl etkilendiğini de gözler önüne sermektedir. Aşağıdaki tablo 8-18 yaş arası çocukların ekranlar aracılığıyla 2015-2021 yılları arası günlük eğlenme saatlerindeki artışı göstermektedir.



Şekil 2. 8-18 Yaş Arası Çocukların Ekranlar Aracılığıyla Günlük Eğlenme Süreleri

Kaynak: Rideout, V., Peebles, A., Mann, S., Robb, M. (2021). The common sense census: Media use by tweens and teens. CommonSense: USA.

Forbes'e göre (Pollack, 2023) Z kuşağıyla çeşitli benzerlikleri bulunsa da alfa kuşağı daha erken bir yaşta görsel, etkileşimli, çevrim içi deneyime dâhil olmuştur. Basılı reklamlar ve televizyon reklamları gibi geleneksel reklam biçimleri, bu kuşağın dikkatini çekmede dijital reklam uygulamalarından oldukça geridedir. Alfa ku-

sağlı akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar gibi dijital ortamlara maruz kalarak büyümüş, bu nedenle görsel ve etkileşimli içerikleri tercih etme eğilimi artmıştır. Alfa kuşağı sınırsız enformasyon ve içeriğe erişebilme imkanına alışmış, bu durum etkileşimsiz, geleneksel reklam biçimlerine dikkat etme olasılıklarını azaltmıştır. Kuşak üyeleri geleneksel reklamlar yerine, deneyime katılmalarına izin veren etkileşimli, kişiselleştirilmiş içeriklerle ilgilenmektedir. McCrindle (2021) alfa kuşağının 2025 yılına kadar en kalabalık nesil olacağını belirtirken, kuşağın satın alma kararlarının ekonomiyi önemli ölçüde etkileyeceğini ifade etmiştir. Günümüzde ebeveynler bir ürünü tercih etmeden önce dijital alandaki yönelimleri sıkı sıkıya takip eden alfa kuşağı çocuklarından aldıkları fikirler ile satın alma davranışlarını yönlendirmektedir. Bu durum da dijital satın alımlara karar verme süreçlerinde yaşları küçük olmasına rağmen alfa kuşağının şimdiden etkin olduğunu göstermektedir.

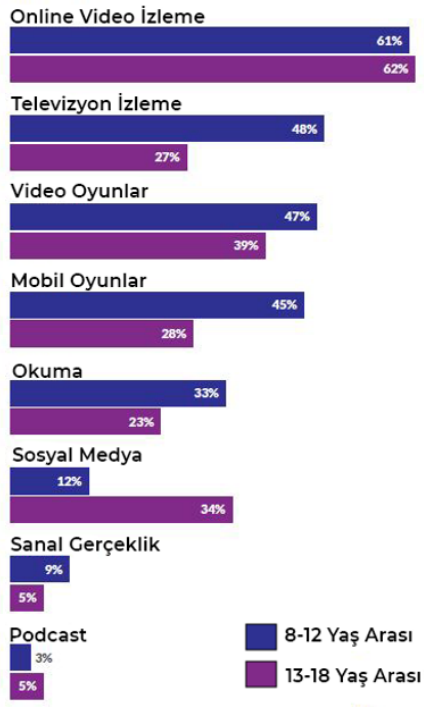
Ebeveynlerin karar alma ve harcama yapma süreçlerinde alfa kuşağının önemli bir yönlendirici gücünün olduğu araştırmacılar tarafından savunmakta, kuşağa yönelik dijital içeriklerin, reklamların hazırlanması gerektiği belirtilmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda alfa kuşağı üyelerinin toplum içinde insanlardan çok ekranlarla vakit geçirmeyi tercih ettikleri bulgulanmış, bu durumun sosyal ilişkilerinde çeşitli kayıplara yol açtığı da tespit edilmiştir. (Thomas ve Shivani 2020, s. 75-82).

Ebeveynlerin tutumları, inançları ve ebeveynlik tarzlarının mobil cihaz kullanımı üzerinde büyük etkisinin olduğunu da ifade eden çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Konok vd., tarafından gerçekleştirilen araştırma (2019) alışlagelmiş ebeveynlik biçimlerine benzeyen “dijital ebeveynlik” biçimlerinin var olduğunu ifade etmiştir. Araştırmacılar ebeveynlerinin otoriter olmaları veya otoriter olmamaları durumunda çocukların mobil cihaz kullanım sürelerinin değiştiğini ispatlamış, aynı zamanda çocuklar ve mobil cihaz kullanımının eğitim düzeyiyle de ilişkisi bulunduğunu bulgulanmıştır. Konok vd., tarafından gerçekleştirilen araştırma (2019) katılımcısı olan aileler içinde diğerlerine oranla daha düşük eğitim düzeyine sahip olan ailelerin çocuklarının, cep telefonlarına daha fazla bağlılık sergilediğini ve bu ailelerin çocuklarının erken yaşta mobil cihaz kullanımına karşı daha olumlu tutumlara sahip olduğu belirtilmiştir.

Alan üzerine gerçekleştirilen birçok araştırma çocukların mobil cihaz aracılığıyla içerik tüketim şekillerine odaklanmış, mobil araçlarla gerçekleştirilecek film, dizi, video izleme, fotoğraf çekme, oyun oynama gibi etkinliklerin bilişsel gelişimle-

rinde farklı etkileri olabileceği üzerinde yeterince durmamıştır (Konok vd., 2019, s. 5). Mobil araçlar aracılığıyla internet erişiminin değişen koşulları ve çocukların artan çevrim içi deneyimleri, mobilizasyonun sunduğu fırsatlar ve riskler hakkında yeni araştırmaları gerekli kılmaktadır. Dijitalleşme ve mobilizasyon hakkında fazlasıyla güncel tartışma olmasına rağmen, internetin kendisi gibi mobil araçlara ilişkin pratikler, yeni teknolojiler ve uygulamalar sürekli değişmekte bu nedenle alanyazının da güncellenmesi gerekmektedir (Livingstone vd., 2014, s. 5).

CommonSense tarafından yürütülen araştırmaya göre (2021) her on çocuktan altısı, her gün çevrim içi video izlemekte ve izlemekten "çok" keyif aldığını ifade etmektedir. 2019 yılından 2021 yılına kadar geçen süreçte "her gün" çevrim içi video izlediğini söyleyen 8-12 yaş arası çocukların oranı yüzde 8 artmıştır. Raporda yaşa göre ekrandaki favori eğlence biçimleri aşağıdaki grafikte belirtilmiştir. 8-12 yaş arası mavi renkle, 13-18 yaş arası çocuklar mor renkle birbirinden ayrılmıştır.



Şekil 3. 8-18 Yaş Arası Çocukların Ekrana Dayalı Eğlencelerinde Öne Çıkan Etkinlikler

Kaynak: Rideout, V., Peebles, A., Mann, S., Robb, M. (2021). The common sense census: Media use by tweens and teens. CommonSense: USA.

Raporda görüleceği üzere çocukların ekran saatindeki artış ve bu artışta önemli payı olan eğlenceye dönük aktivite, çevrim içi video izleme eylemi olmuştur. Bu nedenle geleceğe dair çıkarımlar yapabilmek ve çocukların fiziksel-zihinsel sağlığını koruyabilmek için alana odaklanmak gerekmektedir. Rapora göre aynı zamanda YouTube, Instagram, TikTok, Snapchat, Facebook, Discord, X (Twitter), Pinterest, Reddit, Tumblr platformlarının kullanımları çocuklar arasında öne çıkmakta, 8-18 yaş arası çocukların ekran saatinde önemli bir yer kaplamaktadır. Radesky ve arkadaşlarına göre (2020b) YouTube Kids de çocuklar arasında en yaygın kullanılan video akış hizmetlerinden biridir.

Görüleceği üzere internet ve mobil teknolojilerin yaygınlaşması, çocukların medya teknolojilerini kullanma şeklini değiştirmiş, yeni kullanımlarını keşfetmek için akademik alanda araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Yaşları 8-17 arasında değişen 909 çocuk ve ergen üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçları, cep telefonu ve tablet sahipliğinin yaşla birlikte artmasına rağmen, daha küçük çocukların da mobil cihazları kullanmaya istekli olduğunu ortaya koymuştur (Lauricella vd., 2014, s. 357). Ziatdinov ve Cilliers'e göre (2022, s. 3) teknolojideki ilerlemeler geleceğin öğretme-öğrenme yaklaşımlarında da çok önemli bir rol oynamakta olsa da eğitimciler bir sonraki yüksek öğretim nesli olan alfa kuşağı üyelerinin eğitime dönük kavrayışlarından da endişe duymaktadır. Gelecekte her iki alfa kuşağı üyesinden birinin üniversite diploması alacağı varsayımı, kuşak ve eğitim ilişkisi arasındaki akademik çalışmaların da artmasına neden olmuştur.

Buckle vd., (2021) kovid-19 pandemisinden itibaren çocuklar için daha önemli hâle gelen iki eğlence türünün sinema ve podcastler olduğunu ifade etmiştir. Araştırmacılara göre eğlenceye dönük öne çıkan iki alan da mobil cihaz kullanımıyla doğrudan ilişkili olsa da en çok sevilen film izleme biçiminin mobil ekranlar yerine sinemada film izlemek olduğu ifade edilmiştir. Araştırmacılara göre alfa kuşağı için sinema salonları hâlâ önemini korusa da pandemi bu süreci sekteye uğratmış, sinemanın küçük ekrandan bir kaçış olduğu belirtilmiştir. Raporda kuşak üyeleri sağlıkları için farkındalığa sahip olarak tanımlanmış, uzun süreli ekrana maruz kalmayı içeren enformasyon tüketimi gibi unsurların, yakın gelecekte podcastler aracılığıyla gerçekleşeceğine dair öngörü sunulmuştur. Tüm bu gelişmelerin yanında mobil cihaz sahipliği arttıkça ve daha fazla çocuk mobil teknolojilere eriştikçe, ebeveyn gözetimi konusunda sorunlar yaşanmaya başlamaktadır. Araştırmacılar, çocukların tabletler ve dizüstü bilgisayarlar dışındaki tüm cihazlarda denetlenme olasılığının önceki yıllara göre daha düşük olduğunu ifade etmiş, bu cihazlar için güvenlik çözümlerinin mevcudiyeti ve/veya farkındalığı konusunda

bir boşluk bulunduğunu belirtmiştir. Ebeveynlerin bu konudaki endişesini giderebilmek için Roblox, Discord gibi oyunlar-uygulamalar ebeveyn kontrolü mekanizmalarını devreye sokmuştur (Buckle vd., 2021, s. 22-32). Aynı zamanda dijital yayın platformları da ebeveyn denetimlerini tanıtmış, çocuk ve ebeveynler arasında çözüme yönelik bir adım atmıştır.

Net Children Go Mobile projesi nicel-nitel yöntemler kullanarak değişen internet erişim ve kullanım koşullarının getirdiği riskleri araştırmak için yola çıkmış bir oluşumdur. Danimarka, İtalya, Romanya, Birleşik Krallık, Belçika, İrlanda ve Portekiz'in katılımcı olarak yer aldığı proje, çocuklar için internetin getirebileceği muhtemel riskleri araştırarak çocukların çevrim içi alandaki güvenliklerine odaklanmıştır. Livingstone ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda ortaya çıkan bulgulara göre (2014, s. 5-7) çocukların internette geçirdikleri sürelerde müzik dinlemek ve video izlemek, günlük olarak gerçekleştirilen çevrim içi faaliyetler listesinin başında gelmekte, bunu sosyal ağların kullanımı takip etmektedir. Merak ettiği bir konu üzerine internette arama yapmak, oyun oynamak, televizyon yayınlarını takip etmek veya film izlemek gibi etkinlikler de yaklaşık her üç çocuktan birinin günlük medya kullanımının bir parçasıdır. Yine aynı raporda çocukların interneti en çok kullandıkları yer sorulduğunda ise en yüksek oranda kendi odalarında kullandıkları görülmektedir. Bu durum çocuk ve internet arasındaki ilişkide ebeveyn gözetimini ve kontrolünü olumsuz yönde etkilemekte, çocukların internette şiddet içerikleriyle karşılaşma ihtimalini artırmaktadır.

Dijital alanda şiddet unsurunun veya toplumda yaşanan olumsuz eylemlerin çocuklar üzerinde derin yaralar bırakabileceği, travmalara neden olabileceği akademik alanda sıklıkla belirtilmiştir. Garbarino vd., (2022, s. 73) her yıl sayısız çocuk ve gencin, içinde buldukları toplulukta veya medya yoluyla silahlı şiddet içeriğine maruz kaldığını ifade etmektedir. Araştırmacılar gerçekleştirdikleri çalışmada silahlı şiddete veya medya araçları yoluyla silahlı şiddet eylemi içeren sahnelere maruz kalan çocuklarda öfke, travma sonrası stres ve şiddete karşı duyarsızlaşma gibi kısa-uzun vadeli olumsuz psikolojik etkilerin oluştuğunu belirtmektedir. Tüm bu sonuçlar, devam eden bir şiddet döngüsünü tetiklerken medya araçlarının uzun vadeye yayılan etkileri olarak değerlendirilmektedir. Anderson ve Brushman'a göre (2001) bilimsel çalışmalar şiddet içeriklerinin medya araçlarında giderek arttığını göstermekte, Paik ve arkadaşları ise (1994) televizyonda şiddet sunumu ve saldırgan davranışlar arasında önemli ilişkiler beyan etmektedir.

Herhangi bir şiddet içeriğine-eylemine maruz kalmanın çocukların ruh sağlığı,

akademik performansı ve sosyal ilişkileri üzerinde olumsuz etkisi bulunmakta, şiddetinin aynı zamanda çevrim içi alanda da giderek artış gösterdiği hususu da göze çarpmaktadır. Çevrim içi şiddetin bazı türlerinin internet tabanlı etkileşimlerle sınırlı olmasına rağmen bazı türlerinin doğrudan yüz yüze şiddet eylemleriyle ilişkisi bulunmaktadır. İnternetin giderek artan kullanımıyla birlikte gençlik şiddetinin ve özellikle siber zorbalığın arttığını söyleyen araştırmacılar, bu hususun sosyolojik ve tıbbi olarak incelenmesi gerekliliği üzerinde önemle durmaktadır (Patton vd., 2014, s. 5).

İnsanlığın varoluşundan bu yana mevcut olan şiddet kavramının tanımlanmasındaki güçlük, günümüz yaşam pratiklerinin hızla değişmesi, dijital alanların oluşması sebebiyle daha da zorlaşmıştır. Bufacchi'ye göre (2005, s. 199) şiddeti kasıtlı, aşırı güç kullanım eylemi olarak görmek minimalist yaklaşım biçimi iken; şiddeti bir hak ihlali olarak görmek daha kapsamlı bir yaklaşım biçimidir.

Dünya Sağlık Örgütüne göre (WHO, 2023) şiddet, fiziksel güç veya iktidarın kasti bir tehdit veya gerçeklik şeklinde başkasına uygulanması sonucunda, maruz kalan kişide yaralanma, ölüm ve psikolojik tahribata yol açan veya açması muhtemel olan eylem olarak tanımlamak mümkündür. Britannica'ya göre şiddet (Jacquin, 2023), zarara neden olan veya zarar vermeyi amaçlayan bir güç eylemidir. Şiddetin uygulandığı kişiye verdiği zarar fiziksel, psikolojik veya her ikisi birden olabilir. Dünyanın her yerinde meydana gelen, nispeten yaygın bir insan davranışı türüdür. Şiddetin, tanık olan veya yaşayanlar üzerinde bir takım olumsuz etkileri vardır ve özellikle çocuklar, şiddet eylemleri karşısında daha savunmasızdır.

4. Yöntem

Nitel bir araştırma olan bu çalışmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda, araştırmacılar ilk olarak mevcut literatürü inceler ve araştırma konusuyla ilgili güncel bilgileri içeren kapsamlı bir tarama gerçekleştirir (Elliott ve Timulak, 2005, s. 148). Olguların gerçekleştiği sosyal koşulları ilişkisel bir yönelimle ele almayı amaç edinen nitel araştırmalar, sosyal dünyaya ilişkin derinlemesine bir anlayış sunmayı hedefler (Kemperaj ve Chavan, 2013, s. 89). Nitel, betimsel araştırmaların araştırma tasarımı oluşturmak için geçerli ve kabul gören bir çerçeve sunduğunu kabul eden birçok araştırmacı bulunmaktadır (Lambert ve Lambert, 2012, s. 255). Nitel, betimsel çalışmaların amacı olayları sosyolojik bağlamlarından koparmadan kapsamlı bir özetini yapmak, bilimsel geleneğin kabul görmüş ölçütlerini referans alarak incelenen olgulara ilişkin görüş sunmaktır (Sandelowski, 2000, s. 334).

Araştırmacının incelemeye odaklandığı olguların sosyal gerçekliklerinden koparılmadan incelenmesine olanak tanıyan betimsel araştırmalar, davranış bilimleri, eğitim bilimleri, sağlık bilimleri, sosyoloji ve iletişim bilimleri gibi sosyal bilimlerin köklü disiplinleri için kullanışlı bir tasarım sunar. Gözlem, analiz ve açıklama yoluyla sorunların çözümüne odaklanan betimsel araştırmalar, bilimsel teamüllerin kabul görmüş gelenekleriyle doğrudan ilişkilidir (Koh ve Owen, 2000, s. 219).

4.1. Araştırma Soruları

21. yüzyılda dijital ekranların egemenliğindeki gündelik yaşam, kullanıcılar-izleyiciler için çeşitli riskler barındırmaktadır. Çocukların artan internet kullanımı ve bununla ilişkili olarak artış gösteren içerik izleme süreleri, ekran ve şiddet arasındaki artan ilişkinin incelenmesini gerektirmiştir. Elde edilen veriler ve gözlemlenen olgular, betimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiş, araştırma aşağıdaki sorulara cevap arayan özgün bir tasarımla yürütülmüştür.

S1: Dijital alanda çocuklar ne gibi risklerle karşı karşıyadır?

S2: Çocuklar arasında artan mobil izleme eyleminin etkileri nelerdir?

S3: Dijital alanda şiddet unsuru çocuk izleyicilere hangi kanallar aracılığıyla ulaşmakta, nasıl etkilemektedir?

S4: İzleme eylemine olanak tanıyan uygulamalar ve platformlar çocukların şiddet eyleminden korunması için ne gibi önlemler almaktadır?

S6: Çocukların şiddet unsurundan korunabilmesi için dijital ebeveynler nasıl bir yol izlemelidir?

Söz konusu araştırma sorularına cevap aranan bu çalışma, çocuk izleyicilerin şiddet unsuruna maruz kaldığı sinema, reklam, sosyal medya alanları ile sınırlandırılmıştır. Önde gelen araştırmalar, sosyolojik kuruluşlar, sağlık otoritelerinin bulguları güncel koşulları gözetererek derlenmiş ve yorumlanmış, alana yönelik bir çerçeveye sunulması amaçlanmıştır.

5. Bulgular ve Yorumlar

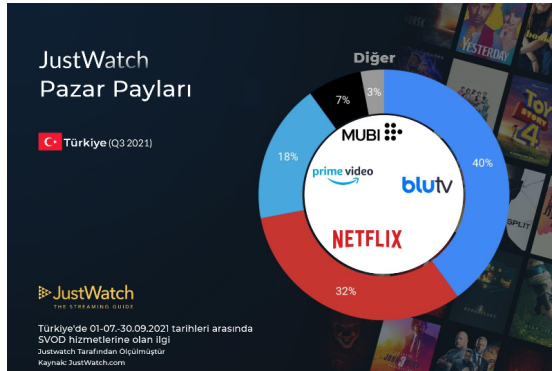
Çocukların artan izleme süreleri ve internet teknolojisinin sınırsız içeriğe ulaşma imkanı tanıyan yapısı, çocukların dijital ortamda şiddet unsuruyla daha sık karşılaşmasına neden olmuştur. Doğrudan ya da dolaylı şiddet unsuru barındıran içeriklerle sıklıkla karşılaşan çocukların kısa-uzun vadeli sorunlar yaşayabileceği öngörülmüş, bu husus çalışmada bilimsel verilerle desteklenmiştir. Çocukların ekrandaki şiddet unsurundan uzaklaştırılmasına yönelik atılan adımların ve bu

adımların nasıl hayata geçirileceğine yönelik stratejilerin tartışıldığı çalışma, ekran ile şiddet arasındaki ilişkiyi sinema, reklam ve sosyal medya olmak üzere üç ana başlık altında toplayarak incelemiştir. Alana yönelik çerçeve sunmayı amaçlayan bu çalışma, dijital ebeveynlik rolünü de göz ardı etmeden çocuklar ve ekrandaki şiddet unsurunun ayrıştırılmasına yönelik katkı sunmayı hedeflemiştir.

5.1. Sinemada Şiddet Unsuru ve Çocuk İzleyici

Hızla gelişen kitle iletişim araçları doğrudan topluma yönelik içerikler sunduğu için sosyolojik yapıyı etkileyen unsurlardan biri olmuştur. Kitle iletişim araçları amaca yönelik kullanıldığında kültürel pratiklerin ve toplumsal değerlerin yeni nesillere aktarılmasına katkı sağlamaktayken; amacına uygun kullanılmadığında çocukların gelişiminde, aile ve toplum yapısında bozulmalara yol açmakta, şiddet eylemlerinin artışında etkili olmaktadır. Sinema, televizyon ve toplum arasındaki yakın ilişki sebebiyle, sinemanın toplumsal dönüşümleri harekete geçirebilen bir yapısı olduğu kabul görmüştür.

Sinemanın üretim ve tüketim biçimlerinin değiştiği günümüzde izleme eylemi, günlük boş zaman değerlendirme biçiminin öne çıkan aktivitesi olmuştur. Sinema salonları ve televizyonun mekânsal sınırlılıklarından ayrılma imkânı sağlayan mobil cihazlar aracılığıyla tüm yaş gruplarındaki izleyiciler, evlerindeki kendine özel alanlarında, kendilerine ait araçlarıyla izleme eylemini gerçekleştirmeye başlamıştır. Küresel çapta internet teknolojisinin video akış hizmetine olanak tanıyabilmesi, izleme eyleminin çehresinin değişmesine neden olmuş, günlük boş zaman değerlendirme biçimlerinde dijital platformların kullanımı önemli bir yer kaplamıştır. JustWatch tarafından yürütülen araştırma, Türkiye’de dijital platformların pazar paylarını belirtmiştir.



Şekil 4. Türkiye’de Dijital Yayın Platformlarının 2021/3.Çeyrek Pazar Payı Oranları

Kaynak: www.filmarasidergisi.com

Dijital platformlarla değişen sinemanın yeni tüketim pratikleri, izleyicilerin mekânsal sınırlılıklardan kurtularak içerik tüketmelerine olanak sağlamıştır. Her saniye genişleyen küresel içerik havuzunun kullanıcıları yalnızca yetişkinler değildir ve bu noktada çeşitli tartışmalar ortaya çıkmaktadır. Özellikle çocuk izleyiciler için çeşitli riskler barındıran internet ortamında sunulan video içeriklerinin durağan karelere göre daha etkileyici olduğu düşünüldüğünde sorun daha da önem kazanmaktadır. Sinemanın toplum ve birey üzerindeki etkileri üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda çocuklar ve içerikler üzerine önemli bulgular elde edilmiştir. Son dönemde bu çalışmalar sinemanın yeni tüketim alanı olan dijital platform içerikleri ve izleyiciler üzerine odaklanmıştır.

Dijital platformlardaki yapımların bazıları, çocukların izlememesi gereken yapıya, yaşlarına uygun olmayan içeriklere sahiptir. Netflix, çocuklar ve içerikler arasındaki olumsuz ilişkiyi görerek üye kaybetmemek adına platforma ebeveyn kontrolü seçeneklerini eklemiş ve bu sayede ebeveynlerin, çocuklarının ne izleyeceğini kısıtlamasını kolaylaştırmıştır. Çocuklar için bir profil oluşturma, kimi başlıkları engelleme, kontrolün mümkün olmadığı durumlarda kullanıcı hesabındaki diğer profilleri kilitleyerek platformu yalnızca çocuk için izlenebilir duruma getirme, yeni bir profili şifre kullanarak ekleyebilme, görüntüleme geçmişine erişme gibi ebeveynlerin çocukları üzerinde kontrol sahibi olmasına yönelik adımlar platforma dâhil edilmiştir (Netflix, 2023) Benzer bir durumu gören Amazon Prime Video platformu, şifreleme özellikleri ve içerik sınırlama özelliklerini platformuna eklemiştir. Bu sayede Amazon Prime Video üyesi olan hanelerdeki çocukların içerik tüketim pratiklerinin kontrol altına alınma çabaları doğmuştur (Amazon Prime Video, 2023). İzleme eyleminde önemli bir konumda yer alan Disney+ platformu da ebeveyn kontrolleri oluşturarak çocuk ve içerik etkileşimini aile gözetiminde tutmayı amaçlamıştır. Şifreleme, çocuk profili oluşturma, sınırlamalar yaratma gibi seçenekleri kullanıcılarına sunarak abone kaybetmenin önüne geçmeyi amaçlamıştır (Disney+, 2023). Aynı durumu fark eden YouTube, çocuklar için daha uygun içeriklere sahip olan YouTube Kids uygulamasını devreye sokmuş ve Aday'a göre (2022, s. 240) bu sayede çocukların doğrudan platformlar aracılığıyla şiddet görüntülerine maruz kalmalarının önüne geçilmesi amaçlanmış, yaşlarına uygun içerikleri tüketmeleri hedeflenmiştir.

Bu husus üzerine odaklanan bazı araştırmalar sinemada dolaylı saldırganlık içeren çeşitli unsurlardan da bahsetmiştir. Coyne ve Whitehead (2008, s. 382) Disney+ platformunun çocuk içeriklerine ilişkin yaptıkları araştırmalarında, dolaylı şiddet unsuru olabilecek davranışların varlığından bahsetmiştir. Bu nedenle bir

içeriğın doğrudan şiddet unsuru içermese de dolaylı olarak şiddet ve saldırganlık içerebileceğinin göz önüne alınması gerekmektedir. McLellan'a göre (2002, s. 502) çocuklar ve şiddet eylemlerine ilişkin tutumları ya da etkilenme biçimleri üzerine gerçekleştirilen araştırmaların, kültürel pratikleri de göz önüne alması gerekmektedir. Şiddet eylemine ilişkin tanımların farklı kültürlerde birbirinden farklı olabileceğini ifade eden araştırmacı, konuya anlamlı bulgularla sonuçlanan çalışmalar aracılığıyla yaklaşarak şiddet içeren sinema filmlerinin, çocukların şiddet eğilimi üzerinde etkisi olduğunu belirtmiştir.

Sinemada şiddet unsurunun çocuk izleyiciler üzerindeki etkilerine odaklanan bazı çalışmalar, çocukların şiddet içeren filmlere maruz kalmasının agresif davranışlar, konsantrasyon eksikliği, kendine güvensizlik, şiddete duyarsızlaşma, kaygı düzeyinde artış gibi sorunlara yol açacağını belirtmiştir (Safes, 2023). Televizyon, film, video ve bilgisayar oyunlarındaki şiddet içeren görüntülerin çocukların duygu ve düşünceleri üzerinde önemli, kısa vadeli etkileri olduğuna yönelik tutarlı kanıtlar bulunmaktadır. Şiddet görüntülerine, içeriklerine maruz kalmanın özellikle erkek çocuklar başta olmak üzere küçük çocuklarda saldırgan davranışları artırdığına dair çalışmalar bulunmakta, halk sağlığına yönelik araştırmalarda da bu durum konu edilmektedir (Browne vd. 2005, s. 702).

Günümüzde izleme eylemi kadar önem kazanan ve giderek büyüyen video oyun sektörü ile şiddet ilişkisi üzerine çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar, şiddet içeren oyunlar oynandıktan sonra şiddetin yalnızca tutum ve davranışlarda değişikliklere yol açmadığını, şiddete karşı duyarsızlaşmaya da yol açtığını belirtmiştir. Şiddet içerikli video oyunları oynadıktan sonra, katılımcılar gerçek şiddet sahnelerini izlediklerinde daha az uyarılmıştır (Carnagey vd., 2007, s. 489).

Huesmann ve Taylor'a göre (2006) kitle iletişim araçları yoluyla izleyiciye sunulan şiddet içerikleri, dünya genelinde bir halk sağlığı sorunudur. Alan üzerine gerçekleştirilen araştırmalar, televizyon ve film içeriklerinde yer alan şiddet unsurunun, şiddet eğilimine katkıda bulunduğunu göstermektedir. Televizyon haberlerinde yer alan şiddet içeriklerinin de (intihar, cinayet, şiddet vb.) izleyici üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğu, halk sağlığına yönelik bir tehdit olarak değerlendirilmesi gerektiği de araştırmacılar tarafından belirtilmiştir.

Amerikan Pediatri Akademisi (2001), televizyon izleme eyleminin agresif davranış, obezite ve okul performansının düşmesi gibi bir dizi olumsuz etkisine atıfta bulunmaktadır. Bu durum dijital platformlar aracılığıyla film-dizi izleme eylemiyle benzerdir ve genellenebilir bir nitelik taşımaktadır. Huesmann ve Taylor'a göre

(2006) ampirik çalışmalar, özellikle çocuk ve gençlerin film ya da televizyonda şiddet içeren davranışlara maruz kalmasının hemen ardından saldırgan davranma olasılığını artırdığını göstermiştir. Aynı zamanda çalışmalar içeriklerde sigara kullanımı ve akciğer kanseri gibi olumsuzluklar arasında ilişki olabileceğini belirtmiş bu nedenle medya içeriklerinin hayati önemine dikkat çekmişlerdir. Ebeveynler tarafından çoğu zaman zararsız görülen ve çocukların izleme eyleminde önemli yer kaplayan çizgi filmlerin de çocukların dikkat becerileri üzerinde olumsuz bir etkisi olduğuna dair kanıtlar sunan çalışmalar bulunmaktadır (Thakkar vd. 2006, s. 2025). Türkiye’de bu konu üzerine akademik alanda ilgi gösterilmiş, sinemada şiddet unsuru çeşitli araştırmalarda konu edilmiştir. Bu çalışmalar da sinema filmleri aracılığıyla sunulan şiddet eylemlerinin toplum üzerine etkisini sorgulamış ve Türkiye’de izleyicilerin durumunun küresel araştırmaların bulgularıyla benzerlik taşıdığı görülmüştür.

5.2. Reklamda Şiddet Unsuru ve Çocuk İzleyici

Çocuklara ve gençlere yönelik reklamcılık faaliyetleri, milyarlarca dolarlık bir endüstridir. Dijital alanda çocukların karşılaştığı reklamlar algoritmalar tarafından oluşturulan, birçok yenilikçi ikna edici iletişim faaliyetlerini kapsayan içeriklerdir. Bu yöntemlerin kullanımındaki temel amaç ise çocukları etkilemektir. Çocuklar, eleştirel düşünme becerileri ve dürtülerinin henüz olgunlaşmaması nedeniyle reklamların ikna edici etkilerine karşı yetişkinlere göre daha savunmasızdır. Amerikan Pediatri Akademisine göre okul çağına erişmiş çocuklar ve gençler reklam faaliyetini (influencerlar, ünlüler, önerilen içerikler, oyunlaştırılmış reklamlar vb.) bilseler de güvendikleri ve takip ettikleri alanlara yerleştirildiğinde üzerlerindeki etkisinin artması söz konusudur. Pediatri alanında çalışan bilim insanları reklamcılık faaliyetlerinin etkilerinden çocukların korunabilmesi için ebeveyn ve çocukların dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Amerikan Pediatri Akademisi aynı zamanda 7 yaşından küçük çocuklara yönelik tüm ticari reklamların yasaklanmasını, reklamların daha büyük çocuklar ve gençlerle sınırlandırılması gerektiğini bildirmektedir. Amerikan Pediatri Akademisi tütün ürünü kullanımını içeren sahnelerin ve tütün ürününe ilişkin marka görsellerinin kısıtlanmasını önermekte, kullanıcı verilerini toplayan platformlarda gizlilik ayarlarının gözden geçirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu önerilerini hem politika yapıcılara hem de reklam verenlere sunan Amerikan Pediatri Akademisi, çocukların küçüklüğünden itibaren medya içerikleri ile ilgili ebeveynlerin eleştirel konuşmalar yapmasını desteklemektedir. Ebeveynlerin çocuklarına film veya dizi izlerken şüphelerini dile getirmesini, çocuklarının bir ürünü satın almak istedi-

ğinde reklamların bu arzuya nasıl katkıda bulunabileceğini anlatmasını, Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ gibi platformların neden daha uzun süre, arka arkaya (binge-watching) izlemelerini sağlayan otomatik oynatma gibi özelliklere sahip olduğunu açıkça konuşmaları gerektiğini bildirmektedir (Radesky vd., 2020a).

Çeşitlenen tüketim ürünleri, artan nüfus, değişen rekabet ortamları sebebiyle reklamcılık alanı durmaksızın değişmekte, şirketler yenilikçi stratejilere yönelmektedir. Kuşkusuz günümüzde reklamlar, şirketler için önemli bir güçtür ve reklamdaki şiddetin toplum üzerinde olumsuz, şirketler için olumlu olabilecek etkileri bulunmaktadır. Reklam ve şiddet üzerine odaklanan çalışmalar izleyici ve reklam mesajının etkileşimine odaklanmış, özdeşleşme, şiddetin meşrulaştırılması, toplumsal uygunluk gibi hususlara değinmiştir. Alanda gerçekleştirilen bazı çalışmalar ise şiddet içeren bazı reklamların tüketici üzerinde olumlu sonuçlar doğurabileceğini belirtmiştir. (Jones vd., 2010, s. 25). Şiddet içeren reklamlardaki muğlaklıklar ve politika yapıcılarının bu tür içeriği düzenlemeye çalışırken karşılaştıkları zorluklara değinen çalışmalar da gerçekleştirilmiş, bazı ürün kategorilerinin “şiddet kültürünü” benimsediği ifade edilmiştir. Özellikle ekstrem sporlara ait ürünlerin tüketiciye pazarlanması için oluşturulan reklamlarda doğrudan-dolaylı şiddet içeriklerinin varlığına dikkat çekilmiştir (Raggiotto, 2020).

Reklamlar ve şiddet ilişkisine yönelik çalışmalar yürüten araştırmacılar, “shockvertising” kavramıyla bu ilişki ağrını açıklamaya çalışmıştır. Şok edici reklamlar, kasıtlı olarak toplumsal ve bireysel değerlerin ihlal edilmesi anlamına gelmektedir (Baron ve Bryne, 1977). Hedef kitlenin dikkatini çekmek için toplumsal normları ihlal eden bu reklam stratejisinde kuşkusuz çocuklar daha savunmasızdır. Bayazıt ve Panayırıcı’ya göre (2015, s. 10-15) Türkiye’de Beymen Blender, Dolce Gabbana, Relish tarafından üretilen bazı reklamları shockvertising reklamlar olarak değerlendirmek, şiddet unsurlarıyla ilişkilendirilebileceğini belirtmek mümkündür.

Reklam ve şiddet arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik araştırmaların ortak noktası, şiddet kavramını tanımlarken yaşadıkları güçlük olmuştur. Reklam ve şiddet içeriği ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalar, şiddetin tanımının ne olduğuna ilişkin karar vermenin zorluğundan bahsetmiş, çocukları hedefleyen çok sayıda reklamın çeşitli türlerde şiddet içerdiğini öne sürmüştür. Reklamların günümüzde ulaşabildiği çocuk sayısı düşünüldüğünde; herhangi bir şiddet içeriğinin yüzbinlerce çocuk izleyicilere dakikalar içinde ulaşmasının mümkün olduğu görülmektedir. Çocukların medya şiddetine maruz kalmaları ile saldırgan davranışlar sergilemeleri arasında güçlü bir bağlantı kurulduğu göz önüne alındığında, çocuklara yönelik reklamların şiddet unsurları barındırması, önemli bir toplumsal sorundur (Brocato vd. 2010, s. 104).

İzleyiciler reklamları çoğunlukla bilinçli olarak tüketmezler. Geçmiş deneyimleri, kültürel pratikler, kişilik özellikleri, psikolojik veya sosyolojik faktörler, neyin meşru olarak algılanıp algılanmayacağı üzerinde de etkilidir. Reklamda şiddet, tüketicilerin şiddete bakış açılarını etkileyerek onları sorgulamaya iten, günümüzde izleme eylemiyle bütünleşmiş önemli bir araştırma alanıdır (Jones vd., 2010, s. 25). İzleyicilerin reklamlara maruz kalma, ilgilerini çeken reklamı izlemeyi sürdürme eylemi, reklamın ilgi çekiciliği ve merak uyandırıcılığıyla yakından ilişkilidir. İzleyici üzerindeki bu etkileri güçlendirmek için her ne kadar etik kaygılar barındırsa da reklamlarda şiddet kullanımı tercih edilebilmektedir. Çocuk izleyicileri-tüketicileri hedefleyen, şiddet içeren reklamların da internetin gücüyle çocuklara dakikalar içinde ulaşması mümkündür. Sosyal mecraların televizyona göre daha kontrolsüz bir video akış sağlaması, reklam ve çocuk arasındaki şiddet içeriklerinin etkileşimine olanak sağlamaktadır.

Calvert'a göre (2008) çocukların ebeveynlerin satın almalarını etkileme güçleri zaman içinde artmış, internette içerik sayısı artarken yalnızca çocuklara yönelik oluşturulan içerikler de bu duruma koşut olarak fazlalaşmıştır. Yalnızca çocuklara özgü olan dijital alanlar ise ebeveyn denetimlerini giderek zorlaştırmıştır. Sekiz yaşından küçük çocukların, televizyon ve çevrim içi reklamların ikna edici amacını anlayacak bilişsel becerilerden yoksun olmaları sebebiyle bu içeriklere karşı daha savunmasız olduğu ifade edilmektedir. Çocukları hedefleyen reklamların, reklamı yapılan ürün ve hizmetlerin satın alınmasındaki rolü ve çocukların satın alma kararı verme sürecinde sahip olduğu role ilişkin daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir (Martínez vd., 2006, s. 283.) Shanahan ve arkadaşlarına göre (2003) çocuk izleyiciler, şiddet içeren reklamlara sıklıkla maruz kalmakta ve bu durumdan büyük ölçüde etkilenmektedir. Reklamlar ve ebeveyn denetimleri arasında ise olumsuz bir ilişki bulunmaktadır. Reklam alanında gerçekleştirilen araştırmaların bazıları cinsellik, kadın ve kadına yönelik şiddetin reklama yansımaları gibi modeller üzerinde durmuştur (Gurrieri vd. 2016, s. 24). Nas'a göre (2015, s. 26) Türkiye'de yayınlanan bazı reklamlarda toplumsal cinsiyet kalıplarını meşrulaştırırken kadına simgesel bir şiddet uygulanmaktadır. Erkek iktidar tarafından kadına yönelik tahakküm ilişkilerinin sorgulandığı çalışma, reklam ve şiddetin Türkiye'de temsilini örneklendirmektedir.

Aydemir'e göre (2014, s. 170) kimi reklamlarda bebekler ikna edici bir unsur olarak kullanılmakta, "mutlu şiddet" algısı oluşturacak biçimde sunulmaktadır. Aydemir tarafından incelenen reklamlarda şiddet ögesine doğrudan yer verilmemiş, şiddet dolaylı yollar aracılığıyla bilinçdışına etki edecek biçimde izleyiciye sunulmuştur. Barokas'a göre (2011, s. 160) reklamlar ve televizyon aracılığıyla çocuklar

üzerinde ortaya çıkabilecek olumsuzlukların önüne geçmenin en önemli yolu ise ebeveynlerin bilinçlendirilmesidir.

5.3. Sosyal Medya Videolarında Şiddet Unsuru ve Çocuk İzleyici

Çocukların küçük yaşta mobil araçlara sahip olması ve ebeveynlerin denetimleri dışında sosyal medya uygulamalarında içerik tüketmeleri, çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmalarına neden olmaktadır. Dünyada ve Türkiye’de izleme pratiklerinin önde gelen biçimlerinden olan çevrim içi video izleme eyleminin büyük bölümü, sosyal medya araçlarıyla video tüketimini işaret etmektedir. Günümüzde çocuklar ve yetişkinler, Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat gibi sosyal medya uygulamaları aracılığıyla saatlerce içerik tüketmekte-izlemekte, bu eylemleri esnasında da sayısız şiddet içeriğiyle karşılaşmaktadır.

Sosyal medyanın etkileşimli ortamı, şiddet eylemi ile karşılaşmanın yanı sıra şiddet eylemine katılım gibi sorunları da içermesi sebebiyle, çocuk izleyiciler ve şiddet unsuru arasındaki ilişkide önemli bir yere sahiptir. Bazı araştırmalar çevrim içi ve yüz yüze şiddet arasında çift yönlü bir ilişki olabileceğini öne sürmekte, fiziksel şiddetin çevrim içi şiddeti veya çevrim içi şiddetin fiziksel şiddeti tetikleyebileceğini ifade etmektedir. Çevrim içi şiddet ve saldırganlık eylemlerinde öne çıkan kavram olan siber zorbalık, sosyal medyanın etkileşimli yapısı nedeniyle çocuk ve gençleri yalnızca videoları izlemekten öteye taşıyarak şiddet eylemlerinin katılımcıları olmaya sürükleyebilmektedir. Siber şiddet konusunda hâlâ keşfedilmesi gereken birçok soru olmasına rağmen, sosyal medya ve şiddet arasındaki ilişki Türkiye’de henüz yaygın olmasa da internet aracılığıyla çeteleşme ve suçta sürüklenme arasındaki ilişkiye benzer durumdadır (Peterson ve Densley, 2017, s. 6). Sosyal medya aracılığıyla ortaya çıkan şiddetin çeşitli zevkler ve tutkular etrafında kümelenmiş olabileceği de bazı çalışmalarda konu edilmiştir. Örneğin X (Twitter), Facebook veya YouTube’da yer alan hip-hop kültürü ile ilişkili videolarının-içeriklerin ve bu kültürün üreticileri-dinleyicilerinin çeşitli şiddet eylemlerinde buldukları, bu durumun da toplumsal bir sorun olduğu akademik alanda ifade edilmiştir (Patton vd., 2013, s. 54). Amerikan kültürünün giderek dünyada egemen olduğunu savunan Twenge’nin öngörülleri gerçekleşirse, bu sorunun da Türkiye’de çocuklar ve gençler arasında yaygınlaşabileceği düşünülmeli, konuya yönelik önlemler tartışılmalıdır (Twenge, 2018).

Sosyal medya ve şiddet ilişkisi üzerine odaklanan araştırmalar öncelikle kavramsal bir karmaşa ile mücadele ederek çalışmalarına başlamaktadır. Sosyal medya ve ilişkili dijital alanların görece yeni olması sebebiyle sosyal bilimler alanında

yeni kavramların da üretilmesi gerekmektedir, bu husus araştırmacıları sınırlayıcı bir unsur olarak görülmektedir. Sosyal medya ve şiddet eylemi üzerine odaklanan araştırmacılar siber şiddet, flört şiddeti, siber zorbalık gibi sosyal medyanın etkileşimli yapısının neden olduğu şiddet eylemlerinin çözümü üzerine odaklanmakta, bu eylemlerin bazılarının platformlar tarafından engellenmesine rağmen bazılarının filtrelerden kurtularak çocuklara ulaştığını belirtmektedir (Patton vd., 2014, s. 5). Her ne kadar olumsuz yönleri olsa da sosyal medyanın etkileşimli yapısını olumlayan bilim insanları da mevcuttur. Recuero'ya göre (2015, s. 2) sosyal medya farklı görüşlerle etkileşim kurarak demokrasileri güçlendirmeye yardımcı olabilir, bilginin yayılması yoluyla birçok insanın bilimsel bilgiyi edinebilmesini sağlayabilir, yeni fikirleri meşrulaştırarak baskın söylemlere meydan okuyabilir. Örnekte görüldüğü üzere sosyal medyanın olumlu yönlerinden bahseden çalışmalar olsa da sosyal medyada şiddet-sembolik şiddet gibi olgular akademik alanda giderek daha fazla tartışılmaktadır. Olumlu yönlerinin yanında sosyal medya çocuklar arasında çeşitli görüşlerin kümelenmesini sağlayabilir, kuşkusuz bu görüşlerin tümü çocuklar ve insanlık için yararlı değildir.

Küresel bir diğer sorun olan toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin yapısına odaklanan ve bu sorunun sosyal medya ile ilişkisini inceleyen çalışmalar da gerçekleştirilmiştir. 2007 yılında gerçekleştirilen, ElSherief ve arkadaşlarının çalışması (2007, s. 60) toplumsal cinsiyete dayalı tweetlerin etkileşimlerinin güçlü olduğunu bulgulamıştır. Toplumsal cinsiyete dayalı çevrim içi şiddet, sosyal medyada tanınmış kadınlara-erkeklerle, tanışıklık kurulan kadınlara-erkeklerle veya daha önce hiç tanışılmamış kadınlara-erkeklerle kadar uzanmaktadır. Suzor vd., (2018) sosyal medyadaki şiddet sorununun yalnızca hükümetlerin sınırlamalarıyla makul bir biçimde çözülmesinin mümkün olmadığını belirtmiştir. Araştırmacılara göre yalnızca devletlerin müdahalesiyle sorunun üzerine gidilmesi, yasal düzenlemelerin yapılmasıyla tatmin edici bir çözüme ulaşmak mümkün değildir. Sosyal medya uygulamalarında yer alan şiddet videolarının çocuklara ulaşması sorunu ile mücadele etmek ve önlemek için sosyal medya şirketlerinin konuya odaklanması gerekmektedir. Bu konu üzerinde dijital ebeveynlere önemli bir görev düşmekte, çocuklarının sosyal medyadaki etkileşimleriyle yakından ilgilenmeleri, gerektiğinde kısıtlamalara gitmeleri gerekmektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

İkili kod temelinde işleyen dijital teknolojiler, yaşamın birçok alanında fayda sağlamasına rağmen olumsuz etkilerinin de varlığı günümüzde kabul görmüş, akademik alanda tartışılmıştır. Küresel ölçekte tüm yaş gruplarını çeşitli düzeylerde et-

kileyen dijitalleşme süreçleri ve dijital teknolojiler, çeşitli sosyolojik ve psikolojik dönüşümlerin hızla gerçekleşmesine zemin hazırlamıştır. İnternet teknolojisinin gündelik yaşamda yer alması ve mobil araç sahipliğinin çocuklar arasında artması, izleme eyleminde köklü dönüşümlerin meydana gelmesine zemin hazırlamıştır.

Günümüzde çocuklar geleneksel yayıncılık kalıplarının sunduğu etkileşimsiz yayıncılık pratikleriyle yetinmek yerine sınırsız eğlence ve enformasyona dönük video akışı sunan dijital teknolojilere yönelmiştir. Bu durum izleme eğilimlerinde cihaz kullanım yapısını değiştirmiş, dijital platformların yayın hayatına başlamasıyla birlikte özellikle çocuk izleyiciler, televizyon ve sinema salonları yerine dijital izleme olanaklarına yönelmiştir. Küçük yaşta artan mobil araç sahipliği sebebiyle çocuk izleyicilerin, ebeveynlerinin kontrolünden ve devletler tarafından kontrol edilen geleneksel yayıncılık pratiklerinden uzaklaşması, yeni risk faktörlerinin oluşumuna zemin hazırlamıştır.

İzleme eylemine olanak tanıyan uygulamalar ve dijital platformların kullanımları artmış, bu nedenle yeni bir izleyici kültürü oluşmuştur. Çocuklar arasında artan mobil araç sahipliği ise hareketli görüntülerin çocuklara anlık olarak ulaşmasını mümkün kılmış, bu duruma ilişkin olumlu-olumsuz etkilerin daha fazla tartışılmasını gerektirmiştir. Dijital ekranların önemli kullanıcı kitlesi olan çocuklar ve izleme eğilimleri üzerine odaklanan çalışmaların, henüz alandaki sorunları tümüyle tanımlamadığı konusunda akademik alanda fikir birliği oluşmuştur. Söz konusu husus üzerine odaklanan çalışmaların; yeni içerik tüketim pratiklerini ve çocukların dijital ekranlarda karşılaşacağı olumsuzlukları gözetmesi gerekmektedir. Çalışmaya bu görüş kaynaklık etmiş, izleme eyleminde çocukların karşılaştığı şiddet unsurlarının en görünür olduğu alanlar ile araştırma sınırlandırılmıştır. Sinema, reklam ve sosyal medya içeriklerini günlük yaşamlarının sıradan bir ritüeli olarak tüketen çocuklar ve şiddet unsuru barındıran içeriklerin olası etkileri üzerine gerçekleştirilen çalışmaların bulguları derlenmiş, dijital ebeveynlerin konumu tartışılarak öneriler sunulmuştur.

Justwatch tarafından derlenen istatistiklere göre Türkiye’de BluTv, Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ platformlarının pazar payında egemen olduğu görülmüştür. Bu platformların içerikleri kuşkusuz çocuklar için uygunsuz olabilecek davranışları barındırmakta ve birçok içerik yetişkinlerin tüketimine yönelik olarak üretilmektedir. Bu nedenle platformlara abone olan çocukların ebeveynlerinin, temel dijital okuryazarlık becerilerine sahip olması gerekmektedir. Yukarıda belirtilen platformlar olan BluTv, Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ platformları ebeveynlere platformları çocuklar için daha uygun hâle getirmenin yolları-

nı sunmakta olsa da çocuklar da platformlara yanlış beyanlarda bulunarak üye olabilmektedir. Ebeveyn denetimlerinin kullanılmasıyla birlikte çocukların izleme eyleminde şiddet unsuruyla daha az karşılaşacağı görülmüş, bu sayede şiddet unsurlarının çocuklar üzerindeki etkilerinin azaltılmasının mümkün olacağı düşünülmüştür.

Dünya’da ve Türkiye’de çocuk izleyiciler için en önemli platformlardan biri olan YouTube, aylık abone olunmadığında kullanıcılarına reklamli deneyim sunmaktadır. Dijital alanın her kademesinde reklamlar ile karşılaşan çocuklar, aynı zamanda en çok kullandıkları platform olan YouTube platformunda da reklamlar ile sıklıkla karşılaşmaktadır. Kuşkusuz dijital alandaki tüm reklamların çocuklar için uygun olduğunu, karşılaşmalarının herhangi bir sorun teşkil etmeyeceğini söylemek olanaksızdır. Bazı reklam filmleri dolaylı-doğrudan şiddet unsuru içeriklerine yerleştirilerek tüketici kitlesini artırmayı hedeflemektedir. Bu nedenle reklam filmlerinin üzerinde durulması, çocukların hem reklamın olumsuz ikna edici etkilerinden hem de şiddet içeriklerinden korunması noktasında yarar sağlamaktadır.

Reklamlar ve çocuk izleyiciler için çeşitli denetim mekanizmaları oluşturan Google “Aile Güvenliği ve Ebeveyn Denetimi Araçları” ile alandaki endişeleri gidermeyi amaçlamıştır (Google, 2023). Bu sayede aileler çocuklarını yaşlarına uygun içeriklere yönlendirebilmek için çeşitli sınırlandırmalar getirebilmektedir. Google Aile Güvenliği ve Ebeveyn Denetimi Araçları hizmetlerinin ebeveynlere sunulmasıyla, çocuk kullanıcılarına uygun olmayan reklamların sınırlandırılması amaçlanmıştır. Bu denetimler sayesinde reklamlar bir filtreleme sürecinden geçirilerek şiddet içeriği ve uygunsuz içerikler mümkün olduğunca çocuk kullanıcılarına gösterilmemektedir. Dijital reklamların olumsuz etkilerinden çocukların korunması için YouTube platformu yerine YouTube Kids platformunun kullanılmasının daha uygun olduğu da çalışmanın bulgularından bir olmuştur. YouTube Kids Premium abonelerine reklamdan arındırılmış, yalnızca çocuk içeriklerinin olduğu bir deneyim sunmakta, dijital ebeveynlerin bu hususu gözetmesi gerekmektedir.

İçerik ve gizlilik sınırlamalarını ayarlama, iTunes ve App Store'dan satın alma işlemlerini engelleme, yerleşik uygulama ve özelliklere izin verme, uygunsuz içerikleri ve içerik derecelendirmelerini engelleme, web içeriklerini engelleme, Siri web aramalarını sınırlama, Game Center'ı sınırlama, gizlilik ayarlarında değişiklik yapılmasına izin verme gibi seçenekler sunan iOS işletim sistemi de iPhone, iPad veya iPod touch kullanıcıları çocuklar için ebeveyn izinlerini yönetme imkânı tanımaktadır.

Sosyal medya alanına bakıldığında daha kompleks bir yapıya sahip olduğu, kulla-

nıcılar tarafından yüklenen milyonlarca içerik nedeniyle durmaksızın içerik sayısının arttığı görülmektedir. Bu nedenle sosyal medya şirketlerinin filtrelerinden kaçabilen şiddet içeren videoların çocuklara ulaşması olasıdır ve ebeveyn denetimine en çok ihtiyaç duyulan alanlardan biridir. Facebook, Instagram, X (Twitter) gibi çoğu platform, üye olmak için en az 13 yaşında olmasını zorunlu tutsa da kullanıcılardan yaşları ile ilgili herhangi bir resmi kanıt sunmasını istemez. Bu nedenle 13 yaşından küçük çocuklar da platformlara üye olup içerik tüketebilir. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcısı çocukların yaşları konusunda muğlaklık bulunmakta bu konuda resmi verilere dayanan bir üyelik mekanizmasının hayata geçirilmesi önerilmektedir.

Sosyal medyanın çocuklar için uygun olmayan içeriklere sahip olduğunu gören aileler konu üzerine farkındalık oluşturmaya başlamış, Instagram ve Facebook'un da sahibi olan Meta şirketi ebeveyn kontrolü ayarlarını duyurmuştur (Meta, 2023). Çocukların en çok kullandığı platformlardan olan TikTok da temel düzeyde ebeveyn kontrolü ayarları geliştirmiştir. Her ne kadar sosyal medya platformları çocukların şiddet içerikleriyle karşılaşmasını-katılımcı olmasını engellemek için çeşitli filtreleme sistemleri sunsa da bu ayarların kullanılabilmesi için ebeveynlerin dijital okuryazarlığa sahip olması gerekmektedir.

Türkiye çocuk-geçen nüfusu hızla artan, bahse konu platformlar için önemli bir pazar alanıdır. Bu nedenle ebeveynlerin platformlardaki şiddet içeriklerine karşı yetişkinlere göre daha savunmasız olan çocuklarının korunmasına öncelik vermesi, gelecek açısından önem taşımaktadır.

Çocukların dijital alanda korunabilmesi ve şiddet unsurlarıyla daha az karşılaşması için ebeveynlerin "dijital ebeveynler" olması sağlanmalıdır. Bu husus üzerine akademik çalışmalar üretilmeli, izleme ve kullanım eyleminde ebeveynlerin nasıl kontrolü ele alabilecekleri üzerine bilgilendirme çalışmaları gerçekleştirilmelidir. Uzaktan ve yüz yüze eğitimler aracılığıyla ebeveynlerin konu üzerindeki farkındalık düzeylerini artıracak projelerin geliştirilmesi önerilmektedir. Kamu spotları hazırlanarak hem çocukların hem de ebeveynlerin bilinçlenmesini sağlayacak içerikler üretilmeli, bilimsel projeler gerçekleştirilerek sinema, reklam ya da sosyal medya alanında şiddet içeriklerine maruz kalan çocuklardaki değişimler farklı yönleriyle ortaya konulmalıdır.

İnternet servis sağlayıcılarının da mevcutta var olan ancak sağlıklı işlemediği gözlenen içerik kontrolü mekanizmalarının daha etkin hale getirilmesi konusunda iş birliğine açık olması gerekmektedir. Servis sağlayıcıların hem reklam iletişimi noktasında hem de abonelik süreçlerinde evde çocuk bulunup bulunmadığını gö-

zetmesi ve abonelik-üyelik sürecinin en başından itibaren etkin filtreleme seçeneklerini devreye sokmasının sağlanabilmesi, çocuklar ve dijital ebeveynler açısından önem taşımaktadır. Yasal düzenlemelerle sinema, reklam ve sosyal medya içeriklerinde çocukları bilinçli olarak hedef alan ve olumsuz etki yaratmak adına içerik üretenele yaptırımların uygulanması önerilmektedir. Tüm dış unsurların yanı sıra en etkili çözüm; bir iç unsur olarak ebeveynlerin bilinç seviyesinin artırılması ve bu konuda üretilen içeriklere farkındalık kazandırılması olacaktır. Bu gelişmelerin ardından çocukların ekrandaki şiddet unsurundan mümkün olduğunca uzak tutulması sağlanmış olacaktır. Söz konusu bilinçlendirme süreçleri, kontroller, filtreleme mekanizmaları, Türkiye’de çocukların fiziksel ve zihinsel sağlıklarının korunması için hayati önem taşımaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye % 50 (1. Yazar), % 50 (2. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

Kaynakça

- Aday, O. (2022). Alfa Kuşağının Değişen İzleme Eğilimleri Çerçevesinde YouTube Kids Uygulamasının Analizi, (Ed. Can, A. Aytaş, M, Aker, H.) Sinema ve Çocuk-2, Tablet Yayınevi: Konya.
- Amazon Prime Video. (2023, July, 4). Parental Controls on Prime Video <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=GYBCCNGWAJFEUVG3>
- American Academy of Pediatrics. (2001). Children, adolescents, and television. *Pediatrics*, 107(2), 423-426.
- Anderson, Craig A., and Brad J. Bushman (2001), "Effects of Violent Video Games on Aggressive Behavior, Aggressive Cognition, Aggressive Affect, Physiological Arousal, and Prosocial Behavior: A Meta-Analytic Review of the Scientific Literature," *Psychological Science*, 12 (5), 353–359.
- Aydemir, M. (2014). Medyada şiddetin dönüşümüne bilinçaltı etki yöntemleri ve "mutlu şiddet" ilişkisi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 166-170.
- Barokas, S. K. (2011). Büyümüş de Küçülmüşler Bir Reklam Çözümlemesi" *Pınar Sosis*". *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 173-197.
- Baron, R. A., and Byrne, D. E. (1977). *Social psychology: Understanding human interaction*. Boston; Toronto: Allyn and Bacon.
- Bartau-Rojas, I., Aierbe-Barandiaran, A., and Oregui-González, E. (2018). Parental mediation of the Internet use of Primary students: Beliefs, strategies and difficulties. *Comunicar*, n. 54, v. XXVI, 2018 | *Media Education Research Journal* | ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293

- Bufacchi, V. (2005). Two Concepts of Violence. *Political Studies Review*, 3(2), 193–204.
- Brennen, J. S., and Kreiss, D. (2016). Digitalization. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*, 1–11.
- Brocato, E. D., Gentile, D. A., Laczniak, R. N., Maier, J. A., and Ji-Song, M. (2010). Television Commercial Violence. *Journal of Advertising*, 39(4), 95–108.
- Browne, K. D., and Hamilton-Giachritsis, C. (2005). The influence of violent media on children and adolescents: a public-health approach. *The Lancet*, 365(9460), 702–710.
- Buckle, C., Trifonova, V., Moran, S. (2021) Gen Alpha: the real picture, A look at tomorrow's consumers, GWI: London.
- Calvert, S. L. (2008). Children as consumers: Advertising and marketing. *The future of children*, 205-234.
- Cantaş, A., ve Can, A. (2022). Haneke Sinemasında Çocuk-Oluş, (Ed. Can, A. Aytaş, M, Aker, H.) Sinema ve Çocuk-2, Tablet Yayınevi: Konya.
- Carnagey, N. L., Anderson, C. A., and Bushman, B. J. (2007). The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(3), 489–496.
- Cao, S., Dong, C., and Li, H. (2022). Digital parenting during the COVID-19 lockdowns: how Chinese parents viewed and mediated young children's digital use. *Early Child Development and Care*, 192(15), 2401-2416.
- Coyne, S. M., and Whitehead, E. (2008). Indirect Aggression in Animated Disney Films. *Journal of Communication*, 58(2), 382–395.
- Disney+, (2023, July, 4). Disney+’ta ebeveyn kontrolleri https://help.disneyplus.com/csp?id=csp_article_content&sys_kb_id=b2f6b554db4c19101b426fdd-d3961921#content
- Eldridge, S. (2023, July, 4). Generation Alpha. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Generation-Alpha>
- ElSherief, M., Belding, E., and Nguyen, D. (2017, May). # notokay: Understanding gender-based violence in social media. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 11, No. 1, pp. 52-61).
- Elliott, R., and Timulak, L. (2005). Descriptive and interpretive approaches to qualitative research. *A handbook of research methods for clinical and health psychology*, 1(7), 147-159.
- Garbarino, J., Bradshaw, C. P., and Vorrasi, J. A. (2002). Mitigating the effects of gun violence on children and youth. *The Future of children*, 73-85.
- Google (2023, August, 27) Ailenizin interneti daha güvenli kullanmasına yardımcı olun <https://families.google/intl/tr/familylink/>
- Gurrieri, L., Brace-Govan, J., and Cherrier, H. (2016). Controversial advertising: transgressing the taboo of gender-based violence. *European Journal of Marketing*, 50(7/8)
- Huesmann, L. R., and Taylor, L. D. (2006). THE ROLE OF MEDIA VIOLENCE IN VIOLENT BEHAVIOR. *Annual Review of Public Health*, 27(1), 393–415.
- Jacquin, K. M. (2023, July, 5). Violence. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/violence>
- Jones, T., Cunningham, P. H., and Gallagher, K. (2010). Violence in Advertising. *Journal of Advertising*, 39(4), 11–36. doi:10.2753/joa0091-3367390402

- Kemparaj, U., and Chavan, S. (2013). Qualitative research: A brief description. *Indian Journal of Medical Sciences*, 67(3/4), 89.
- Koh, E. T., and Owen, W. L. (2000). Descriptive Research and Qualitative Research. *Introduction to Nutrition and Health Research*, 219–248.
- Konok, V., Bunford, N., and Miklósi, Á. (2019). Associations between child mobile use and digital parenting style in Hungarian families. *Journal of Children and Media*, 1–19.
- Lambert, V. A., and Lambert, C. E. (2012). Qualitative descriptive research: An acceptable design. *Pacific Rim international journal of nursing research*, 16(4), 255–256.
- Lauricella, A. R., Cingel, D. P., Blackwell, C., Wartella, E., and Conway, A. (2014). The Mobile Generation: Youth and Adolescent Ownership and Use of New Media. *Communication Research Reports*, 31(4), 357–364.
- Livingstone, S., Haddon, L., Vincent, J., Mascheroni, G., and Ólafsson, K. (2014). Net children go mobile. The UK.
- Martínez, I. J., Prieto, M. D., and Farfán, J. (2006). Childhood and Violence in Advertising. *International Communication Gazette*, 68(3), 269–287.
- McLellan, F. (2002). Do violent movies make violent children? *The Lancet*, 359(9305), 502.
- McCrandle, M., and Fell, A. (2020). Understanding Generation Alpha. *McCrandle Research*. Retrieved June 3, 2021
- McCrandle, M. (2021). *Generation Alpha*. Hachette UK.
- Meta (2023, August, 27) Introducing Family Center and Parental Supervision Tools on Instagram and in VR <https://about.fb.com/news/2022/03/parental-supervision-tools-Instagram-vr/>
- Modecki, K. L., Goldberg, R. E., Wisniewski, P., and Orben, A. (2022). What is digital parenting? A systematic review of past measurement and blueprint for the future. *Perspectives on Psychological Science*, 17(6), 1673-1691.
- Nas, A. (2015). Kadına yönelik simgesel şiddet aracı olarak temizlik ürünleri reklamlarının eleştirel analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (24), 11-30.
- Nagy, Á., and Kölcsey, A. (2017). Generation alpha: Marketing or science?. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-115.
- Netflix. (2023, July, 2). Netflix'te ebeveyn kontrolleri <https://help.netflix.com/en/node/264>
- Nichols, S., and Selim, N. (2022). Digitally mediated parenting: A review of the literature. *Societies*, 12(2), 60.
- Paik, Haejung, and George Comstock (1994), "The Effects of Television Violence on Antisocial Behavior: A Meta-Analysis," *Communication Research*, 21 (4), 516–546.
- Patton, D. U., Eschmann, R. D., and Butler, D. A. (2013). Internet banging: New trends in social media, gang violence, masculinity and hip hop. *Computers in Human Behavior*, 29(5), A54–A59.
- Patton, D. U., Hong, J. S., Ranney, M., Patel, S., Kelley, C., Eschmann, R., and Washington, T. (2014). Social media as a vector for youth violence: A review of the literature. *Computers in Human Behavior*, 35, 548–553.
- Parida, V. (2018). Digitalization. Addressing Social Challenges, (Ed. Johan Frishammar Åsa Ericson) Luleå University of Technology, Grafisk produktion, Sweden
- Peterson, J., and Densley, J. (2017). Cyber violence: What do we know and where do we

- go from here? *Aggression and Violent Behavior*, 34, 193–200.
- Pollack, S. (2023, February, 13) Mastering Marketing Strategies For Generation Alpha <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2023/02/13/mastering-marketing-strategies-for-generation-alpha/?sh=2b721c78741c>
- Recuero, R. (2015). Social Media and Symbolic Violence. *Social Media + Society*, 1(1),
- Radesky, J., Chassiakos, Y. L. R., Ameenuddin, N., and Navsaria, D. (2020a). Digital advertising to children. *Pediatrics*, 146(1).
- Radesky, J. S., Weeks, H. M., Ball, R., Schaller, A., Yeo, S., Durnez, J., ... and Barr, R. (2020b). Young Children's Use of Smartphones and Tablets. *Pediatrics*, e20193518.
- Rideout, V., Peebles, A., Mann, S., and Robb, M. (2021). The common sense census: Media use by tweens and teens. *CommonSense: USA*
- Rode, J. A. (2009). Digital parenting: designing children's safety. *People and computers XXIII celebrating people and technology*, 244-251.
- Ragiotto, F., Scarpi, D., and Moretti, A. (2019). Advertising on the edge: appeal effectiveness when advertising in extreme sports. *International Journal of Advertising*, 1–24.
- Sadiku, M. N., Tembely, M., and Musa, S. M. (2017). Digital parenting. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology*, 4(1), 6454-6456.
- Safes, (2023, July, 4). <https://www.safes.so/blogs/psychological-effects-of-watching-violent-movies/>
- Sandelowski, M. (2000). Whatever happened to qualitative description? *Research in Nursing & Health*, 23(4), 334–340.
- Siibak, Andra (2019). Digital parenting and the datafied child. In Tracey Burns & Francesca Gottschalk (Eds.), *Educating 21st century children: Emotional well-being in the digital age*. Paris: OECD Publishing.
- Shanahan, K. J., Hermans, C. M., and Hyman, M. R. (2003). Violent Commercials in Television Programs for Children. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 25(1), 61–69.
- Suzor, N., Dragiewicz, M., Harris, B., Gillett, R., Burgess, J., and Van Geelen, T. (2018). *Human Rights by Design: The Responsibilities of Social Media Platforms to Address Gender-Based Violence Online*. Policy & Internet.
- Thakkar, R. R., Garrison, M. M., and Christakis, D. A. (2006). A Systematic Review for the Effects of Television Viewing by Infants and Preschoolers. *Pediatrics*, 118(5), 2025–2031.
- Thomas, M. R., and Shivani, M. P. (2020). Customer Profiling of Alpha: The Next Generation Marketing. *Ushus Journal of Business Management*, 19(1), 75-86.
- Twenge, J. M. (2018). i-Nesli, (Çev. Okhan Gündüz) *Kaknüs Yayınları*, İstanbul
- Valcke, M., De Wever, B., Van Keer, H., and Schellens, T. (2011). Long-term study of safe Internet use of young children. *Computers & Education*, 57(1), 1292–1305.
- World Health Organization. (2023, July, 3). <https://www.who.int/groups/violence-prevention-alliance/approach>
- Ziatdinov, R., and Cilliers, J. (2022). Generation Alpha: Understanding the next cohort of university students. *arXiv preprint arXiv:2202.01422*.