

Kavramsal Tanımlar Bağlamında Medya ve Aile Etkileşimi

→ Ali BÜYÜKASLAN*

Dijitalleşme yeni medya çağını ortaya koyan önemli bir kavram olarak hayatımıza girmiştir. Kavramın gerek bireysel gerekse toplumsal bağlamda dijital olma hâlini yansıttığı düşünüldüğünde, dijitalleşmenin bir durum ya da hâli ortaya koymayı tanımladığı görülmektedir. Dolayısıyla dijitalleşme aslında bilgisayar teknolojileri, ağ teknolojileri ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle ortaya çıkan bir hâlin tezahürüdür. Bu teknolojiler geçmiş teknolojilerin toplumsal hayata olan etkisinin çok ötesinde üstelik biri diğerini sürekli oluşturan ve geliştiren ve ön görülemeyen başka birçok gelişmeye de yol açan etkiler üretmiştir. Bugün sıklıkla konuştuğumuz ve muhtemeldir ki ilerleyen yıllarda bireysel ve toplumsal etkileri çok daha fazla hissedilecek yapay zekâ teknolojileri insanın dünden bugüne ulaştığı noktayı birçok açıdan sorgulanabilir hâle getirmekle kalmamış, insan hayatında topyekûn değişime giden bir süreci de başlatmıştır.

Dijitalleşme sadece yoğun teknolojik bir başlangıç hâlinin adı olmaktan çok insanoğlunun hayatında gelecekte çok daha önemli değişimlere yol açacak bir sürecin başlangıcının da adı olmaktadır. Bu süreç sadece bilinen anlamıyla toplumsal etkiler üretmekle kalmayacak bu toplumsal değişimlerin hangi oranda kimi ne yönde nasıl etkileyeceği sorularını da beraberinde getirecektir. Toplumsal yapının temel birimi olarak aile hemen her türlü değişimden etkilenen bir toplumsal yapı taşı olarak dikkat çekmektedir. Bugün dijitalleşmeyle hayatımıza giren birçok kavramın ilk ve en önemli etkilerinin hissedildiği yer hiç kuşkusuz aile ve aile bireyleri olmuştur. Nitekim Kır'ın (2011) çalışmasında ortaya koyduğu ailenin işlevlerini göz önüne aldığımızda bu işlevlerden; psikolojik işlevin, eğitim işlevinin, toplumsal işlevin ve ekono-

*Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü,
abuyukaslan@medipol.edu.tr

mik işlevin dijitalleşme etkisinde çok farklı boyutlarda etkileşime uğradığı görülecektir.

Radyolu yıllardan televizyonlu günlere gelindiğinde evlere giren bu yeni teknolojik aygıtın sadece bir eğlence ve magazin aracı olmadığı yıllar sonra çok daha açık şekilde anlaşıyordu. Bu konuda George Gerbner 1970'li yılların başında yaptığı çalışmayla ortaya koyduğu Ekme Kuramı, televizyonun insanların bilinçaltlarına yönelerek onları yönlendirdiğini; kitle iletişim araçlarıyla insanların dünya görüşünün ve gerçeği algılama biçimlerinin değiştirilebildiğini ortaya koymuştur (Bak vd., 2020). Televizyon ve şiddet ilişkisini yaptığı uzun soluklu çalışmayla ortaya koyan Gerbner'in ele aldığı konular iletişim çalışmaları alanında önemli bir başlık oluşturmakta, konuyla ilgili yapılan çalışmalar dijitalleşmenin hayatımıza girmesiyle dijitalleşme ve şiddet konusuna yönelmiş durumdadır.

Televizyondaki kurgusal olayları gerçek dünyada olan olaylarla karşılaştırma ya da benzerlik kurma çabası televizyon seyircisinin benzer bir dünya içerisinde yaşadığı hissini ona vermektedir. Televizyonun insanı kendi evinde seyirci konumuna yerleştirdiği, televizyon insan ilişkisinde aslında yeni olan sadece insanın kendi evinde bir ekranın önüne seyirci olarak konumlanması değildir. Televizyon artık, seyredenine ona ayırdığı zamana göre kendi sosyal gerçekliğini ve dünyayı algılamasını oluşturmada önemli bir etken olmaktadır (Morgan'dan Akt., Özer, 2017, s. 12).

Televizyonun insanların evlerine dâhil olmasıyla birtakım yeni alışkanlıklar ve nitelikler ortaya çıkarken kimi alışkanlıklar ve nitelikler de insan yaşamından uzaklaşarak “eski” olmak niteliğini kazanıyordu. Bu durum kuşkusuz, tıpkı günümüzde mobil telefon-insan ilişkisinde olduğu gibi, gündelik hayatın televizyona göre şekillenmesine neden olmuştur. Aslında bu durum, mobil bağlantısı olmadığında bağımlılık benzeri tepkiler veren insan davranışıyla benzerlik göstermekteydi.

Bir Toplumsal Kurum Olarak Aile

Literatür taraması ve bu konuda yapılmış araştırmalara dayanarak toplumsal örgütlenmenin ve toplumsal kurumlaşmanın temel birimi olarak ailenin birtakım işlevleri üstlendiğine dikkat çeken Kır (2011, s. 399) ailenin şu işlevlerini vurgulamıştır: *Biyolojik işlev, Psikolojik işlev, Eğitim işlevi, Toplumsal işlev, Ekonomik işlev.*

Ailenin işlevlerini çalışma bağlamında ortaya konan tespitler üzerinden ele aldığımızda geleneksel aileden modern dönemlerdeki aile anlayışlarına dek bu işlevlerin farklı yoğunlukta da olsa benzer şekillerde işlevler üstlendiği görülecektir. Her durumda aile üyeleri arasındaki işlevler farklılaşsa da aile, bu işlevlerin yerine getirildiği bir toplumsal kurum olarak varlığını devam ettirmiştir. Ailenin varlığı onu bir arada tutan inanç, kültür, psikososyal gerçeklikler, ekonomik ve toplumsal birtakım ilişkilerle görünür olmuş, kimi zaman kendi dışındaki etkilere maruz kalarak (salgın dönemleri, savaş dönemleri, kıtlık dönemleri gibi) sarsıntı geçirmiş olsa da her daim kendini toparlamayı ve toplumsal yapının en önemli yapı taşı olma özelliğini korumuştur.

Toplumsal bir kurum olarak üyelerinin kan bağıyla birbirine bağlı oldukları aile, kendi içerisinde birtakım işlevler üstlenmiştir. Bu işlevlerin yerine getirildiği bu birliktelik toplumsal yapı içerisinde yer alan bir sosyal grup olarak toplumsal değerlerle de etkileşim içerisinde. Bu özelliğiyle dış etkilere açık olmasına rağmen üyelerinin sahip olduğu inanç değerleri, kültürel değerler ve toplumsal ilişki biçimleriyle toplumsallaşma bağlamında da geleceğe umutla bakılmasına yönelik çabalar sergilemiştir aile. Modern dönemlerde olabildiğince küçülen aile yapısı geleneksel değerlerden uzaklaşmaya başlasa da yeryüzü coğrafyasında aile her daim birlik ve beraberliğin, toplumsal dayanışmanın en görünür olduğu bir yapı olarak dikkat çekmiştir. Bilindiği üzere toplumsal değişimler anlık değişimler olmayıp süreç içerisinde gerçekleşen ve değişimin çok açık şekilde hissedilmeyeceği şekilde gerçekleşir. Tarih insanoğluna anlık kırılmaların, ani değişimlerin olduğu dönemleri de yaşatmıştır. Ancak tarihin her döneminde toplumsal değişimler ve dönüşümler hızlı ve beklenmedik şekilde gerçekleşmemiştir.

Gutenberg'in matbaayı icat etmesi, toplumsal yapıda gerçekleşen değişimlere etkisi, Rönesans'a ve Reform'a giden sürecin başlangıcını oluştursa da uzun yıllara dayanan ve Rönesans ve Reform hareketlerine giden süreç birkaç nesil boyunca devam edegelmiştir. Günümüzde düne göre toplumsal değişimlerin geçmişten daha hızlı, daha farklı boyutlarda ve sürekli artan bir hızla gerçekleştiği inkâr edilemez bir gerçektir. Bu gerçeklik bugün dijitalleşme adı verilen bir değişimin adı olmuştur.

Dijitalleşme ve Aile

Dijitalleşmeyle hayatımıza birçok kavram girmiştir. Sosyolojik bir gerçeklik olarak her değişim kendi kavramlarını üretmekte olup bu kavramlar insana ve hayata ilişkin yeni adlandırmalar, yeni tanımlamalar ortaya koymaktadır. Dijitalleşmeyle hayatımıza giren kavramlar bilişim teknolojileri ve insan ilişkisini farklı yönlerde farklı boyutlarda etkilemiştir. Bu etkileşim tek yönlü olmamıştır. Çok boyutlu bir etkileşim söz konusudur. Öyle ki bugün dijitalleşme etkisiyle oluşan ve üreten tüketici ya da tüketen üretici anlamında kullanılan *prosumer* kavramı bir hâlin ortaya konmasıdır. İnsan bu durumda bir içeriği hem üretmek hem tüketmektedir. *Prosumer* konumunda olan insan aynı zamanda dijital mecralarda, sosyal ağların sahipliğini elinde bulunduranların da işçisi olmaktadır. Sadece bireysel anlamda değil çok farklı boyutlarda insanın, ailenin, toplumların sosyal, psikolojik, kültürel değerler, inanç değerleri, eğitim, ekonomik tutumlar, ideolojik yönelimler vb. birçok konuda medya içerik sunucularının ve Büyük Veri'ye sahip olanların yönetme ve yönlendirme etkileri söz konusu olmaya başlamıştır. Dijitalleşme sosyal ağlar ve medya içeriklerinin paylaşımına sokulduğu her mecra da çok yönlü iletişime ve etkileşime açık ortamları da oluşturmuştur. Bu ortamlar eğitimden eğlenceye, magazinden kültüre, uygulamadan bizatihi parçası olunan kimi sanal gruplara kadar birçok mecra şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Bu mecraların We Are Social ya da Hootsuite gibi ajansların ulusal ve uluslararası ölçeklerde ortaya koydukları internet istatistikleri göz önüne alındığında dijitalleşme ve sosyal ağların hangi boyutlarda ne tür kullanıcılarla ve nasıl kullandığıyla ilgili ortaya çıkan istatistiksel verilerin dijitalleşme etkilerini anlamamıza yardımcı olacağı açıktır. Ülkemizde TÜİK tarafından belirli aralıklarla uygulanan saha araştırmaları da benzer şekilde dijitalleşme etkisinin kullanıcı ve kullanım düzeyleri hakkında bilgi vermektedir. Örneğin aşağıdaki tablo 2024 yılına ait Bilişim Teknolojileri Kullanımı hakkında yapılmış bir araştırma olarak dikkat çekmektedir.

	(%)								
Bilişim Teknolojileri	6-15			6-10			11-15		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
İnternet Kullanımı	91,3	92,2	90,3	87,9	88,1	87,7	94,7	96,4	93,0
Sosyal Medya Kullanımı	66,1	68,1	64,0	53,5	53,8	53,3	79,0	82,8	75,1
Cep Telefonu/Akıllı Telefon Kullanımı	76,1	76,9	75,3	66,3	65,8	66,7	86,2	88,3	84,0
Bilgisayar Kullanımı	50,3	52,3	48,3	45,9	47,1	44,7	54,9	57,6	52,0
Dijital Oyun Oynama	74,0	82,8	64,8	75,7	80,6	70,6	72,2	85,0	58,7

Tablo 1. Cinsiyete ve Yaş Grubuna Göre Çocukların Bilişim Teknolojileri Kullanım Oranı, 2024

Tablodaki veriler çocuk yaş gruplarında bilişim teknolojileri ve sosyal medya kullanımı oranlarını ortaya koymaktadır. Burada çocuk nüfusun bilişim teknolojilerine olan yatkınlığı ve kullanıcı düzeyindeki oranlar sevindirici bir durum olarak görünse de, kullanım istatistiklerinin hangi içeriklerin hangi yaş gruplarınca nasıl tüketildiği sorusu önem kazanmaktadır.

Bugün düne göre medyayı farklı kılan ve geleneksel medyadan ayıran birçok temel özellik vardır. Ancak amaçları itibarıyla değerlendirildiğinde medyanın geçmişe nazaran dijitalleşmenin etkisi ve sunduklarıyla daha üretici, daha etkileyici, daha paylaşımcı, daha hızlı şekilde ilerleyen etkileri olduğu en belirgin ve öne çıkan özelliklerdir. Dijitalleşmeyle ortaya çıkan kavramlar ne sadece bireyi ne sadece aileyi ne de sadece toplumu ilgilendiren kavramlar değildir. Bu kavramlar küresel bağlamda hemen her şekliyle bireyden topluma, aileden kültürel değerlere, yerel olandan evrensel olana birçok alanda etki oluşturan ve hızlı sonuçlar doğuran kavramsallaştırmalardır. Geleneksel medyayla ya da dijitalleşmeyle ortaya çıkan yeni medya mecralarında oluşturulan etki her zaman bir içerik tüketimi, bir tercih durumu ortaya çıkarmıştır. Nitekim dijitalleşmeyle post-truth kavramının hayatımızda yer edinmesi belki bir anda gerçekleşmiş bir durum olmasa da modern zamanlardan post-modern zamanlara giden süreçte insan, post-truth kavrayışla birlikte modern bilimin modern teknoloji olarak somutlaşarak git gide hayatın bütün alanlarında bir dönüşüme yol açtığı ve niceliğin nitelik üzerinde egemenlik oluşturduğu bir hâli yaşamaya başlamıştır (Oruç, 2021, s. 23). Reyting oran-

larının, beğeni almanın, paylaşım yapmanın, dijital mecralarda ortaya çıkan yeni görme ve görünme biçimlerinin olabildiğince hızla arttığı ve etkileşim oranlarına göre ekonomik kazançların elde edildiği bir dünyada *Sharenting*, *Kidfluencer* kavramlarının yanı sıra Annelik blogları olarak ortaya çıkan, sunulan içeriğin hangi değerlendirmeler ve hangi ölçütlere göre bir tercih etme durumunun söz konusu olduğunu Manovich'in de belirttiği gibi daha önce tanımlanmış olanlardan hareketle yeni bir şey ortaya koyma şeklinde gerçekleşen seçmenin mantığı (Manovich, 2023, ss. 115-120) kullanıcıyı/içerik tüketicilerini en genel ifadesiyle kendilerine rağmen beklenmedik bir anda, beklenmedik görünümüler altında sunulanı tercih etme durumuna getirmektedir.

Medya ve aile ilişkisi, medya içerik üreticilerinin hangi önceliklere göre hareket ettiğiyle aile ve aile bireylerinin hangi önceliklere göre hareket ettikleri konusunda ortak bir noktada buluşmalarındaki sorunsallık açısından her zaman ideal olana ulaşamamaktadır. Geleneksel medyanın eğitim, bilgilendirme, kamuoyu oluşturma, eğlendirme, gündem belirleme vb. işlevleri açısından ele alındığında ortaya çıkan durum ile dijitalleşmeyle ortaya çıkan durum her ne kadar medyanın işlevleri açısından kısmi benzerlikler taşısa da sosyal ağları ve içerik oluşumu düşünüldüğünde her bir kullanıcının bir içerik üreticisi olduğu ve bu içerikleri hangi gerçeklikleri hangi düzeylerde barındırdığı her zaman tartışmalı olacaktır. Hemen her türden bilginin, içeriğin metin, ses ve görüntü düzeyinde her şekilde yer aldığı dijital mecralarda aile ve aile bireylerinin bu içeriklerden olumlu ya da olumsuz etkilenmeksizin kalması mümkün değildir.

Bugün televizyonlarda gündüz kuşağı programları olarak adlandırılan programların onca yaşanmışlık üzerinden cımbızla seçer gibi kimi öznel olayları genele yayma görüntüsü veren formatları sadece seyredenler açısından değil, o programların içeriğinin konuşulması, yaygınlaşması ve yayılması açısından da bir döngüsel durum oluşturmaktadır. Televizyon içeriklerinin tek yönlü bir iletişimle bir tür içerik pazarlaması oluşturmaya çalıştığı bir dünyada televizyon izleyicilerinin kumanda program tercihi gibi kısır değerlendirmelere mahkûm edilmesi çok da anlaşılabilir bir durum değildir. Hemen her içeriğin bir tür eğitim formasyonu olarak tüketilmesi söz konusudur. Bu durum içerik üretiminin ve onun hangi mecralarda hangi formatta paylaşılması sorusunun önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Üretilen her içeriğin bireysel ya da toplumsal düzeyde birçok sosyal gerçekliği yeniden şekillendirdiği unutulmamalıdır.

Aile artık geçmişe göre aynı sofrada bir araya gelen anne baba ve çocukların bir aile yuvası içerisinde gündelik hayat ilişkilerini hayatın akışı içerisinde yönettikleri bir kurum olmaktan çıkmakta, üyelerinin her birinin kendisi için bir başka varoluşla aynı veya başka adlarla var olduğu bir sanal varoluşa evrilmektedir. Aile kavramı ve mahremiyet ilişkisi biri diğeriyle oldukça sıkı tanımlama içerirken, dijitalleşmeyle gelineen noktada mahremiyet kavramı geçmişe göre daha farklı bir anlam kazanmaktadır. Mahremiyeti kişinin kendi bireysel tercihleri doğrultusunda neyin dışarıya kapalı neyin dışarıya açık olabileceğine ilişkin (dini, dünyevi, ahlaki, ekonomik, fikri, ailevi, kültürel, duygusal vb.) sınırları kendisinin belirlemesi, göstermesi ve bunun diğerleri ya da ötekiler tarafından kabul edilebilir sınırlar içerisinde bir karşılık bulması olarak tanımlayabilirdik. Ancak bugün gelineen noktada mahremiyet kavramı bilindik sözlük ve kavramsal tanımlarının ötesinde bir zorlamaya, “Tercihlerini mutlaka belli etmelisin.” denilmeye, “Nerede durduğunu açıkça belirt.” şeklinde bir zorlamayla kişilerin davranışlarına, sözlerine, düşüncelerine karşı tavır geliştirilmek için “pusuda beklenen” bir bağlamla tanımlanmaya başladı. İnsanın düşüncesini ve davranışını ya da hangi ortamlarda hangi davranışı göstermesi gerektiğine ilişkin baskılayıcı yönde seyreden davranışlar sadece kişisel mahremiyete saygısızlık değil, bu yönde kişiler üzerinde o kişilerle irtibatlı aile, çocuk, eşler ve hatta ikincil üçüncül derece yakınlarına bile yönelmeye başlamıştır.

Genellemeci bir yaklaşımla kişileri düşünceleri ve davranışları üzerinden kendini ifşa etmeye zorlama ve onun mahrem sınırlarını ortaya koymaya yönelik baskıcı tutumlar insanın mahremiyet duygusunu tüketmekle kalmamakta topyekûn bir ilişki ağını da linç etmeye yönelik bir kültürün oluşmasına yol açmaktadır. Aile bireylerinin bu yönde uğradığı mağduriyetler sık sık gündeme gelmekte bu durumdan da en çok çocuklar zarar görebilmektedir. Herhangi bir mahremiyet saygısı ya da masumiyet karinesi gözetmeksizin yapılan sosyal medya linçleri aile bireyleri ve özellikle de çocukların hassas ruhlarında derin yaralara yol açmakta, gittikleri okullarda yalnızlığa itilmekte ve daha o yaşlarda yalnızlaşmanın ve ötekileşmenin en derin ve acı tecrübelerini onlara yaşatmaktadır.

Sonuç

Medya gerek geleneksel medya olarak gerekse yeni medya bağlamında takip edenler açısından içerik pazarlaması ya da sunumuyla birçok işlevi bir arada yerine getirmektedir. Bu işlevleri medya ve aile ilişkisi bağlamında ele aldı-

ğımız medyanın öncelikleriyle aile ve aile bireylerinin öncelikleri arasındaki tercih etme durumu her zaman sınırları kesin belli olan bir uyum oluşturmamaktadır. Ürettiği etki açısından medya dijitalleşmeyle insan hayatını daha da yoğun bir etkiye maruz bırakmıştır. Çocukların ebeveynleri tarafından bir tüketim nesnesi olarak değerlendirilmesi ve bunun medya üzerinden gerçekleşmesi medyayı sorumluluk altına sokmayacaktır elbette. Ancak medya sahipliğinin ister dijital ister geleneksel medyada olsun bu araçsallaştırmada hangi ilkeleri hangi amaçları gözettiği ve kime neyi ne kadar nasıl sağladığı medyanın kendi etik değerleri içerisinde ele alınması gereken bir konudur.

Dünün mağduriyet anlayışları bugün ortadan kalkabiliyorsa bu sadece toplumsal değişimle izah edilebilecek bir durum değildir. Bu aynı zamanda toplumsal değişime kimin nasıl yön verdiğiyle de alakalı olarak değerlendirilmelidir. Elbette toplum durağan değildir ve değişimin kendisi her zaman için inkâr edilemez bir gerçeklik olarak var olacaktır. Burada üzerinde durulması gereken bu değişimin topluma rağmen yapılıp yapılmadığıdır. Toplumsal değerleri yok sayan toplumun değerlerine rağmen başka değerleri dayatan her türlü içerik hangi mecrada üretilirse üretilsin sorunları da beraberinde getirecektir.

Bu sorunların en yoğun hissedileceği toplumsal yapının en önemli birimi hiç kuşkusuz ki ailedir. Aile sadece bir kavram olarak değil aynı zamanda bir içerik nesnesi olarak 21. yüzyılla birlikte sosyal ağların etkisiyle ortaya çıkan sosyal medyada geleneksel medya dönemlerinde yer aldığından çok daha farklı boyutlarda, farklı içeriklerle, farklı başlıklar altında ve farklı etkilere maruz kalacağı dönemi yaşamaktadır. Aile artık sosyolojinin, psikolojinin geleneksel tanımlarının ötesinde yeni bir duruma evrilmiştir. Bu yeni durum bilinen anlamların çok ötesinde bir aile tanımıyla bizleri karşı karşıya getirmiştir. Sosyal bilimlerin birçok alanı artık tek bir disipline özgü kavramsal tanımlamaların ötesinde disiplinler arası bir çaba içerisinde toplumsal birçok konuyu yeniden ele almak ve yeni tanımlamalarla konuyu anlaşılır kılmak durumundadır. Medya aile ilişkisi sadece maruz kalma ilişkisi olarak değerlendirilmemeli, aile bireylerinin hemen hepsinin aynı zamanda birer içerik üreticisi olduğu gerçeği de göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla geleneksel dönemlerdeki medya etkisinin dijitalleşmeyle oluşan etkiyle aynı olmadığı, bu etkinin hangi sonuçları doğurduğu sadece sonuçlar üzerinden değil, o etkiyi oluşturan içerikler üzerinden de anlaşılmalı çalışılmalıdır.

Kaynakça

- Bak, G., Altıntop, M., & Bak, A. (2024). George Gerbner'in genel iletişim modeli, kültürel göstergeler ve ekme kuramı. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences (JOSHAS)*, 6(25), 484-492.
- Kır, İ. (2011). Toplumsal bir kurum olarak ailenin işlevleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(36), 381-404.
- Manovich, L. (2023). *Yeni Medyanın Dili*. İstanbul: AA Kitap.
- Oruç, M.S. (2021). *Post-Truth Durum -Sosyal Medya Çağında Bilgi ve Doğruluk-*. İstanbul: Mahya Yay.
- Özer, Ö. (2017). Medyada şiddet kullanımı: şiddet ekonomisi, medyanın ideolojik şiddeti ve yetiştirme kuramı açısından bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, (27), 1-19.
- TÜİK, (2024). *Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. Erişim Adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi> Erişim Tarihi: 10.05.2025



Kaynak: Getty Images