

Araştırma Makalesi/Research Article

Geliş Tarihi/Received: 13.03.2024

Kabul Tarihi/Accepted: 17.05.2024

Yayın Tarihi/Published: 30.06.2024

Modernleşme Sürecinde Dijital Medyanın Aile Üzerindeki Etkileri

GÜLYAŞAR ŞEN

Türkiye Diyanet Vakfı

gulkagem@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0003-5715-0560>

AYTEN EROL

Doç. Dr., Ankara Sosyal Bilimler
Üniversitesi, İslami Araştırmalar
Enstitüsü, İslam Ekonomisi ve
Finansı Bölümü

ayten.erol@asbu.edu.tr



<https://orcid.org/0000-0002-0787-4865>

ÖZ

Modernleşme, toplumların ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal yapılarında meydana gelen karmaşık ve geniş kapsamlı değişimleri ifade etmektedir. Sosyal iletişim, tarihte uzun bir süre sadece yüz yüze iletişim şeklinde süre gelmiştir. Fakat insanoglu bilgiyi en uzaklara yaymanın farklı yollarını her zaman bulmuştur. Yazının icadı ile birlikte sözlü kültürün yerine yazılı kültür geçerken, iletişim teknolojinin gelişimi ile de yazılı kültürün yerine görsel kültür geçmiştir. Mutlaka yaşanan her değişim ve dönüşüm, faydasının yanında bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Özellikle televizyonun varlığıyla başlayıp internetin insan hayatının her alanına girmesiyle devam eden bu süreçte, görsel kültürün etkisiyle kişi ve toplumlar yeniden şekillenmeye başlamıştır. Her geçen gün dijital medya ortamlarının artmasıyla birlikte, aile üyelerinin her biri dijitalleşmeden bir şekilde nasibini almaktadır. Bu etkileşimin sonucu olarak da sosyal ilişkilerle birlikte, bireysel ve en başta da aile içi ilişkiler değişim ve dönüşüme uğramaktadır. Bugün dijital çağın bireyleri yoğun bir şekilde medya mesajlarına maruz kalmakta ve hayatlarını medyadan öğrendikleri bilgiler ışığında şekillendirmektedir. Bu sebeple, dijital medyadan gelen mesajları bilinçli bir süzgeçten geçirerek doğru algılanması önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmıştır.

Buradan hareketle bu çalışmada, dijital medyanın modernleşme döneminde aile bireyleri üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri imkânlar nispetinde incelenerek sonuçları analiz edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aile, dijital medya, değişim ve dönüşüm, modernleşme, teknoloji

Atıf/Citation

Şen, G. & Erol, A. (2024). Modernleşme Sürecinde Dijital Medyanın Aile Üzerindeki Etkileri. *KAİDE Dergisi*, 2(1), 1-30.
Şen, G. & Erol, A. (2024). The Effects of Digital Media on the Family in the Modernization Process. *Journal of KAİDE*, 2(1), 1-30.



Bu makale iThenticate programıyla taranmıştır.
This article was checked by iThenticate.

The Effects of Digital Media on the Family in the Modernization Process

ABSTRACT

Modernization refers to the complex and comprehensive changes that occur in the economic, social, cultural and political structures of societies. For a long time in history, social communication has existed only in the form of face- to-face communication. However human beings have always found different ways to spread information to the farthest distances. While written culture replaced oral culture with the invention of writing, visual culture replaced written culture with the development of communication technology. Every change and transformation has brought with it some problems as well as its benefits. In this process, which started with the invention of television and continued with the penetration of the internet into every aspect of human life, people and societies began to be reshaped, especially with the influence of visual culture. As digital media environments increase day by day, each family member gets their share of digitalization in some way. As a result of this interaction, along with social relations, individual and especially family relations undergo change and transformation. Today, individuals of the digital age are intensively exposed to media messages and shape their lives in the light of the information they learn from the media. For this reason, it has become an important need to correctly perceive the messages coming from digital media by consciously filtering them.

Based on this, in this study, the positive and negative effects of digital media on family members in the modernization process were examined within the scope of possibilities and the results were tried to be analyzed.

Keywords:

Family, digital media, change and transformation, modernization, technology

Giriş

Modernleşme, toplumların ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal yapılarında meydana gelen karmaşık ve geniş kapsamlı değişimleri ifade etmektedir. Sanayileşme, kentleşme, demokratikleşme, akılcılaşıma, bireyselleşme vs. gibi birçok değişim süreçlerini kapsamaktadır (Solmaz, 2011, s. 201). Bu bağlamda, tarihin tüm aşamalarında aile sürekli bir değişim ve dönüşüm halinde olmuştur. Bu değişim ve dönüşümler kimi zaman yavaş kimi zaman ise çok hızlı gerçekleşmiştir. Bu hızlı ve köklü değişimler ise genel de sancılı olmuştur. Fakat değişmeyen tek şey toplumların aile kavramına atfettiği değer ve onu korumaya yönelik aldığı tedbirlerdir. İslâm dinine göre aile, bireyin kendini güvende hissedip huzur bulduğu (Rûm, 30/21) bir yuva kabul edilmekle beraber neslin devamını sağlayan en önemli sosyal koruma aracıdır (Erol, 2018, s. 52).

Aile içindeki sağlıklı iletişim, öncelikle anne-babanın birebirde kurduğu iletişim diliyle doğrudan ilgilidir. Doğru anne-baba iletişimi, beraberinde sağlıklı çocuğu da getirmektedir. Dolayısıyla yine sağlıklı aile, doğru iletişim dilini kurabilen ailenin içinde yetişen çocuklarla ancak mümkün görünmektedir. Bu sebeple toplumda ailelerin varlıklarını sağlıklı bir şekilde ayakta tutabilmesi için kişiliği ve fikri güçlü nesillerin yetiştirebilmesinin önemi her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Burada da en büyük görev ebeveynlere ve eğitimcilerimize düşmektedir.

Özellikle, Toffler'in dünyanın büyüsunü bozan; "sanayi devrimi, teknoloji, devrimi ve bilişim çağı" olarak adlandırdığı üç dalga, günlük hayatımızın şekillendirilmesinde önemli bir güce sahiptir. Bu saatten itibaren dünya önceki dünya değildir ve eski gelenekli yerel hayatlar, adet ve göreneklerin beraberinde inançlar, toplumdaki yerlerini başka anlayış ve kabullere bırakacaktır. (Ebuzer, 2017, s. 81) ifadesi düşünüldüğünde, yetişkinlerin dijital medya konusunda yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olması gerekmektedir. Çünkü, kişi ve toplumlar üzerinde olumlu-olumsuz güçlü izler bırakan medya, her dönemde toplumları birbirinden farklı argümanlarla etkilemeyi başarmıştır.

Günümüzde medyanın, sosyal hayata dair literatürde yer verilen tanımlamaların çok uzağında bir biçimde yer aldığı da gözlemlenmektedir. Medya özellikle eğitim başta olmak üzere kültürel, ekonomik ve demokratik anlamda az gelişmiş toplumları akıl almaz bir hızda olumsuz mecralara sürükleyebileceği gibi, yine aynı toplulukların gelişiminde de büyük rol

aldığı görülmektedir. Bu doğrultuda görülüyor ki, bugün medya bir anlamda bütün demokratik fikirlerin de ilerisinde tahmin edilenden çok daha ciddi bir güce sahip olarak yerini almış durumdadır.

Yıllardır televizyon aracılığıyla yapılmaya çalışılan görsel ve işitsel mesaj kodları uygulamaları, günümüzde yeni medya alanında kendini göstermeye başlamıştır. Üstelik bu yeni dijital iletişim teknolojileriyle istenilen büyük hedef kitlelere ulaşabilmek daha basit ve zahmetsiz hale dönüşmüştür. “Çünkü kitle artık ‘cepte’ dir. Geleneksel medyanın yerini almaya başlayan ve gündelik yaşantımızın bir parçası haline gelen bu yeni teknolojiler ve onlara bağlı uygulamalar, medyayı da şimdiye kadar görülmemiş bir şekilde değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Bu sebeple yeni medyayı kullanmak, anlamak ve yeni medya okuryazarı olmak, başta çocuklar olmak üzere bireyler açısından ve dolayısıyla toplumsal açıdan büyük önem kazanmıştır” (İnce, 2019, s. 3).

Bu bağlamda, yediden yetmişe günlük hayatımızın rutinleri arasında yer alan medya aygıtları; tüm dünya üzerindeki etkileşim hızını ve alanını düşündüğümüzde üzerine konuşulması gereken acil bir görev olarak ortada durmaktadır. Dijital medya bugün, tüm insanlık aleminin kullanmakta olduğu iletişim araçlarının en başına oturmuş ve dünyayı küçük bir köy konumuna getirmiş bulunmaktadır. Dolayısıyla, her teknoloji aygıtı gibi medya, bilinçli kullanıldığında aile ve toplumların gelişimine katkı sağlayabilecek donanıma sahiptir. Fakat bunun beraberinde medyanın aile bireyleri arasındaki derin hasarlar üzerinde konuşulması ve çalışılması gereken önemli bir konu haline dönüşmüştür. Bu doğrultuda, medya kullanımı noktasında bireylerin bilinçlendirilmesi ve doğru kullanma alışkanlıklarının edindirilmesi önemli bir ihtiyaç olarak gündemdeki yerini korumaktadır.

Günümüzde dijital teknolojinin günlük hayatımızın vazgeçilmez unsuru haline gelmesiyle birlikte, selfie başı çekmek üzere internetten dizi filmlere, oyunlardan sosyal medyaya varan birçok bağımlılık çocuklar ve gençler başta olmak üzere tüm aile bireylerini tehdit eden bir hale gelmiş görünmektedir. Aileler bir taraftan çocuklarını dijital medya araçlarına teşvik ederken diğer taraftan da yeni teknoloji kullanımından kaynaklı olumsuz sonuçlardan da endişe duymaktadır.

Bu kapsamda Bakanlıklar, STK’lar ve Üniversiteler konunun önemine ve güncelliğine yönelik önemli çalışmaları yürütmektedir. Tüm bu hususlar düşünüldüğünde ilgili çalışmalara

destek olmak ve konunun önemine binaen akademik literatüre katkı sağlamak amacıyla çalışmamızda özellikle son yıllardaki güncel kaynaklara yer vermeye özen gösterilmiştir. Böylece modernleşme sürecinde medyanın avantaj ve dezavantajlarını yapılan çalışmalar üzerinden ortaya koyarak sorunların çözümü noktasında hem bireysel hem de kurumlar tarafından yapılabilecek gerçekçi öneriler sunulmaya çalışılacaktır.

Bu makalede, öncelikle modernleşme sürecinde dijital medyanın kavramsal çerçevesi üzerinde durulacak, daha sonra modernleşme sürecinde dijital medyanın aile üzerindeki etkileri; aile içi ilişkiler, ebeveynlik, çocukların gelişimi, eğitim ve öğrenmeye etkisi, birey ve toplum üzerindeki psikososyal etkileri, bağımlılık, gizlilik ve siber güvenlik, zaman yönetimi, günlük yaşam, mahremiyet, dini ve ahlaki değerler üzerinden etkileri imkânlar nispetinde ele alınmaya çalışılacaktır. Böylece aile bireylerinin modernleşme sürecinde dijitalleşmeye geçiş süreçlerinin en sağlıklı şekilde uyumuna mütevazı bir katkı sunulması hedeflenmektedir.

1. Dijital Medyanın Kavramsal Çerçevesi

1.1. Dijital Medyanın Tanımı ve Mahiyeti

Sosyal medya, kişilerin karşılıklı bilgi, fikir ve ilgilendikleri alanları paylaşma suretiyle etkileşim sağlamalarına zemin hazırlayan çevrimiçi araç ve web siteleri olarak tanımlamaktadır (Solmaz ve Görkemli, 2012, s. 183). Ayrıca sosyal medya, bireylerin online olarak bir araya gelip paylaşımında bulunarak, tartışıp iletişim kurdukları ortak alanlar olarak adlandırılmaktadır (Salman ve Eroğlu, 2017, s. 273).

TDK'na göre ise medya: "iletişim ortamı" ve "iletişim araçları" olarak tanımlamaktadır (Türk Dil Kurumu, t.y.). Sosyal medya, Web 2.0'ın teknolojisi üzerine oluşturulmuş ve kullanıcıların her türlü bilgi alışverişini istedikleri zaman diliminde en hızlı ve kolay şekilde etkileşim kurmasına fırsat sunan bir ortam sunmuştur. Dolayısıyla bütün ifadelerden sosyal medyanın farklı şekillerde tanımlandığı anlaşılmaktadır.

Sosyal medyayı diğer dijital platformlardan ayıran en belirgin özellik, içeriğini birebir kullanıcılarının hazırlamasına fırsat vermesidir. Bugünkü haliyle sosyal medyanın ilk kullanılması, 1998 yılında Bruce ve Susan Ableson'un online günlük metinlerini ortak bir alanda bir araya toplayan "open diary" adlı siteyi oluşturmalarıyla başlamıştır. İlgili sitenin oluşmasıyla "blog" sözcüğü literatüre sokulmuş ve kişiler bloglar sayesinde, yaşam

tecrübeleriyle birlikte üretmiş oldukları tüm ürünleri daha çok insan ile paylaşma fırsatı bulmuştur. Bu sayede internet erişiminin her geçen gün daha da gelişmesiyle birlikte sosyal medyanın insanlar arasındaki yaygınlığı da buna paralel olarak artmıştır (Akar, 2021, s. 287).

Dijital sosyal medya ortamları günümüzde, modern etkileşim aracı olmakla birlikte fiziki değilse de kullanıcıların sanalda bir araya gelmesine ortam hazırlamıştır. Bu zeminde yeni iletişim modelleri oluşturarak, bireylerin yepyeni sosyalleşme şekillerinin meydana gelmesine fırsat sunmuştur (Poster, 1997, s. 209).

Kullanıcılar, Instagram ile hem kendi fotoğraf ve video çekimlerini paylaşabilmekte aynı zamanda dünyanın bir ucundaki farklı kullanıcıların paylaşımlarını da takip edebilmektedirler. Kurulduğu 2010 senesinde Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından sadece video ve fotoğraf paylaşım sitesi olarak oluşturulan Instagram, 2012 yılında Facebook tarafından satın alınmıştır. İlk dönemlerde IOS aracılığıyla ücretsiz hizmet verirken, 2012 yılından sonra Android sistemine sahip tüm akıllı telefonlarda da kullanıma sunulmuştur. Instagram'da paylaşım sunulan tüm materyaller aynı zamanda, Twitter, Facebook, Tumblr vb. pek çok sosyal platform ağında paylaşım sunma fırsatı vermektedir. Aynı zamanda görsel içeriklerde hashtag “#” simgesiyle ilgili mecrada gündem oluşturmakla birlikte gündemdeki içerikleri arama yapıldığında, ortak bir dilde tasnifleme şansını sunmaktadır. Paylaşımlara eklenen “@” simgesiyle de aynı zamanda olaydan haberdar olması istenilen kullanıcıya da bilgi verilmektedir.

Sosyal medya mecralarının en önemli özellikleri arasında kullanıcıların, sadece pasif izleyici değil var olan içeriklerin de üretiminde bil fiil yer almış olmasıdır. Yani birey, nesne olmanın ötesinde artık sosyal platformlar aracılığıyla konunun öznesi haline gelmiş durumdadır.

1.2. Dijital Medyanın Çeşitleri

Günümüzde, klasik ve dijital olarak ikiye ayrılan medyanın genel olarak, toplumları bilgilendirerek haberdar etmenin yanında eğitme ve eğlendirme gibi birtakım görevleri yerine getirdiğini rahatlıkla söyleyebiliriz.

McLuhan'a göre, dünyanın her tarafı görüntülerle ve mesajlarla kaplanmıştır ve televizyon sayesinde zaman ve mekân sınırlamaları ortadan kaldırılarak dünyanın her yerindeki

olaylardan anında haberdar olmak mümkün olmaktadır (Yaylagül, 2019, s. 69).

Dijital medya ile klasik medyanın en belirgin ayrılan yönü ise klasik medyanın analog, dijital medyanın ise bilgisayar tabanlı bir alt yapıya dayanmasıdır. Buna göre, “dijital medya, bilgisayar ortamında sayısal olarak kodlanmış her türlü ses, video, yazı ve fotoğraf içeriğini ve benzeri materyali ifade eder. Bilgisayar programları, oyunlar, dijital ses dosyaları, e-kitaplar, dijital medya materyalleri arasında akla ilk gelenlerdir. Dijital medya terimiyle insanların elektronik, yani bilgisayar ve benzeri cihazlarla, dijital olarak iletişim kurma şekilleri kastedilir. Bu anlamıyla elektronik ortamda bulunan her tür kitle iletişim aracını dijital medya tanımına dâhil etmek mümkündür” denilmektedir. (Kanat, 2016, s. 531). Bunun beraberinde klasik medya ile dijital medya arasında araştırmalara bakıldığında ciddi farklılıklar olduğunu da söyleyebiliriz. En büyük farklılığın başında ise bilginin daha hızlı ve daha çok kişiye ulaşması gelmektedir.

1.3. Dijital Medyanın Önemi

Teknoloji ve sanayi başta olmak üzere bilim dallarında ortaya konan yenilikler küreselleşmeyi etkileyerek iletişim alanındaki araçların gelişip büyümesi zorunluluğunu da beraberinde getirmiştir. Dijital medya iletişim araçlarının tarihi serüveni yazının icadı ile başlayıp matbaadan telgrafa, telefonda radyoya, televizyondan bilgisayara, internetten sosyal medyaya kadar (e-postalar, podcastler, bloglar, web siteleri, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram) çeşitli çevrim içi mecraların eklenmesi ile günümüzdeki halini almıştır.

Dijital kitle iletişim araçları ile bireylerin her türlü bilgiyle karşı karşıya kalması ve buna dair hiçbir kontrol sisteminin olmaması birey ve toplumlarda; sağlıktan psikolojiye, siyasetten ekonomiye, bilimden kültüre, eğitim ve değerler gibi birçok alanlar üzerinde olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına neden olduğu yapılan çalışmalarda kendini göstermektedir. Fakat bugün daha detaylı incelemeler yapıldığında en çok etki alanına aldığı olgunun aile değerleri olduğu gerçeği de üzerinde hassaslıkla durulması gereken önemli bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır.

Her yaş ve cinsten kişinin kendine yer bulduğu sosyal medya platformları, her geçen gün çeşitliliklerini artırarak daha çok insana ulaşmayı başarmıştır. McLuhan'ın dijital medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte elektronik ortamda birbirinden çok uzak yerlerde bulunan insanların

iletişimlerinin daha kolay ve anlık olmasıyla dünyanın küçük bir topluluk olacağına inanmasına olan inancını tanımlayan “Küresel Köy” ifadesi (McLuhan, 1962, s. 31) de bugünün sosyal medyasına bu doğrultuda gönderme de bulunmak isabetli görünmektedir.

Bu etkileşimin sanal düzlemde olması sebebiyle kişilerin karşılıklı uzaklaşmasına neden olacağına dair çeşitli fikirler ortaya atılmaktadır. Mesela, sosyal medyanın, albenisi nedeniyle kullanıcılarda bağımlılık oluşturmasının beraberinde getirdiği sorunlar bireylerarası iletişimlerde kopukluklara sebebiyet vermesi hiç de uzak bir ihtimal görünmemektedir.

Dünyaca ünlü sosyal medya araştırma şirketi “We Are Social” ın yayınladığı “Digital in 2020” raporuna göre Türkiye, Instagramı en aktif kullanan ülke konumuna yükselmiş durumda görünmektedir. Ülkede en çok kullanılan platformlar ise sırasıyla: YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, Facebook Messenger, Snapchat, LinkedIn ve Pinterest yer almaktadır (Cilicks’us Dijital, 2022).

Yıllardır dijital medyaya yönelik eleştirilerin başını, her yaştan ve gruptan kullanıcının internet ortamındaki tüm bilgilere rahatlıkla ulaşabiliyor olması gelmektedir. Bu basit ve kolay ulaşımın getirdiği bağımlılıklar ile gelen tehlikeler çocukların okul ve günlük yaşantılarında kişisel yeteneklerinde ciddi körelmelerine sebep verdiği her geçen gün daha çok gözlemlenmektedir.

Teknolojinin gelişmesi tüm alanları etkilediği gibi iletişim alanında da ciddi değişimlere sebep olmuştur. Bunun beraberinde geleneksel medyada yer alan tek taraflı iletişim şekilleri dijital medya ile yerini çift taraflı iletişim türlerine bırakmıştır. Ortaya çıkan bu yeni medya türleriyle birlikte kullanıcılar tüketici durumdan üretici duruma da dönüştüğü söylenebilir. Bunların en başında da hiç şüphesiz sosyal medya platformları gelmektedir. Dijitaldeki bu dönüşümle birlikte kullanıcı kitlelerinin sosyal medyayı kullanım şekillerindeki davranış şekillerinde de bir değişim söz konusu olmuştur. İnternet ve dijital medya mecralarının yaygınlaşması ve gelişimiyle birlikte medya-toplum ilişkisi sosyal medya mecraları üzerinden yeni bir hal aldığı gözlenmektedir.

2. Dijital Medyanın Aile Üzerindeki Etkileri

2.1. Dijital Medyanın Aile Üyeleri ve Aile Bağlarına Etkileri

Tarihteki tüm toplumlar aile üzerinden kurulur ve yine aile temellerinin gücü ölçüsünde toplumdaki varlıklarını devam ettirirler. Bu sebeptendir ki yüzyıllardır toplumlara ait kültürel değer ve kodların gelecek nesillere aktarma misyonunu aileler üstlenmiştir. Geçmişten günümüze kadar karşılaştığımız tüm toplumsal çıkmazlarımızda aile her zaman bizim en güvenli limanımız olmuştur. Ancak, bu güvenli liman her geçen gün yıpratılmaya ve hedef gösterilmeye çalışılmaktadır. Bugün görüyoruz ki bu yıpratma çalışmalarının büyük bir bölümü dijital medya araçları vasıtasıyla yapılmaktadır. Günümüzde ailelerin değer üretim ve aktarma noktasında aktif olduğu görülen toplumlarda dijital medyanın olumsuz yönde güçlü olma şansı çok azdır. Şayet bunun aksine aile, değer üretme ve aktarma noktasında zayıf durumda kalmışsa medyanın bu noktada var olan boşluğun yerini alması kaçınılmaz hale gelmektedir. Buradan hareketle toplumsal değer üretmeden sadece var olanı tüketmeye odaklanan aile, tükettiği alandaki boşluğu bugün, çeşitli dijital ekranlar vasıtasıyla hazır paket kültür ithali olarak almaya mahkûm kalmaktadır.

Medyanın merkezi olarak yer alan televizyonun en büyük hedefi ailedir. Türkiye de olduğu gibi tüm dünyada televizyon yayımları, aile üzerine projelendirilir ve düzenlenir (Batmaz & Aksoy, 1995, s. 3). Bu sebeple medya araçları arasında televizyon, kültürel oluşuma dönüştürülmüş ilk medya aracıdır diyebiliriz.

Medya araçları arasında şimdiye kadar hem görsel hem de işitsel anlamda gücünü ve etkisini inkâr edemeyeceğimiz televizyonun yerini bugün sosyal medya araçları almıştır. Sosyal medya günümüzde, bireylerin var olan kimliklerini belirtmeden düşüncelerini özgürce sunabileceği sanal bir dünya vadetmektedir. Bu haliyle kişi bazen kullandığı Twitter, Facebook, Instagram gibi dijital mecralarını sosyalleşme vesilesi olarak görmektedir. Sosyal medya ortamlarıyla birlikte bu ortamlar günümüzde bireyin kendini görünür kılmaya çalışarak ortaya sunduğu (Bal & Coşan, 2018, s. 104) tek kişilik bir tiyatro sahnesine dönüşmüş durumdadır. Bu sanal mecralar gerçek dışı kimliklerin yer aldığı, kullanıcıların kafasına göre kimliklere dönüştüğü ve bunun beraberinde getirdiği sanal toplum birlikteliklerine ortam hazırlamaktadır.

Bugün sanal âlemlerle bağlantılı olarak çeşitli oyun, sosyal medya vb. dijital platformlara baktığımızda öne çıkarılan tüm kimliklerin gerçek dışı dijital kimlikler olduğuna şahit

olmaktayız. Bu sahte sanal kimlikler vesilesiyle bireyler, dijital tüm ortamlarda istedikleri gibi at koşturup özgürce hareket edebilmenin sorgusuz tadını çıkarmaktadır. Bu koşulsuz özgürlük, her geçen gün sosyal medya kullanıcı sayısının artmasına da sebep olmaktadır.

Goffman'ın sahne ve toplumlararası iletişim arasındaki analogisinde; bütün toplumlara ait etkileşimlerde, tiyatral bir performans olarak ön bölge ve arka bölgeden bahsetmektedir. (Ritzer & Stepnisky, 2018, s. 76). Sıradan bir kişi; beğenilmek, takdir edilmek, özgür olmak gibi bazı istekleri sonucunda bilinç altında kendi dünyasında kurduğu imajını gerçek hayatta ön plana çıkararak, adeta gündüz hizmetçilik yapan külkedisinin gece prenses oluşu gibi, gerçek dünyasında yapamadıklarını var edebilmenin anlık sevincini yaşamaktadır. Fakat bu sahte kimlikler üzerinden kendine sanal dünyalar inşa eden insanoğlunun gördüğü bu rüyadan bir an önce uyanması konunun toplumsal ciddiyeti açısından elzem görülmektedir.

“Sosyal medyaya gerçek kimliklerini paylaşmayan kullanıcılar açısından bakıldığında; bu ‘sûretsiz iletişim’ ortamı çeşitli nedenlerle kullanılabilmekte ve sosyal medyanın özgür iletişim ortamını oluşturduğu savını bu yönüyle desteklemektedir” (Köksal, 2021, s. 2) sözü dijital medyanın kimliksiz kullanıcılarına atfedilen sûretsiz toplumların çoğalmasına da her geçen gün zemin hazırlamış bulunmaktadır.

Nitekim çocuk ve gençler, başta ailesi olmak üzere ancak çevresiyle olan sağlıklı iletişimi sayesinde bulunduğu toplumun değerlerini özümsemekte ve ortak bir iletişim dilini kullanmaya hazır hale gelmektedirler. Böylece öğrendiği bilgileri kullanarak var olduğu toplumun öz değerlerini gelecek kuşaklara taşıma rolünü üstlenebilirler. Günümüzde insanların yoğun çalışma tempoları nedeniyle aile olarak ancak akşam saatlerinde bir arada vakit geçirebilmesi ve dijital teknolojinin hayatımızın her alanına girmesiyle birlikte çoğu zaman bu kısıtlı birliktelikte bile iletişim kuramadan günü tamamlayan aile modelleriyle karşı karşıya kalınmaktadır.

Sanal âlemdeki gelişmeler yaşamın her yerini olduğu gibi toplumun en temel taşı olan aileyi de etkilemekle birlikte en çok da çocukları etkisi altına almıştır. Bugün, çocukların dijitalle en rahat uyum sağlayan yaş grubu olmasının yanında bu alandaki tehlikelere de en açık ve savunmasız grup olduğu da tartışılmaz bir gerçekliktir. Dijitalleşmenin her geçen gün çok hızlı geliştiği yadsınamaz bir durumdur. Bu hızlı gelişim ve dönüşüm beraberinde anne-babalara yeni sorumluluklar yüklemekle birlikte var olan rollerini de değiştirmiştir. Evlatlarını

koruyup kollama gibi sorumluluklarına yeni görevler eklenen ebeveynlere, internet ortamlarındaki gelişimleri hem takip etme hem de bu teknolojileri kullanabilmeyi öğrenerek yeni medya ortamlarında çocuklarına örnek olabilme adına güncel roller yüklenmiştir.

Daha çok, kişinin internet kullanım sürecini doğru yürütememesi ve kontrol dışı aşırı kullanmadan kaynaklı aile başta olmak üzere iş ve sosyal yaşamında problemler yaşaması olarak tanımlanan internet bağımlılığı, çocuklarda psikolojik ve biyolojik önemli rahatsızlıklara yol açmaktadır. Dolayısıyla çocukları dijital teknolojilerin tehlikelerinden korumak için yetişkinlere de ciddi roller düşmektedir. Bu kapsamda anne-babaların bu alandaki yeterliliklerini ön plana alan “dijital ebeveynlik” kavramıyla karşı karşıya kalmaktayız (Sırakaya & Seferoğlu, 2018, s. 185-186).

Dijital teknolojilerdeki her yenilik beraberinde haberleşme, eğlence, alışveriş gibi pek çok alandaki gelişimlerden yararlanma fırsatını da kullanıcıya sunmaktadır. Böylece küçük yaşlardan itibaren çocuklar ev ortamında dijital tecrübeye sahip olmaktadır. Dolayısıyla anne-babalar, doğru içeriklere ulaşma ve yol gösterme kadına çocuklarının dijitaldeki kullanımlarını takip noktasında daha çok rol üstlenmektedir (Altun, 2019, s. 76).

Her geçen gün hızla gelişen ve değişen teknolojiyle birlikte aile içi tüm bireyler bu değişimden nasibini alacağı öngörülmektedir. Çocukların gelişimi açısından nelerin doğru olup olmadığına dair mücadele etmek, sosyal ağlar ve internetin kullanımına dair güvenlik kaygıları, aile bireyleri arasındaki iletişim ve işyeri-aile zamanının dengeye oturtulması gibi mevzularda kişilere ve ailelere artı ve eksi yansımaları olmaya her zaman devam edecektir. Günümüzde, aile bireyleri arasındaki iletişimlerin dijital medya teknolojileri sebebiyle olumsuz yönde etkilendiği aşikârdır. Yeni medya teknolojilerinin aile içi sosyal iletişimi olumlu olarak etkileyebilmesi için aile bireylerinin bu araçları ancak birlikte kullanması yoluyla mümkün görünmektedir. Örneğin, bir arada bilgisayar oyunu oynamak, film izlemek ve birlikte yapılan bir etkinlik üzerine oturup, konuşup-tartışarak bunu bir iletişim kurma yolu olarak değerlendirmeleri gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, aile fertlerinin dijital medya aygıtlarını tek başına yerine ailece tüketmeleri önem kazanmaktadır. Teknolojinin sürekli olarak kişisel tüketilmesi bireyin sosyal izolasyonuna da neden olabileceği gibi ailede yer alan etkinlikleri de bireyselleştirmekle birlikte aile içi iletişim ve sosyal etkileşiminin sert bir şekilde düşmesine sebep açmaktadır. Bunun yanı sıra dijital teknolojilerin “kuşakların bir araya gelip birlikte bir şeyler yaptıkları alan” olarak kullanımında ise ailenin tüm fertleri için önemli avantajlar

sağlayacaktır (Hazer, 2020, s.99).

2.2. Dijital Medyanın Eğitim ve Öğrenmeye Etkileri

Dijital medya bugün iletişim ve pazarlama aracı olmanın yanında aktif eğitim aracı olarak ta kullanılmaktadır. Özellikle pandemi döneminde tüm dünya bu platformların günlük hayatta istenirse ne denli faydalı işlerde kullanılabileceğini daha yakından gözlemleme fırsatı bulmuştur. Bu kapsamda öğrenciler dijital medya üzerinden bilgi paylaşımı yapıp dünyanın her yerinde gerçekleştirilen tüm çalışma ve araştırmalara bir tıkla erişim imkânı bularak karşılaştıkları bilimsel sorunlara zaman ve mekân mevhumu gerekmeden ulaşma şansı yakalamıştır. Gençlerin dünyanın farklı bölgelerindeki yaşlılarıyla, sınıf arkadaşları ve hocalarıyla görüşebilmeleri insanların meslektaşlarıyla etkileşimde bulunabilmeleri öğrenme motivasyonunu artırmaktadır. Eğitim alanı tarafı başta olmak üzere eğitim faaliyetini yürüten kullanıcılar için de amacına uygun doğru kullanıldığında pek çok artıyı barındırdığı bugün inkâr edilemez bir gerçeklik olarak karşımızda durmaktadır.

Kreşten üniversitelere kadar tüm eğitim kurumları, dijital platformlar üzerinden öğrencileriyle hızlı bağlantı kurabilmektedir. Öğrenci takip sistemi yöntemi ile velilere çocuklarının eğitim gelişimini takip etme fırsatı vererek veli-öğretmen aynı şekilde öğretmen-okul arasında bir iletişim kanalı kurularak sorunların takibi ve çözümü noktasında zamanında müdahale edilmesine yardımcı olunmaktadır. Bununla beraber öğrencilerin bir ödev yada konu üzerine araştırma yaparken ilk başvurdukları yer arama motorları olmaktadır. Fakat burada bulunan bilgilerin bir kısmı kimin tarafından paylaşıldığı ve doğruluğu belli olmayan bilgiler içerebilmektedir. Bu sebeple gençlerin dijitalde eğitim alanında kullanabilecekleri eğitim içeriklerini zenginleştirmek ve sürekli güncel bilgi kaynaklarını oluşturmakla birlikte dijital medya eğitimleriyle öğrenci, öğretmen, veli ve kurumları bilinçlendirmek bu işin en önemli ayağı haline gelmiş görünmektedir.

Medya okuryazarlığının öncelikli iki noktası vardır. İlki dijital medya içeriğine ulaşabilmek için teknolojiyi iyi ve doğru kullanabilmek, ikincisi ise verilen bilgiyi anlamakla birlikte sağlıklı ve doğru değerlendirebilme meziyetine sahip olmaktır. Bu sebeple dünyanın birçok gelişmiş ülkesinde bu eğitimler bireyin yaş seviyesine göre okullarda ders olarak verilmektedir. Bu dersler ya doğrudan müfredatta yer almakta ya da müfredatla alakalı dersler arasında işlenmektedir. Medya okuryazarlığı derslerinin öğrencilerin eleştirel ve katılımcı

taraflarının geliştirilmesi yönünde planlandığı görülmektedir. Medya okuryazarlığı ile asıl olarak medya aracılığıyla gelen mesajlarının doğru anlaşılması ve aynı şekilde mesajların sağlıklı bir şekilde yorumlanıp kullanılması amaçlansa da medya okuryazarlığının asıl amacı, medyanın olumsuz etkilerinin azaltılması için beceri ve yeteneklerin kazandırılmasının yanında her geçen gün medya tarafından daha güçlü bir şekilde belirlenmeye çalışılan hayat alanlarının korunmasıdır (Alver, 2006, s. 23).

2.3. Dijital Medyanın Duygusal Sağlık ve Bağımlılığa Etkileri

Teknolojik aletlerin gelişmesiyle birlikte internet kullanımı da tüm dünya ile birlikte ülkemizde de kullanıcıların ilgi gösterdiği bir mecra haline dönüşmüştür. 2016 TÜİK verilerine göre, Türkiye’deki on aileden ortalama sekizinde internet kullanımının aktif olarak bulunduğu ve bu ağlar aracılığıyla aile bireylerinin iletişim başta olmak üzere haberleşme, bilgi edinme, eğlenme ve alışveriş gibi birçok ihtiyaçlarını giderdikleri görülmüştür (Türkiye İstatistik Kurumu, 2016). Ücretinin az olması, basit yöntemler barındırması, ulaşımının hızlı ve yaygın olması gibi pek çok avantajından dolayı dijital ağlar, bireylerin yaşamının merkezine oturmuş ve vazgeçilmezi haline geldiği gerçeğini ortaya koymaktadır. Doğru kullanıldığında pek çok ihtiyaca cevap veren bu ağlar bunun beraberinde kişinin hayatında bağımlılık oluşturması noktasında da olumsuz sonuçlara neden olduğu da gözlemlenmektedir.

Kişinin bir maddeyi kullanırken veya bir eylem gerçekleştirirken iradesini kaybedip olumsuz hayatına devam edememesi bağımlılık olarak nitelendirilmiştir. Pek çok bağımlılık çeşidi olmakla birlikte bireylerin son yıllarda en çok karşı karşıya kaldığı bağımlılık türü dijital bağımlılıklar olduğu ifade edilmektedir. Bu terim ilk kez 1996 senesinde Goldberg tarafından ifade edilmiş olup sonrasında ‘internet addiction’ olarak Amerika medyasında yer almış (Aytekin, 2017). Alan uzmanları bu tip bağımlılık çeşidinin iki yönüne; sağlık ve zaman yönetimi açısından ortaya çıkardığı tehlikelere vurgu yapmış ve gereğinden fazla internet kullanımının bir süre sonra patolojik kullanıma sebep olabileceğine dikkat çekmiştir. Kişinin beyninin devamlı dijital görsellerle meşgul kalması, internetten ayrı kalamaması ve ayrı kaldığında huzursuz ve agresif davranışlar sergilemesi, dijital ağları daha çok endişe ve huzursuzluktan kaçmak amacıyla kullanması ve bu fazla kullanım sebebiyle kullanıcıların kişisel önemli işlerinin beraberinde eğitim hayatlarını da ihmal etmesi dijital bağımlılığın işaretleri olarak görülmektedir (Eroğlu, 2016, s. 77).

İnternet ağlarının sunduğu sanal oyunlar gereğinden fazla ilgi çekmiş ve kullanıcıların zamanlarının çoğunu dijital platformlarda bu oyunlara esir etmiştir. Bunun en büyük sebebi ise bu platformlarda her yaşta kullanıcıların ilgi ve merakını uyandıracak çok fazla içeriğin yer alması gelmektedir. Özellikle enerjik yapıya sahip gençlerin devamlı macera ve yeni şeyler arama merakları onları dijital mecralarda daha fazla çevrimiçi aktivite yaparak boy göstermesine neden olmaktadır. Bu da tam eğitim döneminde olan gençlerin dijital bağımlılıklarından dolayı hayata daha geç dahil olmaları ve eğitim hayatlarına yetersiz zaman ayırmalarına zemin hazırlamaktadır.

Gençlerin içinde taşıdığı bireysel özellikleri, eğlenceye olan merakları, kafalarına göre özgür hareket etme eğilimleri onları bağımlılık noktasında daha çok açık hedef haline gelmelerini kolaylaştırmaktadır. ABD’de yapılan bir çalışmada, dijital dünyanın filtresiz sınırsız olarak sunduğu fırsatların gençlerin üzerinde pek çok olumsuz sonuçları da beraberinde getirdiği gözlemlenmiştir (Bayhan, 2020, s.125-127). Aynı çalışmada, 2011-2012 senelerinde cep telefonlarının artmasıyla birlikte gençlerdeki endişe, depresif hareketler ve intihar vakalarına sebep olduğu, günde bir saatten az kullananlarda bu eğilimin %28, beş saat ve fazlası kullananlarda ise %48’e yükseldiği gözlemlenmiştir. Bu duruma sosyal açıdan yaklaşanlar, dijital bağımlılığa iten aile ve sosyal özelliklere de özellikle dikkat edilmesi noktasına vurgu yapmaktadır. Mesela, aile içi sorunlardan uzaklaşmanın kişiyi dijital ağlara iteceğine, fakat zamanla kişinin bu durumu içinde bulunduğu problemlerden kaçmak için kullanmayı bir alışkanlık haline getirmesiyle birlikte ciddi bir bağımlılığa çevrilmesine zemin oluşturabileceği gözlemlenmiştir (Baylyyeva, 2019, s. 16).

Daha çok güncel hayatta tecrübe edemedikleri rekabet ve başarı hislerini dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirmeleri bağımlılığı arttırmaktadır. Genellikle popüler ya da ünlü olabilme adına sosyal ağları düzenli kullanma, özendiği yada idol olarak gördüğü kişileri sürekli takip etme, mesajlaşma ve e-posta gibi iletişim kanallarını düzenli kontrol etme eylemi bağımlılığa dönüşmüş olup gençlerin üreticilik yönlerinin beraberinde empati duygularını da olumsuz etkilemiştir. Bu duruma dair yapılan bir çalışmada (Bayhan, 2020, s. 126), internet bağımlılıklarının en önünde gelen ve ciddi bir rahatsızlık olarak kabul edilen alan ‘dijital oyun’ bağımlılığıdır. Bunun beraberinde online alışveriş, sosyal medya platformları, pornografik sayfalar, dijital kumar oyunları, iletişim kanalları gibi pek çok dijital platform, internet bağımlılığı çerçevesindedir. Yasal sınırları daha tam anlamıyla oturtulamamış dijital platformlarda gerçekleştirilen paylaşımlar zaman zaman ciddi sorunlara sebep

oluşturabilmektedir. Aksi takdirde internet ortamında her türlü paylaşımın kaydedildiği ve arşivlendiği, silinme işlemi yapılsa dahi geçmişte paylaşılan izlere rahatlıkla ulaşılabiliyor olması bazı durumlarda kötü niyetli kişiler tarafından kullanıcı aleyhine kullanılmaktadır. Tek tuş hareketi marifetiyle gerçekleştirilecek kadar basit görünen dijital paylaşımların içerik açısından ciddi tehlikeler oluşturabileceğine pek çok kez şahitlik edilmiştir. İsmi ‘dijital leke’ (Çiftçi, 2018, s. 1537) olarak ifade edilen içerik paylaşımları sebebiyle utanç hisseden bazı kişiler, intihar etmeye kadar gidebilmektedirler. Dijitale olan bağımlılık, öncelikle kişide zihinsel ve fiziksel sıkıntıların meydana gelmesine, sosyal yaşamdan, aile ve arkadaş çevresinden uzaklaşmasına ve iletişim sorunlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Söyler & Yıldırım Kaptanoğlu, 2018, s. 37).

Yapılan çalışmalarda çocuklar iki yaşında kendi cinsiyetlerini anlamaya başlamasına rağmen kadın ve erkeği de birbirinden ayırt edebilirler. Çocuklarda bu farkındalığın oluşmasında, ailesinde ve çevresinde bulunan kişilerin kadın ve erkek cinsiyetine farklı davranması etkindir. Böylece çocuklar 18-20 aylarında kız erkek ayrımını yapmaya başlarlar. Bu nedenle, bu dönemin başında çocuklar kendi cinsiyetleri ile diğerlerinin cinsiyetleri arasındaki farkları tanımayı öğrenirler. Bu da çocukların toplum tarafından biçilen sosyal rolleri kabullenmeye başlamasını sağlar (Özçelik & Koyuncu Şahin, 2023, s. 62) cinsiyet kimliği oluşumunun erken çocukluk döneminde başladığına dikkat çekilerek bu dönemin hayati önem taşıdığına işaret edilmektedir.

Buradan yola çıkacak olursak ebeveynlerin, çocuğun cinsiyet özdeşleşmesini sağlamasına yardımcı olmaması ihmal; kasti olarak yanlış özdeşleşmeye sebep olmasını ise istismar olarak bile kabul edebiliriz. Dolayısıyla bugün, ebeveynlik görevinin cam ekranlara devredildiği günümüzde, kontrolsüzce teslim edilen çocuklarımızın kimlik gelişimlerinin şekillenmesine neden olan bazı oyun ve çizgi filmlerde bu istismara her geçen gün kapı aralamaya devam edildiğini söyleyebiliriz.

Özellikle dijitaldeki bazı oyunların, çocuk ve ergenlerde depresyon, olumsuz kimlik gelişimi, kişilik bozuklukları, yalnızlık ve çevresindeki yaşananlara karşı duyarsızlaşmaya kadar giden bir hal aldığı belirtilmektedir. Ankara’da 2028 Kasım ayında Sağlık Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen “Dijital Oyun Bağımlılığı Çalıştayı” sonuç raporuna göre, çocuk ve ergenleri oyun bağımlılığına iten faktörler şu şekilde sıralanmaktadır: “Günlük hayatın problemleri, stresli yaşam olayları ve olumsuz duygulardan uzaklaşma isteği, gruba ait olma,

sosyalleşme ve rekabet ihtiyacının dijital oyunlarla karşılanması, sosyal gelişimdeki yetersizlik, yaşlılarla iletişim kuramama, içe dönüklük, yalnızlık duygusu, sosyal kaygılar, sosyal beceri yetersizlikleri, düşük benlik saygısı, çocuk ve ergene bağlı faktörler (T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü, 2018). Ayrıca söz konusu raporda, oyun bağımlılığı ile ilgili çocukları bekleyen tehlikeler ise şu şekilde ifade edilmiştir:

“Uygunsuz içeriklere maruz kalması, zararlı alışkanlıklara yönelmesi, akademik başarının düşmesi, sosyalleşememesi, aile işlevlerinin bozulması, istismara ve siber dolandırıcılığa maruz kalması, suça karışması, argo sözcük kullanımının artması, konuşma ve yazma becerilerinin bozulması, insanlarla ilişkilerinin bozulması, beslenme alışkanlıklarının bozulması, obezite gibi kronik hastalıkların ortaya çıkması, depresyon, anksiyete bozukluğu gibi psikolojik bozukluklar yaşaması, dijital oyunlarda para kazanılması nedeniyle eğitime devam etmeye gerek görmemesi, bahis oyunlarına yönelmesi, kumar alışkanlığı edinmesi” (T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü, 2018).

Burada görülüyor ki, çocuklarımız kitle iletişim araçları hakkında yeterli donanım ve bilince sahip olmadıkları için dijital medyadan gelen mesajlar karşısında savunmasız durumda kalmaktadır. Bu anlamda ebeveynler başta olmak üzere eğitimcilerimizin medya içerikleri noktasında çocuklarımızı takip ve bilinçlendirme noktasında ayrıca mesai harcaması gerekmektedir.

İnsan, bireyselleşmenin her geçen gün arttığı modern zamanda en mükemmeli yakalama ve ortaya koyma hırsı adına bugün gerçek yaşamdan çok uzak bir profil çizme telaşına düşmektedir. İçindeki takdir edilme isteğini ve bilinçaltında kurgusunu yaptığı imajını dijital medya aracılığıyla adeta özgürce sunarak hayallerinin kısa süreli saman alevi sevincini yaşamaktadır.

“İnsan teknolojik ortamlara girdiğinde artık birey değil, kitledir” ifadesini en iyi anlatan durumların başında bugün açık ara dijital mecraların başında yer alan sosyal medya platformları gelmektedir. Bu tarz paylaşımlar ben de varım, yaşamım sıradan değil vb. pek çok anlatılmak istenen düşünceyi de bir nevi ispat için yapılmaktadır. Online üzerinden aktif kimlikler oluşturan bireyler, oluşturdukları bu sanal dünyayı o kadar özümserler ki bir süre sonra gerçek yaşamlarına çoğunlukla yabancılaşmaya başlarlar (Akgül & Hekimoğlu, 2019, s. 6).

Beğenilme ve takdir edilme ihtiyacı bir zaman sonra artık günlük rutinin temel ihtiyaçlar

haline gelmiş ve kullanıcılar bu doyumlarını karşılamak için daha önce hiç bilmedikleri kişileri dahi sosyal medyada arkadaş listesine almaktadır (Karaaziz & Atak, 2013, s. 47). Bireyler, bir öncekinden daha çok beğenilme ve buna bağlı olarak maddi kazanç sağlama pahasına mahremlerini gönül rızasıyla ifşa yoluna gitmektedir. Burada da görülüyor ki daha dün diyebileceğimiz bir dönemde mahrem olarak koruduğumuz pek çok olay, sosyal etkileşimin olmazsa olmazları arasına girmiş bulunmaktadır.

Yetişkin bireylerde medya bağımlılığının, narsisizm ve empati arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırma sonucunda, başkasının hayatına dair merakın, Instagramı kullanmada en önemli motivasyon kaynağı olduğu görülmüştür. Havalı ve popüler görünme arzusuyla bireyler kişisel yaşamlarını tecrübeleri eşliğinde takipçileriyle paylaşarak kendileri için farklı bir motivasyon kaynağı oluşturmuştur. Burada da yine havalı görünme ile narsisizm arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Aktaş vd., 2020, s. 1).

2.4. Dijital Medyada Gizlilik ve Güvenlik/Siber Zorbalık

Dünyanın dijitalleştiği bir dönemde, Google arama motoru kullanıcıların neyi, nasıl bilmesini istiyorsa ancak o kadarına izin vermektedir. Dolayısıyla bu konuda çokça tekrar edilen Amerikalı yazar, Scott Goodson'un "Bir ürüne para ödemiyorsanız, orada ürün sizsinizdir" sözü de buna en güzel örnek niteliğindedir. Kullanıcı eğilimlerimizden tercihlerimize kadar pek çok bilgilerimiz sanal alemdeki reklam şirketlerine satılmaktadır. Dijital medya her ne kadar kendisini ücretsiz olarak kullandığımıza bizi ikna etmeye çalışsa da bizim hakkımızdaki tüm bilgileri kaydedip bütün kişisel mahremiyetimizi ortadan kaldırarak her geçen gün kendisine özel bir gözetleme kulesi oluşturmaya devam etmektedir.

Dijitalleşmenin günlük hayatın kolaylaşmasına zemin hazırladığı kadar pek çok hesap edilemeyen tehlikelere de kapı aralamaktadır. Her türlü dijital aygıt iyi işler yapmak için kullanıldığı gibi kötü niyetli kullanıcıların elinde bir canavara dönüştüğü de unutulmamalıdır. Bugün sanal dünyada kurulan iş, işlem ve her türlü ilişkilerin kişisel gizlilik ve güvenliğinin karşısında ciddi bir tehlike olarak duran siber suçlar, alınmaya çalışılan tüm önlemlere rağmen sanal güvenlik ihlallerinin yaşanmasına engel olmakta maalesef çoğu zaman yetersiz kaldığı görülmektedir.

Hemen hemen her yaşta kullanıcının hizmetine sunulan internet ağlarıyla birlikte tüm

kullanıcılar dünyanın her yerindeki bireylerle istedikleri vakit iletişime girme fırsatını yakalamıştır. Bununla birlikte bilişim teknolojileri her geçen gün internet bağımlılığını artırarak bireyin hayatının vazgeçilmezleri arasına girmiştir. Bireyin sanal alemdeki fırsatları rahatça sorgusuzca kullanabilmesinin önünde hiçbir engelin olmayışı kötü ve yanlış kullanımların da önünü açmıştır. Bilhassa anne-babaların bilgisi dışında gerçekleşen sanal eylemler, karşdakine zorbalık yaparak, mağdur etmeye zemin hazırlamıştır. İnternetin her yaş, cinsiyet ve kültürden kişiler arasında yaygın hale dönüşmesi yeni çağın en belirgin dijital platformlardaki sorunları arasında yer alan siber zorbalığı da beraberinde getirmiştir. Sırf eğlence amacıyla insanları alaya alarak dalga geçilmesi üzerinden dikkat çekme çabasıyla yapılan birçok paylaşımın karşı tarafın psikolojik ve duygusal yönden yıpratılarak bireyin itibarsızlaştırılması ve bireysel haklarının yok sayılmasına sebep olmaktadır (Yıldırım, 2021, s. 1246).

Siber zorbalık; “Bir kişinin çevrimiçi ortamda cep telefonu veya diğer elektronik cihazlar yoluyla bir başkasını tekrar tekrar ve kasıtlı olarak taciz etmesi, kötü davranması veya dalga geçmesi” (Patchin, 2020b) olarak tanımlanmaktadır. Klasik zorbalıktaki geçerli eylemler, siber zorbalık tanımında dijital cihazlar aracılığıyla yapılan iletilerle yer değiştirmiştir. Bugün siber zorbalık olarak nitelendirdiğimiz fiillerin büyük çoğunluğu sosyal medya aracılığıyla yapılan rencide edici paylaşımları içermektedir.

“Sosyal medya platformları ile oluşan sosyal ağlar, sohbet odaları, forum ve bloglar üzerinden gerçekleştirilen siber zorbalık örnekleri arasında ötekini aşağılama, suçlama, alaya alma, tehdit etme, iftirada bulunma, cinsel içerikli yazı veya resim gönderme gibi paylaşımlar sayılabilir. Sosyal medya platformları ile yapılan paylaşımlar üzerinden bireylerin yaşamları takip edilebildiği gibi birey de başkalarının yaşamını takip edebilmektedir. Mağdura ait özel bilgileri daha çok yapılan paylaşımlardan elde edilmekte ve bireyin aleyhinde kullanılmak üzere siber zorbalığa malzeme olabilmektedir. Zorbalığın bu türünde gaye genellikle kurbanı köşeye sıkıştırmak ve tedirgin etmektir. Siber zorbalıkta mağdur, yakın çevresinden veya iletişim halindeki birilerinin hedefi olabildiği gibi güvenli olmayan sitelere girmesi, tanımadığı kişilerle iletişime geçmesi, kişisel bilgilerini güvenilir olmayan ağlarda paylaşması veya elinde olmadan bilgilerinin çalınması yoluyla da hedef olabilmektedir.” (Yıldırım, 2021, s. 1247).

Toplumlarda dijital medya uygulamalarının kullanımının artmasına bağlı olarak siber zorbalık, kişisel gizlilik ve güvenlik mağduriyetleri de her geçen gün artmaktadır. Bugün bu oran dünyada yaklaşık %16 olarak hesaplanırken özellikle siber zorbalığın daha yaygın olarak

yer aldığı ergenlik döneminde bu oranın 2007 yılında %19'dan 2016 yılında %34 oranına yükselmiştir (Bayhan, 2020, s. 28).

Bugün dijital alandaki gelişmeler faydalarının yanında dijital tehlikeleri de yanı başında getirdi diyebiliriz. Biyometrik kimlikler, yüz tanıma ve ses tonu sistemleri, parmak izlerinden kişiyi tanıyabilen bilgisayar sensörleri aracılığıyla kişilerin kimlikleri bulunabilmektedir. Fakat bugün siber alandaki suçlarının sayısı artmakla birlikte bu kişiler kendilerini çok rahat gizleyebilmekte ve kişisel verileri çok rahat ele geçirerek teknolojik sistemleri atlatabilmektedir. Örneğin biyometrik kimliklerin yok olması ve bu verilerin siber suçlular tarafından ele geçirilmesi durumunda ciddi tehlikelere de kapı araladığı ifade edilmektedir (Eroğlu, 2016, s.176). Böylece kredi kartı ve kişisel banka hesapları gibi bireyi tanıtıcı özel bilgilerin ele geçirilmesiyle art niyetli insanlara güncel hesaplar bloke olarak kendilerine yepyeni hesaplar oluşturma fırsatı sunulmaktadır.

Yapılan araştırmalarda siber zorbalığa maruz kalan azımsanmayacak kadar kişi olduğu fakat bunların çok az kişinin bu durumu paylaştığı ortaya konmuştur. Özellikle cinsel taciz, görsel ve sözel içerikli istismar örnekleri en çok saklanan bulgular arasında yer almaktadır. Dolayısıyla siber mağduriyet yaşayan kişilerin bir süre sonra siber zorbalık yapan kişilere dönüştüğü görülmekle birlikte bunun tam tersine de şahit olunmaktadır. Fakat bu zorbalığı yapan kişilerin herhangi bir ceza almaması ya da engellenememe durumu toplumda bu davranışın prim yapmasına yol açarken bu mağduriyete maruz kalan insanlarda intikam duygusuna sebebiyet verdiğinden yeni siber zorbalık vakalarına da ortam hazırlamış ve bu işi çözümsüz bir döngüye dönüşmesine neden olmaktadır. Bununla beraber bu davranışların engellenmesi ve yok edilmesi genellikle var olan konu ve mücadeleye bağlı olduğu ortaya koyulmuştur. Çalışmalar, bu davranışı gerçekleştiren bireyi engellemenin ortalama %60 oranında etki ettiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde siber zorbalığa maruz kalan kullanıcıların çoğunluğunun yaşadıkları bu durumu ebeveynleriyle paylaşımlarının ciddi düzeyde işe yaradığını göstermiştir. Gerçekleştirilen benzer çalışmalar sonucunda, bireyi yok saymanın %42,8, şikâyet edilmesinin %29,8 ve dijital uygulamaya ara vermenin %29,6 olarak etkili netice verdiği izlenmiştir. (Patchin, 2020a).

Tüm bu çalışmalara baktığımızda suçu işleyen bireylere ciddi yaptırımların uygulamaya konularak yasal sınırlarının çizilmesinin ilgili alandaki mağduriyetlerin çözümü noktasında faydalı olabileceğidir.

2.5. Dijital Medyanın Dine Etkileri

Kavramsal yönden Yaratıcı ve kul arasındaki iletişimin insan yaşamına etkisi olan din kelimesi ile teknoloji devrinin iletişim aracı olarak kabul ettiğimiz medya kelimesi ciddi anlamda benzetilmektedir. Medya kuruluşlarının da iddiası din kurumlarında olduğu gibi bireylerin davranışlarını belirleme üzerinedir. Bu sebeptendir ki, dinin gayesi nasıl ki tebliğdir aynı şekilde medyanın da gayesi gündem tebliğidir (Arslantürk & Amman, 2014, s. 280).

Buradan hareketle; yazılı ve görsel basının bütünü olarak tanımlayabileceğimiz medya, kendine has dijital bir kültür oluşturmakla birlikte toplumsal hayatın değişimi ve dönüşümü noktasında da önemli rol almıştır. Bu değişimi şekillendirmek üzere vereceği mesajları iletmek için tüm medya organlarını gözünü kırpmadan harekete geçirmeyi başarmıştır. Tam da bu noktada medya ve din benzeşmektedir. Çünkü din de sadece mesajı iletmekle kalmaz medya araçları gibi onun yayılımı yani tebliğ işini de yürütür. Bugün; din kavramı yerine akıl, iyilik kavramına karşılık ise fayda yer almıştır. Modern uygarlığın kendisini din kavramından tamamen soyutlayarak seküler bir yapı üzerine kendisine bir ortam oluşturduğu için dini dışlamış olduğu ifade edilmektedir (Şirin, 2021, s. 130). Postman, “ekranın asıl mesajı aralıksız bir eğlence vaadi olmasıdır” sözü ile altını çizdiği durum, medya tüketiminin yoğun olduğu toplumlarda, ekranlarda din olgusunun bile “eğlence gibi” sunulduğu düşüncesini destekler niteliktedir. Dolayısıyla medya fetişizminin var olduğu düzlemlerde, dine ait tüm derinlik ve kutsallıklar maalesef silinmiş durumdadır.

Dijital medya ve dinin bugün benzer hedefler üzerinden birleşerek ortaya koyduğu en önemli figür medya vaizliği kavramıdır. Medya vaizi kavramı; son zamanlarda medya aygıtlarının dini programlara zaman ayırmasıyla başlayan süreçte, medyada din adına söyleşi ve program düzenleyerek dini konuları dinleyicilerle profesyonel ortamda paylaşan din adamları ve ilahiyatçılar için kullanılmaktadır (Karataş, 2011, s. 298).

Türkiye’de dini içerikli yayınların televizyonlarda yer alması 1975 yıllarına denk gelmektedir. TRT ilk defa, “İftara Doğru” ismiyle dini içerikli bir program başlatılmıştır. Bugüne gelecek olursak televizyonun beraberinde pek çok dijital medya platformu başta çocuklar olmak üzere tüm yetişkin izleyicilere dini konuları, sahipsiz kaynak ve ağızlarından çok uzak mesafelere duyurma fırsatı sunmaktadır. Dini konuların medyada konuşulabilmesiyle birlikte din artık camiler ve kitaplar dışında da okunup konuşulmaya başlamış bulunmaktadır.

Medya vaizliği bu hali ile bulunduğu yerden ulaşılabilirlik açısından da kitlelere büyük bir hizmet olarak görülebilir. Fakat medya ve din ikilisinden her zaman aynı olumlu sonuçlar alınamamaktadır. Medya vaizliği ile birlikte oluşan birtakım sorunları şu şekliyle sıralayabiliriz. En önemli sorunların başında dini bilginin ticari kaygı nedeni ile ekranda ilgi çekmek için magazinleştirilmeye çalışılarak eğlence kültürüne alet edilmesi konusudur. Bir diğer konu ise dini bilginin değil, bilgiyi veren kişinin kutsanması olayı ki, bu durumda ayrıca ciddi bir sorun olarak görünmektedir. Ekranı ayak uydurma adına gösterişçi dindarlığın öne çıkması ve farklı bilgi aktarımlarının kafa karışıklıklarına ortam hazırlaması da ayrıca üzerine tartışılarak çözüm getirilmesi gereken özel bir konu karşımızda durmaktadır Medyanın seküler yapısı dijital vaizlere rağmen değişmemektedir. Medya vaizleri haricinde ekranda din özelindeki içeriklere yok denecek kadar az yer verilmektedir (Şimşek, 2019, s. 129).

Günümüzde, çocuk ve genç kuşak ekrana dair sadece sinema yıldızlarını ya da şarkıcıları hafızalarına kazıyorlar. Reklam içeriklerinde özenle yerleştirilen ürünler ise marka takıntılarında davetiye çıkarmaktadır. Ekranlarda çocuk pedagojisine uygun oluşturulmuş dini içerikli yayın sayısı ise çok az sayıdadır. Var olan pek çok yayın içeriği ise yetişkin diliyle anlatılmış durumdadır. Çocuklar için ekranlarda gördüğümüz din ilişkisinin yansıtıldığı dizi, çizgi film ve pek çok paket programların büyük bir bölümü dış yapımla birlikte bir kısmı Müslümanlık haricindeki dinlerin misyonerlik düşüncesini önce çocuklardan başlayarak yayma amacıyla yaptıkları yayın türleridir. İslâm dini ile ilgili olan çocuğun iletişim dili diziler ve filmlerle sınırlı kalmaktadır. Oralara yansıyan din ise maalesef çoğunlukla kara mizah yani alaycı ve küçümseyen bir dil de olabilmektedir (Şirin, 2021, s. 134). Bugün medyada yer alan din dilimizin maalesef yetişkinleri hedef alan bir yaklaşıma sahip olması ve bir çocuk din dilinin olmayışı din ve çocuk, din ve genç alanındaki en büyük açmazımız olarak karşımızda durmaktadır.

2.6. Dijital Medyanın Mahremiyete Etkileri

Yüce Kitabımız Kur'an-ı Kerim'de: “...Birbirinizin kusurlarını ve mahremiyetlerini araştırmayın...” (Kur'an-ı Kerim, 49/12) ayetinde yer aldığı gibi mahremiyet, kişiye özel, bulunduğu yerde kalması ve yayılmaması gereken hassas ahlâkî bir kavram olarak ele alınmıştır. Dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve gelişmesinin beraberinde onlarca dijital sosyal ağ, bireysel ve toplumsal mahremiyet algımızın değişmesine ve bu alandaki ihlallere ortam hazırlamıştır. Çok yakın zamana kadar insanoğlu, şahsına ait tüm bilgileri mahrem sayar

ve korunurken aynı kişi, sosyal medya aracılığıyla namus olarak gizleyip sakındığı mahremlerini tüm dünyanın önüne servis etmekten geçmişin aksine bugün haz aldığını birkaç sosyal medya platformuna baktığımızda bile çok rahatlıkla görebilmekteyiz.

Görsele dayalı dijital mecraların başında gelen Instagram ise açık ara mahremiyet ihlalinin en sık gerçekleştirildiği platformlar arasında yer almaktadır. Dünyaca ünlü sosyal medya araştırma şirketi We Are Social'ın 2022 Türkiye Instagram verilerine göre ülke toplam nüfusunun %61,1'i Instagram kullanıcısı olarak görülmektedir. Kullanıcıların cinsiyet dağılımlarına dikkat edildiğinde %44,5 oranında kadın, %55,5 oranında ise erkek kullanıcılardan oluşmaktadır (Cilicks'us Dijital, 2022). Yine Instagram aktif kullanım yaş aralığına bakıldığında pastadaki en büyük payı genç nüfusun oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Mahremiyet kelimesi Arapça 'haram' sözcüğünden gelmekle birlikte yasak olan, sınır belirleme ve yasaklama manalarını ifade etmektedir (el-Aynî, 2004, c. 2, s. 372).

Türk Dil Kurumu'nun yapmış olduğu Türkçe sözlükte "gizlilik" anlamında tanımlanan mahremiyet kelimesi farklı bir tanımlamada ise, kişinin tek başına kalabileceği alanı işaret etmektedir. Toplu alanlar haricinde bulunan mahrem alan içerisinde kişilerin şahsı haricindeki kişilere nerede, hangi zaman ve hangi şekilde iletişim sağlayacaklarına birebir özgürce karar vermekle birlikte kişilerin ilgili alanlarında kendi özgür irade ve değer yapılarıyla gerçekleşmektedir. Mahremiyet anlayışındaki kişiden kişiye değişmesi durumuyla mahremiyet kavramının da sınır ve çerçevesinin belirsizleşmesine neden olmaktadır (Uğurlu, 2011, s. 258).

Mahremiyet olgusu, bulunulan kültüre, yüzyıla, birey ve toplumlara göre farklılık gösterse de sosyal ağların yaygınlaşmasıyla daha çok konuşulmaya başlamıştır. Her yaş grubundan kitlenin sosyal medyayı kullanmasına rağmen en çok kullanan grubu genç kuşağın oluşturması sebebiyle genellikle mahremiyet tartışma ve araştırmaları bu grup üzerinden incelemeye alınmaktadır.

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin sekizinci maddesinde yer aldığı gibi mahremiyet ve özel hayat şu şekliyle güvence altına alınmıştır. Yasa maddesinde;

"Herkes özel ve aile hayatına, konutuna ve yazışmasına saygı gösterilmesi hakkına sahiptir. Bu hakkın kullanılmasına bir kamu makamının müdahalesi, ancak müdahalenin yasayla öngörülmüş ve demokratik bir toplumda ulusal güvenlik, kamu

güvenliği, ülkenin ekonomik refahı, düzenin korunması, suç işlenmesinin önlenmesi, sağlığın veya ahlâkın veya başkalarının hak ve özgürlüklerinin korunması için gerekli bir tedbir olması durumunda söz konusu olabilir.”

ifadeleri ile tanımlanmıştır (Anayasa Mahkemesi, 2021). Kişi mahremiyetinin ikinci şahıslara karşı anayasal düzende bu derece korunması söz konusuysen sosyal medya aracılığıyla günümüzde bireyin bile bile kendi isteğiyle kişisel mahremiyetini bu derece ihlal etmesi de ayrıca tartışılması gereken ciddi bir mevzu olarak görünmektedir.

Dijital medyada, mahremiyet ihlallerinin belki de en acımasızı da bireyleri kendi çocukları başta olmak üzere akrabalarının çocuklarının görsellerini de çeşitli sevimli sözcüklerle paylaşmasıdır. Çocukların hiçbir söz hakkının olmadığı yaşlarda uğradığı bu durumlar hem var olan dönemdeki mahremiyetleri hem de ileriki yaşamlarında karşılıklarına çıkabilecek durumlar için mahremiyetlerinin yok edilmesine zemin oluşturmuş olacaktır. Bu da bulunduğumuz dünyada çocuklarımız için son derece tehlikeli sonuçların doğmasına ortam hazırlamış olmaktadır.

Sonuç

Teknolojinin hızlı gelişmesiyle birlikte modern çağa ayak uydurmaya çalışan insanoğlu şehir hayatının getirdiği beton binalar içinde yer alan başta televizyon olmak üzere dijital kutular içine adeta hapsolmuş durumdadır. Çözüm, dijital ekranları evden çıkarmak değil, gerekli koruyucu kanunları çıkararak kontrol mekanizmalarını çalıştırmak suretiyle çocuklar başta olmak üzere aileleri bilinçlendirme yoluna gitmektir. Burada devlet başta olmak üzere ailelere, eğitim kurumlarına, sivil toplum örgütleri ve din hizmeti veren kurumlara ciddi sorumluluklar düşmektedir.

Dijital dönemde medyanın toplumu hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilediği gerçeğini bugün kimse inkâr edemez duruma gelmiştir. Medya araçlarının bu kadar büyük etkisinin olduğu göz önünde bulundurulduğunda kişilere sadece akademik başarı verecek bir eğitim değil, bunun beraberinde temel insani özelliklerin gelişmesine katkı sunacak dinî-ahlâkî, toplumsal değer ve beceri eğitimleri de verilmelidir. Öncelikle, medya okuryazarlığı eğitimi aracılığıyla medya ahlâkî, dini ve kültürel değerlerimiz üzerindeki olumlu etkilerini arttırmasında olumsuz etkilerini ise minimuma indirmede önemli bir görev üstlenmelidir. Bu sayede, medya okuryazarlığı yeteneğiyle çoklu bilgi kaynaklarından bilgileri karşılaştırma

yaparak eleştirel düşünme yoluyla doğruluğunu araştırabilen ve medyanın değerler üzerinde nedenli büyük etkilerinin olduğunun farkında olan bireyler yetiştirilmelidir.

Dijital medyanın insan hayatını etkileycilik yönüne dikkat edilirse, birtakım yasaklar veya koruma tedbirleriyle bu alanda gerçekçi bir başarıya ulaşmak çok mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla bu noktada medya okuryazarlığı bir çözüm yolu olarak belirmektedir.

Dijital medya okuryazarlığının temelinde medyaya yönelik eğitim programları yer almaktadır. Medya eğitiminden kastedilenin ise sadece televizyon ve internet kullanımları olarak algılanması bu durumu oldukça daraltmış sınırlandırmış olur. Gazete, radyo dahil basılmış tüm kitaplar da aynı zamanda medya eğitimi çalışmalarının büyük bir parçasıdır. Medya okuryazarlığının karşısındaki en büyük engellerin ilk sıralarında, bireyin neredeyse dünyaya gözlerini açar açmaz, tabiri caizse okuryazar olmadan önce medya kullanıcısı olması gelmektedir. Bu süreçte işin önemli bir kısmı birebir eğitimin ilk uygulayıcısı olan aileye düşmektedir. Ebeveynlerin bu konudaki tutumu ve tutarlılığı bireylerin sağlıklı birer medya kullanıcısı olarak yetişmeleri yönünden oldukça önemlidir.

Dünyanın dijitalleştiği bir dönemde, Google arama motoru kullanıcıların neyi, nasıl bilmesini istiyorsa ancak o kadarına izin vermektedir. Kullanıcı eğilimlerimizden tercihlerimize kadar pek çok bilgilerimiz sanal alemdeki reklam şirketlerine satılmaktadır. Dijital medya her ne kadar kendisini ücretsiz olarak kullandığımızı bizi ikna etmeye çalışsa da bizim hakkımızdaki tüm bilgileri kaydedip bütün kişisel mahremiyetimizi ortadan kaldırarak her geçen gün kendisine özel bir gözetleme kulesi oluşturmaya devam etmektedir.

Bugün dijital medya, değerler ve aile kurgusundaki düğmeler baştan doğru iliklenmelidir. Bu noktada madalyonun iki yüzü görünmektedir ve bu iki yüzü de doğru ve sağlıklı okunması gerekmektedir. Bir taraf çocuğu temsil ederken diğer taraf yetişkini temsil etmektedir. Burada doğru bilgiyi hem çocuk hem de yetişkine özel anlatma yine yetişkine düşmektedir.

Her geçen gün hızla gelişen ve dönüşen dijital ağlar beraberinde toplumsal alanı da etkisi altına almıştır. Var olan değişimle birlikte insanların mahremiyet algıları da hiç şüphesiz bundan nasibini almıştır. Çevrim içi ortamlarla birlikte kişi hem kendine hem de en yakınlarından uzaklaşma ve yabancılaşma eğilimi göstermektedir. Ayrıca kullanıcıların kendi

rızalarıyla kişisel bilgilerini ve gizlilik ayarlarını ve politikalarını tam anlamıyla okumadan hem takipçilerin hem de dijital şirketlerin eline düşmeden servis etmesi de mahremiyet ihlallerine kapı aralamış olmaktadır.

Sorunun çözümü için hem aile hem de devlet politikaları oluşturup bireyin bilinçli sosyal medya kullanıcısı olma ve dijital ağların tehlikelerinden koruma yolunda “Dijital Medya Okuryazarlığı” noktasında eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Telefon ve tabletlerin bugün okul öncesi yaştaki çocukların elinde olduğu gerçeğini göz önünde bulunduracak olursak, bu eğitimin çok küçük yaşlardan itibaren verilmesi zorunludur. Ailenin korunması ve güçlendirilmesinde, ebeveyn ve çocuklara yönelik medya okuryazarlığı noktasında bilgi ve bilinçlendirme çalışmaları kapsamında; konferans, panel, çalıştay, seminer, söyleşi, workshop vb. çalışmalar düzenlemelidir.

Milli eğitim müfredatımızda “Dijital Medya Okur Yazarlığı” tüm yaş gruplarında zorunlu ders kategorisinde okul müfredatına girmesi, alana dair ilgili kurumlar tarafından bu konuda uzman eğitimciler yetiştirilip kadrolar oluşturulmalıdır. Aynı zamanda bu alanda çalışma yapan tüm özel ve devlet kurumları başta olmak üzere STK’lar vb. kuruluşlar ortak dayanışma içinde bu çalışmaları yürütmesi konunun çözümü noktasında birer can suyu olma niteliği taşıyacaktır.

Bu sebeple gençlerin dijitalde eğitim alanında kullanabilecekleri eğitim içeriklerini zenginleştirmek ve sürekli güncel bilgi kaynaklarını oluşturmakla birlikte dijital medya eğitimleriyle öğrenci, öğretmen, veli ve kurumları bilinçlendirmek, farkındalık oluşturmak gerekmektedir.

Kaynakça

- Aktaş, C. Bakırtaş, H. & Çiftçi, S.(2020). Narsistagram’: Instagram Kullanımında Narsizm, *Selçuk İletişim*, 13(1), 130-157.
- Alver, F. (2006). Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri, *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 7, 10-27.
- Altun, D. (2019). An Investigation of Preschool Children’s Digital Footprints And Screen Times, and of Parents Sharenting And Digital Parenting Roles. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 10(35), 76-97.
- Anayasa Mahkemesi (2021), *Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi* (Avrupa Antlaşmaları Serisi No: 5). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Yazı İşleri Müdürlüğü. https://www.anayasa.gov.tr/media/3542/aihs_tr.pdf
- Arslantürk, Z. & Amman, M. T., (2014). *Sosyoloji*. Çamlıca Yayınları. el-Aynî, B. (2004). *Remzü'l-Hakâik*, (b.y.), Beyrut.
- Aytekin, G. (2017, Haziran 23). *İnternet Bağımlılığı ve Alışkanlıklara Etkisi*, Güvenli Web. <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/internet-bagimliliği-ve-alışkanlıklara-etkisi>
- Bal, Z. E., & Coşan, D. (2018). Tek Ebeveynli Ailelerin Çocuklarında Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlık Duygusu. In S. Gezgin (Ed.), *Dijital Çağda İletişim* (s. 20-40).Eğitim Yayınevi.
- Batmaz, V. & Aksoy, A. (1995). *Türkiye’de Televizyon ve Çocuk*. Aile Araştırma Kurumu Yayınları.
- Baydar, M. Ç. (1994). *İslam ve Radyo Televizyon*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Baylyyeva, C. (2019). *Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ile Problemlili İnternet Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi.
- Bayhan, V. (2020). Z Kuşağının Lise Gençlerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Siber Mağduriyet Deneyimleri. *İlahiyat Akademi*, 12, 117-144.
- Cilicks’us Dijital. (2022, Şubat 22). *We Are Social 2022 Raporu*. <https://www.clicksus.com/we-are-social-2022-raporu>

- Çiftçi, H. (2018). Öğrencilerin Siber Mağduriyet Düzeylerinin Karşılaştırılması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1536-1567.
- Dökmen, Z. Y. (2014). *Toplumsal cinsiyet sosyal psikolojik açıklamalar*. Remzi Kitabevi.
- Özçelik, T., & Koyuncu Şahin, M. (2023). Erken çocukluk dönemi toplumsal cinsiyet rollerinin şekillenmesinde aile tipi, kardeş ve arkadaşların rolü. *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10(2), 57-67.
- Ebuzer, C., (2017).Televizyon ve Aile Yapımız Üzerine Etkisi. *Harran İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 38, 79-87.
- Eroğlu, M. R. (2016). Geleceğin suçları: Dijital dünyanın karanlık yüzü. *Cyberpolitik Journal*, 5(9), 173-177.<http://cyberpolitikjournal.org/index.php/main/article/view/11/11>
- Erol, A., (2018). *Social protection in islamic law: Theoretical perspective*. Peter Lang.
- Gür, S. H., Bakırcı, Ö., Karabaş, B. N., Bayoğlu, F. & Atli, A. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının akademik erteleme davranışları üzerindeki etkisi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 68-77.
- Hazer, O. (2020). Yeni medya ve iletişim teknolojileri: Ailede sosyal etkileşim. A. G. Baran, O. Hazer, & M. S. Öztürk (Ed.) , *Gençlik ve Dijital Çağ İçinde* (s. 92-102) Hacettepe Üniversitesi. <https://doi.org/10.31123/akil.441825>
- Hekimoğlu, H., (2019). Sosyal Ağlarda Mahremiyetin Dönüşümü: Instagram Örneği. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İnce, M. (2019). Yeni medya okuryazarlığının önemi üzerine bir değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 90, 125-145.
- Karaaziz, M. & Atak, İ. E. (2013). Narsisizm ve narsisizmle ilgili araştırmalar üzerine bir gözden geçirme. *Nesne Psikoloji Dergisi*, 1(2), 44-59.
- Karataş, M. (2011). Medya vaizliği (analitik bir yaklaşım). *Vaaz ve Vaizlik Sempozyumu II* (s. 297-312). Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Kanat, S. (2016). Uluslararası ilişkiler yaklaşımları açısından dijital medya ve savaş. *TRT Akademi Dergisi*, 1(2), 53.
- Köksal, T. 2021, Dijital Dünya’da ‘Süretsiz Toplum’. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 1249-1259.

- Kur'an-ı Kerim. (2023). Diyanet İşleri Başkanlığı. <https://kuran.diyamet.gov.tr/>
- McLuhan, M. (1962). *Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. University of Toronto Press.
- Patchin, J. W. (2020, October 7). *Tween cyberbullying in the United States*. <https://cyberbullying.org/tween-cyberbullying-in-the-united-states>
- Patchin, J. W. (2019, July 9). Cyberbullying Data 2019 <https://cyberbullying.org/2019-cyberbullying-data>
- Poster, M. (1997). Cyberdemocracy: Internet and the public sphere. In D. Porter (Ed.), *Internet culture* (p. 201-218). Routledge.
- Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü. (2018). *Dijital Oyun Bağımlılığı Çalıştayı Sonuç Raporu*, T.C. Sağlık Bakanlığı. <https://sggm.saglik.gov.tr/TR-78285/dijital-oyun-bagimliliği-calistayi-sonuc-raporu.html>
- Salman, G. & Eroğlu, E. (2017). Sosyal medyada kurum kimliği yönetimi: Türkiye'nin en büyük 500 şirketi üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 525-547.
- Sırakaya, M. & Seferoğlu, S. S. (2018). Çocukların çevrim-içi ortamlarda karşılaştıkları riskler ve güvenli internet kullanımı. B. Akkoyunlu, A. İşman ve H. F. Odabaşı (Ed.). *Eğitim Teknolojileri Okumaları 2018* (s. 185-202). TOJET ve Sakarya Üniversitesi.
- Solmaz, B. & Görkemli, N. (2012). Yeni bir iletişim alanı olarak sosyal medya kullanımı ve Konya kadın dernekleri örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 183- 189.
- Söyler, S & Yıldırım Kaptanoğlu, A. (2018). Sanal uyuşturucu: İnternet. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7(2), 37-46.
- Şimşek, İ. (2019). Sosyoekonomik bir medya gerçekliği olarak televizyon vaizliği, *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 2(1), 123-136.
- Şirin, M.R, 2021, Medyanın kör noktası din, *Çocuk ve Medeniyet*, 6(12), 129-146.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2016). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2016-21779](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2016-21779)

Türk Dil Kurumu. (t.y.). Medya. Güncel Türkçe sözlük. Erişim tarihi: Kasım 12, 2023, <https://sozluk.gov.tr>.

Uğurlu, Ö. (2011). Postmodern Pazarlama stratejisi olarak dönüşen mahremiyet 'Fulya'nın İntikamı' viral kampanyası örneği. H. Köse (Ed.), *Medya Mahrem* (s. 247-263).Ayrıntı Yayınları.

Yaylagül, L. (2019). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Dipnot Yayınları.

Yıldırım, İ. (2021).Dijital Bağımlılık ve Siber Zorbalık Ekseninde Değişen Aile İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(5), 1237-1258.

Etik Kurul İzni Bu çalışma için etik kurul izni gerekmemektedir. Yaşayan hiçbir canlı (insan ve hayvan) üzerinde araştırma yapılmamıştır. Makale Aile Araştırmaları alanına aittir.

Çatışma Beyanı Makalenin yazarları, bu çalışma ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması olmadığını ve yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Destek ve Teşekkür Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.
