

TRT **akademi**

Dergisi

ISSN 2149-9446 | Cilt 8 | Sayı 19 | Eylül 2023 | Dijital Ebeveynlik

Dijital Ebeveynlik

TRT

TRTAKADEMİ

ISSN 2149-9446 | Cilt 8 | Sayı 19 | Eylül 2023 | Dijital Ebeveynlik

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Adına

İmtiyaz Sahibi (Owner) Selin BURCU

Yazı İşleri Müdürü (Chief Executive Officer) Ekrem ÖZDEMİR

Genel Yayın Yönetmeni (General Publication Director) İbrahim ACAR

Sayı Editörü (Editor) Prof. Dr. Ali BÜYÜKASLAN

Editör Yardımcıları (Assistant Editors) Şeyma SITKI BÖYÜK | Recep ORHAN | M. Fırat ÜNAL

Dil Editörü (Language Editor) Öğr. Gör. Serhat BOLAT (Yozgat Bozok Üniversitesi)

Yayın Kurulu (Editorial Board)

Prof. Dr. Hatun BOZTEPE TAŞKIRAN (İstanbul Üniversitesi) | Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL (Sakarya Üniversitesi) | Prof. Dr. Köksal BÜYÜK (Anadolu Üniversitesi) | Prof. Dr. Rıdvan ŞENTÜRK (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Doç. Dr. Hediyeullah AYDENİZ (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Zuhal AKMEŞE (Dicle Üniversitesi)

Danışma Kurulu (Advisory Board)

Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN (İstanbul Üniversitesi) | Prof. Dr. Mehmet Sezi TÜRK (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) | Prof. Dr. Nazım ANKARALIGİL (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi) | Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) | Prof. Dr. Hacı Mustafa ERAVCI (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi) | Doç. Dr. Ali Murat KIRIK (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Besim YILDIRIM (Atatürk Üniversitesi) | Doç. Dr. Can DİKER (Üsküdar Üniversitesi) | Doç. Dr. Ekmel GEÇER (Sağlık Bilimleri Üniversitesi) | Doç. Dr. Ersin Diker (Gümüşhane Üniversitesi) | Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK (Galatasaray Üniversitesi) | Doç. Dr. Aydın ÇAM (Çukurova Üniversitesi) | Dr. Mesut BOSTAN (Marmara Üniversitesi) | Dr. Mustafa ÇAKIROĞLU (Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi)

Hakem Kurulu (Referees Board)

Prof. Dr. Ala SİVAS GÜLCÜR (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Doç. Dr. Kadriye KOBAK (Sakarya Üniversitesi) | Prof. Dr. Alev Fatoş PARSA (Ege Üniversitesi) | Doç. Dr. Korhan MAVNACIOĞLU (İstanbul Medipol Üniversitesi) | Prof. Dr. Deniz YENGİN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi) | Doç. Dr. Meryem OKUMUŞ (Atatürk Üniversitesi) | Prof. Dr. Emel Şerife BAŞTÜRK (Kocaeli Üniversitesi) | Doç. Dr. Mustafa İŞLİYEN (Aksaray Üniversitesi) | Prof. Dr. Hatice Ferhan ODABAŞI (Anadolu Üniversitesi) | Doç. Dr. Oğuz KUŞ (İstanbul Üniversitesi) | Prof. Dr. Işıl KABAĞÇI YURDAKUL (Anadolu Üniversitesi) | Doç. Dr. Oya MORVA (İstanbul Üniversitesi) | Prof. Dr. Neriman ARAL (Ankara Üniversitesi) | Doç. Dr. Özlem ARDA (İstanbul Üniversitesi) | Prof. Dr. Oya ŞAKI AYDIN (İstanbul Ticaret Üniversitesi) | Doç. Dr. Özlem DUĞAN (Uşak Üniversitesi) | Prof. Dr. Şadiye DENİZ (Ege Üniversitesi) | Doç. Dr. Ramazan YILMAZ (Bartın Üniversitesi) | Prof. Dr. Zeynep ÇETİN ERUŞ (Marmara Üniversitesi) | Doç. Dr. Sait Sinan ATILGAN (Atatürk Üniversitesi) | Doç. Dr. Abdülkadir ATIK (Atatürk Üniversitesi) | Doç. Dr. Zeynep BİRİCİK (Atatürk Üniversitesi) | Doç. Dr. Alev ASLAN (İstanbul Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Faruk ÇEÇEN (Ondokuz Mayıs Üniversitesi) | Doç. Dr. Alev ÜSTÜNDAĞ (Sağlık Bilimleri Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Esra ERCAN BİLGİÇ (Bilgi Üniversitesi) | Doç. Dr. Derya GÜL ÜNLÜ (İstanbul Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Fatma Tuba YAYLACI (Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üni.) | Doç. Dr. Dilek Melike ULUÇAY (Yaşar Üniversitesi) | Dr. Öğr. Üyesi Meltem KURTOĞLU ERDEN (Uşak Üniversitesi) | Doç. Dr. Emine DURMUŞ (İnönü Üniversitesi) | Doç. Dr. Ersin DİKER (Gümüşhane Üniversitesi)

Tasarım (Design) Ekrem US

Sosyal Medya Sorumlusu M. Fırat ÜNAL

Redaksiyon (Redaction) Nusret BİLEN

Yayın Türü

Hakemli, Yılda 3 Sayı, Yerel Süreli Yayın

Eylül 2023

Yılda üç sayı (Ocak, Mayıs, Eylül)

Basım Yeri

ANKARA

Yer Alınan İndeksler

TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (TR Dizin)

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir.

© Yayımlanan yazıların telif hakları TRT'ye aittir, yayıncının izni alınmadan yazıların tümü, bir kısmı ya da bölümleri çoğaltılamaz, basılamaz, yayımlanamaz.

TRT Genel Müdürlüğü Turan Güneş Bulvarı 06109 OR-AN ANKARA

www.trtakademi.net

İÇİNDEKİLER

743-745 • Editörden

MAKALE

746-765 • **Salih TIRYAKİ** / Riskler ve Olanaklar Arasında Dijital Ebeveynlik: Bibliyometrik Bir Analiz - *Araştırma Makalesi*
Digital Parenting Between Risks and Possibilities: A Bibliometric Analysis
- Research Paper

766-785 • **Enes BALOĞLU** / Instagram Çağının Dijital Ebeveynleri: Sharenting Bağlamında Bir İnceleme - *Araştırma Makalesi*
Digital Parents of the Instagram Age: A Review in the Context of Sharenting
- Research Paper

786-813 • **Seda SÜNBÜL OLGUNDENİZ- Ümit AYDOĞAN** / Dijital Yayın Platformlarında Ebeveyn Kontrolü ve Çocuk Erişimine Yönelik Bir Araştırma: Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ Örnekleri - *Araştırma Makalesi*
A Research on Parental Control and Child Access in Digital Streaming Platforms: Examples of Netflix, Amazon Prime Video and Disney+ - Research Paper

814-845 • **Türker SÖĞÜTLÜLER - Emrah BAŞER** / Dijital Çağda Ebeveyn Olmak: Çocuk İzleyiciler ve Ekrandaki Şiddet Üzerine Bir Araştırma - *Araştırma Makalesi*
Parenting in the Digital Age: A Research on Child Audience and Violence on the Screen
- Research Paper

846-875 • **Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI - Serkan ÇELİK** / Dijital Dünyada Mahremiyet, Ebeveynlik ve Çocuklar: Afyonkarahisar Örneği - *Araştırma Makalesi*
Privacy, Parenting and Children in the Digital World: The Case of Afyonkarahisar
- Research Paper

876-903 • **Hediye AYDOĞAN** / Dijital Ebeveynlik ve Reklamcılık Odağındaki Araştırmaların Bibliyometrik İncelemesi: Mevcut Eğilimler ve Gelecek Yönelimleri - *Araştırma Makalesi*
A Bibliometric Analysis of Research on Digital Parenting and Advertising: Current Trends and Future Directions - Research Paper

904-933 • **Ezgi EYÜBOĞLU** / Ebeveynler ve Online Sağlık Bilgisi Arama Davranışı Sağlık Okuryazarlığı Kapsamında Bir İnceleme - *Araştırma Makalesi*
Parents and Online Health Information Search Behavior: An Examination within the Scope of Health Literacy - Research Paper

934-961 • **Serkan DORA** / Zamanın ve Dikkatin Bölündüğü Bir Dünyada Dijital Ebeveynliğin Okuryazarlığa Etkisi - *Derleme Makalesi*
Inadequacies of Digital Parenting in the Face of Transforming Literacy in a World of Divided Time and Attention - Review Paper

- 962-981 • Seyyide Şifa GÖKTAŞ - Ekmel GEÇER - Ömer AKGÜL - Fatih BAL /
“This is not the Therapy I Saw on TV”: Media Representations, Psychology, and the
Change in Therapy Practices in Turkey - Research Paper
“Bu Televizyonda Gördüğüm Terapi Değil”: Medya Temsilleri, Psikoloji ve
Türkiye’de Terapi Uygulamalarındaki Değişim - Araştırma Makalesi

ANALİZ/DEĞERLENDİRME

- 982-991 • Mustafa BOSTANCI / Dijital Dünyada Ebeveynlik
992-1007 • Fadime GÜZELÇOBAN / Dijital Ebeveynlik ve TRT Çocuk Uygulamaları

RÖPORTAJ

- 1008-1017 • Sezin BENLİ / "Ebeveynlik Görevlerimiz Sanal Dünyada da Geçerli"

KİTAP DEĞERLENDİRMESİ

- 1018-1025 • Derya Gül ÜNLÜ / Aşkın Ebeveynlik ve Dijital Çağda Çocuk Yetiştirme

Dijital Ebeveynlik

Ali BÜYÜKASLAN*

Dijitalleşme bir kavram olarak sadece iletişim alanında değil sosyal bilimlerin birçok alanında incelenen bir konu başlığı olarak dikkat çekmekte, araştırmacılar tarafından birçok yönden ele alınmaktadır. Ayrıca dijitalleşme kavramının kendisi araştırma konusu olarak aynı zamanda kavramla bütünlük içerisinde, bireysel ve toplumsal bağlamda etkisini yakından hissettiğimiz yeni kavramların oluşumuna da yol açmaktadır. Bu kavramlar sosyal bilimlerin hemen her alanında sadece güncel ve gündemde olan tartışmalar açısından değil aynı zamanda psikoloji, sosyoloji, hukuk, eğitim, iletişim bilimleri, işletme, pazarlama, vb. diğer disiplinler açısından da yeni kavramların oluşumuna yol açmaktadır. Bu bağlamda bu disiplinlerin ayrı ayrı ve disiplinlerarası bir araştırma konusu olarak ele alacağı dijital mecralar, dijital iletişim, dijital ebeveyn, dijital sanat, dijital dönüşüm, dijital bankacılık, dijital pazarlama, dijital reklam, dijital içerik, dijital endüstri, dijital medya, dijital oyun, dijital kütüphane, dijital teknoloji, vb. birçok yeni kavram, dijitalleşmenin kendiliğinden, tek başına bir gerçeklik olarak 90'lı yılların sonundan itibaren insan hayatında etkisini hissettirmeye başlamasının ötesinde toplumsal kimi yeni gerçekliklerin oluşmasında, insana ve hayata yön vermesinde etkili olmaya başlamıştır. Bu etkinin nasıl olduğu, hangi yönde geliştiği, hangi yöne evrildiği ve hangi sınırlar içerisinde oluşmaya başladığı gibi sorular/sorunlar gerek akademi de gerekse entelektüel düzeyde üzerinde ciddi çalışmalar yapılan konular olarak dikkat çekmektedir.

Bugün dijitalleşmenin yoğun bir şekilde etkisini hissettirdiği sosyal ağlar üzerindeki sosyal medya platformları da yine birçok disiplinin inceleme konuları arasına girmiştir. Dijitalleşme, çağın insanına, onun ilgi ve ilişkilerine yönelik tanımlamalar yaparken üzerinde durmadan öylece geçebileceğimiz bir kavram değildir artık. Dijitalleşme, bireysel ve toplumsal temelde çok yönlü olarak insan hayatını, yine ulusal ve uluslararası ölçekte insan ilişkilerini anlamaya ve anlamlandırmaya çalıştığımızda sadece sosyal bilimlerin ilgi alanıyla sınırlanmayacak kadar başat kavramlardan biri olmuştur.

*Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi

Günümüz insanının dijitalleşmenin etkisini hissetmeksizin bir hayat yaşaması ne-redeyse artık imkânsız hale gelmiştir. Dijitalleşmenin bu yakın ve derin etkisi onu bir araştırma konusu olmanın ötesinde insana, topluma ilişkin birçok kavramla birlikte ele alınması gereken bir gerçeklik olarak önümüze koymaktadır. “Dijital Ebeveynlik” de bu kavramlardan biridir. Küçük yaşlardan itibaren dijitalleşmenin olumlu olumsuz etkisiyle karşı karşıya kalan insan, bu etkiye karşı kendini nasıl bir konuma yerleştirecektir? Bu yerleştirme “hangi aktörlerin ne tür çabalarıyla ve hangi süreçlerde nasıl gerçekleşecektir ve hangi sonuçları doğuracaktır?” soruları doğrudan “Dijital Ebeveynlik” kavramıyla ilişkilendirilen sorulardır.

Bugün dijitalleşmenin ne yeni bir başlangıç ne de bir sonuç olmadığını insanlığın geçmişine bakarak çok rahatlıkla söyleyebiliriz. Tarihin akışında, içerisinde yaşadığımız için çokça ve yoğun bir şekilde hissettiğimiz dijitalleşme sürecini geleceğe ilişkin öngörülerde önemli izler bırakacak noktalardan biri olarak değerlendirmek de mümkündür. Sürecin kendisi etkileri, sonuçları, ortaya çıkışı, insana ve topluma yön verişiyile başlı başına bir değişimin, dönüşümün izlerini taşımaktadır. Bu sürecin her yönüyle değerlendirilmesi insanın tarihsel süreçte nereden nereye geldiğini göstermesi bakımından önemli olurken, bir başka gerçekliğin de daha anlaşılır olmasını sağlamaktadır. Nitekim her yeni kavram ve onun etrafında oluşan tanımlamalar, gerçeklikler geçmişe ve geleceğe ilişkin bize yeni anlayışlar, yeni yorumlar, yeni farkındalıklar sunar.

Dijitalleşmenin bir kavram olmanın ötesinde ortaya çıkardığı etkilerle çok farklı anlayışlar, yorumlar, farkındalıklar ortaya koyduğunu çok derin ve sanki vazgeçilmezmişçesine yaşıyoruz. Bugün hangi toplumda, hangi kültürde, hangi sosyal statüde olursa olsun insana ilişkin birçok tanımlamada dijitalleşmenin ortaya çıkardığı ‘ürünleri’ ve onların kuşattığı bir dünyayı yaşadığımız inkâr edilemez bir durumdur. Sosyal medyanın dijitalleşme sürecinde ortaya çıkan bir gerçeklik olarak bireysel ve toplumsal düzeydeki etkisi dijitalleşmeyle kuşatılmış insanın, toplumun, çevrenin, ekonominin, duyguların, kısaca insan ve onun ilgi ve ilişkilerinin hangi etkilere, hangi sonuçlara maruz kaldığı gerçekliğiyle bizi karşı karşıya da bırakmaktadır.

TRT Akademi Dergisi bu sayısında dijitalleşmeyle ortaya çıkan yeni bir kavramı konu edinmiştir. İnsanı ve toplumu hemen her düzeyde sarıp sarmalayan bu yeni kavramı ele alırken bu yeni kavram etrafında olup biteni bilmeye, tanımaya, anlamaya, yorumlamaya ve konuyu akademik çalışmalarla değerlendirip nedenleri, sonuçları, sorunları ve sorumluluklarıyla ortaya koymaya çalışmıştır. Bu çerçevede dijitalleşme konusunu özel bir başlıkla sınırlandırmış ve bu sayının konusunu

“Dijital Ebeveynlik” olarak belirlemiştir. Bu amaçla akademisyenlerin konuyu değerlendirmesi ve her yönüyle çalışması gerektiğini düşünerek “Dijital Ebeveynlik” kavramını farklı başlıklarla ele alan çalışmalara yer vermiştir. Çalışmalarda ortaya konun sonuçları ve önerileri bilimsel açıdan değerlendirerek ilgilisiyle ve okuyucusuyla paylaşmayı amaç edinmiştir.

“Dijital Ebeveynlik” konusu bir dergi kapsamında ele alınarak hakem süreçlerinde kabul almış çalışmalar dergide yer almıştır. Dijital ebeveynliğin teknoloji kullanma becerileri ve çocuklarla ilişkilerini de göz önüne alarak yapılan çalışmaların yanı sıra dijitalleşmeyle ortaya çıkan yeni durumlara ilişkin kaynak taramasını esas alan bibliyometrik çalışmalar, çocuk ve şiddetin dijital mecralarda hangi yönleriyle karşımıza çıktığı, sosyal medya mecralarında yer aldığı şekliyle çocuklar ve dijitalleşme ilişkisi, dijital yayın platformlarında ebeveyn çocuk ilişkisi, mahremiyet, ebeveyn ve çocuk ilişkileri gibi konuların ele alındığı çalışmalar okuyucuyla buluşmaktadır. Dergide yer alan çalışmalar ortaya koydukları sonuçların yanı sıra olası yeni durumlara ilişkin öneriler sunmakta ve “Dijital Ebeveynlik” konusunu sadece akademik çalışmaları ilgilisiyle sınırlamamaktadır. Dijital okuryazarlık ve benzeri yeni öğrenme, bilme, tanıma ve anlama biçimlerinin dijitalleşmeyle ortaya çıkan süreçleri yönetme ve yönlendirebilme becerilerini sadece ebeveynlere kazandırmakla kalmayacağı bilinçli bir sosyal sorumluluk çerçevesinde toplumsal bir bütünlüğün oluşmasına da katkı sağlayacağı bir amaç olarak ortaya konmaktadır.

Derginin bu sayısının ortaya çıkmasına ve bütüncül bir yapıya ulaşmasına çalışmalarlarıyla katkı sağlayan yazarlara; çalışmaları titizlikle gözden geçiren ve TRT Akademi Dergisi'nin yayın kriterleri çerçevesinde yayına dönüşmesinde önemli katkıları olan sayı hakemlerine; editörlük süreçlerindeki destekleriyle derginin okuyucuyla buluşmasında önemli katkılar sunan dergi çalışanlarına çok teşekkür ediyorum.

Yararlı olması dileğiyle...

Riskler ve Olanaklar Arasında Dijital Ebeveynlik: Bibliyometrik Bir Analiz

Salih TIRYAKI*

Öz

Dijital teknolojilerin kullanımı, sosyal hayatta birçok kavramı dönüştürdüğü gibi ebeveynlik kavramını da dönüştürmüştür. Araştırmacıların son yıllarda, özellikle çocukların internette zararlı içeriklerden korunması ve ebeveynlerin farkındalığına yönelik yaptığı araştırmalar hız kazanmıştır. Bu süreç içerisinde, literatürde “dijital ebeveynlik” olarak adlandırılan ve ebeveynlerin çocuklarını koruması, fırsatlardan yararlanması ve kendisini de geliştirmesi için yeni bir kavram ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, dijital ebeveynlik konusunda yapılan araştırmaların bibliyometrik bir görüntüsünü sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmada WEB of Science veri tabanında yer alan “dijital ebeveynlik” kavramıyla ilgili 61 çalışmaya ulaşılmış ve bu çalışmalara ilişkin bibliyometrik verilerin VOSviewer analiz programında ağ haritaları çıkarılmıştır. Çalışma sonucunda WEB of Science veri tabanında yer alan dijital ebeveynlik konulu çalışmaların 2015 yılında başladığı, en fazla çalışmanın (n=14) ise Eğitim-Eğitimci Araştırmaları alanında yapıldığı belirlenmiştir. En fazla çalışma (n=15), Amerika Birleşik Devletleri’nde yer alan araştırmacılar tarafından yayımlanırken, bunu Türkiye’deki araştırmacılar (n=14) takip etmektedir. Diğer taraftan kurumlar açısından bakıldığında bu konuda en fazla yayın (n=4) Ege Üniversitesi’nde yer alan araştırmacılar tarafından yayımlanmıştır. Ortak anahtar kelime analizi sonucunda ise araştırmaların en az “dijital okuryazarlık”, “dijital güvenlik”, “dijital ebeveynlik tarzları” ve “koruma yöntemleri” konularına odaklandığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Teknolojiler, Ebeveynlik, Dijital Ebeveynlik, Çocuk, Bibliyometrik Analiz

*Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, salih.tiryaki@selcuk.edu.tr

Tiryaki, S. (2023). Riskler ve Olanaklar Arasında Dijital Ebeveynlik: Bibliyometrik Bir Analiz . TRT Akademi , 08 (19) , 746-765 . DOI: 10.37679/trta.1324472

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 08.07.2023

Revizyon Tarihi: 23.08.2023

Kabul Tarihi: 12.09.2023

ORCID: 0000-0002-0966-3359

DOI: 10.37679/trta.1324472

Digital Parenting Between Risks and Possibilities: A Bibliometric Analysis

Salih TIRYAKI

Abstract

The use of digital technologies has transformed the concept of parenting as well as transforming many phenomena and concepts in social life. In recent years, researchers' research on the protection of children from harmful content on the Internet and the awareness of parents has gained momentum. In this process, a new concept called "digital parenting" has emerged in the literature for parents to protect their children, take advantage of opportunities and improve themselves. This study aims to present a bibliometric view of research on digital parenting. In the study, 61 studies related to the concept of "digital parenting" in the WEB of Science database were accessed and bibliometric data related to these studies were mapped in the VOSviewer analysis program. As a result of the study, it was determined that the studies on digital parenting in the WEB of Science database started in 2015, and the most studies (n=14) were done in the field of Education-Educator Research. The highest number of studies (n=15) were published by researchers in the United States, followed by Turkey (n=14). On the other hand, from the point of view of institutions, the most publications on this subject (n=4) were published by researchers from Ege University. As a result of the common keyword analysis, it was determined that the studies focused at least on "digital literacy", "digital security", "digital parenting styles" and "protection methods".

Keywords: Digital Technologies, Parenting, Digital Parenting, Child, Bibliometric Analysis

Research Paper

Received: 08.07.2023

Revised: 23.08.2023

Accepted: 12.09.2023

1. Giriş

Dijital teknolojilerdeki hızlı gelişmeler, toplumsal hayatın tüm alanlarını doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Bu etkiler ise çocuklar ve ebeveynler üzerinde doğrudan hissedilmektedir (İnan Kaya, vd., 2018; Keleşoğlu ve Adam Karduz, 2020). Dijital teknolojilerin gelişimine paralel olarak çocukların gelişim sürecini duygusal, zihinsel, psikolojik, fiziksel ve sosyal olarak etkileyebilme gücünün artması, bu teknolojileri kullanan ebeveynlerin çocuklarına rehber olması ve doğru kullanım yollarını göstermesi gerektiği sürecini beraberinde getirmiştir. Bu süreç, genel olarak “dijital ebeveynlik” kavramıyla açıklanmaktadır (Yay, 2019). Dijital ebeveynlik, dijital dünyanın gerekliliklerine hâkim, temel düzeyde de olsa bu araçları kullanma yeteneğine sahip, dijital araçların yarattığı fırsatların bilincinde olan ve teknolojide yaşanan hızlı gelişmelere açık olan ebeveynleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Yurdakul, vd., 2013). Kısaca dijital ebeveynlik, ebeveynlerin çocukların dijital medya araçlarını kullanımlarına yönelik oluşturdukları tutum ve davranış kalıplarıdır (İnan Kaya, vd., 2018). Dijital kaynaklar, ebeveynlerin hamilelik, doğum ve çocuk bakımıyla ilgili bilgi edinmelerini sağlaması açısından giderek daha önemli hâle gelmiş ve bazı olanakları beraberinde getirmiştir (Lima-Pereira, vd., 2012; Bäckström, vd., 2022).

Diğer taraftan dijital ebeveynlik kavramı, sadece çocukları korumaya yönelik süreçleri içermemektedir. Dijital ebeveynlik aynı zamanda bireylerin ebeveynlik süreçlerini dijital ortamlarda öğrenmelerini, öğrendikleri kişisel rolleri diğer ebeveynlere aktarmalarını ve gündelik anne ve babalık pratiklerini çevrim içi ortamlarda da sürdürmelerini içeren oldukça geniş kapsamlı bir sürece işaret etmektedir (Ünlü, 2020). Bu süreçte dijital ebeveynlerin birtakım rollere sahip olması gerektiği üzerinde bir uzlaşma sağlanmıştır. Dijital ebeveynlerin temel rolleri arasında dijital okuryazarlık becerileri, farkında olma, kontrol, etik ve yenilikçilik yer almaktadır (Yurdakul, vd., 2013).

Dijital teknolojilerin anne, baba ve çocuklar için gündelik yaşamın önemli bir parçası hâline gelmesiyle birlikte, bu konuda özellikle çocukların korunmasına yönelik ebeveynlerin rolleri sorgulanmaya başlanmıştır. Dijital teknolojilerin çocuklar üzerinde yarattığı olumsuz etkilerin yanında sosyalleşme, eğlence, bilgi edinme aracı olarak kullanılması ve özellikle de eğitim açısından olumlu işlevlerinin olması ebeveynleri bu konuda ikilemde bırakmaktadır. Yaşanan bu ikilem içerisinde dijital ebeveynler, risk ve olanakları bir arada tutarak ve gerekli değerlendirmeleri yaparak çocukları için hem riskleri hem de olanakları yönetmeye çalışmaktadır. Bu da ebeveynlerin gündelik yaşamdaki sorumluluklarının yanına bir de “dijital ebeveyn” olarak sorumluluk üstlenmesine yol açmıştır (Kaya ve Mutlu Bayraktar, 2021). Çocukların ve gençlerin çevrim içi davranışları ve güvenliğine ilişkin

sosyal kaygılar son on yılda önemli ölçüde artmış ve bu durum, çocukları çevrim içi ortamda yönetme ve koruma yolları konusunda ebeveynlik tavsiyelerinin çoğalmasına yol açmıştır. Bunun gerçekleştiği kültürel bağlam, yoğun ebeveynlik normları, artan risk farkındalığı ve özellikle gençlik yıllarında "aşırı ebeveynliğin" etkilerine ilişkin artan endişelerle karakterize edilen bir bağlam olarak ön plana çıkmıştır. Dijital ebeveynler sorumlulukları etrafında çeşitli riskler ve olanaklar çerçevesinde dijital ebeveynlik rollerini sürdürmeye başlamıştır (Wall, 2020).

Bu çalışma, özellikle Türkiye’de bulunan araştırmacılar tarafından sıkça incelenen “dijital ebeveynlik” kavramına odaklanmaktadır. Günümüzde oldukça önemli bir kavram olan dijital ebeveynlikle ilişkili çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Ancak bu konuda dünyada yapılan çalışmaları kapsayan, çalışmaların odak noktasını veya gözden kaçırdığı noktaları öne çıkaran bir çalışma bulunmamaktadır. Bu yüzden bu çalışma dünyanın en önemli akademik veri tabanları arasında ilk sırada yer alan WEB of Science veri tabanında dijital ebeveynlik ile ilgili yer alan çalışmaların bibliyometrik bir görüntüsünü sunmayı amaçlamaktadır. Böylece bu çalışma dijital ebeveynlik konusunda yapılan çalışmalara ilişkin derleyici bir unsur olarak öne çıkacağı gibi aynı zamanda bundan sonra yapılacak olan çalışmalara yol göstermesi bakımından da önem taşımaktadır.

2. Dijital Ebeveynlik: Risk mi? Olanak mı?

Dijital teknolojilerdeki gelişmeler gündelik hayatın tüm temel dinamiklerini doğrudan etkilemektedir. Değişen yaşam koşulları ve gelişen teknoloji ile dijital ebeveynlik öne çıkan bir kavram hâline gelmiştir (Akkaya, vd., 2021). Teknoloji çağında yaşanan gelişmeler, teknolojik araçların çocuklar ve gençler tarafından kullanımı, ebeveynlerin de sorumluluk alanının genişlemesine yol açmıştır. Ebeveynlik tam zamanlı bir iştir ve yaşam döngüsünde işlevsel bir duruma sahiptir. Dijital medya, kullanıcılarına öğrenme fırsatlarını sunarken bir yandan da dijital riskleri beraberinde getirmektedir. Ebeveynler ise çocuklarını öğrenme fırsatlarından yararlandırma ve onları dijital risklerden koruma arasında kalmaktadırlar (İnan Kaya, vd., 2018; Yaman, vd., 2019). Bu yüzden ebeveynlere, başta çocukları olmak üzere tüm aile için internetin gömülü değerlerini geliştirmek ve yönetme sorumluluğu yüklenmiştir. İnternet hizmetine abone olma amaçları, çocukların internet erişimi ve kullanımına odaklanan ebeveynlik faaliyetleriyle birlikte, ebeveynlerin evdeki çevrim içi faaliyetleri denetlemek için yukarıdan aşağıya sorumluluklarını oluşturmaktadır (Huang, vd., 2018).

Dijital medya araçlarının çocuklar ve gençler tarafından sıkça kullanılması olumlu özelliklerinden çok olumsuz özelliklerinin ön plana çıkmasına yol açmaktadır. Dijital

tal medyada çocukların savunmasız durumu, ebeveynlere daha fazla sorumluluk yüklemektedir. Dijital medya ağlarında çocuklar içerik, temas ve davranış olmak üzere üç temel riskle karşı karşıya kalmaktadır. İlk olarak içerik risklerinde çocuklar hoş karşılanmayan veya uygunsuz içeriklere maruz kalabilmektedir. İkinci olarak temas riskleri, çocukların ve/veya akranların dâhil olduğu riskli iletişimleri içermektedir. Son olarak davranış risklerinde çocuklar, riskli içerik veya temasa katkıda bulunmada aktif olarak rol oynamaktadır (Hasebrink, vd., 2009). Çocukların dijital medya araçlarında maruz kaldığı bu durumlar, çeşitli yardım kuruluşlarının da bu konuda önlem almasına ve raporlar oluşturmasına sebep olmuştur. Örneğin UNICEF'in 2017 yılında yayımlanmış olduğu "Dünyanın Durumu Çocuklar: Dijital Dünyada Çocuklar" isimli raporda, ebeveynlerin sorumlu ve saygılı dijital medya kullanıcıları olarak çocuklarına örnek olmaları gerektiği önerilmektedir. Bu, ebeveynlerin dijital medya kullanımında çocuklarından çok daha yetkin ve risklerin farkında olmalarını değil, aynı zamanda ebeveynler arasında sözde bir dijital uçurumun oluşmasını önlemek için yeni ürünler ve trendler konusunda güncel kalmalarını gerektirmektedir. Bu nedenle, dijital ebeveynliğin kaçınılmaz sorumluluğu, dünya çapındaki ebeveynlik eğitim programlarının dijital ebeveynliği gündemlerine dâhil etmesine yol açmıştır.

Çocukların dijital medya kullanımı rollerinde, olumlu ve olumsuz özellikleri benimsemelerinde ebeveynlerin dijital medya kullanım geçmişi oldukça önemlidir. Çocukların medya kullanımı büyük ölçüde ebeveynlerin geçmiş deneyimleri ve medyaya aşinalıklarını McPake ve Plowman (2010) tarafından "prolepsis" kavramıyla açıklanmaktadır. Prolepsis, ebeveynlerin dijital medya araçlarına ne kadar aşina oldukları ve bu araçlara ne kadar rahatlıkla yaklaştıklarıyla birlikte, dijital medyanın kendi çocuklarının yaşamlarındaki rolüne dair inançlarını ve umutlarını ifade etmeyi içermektedir. Bu süreç ebeveynlerin geçmişlerindeki teknoloji deneyimlerini düzelttikleri ve özlemlerini çocuklarının geleceğine yansıttıkları bir süreç olarak aktarılmaktadır (Nansen ve Jayemanne, 2016). Dijital ebeveynlerin kişisel deneyimlerini paylaşabilmesi, özellikle genç ebeveynlerin sosyal destek ve bilgi aracı olarak dijital ortamları kullanması, bu ortamların dijital ebeveynler için olanakları arasında bulunmaktadır (Lupton, vd., 2016). Bunun yanı sıra ebeveynlere yönelik mobil uygulamalar da dijital ebeveynlerin olanaklarını arttırmaktadır. Mobil uygulamaların anlık oluşu, çevrimdışı ve ücretsiz olarak kullanılabilmesi ve ebeveynlerin deneyimlerini, ihtiyaçlarını, günlük ebeveynlik pratiklerini aktarabilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu uygulamaların sunduğu olanaklar çerçevesinde ebeveynlerin günlük pratikleri kolaylaşmıştır. Ebeveynler, aynı zamanda bu uygulamalar aracılığıyla psikolojik ve sosyal destek sağlama olanağına kavuşmuşlardır (Ünlü, 2020).

Dijital medya araçlarının çocuklar ve çocuklara bağlı olarak da ebeveynlerin rolünü arttırması, ebeveynlerin çocuklarını “korumak” için çeşitli dijital ebeveynlik stilleri benimsemesine yol açmıştır. Konok ve arkadaşlarına (2020) göre 4 farklı dijital ebeveynlik stili bulunmaktadır. Bunlar; yetkili (yüksek sıcaklık, yüksek talep), izin verici (yüksek sıcaklık, düşük talep), bırakınız yapınlar (düşük sıcaklık, düşük talep) ve otoriter (düşük sıcaklık, yüksek talep) olarak sıralanmaktadır. Yetkili ebeveynlik, yüksek sıcaklık, duyarlılık, yanıt verebilirlik ve katılımın yanı sıra çocuktan yüksek olgunluk ve özdenetim beklentileri ve yüksek talepleri içermektedir. Yetkili ebeveynler, çocuğun fikirlerine saygı duyar ancak aynı zamanda açık sınırları da korumayı ihmal etmemektedir. İzin verici ebeveynlik, yüksek sıcaklık ancak düşük talep ile karşılık gelmektedir. Birkaç kural veya sınır koyarlar ve yüksek olgunluk beklentileri bulunmamaktadır. Çocuklarıyla yüzleşmekten kaçınırlar ve nadiren rehberlik etmektedirler. Bırakınız yapınlar ebeveynlik tarzına sahip ebeveynler, düşük sıcaklık, yanıt verme ve duygusal katılım gösterir ve aynı zamanda düşük taleplere sahiptir. Kural koymazlar, rehberlik ve disiplin sağlamazlar. Olgunluk için hiçbir talepte bulunmazlar ve çocuklarının davranışları üzerinde çok az kontrol uygularlar. Otoriter ebeveynler ise sıcak ve duyarlı değildir. Yüksek olgunluk talepleri vardır, katıdır, itaat beklerler ve güç iddia ederler. Beklentilerini emirlerle ifade ederler ve çocuklarına bu kuralların mantığını açıklamazlar (Konok, vd., 2020).

Ebeveynlik çocukların sosyalleşmesi için en önemli öğelerin başında gelmektedir. Dijital medyanın kaçınılmaz varlığı, ebeveyn-çocuk ilişkileri ve ebeveynlik becerileri üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Çocuklar tarafından akıllı telefon ve tablet gibi dijital cihazların artan kullanımı, ebeveynleri ebeveynlik stillerini değiştirmeye zorlamaktadır. Dijital ebeveynlik, ebeveynler tarafından çocukların dijital cihazları kullanma faaliyetlerini izlemek ve düzenlemek için benimsediği bir süreci ifade etmektedir. Bu süreçte temel amaç, çocuklarını çeşitli çevrim içi tehlikelerden korumaktır. Ebeveynlerin, çocukların dijital medya davranışlarını düzenlemek için sınır koyma, yapıcı disiplin uygulama, çocuklarıyla zaman geçirme vb. gibi çeşitli yaklaşımları kullanması gerekmektedir. Ancak, dijital ebeveynlikle ilgili zorluklar da bulunmaktadır. Bu zorluklardan bazıları, çocukların internete sınırsız erişimi, ebeveynlerin gündelik rutinleri ve çocukların internet aracılığıyla tersine sosyalleşme gibi temel süreçleri kapsamaktadır (Kavitha ve Sikandar, 2021). Bu da dijital ebeveynlik rollerinin, ebeveynler üzerinde çeşitli riskler yaratmasına neden olmaktadır. Bu risklerin başında ise stres gelmektedir. Dijital ebeveynlere dijital çağda yüklenen yeni sorumluluklar stresin ve strese bağlı faktörlerin artmasına yol açmıştır (Keleşoğlu ve Adam Karduz, 2020). Bunun yanı sıra dijital ortamlarda yayılan yanlış bilgiler, güvenilir olmayan kaynaklardan gelen paylaşımlar

dijital ebeveynleri yanlış yönlendirebilmekte ve bu da dijital ebeveynlik rollerinin zarar görmesine yol açabilmektedir (Gül ve Kesgin, 2021). Bu yüzden dijital ebeveynlerin, çocuklara yönelik uyguladıkları stillerin dışında çocukları korumak adına bazı kuralları belirlemesi gerekmektedir. Çünkü çocukların zihninde yarattığı dünyada uygulanan stiller bazı durumlarda etkisiz kalabilmektedir. Çocukları zararlı içeriklere erişimini engellemek için ebeveynlerin rolü, katılımı ve izlemesi dışında kullandıkları uygulamalara sınırlamalar veya önleyici uygulamalar yüklemesi gerekebilmektedir (Yusuf, vd., 2020; Modecki, vd., 2022).

Dijital ebeveynlerin geliştirmiş olduğu stiller veya müdahale biçimleri dijital ebeveynlik eğitimi ile gerçekleştirilebilir. Çocukların dijital medyada maruz kaldığı çeşitli riskler (Hasebrink, vd., 2009) ve ebeveynlerin bu risklere karşı geliştirmiş olduğu stiller (Konok, vd., 2020) aslında uzun vadeli bir çaba olarak görülmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte tanıtılan ebeveyn sorumluluğunun nispeten yeni bir boyutu olarak, dijital ebeveynlik eğitimi, 21. yüzyıl toplumlarında yetişkin becerilerinin geliştirilmesi için artan bir ihtiyaca dönüşmektedir. Bununla birlikte, sürdürülebilirlik açısından bakıldığında, dijital ebeveynliğe ilişkin bir yetişkin eğitim programının, onları basitçe yapmaları ve yapmamaları konusunda eğitmek yerine, konunun sosyopolitik boyutunu dâhil etmesi ve ebeveynlerle eleştirel diyalog kurması da gerekmektedir (Tosun ve Mihci, 2020).

3. Yöntem

Bu çalışmada WEB of Science veri tabanında yer alan “dijital ebeveynlik” anahtar kavramını içeren çalışmalar bibliyometrik yöntemle incelenmiştir. Bibliyometrik yöntem, veri tabanlarında yer alan içeriklere dair büyük hacimli bilimsel verileri incelemek ve analiz etmek için kullanılan önemli bir araştırma yöntemidir. Bibliyometrik yöntem aracılığıyla belirli bir alanda araştırmaların ve araştırmacıların odaklandığı noktalar ortaya çıkarılabileceği gibi araştırmaların odaklanmadığı noktalar da ortaya konmaktadır (Donthu, vd., 2021).

Bibliyometri, verilen bilimsel bilgiyle ilgili bir alanda en son durumu haritalamak için kullanılan bir araç görevi görmektedir. Bu nedenle, yazarların, makalelerin, dergilerin, kurumların, ülkelerin bilimsel performansını anahtar kelimelerin ve atf sayılarının analizi yoluyla belirlemek ve analiz etmek için bibliyometrik yöntem kullanılmaktadır (Sengupta, 2009; Tierno vd. 2017). Bibliyometrik yöntem, doğası gereği niceldir ancak nitel özellikler hakkında hüküm vermek için kullanılmaktadır (Wallin, 2005). Bibliyometrik yöntem, araştırmacıların bulgularını, alıntı, yıl, doküman türü gibi verileri diğer araştırmacıların kullanımına sunmak için toplu bir şekilde bibliyografik verilerin haritalandırılmasına olanak tanımaktadır.

Belirli bir alanda yapılan tarama sonucunda elde edilen bibliyometrik verilerin sunumu, alanın yapısı, sosyal ağlar ve güncel ilgi alanları hakkında iç görüler ortaya konulmasını sağlamaktadır (Zupic ve Čater, 2014).

Araştırmaların yayımlandığı dergiye göre değerlendirilmesi yaygın olarak benimsenen bir uygulamadır. Bazı araştırma değerlendirmeleri, kaliteli araştırmalar yayınladığı varsayılan “yüksek kaliteli” dergileri belirlemek için WEB of Science (WoS) veri tabanını kullanmaktadır. WoS’un dergi kalitesi üzerindeki yetkisi, dergileri editoryal standartlara ve bilimsel etki kriterlerine dayalı olarak seçmesinden kaynaklanmaktadır. Bunlar, yayın yeri, dili veya disiplini ne olursa olsun herhangi bir dergiye uygulanabilecekleri anlamına gelen evrensel kriterler olarak kabul edilebilmektedir (Chavarro, vd., 2018). Bu yüzden bu çalışmada incelenen çalışmalar WEB of Science veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada 5 Temmuz 2023 tarihinde WEB of Science veri tabanında “digital parenting (dijital ebeveynlik)” anahtar kavramı aratılmış ve bu konuyla ilgili 61 çalışmanın olduğu belirlenmiştir. Bu yüzden bu araştırma kapsamında yer alan çalışmalar, 5 Temmuz 2023 tarihine kadar WEB of Science veri tabanında yer alan çalışmalardan oluşmaktadır. Bu araştırma kapsamında incelenen çalışmaların çoğunluğu araştırma makalelerinden (n=47) oluşurken bildiri (n=7), makale incelemesi (n=4) ve kitap incelemesi (n=3) içeren çalışmalar da çalışmaya dâhil edilmiştir.

Bu çalışmada incelenen 61 çalışmanın bibliyometrik verileri VOSviewer yazılım programıyla ağ haritaları çıkarılmıştır. VOSviewer, bibliyometrik ağlar oluşturmak ve görselleştirmek için kullanılan bir yazılım aracıdır. VOSviewer aracılığıyla iki görselleştirme yapılmaktadır. İlk görselleştirme, bir kümeleme çözümündeki kümeleri ve bu kümeler arasındaki alıntı ilişkilerini göstermektedir. İkinci görselleştirme, bir kümenin kapsadığı konuları belirtmek için bir terim haritası kullanır. Bu görselleştirme, bir kümeye ait yayınlarda geçen en önemli terimleri ve bu terimler arasındaki birlikte oluşum ilişkilerini göstermektedir (Van Eck ve Waltman, 2017). VOSviewer programıyla, incelenen 61 çalışmaya ait “yazar”, “ülke”, “atf”, “dergi”, “üniversite”; “yayımlandığı yıl”, “kategori” ve “ortak anahtar kelime” gibi bibliyometrik bilgilerin ağ haritaları çıkarılmıştır (Demir ve Öztürk, 2023).

4. Bulgular

Bu çalışmada WEB of Science veri tabanında yer alan “dijital ebeveynlik” anahtar kavramını içeren 61 çalışmanın bibliyometrik verileri incelenmiştir. Çalışma kapsamında incelenen çalışmaların çoğunluğu araştırma makalelerinden (n=47) oluşurken, bildiri (n=7), makale incelemesi (n=4) ve kitap incelemesi (n=3) gibi çalışmalar da çalışmaya dâhil edilmiştir.

| WEB of Science Kategorileri | Sayı | Yüzde (%) |
|-------------------------------------------------|------|-----------|
| Eğitim-Eğitimci Araştırmaları | 14 | 22.581% |
| İletişim | 12 | 19.355% |
| Sosyal Bilimler Disiplinler arası | 8 | 12.903% |
| Aile Çalışmaları | 5 | 8.065% |
| Psikoloji Gelişimsel | 4 | 6.452% |
| Psikiyatri | 3 | 4.839% |
| Psikoloji Multidisipliner | 3 | 4.839% |
| Sosyal Çalışma | 3 | 4.839% |
| Bilgisayar Bilimi Sibernetik | 2 | 3.226% |
| Bilgisayar Bilimi Teorisi Yöntemleri | 2 | 3.226% |
| Çevre Bilimleri | 2 | 3.226% |
| Sağlık Bilimleri Hizmetleri | 2 | 3.226% |
| Tıp Bilişimi | 2 | 3.226% |
| Tıp Araştırması Deneysel | 2 | 3.226% |
| Pediyatri | 2 | 3.226% |
| Kamu Çevre İş Sağlığı | 2 | 3.226% |
| Sosyoloji | 2 | 3.226% |
| İşletme | 1 | 1.613% |
| Bilgisayar Bilimi Yapay Zekâ | 1 | 1.613% |
| Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri | 1 | 1.613% |
| Bilgisayar Bilimi Disiplinler arası Uygulamalar | 1 | 1.613% |
| Eğitim Bilimsel Disiplinleri | 1 | 1.613% |
| Mühendislik Elektrik Elektronik | 1 | 1.613% |
| Çevre Çalışmaları | 1 | 1.613% |
| Ergonomi | 1 | 1.613% |
| Film Radyo Televizyon | 1 | 1.613% |
| Yeşil Sürdürülebilir Bilim Teknolojisi | 1 | 1.613% |
| Beşeri Bilimler Multidisipliner | 1 | 1.613% |
| Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi | 1 | 1.613% |
| Kanun | 1 | 1.613% |
| Multidisipliner Bilimler | 1 | 1.613% |
| Hemşirelik | 1 | 1.613% |
| Psikoloji Klinik | 1 | 1.613% |
| Psikoloji Eğitimi | 1 | 1.613% |

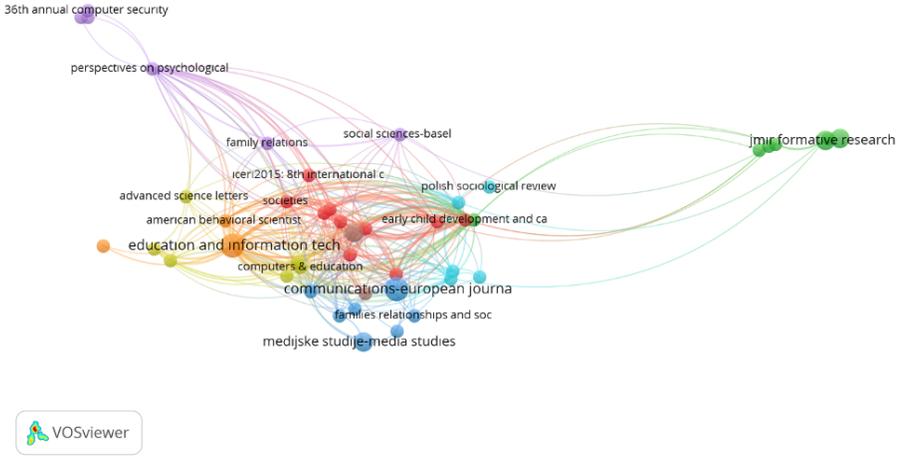
Tablo 1. İncelenen Çalışmaların WEB of Science Kategorilerine Göre Dağılımı

Dijital ebeveynlik üzerine yapılan çalışmaların WEB of Science kategorilerine göre dağılımını gösteren Tablo 1 incelendiğinde, çalışmaların 34 farklı alanda yayımlandığı belirlenmiştir. En fazla çalışma (n=14) Eğitim-Eğitimci Araştırmaları alanında yayımlanırken, ikinci sırada ise İletişim (n=12) alanı yer almaktadır. Bu kategoriler arasında dikkat çekici olan ise Aile Çalışmaları (n=5) ve Pediatri (n=2) alanında diğer kategorilere göre daha az çalışma yapılmış olmasıdır. Görüldüğü dijital ebeveynlik gibi önemli bir konu başlığı çeşitli alanlarda incelenmiştir. Bu da dijital ebeveynliğe ilişkin algı ve tutumların incelenmesine, farklı disiplinlerde karşılaştırılma imkânı bulmasına yol açmıştır.

| Yayın Yılı | Sayı | Yüzde (%) |
|------------|------|-----------|
| 2022 | 19 | 30.645% |
| 2021 | 11 | 17.742% |
| 2020 | 10 | 16.129% |
| 2019 | 8 | 12.903% |
| 2023 | 6 | 9.677% |
| 2018 | 5 | 8.065% |
| 2017 | 1 | 1.613% |
| 2016 | 1 | 1.613% |
| 2015 | 1 | 1.613% |

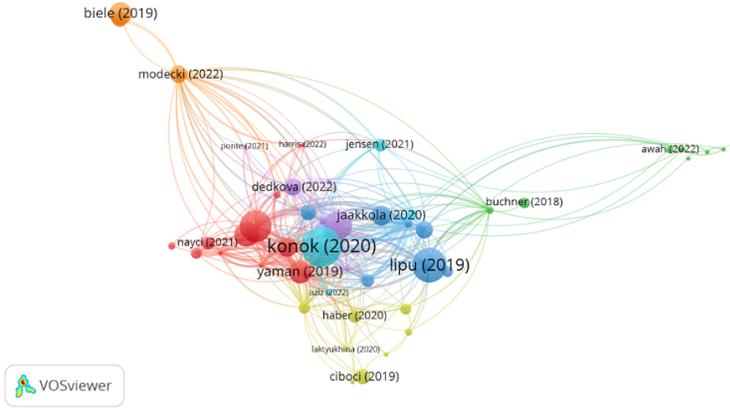
Tablo 2. İncelenen Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Dijital ebeveynlik günümüzün toplumlarında dijitalleşmeyle birlikte gelen önemli kavramların başında gelmektedir. Tablo 2'de bu çalışma kapsamında incelenen çalışmaların yıllara göre dağılımı yer almaktadır. Tablo incelendiğinde WEB of Science veri tabanında yer alan dijital ebeveynlik ile ilgili çalışmaların 2015 yılında (n=1) başladığı ve oldukça yeni olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar yıllar içerisinde artarken en fazla (n=19) çalışma 2019 yılında yayımlanmıştır. Diğer taraftan 2023 yılının temmuz ayına kadar dijital ebeveynlik üzerine toplam 6 çalışma yayımlanmıştır. Dijital ebeveynlik konusunda son yıllarda çalışmaların azalmış olduğu belirlenmiştir. Özellikle Covid-19 Pandemisiyle birlikte dijital ebeveynlerin rolleri daha da artmış olmasına rağmen bu konuda yeterince çalışma yapılmadığı görülmektedir. Şu ana kadar 6 çalışma yapılmış olmasına rağmen bu sayının en fazla çalışma yayımlanan yıl olan 2019 yılının da gerisinde kalacağı öngörülmektedir. Dijital ebeveynlik konusuna ilişkin ilginin azalmasına rağmen hem dünyada hem de Türkiye'de bu konuda dergiler özel sayılar çıkarmaktadır. Böylece dijital ebeveynlik konusundaki çalışmalara ilişkin literatürün genişletilmesi amaçlanmaktadır.



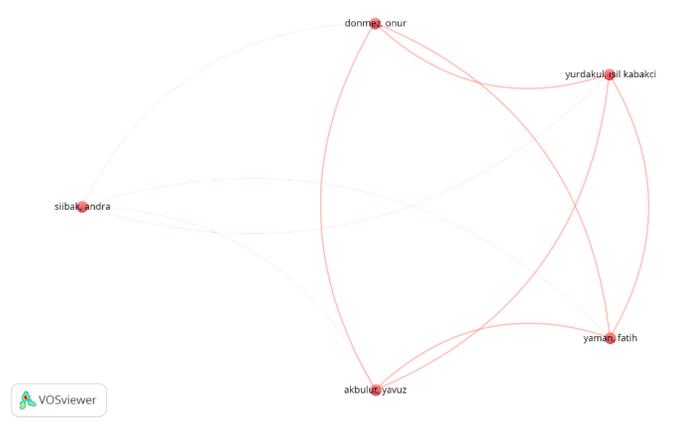
Grafik 1. İncelenen Çalışmalar İçerisinde En Fazla Atf Alan Yazarlar ve Çalışmalar

Grafik 1’de incelenen çalışmalar arasında en fazla atf yapılan çalışmaların ağ haritası yer almaktadır. Bu araştırma kapsamında incelenen çalışmaların atf sayılarına bakıldığında 61 çalışma içerisinde en fazla (n=27) atf Konok, Bunford ve Miklosi (2019) tarafından yayımlanan “Associations between child mobile use and digital parenting style in Hungarian families” isimli çalışmaya yapılmıştır. Bu çalışmanın bağlantı gücü ise 40’tır. Konok ve arkadaşları, ebeveyn tutumlarının, inançlarının, rol modellerinin ve ebeveynlik tarzlarının, çocukların mobil dokunmatik ekranlı cihaz kullanımını etkileyebileceği tezi üzerine kurdukları çalışmalarında, “dijital ebeveynlik tarzlarının” çocuklarının mobil dokunmatik ekranlı cihaz kullanımı etkilediğini tespit etmiştir. Bu çalışma dışında Lipu ve Siibak’in (2019) ““Take it down!’: Estonian parents’ and pre-teens’ opinions and experiences with sharenting” adlı çalışmasına 20 atf yapılmıştır. Bu çalışmada, annelerin çocukları hakkında Facebook’ta ne tür bilgiler paylaştıklarını, çocukların bu tür paylaşımları nasıl algılayıp tepki verdikleri incelenmiştir. Huang vd. (2018) “Fall-behind parents? The influential factors on digital parenting self-efficacy in disadvantaged communities” isimli çalışmasına ise toplam 17 atf yapılmıştır. Bu çalışmada, dezavantajlı kentsel topluluklarda dijital ebeveynliğin öz yeterliliğini etkileyen faktörler incelenmiştir. Görüldüğü üzere WEB of Science veri tabanına göre en fazla atf alan çalışmalar, dijital ebeveynlik konusunda dikkat çekici noktaları baz alarak değerlendirilen çalışmalardır. Türkiye’de de özellikle gelişmemiş şehirler ve mahalleler özelinde dijital ebeveynlik algılarına yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir.



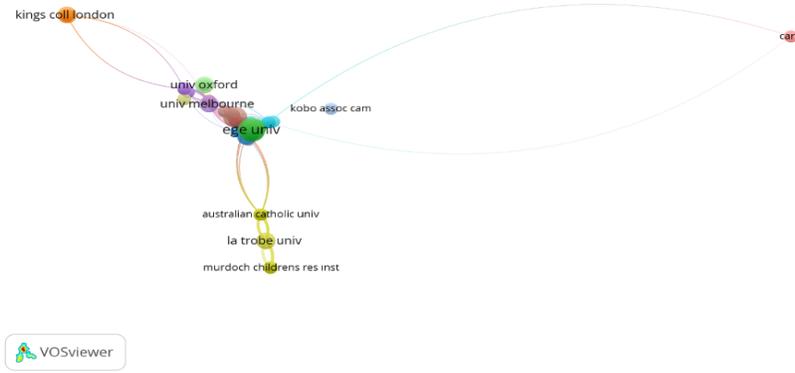
Grafik 2. İncelenen Çalışmaların Yayımlandığı Dergilere Göre Dağılımı

Grafik 2’de bu çalışma kapsamında incelenen çalışmaların yayımlandığı dergiler yer almaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen 61 çalışma 53 farklı dergide yayımlanmıştır. Bu dergiler arasında en fazla çalışma (n=3) Communications European Journal of Communication Research ve Education and Information Technologies isimli dergilerde yayımlanmıştır. Communications European Journal of Communication Research dergisinde yer alan 3 çalışmaya toplam 10 atıf yapılırken, Education and Information Technologies dergisinde yayımlanan 3 çalışmaya ise toplam 2 atıf yapılmıştır. Bu dergiler arasında en fazla (n=34) atıf Journal of Children and Media isimli dergide yayımlanan 2 çalışmaya yapılmıştır. Dijital ebeveynlik konusunda yapılan çalışmaların 2015 yılında başladığı dikkate alındığı, bu konudaki makalelerin çeşitli dergilerde yayımlandığı görülmektedir. Konunun yeni olması, spesifik olarak bir derginin ön plana çıkmasını engellemiş gözükmemektedir.



Grafik 3. İncelenen Çalışmaların Yazarlara Göre Dağılımı ve Bağlantı Ağı

Bu araştırmada incelenen 61 çalışmanın yazarlara göre dağılımlarını gösteren Grafik 3'e bakıldığında, 61 çalışma ortak yazarlı çalışmalar da dâhil olmak üzere toplam 226 farklı araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Dijital ebeveynlik konusunda en fazla araştırma yapan yazarlar arasında Fatih Yaman, Onur Dönmez ve Işıl Kabakçı Yurdakul ne kmaktadır. Bu 3 araştırmacı birlikte yayımladıkları ortak çalışmalar da dâhil olmak üzere 3'er çalışma yayımlamış ve bu alanda en fazla çalışan yazarlar olarak öne kmıştır. Bu sonuçlar da göstermektedir ki Türkiye'de yer alan araştırmacılar, dijital ebeveynlik konusuna özel önem göstermektedir. Türkiye gibi geleneksel aile kültürünün hâkim olduğu bir toplumda, ebeveynlik rollerinde yaşanan dijital dönüşüm araştırmacıların da dikkatini çekmiş ve bu konuda çalışmaların yoğunlaşmasına yol açmıştır.



Grafik 4. İncelenen alışmaların Yazarlarının Yer Aldığı Kurumlara Göre Dağılımları

Çalışma kapsamında incelenen yayınlaraın sahibi 226 araştırmacının yer aldığı kurumlara göre dağılımlarını gösteren Grafik 4'e bakıldığında, 123 farklı kurum olduğu belirlenmiştir. Grafikte de görüldüğü gibi bu alanda yapılan çalışmaların Türkiye'de yer alan üniversitelerde çalışan araştırmacılar tarafından incelendiği belirlenmiştir. En fazla çalışma (n=4) Ege niversitesinde yer alan araştırmacılar tarafından yayımlanırken, bu çalışmalara toplam 11 atıf yapılmıştı. İkinici sırada ise (n=3) Anadolu niversitesi ve Texas Austin niversitesi yer almaktadır. Yine Türkiye'den Muş Alpaslan niversitesi ve Fırat niversitesinde yer alan araştırmacılar 2'şer çalışma yayımlamıştır. Bu sonuçlar da göstermektedir ki Türkiye'de araştırmacılar "dijital ebeveynlik" konusuna özel önem göstermekte ve bu alanda yapılan çalışmaları yurtdişında desteklemektedir.

Grafik 6'da incelenen çalışmaların "ortak anahtar kelime" analizi yer almaktadır. Bu araştırma kapsamında incelenen 61 çalışmada toplam 229 ortak anahtar kelime kullanıldığı belirlenmiştir. Bu kelimeler arasında en fazla (n=26) "dijital ebeveynlik" kavramı kullanılırken, ebeveynlik (n=11) ve çocuk (n=4) kelimeleri de en fazla kullanılan ortak anahtar kelimeler arasında yer almaktadır. Bu ortak anahtar kelimeler arasında en dikkat çekici ve az kullanılan kelimeler arasında ise "dijital okuryazarlık", "dijital güvenlik", "dijital ebeveynlik tarzları" ve "koruma yöntemleri" bulunmaktadır. Bu kelimeler ilgili çalışmalarda sadece 1 kez kullanılmıştır.

5. Sonuç

Ebeveynlik olgusu, çocukların yetiştirilmesi ve bu yetişme sonucunda sağlıklı bir şekilde toplumsal hayata kazandırılması için tutum, algı, beklenti ve değer ekseninde oluşturulan faaliyetleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Darling ve Steinberg, 1993). Günümüz teknolojik gelişmelerine bağlı olarak ebeveynlik kavramı da değişmiş ve dijital ebeveynlik kavramı literatürde kullanılmaya başlanmıştır. Dijital ebeveynlik kavramında bulunan "dijital" kavramıyla oyun, eğlence, araştırma, vakit geçirme gibi herhangi bir amaç için kullanılabilen her türlü elektronik araç kastedilmektedir (Yay, 2019). Dijitalleşme sürecinde yaratılan yeni toplum yapısının kendine özgü ayrılmış dinamikleri, ebeveynlerin çocukları üzerinde kontrolleri kaybetmelerine veya kontrolü tam olarak sağlayamamalarına yol açmaktadır. Özellikle ebeveynlerin toplumsal yaşamda da birtakım sorumluluklara sahip olmaları, çocukların dijital araçların olumsuz yönlerinden etkilenebildiği gibi faydalarından da tam olarak yararlanamamasına yol açmaktadır (Öztürk ve Derin, 2022). Bu noktada ortaya çıkan dijital ebeveynlik kavramı, çocukları dijital çağın fırsatlarını yakalamasına yardımcı olmanın yanı sıra dijital teknolojilerle birlikte gelen olumsuz noktalara karşı korumayı da içeren geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır (Rode, 2009).

Bu çalışma dijital ebeveynlik gibi önemli bir konuda yapılan araştırmaların bibliyometrik bir görüntüsünü sunmak amacıyla tasarlanmıştır. Bu bakımdan WEB of Science veri tabanında dijital ebeveynlik konusunda yer alan 61 çalışmanın bibliyometrik verileri incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda bu alanda yapılan çalışmaların 2015 yılında başladığı ve oldukça yeni olduğu belirlenmiştir. Son yıllarda çocukların dijital ortamlara artan bağımlılığı ve eğitim gibi önemli toplumsal olguların dijitalleşmesi ebeveynlerin sorumluluklarını arttırmıştır. Buna rağmen dijital ebeveynlik konusundaki araştırmaların son yıllarda düşüşe geçmesi bu konuların detaylıca incelenmesini etkilemektedir. Özellikle Covid-19 Pandemisiyle birlikte artan psikolojik risklere ilişkin dijital ebeveynlerin rollerinin incelenmesi

gerekmektedir. Diğer taraftan önemli bir konu olmasına rağmen aile çalışmaları ve pediatri alanında yeterince çalışma yapılmamış olması da önemli bir sorun olarak görülmektedir. Dijital ebeveynlik ile doğrudan bağlantılı bu alanda çalışmaların yoğunlaşması gerekmektedir.

Diğer taraftan kavramının akademik literatürde yeni kullanılmaya başlanması dergilerin yayın sürecine de yansımıştır. Bu alanda spesifik bir derginin olmamasından kaynaklı olarak çalışmaların 53 farklı dergide yayımlandığı belirlenmiştir. Yine de özellikle bu konuda araştırma yapacak olan yazarların Communications European Journal of Communication Research, Education and Information Technologies ve Journal of Children and Media isimli dergileri hem yayın sayısı hem de atıf sayısı bakımından tercih edebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan dijital ebeveynlik literatüründe Türkiye'nin ve Türkiye'de yer alan araştırmacıların ön plana çıktığı görülmektedir. İncelenen çalışmaları yayımlayan yazarların yer aldığı 36 farklı ülke içerisinde Amerika Birleşik Devletleri'yle birlikte Türkiye'nin ön plana çıkması ve bunun yanı sıra en fazla yayının Ege Üniversitesinde yer alan araştırmacılar tarafından yayımlanmış olması Türkiye'deki araştırmacıların bu konuya verdiği önemi göstermektedir. Türkiye'deki araştırmacıların ve üniversitelerin dijital ebeveynlik konusuna özel önem verdiği belirlenmiştir. Dijital ebeveynlik konusundaki literatürün Türkiye'deki araştırmacılar tarafından yönlendirildiği görülmektedir. Türkiye'de geleneksel aile kültürünün hâkimiyeti, dijital çağda değişime uğramıştır. Bu da araştırmacıların dikkatini çekmiş ve dijital ebeveynlik üzerine yoğunlaşmalarına yol açmıştır.

Çalışmanın dikkat çekici ve öne çıkan sonuçları arasında ise ortak anahtar kelime analizi sonucunda çıkan bulgular yer almaktadır. İncelenen 61 çalışmada kullanılan ortak anahtar kelimelere bakıldığında en az "dijital okuryazarlık", "dijital güvenlik", "dijital ebeveynlik tarzları" ve "koruma yöntemleri" gibi kavramların kullanıldığı belirlenmiştir. Bu da dijital ebeveynlik içerisinde oldukça önemli bir kavram olan dijital okuryazarlık konusuna araştırmacıların eğilmediğini göstermektedir. Diğer taraftan dijital ebeveynlerin bu alanda çocukları korumak için oluşturdukları dijital güvenlik önlemlerine ve koruma yöntemlerine de odaklanılmadığı belirlenmiştir. Kullanılan ortak anahtar kelimeler özelinde değerlendirilme yapıldığında, araştırmacıların dijital ebeveynlik ile çeşitli olguları bağdaştırmadığı görülmektedir. Özellikle ebeveynlerin dijital okuryazarlık, dijital güvenlik ve koruma yöntemleri gibi önemli olgular çerçevesinde inceleme yapılmamıştır. Son yıllarda dijital ebeveynlik konusunda yapılan araştırmaların azalmış olduğu görülmektedir. Bu yüzden bu konuların gelecekte araştırmacılar tarafından yoğunlaşılması gereken önemli başlıklar olduğunu söylemek mümkündür.

Bu araştırma, dünyanın en önemli akademik veri tabanları arasında yer alan WEB of Science veri tabanında yer alan dijital ebeveynlik konulu çalışmaların bibliyometrik bir görünümünü ortaya koymuştur. Bu yüzden çalışmanın sonuçları kendi sınırlılıkları ve bağlamı içerisinde değerlendirilmelidir. Bundan sonra özellikle Türkiye’de yapılacak çalışmaların çeşitli faktörleri göz önünde bulundurarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Öncelikle bundan sonra yapılacak çalışmalarda, dijital çağda ebeveynlere yönelik riskler ve olanaklar çerçevesinde bir araştırma yapılabilir. Dijital ebeveynlik rollerinde okuryazarlık/dijital okuryazarlığın önemine ilişkin bir değerlendirme gerçekleştirilebilir. Özellikle baskın olmayan ve dışlanmış topluluklarda aile (dijital) okuryazarlığı uygulamaları bir süredir eğitimsel çalışmaların konusu olsa da ebeveynleri/bakıcıları ve çocuklarını bir araya getirerek anlamlı bir çerçeve oluşturmak için dijital atölye çalışmalarının dijital öğrenme uygulamaları ve ev içinde işbirliğine dayalı dijital 'uygulama topluluklarının' şekillendirilmesine etkisini inceleyen çok az çalışma bulunmaktadır (Hebert, vd., 2020). Yine ebeveynlerin dijital medyaya ilişkin inançlarının önemini ve öğrencilerin dijital medya öz yeterliliğini etkileyen evdeki faktörlere yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir (Hammer, vd., 2021). Dijital ebeveynlerin dijital güvenlik ve korunma yöntemlerine ilişkin algılarına yönelik değerlendirmeler de yapılabileceği gibi aldıkları önlemlere ilişkin değerlendirmeler de yapılması gerekmektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Akkaya, S., Tan, Z., Kapıdere, M., & Şahin, S. (2021). Investigation of the Relationship between Parents' Awareness of Digital Parenting and the Effects of Digital Games on Their Children. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(1), 889-917.
- Bäckström, C., Rolfson, T., Engström, H., Knez, R., & Larsson, M. (2022). Expecting Parents' perceptions of the Digital Parental Support "Childbirth Journey" Constructed as a Serious Game—An Intervention Study. *Digital Health*, 8, 1-15.
- Chavarro, D., Råfols, I., & Tang, P. (2018). To What Extent is Inclusion in the WEB of Science an Indicator of Journal 'Quality'? *Research Evaluation*, 27(2), 106-118.
- Darling, N. & Steinberg, L. (1993). Parenting Style as Context: an Integrative Model. *Psychological Bulletin*, 113(3), 487-496.
- Demir, Y., & Öztürk, M. (2023). Hegemonik Erkeklik ve Medya: Bibliyometrik Bir Analiz. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10, 49-67.

- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to Conduct a Bibliometric Analysis: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
- Hammer, M., Scheiter, K., & Stürmer, K. (2021). New Technology, New Role of Parents: How Parents' Beliefs and Behavior Affect Students' Digital Media Self-Efficacy. *Computers in Human Behavior*, 116, 106642.
- Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L., & Olafsson, K. (2009). *Comparing Children's Online Opportunities and Risks Across Europe: Cross-National Comparisons for EU Kids Online*. EU Kids Online.
- Hébert, C., Thumlert, K., & Jenson, J. (2022). #Digital Parents: Intergenerational Learning through a Digital Literacy Workshop. *Journal of Research on Technology in Education*, 54(1), 34-91.
- Huang, G., Li, X., Chen, W., & Straubhaar, J. D. (2018). Fall-Behind Parents? The Influential Factors on Digital Parenting Self-Efficacy in Disadvantaged Communities. *American Behavioral Scientist*, 62(9), 1186-1206.
- İnan Kaya, G., Mutlu Bayraktar, D. & Yılmaz, Ö. (2018). Dijital Ebeveynlik Tutum Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 46, 149-173.
- İnan Kaya, G., Mutlu Bayraktar, D., & Yılmaz, Ö. (2018). Digital Parenting: Perceptions on Digital Risks. *Kalem Uluslararası Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 131-157.
- Kavitha, K., & Sikandar, B. J. (2021). Digital Parenting: Issues, Challenges and Nursing Implications. *Journal of Pediatric Surgical Nursing*, 10(3), 100-104.
- Kaya, İ. & Mutlu Bayraktar, D. (2021). Türkiye'de Yapılan Dijital Ebeveynlik Araştırmalarına Yönelik Bir İçerik Analizi Çalışması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(2), 1046-1082.
- Keleşoğlu, F., & Adam Karduz, F. F. (2020). Kovid-19 Sürecinde Dijital Ebeveynlik ile Anne-Baba Stresi Arasında Yordayıcı İlişkiler. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 7(2), 70-102.
- Konok, V., Bunford, N., & Miklósi, Á. (2020). Associations between Child Mobile Use and Digital Parenting Style in Hungarian Families. *Journal of Children and Media*, 14(1), 91-109.
- Lima-Pereira, P., Bermúdez-Tamayo, C., & Jasienska, G. (2012). Use of the Internet as a Source of Health Information amongst Participants of Antenatal Classes. *Journal of Clinical Nursing*, 21(3-4), 322-330.
- Lipu, M., & Siibak, A. (2019). 'Take it Down!': Estonian Parents' and Pre-Teens' Opinions and Experiences with Sharenting. *Media International Australia*, 170(1), 57-67.
- Lupton, D. (2016). The Use and Value of Digital Media for Information about Pregnancy and Early Motherhood: A Focus Group Study. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 16, 171-181.
- McPake, J., & Plowman, L. (2010). At Home with the Future: Influences on Young Children's Early Experiences with Digital Technologies. In N. Yelland (Ed.), *Contemporary Issues in Early Childhood Education* (pp. 210-226). Open University Press.
- Modecki, K. L., Goldberg, R. E., Wisniewski, P., & Orben, A. (2022). What is Digital Pa-

- renting? A Systematic Review of Past Measurement and Blueprint for the Future. *Perspectives on Psychological Science*, 17(6), 1673-1691.
- Nansen, B., & Jayemanne, D. (2016). Infants, Interfaces, and Intermediation: Digital Parenting and the Production of "iPad Baby" Videos on YouTube. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(4), 587-603.
- Öztürk, E., & Derin, G. (2022). Dijital Ebeveynlik ve Dijital İstismar. VIII. Uluslararası TURKCESS Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi, 20-23 Temmuz 2022, Hatay.
- Rode, J. A. (2009). Digital Parenting: Designing Children's Safety. *People and Computers XXIII. Celebrating People and Technology*, 1 - 5 September 2009, 244-251.
- Roig-Tierno, N., Gonzalez-Cruz, T. F., & Llopis-Martinez, J. (2017). An Overview of Qualitative Comparative Analysis: A Bibliometric Analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(1), 15-23.
- Sengupta, I. N. (1992). Bibliometrics, Informetrics, Scientometrics and Librametrics: An Overview. *Libri: International Journal of Libraries and Information Studies*, 42(2), 75-98.
- Tosun, N., & Mihci, C. (2020). An Examination of Digital Parenting Behavior in Parents with Preschool Children in the Context of Lifelong Learning. *Sustainability*, 12(18), 7654.
- UNICEF (2017). *The State of the World's Children 2017: Children in a Digital World*. <https://www.unicef.org/sowc2017/> (07.06.2023).
- Ünlü, D. G. & Kesgin, Y. (2021). Dijital Ebeveynlik, Aşı Kararsızlığı ve Kovid-19: Dijital Ebeveynlerin Kovid-19 Aşısı Karşıtlığına İlişkin Tutumlarının Belirlenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (56), 165-184.
- Ünlü, D. G. (2020). Dijital Ebeveynlik ve Mobil Uygulamalar: Dijital Ebeveynlerin Mobil Uygulama Kullanım Pratiklerinin İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 50, 56-73.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-Based Clustering of Publications Using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111, 1053-1070.
- Wall, G. (2022). Being a Good Digital Parent: Representations of Parents, Youth and the Parent-Youth Relationship in Expert Advice. *Families, Relationships and Societies*, 11(3), 340-355.
- Wallin, J. A. (2005). Bibliometric Methods: Pitfalls and Possibilities. *Basic & Clinical Pharmacology & Toxicology*, 97(5), 261-275.
- Yaman, F., Dönmez, O., Akbulut, Y., Kabakçı Yurdakul, I., Coklar, A. N., & Guyer, T. (2019). Exploration of Parents' Digital Parenting Efficacy through Several Demographic Variables. *Education and Science*, 44(199), 149-172.
- Yay, M. (2019). *Dijital Ebeveynlik*. Yeşilay Yayınları.
- Yurdakul, K. I., Dönmez, O., Yaman, F., & Odabaşı, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences* 12(4), 883-896.
- Yusuf, M., Witro, D., Diana, R., Santosa, T. A., Alfikri, A. A., & Jalwis, J. (2020). Digital Parenting to Children Using the Internet. *Pedagogik Journal of Islamic Elementary School*, 3(1), 1-14.
- Zupic, I., & Čater, T. (2014). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.



Instagram Çağının Dijital Ebeveynleri: Sharenting Bağlamında Bir İnceleme

Enes BALOĞLU*

Öz

Teknolojideki gelişmeler doğrultusunda ebeveyn sorumlulukları da dönüşerek dijital ebeveyn kavramı ortaya çıkmıştır. Günümüzün dijital ebeveynleri Instagram'da çocuklarına ait görselleri ve bilgileri herkese açık bir şekilde paylaşmaktadır. Çocukların ve ailelerin adına oluşturulan hesaplardan çocuklara ait içeriklerin paylaşılması sharenting olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmada, Instagram'da "child" hashtagi kullanılarak paylaşılan içerikler netnografik yöntem kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada ebeveynlerin sharenting aracılığıyla oluşturdukları içeriklerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu bakımdan Instagram'da 1-15 Haziran 2023 tarihleri arasında "child" hashtagi kullanılarak paylaşılmış olan 6134 gönderi incelenmiştir. Çalışma sonucunda ebeveynlerin Instagram'da "çocukları" ve "aileleri" adına hesaplar oluşturup paylaşım yaptığı belirlenmiştir. Paylaşımlar içerik bakımından değerlendirildiğinde ise sharenting aracılığıyla çocukların birer ticari "meta" olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra oluşturulan içeriklerle ebeveynler ideal ebeveyn imajı oluşturmak için sharentingi temsil aracı olarak kullanırken, çocuklarına ait paylaştığı özel görüntü ve bilgilerle çocukların mahremiyetini ihlal ettiği belirlenmiştir. Instagram'da çocukların farkında ve rızası olmadan paylaşılan içerikler çocukların gelecekte istemeyeceği gönderilerin dolaşımında olma riskini taşımaktadır. Paylaşılan içeriklerde mahremiyet sınırının korunamaması çocukların yetişkinlik döneminde psikolojik sorunlara yol açabileceği gibi aynı zamanda çocuklar adına ailelerin bir karar merci olarak dijital kimlik oluşturması da sharentingin olumsuz sonuçlarını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Instagram, Dijital Ebeveyn, Çocuk, Sharenting, Mahremiyet

*Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü,
enes.baloglu@bozok.edu.tr

Baloğlu, E. (2023). Instagram Çağının Dijital Ebeveynleri: Sharenting Bağlamında Bir İnceleme
TRT Akademi, 08 (19), 766-785. DOI: 10.37679/trta.1328354

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 16.07.2023

Revizyon Tarihi: 08.09.2023

Kabul Tarihi: 13.09.2023

ORCID: 0000-0002-3765-7546

DOI: 37679/trta.1328354

Digital Parents of the Instagram Age: A Review in the Context of Sharenting

Enes BALOĞLU

Abstract

In line with the developments in technology, parental responsibilities have also transformed and the concept of digital parenting has emerged. Today's digital parents share their children's images and information publicly on Instagram. Sharing children's content from accounts created on behalf of children and families is called sharenting. In this study, the content shared using the "child" hashtag on Instagram was examined using the netnographic method. In the study, it is aimed to determine the content created by parents through sharenting. In this regard, 6134 posts shared on Instagram using the "child" hashtag between 1-15 June 2023 were examined. As a result of the study, it was determined that parents created and shared accounts on behalf of their "children" and "families" on Instagram. When the shares are evaluated in terms of content, it has been determined that children are used as commercial "commodities" through sharing. In addition, it has been determined that while parents use sharing as a means of representation to create an ideal parent image with the created content, they violate the privacy of children with the private images and information they share. Content shared on Instagram without the awareness and consent of children carries the risk of circulating posts that children may not want in the future. Failure to protect the privacy boundary in the shared content may lead to psychological problems in the adulthood of children, and at the same time, the fact that families create a digital identity as a decision-maker on behalf of children shows the negative consequences of sharing.

Keywords: Instagram, Digital Parent, Child, Sharenting, Privacy

Research Paper

Received: 16.07.2023

Revised: 08.09.2023

Accepted: 13.09.2023

1. Giriş

Çocukların sosyal yaşama hazırlanmasında ebeveynlerin sosyal ve psikolojik yönden çocuklarını desteklemenin yanı sıra temel becerileri kazandırarak tehlikelere karşı “Çocuğun kendini koruyabilecek davranış ve tutumları kazandırma gibi önemli sorumlulukları vardır” (Manap, 2020, s. 18). Dijital çağın gereksinimleri ebeveyn sorumluluklarını da dönüştürerek dijital ebeveyn kavramını doğurmuştur. Dijital ebeveyn, asgari seviyede dijital araçları kullanabilen, dijital ortamın olanaklarının ve risklerinin farkında olan bireylerdir. Bu anlamda dijital ebeveynlerden gerçek hayatta olduğu gibi dijital ortamda da çocuklarını kişilik haklarına saygılı bireyler olarak yetiştirmeleri beklenmektedir (Yurdakul vd., 2013, s. 888). Fakat dijital ebeveynliğin kapsamı sadece çocuk gelişiminin okul öncesi dönemiyile sınırlı değildir. Ebeveynlerin, dijital ebeveynlik görevlerini çocuğun doğumundan itibaren ve yetişkinliğe doğru ilerlerken yerine getirmeleri gerekir (Tosun ve Mihci, 2020, s. 3). Aynı zamanda dijital ebeveynlerin teknolojik gelişmelere de uyum sağlaması gerekmektedir (Yurdakul vd., 2013, s. 888). Çünkü dijital teknolojiler ebeveyn pratiklerinde fonksiyonel ve kullanımı gerekli araçlara dönüşmüştür (Czeskis, vd., 2010, s. 1). Bu anlamda dijital ebeveynler, çocuklarının dijital yaşamlarını izlemeli, yönlendirmeli ve düzenlemelidir (Huang, vd., 2018, s. 1186).

Öte yandan dijital ebeveynlerden, dijital cihazları güvenli ve verimli kullanma noktasında çocuklarını yönlendirmeleriyle birlikte dijital ortamın zarar ve risklerine karşı önlem almaları da beklenmektedir (Yay, 2019, s. 11). Bu anlamda dijital ebeveynlerin, İnternet ve dijital cihazları çocuklarının gelişiminde doğru bir şekilde kullanmaları gerekmektedir (Arıcak, 2015). Aynı zamanda dijital ebeveynlerden, çocuklarının dijital teknoloji kullanımını kontrol etmesi ve kendilerinin de dijital teknoloji kullanımıyla olumlu rol model olması beklenmektedir (Manap ve Durmuş, 2020, s. 982). Genel olarak bakıldığında dijital ebeveynler, İnternet vasıtasıyla gündelik pratiklerini çevrim içi olarak yürütme imkanına kavuştuğu anlaşılmaktadır (Gül Ünlü, 2020, s. 58).

Sosyal medya ağları, ebeveynlere hamilelikten doğuma, çocuklarının ilk adımlarından çocuklarının gelişimindeki diğer önemli ve daha sıradan anlara kadar çevrim içi alanlarda çocukları hakkında görsel paylaşmak ve açıklama yapmak için “eşsiz” bir alan yaratmıştır (Latıpah vd., 2020). Ebeveynler arasında çocuklarına ait görsel ve bilgileri paylaşma motivasyonunun hızlı bir şekilde artmasıyla birlikte “parenting” (ebeveyn) ve “share” (paylaşım) kelimelerinden türetilmiş “sharenting” kavramı akademik literatürde kullanılmaya başlanmıştır (Çimke vd., 2018). Ebeveynlik görevlerinin ve sosyal medya ağlarında rutin paylaşımların bir araya

gelmesi, görünür ve tanınabilir bir tema hâline gelmiş ve “sharenting” kavramı, dijital ebeveynlerin sosyal medya ağlarında çocukları üzerinden göstermiş olduğu davranış biçimlerini tanımlamak için sıkça kullanılan kavramlardan biri hâline gelmiştir. Ebeveynlerin sosyal medya ağlarında çocukların görsellerini rutin ve aşırı bir şekilde paylaşması olarak tanımlanan sharenting (Maraşlı vd., 2016; Bessant, 2018; Fox ve Hoy, 2019; Sarkadi vd., 2020) birçok yönden tartışmalı bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Sharenting, dijital ebeveynlerin sosyal medya ağlarında 18 yaş altı çocuklarına ilişkin yapmış oldukları paylaşımlar ile sınırlıdır (Günüç, 2020, s. 281). Sosyal medya ağları ebeveynlere deneyimlerini paylaşmaları ve ebeveynlik konusunda destek almaları için bir alan sağlamış olsa da sharenting ile ilgili endişeler giderek artmaktadır. Öncelikle ebeveynler çocuklarını bir başarı işareti olarak “gösterirken” sharenting ile ilişkin bir okuma, iyi ebeveynliğin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte sharenting kavramı aşağılayıcı bir şekilde, ebeveynin çocuk odaklı görüntüleri ve içeriği aşırı şekilde paylaşmasını tanımlamak için de kullanılmaktadır (Lazard vd., 2019).

21. yüzyılda doğan çocuklar, sosyal medyanın ailelerinin hayatlarının rutin bir parçası hâline geldiği bir ortamda büyümüşdür. Sosyal medyanın çocuklar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabilmektedir. Ebeveynlerin çevrim içi gönderilerinin çocukları istismar ve ihmal riskiyle karşı karşıya bıraktığı sharentingin, çocukların mahremiyeti, özerkliği ve duygusal esenliği üzerinde olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir (Doğan Keskin vd., 2023). Bunun yanı sıra sharenting aracılığıyla ebeveynler, çocuklarına ilişkin kişisel bilgileri ifşa etmekte ve çocuklarının dijital kişiliğini, daha çocuk çevrim içi varlığa sahip olup olmayacağına karar vermeden çok önce şekillendirebilmektedir (Davidson-Wall, 2018). Diğer taraftan ebeveynlerin sharenting paylaşımlarının ticari çıkarlar neticesinde oluşturması da bazı endişeleri beraberinde getirmektedir. Çocukların bilincinde olmadan maddi kazanç elde etmek için kullanılması etik bir ihlal olarak değerlendirilirken, diğer yandan da bu durumun “normalleşmesi” sharentingin sosyal medya ağlarında ebeveynler arasında yoğunlaşmasına neden olmaktadır (Fox ve Hoy, 2019).

Bu çalışmada, Instagram’da oluşturulan “child” hashtagıyla sharenting paylaşımlarına odaklanılmaktadır. Instagram’da oluşturulan hashtagler aracılığıyla gönderiler kısa bir süre içerisinde milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir. Bu anlamda dijital ebeveynler de Instagram’da sharenting içeriklerini sıklıkla paylaşmaktadır.

2. Ebeveynler Arasında Yeni Bir Fenomen: Sharenting

Günümüzün dijital dünyasında toplumun hemen hemen her temel olgusunda ol-

duđu gibi ebeveynlik olgusu da değişim içerisine girmiştir. Günümüz ebeveynleri, sosyal medya ağlarında çocukları hakkında düzenli olarak fotoğraf veya video yayımlamakta ve çocukları hakkında bilgileri anlık olarak paylaşmaktadır (Siibak ve Traks, 2019). Ebeveynlerin, bakıcıların veya akrabaların reşit olmayan çocukları hakkında çevrim içi olarak genellikle Instagram, Facebook, Twitter ve diğerleri gibi sosyal medya platformlarında bilgi paylaşmasını içeren bu uygulama genellikle “sharenting” olarak adlandırılmaktadır. Sharenting, ocuđun yemek yeme, uyuma, banyo yapma ve oyun oynama gibi günlük aktiviteleri hakkında fotoğraf, video, kişisel hikâye ve diğer bilgiler gibi çok boyutlu yönlerini içerebilmektedir (Romero-Rodríguez vd., 2022).

Çocuklara ait görüntülerin ve bilgilerin çevrim içi yayınlanması olarak tanımlanan sharenting (Steinberg, 2017; Ouvrein ve Verswijvel, 2019; Donovan, 2020), özellikle ebeveynlerin çocuklara ait görselleri “aşırı” paylaşımı sonucunda ortaya çıkmaktadır (Holiday vd., 2022; Wen vd., 2022). Aslında günümüz ebeveynleri, sosyal medya ağlarında ebeveyn olarak kendi deneyimlerine ait görüntüleri ve hikyeleri paylaşmaya teşvik edilmektedir. Ancak bunu yaparken, ebeveynler çocukları hakkında ayrıntıları sosyal medyada düzenli olarak yayınlamaya ve açıklamaya, yani “sharenting” yapmaya alışmış ve bu bir nevi bağımlılık hâlini almıştır (Blum-Ross ve Livingstone 2017).

evrim içi teknolojiler ve özellikle sosyal medya ağları, insanların bilgiye erişme ve bilgiyi paylaşma şeklini değiştirmiş ve ebeveynlerin çocuklarının mahremiyetiyle ilgili rol ve sorumluluklarını temelden değiştiren yeni bir düzen yaratmıştır. Bununla birlikte ortaya çıkan bu dinamiklerde değişmeyen bir şey, ebeveynlerin çocukları üzerinde uyguladıkları g ve otorite olarak dikkat çekmektedir. Ebeveynlerin sosyal medya ağlarında çocuklarını korumanın ötesine geçen bu g ve otorite baskısı, çocuklara ait görüntüleri sosyal medya ağlarında paylaşarak mahremiyet haklarına ilişkin ihlallere sebebiyet verdiği yönünde eleştirilmektedir (Barnes ve Potter, 2021; Yegen ve Mondal, 2021).

Birçok ebeveyn, sharentingle ilgili temelde yalnızca uzaktaki aile üyelerini ve arkadaşlarını çocuklarının büyümesine dahil etmeyi sağlamakla kalmayıp aynı zamanda sosyal destek olarak değerli anılar biriktirmek ve ebeveynlik ikilemlerini paylaşmak için bir uygulama hâline getirdiğini savunmaktadır (Siibak ve Traks, 2019; Esfandiari ve Yao, 2022). Ancak sharenting uygulaması aslında ebeveynler tarafından çocukları üzerinden “beğernilme arzusunun” karşıladığı, diğer kişilerle etkileşim kurma imkânı sağladığı ve aynı zamanda sosyal medya ağlarını ticari amaçlarla kullanarak ek gelir fırsatı sağladığı için dikkat çekmektedir (Ranzini vd., 2020).

Çocukların görselleri üzerinden metalaştırılması ve mahremiyete ilişkin endişeler sharentingün günümüz toplumunda önemli bir sorun olarak öne çıkmasına yol açmıştır. Çünkü çocukların verilerinin metalaştırılması, anlatıların paylaşılmasının bir parçası olarak meydana gelen herhangi bir mahremiyet ihlalinin etkilerini arttırmaktadır. Ebeveynler tarafından çocukların rızası olmadan oluşturulan kalıcı “dijital ayak izleri”, platform tabanlı yüz tanıma yazılımı ve çocuğun daha küçükken çekilen resimlerde geriye dönük olarak etiketlenmesi olasılığı da dahil olmak üzere kurumsal gözetim yoluyla büyümektedir. Paylaşım uygulamaları yoluyla, ebeveynler çocuklarının mahremiyet haklarının kontrolünü ve yetkisini elinde tutmasına rağmen bu durum mahremiyeti ne ölçüde ihlal edebileceklerini ve çocuklarının verilerinin metalaşma boyutunu ölçmek için yeterli bilgiye sahip olmama durumu da bulunmaktadır. Bu da sharentingün çocuklar ve medya arasındaki ilişkide eşitsiz bir güç dinamiğinin ve çocukların mahremiyeti üzerinde derin etkileri olan bir başka eşitsiz güç dinamiğinin simgesi olarak kabul edilmektedir (Barnes ve Potter, 2021).

Görüldüğü gibi araştırmacılar sharentingün olumsuz yönleriyle ilgili önemli endişelere sahiptir. Kopecky ve ark. (2020), sharentingün olumsuz yönlerini beş şekilde tanımlamaktadır (a) kendi çocuklarının fotoğraflarının veya videolarının aşırı derecede paylaşılması (genellikle rızaları olmadan), (b) çeşitli çevrim içi hizmetlerde çocukların profillerinin -doğum günü gibi özel günlerden önce- oluşturulması (onların rızası olmadan) (c) çocuğun yaşamının günden güne, aydan aya izlendiği çeşitli türlerde çevrim içi günlüklerin oluşturulması, (d) aşırılık yanlısı ve nefret uyandırmak için çocuk istismarı içerik oluşturulması ve (e) ticari bir araç olarak çocukların istismar edilmesi.

Sosyal medya ağları içerisinde sharenting en sık uygulandığı alanların başında Instagram gelmektedir. Instagram, ebeveynler tarafından paylaşılan içeriklerin yarattığı etkileşimlerin fazla olması ve çocuklara yönelik ürünlerin tanıtımından dolayı ebeveynlerin çocuklarıyla fotoğraf kullanımının en çok arttığı sosyal medya ağı olarak öne çıkmaktadır (Choi ve Lewallen, 2018). Instagram, ebeveynlere çocuklarının görsellerinden oluşan dijital bir arşiv oluşturma fırsatı vermekte ve böylece sharenting için uygun bir alan sağlamaktadır (Le Moignan vd., 2017). Instagram’da ebeveynler kişisel hesapları, çocuklarına özel profiller veya hashtag gibi araçlar yoluyla çocuklarına ait görselleri paylaşmaktadır. Aslında bu paylaşımlarda çocukların görselleri veya bilgileri ön planda olsa da ebeveynlerin bireysel benliklerine ilişkin temsiller de sunulmaktadır. Bu görsellerde “ideal ebeveyn” olarak ebeveynin nerede olduğu, neler başardığı ve ebeveynin neler yapabileceği hakkında iletişim kurulması için bilgiler sunulmaktadır. Bu da ebeveynlerin Ins-

tagram’da benlik sunumu dürtüleriyle hareket ederek sharenting gönderilerinde merkezde yer almasına ve çocukların daha geniş anlatılarda çevresel bir nesne hâline gelmesine yol açmaktadır (Holiday vd., 2022).

Instagram’da ebeveynler tarafından oluşturulan sharenting içerikleri çeşitli şekillerde değişmektedir. Kullanılan içeriklerde çocukların samimi, günlük yaşamın spontane anları tasvir edildiği gibi reklam veya ücretli ortaklıklarla oluşturulan ticari içerikler de paylaşılmaktadır (Porfirio ve Jorge, 2022). Bu içerikler Instagram’ın yayılım ve daha fazla kişiye ulaşmayı amaçlayan hashtagler tarafından desteklenmektedir. Instagram’da kullanılan hashtaglerde kelime sınırının olmaması, birden fazla hashtag kullanma imkânı sunması gibi özellikler sharenting paylaşımlarında içeriklerin tanımlayıcısı olarak öne çıkmaktadır. Özellikle ebeveynler için bu hashtag’ler çocuklarını belirtmek ve aktivitelerini başkalarıyla paylaşmak için kullanılmakta ve bu da sharenting katkı sağlamaktadır. İçeriklerin asıl öznesi konumunda bulunan çocuklar bu hashtagleri kendileri seç(e)mese de ebeveynler çocukları adına bu hashtagler aracılığıyla tanımlamakta ve çocukları dolaylı olarak da kendileri adına bir temsil biçimi yaratmaktadır. Bu da Instagram’ı sharenting için hem iç hem de dış iletişim biçimlerini sürdürmek için etkin bir araç hâline getirmektedir (Choi ve Lewallen, 2018).

Blum-Ross ve Livingstone (2017) tarafından yapılan bir araştırmaya göre sosyal medya hesabı bulunan bir dijital ebeveyn tarafından çocukları henüz 5 yaşını dahi doldurmadan ortalama bin fotoğrafının dijital ortamda paylaşılacağı tespit edilmiştir. Erişir ve Erişir (2018) tarafından yürütülen çalışmada ise dijital ebeveynlerin “çocukların özel hayatlarının gizliliği ve hukuki haklarının ihlali” ile ticari amaçlı içerikleri ağırlıklı olarak paylaştıkları saptanmıştır. Benzer şekilde Parsa ve Akmeşe (2019) ile Duygulu (2019) çalışmalarında da dijital ebeveynlerin çocuklarını ticari kaygılarla sosyal medya ağlarında paylaştıklarını tespit etmiştir. Baştemur ve arkadaşlarının (2020) çalışmasında da sharenting bağlamında kategorize edilen paylaşımların “özel/gizli bilgiler, özel kıyafetler, duygusal anlar ve ticari amaçlar” şeklinde olduğu ortaya çıkmıştır. Okul öncesi döneme ilişkin araştırma yürüten Aslan ve Durmuş (2020) ebeveynlerin, “çocuklarla ilgili, özel günlerle (%47,4) ilgili fotoğraf ve bilgileri, anı biriktirmek (%45,8), paylaşımların beğenilmesinden mutlu olmak (%22,2) gibi gerekçelerle” paylaşımında bulduklarını tespit etmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde sharenting bağlamında dijital ebeveynlerin, çocukları henüz dünyaya bile gelmeden önce dijital kimliklerini oluşturmaları çarpıcı bir şekilde dikkat çekmektedir. Dijital kimliklerin oluşturulmasının ardından sosyal medya ağlarında reklam amaçlı ürün tanıtımı yaparak dijital ebeveynle-

rin çocuklarını ticari sermayeye dönüştürdüğü görülmektedir. Ayrıca dijital ebeveynlerin gündelik hayatın rutinlerini de ayrıntılarıyla dijital platformlarda paylaşmaları hem çocuklarına ait kişisel bilgilerinin sömürülmesine hem de kişisel bilgilerinin herkes tarafından bilinebilir olmasına neden olmaktadır. Yine kişinin özelinde kalması gereken banyo, tuvalet gibi bölümlerden çocuklara ait yapılan görsel paylaşımlar ile mahremiyet ihlaline sebep olmakla birlikte havuz/deniz gibi ortamlardan yapılan paylaşımlarla da cinsel sömürü ve pedofili gibi kötü niyetli kişilerin çocuk görsellerini ele geçirmesine yol açılmaktadır. Yetişkin gibi giydirilen çocuklar, makyaj malzemesi kullanan kız çocuk yansımaları da gündelik hayatın içerisinde sıklıkla karşılaşılan sharenting uygulamaları arasında yer almaktadır.

3. Amaç

Bu çalışma ebeveynlerin dijital ortamda paylaşımlarına (sharenting) odaklanmaktadır. Instagram, ebeveynlerin çocuklarına ilişkin görselleri ve bilgileri paylaştığı en önemli ağlardan biri durumunda yer almaktadır. Ebeveynler çoğu zaman sharenting paylaşımlarını hashtaglerle desteklemeyi tercih etmektedir. Bu çalışma, Instagram'da "child (çocuk)" hashtagi kullanılarak paylaşılan içeriklere odaklanmaktadır. Instagram'ın 2012 yılında kullanıma açıldığı andan itibaren "Child" hashtagiyle 10 Temmuz 2023 tarihine kadar toplam 17 Milyon 500 Bin paylaşım yapılmıştır. Instagram'da oluşturulan hashtagler (etiketler) aracılığı ile yapılan paylaşımlar kısa süre içerisinde milyonlar tarafından görülebilmektedir. Sosyal medya platformu olan Instagramda child (çocuk) hashtagiyle (etiket) ile oluşturulan paylaşımlar ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili yaptıkları paylaşımlar (sharenting) kapsamına girmektedir. Bu çalışma bu paylaşımların incelenmesini amaçlamaktadır. Ebeveynlerin çocuklarına yönelik yapmış olduğu paylaşımların (sharenting) kategorize edilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışmada, sharenting paylaşımlarında çocukların ticari bir meta olarak kullanılıp kullanılmadığı, oluşturulan gönderilerde ailelerin kendilerine ilişkin temsillerini nasıl gerçekleştirdiği ve paylaşımlarda hangi özelliklerin ön plana çıktığının araştırılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda aşağıdaki sorulara cevap aranacaktır:

1. Instagram'da dijital ebeveynler çocuklarını bir meta olarak kullanmakta mıdır?
2. Instagram, dijital ebeveynlere çocukları üzerinden kendi benliklerini sunmalarına neden olmakta mıdır?

4. Yöntem

Bu çalışma ebeveynlerin Instagram’da yaptığı paylaşımlara (sharenting) odaklanmaktadır. Bu bölümde, verilerin toplanması ve analiz yöntemine yer verilmiştir. Çalışmanın yöntemini son yıllarda sosyal medya ağlarında oluşturulan çevrim içi toplulukları incelemek için önemli bir yöntem olarak ortaya çıkan netnografidir (Kozinets, 2019). Netnografi, internet ve sosyal medya ağlarında var olan kültürlerin ve toplulukların davranışlarını araştırmak için özel olarak tasarlanmış bir nitel yöntemdir (Kozinets, 1998). Netnografi, etnografiden esinlenerek insanların deneyimlerinin kültürel karmaşıklığını koruyan sosyal medyayı incelemenin bir yolu olarak geliştirilmiştir (Kozinets, 2020). Netnografi, uyarlanabilir bir yöntem olarak etnografi, çevrim içi etnografi ve sanal etnografi teriminin birleşimleri, etnografi kavramından yola çıkan çevrim içi alan çalışmasını ifade etmektedir. Ancak etnografi, uyarılmanın ayrıntılarının çoğunu bireysel araştırmacıya bırakma eğilimi içerirken, netnograf konumunda bulunan araştırmacılar belirli prosedürlerin ve standartların kullanılmasını önermektedir. Bu da netnografinin, etnografi teriminin değiştirilmesinden ziyade yeni bir ismin kullanılmasını haklı çıkararak üzerinde mutabakata varılan belirli tekniklerin dikkate alınmasını savunduğu bir yöntem olarak ön plana çıkarmaktadır (Bowler, 2010).

Netnografik yöntem özellikle Instagram gibi ağlarda çevrim içi toplulukların paylaşımlarını zamansal olarak esnek, ardalın bilgisiyle bağlama oturtulmuş ve veri türü konusunda sınırsız bir şekilde incelenmesine olanak tanımaktadır. Netnografi, insanların deneyimlerinin kültürel karmaşıklığını koruyan sosyal medyayı incelemenin bir yolu olarak geliştirilmiştir. Netnografi aracılığıyla Instagram’da çevrim içi topluluklar arasında geçen iletişim, çevrim içi incelemeler, özçekimler ve hashtagler gibi çeşitli yönlerin incelenmesine olanak tanımaktadır (Kozinets vd., 2018; Kozinets, 2020). Bu çalışmada netnografi kullanılmasının sebebi ise Instagram’da dijital ebeveynlerin davranışlarını doğal bir şekilde inceleme fırsatı sunmasıdır. Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla 2 bağımsız kodlayıcı kullanılmıştır. Kodlayıcılar arası güvenilirlik 0.80 olarak hesaplanmıştır.

4.1. Verilerin Toplanması

Çalışmada Instagram’ın arama filtresi bölümü kullanılarak 1-15 Haziran 2023 arasında paylaşılmış olan 10462 gönderi incelenmiştir. 1-15 Haziran 2023 tarihleri arasında her gün düzenli olarak paylaşımlar incelenmiş ve 15 günlük süreçte toplam 10462 gönderi olduğu belirlenmiştir. Veriler toplanırken, “child” etiketini kullanmış ve Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olduğu belli olan (profil adı, Türkçe

açıklamalar gibi) kişilerin profilleri incelenmiştir. Hashtagin asli amacının daha fazla kişiye ulaşmak olduğunun farkında olan ebeveynler paylaşımlarını “çocuk” şeklinde değil “child” etiketi kullanarak yapmaktadır.

Bu çalışmada ebeveynlerin “child” hashtagiyle 1-15 Haziran 2023 tarihleri arasında paylaşmış olduğu 10462 gönderi netnografik yöntem kullanılarak katılımlı gözlem yoluyla veriler toplanarak incelenmiştir. Çocuk dışında paylaşılan gönderiler -reklam, tanıtım vb. gibi- çalışma kapsamı dışında bırakılmasıyla 10462 gönderiden 6134 gönderinin çalışmanın amacına uygun olduğu belirlenmiştir. Netnografide katılımlı gözlem, Instagram gibi ağlarda incelenen çevrim içi topluluklara ilişkin alan notları tutulmasını içermektedir. Netnografide katılımlı gözlem yoluyla araştırma gerçekleştiren netnograflar, araştırmalarını çevrim içi alanlara değer katacak ve anlatının sürekliliğine katkıda bulunacak şekilde yürütme fırsatına sahip olmaktadır (Costello vd., 2017).

4.2. Verilerin İşlenmesi ve Kullanılan Araçlar

İncelenen 6134 gönderi çalışmanın amacına uygun olarak MAXQDA20 nitel veri analiz programı kullanılarak çeşitli kategorilere ayrılmıştır. MAXQDA, sosyal ve kültürel olgularda açıklama ve teorik analiz amacıyla kullanılan, metin, video ve fotoğraf alanındaki karma yöntem verilerini ve nitel bulguları analiz eden nitel bir yazılımdır (Marjaei, vd., 2019). Çalışmada elde edilen 6134 gönderi MAXQDA programına aktarılmış ve bu program yardımıyla kategoriler oluşturulmuştur. Oluşturulan kategoriler daha sonra Kümeleme Analizi yardımıyla sınıflandırılmıştır.

4.3. Bulgular

Bu çalışmada MAXQDA programına aktarılan görseller çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Öncelikle sınıflandırma “profil adına” ve içerik türüne göre olmak üzere iki temel kategoriye ayrılmıştır. Profil adına göre olan ilk kategoride “çocukların adıyla” ve “aile adıyla” şeklinde 2 alt kategori yer almaktadır. İlk alt kategoride “çocukların kendi adıyla” oluşturulan hesaplar yer almakta ve toplam 6134 gönderinin 3978’si bu kategoride yer almaktadır. İkinci alt kategoride ise “aile adıyla” ve genellikle “soyadı” üzerinden oluşturulan hesaplar yer almakta ve bu kategoride de 2156 gönderi bulunmaktadır.

İkinci aşamada ise gönderiler “içerik türüne” göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmada ticari amaç içeren gönderiler (1), anne-babanın ön planda olduğu gönderiler (temsil) (2) ve sadece çocukların yer aldığı gönderiler (3) olarak 3 alt kate-

goriye ayrılmıştır. Yapılan incelemede “ticari amaç içeren gönderiler” grubunda 2312 gönderi, “anne-babanın ön planda olduğu gönderiler (temsil)” grubunda 2041 gönderi ve “sadece çocukların yer aldığı gönderiler” grubunda ise 1781 gönderi yer almaktadır. Bu çalışmada incelenen görsellere bulgular kısmında yer verilmemiştir. Bu yüzden çalışmanın bulgular bölümünde oluşturulan kategorilere ilişkin açıklayıcı bilgiler ve inceleme sonucunda hashtagler veya açıklamalar kısmında verilen bilgilere ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır.

| | Kategori Adları | Sayı | Yüzde | Toplam |
|-------------|----------------------|------|--------|--------|
| Profil Adı | Çocukların adı | 3978 | %64,85 | 6134 |
| | Aile adı | 2156 | %35,15 | |
| İçerik Türü | Ticari amaç | 2312 | %37,69 | 6134 |
| | Ebebeynlerin temsili | 2041 | %33,27 | |
| | Günlük rutinler | 1781 | 29,04 | |

Tablo 1. Gönderilerin Kategorilere Göre Dağılımı

Çalışmanın bu bölümünde Instagram’da “child (çocuk)” hashtagiyle paylaşılan 6134 gönderiye ilişkin yapılan analizin sonuçlarına yer verilecektir. Çalışmanın bulgular bölümünde öncelikle “profil adına” göre ilişkin yapılan bulgulara yer verilmiştir. İncelenen gönderilerin %64,85’i (n=3978) çocukların kendi ismiyle, %35,15’i (n=2156) ise “ailelerin adıyla” kullanılan hesaplardan oluşmaktadır. Daha sonra ise paylaşılan gönderilerin “içeriklerine” dair yapılan sınıflandırmaya ilişkin bulgular açıklanmıştır. “Child” hashtagiyle paylaşılan sharenting paylaşımlarında genel olarak 3 farklı içerik türünün olduğu belirlenmiştir. Bu kategoriler arasında en fazla gönderi “ticari amaç içeren gönderiler” kategorisinde yer almakta ve incelenen gönderilerin %37,69’u (n=2312) bu kategoride yer almaktadır. İkinci kategori olan “anne-babanın ön planda olduğu (temsil)” gönderiler %33,27’sini (n=2041) oluştururken, “sadece çocukların yer aldığı (günlük)” gönderiler %29,04’ünü (n=1781) oluşturmaktadır.

4.3.1. Profil: Çocuklar Üzerinden Dijital Kimlik Oluşturulması

Sosyal medya ağlarında ebeveynlerin sharenting paylaşımlarında genellikle iki profil tipi ön plana çıkmaktadır. Bunlardan ilki çocukların “isimleriyle” oluşturulan hesaplardan oluşurken ikincisi ise ailenin ismiyle oluşturulan “..... ailesi” gibi hesaplardan oluşmaktadır. Bu çalışmada da incelenen gönderilerin %64,85’i

(n=3978) çocukların kendi ismiyle, %35,15'i (n=2156) ise "ailelerin adıyla" kullanılan hesaplardan oluşmaktadır.

Ebeveynler, Instagram'da çocukların adını kullanarak oluşturdukları hesaplarda sharenting paylaşımları yapmaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen gönderilerin büyük çoğunluğu (%64,85) bu tür profillerden oluşmaktadır. Burada oluşturulan gönderilerde çocukların "ağzından" açıklamalar yapılmakta ve profili çocuğun yönettiği izlenimi yaratılmaktadır. Genellikle "Bugün arkadaşlarımla parka geldim." veya "Anne/babamla yemek yiyoruz." tarzında ifadeler kullanılmaktadır.

Ebeveynlerin sharenting paylaşımlarında oluşturdukları ikinci profil ise "aile adıyla" oluşturulan hesaplardan oluşmaktadır. Burada yapılan paylaşımlarda çocuklar ön planda olsa da anne-baba da görsellerde yer almaktadır. İncelenen içeriklere ait profillerin %35,15'i bu tür profillerden oluşmaktadır. Oluşturulan hesaplar genellikle "..... ailesi" şeklinde soyadıyla oluşturulan hesaplardan oluşmaktadır. Bu hesaplardan yapılan sharenting paylaşımlarının açıklama kısmında "..... ailesi iyi bayramlar diler", ".... ailesi keyifli hafta sonları diler" gibi ifadeler kullanılmaktadır.

4.3.2. İçerik Türüne Göre Kategoriler

Bu çalışmada "child" hashtagiyle paylaşılan sharenting paylaşımlarında genel olarak 3 farklı içerik türünün olduğu belirlenmiştir. Bu kategoriler arasında en fazla gönderi "ticari amaç içeren gönderiler" kategorisinde yer almakta ve incelenen gönderilerin %37,69'u (n=2312) bu kategoride yer almaktadır. İkinci kategori olan "anne-babanın ön planda olduğu (temsil)" gönderiler %33,27'sini (n=2041) oluştururken, "sadece çocukların yer aldığı (günlük)" gönderiler %29,04'ünü (n=1781) oluşturmaktadır.

4.3.3. Ticari Bir Meta Olarak Çocuk Sunumu

Bu kategoride yer alan gönderilerde, sharenting paylaşımları birer ticari meta olarak kullanılmaktadır. Burada oluşturulan gönderilerde çocuklar tek başına olabileceği gibi aileleriyle birlikte de yer alabilmektedir. Genellikle bir ürünün tanıtımının yapıldığı bu paylaşımlarda ücretli ortaklıklar doğrudan belirtilebildiği gibi gizli bir şekilde de reklam yapılabilmektedir. Ebeveynlerin özellikle son yıllarda ticari bir gelir kaynağı olarak öne çıkan Instagram gibi sosyal medya ağlarını bu amaçla kullandığı bilinmektedir. Ticari kaygıların ön planda tutulması aynı zamanda etik kaygıları da beraberinde getirmektedir (Jorge vd., 2022). Bu çalışmada da incelenen gönderilerin büyük kısmı (%37,69) bu tür içeriklerden oluşmaktadır. Bu bağlamda dijital ebeveynlerin çocukları üzerinden ürün ve hizmetleri sosyal med-

ya kullanıcılarına pazarladığı ortaya çıkmaktadır. Bu kategoride dikkat çeken nokta ise yapılan açıklamalarda “....bu ürünü severek giyiyor/yiyor” ya da “....ürün iyi ki var”, “... bez markası ile çok rahat uyuyor”, “yaz sıcaklarına renk katmak için ... kids yaz koleksiyonu ile tanışın” şeklinde yer alan ifadelerin doğrudan reklam içermesidir.

4.3.4. Ebeveynlerin Temsili Olarak İdeal Ebeveyn Sunumu

Sharenting paylaşımları ebeveynlerin ideal benliklerini sunmak, çocukları üzerinden bir temsil yaratmak ve çocukların bir nesne olarak sunulduğu anlatılar oluşturulmasına da neden olmaktadır (Holiday vd., 2022). Ebeveynlerin çocukları üzerinden sosyal medya ağlarında dijital temsiller yaratmalarını ilişkisel benliği temsil eden dijital pratikler olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital platformlar tarafından somutlaştırılan bireyci kimlik nosyonu ön plana çıkma ihtiyacını arttırmaktadır (Blum-Ross ve Livingstone, 2017).

Bu çalışmada da incelenen gönderilerin %33,27’si anne-babanın görsellerin içerisinde ve açıklamalarda doğrudan yer aldığı içeriklerden oluşmaktadır. Bu kategoride yer alan gönderilerde çocukları üzerinden bir anlatı oluşturan ebeveynler, çocuklarını aslında olmak istedikleri gibi sunmayı tercih ederken bunu da kendi anlatıları üzerinden oluşturdukları biçimlerle temsil etmektedir. Örneğin ebeveynlerin çocuklarıyla spor etkinliğini paylaşmaları, kitap okurken yapılan paylaşımlar, doğum günlerinde çocuklara özel konseptler hazırlanması, duyarlı ebeveynler olarak çocuklara hayvan sevgisi aşılama amacıyla yapılan paylaşımlar dikkat çekmektedir. Günüş (2020) de Türk ve İngiliz anneleri üzerine yaptığı çalışmada ebeveynlerin “çevresindekileri öz-sunum amacıyla etkilemeye çalıştığını” tespit etmiştir.

4.3.5. Ebeveynlerin Günlük Rutinler Üzerinden Sunumu

Instagram, ebeveynlerin oluşturdukları sharenting içeriklerinde çocuklarının yaşamının anlık olarak paylaşıldığı, günlük rutinlerin takipçilerine aktarıldığı bir çevrim içi günlük alanı sağlamaktadır. Günümüz ebeveynleri, sosyal medyada çocukları hakkında düzenli olarak bilgi yayınlamaya ve ayrıntıları açıklamaya, yani sharenting yapmaya alışmış durumdadır (Siibak ve Traks, 2019; Kopecky vd., 2020). Bu çalışmada da incelenen gönderilerin %29,04’ü (n=1781) çocukların günlük rutinlerinin paylaşıldığı içeriklerden oluştuğu tespit edilmektedir.

Bu kategoride yer alan görsellerde ebeveynler çocuklarının günlük ev içi davranışlarını -yiyecek tüketmek, oyun oynamak hatta tuvalet ihtiyacı gibi- paylaştığı gibi rutin olarak dış dünyada gerçekleştirilen -oyun, alışveriş veya arkadaş gibi-

eylemleri de paylaşmaktadır. Örneğin “Anne-kız mutfakta vakit geçirmek çok keyifli oluyor.” şeklinde paylaşımlar ile sıklıkla karşılaşmaktadır. Bu durum çocuğun her hareketinin takipçilerine aktarılmasına ve özellikle burada oluşturulan dijital ayak izlerinin gelecek yıllarda çocukların mahremiyetinin ihlal edilmesiyle birlikte sorunlara yol açabileceği ön görülmektedir (Barnes ve Potter, 2021; Cataldo vd., 2022). Ebeveynler bu tür içerikler paylaştığı durumlarda açıklamalara veya hashtaglerle yapılan eylemi belirtmeyi de tercih etmektedir.

5. Tartışma

Çalışmada dijital ebeveynlerin çocuklarına ilişkin sharentinge varan gönderileri sıklıkla paylaştıkları tespit edilmiştir. Çalışmada öncelikle profil adları üzerinden oluşturulan ilk alt kategoride “..... ailesi” şeklinde sosyal medya hesaplarının yer aldığı görülmektedir. Bu tür hesaplardan yapılan paylaşımlar ile aile bireylerinin tamamı adına bir söylem ve imaj oluşturulmaktadır. İkinci alt kategoride ise çocukların adları üzerinden hesaplar oluşturulduğu tespit edilmektedir. Bu durum aslında ebeveynlerin oluşturdukları hesaplarda çocuklarını olmak/düşünmek istedikleri gibi kullandıklarını da göstermektedir. Çünkü genellikle küçük yaşlarda çocuklar adına açılan hesaplarda, çocuklar içerisinde bulunduğu durumun farkında bile olmadan ebeveynlerin istekleri doğrultusunda hareket etmektedir. Burada ebeveynler çocukları ön plana çıkarmakla birlikte genellikle mutlu aile pozlarıyla kendi temsil biçimlerini de yaratmaktadır. Paylaşımlarda “aynı tip” kıyafetler ve belirli bir “konsept” etrafında birleşmiş “aile” pozları verilmektedir. Örneğin “yine aynı kombinlendiğimiz bir gün” şeklinde paylaşımlar ile karşılaşmaktadır. Dolayısıyla ebeveynler çoğu zaman çocuklarının ağzından kendi düşünceleri dile getirerek ebeveyn rollerinin sunumunu gerçekleştirmektedir.

Instagram gibi sosyal medya ağlarında çocuklarına ait görselleri ve bilgileri paylaşan ebeveynlerin oluşturmuş olduğu içeriklerle ilgili olarak iki genel yaklaşım bulunmaktadır. Bunlardan ilki -düşük de olsa- Instagram’ın bir arşiv imkânı sunduğu ve ebeveynlerin çocuklarının gelişimini yakınlarıyla paylaşmak için kullandığı yönündedir (Brosch, 2016; Siibak ve Traks, 2019; Esfandiari ve Yao, 2022). Bu yaklaşım ile ebeveynler bir yandan paylaşımların hatıra olarak kalmasını amaçlarken diğer yandan uzaktaki akraba ve yakınlarla bağları güçlü tutmaya çalıştıkları görülmektedir. İkinci ve çoğunlukla kabul edilen kanı ise bu ağlarda çocukların rızası olmadan yapılan paylaşımların çocukların mahremiyetini ihlal ettiği şeklindedir (Kopecky vd., 2020; Barnes ve Potter, 2021). Ebeveynlerin günlük rutinler üzerinden yaptığı paylaşımlarda sınırı koruyamayarak mahremiyet ihlaline yol açtıkları görülmektedir.

İçerik türüne göre ayrılan kategorilerde ise çocukların en fazla ticari kaygılarla paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bu da çocukların bilincinde olmadan yaptığı davranışları, “mış” gibi yaparak bir reklam amacı olarak kullanılmasını ortaya çıkarmaktadır. Diğer taraftan bu tarz içeriklerde “reklam” veya “ücretli ortaklık” şeklinde ibarelerin yer almaması bir taraftan takipçileri yanıltabildiği gibi dijital okuryazarlık eğitimine sahip olmayan kullanıcıları da olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Ebeveyn temsilinin yapıldığı paylaşımlarda yer alan gönderilerin hashtag veya açıklama kısmında mutlaka “aile”, “anne-baba” vurgusu yer alırken ebeveynlerin kendilerine ait hikâyelere ve bilgilere de yer verildiği belirlenmiştir. Bu kategoride yer alan gönderilerde çocuklar üzerinden ebeveynler kendi temsil biçimlerini oluştururken aynı zamanda “ideal” bir ebeveyn kimliği de oluşturmaktadır (Lazard vd., 2019; Damkjaer, 2018). Bu temsil biçimleri de özellikle diğer ebeveynler üzerinde bir imaj yaratmaya ve etkilemeye yönelik bir anlatı olarak dikkat çekmektedir. Dolayısıyla ebeveynler rol model olarak ön plana çıkmayı amaçlarken kendi temsillerini yaptıkları görülmektedir. Ayrıca ebeveynlerin toplumsal sınırlamaları da çocukları üzerinden aşmaya çalıştıkları dikkat çekmektedir.

6. Sonuç

Son yıllarda sosyal medya ağlarında ebeveynler tarafından çocuklarla ilgili çoğu zaman mahrem kalması gereken görsel ve bilgilerin paylaşılması “sharenting” giderek artmaktadır. Bu nedenle çalışmada dijital ebeveynlerin çocuklarına ilişkin yapmış oldukları paylaşımlar sharenting bağlamında kategorize edilmektedir. Çalışmada Instagram’da ebeveynlerin “child (çocuk)” hashtagi kullanarak paylaştığı olduğu 6134 görsel netnografik yöntem kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada Instagram’da yer alan sharenting olarak adlandırılan görsellerin ve açıklamaların biçimsel ve içeriksel olarak sınıflandırılmıştır.

Çalışmada öncelikle incelenen görseller paylaşım yapılan “profil” isimlerine göre analiz edilmiştir. Çalışmada incelenen hesapların çoğunluğunun (%64,85) çocuklar “adına” oluşturulmuş hesaplardan paylaşıldığı belirlenmiştir. Minkus ve arkadaşlarının (2015) çalışmasında da benzer şekilde dijital ebeveynlerin çocuklarına adına kişisel bilgiler paylaştığı tespit edilmiştir. Bu da dijital ebeveynler tarafından sharenting aracılığıyla çocukları adına dijital kimlikler oluşturulduğunu göstermektedir (Davidson-Wall, 2018). Çocukların gelecekte dijital ortamlarda yer almasının ailesi tarafından kabul edilmesi ve yine çocuklara ait kişisel bilgilerin yayılması gelecekte çocukların sosyal hayatlarında olumsuz sonuçlara yol açabileceği yönünde eleştirilere neden olmaktadır (Çimke vd., 2018; Kopecky vd., 2020).

Çalışmada incelenen hashtaglerde yer alan sharenting paylaşımları “içerik” bakımından da analiz edilmiştir. İçeriklere yapılan inceleme sonucunda çocukların paylaşımlarının çoğunluğunun (%37,69) “ticari amaçlı” görsellerden oluştuğu belirlenmiştir. Abidin (2015), Erişir ve Erişir (2018), Parsa ve Akmeşe (2019), Duygulu (2019), Baştemur ve ark. (2020) ve Yüksel (2021) de benzer şekilde dijital ebeveynlerin çocukları aracılığıyla reklam amaçlı paylaşımlar yaptığını belirtmektedir.

Son yıllarda Instagram gibi sosyal medya ağları bireysel kullanıcılara “maddi” gelir elde etme imkânı sunmaktadır. Ebeveynler de sharenting yoluyla kimi zaman reklam kimi zaman da ücretli ortaklık çerçevesinde bu durumu maddi kazanç sağlamak için kullanmaktadır. Maddi kaygılarla oluşturulan içerikler “çocukların rızası” olmadan reklam aracı olarak kullanılmasının yanı sıra diğer ebeveynleri yönlendirmesi bakımından da etik olarak olumsuz değerlendirilmektedir (Jorge vd., 2022; Kopecky vd., 2020; Barnes ve Potter, 2021).

Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında Instagram’da ebeveynlerin oluşturdukları sharenting içeriklerinde kendi “temsil” biçimlerini yansıtmayı tercih ettiği de belirlenmiştir. Paylaşımların önemli bir kısmı (%33,27) ebeveynlerin kendi temsillerinden oluşan ve özellikle diğer ebeveynlere yönelik “ideal ebeveyn” algısı (Lazard, vd., 2019) oluşturmaya yönelik içeriklerden oluşmaktadır. Benzer şekilde ebeveynlerin öz sunum amacıyla paylaşım yaptığını tespit eden Günüç’ün (2020) araştırması da çalışmanın bulgularını desteklemektedir. Burada ebeveynler çocukları aracılığıyla kendi yaptıkları, başardıkları veya olmak istediklerini yansıttığı nesnelleştirilmiş bir yaşam biçimi yaratmaktadır (Holiday vd., 2022).

Diğer taraftan ebeveynler sosyal medya ağlarında çocuklarının “günlük rutinlerini” de sık bir şekilde paylaşmaktadır. İncelenen içeriklerde azımsanamayacak şekilde (%29,04) çocukların günlük rutinlerinin Instagram’da anlık olarak paylaşıldığı belirlenmiştir. Bu paylaşımlarda özellikle çocukların mahrem kalması gereken görüntülerin ve eylemlerin (banyo ve tuvalet gibi) paylaşıldığı tespit edilmiştir. Baştemur ve arkadaşlarının (2020) çalışmasında da benzer şekilde fotoğrafların ebeveynler tarafından sansürlenmeden paylaşıldığı saptanmıştır. Bu durum da bir taraftan mahremiyet ihlallerine sebep olurken diğer taraftan da çocukların gelecekte bu durumdan dolayı sorunlar yaşayabileceği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Öyle ki Avustralya e-çocuk güvenlik biriminin yayımladığı bir rapora göre pedofili sitelerinde bulunan görsellerin yarısından fazlasının sosyal medya ağlarından elde edildiği ortaya çıkmıştır (Battersby, 2015).

Sonuç olarak bu çalışmanın bulgularında da görüldüğü gibi ebeveynler farkında olmadan sharenting aracılığıyla çocuklarını çevrim içi taciz, kimlik hırsızlığı ve si-

ber zorbalık gibi risklere maruz bırakabilmektedir. Ayrıca, sosyal medya için performans gösterme baskısı çocukların duygusal ve zihinsel sağlığını da olumsuz etkileyebilir (Doğan Keskin vd., 2023). Tüm bunlar sharenting kriminolojik suçlara kadar uzanabilecek olumsuz sonuçlara yol açabileceğini göstermektedir (Lavorgna vd., 2023a; Lavorgna vd., 2023b). Sharenting içerikleriyle çocukların maruz kaldığı mahremiyet ihlalleri (Barnes ve Potter, 2021) ve etik ihlaller de (Fox ve Hoy, 2019) çocukların ileri dönemlerinde önemli sorunlara yol açabilme riskini de doğurmaktadır.

Bu çalışmada dijital ebeveynlerin Instagram'da sharenting aracılığıyla çocuklarını ideal bir temsil biçimi, ticari bir meta ve dijital kimlik oluşturmak için kullandığı belirlenmiştir. Bu da ailelerin sharenting'in olumsuz yönlerine karşı bilgisiz olduğu ve ebeveynler için dijital okuryazarlık bilgisinin önemini göstermektedir. Özellikle Instagram gibi ağlarda çocuklara ait görsel ve bilgilerin mahremiyet, etik ihlal ve gelecek yaşlarda çocuklar üzerinde oluşturabileceği potansiyel psikolojik sorunlara yönelik dijital ebeveynlerin eğitilmesi gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışma Instagram'da 15 günlük süre içerisinde ebeveynlerin "child" hashtagiyle paylaşmış olduğu sharenting içeriklerine odaklanılmıştır. Gelecekteki çalışmalarda Facebook, Twitter, TikTok ve YouTube gibi farklı sosyal medya ağlarında oluşturulan sharenting içeriklerine dair bir analiz yapılabileceği gibi ebeveynlerle de görüşme gerçekleştirilerek bu paylaşımların altında yatan temel kaygılara ilişkin bilgiler elde edilebilir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Abidin, C. (2015). Micromicrocelebrity: Branding Babies on the Internet. *M/C Journal*, 18(5).
- Arıcak, O. T. (2015). Siber Alemin Avatar Çocukları, İnternet ve Gençlik İlişkisinin Bugünü ve Geleceği. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Aslan, S., ve Durmuş, E. (2020). Okul Öncesi Dönemde Güncel Bir Ebeveyn Davranışı: Sharenting. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 135-151.
- Barnes, R., ve Potter, A. (2021). Sharenting and Parents' Digital Literacy: An Agenda for Future Research. *Communication Research and Practice*, 7(1), 6-20.
- Baştemur, Ş., Borucu, D. H., ve Bulut, S. (2021). Ebeveynlerin Çocuklarının Fotoğrafını Sosyal Medyada Paylaşmasının (Sharenting) Psikolojik Sonuçları: Bir Sharenting Olgu İncelemesi. *Turk J Child Adolesc Ment Health*, 28(2), 166-173.
- Battersby, L. (2015). Millions of social media photos found on child exploitation sharing sites. *The Sydney Morning Herald*. <http://www.smh.com.au/national/>

- Millions-of-social-mediaphotos-found-on-child-exploitation-sharing-sites-20150929-gjxe55.html. Erişim Tarihi: 18.08.2023.
- Bessant, C. (2018). Sharenting: Balancing the Conflicting Rights of Parents and Children. *Communications Law*, 23(1), 7-24.
- Blum-Ross, A. ve Livingstone, S. (2017). "Sharenting," Parent Blogging, and the Boundaries of the Digital Self. *Popular Communication*, 15(2), 110-125.
- Bowler Jr, G. M. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The qualitative report*, 15(5), 1270.
- Brosch, A. (2016). When the Child is Born into the Internet: Sharenting as a Growing Trend Among Parents on Facebook. *The New Educational Review*, 43 (1), 225-235.
- Brosch, A. (2018). Sharenting—Why do Parents Violate their Children’s Privacy?. *The New Educational Review*, 54, 75-85.
- Cataldo, I., Lieu, A. A., Carollo, A., Bornstein, M. H., Gabrieli, G., Lee, A., ve Esposito, G. (2022). From the Cradle to the Web: The Growth of "Sharenting"—A Scientometric Perspective. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1-12.
- Choi, G. Y. ve Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!": Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144-164.
- Çimke, S., Gürkan, D. Y. ve Polat, S. (2018). Sosyal Medyada Çocuk Hakkı İhlali: Sharenting. *Güncel Pediatri*, 16(2), 261-267.
- Costello, L., McDermott, M. L. ve Wallace, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1609406917700647.
- Czeskis, A., Dermendjieva, I., Yapit, H., Borning, A., Friedman, B., Gill, B., ve Kohno, T. (2010). "Parenting from the Pocket: Value Tensions and Technical Directions for Secure and Private Parent-Teen Mobile Safety", In *Proceedings of Symposium on Usable Privacy and Security (SOUPS)*, 14-16 July 2010.
- Damkjaer, M. S. (2018). Sharenting=Good Parenting?: Four Parental Approaches to Sharenting on Facebook. In M., Giovanna, C. Ponte, ve A. Jorge (eds), *Digital Parenting: The Challenges for Families in the Digital Age* (pp. 209-218). Nordicom, University of Gothenburg.
- Davidson-Wall, N. (2018). Mum, Seriously!": Sharenting the New Social trend with no Opt-Out. In *2018 Debating Communities and Social Networks OUA Conference* (pp. 1-11), Bentley.
- Doğan Keskin, A., Kaytez, N., Damar, M., Elibol, F., ve Aral, N. (2023). Sharenting Syndrome: An Appropriate Use of Social Media? *Healthcare*, 11(10), 1359.
- Donovan, S. (2020). "Sharenting": The Forgotten Children of the GDPR. *Peace Human Rights Governance*, 4(1), 35–59.
- Duygulu, S. (2019). Sosyal Medyada Çocuk Fotoğrafları Paylaşmanın Mahremiyet İhlali ve Çocuk İstismarı Açısından Değerlendirilmesi. *TRT Akademi*, 4(8), 428-487.
- Erişir, R. M., ve Erişir, D. (2018). Yeni Medya ve Çocuk: Instagram Özelinde "Sharenting" "paylaşanabalık" Örneği. *Yeni Medya*, (4), 50-64.
- Esfandiari, M. ve Yao, J. (2022). Sharenting as a Double-Edged Sword: Evidence from Iran. *Information, Communication & Society*, 1-19.
- Fox, A. K. ve Hoy, M. G. (2019). Smart Devices, Smart Decisions? Implications of Parents' Sharenting for Children's Online Privacy: An Investigation of Mothers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4), 414-432.

- Gül Ünlü, D. (2020). Dijital Ebeveynlik ve Mobil Uygulamalar: Dijital Ebeveynlerin Mobil Uygulama Kullanım Pratiklerinin İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (50), 56-73.
- Günüş, S. (2020). Sharenting Eyleminin Psikolojik Açıdan Değerlendirilmesi: Türk ve İngiliz Annelerinin Karşılaştırılması. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 12(1), 281-297.
- Holiday, S., Norman, M. S. ve Densley, R. L. (2022). Sharenting and the Extended Self: Self-Representation in Parents' Instagram Presentations of their Children. *Popular Communication*, 20(1), 1-15.
- Huang, G., Li, X., Chen, W., ve Straubhaar, J. D. (2018). Fall-behind parents? The influential factors on digital parenting self-efficacy in disadvantaged communities. *American behavioral scientist*, 62(9), 1186-1206.
- Jorge, A., Marôpo, L., Coelho, A. M. ve Novello, L. (2022). Mummy Influencers and Professional Sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, 25(1), 166-182.
- Kopecky, K., Sztokowski, R., Aznar-Díaz, I. ve Romero-Rodríguez, J. M. (2020). The Phenomenon of Sharenting and its Risks in the Online Environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812.
- Kozinets, R. (2019). Netnography: The essential guide to qualitative social media research. *Netnography*, 1-472.
- Kozinets, R. V. (1998). On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture, in Alba, J. W. ve J. Wesley Hutchinson, W. J. *Advances in Consumer Research* (pp.366-371), Association for Consumer Research.
- Kozinets, R. V. (2020). E-Tourism Research, Cultural Understanding, and Netnography. Z. Xiang, M. Fuchs, U. Gretzel, ve W. Höpken içinde, *Handbook of e-Tourism* (pp. 1-16). Springer.
- Kozinets, R. V. (2020). E-tourism research, cultural understanding, and netnography. *Handbook of e-Tourism*, 1-16.
- Kozinets, R. V., Scaraboto, D. ve Parmentier, M. A. (2018). Evolving Netnography: How Brand Auto-Netnography, A Netnographic Sensibility, and More-than-Human Netnography can Transform your Research. *Journal of Marketing Management*, 34(3-4), 231-242.
- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F. ve Putranta, H. (2020). Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting in Millennial Parents. *Universal Journal of Educational Research*, 8, 4807-4817.
- Lavorgna, A., Tartari, M. ve Ugwudike, P. (2023a). Criminogenic and Harm-Enabling Features of Social Media Platforms: The Case of Sharenting Practices. *European Journal of Criminology*, 20(3), 1037-1060.
- Lavorgna, A., Ugwudike, P. ve Tartari, M. (2023b). Online Sharenting: Identifying Existing Vulnerabilities and Demystifying Media Reported Crime Risks. *Crime, Media, Culture*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/17416590221148448>
- Lazard, L., Capdevila, R., Dann, C., Locke, A. ve Roper, S. (2019). Sharenting: Pride, Affect and the Day-To-Day Politics of Digital Mothering. *Social and Personality Psychology Compass*, 13(4), e12443.
- Le Moignan, E., Lawson, S., Rowland, D. A., Mahoney, J. ve Briggs, P. (2017). Has Instagram Fundamentally Altered the "Family Snapshot"? In *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 4935-

- 4947). Association for Computing Machinery.
- Manap, A. (2020). Anne babalarda dijital ebeveynlik farkındalığının incelenmesi. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Manap, A., ve Durmuş, E. (2020). Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(2), 978-993.
- Maraşlı, M., Sühendan, E., Yılmaztürk, N. H. ve Cok, F. (2016). Parents' Shares on Social Networking Sites about Their Children: Sharenting. The Anthropologist, 24(2), 399-406.
- Marjaei, S., Yazdi, F. A., & Chandrashekara, M. (2019). MAXQDA and its Application to LIS Research. Library Philosophy and Practice, 1-9.
- Minkus, T., Liu, K., ve Ross, K. W. (2015, May). Children seen but not heard: When parents compromise children's online privacy. In Proceedings of the 24th international conference on World Wide Web (pp. 776-786).
- Ouvrein, G. ve Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental Adoration or Public Humiliation? A Focus Group Study on Adolescents' Experiences with Sharenting against the Background of their Own Impression Management. Children and Youth Services Review, 99, 319-327.
- Parsa, A. F., ve Akmeşe, Z. (2019). Sosyal Medya ve Çocuk İstismarı: Instagram Anneleri Örneği. Kadem Kadın Araştırmaları Dergisi, 5(1), 163-191.
- Porfirio, F. ve Jorge, A. (2022). Sharenting of Portuguese Male and Female Celebrities on Instagram. Journalism and Media, 3(3), 521-537.
- Ranzini, G., Newlands, G. ve Lutz, C. (2020). Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram-Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom. Social Media+ Society, 6(4), 2056305120978376.
- Romero-Rodríguez, J. M., Kopecký, K., García-González, A. ve Gómez-García, G. (2022). Sharing Images or Videos of Minors Online: Validation of the Sharenting Evaluation Scale (SES). Children and Youth Services Review, 136, 106396.
- Sarkadi, A., Dahlberg, A., Fängström, K., ve Warner, G. (2020). Children Want Parents to Ask for Permission before 'Sharenting'. Journal of Paediatrics and Child Health, 56(6), 981-983.
- Siibak, A. ve Traks, K. (2019). The Dark Sides of Sharenting. Catalan Journal of Communication & Cultural Studies, 11(1), 115-121.
- Steinberg, S. B. (2016). Sharenting: Children's Privacy in the Age of Social media. Emory Lj, 66, 839.
- Tosun, N., ve Mihci, C. (2020). An Examination of Digital Parenting Behavior in Parents with Preschool Children in the Context of Lifelong Learning. Sustainability, 12(18), 7654.
- Wen, L. J., Tan, C. ve Dhanapal, S. (2022). The Trend of Sharenting among Malaysian Parents: A Qualitative Study on their Content and Motivation. International Journal of Public Health Science (IJPHS), 11, 310-319.
- Yay, M. (2019). Dijital Ebeveynlik. İstanbul: Yeşilay Yayınları.
- Yegen, C. ve Mondal, S. R. (2021). Sharenting: A New Paradigm of Digital Entertainment of New Age Parenting and Social Media. Digital Entertainment: The Next Evolution in Service Sector, 213-231.
- Yüksel, H. (2021). Sharenting Bağlamında Sosyal Medyada Çocuk İmajının İnşası. Akademik Düşünce Dergisi, (4), 50-68.
- Yurdakul, K. I., Dönmez, O., Yaman, F., ve Odabaşı, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller. JSS, 12(4), 883-896.

Dijital Yayın Platformlarında Ebeveyn Denetimi ve Çocuk Erişimine Yönelik Bir Araştırma: Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ Örnekleri

Seda Sünbül OLGUNDENİZ*

Ümit AYDOĞAN**

Öz

İletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler dijital yayıncılık platformlarını son yıllarda çok sayıda kullanıcı tarafından tercih edilen alanlar hâline getirmiştir. İzleyiciye sabit bir yayın akışı ve zamana bağlı kalmaksızın içerik tüketme fırsatı sunan bu platformlarda çocuklar için üretilmiş içeriklere de yer verilmektedir. Çocukların bu platformlarda yer alan içeriğin tümüne erişim riski, içinde buldukları gelişim dönemine bağlı olarak bazı olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı konusunda ebeveynlerin dijital okuryazar olmaları çocukların bu alanda maruz kalacağı risklerin önlenmesi açısından önemlidir. Bu araştırmada amaçlanan dijital yayın platformlarında yer alan içeriklere çocuk erişimi ve ebeveyn denetimi konusunda içeriğin platform tarafından nasıl biçimlendirildiğini ortaya koymaktır. Bu amaçla araştırma evrenine dünyada ve Türkiye’de en büyük abone-müşteri-kullanıcı kitlesine sahip dijital yayın platformları dahil edilmiştir. Araştırmanın örneklem grubunu Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ platformları oluşturmaktadır. Araştırmada içerik analizi yöntemi doğrultusunda oluşturulan kategoriler ve ortaya çıkan temalar öncülüğünde platformlarda içeriğe erişim ve ebeveyn denetiminin nasıl yapılandırıldığı analiz edilmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda ilgili tüm dijital yayın platformlarında ebeveyn denetimine ait özelliklerin yer aldığı, platformların ebeveynlere çocukların kullanabileceği bir profil oluşturma imkânı sağladığı görülmüştür. Dijital yayın platformlarının çocuk erişimi ve ebeveyn denetimi konusunda belli noktalarda benzer özellikler taşımakla birlikte ayrıştığı bazı noktaların da olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Yayıncılık, Ebeveyn Denetimi, Çocuk, Dijital Okuryazarlık, Dijital Platformlar

*Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü Radyo-Televizyon Anabilim Dalı, seda.sunbul.olgundeniz@ege.edu.tr

**Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü Görsel İletişim Tasarımı Anabilim Dalı, umit.aydogan@ikcu.edu.tr

Sünbül Olgundeniz, S. & Aydoğan, Ü. (2023). Dijital Yayın Platformlarında Ebeveyn Denetimi ve Çocuk Erişimine Yönelik Bir Araştırma: Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ Örnekleri . TRT Akademi , 08 (19) , 786-813 . DOI: 10.37679/trta.1328932

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 18.07.2023

Revizyon Tarihi: 18.08.2023

Kabul Tarihi: 12.09.2023

ORCID: 0000-0002-7496-1600, 0000-0002-9395-5361

DOI: 10.37679/trta.1328932

A Research on Parental Control and Child Access in Digital Streaming Platforms: Examples of Netflix, Amazon Prime Video and Disney+

Seda Sünbül OLGUNDENİZ
Ümit AYDOĞAN

Abstract

The rapid development of communication technologies has made digital broadcasting platforms a popular choice for many users in recent years. These platforms offer viewers the opportunity to consume content without being bound to a fixed broadcast stream or time, and they also feature content produced for children. The risk of children accessing all of the content on these platforms can lead to some negative consequences, depending on their developmental stage. It is important for parents to be digitally literate in terms of the use of new communication technologies in order to prevent the risks that children may be exposed to in this area. The purpose of this study is to reveal how content is shaped by the platform in terms of child access to content and parental control on digital broadcasting platforms. In order to achieve this, the largest digital broadcasting platforms with the largest subscriber, customer and user base in the world and Turkey have been included in the research universe. The sample group of the study consists of the Netflix, Amazon Prime Video and Disney+ platforms. In the study, the categories and themes that emerge are used to analyze how access to content and parental control are structured on the platforms in line with the content analysis method. According to the findings of the research, it has been observed that all relevant digital broadcasting platforms have features related to parental control, and that the platforms allow parents to create a profile that children can use. Although digital broadcasting platforms have similar features in terms of child access and parental control at certain points, it has been determined that there are some points where they differ.

Keywords: Digital Broadcasting, Parental Control, Children, Digital Literacy, Digital Platforms

Research Paper

Received: 18.07.2023

Revised: 18.08.2023

Accepted: 12.09.2023

1. Giriş

Yeni iletişim teknolojileri günümüzde farklı alanlarda kullanılan ve günlük yaşamın bir uzantısı hâline gelen teknolojiler olarak yerini almış bulunmaktadır. Yayın teknolojileri alanında yaşanan gelişim ve değişim süreci geleneksel medya araçlarından dijital yayın platformlarına geçiş sürecini başlatmış ve çok sayıda kullanıcı tarafından tercih edilen alanlar olmasını sağlamıştır. Dijital yayın platformlarının gelişimiyle kullanım olanakları ve kolaylığı açısından dönüşüme uğrayan televizyon yayıncılığı ev içi alanda kısıtlanan izlenme pratiğini akıllı cihazlar üzerinden yaşamın her alanında kullanılabilir hâle getirmiştir. Kullanıcıya sunulan bu izleme pratiği her ne kadar kullanım kolaylığı ve çeşitlilik açısından olumlu özellikler taşıyor olsa da özellikle çocuklar açısından bakıldığında önemli bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu durum, bilgisayar ve internetin çocuklar için ne gibi faydaları olduğu, internete bağlanmanın riskleri, aileler, öğretmenler, okullar ve yasa koyucuların bu duruma karşı tutumları, bilgisayar ve internet kullanımının sosyal yaşam ve aile değerleri üzerindeki etkileri gibi birçok soruyu gündeme getirmektedir. (Çankaya ve Odabaşı, 2009, s. 1105). Çocukların içinde buldukları gelişim dönemlere uygun içerikleri tüketmeleri konusunda gösterilmesi gereken hassasiyet erişim olanaklarının değişimi ve içeriklerin çoğalması sonucunda olumsuz sonuçlar yaratabilecek içeriklerin çocuklar tarafından tüketilebilme riskine yol açmıştır. Ebeveynlerin, internet ve mobil cihazlarının kullanımı konusunda çoğunlukla çocuklarına güvendikleri görülmektedir. Ancak, bazı mobil internet tehditlerinin çocuklarının seçimi ve kontrolünün ötesinde olabileceği unutulmamalıdır (Marais, 2012, s. 6). İnternet aracılığı ile erişilen içeriklerde çocukları eğitmek ve korumak için doğru yaklaşım konusunda ortak bir anlayış yer almamaktadır. Ayrıca farklı toplumsal yapılar içinde çocuklar için “neyin uygun olduğunu” ya da başka bir açıdan “uygunsuz içerik ve davranış” tanımlamasını zorlaştıran ve evrensel olarak kabul edilen bir görüşün de tam olarak yer almaması bu platformlardaki içeriklerin düzenlenmesi konusunda bazı zorluklar yaratmaktadır (Kırık A. , 2019, s. 14). Bu bağlamda izlemiş oldukları yayınlarda kurgulanan hayatlar, şiddet ve cinsellik ile ilgili içerikler henüz hayata ilişkin deneyimleri yeni yeni oluşmaya başlayan ve medya içeriklerini eleştirel okuma becerisinde henüz tam olarak sahip olmayan çocukların dünyası için olumsuz bir deneyimleme alanı olarak yer alabilmektedir.

Kitle iletişim araçları hayatın farklı alanlarında çocuğun üstlenmesi gereken bir dizi rol örnekleri sunmaktadır. Örneğin tiptleşmiş konum ve kişilik özelliklerini temsil eden dizi ya da film yıldızları toplumun göstergeleri hâline gelmiş durumdadır. Bu açıdan bakıldığında bu karakterler çocuklara örnek olmakta ve çeşitli rolleri göstermektedirler (Elkin, 1995, s. 101). Dolayısıyla televizyon içeriklerinde

kurgulanan temsiller açısından konuya bakıldığında bu temsillerin çocukların zihin haritalarında iz bırakabileceğini söylemek mümkündür. Çocuklar televizyondan izledikleri olayın gerçekliğine okudukları bir içerikten çok daha fazla inanma eğilimine sahiptirler. Yapılan çalışmalar çocukların medya içeriklerinden yalnızca bilgi edinmediklerini bunun yanı sıra bu bilginin zihinsel temsil tarzını ve bellekteki şekillenışı de kazandırdığını ifade etmektedir (Yetim ve Yetim, 2008, s. 101) Çocuklar küresel dünyayı kozmopolit olarak ele alırlar. Bu süreç, gençlerin dünya görüşünde bir değişikliğe yol açmakta ve küresel ağdan edinilen bilgiler, kullanıcının algısını doğrudan etkilemekte, bir anlamda onu farklı bir toplum ve yaşam tarzına teşvik etmekte, sıcak, "mutlu bir ortam" veya "alışkanlıklar" yaratmaktadır (Ojagverdiyeva, 2018, s. 87). Televizyon etkisine maruz bırakılmanın erken yaş gruplarındaki çocuklarda dikkat eksikliği yaratma potansiyeli konusunda da çalışmalar yer almaktadır. Bazı araştırmalar televizyonda hızla değişen görüntülerin, gelişimi devam eden beyni gerçek hayattan daha yüksek seviyede uyarıcı beklentisi içine soktuğunu ileri sürmektedir (Palmer, 2019, s. 289). Bu bağlamda özellikle dijital platformların kullanımı konusunda ebeveynlerin dijital okuryazar olmaları ve içerik tüketimi konusunda ebeveyn denetimi oluşturmaları, çocukların bu araçların olumsuz etkilerinde maruz kalmalarının engellenebilmesi konusunda oldukça önem taşımaktadır.

Dijital okuryazar olmanın hedeflerine bakıldığında bunlardan bazıları şu şekilde açıklanmaktadır: Dijital ortamlara uyum sağlamak, bu ortamları iyi anlama ve kullanma becerisine sahip olmak, fırsatlardan yararlanırken olası tehditlerden ve risklerden korunmak, bu tür ortamları bilinçli, etkin ve verimli olarak kullanabilmek (Sağiroğlu, Bülbül, vd., 2020, s. 21). Bu bağlamda günümüz çocukları dijital platformlara erişim ve bu platformları kullanma konusunda oldukça aktif bir konumda yer almalarına rağmen içeriklerin tüketimi konusunda genellikle pasif konumda bulunmaktadırlar. Günümüzde, ebeveynler, çocuklarının kendilerinden daha fazla şey bildiğini ve çocukların, gerçek dünyadan önemli ölçüde farklılaşan sanal bir dünyada büyüdüğünü fark etmiş durumdadırlar. Bu nedenle ebeveynlik daha karmaşık hâle gelmiş ve bu alanda çocuklara destek ve güvenlik sağlamak giderek daha fazla zorlaşmıştır (Žufić, Zajgar ve Prkic, 2017, s. 961). Bu noktada dijital yayın platformlarının çocuklara yönelik olarak nasıl bir kullanım alanı oluşturduğu, içeriğe erişim konusunda nasıl bir filtreleme sistemi kullandığı kısaca çocukların içinde bulunduğu yaş grubuna uygun içerikleri izleme konusunda ebeveynlere nasıl bir denetim alternatifi sunduğu konusu oldukça önemlidir. Bu çalışma içerisinde çocukların dijital platformlara erişimi ve ebeveyn denetimi konusu ele alınarak dijital yayın platformlarının bu konuda nasıl bir sistem oluşturdukları analiz edilmektedir. Bu amaçla çalışmada dijital platformların ebeveyn denetimi

noktasında uyguladıkları teknolojilerin kullanımına yönelik içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi sonucunda “ebeveyn kontrol araçları”, “filtrasyon ve engelleme”, “çocuk güvenliği”, “dijital ebeveynlik eğitimi” ve “içerik seçimi sınıflandırması” gibi kategoriler belirlenmiş ve kategorilere bağlı olarak birçok tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar kategorilerin karakteristik özellikleri ve kategori ile doğrudan ilintili konu başlıkları şeklinde nitelendirilebilir. Çalışmada ortaya çıkan temalar, araştırma kapsamına dâhil edilen platformlar üzerindeki ebeveyn kontrollerinin uygulanabilirliğini veya limitlerini işaret etmektedir.

2. İletişim Teknolojileri ve Dijital Yayıncılık

Dijital medya platformları iletişim teknolojilerinde hızlı gelişime paralel olarak ana akım ve geleneksel medya ortamlarının interaktif bir alternatifi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni teknolojilerin, insan etkileşiminin meydana geldiği koşullara bağlı parametreler üzerinde bir etkisi olduğu ve daha önce ender fırsatlar sağladığı, ancak aynı zamanda bu teknolojilerin insan ihtiyaçlarını ve arzularını temelden değiştirmedeği ve bu nedenle mevcut davranış teorilerini geçersiz kılmadığı öne sürülebilmektedir (Yzer ve Southwell, 2008, s. 8). Bu bağlamda teknolojik gelişmeler sürekli yenilenmeye devam etmektedir. Yayıncılıkta da geribildirim, çoklu ortam, hipermedya gibi kavramların uygulama alanı da giderek genişlemektedir. İletişim teknolojilerin oluşturduğu yeni medya kavramı bireyi ön plana çıkaran bir anlayışın sonucu olarak değerlendirilebilmektedir. (Akyol, 2015, s. 3-34).

Araştırma konusunda ele alınan dijital yayın platformlarının temelini oluşturan Video On Demand (İsteğe Bağlı Video Hizmeti) (VoD) teknolojisinin işleyişine baktığımızda sistemin üç bileşeni olduğunu görmek mümkündür. Bunlar; sunucu, alıcı ve ön bellek olarak sınıflandırılmaktadır. Bu noktada en önemli unsur band genişliği yani kullanıcının internete bağlanma hızıdır. VoD servislerinde içerik kullanımında izle ve öde gibi ticari sistemler kullanılmaktadır. Şartlı erişim (conditional access) adı verilen bu sistemde izleyicinin içeriğe erişimi belli bir ücret ödemesi yoluyla gerçekleşmektedir. VoD ile geleneksel televizyon yayıncılığında verilebilen hizmetlerin birçoğu canlı olmamak ve önceden kaydedilmiş olmak koşulu ile sağlanabilmektedir.

VoD sunucularının 4 temel fonksiyonu bulunmaktadır. Tüm videoları ve programları depolama özelliği yani VoD sunucusu aynı anda çok sayıda videoyu farklı kullanıcılara iletebilmesidir. Şebeke arayüzü sayesinde birçok uygulamanın aynı anda yapılması sağlanmaktadır. Kullanıcı etkileşim desteği, kullanıcının satın alınan içerikle ilgili tüm komutlara (izleme, geri, sarma durdurma vb.) karar vermesine imkân sağlamaktadır. Katalog ve sipariş desteği ile kullanıcının istediği prog-

ramları seçme ve izleme imkânı yer almaktadır (Simpson ve Greenfield 2007, akt: Kırık, 2010, s. 115).

Yeni iletişim ortamlarının en belirgin özelliği olan çoklu ortam yeni medya kavramı ile hayatımıza girmiştir. Çoklu ortam tanımını televizyon, sinema, gazete dergi gibi aynı yapıdaki içeriklerin daha geleneksel biçimde birleşiminden farklılaştırarak; sunumu sayısal sinyaller ve bilgisayar aracılığı ile kullanıcının kontrolüne vermesi olarak nitelendirilmektedir (Akyol 2012, akt: Seçmen, 2019, s. 7). Geleneksel televizyon yayıncılığında yayın akışı kanalın yayın politikası doğrultusunda biçimlendirilmekte ve düzenlenmektedir. İzleyicinin kanalın yayın akışının süre ve sırasına müdahale şansı olmaksızın sadece izleyeceği içeriğe karar verme durumu söz konusudur. Ancak dijital platformlarda bu durum kullanıcının lehine bir nitelik kazanmaktadır. VoD teknolojisi kullanıcıya belli bir akışa bağlı kalmaksızın isteği içeriğe, istediği zamanda, istediği süre bazında izleme imkânı sağlayan bir sistem içermektedir. İnsanlar televizyon programları hakkında konuşmayı sosyal bağ kurmanın ve sosyal sermaye oluşturmanın bir yolu olarak görmektedir. Bazı korku akışları, insanların aynı anda izledikleri aynı şovlar hakkında konuşmalarına dayanan geleneksel televizyonun etkisini yok eder. Ancak internet üzerinden dağıtılan televizyon yoluyla görsel-işitsel tüketim, sosyal bir etkinlik olmaya devam etmekte ve günlük konuşmalarda ortak bir konu gibi görünmektedir. İkinci ekranda izleme ve sosyal medyanın teşvik ettiği çevrim içi sohbetler, yayın deneyimini dijital platformlarda da televizyon çağına benzer şekilde zenginleştirmektedir (Evens, Henderickx, ve Conradie, 2023, s. 6). Kullanıcı bu platformlarda istediği içeriği seçebileceği ve bunu internet bağlantısı olan herhangi bir cihaz (tablet, akıllı telefon, bilgisayar, tv...) üzerinden izleme olanağı bulabileceği bir teknolojiye sahiptir. Çoklu cihaz desteğine sahip olması bu yayın platformlarını izleyici-kullanıcı için cazip hâle getirmektedir. Dijital yayın platformları yapay zekâ algoritmaları üzerinden kullanıcının izlediği içerikler bazında yeni öneriler sunarak onun için alternatifler üretmekte ve geniş içerik tabanıyla çok sayıda öneri oluşturabilmektedir. Bunun dışında kurguladığı türsel içerik kategorileri izleyicinin ilgi alanına girme olasılığı taşıyan program, film ya da dizilere çok daha hızlı erişim imkânı sağlamaktadır.

Dijital platformların yayına başladığı günden bu yana içerik üretimi ve yayıncılık konusunda arayış içinde oldukları görülmektedir. 2011 yılından bu yana Netflix yeni yapımların satın alınması ve oluşturulması konusunda atılım hâindedir. Bu bağlamda bakıldığında televizyon kanallarında hem yapımı tamamlanan hem de yayınlanan yeni programların geliştirilmesinde önemli bir artış olduğu görülmektedir. Program yapımlarındaki büyüme, geleneksel yayın ağları yerine kablo ağları

ve çevrim içi abonelik hizmetleri gibi daha yeni yöntemler üzerinde durmaktadır (Waldfoegel, 2022, s. 135). Dijital çağda, hızla artan hacimlerde kişisel bilgiler, geniş elektronik sistemler aracılığıyla toplanmakta, saklanmakta ve satılmaktadır. Ayrıca yeni teknolojiler, belirli kullanıcıların belirli veri gereksinimlerine yanıt verme kapasitesini büyük ölçüde genişletmektedir (Hamelink, 1997, s. 9). Yeni iletişim teknolojileri ile yaşanan dijital dönüşüm bu anlamda izleyiciyi bu platformlara yönlendirmiş durumdadır. İçerik çeşitliği ve kategorizasyonu ile kullanıcıya alternatifler üreten bu platformlar aynı zamanda kullanıcıyı pasif bir tüketici olma konumundan daha farklı bir alana konumlandırmaktadır. İçerik tercihlerine ve izleme deneyimlerine göre özelleştirme ve kişiselleştirme imkânı tanıyan dijital yayın platformları kullanıcı sayısını gün geçtikçe arttırmaktadır.

3. Çocuk Kullanıcılar ve Dijital Platformlara Erişimde Ebeveyn Denetimi

İletişim çalışmaları alanında üzerinde en çok durulan ve araştırılan konulardan birisi çocuk ve medya ilişkisidir. Ebeveynlerin çocuklarının davranışları üzerindeki aşırı kontrolü, günlük yaşamlarında güvensizlik, ihmal edilmiş veya izole edilmiş hissetme gibi acı verici duygusal deneyimlere neden olabilmektedir. Bu noktada çocuklar bunalmış hissedebilir, kontrolünü kaybedebilir ve diğer etkilerden, faktörlerden veya değişkenlerden habersiz mantıkla tekrar kontrolü ele geçireme riskiyle karşı karşıya kalabilir (Çetinkaya, 2019, s. 51). Davranış değişikliğine ek olarak dijital ortamda çocukların medya içeriklerinden etkilenme düzeyleri, medyayı kullanma amaçları, medya içeriklerinin çocukların dünyasında nasıl bir konumda yer aldığı onların gelişim süreci açısından oldukça önem taşıyan konulardır.

Çocuğun dış dünyayı öğrenmesi için doğrudan deneyimlere girmesine gerek kalmadan televizyon aracılığıyla bir anlamda çocuklara ekranlardan iletilmektedir. Televizyon kronolojik yaş sınıflandırması ile toplumsal bilgi arasındaki ilişkiyi bir noktada ortadan kaldırmıştır. Bu bağlamda çocuklar kendi yaş gruplarına uygun olarak üretilen programlarının yanında yetişkinler için üretilen içeriklere de sıklıkla maruz kalmaktadırlar. Bu durum bir zamanlar erişimine imkân olmayan bilgilere erişmelerine ve dolayısıyla zamanından önce yetişkinlerin dünyasına girmelerine yol açmaktadır. Dolayısıyla televizyon karşısındaki çocuklar bu içerikler aracılığıyla savaş, ölüm, şiddet, cinsellik gibi maruz kalması istenmeyen enformasyonlara karşı karşıya kalabilmektedirler (Timisi, 2011, s. 3-4).

Çocukların hayatında önemli bir yere sahip olan medya araçlarının teknolojik olanakların çoğalması ve gündelik yaşamın her alanına dâhil olmasıyla birlikte, çocuklar çok sayıda dijital cihaza dolayısıyla içeriğe erişim imkânı elde etmek-

tedirler. Küçük yaşlardan itibaren dijital iletişim araçlarını kullanma konusunda beceri kazanan çocuklar zaman zaman teknolojiyi ebeveynlerinden daha iyi kullanan bireyler konumunda yer almaya başlamışlardır. Bu durum pek çok anne ve baba tarafından, “Bizim çocuğumuz çok akıllı, teknolojiyi bizden daha iyi kullanıyor.” gibi cümlelerle onaylanıyor olsa da aslında dijital dünyada çocukları kontrolsüz ve tek başına bırakmak bazı riskleri beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda ebeveynlerin dijital dünyanın kullanımında çocuklarla kurdukları iletişim ön plana çıkmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri dolayısı ile dijital medya platformları diğer etkilerden, faktörlerden veya değişkenlerden habersiz teknolojilerin kullanıcılar arasında yeni sosyal ve davranışsal değişiklik modelleri sunmasının benzersiz bir deneyime sahip olduğunu göstermektedir (Owne, 2018, s. 51). Bilgiye erişim ve kullanım açısından faydalı içeriklere erişim imkânına sahip olan bu platformlar aynı zamanda çocuklar için birtakım riskli ve olumsuz durumları da içerisinde barındırabilmektedir. Siber zorbalık, kimlik bilgilerinin çalınması, özel hayatın gizliliği gibi konuların yanı sıra, yaşlarına ve gelişim dönemlerine uygun olmayan içeriklere erişim gibi durumlar özellikle dikkat edilmesi gereken konuların başında yer almaktadır. Ayrıca dijital yayın platformlarda sürekli içerik tüketen çocukların bir süre sonra bu duruma karşı bir bağımlılık geliştirebileceği de ön görülmektedir. Ekran karşısında uzun süre kalma fiziksel olarak bazı sorunlara (göz bozukluğu, obezite vb.) yol açmanın yanı sıra aynı zamanda gerçek dünya ile olan bağlarının zayıflamasına da neden olabilmektedir. Bu noktada ailelerin dijital platformların kullanımı konusunda çocuklara geçirdikleri zamana ilişkin belli kurallar koymaları önem taşımaktadır.

Dijital platformların kullanımı konusunda ebeveynler kadar çocukların da medya okuryazarı olması gerekmektedir. Ebeveynlerin günümüz dijital çağında bu teknolojilerin kullanım olanakları, biçimleri ve içerikleri hakkında bilgi sahibi olmaları bu alanda çocukların ebeveyn rolüne dönüşmelerini engellemeleri açısından gereklilik göstermektedir.

Dijital yayın platformlarında içeriklere erişim konusunda farklı platformlarda farklı uygulamaların yer aldığı görülmektedir. Kullanıcı profili oluşturmak, yaş grubuna uygun olarak hangi içeriklere erişim izni verileceğini belirlemek ve buna bağlı olarak içerik kısıtlamaları oluşturmak, şifreleme sistemi kullanarak içeriğe erişimi engellemek, ekran bağımlılığını ve günlük hayatın sürdürülmesinde dair olumsuz etkileri yok etmek için izleme süresinin kısıtlanmasına yönelik önlemler almak çocuğun bu alanda yaşayacağı riskleri azaltmaya yardımcı olabilecek tedbirler kapsamındadır. Ayrıca bu alanlarda tüketilen içeriklerin neler olduğunun kontrol edilmesi örneğin izleme geçmişinin takibi çocuğun tükettiği içeriklerin ebeveynler tarafından bilinmesine ve takibine olanak sağlamaktadır.

Ebeveynlerin çocukların medya araçlarını kullanımı konusunda dikkat etmeleri gereken unsurlar sadece platformların sağladığı erişim düzenlemeleri ile kısıtlı kalmamalıdır. Bu noktada çocuklar tarafından tüketilen içeriklerin ebeveynler ile birlikte değerlendirilmesi önemli bir konudur. Kurgulanan içeriklerde yer alan olaylar, karakterler ve davranışlar üzerine konuşmak, olumlu ve olumsuz yanlarını değerlendirmek, yani içerikle ilgili olarak çocukla birlikte eleştirel bir okuma yapmak çocuğun medya okuryazarlığı konusunda gelişimine destek olacaktır. Hatta çocukları yaş gruplarına bağlı olarak ekran karşısında tek başına bırakmak yerine onlarla birlikte izleme deneyimi gerçekleştirmek oldukça önemlidir. Bu durumda çocukların medyayı anlama ve değerlendirme pratikleri çok daha hızlı ve doğru bir şekilde gelişebilmektedir.

Çocukları koruyucu medya politikalarında uluslararası düzenlemelerin perspektifi çocukların medyaya erişimlerinin engellenmesine karşı değil, ancak medya içeriğindeki istenmeyen unsurlara karşı korumaya yoğunlaşmaktır. “Zararlı içerik” yasal olarak yayınlanmasına ya da yetişkinler tarafından izlenmesi konusunda bir engelin olmadığı ancak çocuk tarafından tüketildiğinde gelişim sürecine olumsuz etkileri olabilecek içerikler olarak açıklanabilir (Timisi, 2011, s. 149). Bu açıdan bakıldığında dijital yayın platformlarında akıllı işaretler aracılığıyla programın, dizinin ya da filmin hangi yaş grupları için uygun bir içeriğe sahip olduğu belirtilmektedir.

Türkiye’de en çok abone-müşteri-kullanıcı sayısına ulaşan dijital platformlardan Netflix’in sitesinde yer alan, “Netflix çocuklar için uygun mudur?” sorusunun cevabı site içerisinde şu şekilde yer almaktadır. “Üyeliğinize dâhil olan Netflix çocuk deneyimi, çocukların ailece izlenebilecek dizi ve filmleri kendilerine özel bir alanda izlemelerini sağlarken kontrolü ebeveynlere verir. Çocuk profillerinde bulunan PIN korumalı ebeveyn kontrolleri sayesinde, çocukların izleyebileceği içeriklerin yetişkinlik düzeylerini kısıtlayabilir ve onların görmesini istemediğiniz belirli içerikleri engelleyebilirsiniz.” (<https://www.netflix.com/tr>, 2023). Disney+; internet sitesinde çocuklara yönelik içerik kullanımı ise: “Özel çocuk profilleri içeren kapsamlı ebeveyn kontrol sistemi. Kullanıcı dostu ebeveyn kontrolleri. Kullanımı kolay ebeveyn kontrollerimizle aileni güvende tut.” şeklinde açıklanmaktadır. (<https://www.disneyplus.com/tr>, 2023). Amazon Prime Video’nun internet sitesinde ise üyelik kaydı yapılmadan ebeveyn denetimine ilişkin herhangi bir veri yer almamaktadır.

4. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma kapsamında amaçlanan sürekli değişim ve gelişim gösteren dijital

yayın platformlarında yer alan içeriklere ebeveyn denetiminin ve çocuk erişiminin nasıl bir sistemle düzenlendiğini ortaya koymaktadır. Bu amaçla araştırmada dijital yayın platformlarında içeriklerinin erişimine yönelik ebeveyn denetimleri analiz edilmektedir. Dijital yayın platformlarının günlük yaşam pratiğini etkileyen bir kimliğe kavuşmasıyla birlikte yeni ve yapısal sorunların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda dijital yayın platformlarında çocuk ve yetişkin içeriklerine erişim konusu, günümüzde büyük bir önem arz etmektedir. Araştırmanın başta aile iletişimi olmak üzere çocuk güvenliği, eğitim ve gelişim, dijital bağımlılık gibi kavramlara ışık tutması beklenmektedir.

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Araştırmanın ele aldığı konu ve sahip olduğu özellik gereği bütüncül bir bakış açısı ile ele alınması gereken, kullanım ve tecrübe sonucu oluşan tutumların ve alışkanlıkların incelenmesini ön plana çıkartan bir konu olması sebebiyle nitel araştırma yöntemi bu çalışma özelinde uygun bir yöntem olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında doküman incelemesi (içerik analizi) tercih edilmiştir. “Nitel araştırma, yapılandırılmamış gözlem, yapılandırılmamış görüşme ve doküman inceleme gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, olgu ve olayların kendi doğal ortamları içinde gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmadır.” (Şimşek ve Yıldırım, 2005, s. 39) Araştırmada örneklem kapsamına dahil edilen dijital yayın platformlarında yer alan ebeveyn denetimi ve çocuk erişimine yönelik özellikler site ve uygulamaların ara yüzleri üzerinden irdelenmektedir.

4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Dijital platform yayıncılığı izleyici-abone-müşteri kitlesine çok çeşitli yaş gruplarında binlerce farklı içerik sunmakta, yakınsama özelliği ile çok farklı cihazlardan erişime imkân tanımaktadır. Bu nedenle araştırma kapsamına dünyanın ve Türkiye'nin en büyük abone-müşteri-kullanıcı kitlesine sahip dijital yayın platformları dâhil edilmiştir. Araştırma Türkiye'de de hizmet veren ve dünya genelinde bilindik üç adet dijital yayın platformu ile sınırlıdır. Bu platformların dışına kalan küçük ve orta ölçekteki dijital yayın platformları ve diğer değişkenler araştırmada etkisiz olarak kabul edilmiştir.

4.3. Araştırma Evreni ve Örneklem

Dünyada masaüstü ve mobil alanda dijital yayın platformu niteliği taşıyan ve bu hizmeti veren tüm mecralar ve medya grupları ile onlara bağlı farklı tipteki dijital platformlar araştırmaya ait evreni meydana getirmektedir.

Araştırmada örneklem grubu oluşturulurken Amaçsal (Monografik) örneklem tercih edilmiştir. “Bazı durumlarda örneklem, evrenin özellikleri hakkındaki bilgiye dayanılarak ve araştırmanın amacına göre seçilir. Bu tip örnekleme amaçsal örnekleme adı verilir. Amaçsal örneklemede araştırmacı, evreni temsil ettiğini, evrenin tipik bir örneği olduğunu düşündüğü bir alt grubu örneklem olarak seçer. Özellikle örneklem çerçevesinin belirli olmadığı ve araştırmacının evre hakkında bilgili olduğu durumlarda kullanılır” (Sencer & Sencer, 1978, s. 481-484). Bu bağlamda Türkiye’de yayın yapan ve küresel nitelikte şirket kimliğine sahip toplam üç dijital medya platformu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Değerlendirmede kurumların hizmet verdiği ülkelerde uygulanan yasal yaptırımlara göre değişkenlik ve ebeveyn denetimi ilkeleri göz önünde bulundurulmamıştır. Bu noktada Türkiye’deki uygulama dikkate alınmıştır. Örneklem olarak Netflix, Disney+ ve Amazon Prime Video hizmetleri tercih edilmiştir. Bu platformlar hâli hazırda ülkemizde ve dünyada abone-müşteri-kullanıcı kitlesinin büyük çoğunluğuna sahiptir. Aynı zamanda bu dijital yayın platformları yapım sayısı olarak dünyanın en büyük ilk üçünü oluşturmaktadır. Tüm bu veriler ışığında bahsedilen platformların araştırma evreninin temsiliyeti yönünden uygun olduklarına karar verilmiştir.

| S.N | MEDYA PLATFORMU | ABONE SAYISI | TÜRKİYE ABONE SAYISI | İÇERİK SAYISI |
|---------------|--------------------|--------------|----------------------|---------------|
| 1 | Netflix | 203.7 M | 3.5 M | 7429 |
| 2 | Amazon Prime Video | 150 M | 1 M | 8100 |
| 3 | Disney+ | 86.6 M | 3 M | 15000 |
| Toplam | | 440,3 | 7,5 | 30529 |

Tablo 1. 10.07.2023 Tarihi İtibari ile Araştırmaya Ait Evrende Örnekleme Temsil Eden Dijital Medya Platformlarının Abone ve İçerik Sayısı (Stoll, 2023) (Rakamlar yaklaşık değerleri ifade eder ve abone iptal – yeni üyelik ve içerik lisans süre durumuna göre değişkenlik gösterebilir. İçerik sayısı küresel ölçeği ifade eder. Türkiye istatistiklerine erişilememiştir.)

Bu bağlamda araştırma kapsamına alınacak olan dijital yayın platformlarının belirlenmesinde aşağıda ifade edilen dört farklı kriter dikkate alınarak bu kriterleri karşılayan platformlar araştırmanın örneklem grubuna dâhil edilmiştir.

- İlgili platformların sahip oldukları abone ve içerik sayısı
- İlgili platformlarda çocuk içeriği olup olmadığı

- İlgili platformlarda çocuk erişimi ve ebeveyn denetimi ile ilgili özellik sunulup sunulmadığı
- Çocuk erişimi ve kontrolüne yönelik sunulan teknolojilerin niteliği

Bu kriterler çerçevesinde ön araştırma gerçekleştirilmiş ve araştırma sürecine dair veriler toplanmaya başlamıştır. Araştırma kapsamına alınan dijital yayın platformlarından üyelik satın alınarak araştırma gerçekleştirilmiştir.

4.4. Araştırmanın Soruları

Araştırma, evrene dahil edilen dijital platformlarda ebeveyn kontrol altyapısının olup olmadığına ve mevcut ebeveyn kontrol sistemleri ile onlara entegre edilmiş diğer kontrol sistemlerinin nasıl yapılandırıldığına odaklanmaktadır. Bu bağlamda araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aramaktadır.

- Dijital platformlarda aile hesaplarında ebeveyn kontrol sistemleri var mıdır? Var olan sistemlerde bulunan ebeveyn kontrol araçları nelerdir?
- Dijital sistemlerde çocuk ve yetişkin içeriklerine yönelik engelleme ebeveynler tarafından kontrol edilebilmekte midir?
- Dijital platformlar, ebeveyn kontrol sistemlerinin anne ve baba tarafından kullanımına yönelik çevrim içi eğitici bir içeriğe sahip midir?
- Dijital medya platformlarında içerik sınıflandırması ve çocuk güvenliği nasıl sağlanmaktadır?

4.5. Araştırma Verilerin Toplanması

Araştırmada nitel araştırma tekniği kullanılmış; verilerin toplanma sürecinde nitel araştırma türlerinden içerik analizi tekniği uygulanmıştır. “Araştırma konusu hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin çözümlenmesini içeren doküman incelemesi, gözlem veya görüşmenin mümkün olmadığı araştırmalarda tek başına veri toplamak amacıyla, diğer veri toplama yöntemleriyle birlikte kullanıldığında ise verilerin çeşitlendirilmesini sağlamak ve araştırmanın geçerliliğini artırmak amacıyla kullanılan bir tekniktir” (Şimşek ve Yıldırım, 2005, s. 188-189). Araştırmada ana etmen olarak ebeveyn denetimi bakış açısı öne çıkmaktadır. Ebeveynler çocuklarının dijital yayın platformlarında güvende olmalarını sağlamak ve uygun içeriklere erişimlerini kontrol altında tutmak istemektedirler. Buna bağlı olarak veriler toplanırken dijital platformlardaki ebeveyn kontrollerinin hangi teknik unsurları kapsadığı, bununla ilgili bilgilendirici ve yönlendirici içerik olup olmadığı, güvenlik ve filtreleme mekanizmalarının mevcut durumu ve mevcut durumdaki-

lerin neleri kapsayıp kapsamadığı gibi fonksiyonlar üzerinde durulmuştur. Bu nedenle, veri toplamada dijital yayın platformlarında ebeveyn denetimi stratejileri ve araçlarının çocuklar üzerinde gerek teknik gerek sosyal yönden ne derecede bağlayıcı sonuçları olup olmadığına dair fikir vermesine dikkat edilmiştir. Veriler dijital medya platformlarının WEB arayüzleri ve mobil uygulamaları ile masaüstü uygulamaları karşılaştırılarak elde edilmiştir.

4.6. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada kategori ve temalara ulaşma amaçlı verilerden çıkan sonuca göre kodlama yapılmıştır. Bu kodlama işlemi genel bir çerçeve içinde yapılan kodlama olarak da isimlendirilir. Kuramsal olarak belirli bir temele oturmeyen konulara dair fikir edinme amacıyla yapılan araştırmalar için geçerlidir. Veriler analiz edilirken mevcut kategorilerin grafiğe dökülmesi ve nicel verilere ulaşılması açısından karşılaştırma tablosunda mevcut özellik bir (1) mevcut olmayan özellik sıfır (0) şeklinde belirtilmiştir. Bu sistem, rakamlar ile ordinal derece gösteren bir karşılaştırma yapma amacıyla uygun görülmüş ve araştırma sonucuna katkı sağlaması yönünden artı yönlü ilerlemek üzere 0 ile 1 puana ilerleyecek şekilde ortaya konulmuştur. Böylece ortaya çıkan veri seti ile genel değerlendirme yapma amaçlı sonuçların gösterilmesinde kolaylık sağlanmıştır.

Kodlama işlemi sonucunda 5 adet kategori ve 18 adet tema belirlenmiştir. Kategori ve temalar betimsel olarak yorumlanmış ve değerlendirilmiştir. Nitel analiz yöntemi aynı zamanda verilerin nicel sunumuna da izin vermektedir. Dolayısı ile bazı noktalarda nitel veriler nicel verilere dönüştürülerek raporlanmıştır. Böylece ifade ve anlatı kolaylığı elde edilmiştir. İçerik analizi sonucu ortaya çıkan ana kategoriler aşağıda maddelenmiştir.

Araştırmanın ana Kategorileri:

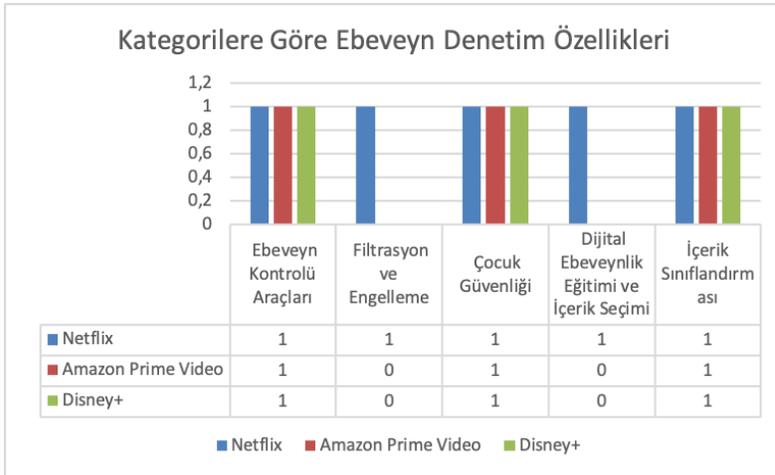
1. Ebeveyn Kontrolü Araçları
2. Filtrasyon ve Engelleme
3. Çocuk Güvenliği
4. Dijital Ebeveynlik Eğitimi ve İçerik Sistemi
5. İçerik Sınıflandırması

Kodlama işlemi sonucu elde edilen kategori verileri temalara ayrılmıştır. Ebeveyn denetimi açısından dijital yayın platformlarında çocuk ve yetişkin içeriklere erişimle ilgili bir içerik analizi uygulandığında, aşağıdaki kategoriler ve temalar ortaya çıkmıştır.

Bu kategoriler ve temalar, ebeveynlerin çocuklarının dijital yayın platformlarında güvenli bir şekilde dolaşmalarını sağlamak ve yetişkin içeriklere erişimi kontrol altında tutmak için kullanabilecekleri stratejileri yansıtmaktadır.

4.6.1. Kategori Analizi

Örnekleme oluşturan platformlar, kategorilerin veri analizi çerçevesinde bahsedildiği şekilde değerlendirilmesi sonucu kümelenmiş grafik sütunlar ile ifade edilmiştir. Kümelenmiş grafik sütunlar; değerleri birkaç kategori arasında karşılaştırma yapma ve ifade etme amaçlı kullanılır. Araştırmada bu yüzden tercih edilmektedir. Araştırmaya göre ebeveyn denetimi özellikleri tüm platformlarda yer almaktadır. Ebeveyn denetimi özellikleri kontrolü sağlayan birtakım araçlar ile ebeveynlere yönelik filtreleme, engelleme çocuk güvenliğini sağlayıcı birtakım denetim mekanizmaları, içeriklerin sınıflandırılması ve ebeveyni yönlendiren dijital rehberlerden oluşmaktadır.



Grafik 1. Kategorilere Göre Ebeveyn Denetimi Araçları

Ebeveyn denetimi özellikleri kategorisini incelediğimizde ilk sırada ebeveyn kontrolü araçları öne çıkmaktadır. Filtrasyon ve engelleme kategorisi ise Netflix platformunda diğer iki içerik sağlayıcıya oranla daha yoğun ve gelişmiş bir şekilde uygulanmaktadır. Çocuk güvenliği kategorisine baktığımızda tüm platformlar birbirine benzer ve yakın özelliklere sahiptir. Dijital ebeveynlik eğitimi ve içerik seçimi noktasında ise platformlarında ebeveynleri çocuk içeriklerine erişim konusunda eğitici makalelere yer vermesi açısından öne çıkmaktadır. Amazon Prime Video ve Disney+ hizmetlerinde dijital ebeveynlik eğitimine yönelik yönlendirici veya rehber niteliğinde çok az içerik bulunmakta olup olanlar ise eğitim içeri-

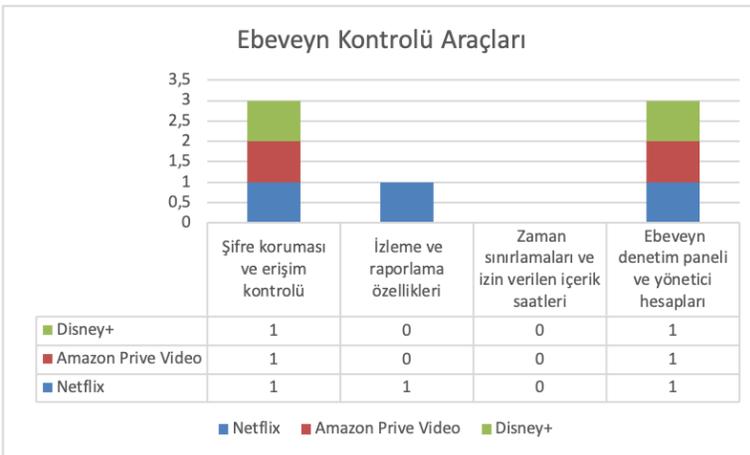
ğinden ziyade teknik anlamda içeriğin kontrolüne yönelik basit içerikler olarak karşımıza çıkmaktadır. İçeriğin yaş gruplarına göre sınıflandırılması, erişiminin kısıtlanması- engellenmesi teması ise tüm platformlarda yer alan bir kategori olarak görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde tüm kategorilere ait belirli özelliklere hemen hemen tüm platformlarda rastlanmaktadır. Bazı kategoriler bir platformda tamamen yer alırken bazıları ise kısmen veya yüzeysel olarak platform içerisinde yer bulmaktadır. Yapılan içerik analizinin teknik bir bakış açısı ve ebeveyn odaklı gerçekleştirildiği göz önüne alınacak olursa dijital yayın platformları temel kategorilerde aile ve ebeveyn denetimlerine teknik altyapılar sunmaktadır.

4.6.2. Tema Analizi

Araştırmanın temaları betimsel analiz ile yorumlanmıştır. Diğer yandan veriler analiz edilirken mevcut temaların elverdiğince grafiğe dökülmesi ve nicel verilere ulaşılması amacıyla bazı noktalarda karşılaştırma tablolarından faydalanılmıştır. Mevcut özellik bir (1) mevcut olmayan özellik sıfır (0) şeklinde belirtilmiştir. Karşılaştırma tabloları kümelenmiş grafik sütunlar ile ifade edilmiştir Tema analizi, kategorilere ait temalar üzerinden gerçekleştirilmiştir.

4.6.2.1. Kategori 1: Ebeveyn Kontrolü Araçları Kategorisine Ait Temalar

Ebeveyn kontrolü araçları kategorisinde toplam 4 adet tema belirlenmiştir. Bu temalar; Şifre koruması ve erişim kontrolü, izleme ve raporlama özellikleri zaman sınırlamaları ve izin verilen içerik saatleri, ebeveyn denetim paneli ve yönetici hesapları şeklindedir. Platformlara göre tema karşılaştırması grafik 2'de gösterilmiştir.



Grafik 2. Dijital Platformlarda Ebeveyn Kontrolü Araçları Kategorisine Ait Temaların Platformlara Göre Karşılaştırması

Tema 1: Şifre Koruması ve Erişim Kontrolü

Platformlara bakıldığında Şifre Koruması ve Erişim Kontrolünün tüm platformlarda yer aldığı net bir şekilde görülmektedir. Dijital platformların tamamı çocuk erişimini bir şifre veya PIN adı verilen güvenlik mekanizması ile sağlamaktadırlar. PIN veya şifre bir yetişkin veya EBEVEYN tarafından belirlenmekte ve çocuk hesaplarına erişim veya çocuk hesabı dışındaki hesaplara erişim bu PIN kodu aracılığı ile gerçekleşmektedir. Diğer yandan diğer platformlara oranla Netflix platformunda çocuğun eriştiği içerikler ebeveyn tarafından site üzerinden görüntülenebilmektedir. Amazon Prime Video ve Disney+ uygulamasının WEB ara yüzü ve mobil uygulama ayarlarında buna benzer bir içeriğin araştırmanın gerçekleştirildiği tarih itibari ile mevcut olmadığı gözlemlenmiştir.

Tema 2: İzleme ve Raporlama Özellikleri

Platformlarda genel itibari ile izlenen içerikler için bir liste oluşturma özelliği mevcut olmakla birlikte izleme geçmişi ve geçmişi düzenleme gibi fonksiyonların ağırlıklı olarak Netflix platformunda gelişmiş bir şekilde yer aldığı görülmektedir. Ebeveynler gerek kendi izledikleri gerek çocuklarının izledikleri içeriklerin izleme sıralarına tarih ve saat bilgilerine bu özellik üzerinden ulaşabilmektedir. İzleme listesi özelliği Amazon Prime Video ve Disney+ platformlarında çok daha zayıf bir kontrol unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tema 3: Zaman Sınırlamaları ve İzin Verilen İçerik Saatleri

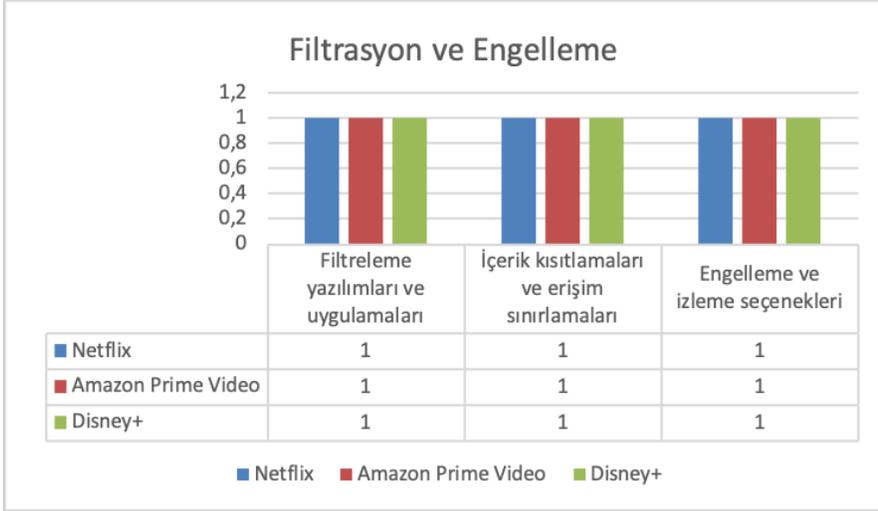
Platformlarda ebeveynlerin belirlediği zaman aralığı dâhilinde çocukların izleme yapması ve izleyecekleri içeriğin önceden belirlenmesi gibi sınırlayıcı bir zaman yönetim mekanizması bulunmamaktadır.

Tema 4: Ebeveyn Denetim Paneli ve Yönetici Hesapları

Örnekleme dâhil edilen tüm platformlarda Ebeveyn Yönetim paneli yer almaktadır. Ebeveyn yönetim paneli platformlara göre farklılık göstermekle beraber şifre veya PIN oluşturma, izleme geçmişi görüntüleme, yaş grubu belirleme, sınırlandırma-limitleme işlemi gerçekleştirme, çeşitli raporlara ulaşma gibi ebeveyn denetimlerine yönelik platformda yer alan fonksiyonları yönetme özelliklerine ulaşabilmektedir. Diğer yandan örneklemedeki tüm platformlarda yönetici hesabı var olan tüm hesaplara yönelik (çocuk ve yetişkin hesapları) kısıtlama getirme yetkisine sahiptir.

4.6.2.2. Kategori 2: Filtrasyon ve Engelleme Kategorisine Ait Temalar

Filtrasyon ve engelleme kategorisinde toplam 3 adet tema belirlenmiştir. Bu temalar filtreleme yazılımları ve uygulamaları, içerik kısıtlamaları ve erişim sınırlamaları, engelleme ve izleme seçenekleri şeklinde yer almaktadır. Platformlara göre tema karşılaştırması grafik 3'te gösterilmektedir.



Grafik 3. Dijital Platformlarda Filtrasyon ve Engelleme Araçları Kategorisine Ait Temaların Platformlara Göre Karşılaştırması

Tema 5: Filtreleme Yazılımları ve Uygulamaları

Örneklem kapsamında ele alınan dijital yayın platformlarında filtreleme yazılımı kullanılmadığı ancak filtreleme koda yerleşik bir algoritma ile gerçekleştirildiği görülmektedir. Özellikle ebeveyn denetimi noktasında bu işlemler mobil ve masaüstü uygulamalar ile değil WEB arayüzü ile kontrol edilmektedir. Platformların tamamında ebeveyn denetimine yönelik filtreleme mekanizmaları ve genişletilmiş özelliklerine WEB arayüzü üzerinden giriş yaparak erişilebilmektedir. Bu noktada uygulama içi denetim mekanizmasında zayıflık gözlemlenmiştir.

Tema 6: İçerik Kısıtlamaları ve Erişim Sınırlamaları

Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ platformlarında içerik kısıtlamaları ve erişim sınırlamaları hesap kısmı altında ebeveyn denetimleri özellikleri altından gerçekleştirilmektedir. Platformlarda kısıtlama olarak yaş sınırlaması öne çıkan en belirgin özelliktir. Yaş sınırlaması ek olarak belirli yaş üstü ve altı içeriklere erişimi

de sınırlamaktadır. Bazı özelliklerin aktive edilmesi ve erişim sağlanabilmesi için PIN girme işlemi gerekmektedir.

Tema 7: Engelleme ve İzleme Seçenekleri

Engelleme teması kapsamında ele alınan platformların tamamında çocuk hesabından giriş ile bu hesabın diğer kullanıcı hesaplarına erişimi engellenmiştir. Dolayısıyla çocuk hesabı yalnızca kendi yaş kategorisine tanımlanmış olan içeriklere erişim sağlayabilmektedir. Bu yapı tüm platformlarda aynı şekilde işlemektedir. Hesabın bir yetişkin hesabını ve içeriklerini gözlemleyebilmesi mümkün değildir. Ebeveyn denetimlerinde çocuk hesabı dışında kalan yetişkin kullanıcı hesaplarında ise platforma göre kullanıcılar arasında geçiş yapmak içerik gözlemlemek ve listelere ulaşmak mümkündür. Yönetici hesapları tüm hesaplar içerisinde gezinti yapma yetkisine sahiptir. Böylelikle çocukların izleme listelerine ve izleme geçmişlerine erişim mümkün hâle gelmektedir. Bu işlem aynı zamanda ebeveyn denetim panelinden de gerçekleştirilmektedir. Bu yapı tüm dijital yayın platformlarında benzer şekilde işlemektedir.

4.6.2.3. Kategori 3: Çocuk Güvenliği Kategorisine Ait Temalar

Çocuk güvenliği kategorisine ait toplam 3 adet tema belirlenmiştir. Bu temalar kişisel bilgi koruması ve gizlilik, zararlı içeriklerin tespiti ve engellenmesi ile çocuklara yönelik reklam politikalarıdır. Platformlara göre tema karşılaştırması grafik 4'te gösterilmektedir.



Grafik 4. Çocuk Güvenliği Kategorisine Ait Temaların Platformlara Göre Karşılaştırması

Tema 8: Kişisel Bilgi Koruması ve Gizlilik

Araştırmada kullanıcı seçenekleri ve ebeveyn denetimi bağlamında platformlarda gerek kullanıcı gerek ebeveyn denetimi hususunda kişisel bilgi koruması ve gizliğe dair bir veriye rastlanmamaktadır. Ancak platformların kullanıcı sözleşmelerinde açıkça belirtilen kişisel veriler ve gizlilik kısımlarında gerekli açıklamalar mevcuttur. Bu ise farklı bir araştırma konusu olarak değerlendirilmektedir. Ek olarak kullanım esnasında platformlar kullanıcılar arası geçişe izin vermektedir. Yönetici hesap çocuk hesabı da dâhil olmak üzere tüm kullanıcıların platform üzerindeki verilerine erişme imkânına sahiptir. Bunun dışında diğer kullanıcı tanımlama ve ebeveyn denetimi işlemleri de yönetici hesap tarafından atanmaktadır. Dolayısı ile gizlilik gayri resmi olarak aile hesabı ve ebeveyn denetimini yöneten hesap üzerinden sağlanmaktadır.

Tema 9: Zararlı İçeriklerin Tespiti ve Engellenmesi

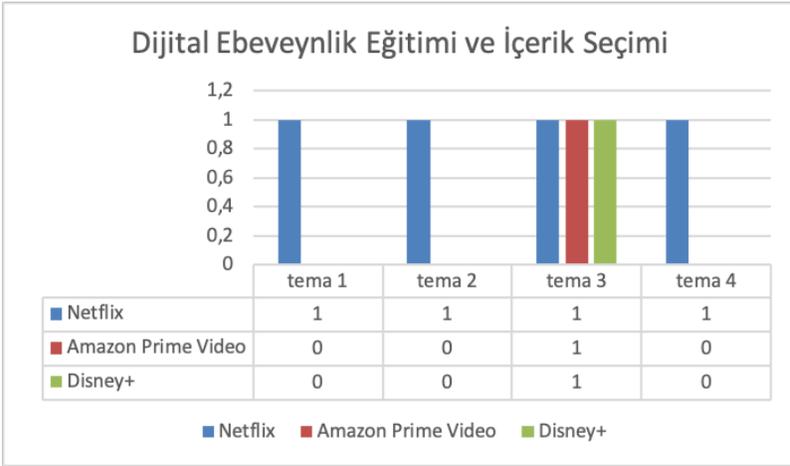
Zararlı içerik tespitine bakıldığında özellikle Netflix platformu öne çıkmaktadır. Bu platformda içerikle ilgili bildirim yapma imkânı bulunmaktadır. İzleme listesi veya izleme geçmişi üzerinden içerik hizmet sağlayıcı şirkete bildirilebilir ve içerikle ilgili şikâyet veya memnuniyet belirtilebilmektedir. Bu bağlamda Netflix en gelişmiş bildirim sistemine sahiptir. Sonrasında Disney+ ve Amazon Prime Video benzer özellikleri ile dikkat çekmektedir. Amazon Prime Video platformunda istenmeyen içerikler işaretlendiğinde tekrar gösterilmektedir. Aynı özellikler hem yetişkin hem de çocuk kullanıcılar için geçerlidir. Bu noktada çocuk veya ebeveyn ayırımının yapılmadığı ön plana çıkmaktadır.

Tema 10: Çocuklara Yönelik Reklam Politikaları

Değerlendirilen platformların dünya genelinde reklamlı ve reklamsız seçenekleri mevcuttur. Örneklem kapsamına dâhil edilen dijital yayın platformları araştırmanın yapıldığı tarih itibari ile ülkemizde reklamlı içerik hizmeti sunmamaktadır. Aynı durum hem yetişkin hem de çocuk içerikleri için geçerlidir.

4.6.2.4. Kategori 4: Dijital Ebeveynlik Eğitimi ve İçerik Seçimi Kategorisine Ait Temalar

Dijital Ebeveynlik Eğitimi ve İçerik Seçimi Kategorisine ait toplam 4 adet tema belirlenmiştir. Bu temalar Eğitici içeriklere Erişim, Okuryazarlık ve Dijital medya becerileri, İçerik seçimine rehberlik ve öneriler, Eğitici oyunlar ve uygulamalar şeklindedir. Platformlara göre tema karşılaştırması grafik 5'te gösterilmiştir.



Grafik 5. Dijital Ebeveynlik Eğitimi ve İçerik Seçimi Kategorisine Ait Temaların Platformlara Göre Karşılaştırması

Tema 11: Eğitici İçeriklere Erişim

Örnekleme oluşturan dijital yayın platformlarına benzerlik gösteren ve ayrışan taraflarına rağmen bir dijital ebeveynlik altyapısı bulunuyor olsa da bu sistemin kullanımı konusunda yeterli bilgisi olmayan ebeveynlerin eğitime yönelik bilgilendirici materyal konusunda sınırlı bir içeriğe sahip oldukları gözlemlenmiştir. Netflix harici diğer iki platformda ebeveynlerin ebeveyn denetimi özellikleri ve araçlarını nasıl kullanılabacağına dair detaylı anlatım mevcut değildir. Her ne kadar Disney+ ve Amazon Prime Video internet sitelerinde ebeveyn denetimlerinin kullanımına yönelik bir rehber bulunduruyor olsa da bu konuda en detaylı içerik Netflix hizmetinde ortaya çıkmıştır.

Tema 12: Okuryazarlık ve Dijital Medya Becerileri

Okuryazarlık ve dijital medya becerileri uygulama veya internet sitesinin tamamının kullanımını gerektiren ve bu kullanım için eğitim gerektirmeyen, rahat gezinti yapılmasını ve içerik keşfini kolaylaştırıcı bir öğe olarak dikkat çekmektedir. Dijital yayın platformlarına baktığımızda ebeveynlerin platformların kullanım seviyesinin dijital medya okuryazarlıkları ile doğru orantılı olmasından müteakip hizmet sağlayıcı tarafından bu işlemler için ayrı bir rehber oluşturulduğu görülmektedir. Platformların tamamı dijital ebeveynlik için gelişmiş ve basit derecede ebeveynler için rehber niteliğinde bilgiler sunmaktadır.

Tema 13: İçerik Seçimine Rehberlik ve Öneriler

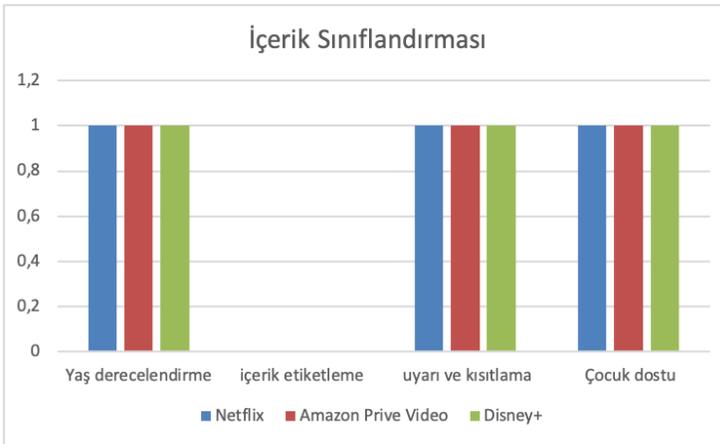
Platformlar çeşitli kategoriler ve yaş grubu altında öneriler sunmaktadır. Aynı zamanda derin öğrenmeye modeli ile çalışan bir yapay zekâ modeli ile her kullanıcının içeriklerine izleme alışkanlıklarına göre içerik önerisinde bulunurlar. Ebeveyn denetimi noktasında örneklem içerisinde platformun kendi algoritmasının önerileri dışında ebeveyn çocukların izleyeceği içeriğe yönelik herhangi bir öneri ve rehberlik sistemine rastlanmamaktadır.

Tema 14: Eğitici Oyunlar ve Uygulamalar

Platform incelemelerinde öne çıkan bir tema olan dijital oyunlar yalnızca Netflix platformu üzerinde mevcuttur. Bu oyunlar yalnızca mobil versiyon üzerinde etkindir. Masaüstü uygulaması ve WEB ara yüzü üzerinden oyunlara erişmek mümkün değildir. Oyunlar teknik olarak fazla bellek ve işlemci gücü gerektirmeyen basit denebilecek oyunlar olarak dikkat çekmektedir. Oyunlar genel olarak çocuk kullanıcılara hitap etmekle birlikte yetişkinler için de tercih edilebilir niteliktedir. Oyunlara erişimde herhangi bir ebeveyn denetimi söz konusu değildir. Oyunların temel amacının kullanıcının platformda daha fazla vakit geçirmesini sağlamak olduğu düşünülmektedir.

4.6.2.5. Kategori 5: İçerik sınıflandırması Kategorisine Ait Temalar

İçerik sınıflandırması kategorisine ait toplam 4 adet tema belirlenmiştir. Bu temalar Yaş derecelendirme sistemleri, İçerik etiketleme ve kategorizasyonu, Yetişkin içeriklere yönelik uyarılar ve kısıtlamalar, Çocuk dostu içerik ve platformlar şeklindedir. Platformlara göre tema karşılaştırması grafik 6'de gösterilmiştir.



Grafik 6. İçerik Sınıflandırması Kategorisine Ait Temaların Platformlara Göre Karşılaştırması

Tema 15: Yaş Derecelendirme Sistemleri

Yaş derecelendirme sistemleri tüm platformlarda yer alan bir temadır. Özellikle çocuk içeriklerinde platformların tamamında yaş gruplarına göre içerik kategorizasyonu mevcuttur. Yetişkinlere yönelik içeriklerde yaş kategorisi bulunmamaktadır. İçeriklerin afişlerinde yaş ibaresi akıllı işaretler aracılığıyla belirtilmektedir.

Tema 16: İçerik Etiketleme ve Kategorizasyonu

Platformlarda içerik etiketleme ve kategorizasyon doğal (native) özellik olarak mevcuttur. Ancak kullanıcılar kendi listelerini oluşturabilmekte ve kendi kategorilerini bu liste üzerinden belirleyebilmektedir. Bu tema tüm platformlarda mevcuttur. Bu durum çocuk içerikleri için de geçerlidir.

Tema 17: Yetişkin İçeriklere Yönelik Uyarılar ve Kısıtlamalar

Platformlarda yetişkin içeriklere dair herhangi bir yaş kısıtlaması mevcut değildir. Ancak akıllı işaretler ile içeriğin cinsellik ve şiddet içerip içermediği film veya dizi afişlerinde veya ön izlemelerinde belirtilmektedir.

Tema 18: Çocuk Dostu İçerik ve Platformlar

Platformdaki çocuk içerikleri çizgi dizi veya sinema filmi olmak üzere iki kategori altında mevcuttur. Çocuk dostu olarak nitelendirilebilen bu içeriklerin büyük kısmı geçmişte televizyonlarda yayınlanmış veya şu anda yayınlanmakta olan içeriklerden oluşmaktadır. Ek olarak platformların “orijinal” olarak isimlendirdikleri ve platforma özgü içerikler de bu tema içerisinde değerlendirilmiştir.

4.7. Araştırma Bulguları

Araştırma kapsamında örneklem grubuna dahil edilen dijital yayın platformlarının analizi sonucu elde edilen bulgular aşağıda maddeler hâlinde yer almaktadır.

- Dijital içerik platformlarında ebeveyn denetimi özelliklerinin temel bir şekilde de olsa yer aldığı görülmüştür.
- Ebeveyn denetimi ilkeleri belirli bir sistematik ile değil dijital yayın platformlarının kendi belirlediği standartlara göre yapılmaktadır. Bu nedenle platformlardaki uygulamalar farklılık göstermektedir.
- Ebeveyn denetimi uygulamasında tüm dijital yayın platformlarında yaş grubu sınırlaması bulunmaktadır.
- Dijital yayın platformlarında ebeveynler çocuk içeriklerinde, çocukların ne

izlediklerine dair bilgi sahibi olabilmektedirler.

- Dijital yayın platformunda ebeveynlerin çocukların izlediği içerikler konusunda anlık bilgilendirme almaları ve aktiviteyi kendi mobil cihaz ve bilgisayarlarından sonlandırmaları veya onay vermeleri mümkün değildir. Bu işlem raporlama sonrası bildirim ile mümkün olmaktadır.
- Dijital yayın platformları dijital ebeveynlik özelliklerinin uygulanması konusunda ebeveynlere yönelik eğitici-öğretici materyal ve rehberler sunmaktadır.
- Dijital yayın platformlarında ebeveynlerin kısıtlı bir içerik filtreleme ve engelleme imkânına sahip oldukları görülmüştür.
- Dijital yayın platformları zararlı içerikleri engellemede ebeveynlerden gelen bildirim ve raporlamayı esas almaktadır.
- Tüm dijital yayın platformları ebeveyn denetimi noktasında şifre, PIN veya benzeri güvenlik önlemleri uygulamaktadır.
- Dijital yayın platformları çocuklara yönelik uyarıların dışında akıllı işaretlerden de faydalanmaktadırlar.
- Dijital yayın platformlarında çocuk içeriklerinde reklam unsuru yer almamaktadır.
- İçerikler yaş gruplarına dolayısı ile çocukların zihinsel gelişim sürecine paralel bir şekilde kategorize edilmekte ve sınıflandırma yapılmaktadır.
- Platformlarda izleme içeriğinin dışında oyun gibi eğlendirici unsurlara da yer verilmektedir. Bu unsurlar ebeveyn denetimine tabi değildir.
- Dijital yayın platformları ebeveyn denetimi noktasında çocuk güvenliğini belirleyici unsur olarak ele almaktadır.
- Dijital yayın platformlarında ebeveynlerin çocukların içerikleri izleme saatlerine yönelik düzenleme yapmasına izin veren teknik bir altyapı bulunmaktadır.
- Bu platformlarda ebeveynlerin çocukların içerikleri izleme sürelerine kısıtlama getirmesine yönelik bir özellik mevcut değildir.
- Örneklemleri oluşturan dijital yayın platformlarının tamamında ebeveyn denetim paneli ve yönetici özellikleri mevcuttur.
- Dijital yayın platformlarında kişisel veriler ve gizlilik hesabın ana yöneticisine

aittir. Kullanıcı sözleşmesinde belirtilen gizlilik unsurları dışında sorumluluk kabul etmemektedirler.

- Örneklemedeki tüm platformlar hesaba tanımlı kullanıcı içeriklerinin izleme geçmişine erişim yetkisi vermektedir.
- Platformların tamamında hesaba tanımlı çocuk profili yetişkin içerikleri görüntüleme yetkisini sahip değildir.
- Ebeveyn Denetimi amaçlı çocuk içeriklerine ebeveynlerin bir izleme listesi oluşturması işlemi platformlarda yer almamaktadır. Bu noktada inisiyatif ebeveyn de değil çocukta bulunmaktadır.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Dijital ebeveyn kontrol sistemleri ailelerin çocukları üzerinde dijital ortamda güvende olmalarına imkân vermek, çocukların kendilerine uygun içeriklere erişmelerine olanak sağlamak ve kullanım alışkanlıklarını aile kontrolü çerçevesinde yönlendirme amacıyla öne çıkan önemli bir teknoloji olarak dikkat çekmektedir. Çocukları dijital ortamın olumsuz yönlerinden uzak tutma amaçlı geliştirilen bu teknolojiler aynı zamanda günümüzde giderek azalmakta olan aile ve toplum arasında kurulan sosyal ilişkilerin de çocuklara kazandırılmasını amaçlamaktadır. Bu sayede aile içi iletişime ek olarak çocuklara ait gerçeklik algısının toplumsal gerçeklikten ayrılmamasının amaçlandığı söylenebilmektedir. Diğer yandan bu sistemler dezenformasyon ve etik değerlerin çocuklardaki gelişiminin de aile ve toplum ile uyumsuz bir şekilde gerçekleşmesinin önüne geçmeyi hedeflemektedir.

Araştırmaya göre dijital ebeveynlik ve kontrol sistemlerinde, içeriğe erişim ve izleme alışkanlıklarında hizmet sağlayıcılar tarafından sunulan bu sistemler hedefler ile örtüşmede ancak bazı eksik noktalar barındırmaktadır.

Dijital yayın platformları karşıladığı ihtiyaçlar ve doğası gereği aile hayatında bundan sonraki dönemde daha sık ve yoğun kullanım alanına sahip olacağı ön görülmektedir. Aileler ise bu platformlar açısından en önemli tüketici sınıfını oluşturmaktadır. Dijital platformlardaki kullanıcı deneyimini arttırmaya yönelik algoritmalar ve derin öğrenme mekanizmaları her ne kadar akıllı önerilerde bulunsa da şu an için akıllı bir engelleme, sınıflandırma ve çocuk içeriklerinin kategorizasyonu konusunda yapay zekâ destekli sistemlerden söz edilememektedir. Bu yüzden özellikle kısıtlama getirme ve engelleme gibi alanlarda ebeveynlerden gelen geri bildirim ve raporlamalar doğrultusunda limitleme uygulanmaktadır. Bu sürecin reaksiyon süreci ise insan incelemesine tabi olduğundan anlık değildir.

Dolayısı ile istenmeyen içeriğe maruz kalan çocukların içeriğe erişiminin kesilmesi ancak belli bir süreden sonra gerçekleşebilmektedir. Bu nokta da ailenin dijital okuryazarlık konusunda ne derece eğitilmiş ya da bilinçli olduğu önem kazanmaktadır. Bu sonuca paralel olarak dijital yayın platformlarında ailelerin bu sistemleri kullanmasına yönelik eğitsel içeriklere ve rehberlere yer verilmesi ebeveynlere ait dijital medya okuryazarlığının önemli bir unsur olduğunu vurgulamaktadır.

Dijital yayın platformlarında yetişkin içeriğine erişim genel olarak şifre ve PIN kontrolü ile gerçekleşiyor olsa da tek başına yeterli bir güvenlik önlemi olduğu söylenememektedir. PIN ve şifre kontrolünün dışında çocuk sisteme giriş yaptığı anda, bir içeriği oynatmaya başladığında veya değiştirdiğinde ebeveynlere anlık bildirim gelmemesi en büyük eksikliklerden birisi olarak değerlendirilebilir. Ek olarak dijital platformlarda ebeveynlerin çocuk için kendi hesabından bir izleme listesi oluşturması mümkün olmasına rağmen ebeveyn bunu gerçekleştirebilmek için çocuk hesabı ile giriş yapmak veya kullanıcıyı değiştirmek zorundadır. Ayrıca ebeveynlerin izleme listesi dışında çocuğun başka içeriklere erişmesini engellemek gibi bir opsiyonu da bulunmamaktadır. Dolayısı ile ebeveyn çocuk hesabı üzerinde tam bir kontrol yetkisine sahip olmamakta ve izleme listesi dışında çocuk yaş grubunda veya kategoride kendi dilediği içeriklere de ulaşabilmektedir. Bu noktada ebeveynin tam kontrol sahibi olması önem taşımaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında dijital yayın platformlarında kullanılan ebeveyn denetim ve kontrol sistemlerinin kısmi olarak bu alandaki ihtiyacı karşıladığını öne sürmek mümkündür. Bu bağlamda özellikle yazılım teknolojisindeki gelişmelerin ve yasal düzenlemelerin ebeveyn denetim ve kontrol sistemlerini de geliştireceğini söylemek sonuç açısından önemli bir vurgu olacaktır.

Özetlemek gerekirse bu çalışmanın sonucunda, bu sistemlerin henüz tam olarak yeterli olmadığı, yapay zekâ ve çeşitli algoritmalar ile desteklendiği ancak karar mekanizmasının yetişkinlerde olduğu ve ebeveynlerin çocuklarının dijital yayın platformlarını güvenli bir şekilde kullanabilmeleri için bu sistemleri etkin bir şekilde kullanmaları gerektiği ortaya çıkmıştır. Ek olarak ebeveynlerin bu sistemleri kullanabilmeleri için üst seviye de bir medya – bilişim okuryazarlığına sahip olmaları gerektiği de önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından hazırlanan “Çocukların Dijital Risklerden Korunmasında Ebeveyn Rehberi” başlıklı rehber kitapta “Dijital Ebeveynlik”; dijital okuryazarlık, farkında olma, kontrol, etik ve yenilikçilik kavramlarıyla açıklanmaktadır. (Sağlam, 2021, s. 13). Araştırmanın kuramsal kısmında değinildiği ebeveynlerin teknolojiye erişim konusunda farkındalık sahibi

olmaları, bu alanların kullanımı konusunda çocuklarla diyalog içinde olarak sadece yasaklayıcı bir yaklaşım yerine bu platformlarda karşılaşılabilecekleri olumlu ve olumsuz durumlar hakkında çocukları bilgilendirici bir tutumla iletişimde geçmeleri oldukça önemlidir.

Bu çalışmanın sonuçları, dijital yayın platformları, ebeveynler ve araştırmacılar için farklı bakış açıları ortaya koymaktadır. Gerek içerik üretici gerekse tüketici açısından yol gösterici bir özellik barındırmakla birlikte, ebeveynlerin bu araştırmanın sonuçlarını dikkate alarak çocuklarının dijital yayın platformlarını güvenli bir şekilde kullanabilmeleri için önem arz etmektedir. Diğer yandan bu çalışmanın sonuçları dikkate alınarak dijital yayın platformlarında ebeveyn denetim ve kontrol sistemlerinin etkinliğini daha ileri taşıyacak, güvenilirliğini artıracak yeni çalışmalar çıkış noktası niteliği taşımaktadır. Çalışmanın sonuçları ışığında olası araştırma başlıkları öneri olarak şu şekilde özetlenebilir:

- Dijital yayın platformlarında ebeveyn denetim ve kontrol sistemlerinin etkinliğini artırmanın yolları
- Yetişkinlerin ebeveyn denetim ve kontrol sistemlerini etkin bir şekilde kullanmasının teşvik edilmesi
- İlgili ve benzer platformlarda ebeveyn denetim ve kontrol sistemlerinin etkinliğini artırmanın hukuki ve yasal boyutları ile ilgili araştırmalar
- İlgili ve benzer platformlarda ebeveyn denetim sistemlerinin etkinliğini artırmanın ekonomik-sosyalkültürel boyutları üzerine araştırmalar

Bu çalışmalar, dijital yayın platformlarında ebeveyn denetim sistemlerinin etkinliğini artırmak ve çocukların dijital yayın platformlarını güvenli bir şekilde kullanmalarını sağlamaya yardımcı olmak için önem arz eden çalışmalar olarak görülebilir.

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

- Akyol, O. (2015). Yeni İletişim Teknolojilerinin Ortak Özellikleri. M. G. Genel içinde, Yeni Medya Araştırmaları 1, Güncel Tartışmalar Ekseninde (s. 3,14). Bursa: Ekim Basım Yayın.
- Çankaya, S., & Odabaşı, H. F. (2009, Ocak). Parental Controls On Children's Computer And Internet Use. *Procedia Social And Behavioral Sciences* s. 1105–1109.
- Çetinkaya, L. (2019, Ekim). The Relationship between Perceived Parental Control and Internet Addiction: A Cross-sectional study among Adolescents *Contemporary Educational Technology* s. 55-74.
- Disney Plus. <https://www.disneyplus.com/tr>. (2023, 6 26). <https://www.disneyplus.com/tr> adresinden alındı.
- Elkin, F. (1995). Çocuk ve Toplum, Çocuğun Toplumsallaşması (1 b.). (N. Güngör, Çev.) Ankara: Gündoğan.
- Evens, T., Henderickx, A., & Conradie, P. (2023, Şubat). Technological Affordances of Video Streaming Platforms: Why People Prefer Videostreaming Platforms Over Television. *European Journal of Communication*, s. 1-16.
- Hamelink, J. C. (1997). *New Information And Communication Technologies, Social Development and Culturel Change*, Amsterdam: University of Amsterdam UvA-DARE (Digital Academic Repository) (2023, 8 25), https://pure.uva.nl/ws/files/2117542/35518_dp86.pdf adresinden alındı.
- Kırık, A. (2019). Siber Zorbalık Bağlamında Çocukları İnternet Ortamında Bekleyen Tehlikeler: Mavi Balina ve Momo Oyunları. A. Kırık içinde, *Yeni Medyada Çocuk ve İletişim* (s. 13,28). İstanbul: Çizgi.
- Kırık, A. M. (2010). *Etkileşimli Televizyon*. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Marais, J. (2012, Kasım). A Framework For Parental Control Of Mobile Devices In South Africa. 6. Güney Afrika Cumhuriyeti: Nelson Mandela Metropolitan University. (2023, 8 28) <https://core.ac.uk/download/pdf/145052254.pdf> adresinden alındı
- Netflix. <https://www.netflix.com/tr>. (2023, 6 24). <https://www.netflix.com/tr> adresinden alındı.
- Ojagverdiyeva, S. S. (2018, Ocak). Ensuring Child Safety In İnternet Enviroment. *Problems of Information Society*, s. 87-93.
- Owne, C. E. (2018, Ocak 1). New Communication Technologies And Journalism Practice: Changig The Face Of Journalism In A Digitalage. *South-East Journal of Public Relations*, 1(1), s. 49-60.
- Palmer, S. (2019). Zehirlenen Çocukluk, Modern Dünyanın Çocuklar Üzerindeki Zararlı Etkileri (7 b.). (Ö. Çağlar Aksoy, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Sağiroğlu, Ş., Bülbül, H. İ., Kılıç, A., & Küçükali, M. (2020). *Dijital Okuryazarlık ve Ötesi*. Ş.

- Sağıroğlu, H. İ. Bülbül, A. Kılıç, & M. Küçükali içinde, *Dijital Okuryazarlık; Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler* (s. 21). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Seçmen, E. A. (2019). *Uluslararası Televizyon Yayıncılığında Yeni Yönelimler: Dijital Film ve Dizi Platformu "Netflix"*. C. Kandemir içinde, *Dijital Çağda Televizyon ve Medya* (s. 7). İstanbul: Der Yayınları.
- Sencer, M., & Sencer, Y. (1978). *Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- Stoll, J. (2023, 07 10). *statista.com*. Statista: <https://www.statista.com/topics/6410/disney-plus/#topicOverview> adresinden alındı
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Timisi, N. (2011). *Elektronik Bakıcı: Televizyon Çocuk ilişkisine Genel Bir Bakış*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Waldfoegel, J. (2022). *Dijital Rönesans*. (N. O. İbrahimoglu, Çev.) Ankara: Gumbel Yayınevi.
- Yetim, N., & Yetim, Ü. (2008). *Medya Temsillerinde Özne ve Nesne Olarak Çocuk*. Y. Giritli İnceoğlu, & N. Akıner içinde, *Medya ve Çocuk Rehberi* (s. 101). Konya: Eğitim Kitabevi.
- Yzer, M. C., & Southwell, B. G. (2008, Kasım 1). *New Communication Technologies, Old Questions*. *American Behavioral Scientist*, s. 8-20.
- Žufić, J., Zajgar, T., & Prkic, S. (2017). *Children Online Safety*. 40th International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO) (s. 961-966). Opatija: IEEE
- Z. Sağlam içinde (2021)., *Çocukların Dijital Risklerden Korunmasında Ebeveyn Rehberi*, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. 07.15.2023 tarihinde <https://www.aile.gov.tr/media/86287/cocuklarn-dijital-risklerden-korunmasnda-ebeveyn-rehberi.pdf> adresinden alındı.

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 gözetmeksizin 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).

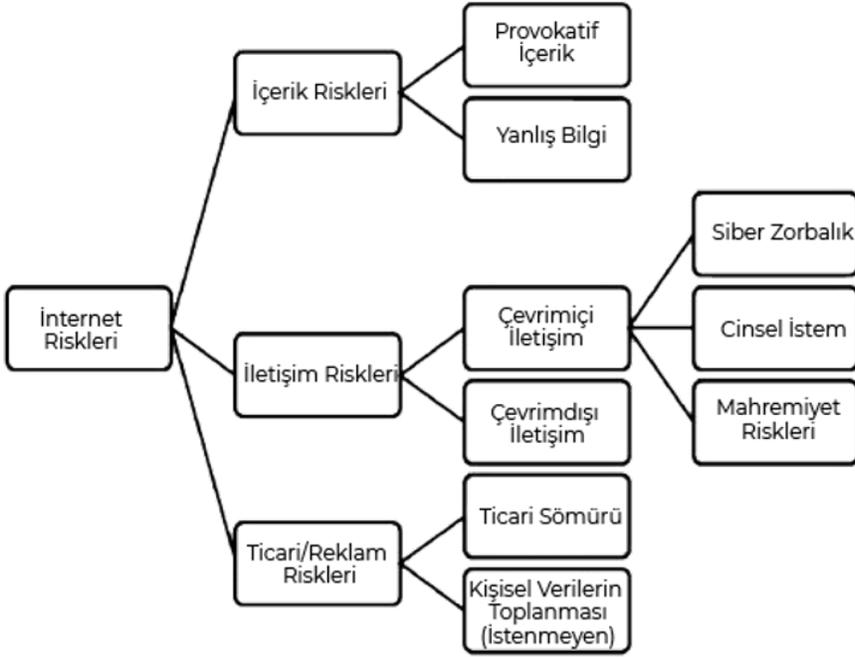
Dijital teknolojilerin yaygınlaşması ve gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmesinde covid-19 pandemisi bir pekiştireç görevi üstlenmiş, sosyal izolasyonların internet ve dijital alandaki kullanım eğilimini artırdığı birçok akademik yazında belirtilmiştir. covid-19 kısıtlamaları sürecinde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

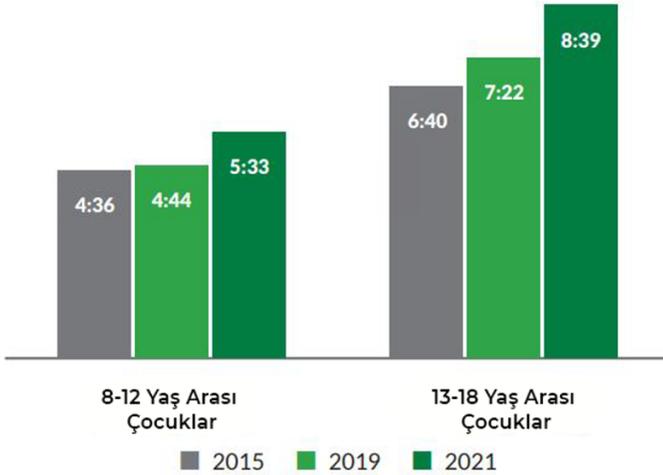
3. Çocuklar Arasında Yükselen Trend Mobil İzleme Eylemi ve Ekrandaki Şiddet

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 covid-19 pandemisi ve ona verilen küresel yanıtın etkilediği bir dünyada büyüyen ilk nesil olmalarından kaynaklanmaktadır. Pandemi, alfa kuşağını etkileyen teknolojidaki mevcut eğilimleri hızlandırmış, özellikle sanayileşmiş ülkelerde görüntülür 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-

sağı 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 almaya karar verme süreçlerinde yaşları küçük olmasına rağmen alfa kuşağının şimdiden etkin olduğunu göstermektedir.

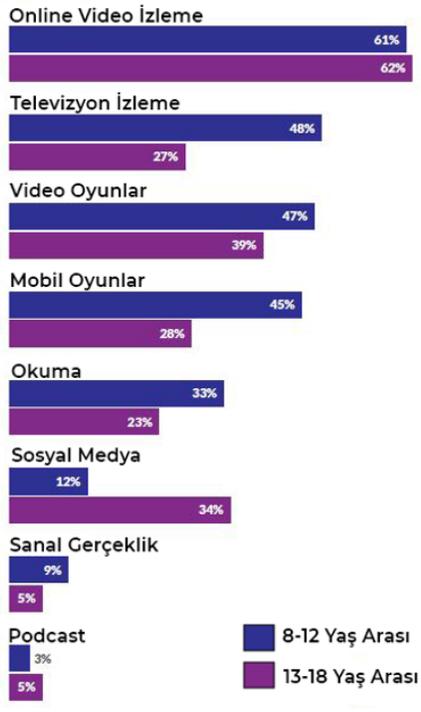
Ebeveynlerin karar alma ve harcama yapma süreçlerinde alfa kuşağının önemli bir yönlendirici gücünün olduğu araştırmacılar tarafından savunmakta, kuşağa yönelik dijital içeriklerin, reklamların hazırlanması gerektiği belirtilmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda alfa kuşağı üyelerinin toplum içinde insanlardan 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 (Kemparaj 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

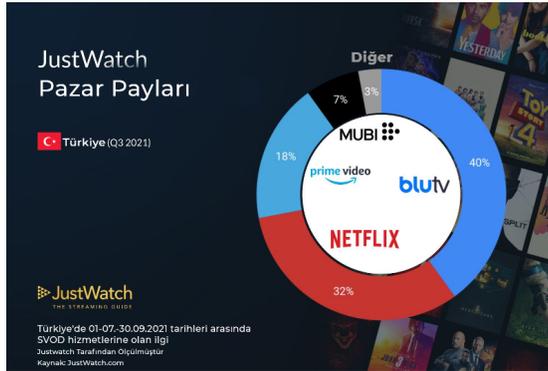
Çocukların artan izleme süreleri ve internet teknolojisinin sınırsız içeriğe ulaşma imkanı tanıyan yapısı, çocukların dijital ortamda şiddet unsuruyla daha sık karşılaşmasına neden olmuştur. Doğrudan ya da dolaylı şiddet unsuru barındıran içeriklerle sıklıkla karşılaşan çocukların kısa-uzun vadeli sorunlar 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 yapıcıların 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 ağnı 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 kullanıcısı 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-genç 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*.

Dijital Dünyada Mahremiyet, Ebeveynlik ve Çocuklar: Afyonkarahisar Örneği

Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI*
Serkan ÇELİK**

Öz

Tüm dünyada artan internet ve sosyal medya kullanımı sonucu çocuklar erken yaşlarda dijital dünya ile tanışmaktadır. Henüz dijital okuryazarlığı olmayan ve dijital dünyanın etik ilkelerinden habersiz çocuklar, dijital platformlarda mahrem alanları ilk ihlal edilen gruplar olmaktadır. Dijital ebeveynlik dijital dünyada da çocuklara rehberlik etmek, onları riskler ve fırsatlarla ilgili bilinçlendirmeyi gerektirmektedir. Ebeveynler ve öğretmenler, çocukların dijital mahremiyetlerinin korunması ve sağlıklı dijital alışkanlıklar geliştirilmesi için çaba göstermektedir. Dünyanın birçok yerinde bu amaçla çocuklara, öğretmenlere ve ebeveynlere yönelik dijital mahremiyet eğitimleri verilmektedir. 2023 yılı içerisinde Afyonkarahisar'da okul öncesinden başlayarak lise düzeyine kadar verilen Dijital Mahremiyet Eğitimleri, çocukların dijital dünya ile kurdukları ilişkinin sağlıklı ilerlemesi için kritik bir işlevi yerine getirmektedir. Türkiye'de okullarda çok sayıda mahremiyet eğitimi yapılsa da bu eğitimler akademik olarak bir analize tabi tutulmamıştır. Bu çalışmada, dijital mahremiyet ve dijital ebeveynlik kavramlarının detaylı olarak ele alınmasının yanında, Afyonkarahisar İl Millî Eğitim Müdürlüğü öncülüğünde gerçekleştirilen dijital mahremiyet eğitimleri betimsel analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada, Afyonkarahisar'da yürütülen eğitimlerin ağırlıklı olarak ihmal, istismar, dijital mahremiyet, ailede mahremiyet ve siber zorbalık konuları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Eğitimlerde bu temaların ağırlıklı yer almasının nedeni, ailelerin ve çocukların gündelik hayatta sıklıkla karşılaştığı sorunlar olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mahremiyet, Dijital Mahremiyet, Dijital Ebeveynlik, Mahremiyet Eğitimi, Afyonkarahisar

*Doç. Dr., kubra.guran@marmara.edu.tr

**Arş. Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü,
celik.sserkan@gmail.com

Güran Yiğitbaşı, K. & Çelik, S. (2023). Dijital Dünyada Mahremiyet, Ebeveynlik ve Çocuklar: Afyonkarahisar Örneği. TRT Akademi, 08 (19), 846-875. DOI: 10.37679/trta.1365718

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 24.09.2023

Revizyon Tarihi: 26.09.2023

Kabul Tarihi: 29.09.2023

ORCID: 0000-00002-2123-2973, 0000-0002-6012-8298

DOI: 10.37679/trta.1365718

Privacy, Parenting and Children in the Digital World: The Case of Afyonkarahisar

Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI
Serkan ÇELİK

Abstract

Due to the increasing use of the internet and social media worldwide, children are introduced to the digital world at an early age. Children who do not yet have digital literacy and are unaware of the ethical principles of the digital world often become the first group to have their privacy invaded on digital platforms. Digital parenting involves guiding children in the digital world and making them aware of risks and opportunities. Parents and teachers make efforts to protect children's digital privacy and promote healthy digital habits. In many parts of the world, digital privacy education is provided for children, teachers, and parents for this purpose. Digital Privacy Education, provided in Afyonkarahisar from preschool to high school levels in 2023, plays a critical role in ensuring the healthy progression of children's relationships with the digital world. Although many privacy education programs are conducted in schools in Turkey, these programs have not been academically analyzed. In this study, in addition to a detailed examination of the concepts of digital privacy and digital parenting, digital privacy education conducted under the leadership of the Afyonkarahisar Provincial Directorate of National Education was analyzed using descriptive analysis techniques. In the study, it is observed that the education conducted in Afyonkarahisar mainly focuses on neglect, abuse, digital privacy, privacy in the family, and cyberbullying. The reason for the predominance of these themes in education is that these are problems that families and children frequently encounter in their daily lives.

Keywords: Privacy, Digital Privacy, Digital Parenting, Privacy Education, Afyonkarahisar

Research Paper

Received: 24.09.2023

Revised: 26.09.2023

Accepted: 29.09.2023

1. Giriş

Mahremiyet bir anlamıyla bireylerin, ötekiler ile arasındaki sınır ve mesafeye işaret ederken bir başka anlamıyla kişisel/özel alan ile kamusal alan arasındaki ayrıma karşılık gelmektedir. Gündelik yaşamın giderek dijitalleşmesiyle birlikte, fiziksel veya mekânsal mahremiyetin alanı daralırken kişilerin mahremiyet kaygıları giderek dijital alanlara taşınmaktadır. Artık dünyanın tamamına yakını herhangi bir marka veya özellikte cep telefonu kullanmakta ve yarısından fazlası da sosyal medya platformlarından en az bir tanesinde hesap açmış bulunmaktadır. Dünyanın her yerinden ve her yaş grubundan insanın hayatlarına hızla giren bu dijital teknoloji, çeşitli platformlar veya işlevler aracılığıyla kullanıcılardan kişisel bilgi talep etmekte ve kişileri daha fazla kişisel bilgi paylaşması yönünde günden günde teşvik etmektedir.

Bu noktada ortaya çıkan dijital mahremiyet sorunu, çok erken yaşlarda bu teknolojiyle tanışan veya bu teknolojinin içine doğan yeni “dijital neslin” ve ailelerinin en temel gündemi hâline getirmiştir. Çocuklarının teknolojiyle olan ilişkileri ve çeşitli platformlarda bağımlılık düzeyinde geçirdikleri zaman konusunda ebeveynler gün geçtikçe daha çok kaygılanmaktadır. Çocukların erken yaşlarda kazandıkları teknoloji kullanma becerilerinin yanında, erken yaşlarda dijital mahremiyetlerini koruma becerileri de kazanması, birçok ebeveynin öncelikli meselesidir.

Öte yandan çocuklarına bu bağlamda rehberlik etmek yerine onları sosyal medya mecralarında popüler olmanın bir aracı, nesnesi olarak kullanan ebeveynler de dikkat çekmektedir. Üstelik çocukları dış dünyada yabancılara karşı korumanın yanı sıra artık kendi ailelerinin dijital dünyadaki ihmal ve istismarlarından korumak da eğitimin vazifesi olarak görülmektedir. İşte bu noktada kişinin maddi ve manevi varlığını korumanın en temel adımı da mahremiyetini korumakla gerçekleşir. Bu açıdan ilk olarak yetişkinlere, ebeveynlere ve çocuklar/gençlerle çalışan profesyonellere dijital alanın riskleri ve fırsatları etkin bir biçimde anlatılmalıdır. Yalnızca gençler ve çocuklar değil öncelikle çocuklarına rehberlik etmesi gereken ebeveynlerin dijital mahremiyet konusundaki farkındalıklarını yükseltmek için dijital mahremiyet eğitimleri önem arz etmektedir.

Türkiye’de ilk ortaokul ve liselerde çeşitli vesilelerle öğrencilere dijital teknolojiyi doğru kullanma ve mahremiyeti koruma eğitimleri verilmektedir. Bu konuda çok sayıda okul müdürüyle fenomenolojik yöntem kullanılarak Koçoğlu ve Avcı (2022) tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre, okul müdürlerin büyük çoğunluğu okullarda mahremiyet eğitimi verilmesinin gerekliliğini vurgulamıştır. Bu çalışmaya göre, müdürlerin tamamına yakını okullarda mahremiyet eğitimini

gerekli görürken, bazı okul müdürleri öğretmenlerin, okulun veya öğrencilerin teknik/akademik eksikliklerinden dolayı bu eğitimin olumsuz sonuçlara yol açacağını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Çakır (2015) ve Türkyılmaz'ın (2014) veliler üzerinde yaptığı araştırmalarda velilerin tamamı mahremiyet eğitimi gerektiği görmüştür. Özellikle etkin bir şekilde okul öncesi dönemde kazandırılması gereken mahremiyet eğitimi okul öncesi öğretmenlerince de farklı gerekçelerle önemli görülmektedir (Çalışkan, 2019). Nitekim Duran (2018), araştırmasının sonuçlarına dayalı olarak sağlıklı bir toplum oluşturmak için mahremiyet eğitiminin özellikle öğrenciler başta olmak üzere toplumun her kesimine verilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Mahremiyet eğitiminin okullarda verilmesi ve çocukların bu eğitim sonucundaki kazanımlarına dair çeşitli çalışmalar olsa da Türkiye'de herhangi bir okulda verilen mahremiyet veya dijital mahremiyet eğitimlerinin içeriğine dair bir çalışma literatürde mevcut değildir. Bu anlamda, Afyonkarahisar'da İl Millî Eğitim Müdürlüğü tarafından yürütülen bu eğitimleri analiz etmek ve, mahremiyet eğitimlerinin içerik ve kapsamlarını Afyonkarahisar örneğinde açıklamak önemli görülmektedir.

Buradan hareketle, Afyonkarahisar'da il merkezindeki tüm okul öncesi, ilk, ortaokul ve liselerde öğrencilere, öğretmenlere ve velilere yönelik düzenlenen "Dijital Mahremiyet Eğitimi" bu çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Mahremiyet, dijital mahremiyet ve dijital dünyada ebeveynlik, dijital mahremiyet eğitimi gibi önemli kavramların tartışıldığı bu çalışmada, özel olarak Afyonkarahisar'da yapılan dijital mahremiyet eğitimi incelenecektir. Afyonkarahisar'da yürütülen bu eğitimler, betimsel analiz yöntemiyle incelenerek eğitimlerin içeriği, kitlesi ve kazanımları değerlendirilecektir. Çalışmada ayrıca bu seminerlerin doğrudan yürütücüsü veya takipçisi konumunda olan Afyonkarahisar İl Emniyet Müdürlüğü, İl Millî Eğitim Müdürlüğü ve İl Sağlık Müdürlüğü yetkilileriyle yapılandırılmış sorulardan oluşan görüşme gerçekleştirilmiş, görüşleri alınmış ve bu veriler çalışmada detaylı olarak analiz edilmiştir.

2. Çalışmanın Yöntemi

Afyonkarahisar'da İl Millî Eğitim Müdürlüğü ve Rehberlik Araştırma Merkezi koordinesinde 2023 yılının Ocak ayı ile Mayıs ayı arasında öğretmen, öğrenci ve velilere yönelik düzenlenen Dijital Mahremiyet Eğitimi, nitel araştırma yöntemlerinin betimsel analiz ve görüşme tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Sosyal bilimlerde nitel araştırma ana hatlarıyla "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştır-

ma” olarak tanımlamak mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 39). Betimsel analiz tekniği ise belirli bir olgu ve olaya dair verilerin işlenmesi ve yorumlanmasıdır. Bu teknik aracılığıyla veriler daha önceden belirlenmiş temalara göre sınıflandırılır, özetlenir ve yorumlanır. Eğitimi gerçekleştiren birimler ve kişilerden alınan eğitim materyalleri (sunum, video, broşür vs.) detaylı bir içerik analizine tabi tutulmuş, eğitim içerikleri tasnif edilmiş, özetlenmiş ve yorumlanmıştır. İlgili içerikler, literatürde sıklıkla vurgulanan temalar temel alınarak sınıflandırılmış ve hitap edilen kitleler için kazanımları değerlendirilmiştir. Diğer yandan, Afyonkarahisar’da bu eğitimleri gerçekleştiren veya gerçekleştirilmesine katkı sunan İl Millî Eğitim Müdürlüğü, İl Emniyet Müdürlüğü ve Afyonkarahisar Devlet Hastanesi Psikiyatri Bölümü’nden ilgili ve yetkili kişilerle yarı yapılandırılmış mülakat tekniğiyle görüşmeler gerçekleştirilmiş ve görüşlerine çalışmada yer verilmiştir.

3. Dijital Çağ’da Mahremiyet

Literatürde ağırlıklı olarak gizlilik kavramı ile mahremiyet eş görülmemekte ve gizlilik/mahremiyet bireylerin hangi kişisel bilgilerini başkalarına ileteceklerini kontrol etme ve hangi bilgilerinin paylaşılmasına karar verme hakları olarak tanımlanmaktadır (Rezgui, vd., 2003). Aslanyürek’e (2016, s. 14) göre mahremiyet kavramı, gizli olan ve gizli kalması gereken şeylere karşılık gelmektedir. Gizlilik kavramı genellikle bir bireyin kişisel bilgilerinin elde edildiği ve kullanıldığı koşulları kontrol etme becerisiyle ilişkilendirilmiştir. Mahremiyet, “başkalarının istenmeyen yaklaşımlarından korunma hâli” olarak da tanımlanmaktadır (Belsey ve Chadwick, 2011, s. 107).

Yüksel’e göre mahremiyet kavramı, başkaları tarafından ne kadar tanınır, bilinir ve ulaşılabilir olduğumuz ve yabancı insanların hangi ölçüde ilgisi ile dikkatinin nesnesi olduğumuzla yakın ilişkilidir (2009, s. 278). Solove (2002), mahremiyeti altı temel ilke üzerinden tanımlar: 1) yalnız kalma hakkı, 2) kişinin kendine ulaşımı sınırlandırması, 3) gizlilik, 4) kişisel bilgi üzerinde kontrol sahibi olmak, 5) baskıdan uzaklaşarak kendi otonomi ve saygınlığını kazanmış bir birey olma, 6) yakın ilişki ve samimiyet (akt: Düzgüner, 2022, ss. 20-21). Farklı disiplinlere göre mahremiyet kavramının tanımlanmasında öne çıkan noktalar değişebilse de ötekinin bakışına, görüşüne karşı olan sınır en temel noktadır. Bireyin, ötekiyle kurduğu ilişkinin sınırları, mahrem bir alanı ve mahremiyeti de göstermektedir.

Dijital Mahremiyet kavramı ise internet ve özellikle sosyal medya kullanımının günlük hayatta kullanım sıklığı ve yoğunluğunun artmasıyla sıkça karşılaşılan bir kavram olmuştur. Mobil teknolojiler, akıllı cihazlar ve bunların birlikte kullanımıyla birlikte dijital dünya hayatımızın bir parçası hâline gelmiştir. Özellikle 2000’li

yıllarda dünyaya gelen kuşak için günlük yaşamın doğal bir parçası olan akıllı teknolojiler, diğer kuşaklar için de zamanla hayatı kolaylaştıran yönleri nedeniyle vazgeçilmez olmuştur. Öte yandan, belirli bir yaştan sonra dijital dünyaya dâhil olan birey ve kuşaklar sanal dünyaya ait bilgi ve tecrübeden yoksundur. Aynı zamanda, önceki kuşaklarda dijital dünyanın sağladığı çeşitli fırsatların yanı sıra ciddi tehditlerin de bulunduğu ve söz konusu risklerden çocukları ve aileleri korumak gerektiği noktasında bir bilinç gelişmesi de zaman almıştır.

Tüm dünyada sosyal medya platformlarının yaygınlaşması sonucu bireyler, birey olmalarından önce birer “kullanıcı” (users) olmakta ve kişisel, özel, mahrem bilgilerini bu platformlar aracılığıyla mahrem alanın sınırları ötesine taşımaktadır. Bu yolla bireyler, “big data” olarak isimlendirilen ve kişilerin, kişisel verilerinin kayıt altına alındığı ve paylaşıldığı bir veri tabanına giriş yapmaktadırlar. Bu veriler kullanıcılar tarafından bilinçli olarak verilmemekte ancak belirli bir hizmet karşılığında “ikincil ürün” (by-product) olarak bu platformlar tarafından talep edilmektedir. Örneğin, bir alışveriş sitesinden ürün satın alırken, kimlik, kredi kartı, adres bilgileriniz gibi bilgiler talep edilmekte veya internet üzerinden ücretsiz olarak kullandığınız bir WEB sitesi, mail veya sosyal medya hesaplarına giriş bilgileri olarak kişisel verileriniz istenmektedir. Bu anlamda, “ikincil” olarak paylaşılan bu bilgiler, dijital mahremiyet sorunu gibi büyük bir sorunu doğurmaktadır (Soria-Comas ve Domingo-Ferrer, 2016).

4. Dijital Dünyada Mahremiyetin Dönüşümü

Günümüz insanı, fiziksel varlığı ve kimliği dışında sanal/dijital dünyada da bir varlığa ve kimliğe sahiptir. Kaldı ki, sadece bireylerin değil, politikacıların, kurumların ve ülkelerin de dijital dünyada varlığı kaçınılmaz hale gelmiştir. İçinde bulunduğumuz elektronik, dijital çağda bireylere adeta dayatılan teknolojinin dışında kalmanın durumunu Fisher (2020) şu şekilde aktarmıştır:

“Üretilen teknolojinin bizi zorladığı hayat tarzına, hız ve sayılarla ölçülen performans kültürüne, hayran ekonomisine, gözetleme kültürüne karşı çıkmamız mümkün değil. Böyle diyor gelecek endüstrisinin sözcüleri. Böylece bugünü işgal edip yönetirken, geleceğe dair ümidimizi de elimizden alıyorlar. Diyorlar ki: Eğer bir çözüm varsa zaten o çözüm de yeni bir teknoloji, yeni bir aplikasyon olarak Silikon Vadisi eliyle hizmetinize sunulacaktır (akt: Şişman, 2022, s. 164).”

İşte var olmanın kaçınılmaz olduğu, dışında kalmanın ise adeta aykırı ve anormal olarak kabul edildiği dijital dünya, son yıllarda mahremiyet ve ihlalleri üzerinden tartışılmaktadır. Dijital dünyada mahremiyet konusu çok yönlü ve çok boyutludur. Görünür olmanın ve paylaşım yapmanın adeta temel bir dürtü olarak algılan-

dığı günümüzde kullanıcılar, sosyal medya mecralarında gerçek hayatta oldukları gibi görünmektense, yeni bir kimlikle var olmak istemektedir. Bu durum özellikle mahrem olan ve olmayan ayırımında kendini göstermektedir. Zira kullanıcıların özel alana ve mahrem olana dair paylaşım yaptıkça yüksek beğeni ve takipçi olarak daha popüler olmalarının mümkün olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla kişi gerçekte olduğu kimlikle değil, beğeni alabileceği, daha çok görülebileceği, algoritmaların önerdiği içerikleri paylaşmış olduğundan farklı bir kimliğe bürünmektedir. Bu durum, ağırlıklı olarak gençlerde gerçekte olan kimlikleri ile sanal kimlikler arasındaki makas açıldıkça karmaşaya neden olabilmektedir. Dijital dünyada yüz yüze iletişim yerine ekranlar üzerinden kurulan iletişim ve sunulan sınırsız özgürlük ortamı düşüncesiyle, gerçek hayatta bir insanla muhatap olmanın gerektirdiği dikkat ve özenden uzak davranışlar kolaylıkla ortaya konabilmektedir. Bu yanılsamalar, linç ve akran zorbalığı gibi davranışları beraberinde getirmektedir. Sosyal medya mecralarının kendine özgü yönleri kullanıcıların da paylaşımlarını doğrudan etkilemektedir. Örneğin Instagram, fotoğraf ve video içeriklerin yoğun olarak paylaşıldığı bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada kullanıcılar kendilerini görsel olarak ön plana çıkarmak için çeşitli filtreler ve uygulamalar kullanabilmektedir. Bu mecranın temel kullanım motivasyonu dikkat çekici ve farklı olmak, güzel görünmektir.

Tamamen gerçek-miş gibi sunulan ve yayılan paylaşımlarla, aslında hayatının bir bölümünü ya da gününün çok az bir kısmını takipçileriyle paylaşan çok takipçili fenomen hesaplar, takipçilerinde kusursuz bir beden ve kusursuz bir hayata sahip oldukları yanılsamasına neden olabilmektedir. Bu tür içeriklerin kullanıcılar tarafından yoğun şekilde tüketilmesi, insanların beden ve hayat algılarında olumsuz yönde bir bakış, kendinden ve hayatından memnuniyet duymama yönünde eğilim yaratabilmektedir. Medya içerikleri ve çeşitli mecralarda sunulan mükemmel hayatlar ve bedenler kullanıcıların ve özellikle gençlerin kendilerini beğenmemesi, yetersizlik ve mutsuzluk yönünde etkide bulunmaktadır.

“Bu filtrelerin kullanılması aslında gençlerin – her iki taraftan da- sorun yaşamasına neden oluyor. Kendini, kendi görüntülerini sürekli filtre yaparak, güzelleştirerek, fiziksel olarak mükemmel hale sokarak paylaşmak aslında kimlik gelişiminin bir parçası olan bu fiziksel görünümle ilgili kısmı karşı tarafa yanıltıcı bir şekilde aktarmaya sebep oluyor. Sanki kendi fiziksel kimliğiyle ilgili tam bir bütünleşme sağlamakta zorlanıyor genç. Çok daha mükemmel, çok daha iyiymiş gibi... Kişi kendini var olduğu haliyle sevmeyi de öğrenmeli. Mutlaka çok kusursuz olması gerekmiyor gencin ya da insanın. Ama işte sosyal medya böyle bir imkân tanıyor gençlere. Onlar da zaten bu fiziksel görünümle ilgili aşırı zihinsel uğraşları sebe-

biyle bunu yoğun bir şekilde kullanıyorlar. Şöyle düşünün, siz de diyelim 15-16 yaşında bir gençsiniz ve sürekli karşınıza çıkan görseller ciddi anlamda güzel görünen, ciddi anlamda fiziksel olarak kusursuz görünen insanlar. Dolayısıyla gençken aynaya baktığında öyle bir görüntü görmüyor gerçekte. Aslında doğallıktan uzak şeyler belki ama bu gene de gencin kafasını karıştırabilecek bir şey. “Ben yetersizim”, “ben yeteri kadar güzel değilim”, “ben yeteri kadar yakışıklı değilim”, “herkes çok güzel, herkes çok yakışıklı ama ben böyle değilim” Bu tabii ki yanlış bir beden algısı. Yanlış bir aslında olmaması gereken bir kimlik bütünleşmesine sebebiyet verebilir (Dijital Çağda Ebeveynlik Programı, 2021).”

Dijital alanda kusursuz beden algısı ve mükemmellik dışındaki bir diğer illüzyon da burada sınırsız bir özgürlük olduğu düşüncesidir. Oysa internet ortamında bir kullanıcının her adımının takip edilebildiği ve kullanıcıdan bir iz bıraktığı ve bu izlerin silinmediği bilinmelidir. Dijital ayak izi olarak da ifade edilen bu duruma göre bir kullanıcının internet ortamında yaptığı paylaşımlar, girdiği siteler, aramalar, beğeniler kaydedilerek kullanıcı hakkında bir profil oluşur. Daha sonra bu verilere göre kişiselleştirilen reklam ve içerikler kullanıcıya yansımaktadır. Kredi kartları, sosyal medya uygulamaları, bebek odaları için kullanılan güvenlik kameraları, akıllı saatler gibi çeşitli amaçlarla hayatımıza dâhil olan araç ve mecralar görüntü ve kişisel bilgilerimizle ilgili gizlilik konusunda ihlallere neden olabilmektedir.

“Sosyal medya kullanan herkes -ki bunun herhangi bir ehliyet şartı da yoktur- kullanan herkes bir veri sağlayıcısıdır esasında. Kontrolü ve denetimi olmayan veri sağlayıcısı. Paylaştığımız her şey veri olarak dönüşür. Bunlar bizim mahremiyet hakkımızla doğrudan ilgilidir. Özellikle bizim dijital dönemlerde kullandığımız bütün veriler, sağladığımız bütün veriler, paylaştığımız bütün veriler hem başka bireysel olarak başka kişilere ulaşabilmekte aynı zamanda şirketlerinde toplaması ve dağıtımına imkân sağlamaktadır. Bu konuda özellikle sosyal medya şirketlerinin veri toplaması çok mühim. Dijital dönemlerde şöyle bir kural var: “Eğer bir şey ücretsizse ücret sizsiniz.” Bu ne demek? Siz kişisel verilerinizi kullandığınız hizmetin bedeli olarak paylaşmış oluyorsunuz. Bu şirketler bu verileri kullanarak verdikleri hizmetin karşılığını da almış oluyorlar. Peki, bunları alarak ne yapıyorlar? Bu veriler daha sonra işleniyor, satılıyor, istatistikler çıkarılıyor. Buralardan şunu görebiliyoruz. Hem bireysel olarak veri dağıtıcısı ve bireyler bizim verilerimizi kullanarak kişilik haklarına dâhil olarak mahremiyet hakkımızı ihlal edebiliyor hem de kurumsal şirketler hatta idareler, yönetimler, devlet yapılarında da bizim kurumsal kimlikten bağımsız olarak şahsi verilerimiz toplanabilmek de işlenebilmekte hatta kötüye kullanabilmekte. Dolayısıyla dijital dönemler en çok öne çıkan kişilik haklarından bir tanesi veri mahremiyeti. Mahremiyet hakkının

bir bölümü olan bilgi mahremiyeti ve veri mahremiyetidir (Dijital Çağda Ebeveynlik Programı, 2021).

Öte yandan gündelik hayatta sürekli görünür olma ve içinde bulunduğu her anı paylaşma motivasyonu ve davranışı, ölünün ve hastanın mahremiyetini bile hiçe sayma noktasına gelmiştir. Özellikle ünlülerin katılacağı, popüler isimlerin cenazelerinden fotoğraf paylaşma hırsı son yıllarda giderek daha fazla dikkat ve tepki çekmektedir (Cenazede Selfie Çılgınlığı, 2023).

Görüldüğü gibi internet ve sosyal medya mecralarının varlığı gündelik hayatta pek çok ilke, kural ve algıyı dönüştürmüştür. Genel olarak fotoğraf ve video paylaşımı temeline dayanan mecralar nedeniyle geçmişte kendi bedenimiz ve hayatlarımızla ilgili başkalarının bakışına, görüşüne açık olmayan evlilik, hamilelik, doğum, ölüm, ibadet, tatil, yemek gibi birçok mahrem konu ve alan dijital dünyada mahrem olmayan hâline dönüşmüştür. Öte yandan popüler isimlerin, kullanıcıların paylaşımlarının yanı sıra popüler olmayan kullanıcıların daha aktif olarak içerik ürettiği TikTok gibi mecralarda daha izlenir olmak için aykırı, özgün olma motivasyonu olumsuz, müstehcen pek çok davranışın sergilendiği, normalleştirildiği ticarileştirildiği bilinmektedir. Sonuç olarak dijital dünyada mahrem olan, ötekinin bakışına, görmesine ve bilmesine uygun olan/olmayan sınırı bulanıklaşmış ve belirsizleşmiştir.

5. Ebeveynlik ve Dijital Mahremiyet

Ebeveyn ve çocuk iletişimi üzerine yazılmış en iyi kitaplardan biri olarak kabul edilen *Anne, Baba ve Çocuk Arasında (2020)* isimli kitabına Dr. Haim G. Ginott şu cümlelerle giriş yapmıştır:

“Hiçbir ebeveyn, sabahları çocuğunun hayatını berbat etmeyi planlayarak uyanmaz. Ne bir anne ne de bir baba, “Bugün mümkün olan her fırsatta çocuğumu azarlayayım, utandırayım ve küçük düşüreyim.” der. Tam tersine, birçok anne ve baba sabahları şunu umarak güne başlar: “Bugün, huzurlu bir gün olacak. Bağırma yok, tartışma yok, kavga yok.” (...) Ebeveynlik, müdahaleler gerektiren sonsuz bir küçük olaylar, periyodik çatışmalar ve ani krizler dizisidir (Ginott, 2020, s. 23).”

Ebeveynler, çocuklarını terbiye etmeyi, eleştirebilmeyi, kişisel gelişimlerini tamamlayarak onları yetiştirebilmeyi ve bir birey olarak topluma kazandırmayı amaçlar. Ebeveynler, bu amaçla çocuklarının hayatlarına sağlıklı biçimde devam edebilmeleri için onlara duygularını ifade edebilecek biçimde iletişim becerileri kazandırmaya çalışırlar. Öte yandan giderek dijitalleşen ve sanallaşan dünyada, günden güne dijital dünyanın içine bırakılan çocukların, sosyal, duygusal ve bilişsel gelişim becerileri derinden etkilenmekte ve ebeveynlerin çocuklarıyla sağlık-

lı iletişim kurabilmeleri ve sürdürmeleri zorlaşmaktadır. Dijital ortamlarla erken yaşlarda tanışan çocuklar için özsaygı, narsizm, mahremiyet ve kişilik gelişimi gibi kavramlar büyük bir soruna dönüşmektedir. Son yıllarda dijitalleşme yoluyla çocukların mahremiyeti, onların sanal profillerine göre kişiselleştirilmiş reklam ve mesajlar göndermek amacıyla kişisel bilgilerini alan reklamcı ve pazarlamacı şirketler tarafından ihlal edilmektedir (Steyer, 2014, s. 27).

Dijital araçların hayatımızdaki rolünü görmezden gelmek artık gerçekçi bir tavır olarak görünmemektedir. Gerek ebeveynler gerek çocuklar için gündelik hayatta dijitalleşmekten kaçışın olmadığı temel bir gerçektir. Günümüzde dijital ebeveynlik bir ikilem yaşamaktadır; ebeveynler, bir yandan çocukların teknoloji konusunda ebeveynlere bilgi veren pozisyondaki becerisinden olumlu yönde etkilenmekte, diğer yandan bu yoğun teknoloji kullanımını korkutucu bulmaktadır. Kaiser Aile Vakfının 2010'da ve Common Sense Media'nın 2013'te yürüttüğü araştırmaların sonuçlarına göre, 0-8 yaş arası çocuklar günde 1 saat 55 dakika ekran başında kalmaktadır. 8-18 yaş aralığındaki çocuklar günde 7 saat 38 dakika sosyal medya ile baş başa kalmaktadır. 1970'te çocuklar ortalama 4 yaşından itibaren televizyon izlemeye başlarken, günümüzde 4 aylıkken televizyon izlemeye başlamaktadır. Teknoloji hızla yayılırken, teknolojinin yayılma hızı, günümüze yaklaştıkça artmakta. Örneğin, ilk kablosuz radyo 50 milyon kullanıcıya 38 yılda ulaşırken, telefon 20 yıl, televizyon 13 yıl, internet 4 yıl, Facebook 2 yıl, YouTube 1 yıl ve Angry Birds oyunu 35 günde 50 milyon kullanıcıya ulaşmıştır (Goodwin, 2019, ss. 16-17). 2023 yılına geldiğimizde ise, Dijital 2023 Raporu'na göre, dünya nüfusunun %64.4'ü yani 5.16 milyar insan internet kullanıcısı, %59.4'ü yani 4.7 milyar insan ise sosyal medya kullanıcısı. İnternet kullanıcıları 2022 yılına göre %1.9 artmış ve sosyal medya kullanıcıları ise geçen yıla oranla %3 artış göstermiştir. 2013 yılında tüm dünyada 1.7 milyar olan sosyal medya kullanıcıları, 2023 yılında 4.7 milyara ulaşmıştır. 2023 yılı itibarıyla dünya nüfusunun %95.9'u akıllı telefon kullanmaktadır. İnternet kullanımında harcanan ortalama günlük zaman 6 saat 37 dakika iken, sosyal medya kullanımı 2 saat 31 dakika olarak tespit edilmiştir. Dünyada halen Facebook en fazla kullanılan sosyal medya platformu olurken, onu Youtube, WhatsApp ve Instagram izlemektedir. Sosyal medya uygulamalarında aylık ortalama geçirilen zamana bakıldığında 23 saat 28 dakika ile TikTok ilk sırada yer alırken, onu 23 saat 9 dakika ile YouTube, 19 saat 43 dakika ile Facebook, 17 saat 20 dakika ile WhatsApp ve 12 saat ile Instagram izlemektedir. Tüm dünyada günden güne artan bu rakamlar, ebeveynler için çocuklarını dijital dünya ile buluşturmalarında daha dikkatli davranmaya sevk etmektedir (Digital Report, 2023).

Sue Palmer, bu artan teknoloji kullanımı ile ekonomik refahı eş güdümlü hale getirerek, bu teknoloji ve refahın hayatlarımıza, özellikle çocuklarımızın hayatlarına iyi şeyler getirmediğine dikkat çekmektedir. 2004 yılında bir İngiliz araştırma kurumunun verilerine göre, geçen otuz yıl içerisinde gençlerdeki davranışsal ve duygusal sorunlarda %70 oranında artış gerçekleşmiştir. Amerikan Psikoloji Birliği, günümüzden her çocuk ve gençten birinin, ruh sağlığı sorunları yaşadığını tahmin etmektedir. Palmer'e göre, bu durum insanın ilerleyişinin inanılmaz hızıyla bağlantılı, karmaşık ve kültürel bir soruna dönüşmüş durumdadır. Son yıllarda kültür, biyolojiden daha hızlı gelişerek, biyolojik şartlarımızın bu kültüre uyumunu zorlaştırmıştır. Teknoloji güdümlü kültür, özellikle çocuklar ve gençlerin biyolojik, psişik ve nörolojik becerilerine zarar vermektedir (Palmer, 2019, s. 9).

Sosyal medyanın yol açtığı bir başka sorun da "beğeni bağımlılığı"dır. Herkese açık olan beğeni sayısı, çocukların arkadaş grubu tarafından onaylanma anlamına gelmektedir. Bu durum, akranları tarafından onaylanmayı özellikle bekleyen gençlerin özgüvenlerinin kırılmasına veya patlamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya özellikle gençlerin duygularının kolayca dalgalanmasına ve uzun sürede duygu bozukluklarına yol açmaktadır. Aynı zamanda gençlerin, kendilerini gerçek hayatta olduklarından daha çok beğeni alacakları biçimde göstermelerine neden oluyor ve sanal ile gerçek arasındaki fark bir kişilik bozukluğuna evrilebilmektedir (Schmidt, 2020, s. 36).

Dünyanın önde gelen teknoloji şirketlerinin temel iş modeli ve kurumsal stratejileri, tüketici ve kullanıcıların daha fazla kişisel bilgisini toplamaya odaklanmak ve bunları ticari amaçla kullanabilmek için sizi daha fazla kişisel bilgi paylaşmaya ikna edebilmektedir. Bireylerin ilgi alanlarına göre kişiselleştirilmiş teklif ve reklamlar sunmak amacıyla toplanan bu veriler, dijital şirketlerin temel gelir kaynağını oluşturmaktadır. Bu bağlamda teknoloji şirketlerinin mahremiyeti ihlal etmek ve olabildiğince fazla kişisel veri toplamak için temel motivasyonlarının bu gelirler olduğu açıktır. Sürekli değişen gizlilik politikaları, mahremiyeti ihlal eden ürünlerin üyelerin bilgisi dışında kullanılması ve kullanıcıların daha fazla paylaşım yapmasını ve etkileşim almasını sağlamak için mahremiyet ilkelerinin incelleştirilmesi, sosyal medya platformlarında kişilerin özel alanlarına dair sınır ve mesafelerin ihlal edilmesine yol açmaktadır. 2011 yılında yaşanan iki olay büyük teknoloji şirketlerinin, kullanıcılarının mahremiyet haklarını doğrudan ihlal etmesini gözler önüne sermektedir. 2011 yılında araştırmacılar, Apple markasının, iPhone ve iPad cihazları aracılığıyla kullanıcılarının konumları ve hareketleri ile ilgili çok sayıda verinin depolandığını ortaya koydular. Kullanıcıların seyahatleri ve hareketli konumları tespit edilerek bu doğrultuda kişiselleştirilmiş reklamların

cihazlarda görüldüğü ortaya çıkarılmıştır. Benzer şekilde, Sony markalı Play-station oyunlarında 2 milyondan fazla kullanıcının isim, adres, kredi kartı ve bilgisayar şifresi gibi bilgiler sızdırılmıştır. Bu örnekler, kullanıcıların kişisel verilerinin reklam şirketlerine satıldığı sonucuna ulaşılmasına neden olmaktadır (Steyer, 2014, ss. 65-70).

Dijitalleşen dünyanın önemli bir diğer sorunu da siber zorbalıktır. Siber zorbalık, “bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla bir kişi veya grubun diğerlerine yönelik düşmanlık, korkutma, tehdit, sindirme ve taciz amaçlı iletileri kasıtlı ve düzenli bir şekilde göndermesi” olarak tanımlanmaktadır (Baştürk, 2020, s. 41). Dijital ortamın giderek çeşitlenen iletişim olanakları, siber zorbalığın uygulandığı alanların da genişlemesine yol açmaktadır. Özellikle dijital platformları mahremiyet ve etik ilkeler doğrultusunda kullanmayanlar, dijital ortamda sözel ve duygusal şiddet uygulamaktadırlar. İnternette yaşanan siber zorbalık olayları, özellikle çocukların sosyal ve duygusal gelişimlerini olumsuz etkilemektedir. Akran zorbalığına göre siber zorbalık daha yıkıcıdır. Zira akran zorbalığında zorbalığa uğradığınız ortamdaki fiziksel olarak uzaklaşmanız, korunmanız mümkünken, siber zorbalık internet üzerinden gerçekleştirildiği için uzaklaşarak kendinizi kurtarmanız mümkün olamamaktadır. Ayrıca siber zorbalığın internet aracılığıyla çok daha hızla, çok daha yaygın bir kitleye ulaşabilmesi mümkündür. Bu bakımdan özellikle ergenlik döneminde cinsel içerikli yorum ve paylaşımlar, görseller, fotoğraflar arkadaşlar arasında birbirlerine zorbalık yapmak amaçlı kullanılabilen, dijital mahremiyetin en çok ihlal edildiği örnekler arasında bu tür olaylar gelmektedir.

Kontrolsüz veri paylaşımı ve izleme girişimleri karşısında çocukların kendi mahremiyetlerini koruması imkânsız hale gelebilmektedir. Yeni nesil bir “dijital nesil” veya “the app generation” olarak gelişirken, “bilgisayar çağı öncesi nesil” ile aralarındaki sosyal, duygusal ve bilişsel aralık, “gap” büyüyor. Amerikalı teknoloji yazarı Marc Prensky’nin (2001) teknolojiye aşinalık konusunda insanları ikiye ayırarak kavramsallaştırdığı “dijital yerliler” ile “dijital göçmenler” arasındaki fark günden güne artmaktadır. “Yerliler” teknolojiyi iyi kullanan ve yeni teknolojilere hızla adapte olabilen yeni nesli kast ederken, “göçmenler” teknolojiyi sonradan öğrenenler ve tam anlamıyla uyum sağlayamamış olanlara işaret etmektedir. Bu anlamda, günümüz ebeveynleri ile çocukları arasında açılan bu yerlilik-göçmenlik makasını, ebeveynler çocukları ile daha fazla “köprü kuracak” hususlarla ilgilenerek kapatmaya çalışmaktadırlar (Sayar ve Benli, 2020, s. 41; Tarhan, 2018).

Bu noktada Goodwin’in “dijital ebeveynlik” kavramı, dijital çağda ebeveynler için önemli bir yol gösterici olabilir. İlk olarak Goodwin’e göre, dijitalleşme yalnızca

çocukları dönüştürmüyor, aynı zamanda ebeveynler de dönüşmektedir. Ebeveynlerin, dijital cihazları ve platformları kullanırken yaptıkları üç hata şunlardır: 1) sharenting (paylaşan-ebeveynlik), çocukların önemli anlarını sosyal medyada aşırı paylaşmak, 2) tekno-ihmal, dijital cihazlara kendilerini kaptırıp çocuklara yeterli dikkatin verilmemesi, 3) çocukların gelişiminin her anını akıllı telefonlara kaydetme arzusundan kaynaklanan anıları kaybetme korkusundan mustarip olmak. Goodwin, teknolojinin çocuklar üzerinde erken beyin gelişimi, geleneksel gelişim aşamalarını sekteye uğratması, zararlı içeriğe maruz kalma, sağlık riskleri gibi zararlı etkilerinin yanında, yeni gelişen becerileri dengeleme, seçim yapma imkânı sunması, interaktif öğrenme, içerik yaratıcılığı, bilgiye hızlı erişim gibi potansiyel faydalarının da olduğunu hatırlatarak, çocukların ebeveynleri tarafından teknolojiden tamamen uzak tutulmasını değil bu konuda ölçülü olunmasını önermektedir. Dengeli ve ölçülü bir teknoloji kullanımını öne çıkaran Goodwin, “sağlıklı dijital alışkanlık geliştirmek” yoluyla çocukların ve ebeveynlerin teknoloji kullanımlarını “besleyici teknoloji” olarak dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Buna göre, ebeveynlerin, çocuklarının teknoloji takıntısını bağımlılık olarak görmek yerine, bunu teknolojiye ve teknolojinin aşırı kullanımına sağlıksız bir bağlanma olarak görmeleri gerekmektedir. Çocukların teknolojiye kendilerini kaptırarak çok fazla zaman geçirmesi, sürekli teknolojiyle meşgul olması, sosyallikten kaçması, yetersiz uyku, yorgun ve gergin olması, teknolojiden uzaklaştırıldığında agresif ve karpisli tutumlar sergilemesi gibi durumlar sağlıksız bağlanmanın göstergeleridir. Özellikle çocukların dijital cihazlarla ilgilenirken akışın kesintiye uğraması, dopamin krizleri ve dil becerisi noksanlıkları nedeniyle geçirdikleri “tekno-öfke nöbetleri” ebeveynlerin çocukları üstündeki kontrollerini zayıflatmasına neden olmaktadır. Ancak burada ebeveynlerin bu ortamda yapmaları gereken “sağlıklı dijital alışkanlıklar” geliştirmeyi öncelemeleridir (Goodwin, 2019, ss. 216-35).

Ebeveynlerin, teknoloji kullanımında sağlıklı alışkanlıklara örnek olma, bir aile medya planı oluşturma ve planı uygulama aşamalarıyla aile içinde bu sağlıklı dijital alışkanlıkları geliştirmeleri gerektiği önerilmektedir. Ebeveynler, güncel hayatla ilgili kuralları teknoloji dünyasına uyarladıkça, bu dijital dünya ile çocukları arasındaki ilişkiyi kontrol etmeye yaklaşacaklardır (Uyan, 2019, s. 21). Ebeveynler, çocuklarının dijital medyayı riskleri ve fırsatlarıyla birlikte öğrenmeleri gerektiğinin, onların okuma yazmayı öğrenmeleri gerektiğinin farkında oldukları kadar farkında olmalıdırlar. Dijital medya ve dijital teknolojilerden ebeveynler de günümüzde en az çocukları kadar faydalanmaktadır. Bu noktada ebeveynlerin, çocuklarının bu dijital dünyada daha güvenli ve etik kurallara uygun bir biçimde yaşamayı öğrenmelerine öncülük etmelidirler. Çocuklara doğru yargıya varmayı,

yerinde karar almayı ve dijital sınır/mesafelerini belirlemeyi öğretmek ebeveyn ve öğretmenlerin birincil sorumluluğudur. Dijital dünya içerisinde hem ebeveynlerin hem çocukların hem de öğretmenlerin “yeni yol kurallarını” iyi bilmeleri gerekmektedir. Ebeveynlerin hem kendileri hem de çocukları için dijital dünyada geçen zamanı iyi yönetmeleri, belirli zaman dilimlerinde dijital cihaz ve interneti terk ederek “dijital detoks” yapmaları çocukların gerçeklikle daha sağlıklı bir ilişki kurmasını mümkün kılacaktır (Sayar ve Yalaz, 2019, s. 427).

Genel olarak teknoloji kullanımıyla ilgili Dinç’in hem ebeveynlere hem çocuklara uyarı ve önerileri ise şöyle sıralanabilir: amaçlı kullanım, sınırlı kullanım, sorumlu, sağlıklı, güvenli, aktif, işlevsel, faydalı, bilinçli, çevreci, yasal, dürüst ve bilgili kullanım. Anne babalar ve çocukların, teknoloji kullanırken dikkat etmesi gereken bu ilkeler, daha güvenli ve sağlıklı bir teknolojinin önünü açmada yardımcı olacaktır (Dinç, 2015, ss. 40-41).

Ebeveynlerin bu tür yeni yol kurallarını öğrenmek yerine özellikle “sharenting” yoluyla çocukların mahremiyetlerini bizzat kendilerinin ihlal ettiği dikkat çekici örnekler vardır. Avrupa’da çeşitli ülkelerde çocukların istemedikleri hâlde görüntü ve görsellerini paylaştıkları için kendi ailelerine açtıkları davalar bu konu açısından çok önemlidir. Bu örneklerden birisi Avusturya’da gerçekleşmiştir. Avusturya medyasına göre ülkenin güneyindeki Carinthia bölgesinde yaşayan genç, “Hiç utanmaları, hiç sınırları yok. Tuvalette otururken, karyolada çıplak yatarken fotoğraflarımı bile paylaşmışlar. Hayatımın her aşaması fotoğraflanmış ve kamuya açılmış” dedi. Anne-babasının, 11 yaşında olduğu 2009’dan itibaren çocukluk fotoğraflarını 700 Facebook arkadaşıyla paylaştığını, bunları silmeleri için yaptığı talepleri de reddettiklerini söyleyen genç, son çare olarak dava açtığını belirtti (Ailesini Facebook Fotoğrafları Yüzünden Mahkemeye Verdi, 2023). Fransa’da ise hukukçular yasalara göre, çocukların büyüdüklerinde ailelerine, özel hayatın gizliliğini ihlal yönünde dava açabileceklerini belirterek, ebeveynlerin, çocuklarının rızaları olmadan fotoğraflarını paylaşıp, gizlilik hakkını ihlal etmekten suçlu bulunmaları halinde, bir yıl hapis ve 45 bin euro para cezası alabilecekleri yönünde uyarıda bulunmuştur (Çocuklar, Facebook’ta Fotoğraflarını Paylaşan Ailelerine Dava Açabilir, 2023).

Buradan hareketle, yaşadığımız çağda ebeveynliğin yeni beceriler gerektirdiğini vurgulamak gerekmektedir. Zira çocukların karşısında dijital dünya tüm cazibesiyle ve erişilebilirliğiyle bulunmaktadır. Dijital Çağ’da ebeveyn olmak, çocukları fiziksel olarak dış dünyadaki risk ve tehditlerden korumakla yönlendirmenin ötesinde dijital dünyada da aynı rehberliği yapabilmeyi gerektirmektedir. Buna

karşılık, artık çocukları dışardaki yabancılardan korumanın yanı sıra çocuklarının mahremiyet ve güvenliklerini hiçe sayarak dijital dünyanın nesnesi hâline getiren ebeveynlerden de korumak da bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital ortam ve mecralarda yapılan paylaşımlarda mahremiyet noktasında nelere dikkat edilmeli, dijital medya etkili, verimli ve bilinçli bir şekilde nasıl kullanılmalı konuları anne babalar açısından büyük önem taşımaktadır. Çocuklara gerçek hayatta ve dijital dünyada mahremiyet bilincini kazandırma noktasında çocuk ve gençlerle çalışan profesyonellerin, eğitimcilerin ve ebeveynlerin bilinçlendirilmeleri, dijital dünyada sağlıklı bireyler yetiştirmenin temel adımı olarak görülmelidir.

6. Bulgular

Bu teorik zemin ışığında, Afyonkarahisar’da yürütülen Dijital Mahremiyet Eğitimleri, betimsel analize tabi tutulmuş ve öne çıkan başlıklar, tema ve içeriklere bu kısımda yer verilmiştir. Elde edilen veriler, kapsamına göre tasnif edilmiş ve içerikleri temel alınarak detaylandırılmıştır.

6.1. Öğretmenler, Aileler ve Çocuklara Dijital Mahremiyet Eğitimi: Afyonkarahisar Örneği

Toplumsal yaşamın giderek dijitalleştiği ve bireylerin erken yaşlarda dijital platformlarla yakın bir ilişki kurduğu göz önüne alındığında, çocuklar için sosyal medya kullanımı ve mahremiyet eğitimi öncelikli bir eğitim alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Son yirmi yılda gelişen teknoloji ve artan sosyal medya kullanımı ile birlikte medya, çocukların aileleri ve okuldan daha fazla zaman geçirdikleri bir öğrenme ve eğlence mekânı hâline gelmiştir. Öğrenme işleviyle medya, bilgiyi tarafsız, şeffaf ve öğretme amacı gütmek yerine ‘örtük bir gerçeklik’ içinde sunmayı tercih etmekte, sistematik bir öğrenme modeli sunmamakta ve öğretme amacından uzaklaşmaktadır. Medya yoluyla öğrenmenin diğer bir sorunu ise hem çocuklara sunulan içeriğin kategorizasyon eksikliği hem de belirli pedagojik ilkelerin ihmali-dir. Özellikle sosyal medya platformlarında öne çıkan içerikler, kullanıcı çocukların yaşı, düzeyi veya sosyokültürel bağlamından kopuk olarak “rastgele” bir şekilde çocuklara sunulmaktadır. Çocuklar, sosyal medyada dolaşıma sürülen bilgilerle zamansız ve plansız bir şekilde karşılaşmaktadır. Aynı zamanda, bu içerikler mahremiyet gibi çocuklar için kritik önemde olan prensiplerin dışına çıkarak ilkesel bir soruna yol açmaktadır. Bu tür platformlar çocuklar için eğlence amacıyla kullanıldığında da benzer sorunlara yol açmaktadır. Çocuklarda en temel anlamda medya okur yazarlığı ve doğru mahremiyet yönetiminin henüz yerleşmemiş olması nedeniyle, medyada çocuklara sunulan büyük veri tabanı, çocukların sağlık-

lı iletişimini ve sağlıklı öğrenmesini engellemektedir. Buna ilaveten günümüzde eğitimin ve sosyal ilişkilerin dijitalleşmesi, çocuklar için sosyal medya kullanımı ve mahremiyet eğitimlerini zorunlu hale getirmektedir (Pembecioğlu, 2022, s. 217).

Çocuklara daha doğru bir sosyal medya kullanımının öğretimi ve bu platformlarda mahremiyet kaygısının aşılması amacıyla Afyonkarahisar’da tüm okul öncesi, ilk, ortaokul ve liselerde “Dijital Mahremiyet Eğitimi” projesi kapsamında yüz yüze ve çevrim içi eğitimler yapılmaktadır. Öğretmen, öğrenci ve veli seminerleri olarak üç temel kategoride ve üç aşamada düzenlenen bu eğitimler, psikolojik danışmanlar ve alanında uzman öğretmenlerin sunumlarıyla gerçekleştirilmiştir. 2023 yılının Ocak-Mayıs ayları arasında il merkezinde yapılan ve ilerleyen zamanlarda yapılmaya devam edecek olan bu eğitimler, öğrencilerin normal okul saatleri içerisinde belirli ders saatleri seçilerek yapılmıştır. Bu eğitimlerin, öğretmen, öğrenci ve velilerden hangi kademede, kaç kişiye ve hangi içerikle yapıldığı Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3’te detaylı olarak gösterilmiştir.

| Başlık | İçerik/Kazanım | Kademe | Etkinlik Saati | Katılım Mevcudu |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------|-----------------|
| İhmal | 1.Vücudumuzu korumanın birçok yolu olduğunu öğrenir. 2.İhmalin ne anlama geldiğini öğrenir ve ihmal-istismar arasındaki farkı bilir. 3."Çocuk" kavramını bilir. 4. İhmal-istismar durumunda nasıl yardım alacağını öğrenir. 5.İhmal-istismar durumlarından bu bilgiyi ebeveynlerinden saklamaması gerektiğini öğrenir. | Okul öncesi | 2 ders saati | 3169 |
| | | İlkokul | | 20822 |
| | | Ortaokul | | 19874 |
| | | Lise | | 20114 |
| İstismar | 1.İyi Dokunuş-kötü dokunuş kavramlarını bilir. 2.Kişisel sınırlarımız ve hayır diyebilmeyi öğrenir. 3.Vücudumuzun özel bölgelerini bilir. 4.İstismar türlerini bilir. | Okul öncesi | 2 ders saati | 3169 |
| | | İlkokul | | 20822 |
| | | Ortaokul | | 19874 |
| | | Lise | | 20114 |
| Dijital Mahremiyet | 1.Bilgisayar ve TV başında uzun süre kalmanın bize ne kaybettiğini fark eder. 2.Dijital ortamlarda da yalnızca bize ait, özel alanlarımızın olması gerektiği bilir. 3.İnternette paylaşılan her bilginin doğru olmadığını öğrenir. 4.Sosyal medya kullanımında dikkat edilmesi gerekenleri öğrenir. 5.Dijital alanda dikkat edilmesi gereken hususları öğrenir. 6.Sosyal ağlarda korunma yollarını bilir. | Okul öncesi | 2 ders saati | 3169 |
| | | İlkokul | | 20822 |
| | | Ortaokul | | 19874 |
| | | Lise | | 20114 |
| Ailede Mahremiyet | 1.Aile bireyleri tarafından birbirlerinin özel alanlarını korumayı ve saygı duymayı öğrenir. 2.Beden mahremiyeti ve mekân mahremiyeti konusunda dikkat etmesi gereken hususları öğrenir. 3.İzinsiz kendi mahrem alanlarını kimşenin girmesine izin vermemesini ve kimşenin mahrem alanına izinsiz girmemeyi öğrenir. 4.İyi dokunma ve kötü dokunma arasındaki ayrıma dikkat etmeyi öğrenir. | Okul öncesi | 2 ders saati | 3169 |
| | | İlkokul | | 20822 |
| | | Ortaokul | | 19874 |
| | | Lise | | 20114 |

| | | | |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------------|
| Siber Zorbalık | 1.Gerçek dünya-sanal dünya arasındaki farkı öğrenir. 2.zorbalığın ısrarla devam ettiği durumlarda, güvendiği kişilere/ ebeveynlerinize durumu anlatır. 3.Internet ortamında rahatsız eden şeylerle (kişilerin küfürlü ve argo konuşmaları, hakaretler, uygunsuz teklifler ya da zararlı sitelerle) karşılaştığında bunları şikâyet edebileceğini öğrenir. 4.Siber zorbalıktan korunma yollarını bilir. 5.Özel alanın ihlali ve kişisel verilerin gizliliği ile ilgili yasal süreçleri öğrenir. | Okul öncesi | 3169 |
| | | İlkokul | 20822 |
| | | Ortaokul | 2 ders saati 19874 |
| | | Lise | 20114 |

Tablo 1. Afyonkarahisar'da Dijital Mahremiyet Eğitimlerinin Öğrenci Raporu

Afyonkarahisar'da yapılan bu dijital mahremiyet eğitimlerinin amacı, öncelikle bu konunun doğrudan muhatabı olan çocuklar ve ebeveynlerin bilgilendirilmesi ve eğitilmesidir. Öğrenciler, öğretmenler ve veliler için hazırlanan seminerlerde çocuklara dijital mahremiyet kaygısının öğretilmesi ve dijital platformlarda ihlal edilen mahremiyet alanının en aza indirilmesi için çeşitli uyarı ve öneriler sunulmaktadır. Bu seminerlerde, Afyonkarahisar'da eğitim gören öğrencilerin ve onların ailelerinin “medya okuryazarlığı” ve “dijital vatandaşlık” alanlarında daha donanımlı olmalarına yardımcı olmak ve çocukların dijital dünyada daha güvenli, akıllı ve sorumlu davranmalarını sağlamak öncelikli amaçtır. Afyonkarahisar il merkezine bağlı ilk, ortaokul ve liselerde gerçekleştirilen seminerler, psikolojik danışmanlar ve uzman öğretmenlerin koordinasyonunda yapılmıştır.

| Başlık | İçerik/Kazanım | Kademe | Etkinlik Saati | Katılım Mevcudu |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------|------------------|
| İhmal | 1.Çocuğa bakmakla yükümlü kişilerin, çocuğun sağlıklı gelişimi için yapılması gerekli olan şeyleri yapmasının ihmal olduğunu kavrar. 2.İhmal türlerini ve çocuk üzerindeki olumsuz etkilerini listeler, kavrar. | Veli | 2 ders saati | TOPLAM 27.209 |
| İstismar | 1.İstismar türlerini ve çocuk üzerindeki olumsuz etkilerini listeler, kavrar. 2.İhmal ve istismar süreçlerinde hayır diyebilme becerisinin önemini bilir. 3.İstismar durumunda yapılması gerekenleri listeler. | Veli | 2 ders saati | |
| Dijital Mahremiyet | 1.Dijital ortamlarda yapılan paylaşımların neleri beraberinde getirebileceğini, çocukların gelişimi üzerinde ne tür etkilere sebep olabileceğini kavrar. | Veli | 2 ders saati | |
| Ailede Mahremiyet | 1.Mahremiyet eğitiminin ailede başladığını, çocuğa mahremiyet bilinci kazandırma noktasında dikkat edilmesi gereken hususları öğrenir. | Veli | 2 ders saati | |
| Siber Zorbalık | 1.Siber zorbalığı tanımlar. 2.Siber zorbalık kapsamındaki davranışları listeler. 3.Siber zorbalıkla karşı karşıya kalındığında kimden/hereden yardım alacağını bilir. | Veli | 2 ders saati | |

Tablo 2. Afyonkarahisar'da Dijital Mahremiyet Eğitimlerinin Veli Raporu

| Başlık | İçerik/Kazanım | Kademe | Etkinlik Saati | Katılım Mevcudu |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|------------------|
| İhmal | 1.Çocuğa bakmakla yükümlü kişilerin, çocuğun sağlıklı gelişimi için yapılması gerekli olan şeyleri yapmasının ihmal olduğunu kavrar. 2.İhmal türlerini ve çocuk üzerindeki olumsuz etkilerini listeler, kavrar. | Öğretmen | 2 ders saati | TOPLAM 27.209 |
| İstismar | 1.İstismar türlerini ve çocuk üzerindeki olumsuz etkilerini listeler, kavrar. 2.İhmal ve istismar süreçlerinde hayır diyebilme becerisinin önemini bilir. 3.İstismar durumunda yapılması gerekenleri listeler. | Öğretmen | 2 ders saati | |
| Dijital Mahremiyet | 1.Dijital ortamlarda yapılan paylaşımların neleri beraberinde getirebileceğini, çocukların gelişimi üzerinde ne tür etkilere sebep olabileceğini kavrar. | Öğretmen | 2 ders saati | |
| Ailede Mahremiyet | 1.Mahremiyet eğitiminin ailede başladığını, çocuğa mahremiyet bilinci kazandırma noktasında dikkat edilmesi gereken hususları öğrenir. | Öğretmen | 2 ders saati | |
| Siber Zorbalık | 1.Siber zorbalığı tanımlar. 2.Siber zorbalık kapsamındaki davranışları listeler. 3.Siber zorbalıkla karşı karşıya kalındığında kimden/nereden yardım alacağını bilir. | Öğretmen | 2 ders saati | |

Tablo 3. Afyonkarahisar'da Dijital Mahremiyet Eğitimlerinin Öğretmen Raporu

6.2. “Mahremiyet Eğitimi Ailede Başlar”

Afyonkarahisar’da yapılan “Dijital Mahremiyet Eğitimi”nde vurgulanan en temel noktalardan bir tanesi çocuklar için mahremiyet eğitiminin erken yaşlarda ailede başladığıdır. Akın’a (2022, s. 390) göre ailede mahremiyet hem aile içi etkileşime ve mekân olarak haneye hem de ailenin kendi içinde yaptığı rol dağılımı bağlamında iç mahremiyet ilişkilerine karşılık gelmektedir. Bu nedenle mahremiyet, asıl anlamıyla, aile içindeki ve dışındaki sınırları belirleyen temel öğedir. Çocuklar için mahremiyet söz konusu olduğunda aile mahremiyeti ve dolayısıyla ailenin bu mahremiyeti çocuklara aktarma biçimine vurgu yapıldığı için mahremiyet, özelden çocukların mahremiyeti ile aile arasında kurucu bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda “Dijital Mahremiyet Eğitimi”nin aile ve çocuk mahremiyeti arasındaki kurucu ilişkiyi vurgulamak için çocuklara ve özellikle aileye ilettiği ders şu cümlede kendini göstermektedir:

“Ebeveynler mahremiyet anlayışını küçük yaşlardan itibaren çocuklarına kazandırmakla yükümlüdürler. Çünkü sağlıklı bir mahremiyet duygusunun oluşması, çocukların sağlıklı bir psikolojik kimlik ve cinsel kimlik geliştirmeleri için gereklidir.”

Bu eğitimler kapsamında, beden mahremiyeti eğitimi öncelikli olarak ele alınmakta ve bu mahremiyetin aşama ve ilkeleri şu şekilde sıralanmaktadır. Çocuğa

iki yaşından itibaren bedeninin özel/mahrem bölgelerinin uygun yöntemlerle öğretilmesi, anne-babaların kendi özel bölgelerini çocuktan saklamaya başlaması ve bu bölgelerin sadece doktora ve gerektiğinde anne-babaya gösterilmesi gerekliliğine işaret eden sınır çizme; çocukla birlikteyken mahremiyet ihlali içeren durumlarla karşılaşıldığında, çocuğun duyacağı şekilde bunun doğru olmadığına dair sağlıklı tepkiler verilmesi gerekliliğine işaret eden ihlale tepki, çocuğun bedeni ile ilgili tasarruflarında çocuğun bilgilendirilmesi ve onun onayının alınmasına dikkat edilmesinin gerekliliğine işaret eden koruma ve saygı, anne-babanın çocuğun elbiselerini herkesin içerisinde değiştirmemesi ve kimsenin görmediği bir ortamda giyinmesini sağlaması ve aynı şekilde ebeveynlerin de çocuğun görmeyeceği bir alanda giyinip soyunması gerekliliğine işaret eden giyinme ve soyunma adabı, banyo ve tuvalet ihtiyaçlarının giderilmesi sırasında ebeveynlerin gerekli mahremiyet ortamını sağlaması gerekliliğine işaret eden banyo ve tuvalet adabı, anne-baba ve akrabaların, sevgi gösterileri sırasında çocuklara kendilerini güçsüz ve aciz hissettirecek derecede büyük ve orantsız güç kullanmaması ve “bir başkasının sana dokunması ancak senin iznine bağlıdır” mesajı verilmesi gerekliliğine işaret eden fiziksel baskı. Bu temel ilke ve gerekliliklerin ailede başlayan mahremiyetin erken yaşlardan itibaren benimsenmesine ve çocuğun ilerde karşılaşılabileceği durumlara karşı nasıl tavır alması gerektiğini öğrenmesine yol açacağı bir kazanım ortaya çıkarması beklenmektedir.

Beden mahremiyetinin yanında çocuklar için ailede öğrenilmesi gereken diğer bir husus mekan mahremiyeti eğitimi ise çocuklara ebeveynin odasına girerken kapıyı çalması, izin istemesi ve özel alanın ancak izinle kullanıma açılabileceği, bir başkasının evinde yatak odası ve banyo bölümüne girilmeyeceğinin anlatılması gerekliliğine işaret eden özel alan sınırı, ebeveynlerin çocuğun odasına girerken izin istemesi, eşyalarını, çantasını, çekmecelerini ve ceplerini ondan izinsiz karıştırmamaları gerekliliğine işaret eden çocuğun özel alanı ve belirli bir yaştan itibaren çocukların odalarının değiştirilmesi gerekliliğine işaret eden odaların ayrılması ilkeleri olarak üç aşamada öğretilmektedir. Pembecioğlu'nun (2022, s. 221) vurguladığı gibi, çocuğun olağan gelişimini gerçekleştirebilmek, gerek biyolojik gerek psikolojik ihtiyaçlarını tamamlayabilmek için kendisiyle zaman geçirmesi, duygularını, yeteneklerini, korkularını ya da becerilerini keşfedebilecekleri alan ve zamanı yaratmaları gerekmektedir. Bu anlamda, “Dijital Mahremiyet Eğitimi”nin çocuklara ve velilere verdiği mekân mahremiyeti eğitimi bu fiziksel alanın oluşturulması için özellikle velileri teşvik edici niteliktedir. Çocuğun kendi mahrem alanının oluşturulması ve çocuğun burada kendini keşfe çıkması hem mahremiyet kazanımı hem de kişisel gelişimi için bir gerekliliktir.

6.3. Mahremiyette Kişisel Sınırlar

Afyonkarahisar’da tüm okullarda yapılan “Dijital Mahremiyet Eğitimi” kapsamında çocukların kendi mahremiyet alanlarını belirlemeleri ve korumaları amacıyla verilen eğitimlerde öğrenciler ve veliler için düzenlenen seminerlerde “sınır” kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Pembecioğlu’na (2022, s. 220) göre, çocuğun mahrem alanı, doğduğu ilk andan itibaren oluşmaya başlar ve yaşı ilerledikçe bu mahrem alanın sınırları sürekli olarak yeniden belirlenir. Çocuğun kendinde saklı tuttuğu sırların ya da kendince mahrem olarak bildiği olguların, çocuğun izni olmaksızın başkaları tarafından ele geçirilmesi, ihlal edilmesi, çocuğun mahrem alanının sınırlarının ihlal edilmesi anlamına gelmektedir. Eğitim programının tanımına göre;

“Sınır; bireyin kendisine ait alan belirlemesidir. Sınırlar olumlu benlik algısının oluşması için önemlidir. Kişisel sınırlar başkalarından kendimizi korumak için oluşturduğumuz fiziksel, duygusal ve psikolojik sınırlardır. Fiziksel sınırlar; bireyin ‘bedeninin kendine ait olduğunu ve kimsenin izinsiz dokunamayacağını’ belirleyen sınırlardır. Çocuklarımıza/ öğrencilerimize bedenlerini korumayı öğretmeliyiz.”

Çocuklara bedenlerini koruma, dokunulmayı reddetme ve sınırlar koymanın öğretilmesi, hayır deme cesaretinin hissettirilmesi ve bedeniyle mahremiyeti arasındaki sıkı ilişkinin aktarılması, velilere ve öğrencilere verilen temel bilgiler arasındadır. Bu anlamda, eğitimler sırasında özellikle dokunma eylemi için bir tasnif yapılmaktadır: iyi dokunma ve kötü dokunma. İyi dokunma, sabah uyandıktan annenin sarılıp öpmesi, babanın yatmadan önce sarılıp öpmesi gibi çocuğun sevdiği kişilerin dokunması olarak yorumlanırken, kötü dokunma, çocuğun kendisini rahatsız hissetmesine neden olan dokunmalar olarak aktarılmaktadır. Özellikle okul öncesi, ilk ve ortaokul öğrencilerine birisi canlarını acıttığında, hoşlanılmayan bir şaka yaptığında, kötü dokunuşta bulunduğu ve özel bölgelerine dokunduğunda yüksek sesle ‘hayır’ demesi öğretilerek çocuk ihmal ve istismarına giden yol kapatılmaya çalışılmaktadır. Bu tür durumlarda çocukların ‘bağırarak yardım istemesi, güvenlik güçlerini bilgilendirmesi, yaşananları ailesiyle paylaşması istenmektedir.

Seminerler boyunca çocuk ihmal ve istismarına karşı öğrenci, öğretmen ve velilerin alması gereken tedbirler ve ihmal/istismar esnasında yapılması gerekenler detaylı bir şekilde aktarılmaktadır. Çocuk ihmal, “çocuğa bakmakla yükümlü kimsenin, çocuğun gelişimi için gerekli sağlık, eğitim, duygusal gelişim, beslenme, barınma ve güvenli yaşam şartlarını dikkate almaması” olarak tanımlanırken, çocuk istismarı “çocuğun sağlığını, fiziksel ve psikososyal gelişimini olumsuz etkileyen, bir yetişkin, toplum ya da devlet tarafından bilerek ya da bilmeyerek çocuğa karşı

yapılmış tüm kötü davranışlardır” olarak tanımlanmıştır. Çocuğa yeterli bakımı sağlamamak, isteklerini önemsememek, çocuğa vurmak veya aşağılamak, eğitim ve oyun hakkını elinden almak, çocuğa kötü dokunuşlarda bulunmak, sağlık ve eğitim gereksinimlerini yerine getirmemek gibi davranışlar çocuk istismarı örnekleri olarak sıralanmaktadır. Özetle çocuk ihmali, çocuğun sağlıklı gelişimi için yapılması gerekli olan bir şeyin yapılmaması, çocuk istismarı ise çocuğun sağlıklı gelişimi için yapılmaması gerekenlerin yapılması olarak tasnif edilmektedir.

6.4. Eğitimlerde Dijital Mahremiyet

Verilen seminerlerin önemli bir kısmı, dijital mahremiyet ve siber zorbalık konularından oluşmaktadır. “İnternette Önce Düşün, Sonra Paylaş!” sloganıyla öğrencilere sosyal medyada paylaşmayı düşündükleri şeyleri doğruluğu, üretkenliği, şahsiliği ve diğerlerine olan etkileri bakımından değerlendirmeleri ve “paylaşmadan önce düşünmeleri” önerilmektedir. Buna ilaveten, internet kullanımında siber zorbalık, “bir kişiye karşı, internet ya da cep telefonu kullanılarak sürekli bir şekilde gerçekleştirilen saldırgan davranışlar” olarak tanımlanarak öğrencilerin dijital dünyada “çevrim içi lakap takma, sinsice takip etme, fiziksel tehditler, cinsel taciz, mahcup etme çabaları” gibi zorba davranışlardan uzak durması gerektiği anlatılmaktadır. Eğitimlerde öğrencilere siber zorbalık örnekleri olarak, sosyal medyada bir başkasının rahatsızlık verici görüntülerini yayınlamak, bir başkası hakkında yalan ya da uydurma haberler yaratmak ve bunları yaymak, bir başkasının özel ya da mahrem bilgilerini sızdırmak, tehdit mesajları yollamak, hakarete varan ifadeler kullanmak, anonim hesaplardan taciz etmek, rahatsızlık vermek, bir başkasının hesaplarını ele geçirmek, bu hesaplardan uygunsuz yayınlar yapmak, bir kimseyi ısrarla takip etmek ve bir kimsenin paylaşımlarına kasıtlı olarak sürekli olumsuz yorumlar yapmak gibi davranışlar gösterilmektedir. Öğrenciler bir siber zorbalık durumuyla karşılaştığında ise onlara “sizi rahatsız eden kişiyle iletişiminize son verin, hesaplarınızı korunaklı hale getirin, herkesin erişimine açmayın ve zorbalık ısrarla devam ediyorsa güvendiğiniz kişilere/ebeveynlerinize durumu anlatın” gibi tavsiyeler verilmektedir.

“Pencerenin nereye açılacağını siz belirleyin.” başlığıyla öğrencilere verilen öneri ve ikazlar, özellikle dijital dünyada çocuklara, yapacakları seçimleri aileleri ya da öğretmenleri ile birlikte yapmalarını ve internette gördükleri bilgilere doğrudan güvenmemelerini anlatmaktadır. Kişisel bilgilerin gizli tutulması, sosyal medya hesaplarında gizlilik ayarlarının azami düzeyde yapılması, WEB kameralarının ve ses kaydedicilerin kullanılırken dikkatli olunması gibi hususlar tüm yaşlardaki çocuklara öğretilmektedir. Sosyal medya hesaplarının bilgileri ve şifrelerinin hiç

kimseyle paylaşılmaması, kolay ulaşılabilecek yerlere yazılmaması, bu platformlarda yabancılardan gelen istek ve mesajların reddedilmesi gerektiği öğrencilere ısrarla önerilmektedir.

“Kendimizi Sosyal Ağlarda Nasıl Koruruz?” başlıklı sunumda öğrencilere şu kurallar öğretilmektedir: 1) Sosyal ağlarda ve internette paylaştığınız her şey silinmeden kalmaktadır. Bu sebeple okul, telefon, adres vb. kişisel bilgilerimizi sosyal ağlarda paylaşmamalıyız. 2) Arkadaşlarımıza veya ailemize göndermiş olduğumuz mesajlar ve sosyal medya hesaplarında kullandığımız bilgiler, biz silmiş olsak bile tam olarak silinmemektedir. Sosyal ağlarda gerekli gizlilik ayarlarını yapmadığımız takdirde istemediğimiz yabancı kişiler de bize ait bilgileri görebilmektedir. 3) Parolalarımız tahmin edilemeyecek karmaşıklıkta olmalıdır. 4) Telefon, tablet ve bilgisayar gibi araçlarımızı herkesin ulaşabileceği alanlarda bırakmamalıyız. 5) Kendimizi neye ve kimlere karşı koruduğumuzu bilmeliyiz. 6) İnternet ortamındaki kötü niyetli kişilere, gruplara hatta arkadaşlarımıza karşı kendimizi korumalıyız ve bu tehdit unsurlarının farkına varmalıyız.”

“Güvenli Mesajlaşma” başlığında ise öğrencilerin sosyal medya hesaplarından mesajlaşırken dikkat etmesi gereken hususlar şöyle sıralanmaktadır. 1) Tanımadığınız kişilerle iletişim kurmamalısınız. 2) Güvenmediğiniz kaynaklardan gelen linklere dikkat etmelisiniz. 3) Yabancı kişilerden gelen fotoğraf, video gibi içerikleri kabul etmemeli, bu içerikleri gönderen kişiyi engellemelisiniz. 4) Şüpheli linklere tıklamamalısınız. 5) Rahatsız edici bir durum ile karşılaştığınızda ise aileniz veya güvendiğiniz bir yetişkin ile paylaşmalısınız. 6) İnternet ortamında herkesin görmesini istemediğimiz, bizim için özel olan fotoğraflarımızı paylaşmamalı ya da paylaşırken kimlerle paylaştığımızı seçmeliyiz. Çünkü bazı insanlar bizim fotoğraflarımızı, videolarımızı kötü amaçlı kullanabilir, kendilerine sahte bir kimlik bile oluşturabilirler. 7) Arkadaşlarımıza göndermiş olduğumuz fotoğraf ve videolar onlar tarafından başkalarına da gönderilebilir. Böyle bir durum hem mahremiyetimizi tehlikeye sokabilir hem de arkadaşlarımız ile aramızın bozulmasına sebep olabilir.

Dijital mahremiyet eğitimleri boyunca, dijital dünyada ve sosyal medya platformlarında bilhassa öğrencilerin kişisel bilgilerinin, fotoğraf ve videolarının paylaşılması ve öğrencilerin erken yaşlardan itibaren özel/mahrem alanlarının farkında olmaları gerekliliği üzerinde sıklıkla durulmaktadır. Bu vurgulardan, öğrencilerin günümüzde mahremiyet sınırlarını çiğneyen ve onları tehlikeye sokabilecek temel alanın öncelikli olarak dijital platformlar olduğunu çıkarabiliriz. Bu nedenle, başta öğrenciler olmak üzere veliler ve öğretmenler, çocukların dijital

mahremiyetlerinin sağlanması ve sosyal medya kullanımının bir mağduriyete dönüşmemesi için son derece hazırlıklı olmalıdırlar. Dijital mahremiyet eğitimleri süresince katkı sağlayan ve çocuk mahremiyeti, dijital dünyada mahremiyet üzerine çalışan farklı kurumlardan uzmanlar, Afyonkarahisar İl Millî Eğitim Müdürlüğü Rehberlik Araştırma Merkezinden Görüşmeci-1, Afyonkarahisar İl Emniyet Müdürlüğü Çocuk Şube'den Görüşmeci-2 ve Afyonkarahisar Devlet Hastanesi Çocuk Psikiyatri Bölümünden Doktor Görüşmeci-3 konuyla ilgili görüşlerinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Buna göre, Afyonkarahisar İl Millî Eğitim Müdürlüğü Rehberlik Araştırma Merkezi Rehberlik Hizmetleri'nden Görüşmeci-1, ailelerin çocuklarının fotoğraflarını, bilgilerini herkese açık şekilde dijital ortamlarda paylaşması bu verilerin çocuk istismarcıları tarafından ele geçirilerek WEB sitelerinde kötü niyetle kullanılmasına zemin hazırladığını, bebeklikten itibaren ailesi tarafından bütün fotoğrafları dijital ortamlarda paylaşılan çocuklar ileriki yaşlarda bu durumdan rahatsızlık duyabileceğini ve çocuğun psikolojik gelişiminin bundan olumsuz etkilenebileceği ifade etmektedir. Buna göre ebeveynler, çocuklarıyla ilgili dijital ortamlarda ürettiği ya da yayımladığı içeriklerin çocukları için oluşturabileceği sakıncaları pek öngörememektedir. Bu nedenle dijital ortamlarda çocukların korunması, kişisel verilerin gizliliği, mahremiyet gibi konuların sınırları çizilerek, toplumumuzu bu gibi konularda bilinçlendirme faaliyetlerinin sayısı artırılmalıdır. Okullarda öğretmenlere yönelik hizmet içi eğitimler düzenlenerek, öğretmenlerin mesleki anlamda gelişimleri desteklenmelidir. Ülke genelinde kamu spotlarıyla farkındalık yaratılarak anne babaların dijital okuryazarlık düzeyleri artırılmalıdır. Her tür ve kademedeki öğrenciye her sene zorunlu ders olarak, Medya Okuryazarlığı, Dijital Okuryazarlık vb. dersler okutulmalıdır. RTÜK aracılığıyla olumsuz örnek teşkil eden programların denetlenmesi ve yayından kaldırılması; Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Ulaştırma ve Alt Yapı Bakanlığı iş birliği ile sosyal medya uygulamalarının kullanımının denetlenmesi, dijital mahremiyeti olumsuz etkileyen uygulamaların kullanımının yasaklanması gibi önlemler alınması sağlanabilir. Görüşmeci-1, dijital mahremiyet bilinci geliştirilmesi sürecinde bu konunun toplumun her kesiminin sorumluluğunda olan bir konu olduğunu, ülke genelinde küçük büyük herkesin üzerine düşen bir sorumluluğu olduğunu kabul etmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Afyonkarahisar İl Emniyet Müdürlüğü Çocuk Şube'den Görüşmeci-2, ailelerin, çocuklarının dijital platformlarda kalma sürelerini planlamaları ve çocuklara sosyal medyanın gerçekliğin dışında sanal bir ortam olduğunu anlatmaları gerektiğini belirtmektedir. Buna göre, çocuklar sosyal medyada belirli yaşta, izinsiz mahrem

fotoğraf ve video paylaşımının yasak olduğunu ve yaptırımları bilmemektedirler. Üstelik ebeveynler ve vatandaşlar da dijital mahremiyet ile ilgili kanunlardan yeterince haberdar olamamaktadır. Görüşmeci-2'ye göre hem çocuklara hem ebeveynlere dijital mahremiyet sınırlarının anlatılması ve ilgili yasal süreçlerin vatandaşlara aktarılması, bu tür ihlal ve suçların önüne geçecektir. Aileler ve kamu personellerinin bu konularda hizmet içi eğitim almaları ve bu konularda faydalanabilecekleri platformlara yönlendirilmeleri, aynı zamanda üniversiteler ve özel-kamu iş birliği içerisinde bilinçlendirme ve farkındalık çalışmalarının artırılması yoluyla dijital mahremiyet, dijital okuryazarlık ve güvenli internet kullanımı yaygınlaşabilecektir.

Afyonkarahisar Devlet Hastanesi Çocuk Psikiyatri Bölümünden Görüşmeci-3 ise çocuk ve ergenlere dijital platformlar hakkında güvenilir bilgi vermek, internette güvende kalabilmelerini sağlamak için etik kuralların öğretilmesi gerektiğini ve bu sayede çocuklar ve gençlerin teknolojinin ve internetin zararlarına ve kötü kullanımına karşı hazırlanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Görüşmeci-3'e göre dijital dünyada her bilgiyi paylaşmamak, sosyal medyada ve internet ortamlarında yabancılarla iletişim kurmamak, tanımadığı kişilerle arkadaş olmamak, onları fotoğraf ve özel bilginin paylaşılması konusunda bilgilendirmek çocuk ve ergenlerin dijital mahremiyet bilincini kazanması açısından çok önemlidir. Ayrıca Görüşmeci-3, günümüzde ebeveynlerin dijital mahremiyet konusunda yeterince hassasiyet göstermediklerini ve bu konuda mahremiyet sınırlarına uyulmamasının ne gibi hukuki ve psikiyatrik sonuçlara yol açabileceği konusunda bilgi sahibi olmadıklarını ileri sürmektedir. Ailelerin, çocukların ve öğretmenlere sıklıkla mahremiyet eğitimleri verilmelidir ve bu konuda yazılı ve görsel basında kamu spotları, broşürler, kısa film çalışmaları yapılmalıdır. Bu eğitimlerin çocuk ve ebeveynleri teknoloji kullanımının zararlı etkilerinden koruyacağı, çocuk ve ergenler açısından oluşabilecek birçok psikiyatrik hastalığın gelişmesini önleyeceği düşünülmektedir. Görüşmeci-3, özellikle gelişmekte olan çocuk ve ergenlerde ekran başında kalma süreleri sorgulanmalı, yaşa göre ekran süreleri sınırlandırılmalı ve ailelerin de bu ekran sürelerinde çocuklarına eşlik edip onlara rehberlik yapmalarını önermektedir.

7. Sonuç

Dijital dünyanın bir parçası olan ve çocuklarının da erken yaşlardan itibaren bu dünyada bulunacağını bilincinde olan ebeveynler, kendilerini yeni ebeveynlik becerileriyle donatmak durumundadır. Kuşaklar arası farkların önemsizleştiği ve adeta her kuşaktan kullanıcıya sunduğu içeriklerin dışında kalmanın mümkün

olmadığı dijital dünyaya yönelik ebeveynler, bir rehberlik ve yönlendirme sorumluluklarının olduğunu unutmamalıdır. Buna göre, ebeveynler olarak çocukların doğuştan itibaren çok erken yaşlarda dâhil oldukları, içine girdikten sonra da hızla keşfettikleri sanal ortamları onlardan daha iyi biliyor, riskleri ve fırsatları konusunda çocuklara bilgi verebiliyor olmak gerekmektedir. Geleneksel dönemlerdeki ebeveynlik pratiklerine ek olarak dijital bilgi ve becerileri, teknoloji, medya okuryazarlığını öğrenmek bir gereklilik olarak görülmelidir.

Dijital mahremiyet bu bakımdan çocuklara rehberlik edilmesi gereken en temel konudur. Kendi mahremiyetini ve ötekinin mahremiyetini korumak, çocukların dijital dünyada da gerçek dünyadaki gibi hak ve sorumluluklarının olduğunu bilmesi gereklidir. Anne ve babanın evde en temel olarak verecekleri dijital mahremiyet eğitiminin elbette okulda, iş yerinde, toplumda diğer kullanıcılarda da karşılığının olması önemlidir. Konunun sahiplenilmesi, çocuklarla, gençlerle çalışan tüm uzmanların, meslek gruplarının bilinçlendirilmesi, evde başlayan temel eğitimin bütüncül olarak öneminin kavranmasına ve toplumun geneline yayılmasına yardımcı olacaktır. Bu açıdan Afyonkarahisar özelinde ebeveynlere, öğretmenlere ve öğrencilere verilen dijital mahremiyet eğitiminin önemi ve toplumca bu konuda temel bir bilinç kazanılması yönündeki benzer adımların çeşitli uygulamalarla, ülkemizdeki tüm kurumlarca sahiplenilerek devam etmesinin gerektiği düşünülmektedir.

Afyonkarahisar’da yürütülen Dijital Mahremiyet Eğitimlerinin betimsel analizi neticesinde ağırlıklı olarak çocuk ihmal ve istismarı, dijital mahremiyet, ailede mahremiyet ve siber zorbalık üzerinde yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitimler boyunca bu temalar öğretmen, öğrenci ve velilere aktarılmış ve belirli kazanımlar hedeflenmiştir. Bu temaların seçilmesinde İl Millî Eğitim Müdürlüğü, İl Emniyet Müdürlüğü ve psikiyatristler tarafından yapılan yönlendirmeler, paylaşılan istatistikler ve ilgili kişi ve kurumların görüşleri etkili olmuştur. Bu temalar aynı zamanda özellikle çocukların dijital platformları kullanırken sıklıkla karşı karşıya kaldığı gündelik sorunlara pratik çözümler sunacak içeriklere sahip olduğu için de öncelendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Dijital ebeveynlik, “mahremiyet eğitimi ailede başlar” sloganıyla aktarıldığı üzere, çocuklar için sosyal, duygusal ve bilişsel becerilerin gelişmesinde en kritik aşamayı temsil etmektedir. Anne babaların, çocukların dijital ortamlarda geçirdikleri zamanı kontrol etmesi ve planlaması gerekmektedir. Dijital ebeveynlik, tam anlamıyla çocuklar için sağlıklı dijital alışkanlık geliştirme yolunda öncülük etmek ve bu süreci iyi yönetmek anlamına gelmektedir. Dijital dünyanın içine doğan yeni

neslin, dünyayı anlama biçimleri bu yönde evrilmiş ve ebeveynler için bu yeni pratikleri görmezden gelmenin gerçekçi bir tavır olmadığı görülmüştür. Dijital göçmenler olarak ebeveynler, dijital dünyanın yerlileri çocuklarını kontrol etmeye çalışırken, öncelikli olarak yerine getirmeleri gereken husus dijital dünyada kendi geçirdikleri zamanı planlamak, çocukları sosyal medya platformlarında paylaşırken dikkatli olmak ve sosyal platformları kullanırken çocuklarını ihmal etmemektir. Bu noktada, anne babaların ilk olarak kendilerinin sağlıklı dijital alışkanlıklar geliştirmesi gerekmektedir.

Çocukların dijital ortamlarda sağlıklı alışkanlıklar geliştirmesi, hayatın tamamına yayılması gereken bir süreçtir. Bu nedenle, ailede başlayan mahremiyet eğitimlerinin okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde çeşitli yöntemlerle devam etmesi ve ebeveynlerin üstlendiği sorumluluğun öğretmenler tarafından da üstlenilmesi gerekmektedir. Afyonkarahisar'da il merkezinde tüm okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve liselerde öğretmen, veli ve öğrencilere yönelik düzenlenen Dijital Mahremiyet Eğitimleri, çocuklara kazandırılması gereken bu becerilerin okul ortamında da devam etmesini sağlamaktadır. Özellikle öğretmen ve velilerin eğitilmesi, onlara ne yapacaklarının aktarılması konusunda bu eğitim modeli, tüm gruplar için önemli bir kazanım sağlamıştır. Dijital mahremiyet, ihmal ve istismar, siber zorbalık gibi konularda yapılan sunumlar, dijital dünyanın iyi yönetilmesi için kritik öneri ve ikazları içermektedir. Bu tür eğitim programları kapsamında daha fazla öğrenci, öğretmen ve veliye ulaşılması ve tüm gruplara belirli periyotlarda bu eğitim verilmesi gerekmektedir. Dijital mahremiyet eğitimleri, öğrencilerin, öğretmenlerin ve velilerin en azından dijital dünyanın ne gibi riskler ve tehlikeler barındırdığını görmeleri için son derece önemlidir. Korkutucu örnekler vermek yerine, daha gerçekçi bir bağlamda, çocukların dijital yabancılarla olan sınırlarının iyi tayin edilmesi ve buna yönelik önlem alınması, eğitimin temel amaçları arasında olmalıdır. Bugünün çocuklarının dijital mahremiyetlerinin bilincinde olması, ilerleyen yıllarda dijital dünya ile olan ilişkilerimizin daha sağlıklı bir zemine oturmasında yardımcı olacaktır. Sürekli güncellenen dijital dünyada, 'hayat boyu öğrenme' yoluyla ebeveyn ve çocukların bilgilerinin taze tutulması ve değişen içerik ve modellere karşı okullarda uygun eğitimlerin yapılması zorunlu görünmektedir.

Dijital dünyada mahremiyet, ihmal ve istismarlara yönelik eğitimlerin, aileler ve okulda öğretmenler aracılığıyla devam etmesi ve çocukların dijital aygıtları kullanmaya başladığında temel hak ve sorumlulukları bilerek bu dünyaya adım atmaları sağlanmalıdır. Gündelik hayatta hem ebeveynler hem de çocuklar için dijital aygıtlardan kaçmanın mümkün olmadığı bir gerçektir. Ancak bu dijital dünyayı görmezden gelmek yerine, öncelikle ebeveynlerin ve daha sonra çocukların bu

platformlarla sağlıklı kullanım alışkanlıkları geliştirmesi ve teknolojiyi salt tüketim odaklı değil aynı zamanda üretmek ve eleştirel okumaya tabi tutarak tüketmesi hedeflenmelidir.

Çalışma kapsamında görüşme gerçekleştirilen İl Millî Eğitim Müdürlüğü, İl Emniyet Müdürlüğü ve Devlet Hastanesi yetkililerinin de ifade ettiği üzere, okullarda veya diğer eğitim alanlarında ebeveynlere, çocuklara ve öğretmenlere dijital mahremiyet eğitiminin verilmesi, yazılı ve görsel basında kamu spotları, kısa filmler gibi içeriklerle bu eğitimlerin desteklenmesi gerekmektedir. Özellikle Medyanın gündem yaratma ve kamuoyu oluşturma işlevleri gereğince bu konuyu içeriklerinde ele alması, hedef kitlelere duyurması ve anlatması oldukça önemlidir. Çalışma neticesinde varılan en önemli sonuç, dijital dünyada mahremiyetin sağlanması, sağlıklı bir ebeveynlik ve güvenli bir teknoloji kullanımı üzerinde, toplumun tüm paydaş ve araçlarıyla iş birlikçi bir yöntemle çalışılması gerekliliğidir. Devlet, sivil toplum ve medya aktörlerinin her birinin bu becerilerin kazanılmasında önemli görev ve sorumlulukları vardır ve bu hedefin paydaşları olarak birlikte hareket etmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla, sağlıklı, güvenli ve yasal bir teknoloji kullanımı çok kapsamlı ve çok aktörlü bir çalışma etiğine ihtiyaç duymaktadır.

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

- Akın, M.H. (2022). Ailede Mahremiyet. H. Şule Albayrak, (Der.), Tüm Yönleriyle Mahremiyet içinde (ss. 389-403). Ankara, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.
- Aslanyürek, M. (2016). İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının internet güvenliği ve çevrim içi gizlilik ile ilgili kanaatleri ve farkındalıkları. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3(1), 80-106.
- Baştürk, E. (2020). Çevrim içi Riskler ve Siber Zorbalık. İstanbul: Elma Yayınevi.
- Belsey, A. and Chadwick, R. (1992). Ethical Issues in Journalism and the Media. Oxfordshire: Routledge.
- Belsey, Andrew ve Ruth Chadwick (2011). Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar. (Nurcay Türkoğlu, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.

- Cenazede Selfie Çılgınlığı, (2023). (<https://www.haberturk.com/yazarlar/esin-ovet-1064/2303236-cenazede-selfie-cilginligi> adresinden 25.08.2023 tarihinde erişilmiştir).
- Çakır, S. (2015). 4-6 yaş aralığındaki çocuklara mahremiyet eğitimi verilmesinde din eğitiminin rolü (Sivas Örneği). Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sivas.
- Çalışkan, H. (2019). Okul öncesi dönemde çalışan öğretmenlerin mahremiyet eğitimi konusunda bilgi düzeylerinin belirlenmesi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Konya.
- Çocuklar, Facebook'ta Fotoğraflarını Paylaşan Ailelerine Dava Açabilir, (2023). https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160302_facebook_ebeveynlere_uyari adresinden 10.09.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Digital 2023, Global Overview Report. Published by Meltwater in January 2023.
- Dijital Çağda Ebeveynlik Belgeseli, (2021). <https://www.trtizle.com/programlar/dijital-cagda-ebeveynlik/dijital-cagda-ebeveynlik-2-bolum-8690386>
- Dinç, M. (2015). Teknoloji Bağımlılığı ve Gençlik. Gençlik Araştırmaları Dergisi, 3(3), 31-65.
- Duran, H. E. (2018). Değerler Eğitimi Bağlamında Mahremiyet Eğitimi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Samsun. Türkyılmaz, Z. (2014). 3-6 Yaş grubu çocuğu olan ebeveynlerin mahremiyet eğitimine dair bilgilerinin incelenmesi (Üsküdar örneği). Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Düzgüner, S. (2022). Mahremiyetin Tanımı, Sınıflandırılması ve Boyutları. H. Şule Albayrak (Der.), Tüm Yönleriyle Mahremiyet içinde (ss. 19-36). Ankara, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.
- Fisher, M. (2020). Kapitalist Gerçekçilik: Başka Alternatif Yok mu?. (Gül Çağalı Güven, Çev.). İstanbul: Habitus Kitap.
- Ginott, H. G. (2020). Anne, Baba ve Çocuk Arasında. (Arzu Tüfekçi, Çev.). İstanbul, Okuyan.
- Goodwin, K. (2019). Dijital Dünyada Çocuk Büyütmek: Teknolojiyi Doğru Kullanmanın Yolları. (Tülin Er, Çev.). İstanbul: Aganta Kitap.
- Hürriyet. Ailesini Facebook Fotoğrafları Yüzünden Mahkemeye Verdi, (2023). (<https://www.hurriyet.com.tr/dunya/avusturyada-iliginc-dava-ailesini-facebook-fotograflari-yuzunden-mahkemeye-verdi-40223889> adresinden 15.08.2023 tarihinde erişilmiştir).
- Koçoğlu, E. ve Avcı, Y.E. (2022). Okul Müdürlerinin Görüşleri Doğrultusunda Türkiye'de Mahremiyet Eğitimi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 54, 385-409.

- Palmer, S. (2019). Zehirlenen Çocukluk: Modern Dünyanın Çocuklar Üzerindeki Zararlı Etkileri. (Özge Çağlar Aksoy, Çev.). İstanbul: İletişim.
- Pembecioğlu, N. (2022). Çocuk ve Dijital Mahremiyet. H. Şule Albayrak (Der.), Tüm Yönleriyle Mahremiyet içinde (ss. 215-248). Ankara, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, MCB University Press, 9 (5), October.
- Rezgui, A., Bouguettaya, A. ve Eltoweissy, M.Y. (2003). Privacy on the Web: Facts, Challenges, and Solutions, IEEE Security and Privacy. 40–49.
- Sayar, K. ve Benli, S. (2020): Dijital Çocuk. İstanbul: Kapı.
- Sayar, K. ve Yalaz, B. (2019). Ağ: Sanal Dünyada Gerçek Kalmak. İstanbul: Kapı.
- Schmidt, M.K. (2020). Ekran Çocukları. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Solove, D. J. (2002). Conceptualizing privacy. California Law Review, 90 (4), 1087-1156.
- Soria-Comas, J. and Domingo-Ferrer, J. (2016). Big Data Privacy: Challenges to Privacy Principles and Models, Data, Science and Engineering, 1 (1): 21-28.
- Steyer, J. P. (2014). Facebook Çağında Çocuk Büyütmek. (Arzu Birkan, Çev.). İstanbul, Doğan Kitap.
- Şişman, N. (2022). Dijital Çağ, Zamanın Hızlanması ve Yönetilmesi. Dijital Çağ ve Dönüşen Dünya içinde, Anadolu Buluşmaları Sempozyumu 16.
- Tarhan, N. (2018). Bilinçli Aile Olmak: Ailede Fırsat Eğitimi. İstanbul: Timaş.
- Uyan, S. (2019). Dijital Dünyada E-beveyn Olmak. İstanbul: Timaş.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, M. (2009). Mahremiyet Haklarına ve Bireysel Özgürlüklere Felsefi Yaklaşımlar. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 64 (1), s. 275-298.



Dijital Ebeveynlik ve Reklamcılık Odağındaki Araştırmaların Bibliyometrik İncelemesi: Mevcut Eğilimler ve Gelecek Yönelimleri

Hediye AYDOĞAN*

Öz

Dijital reklamcılık alanında yapılmış çalışmaların odak noktası olan çocukların bilinçlendirilmesi yönünde önemli sorumluluklar üstlenen ebeveynlerin dijital çağla birlikte edinmesi gereken dijital ebeveynlik nitelikleri önem kazanmış ve çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Ancak bu eksende alanda yürütülen araştırmaların temel noktalarını belirleyen ve gelecek yönelimlerine ışık tutan çalışmalara rastlanmamıştır. Bu araştırmanın amacı, dijital ebeveynlik ve reklamcılık konulu mevcut akademik araştırmalardaki önemli eğilimleri niceliksel olarak değerlendirmek ve gelecekteki araştırmalar için alanyazındaki boşlukları tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda, WEB of Science ve Scopus veri tabanlarında taranan 1830 çalışma BiblioShiny ve VOSViewer uygulamalarında bibliyometrik olarak incelenmiştir. Performans analizi ve bilim haritalama yoluyla ulaşılan bulgular en üretken ülkelerin Amerika ve Avustralya olduğunu, 2010 yılı sonrasında yayın ve atıf sayılarının arttığını, önde gelen dergilerin fen bilimleri dergileri olduğunu, ülkeler arasında işbirliklerin çoğunlukla gelişmiş ülkeler arasında yapıldığını, yıllar içinde tütün, alkol ve gıda reklamlarının yerini sosyal medya reklamlarındaki beden imgesine bıraktığını ve son dönemlerde covid-19 salgınının alanyazında etkisini hissettirdiğini göstermiştir. Gelecek araştırmaların salgın sonrası dönemde dijital ebeveynlerin reklam okuryazarlığı becerileri geliştirilmesi, algoritmalar, yapay zekâ ve toplumsal cinsiyet konusuna odaklanması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ebeveynlik, Reklamcılık, Bibliyometrik Analiz, Performans Analizi, Bilim Haritalama

*Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü,
hediyeaydogan@akdeniz.edu.tr

Aydoğan, H. (2023). Dijital Ebeveynlik ve Reklamcılık Odağındaki Araştırmaların Bibliyometrik İncelemesi: Mevcut Eğilimler ve Gelecek Yönelimleri. TRT Akademi, 08 (19), 876-903. DOI: 10.37679/trta.1328217

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 16.07.2023

Revizyon Tarihi: 21.08.2023

Kabul Tarihi: 04.09.2023

ORCID: 0000-0001-9696-8742

DOI: 37679/trta.1328217

A Bibliometric Analysis of Research on Digital Parenting and Advertising: Current Trends and Future Directions

Hediye AYDOĞAN

Abstract

The digital parenting qualities that parents, who take important responsibilities in raising the awareness of children, which are the focus of studies in the field of digital advertising, should acquire with the digital age, have gained importance and various studies have been carried out. However, to this end, no studies have been found that determine the main points of the research carried out in the field and shed light on the future directions. This study aims to quantitatively assess the current trends in the digital parenting and advertising research and identify potential gaps for future research. Thus, bibliometric analysis of 1830 documents extracted from WoS and Scopus was conducted on BiblioShiny and VOSViewer. The findings obtained through performance analysis and science mapping indicated that the most productive countries were US and Australia; the number of publications and citations increased after 2010; leading sources were those in the field of life sciences; country collaborations were mostly among developed countries; the tobacco, alcohol and food advertising was replaced by body image conveyed through social media advertising, and COVID-19 pandemic had a tremendous impact on recent research. Further research is recommended that they focus on the advertising literacy of digital parents and the issues of gender, algorithms, and artificial intelligence.

Keywords: Digital Parenting, Advertising, Bibliometric Analysis, Performance Analysis, Science Mapping

Research Paper

Received: 16.07.2023

Revised: 21.08.2023

Accepted: 04.09.2023

1. Giriş

İnternet, insan yaşamının farklı dönemlerinde farklı anlamlar kazanmıştır. 1995-2010 yılları arasında sadece bir grup insanın kullandığı araç olmanın ötesine giderek, özellikle ilk benimseyenleri olan çocuklu aileler başta olmak üzere neredeyse herkes için bilgi ve eğlence kaynağına dönüşmüştür (de Haan vd, 2018, s. 158). Bilgi ve eğlence kaynağı olan bu yeni ortam, reklamcılar için ticari ve kapitalist mesajlarını yaymak için son derece kıymetli bir alan olarak değerlendirilmiş ve örtülü veya açık bir şekilde birçok biçimde hem çocukları hem de yetişkinleri hedefine almıştır (Ahn, 2022, s. 108; Aydoğan, 2021, s. 507; Bugge, 2009, s. 11). Bu bağlamda, çeşitli sebeplerle internet, dijital medya ve dijital reklamla etkileşime geçen çocukların bu etkileşimi nasıl gerçekleştirdiği ve ailelerinin refahı için bu etkileşimi yönlendirmekle (Barnes ve Potter, 2020, s. 6; de Pelsmacker vd., 2021, s. 108; Livingstone ve Helsper, 2008, s. 3) sorumlu tutulan ebeveynlerin ne tür davranışlar sergilediği ve nasıl tepki verdiği farklı disiplinlerden araştırmaların odak noktası olmuştur. Özellikle, bu yüzyıla damgasını vuran covid-19 salgınında tedbir amaçlı uygulanan karantinalar, dünya çapındaki tüm çocukların hem oyun hem de öğrenme süreçlerini ev içinde dijital araçlarla yürütmelerine yol açınca, ebeveynlerin bu tarihi dönüşümde önceki dönemlere kıyasla dijital teknolojiyle daha çok etkileşim kurmaya zorlanması (Modecki vd., 2022, s. 1674; Nichols ve Selim, 2022, s. 1) ve evde dijital ebeveynlik uygulama çabaları (Cao vd., 2021, s. 2401; Nansen ve Jayemanne, 2016, s. 589) akademik ilgiyi üstüne çekmiştir.

2010'lu yıllardan sonra hem Türkiye'de hem de dünyada ciddi bir artış gösteren dijital teknoloji kullanımına (Kaya ve Mutlu Bayraktar, 2021, s. 1051) bağlı olarak ebeveynler dijital çağdaki ebeveynliği dijitalleşmenin olmadığı dönemlerdeki ebeveynlikten daha zor bulmaktadır (de Haan vd., 2018, s. 161; İnan-Kaya vd., 2018, s. 133; Levy, 2017, s. 1). Dijital teknolojinin beraberinde getirdiği olanakların yanı sıra riskler, bu çağın ebeveynlerine önceki çağlara nispeten daha fazla sorumluluk yüklemektedir (Barnes ve Potter, 2020, s. 6; de Pelsmacker vd., 2021, s. 108; Fidan vd., 2021, s. 834; Fidan ve Seferoğlu, 2020, s. 353; Kabakçı Yurdakul vd., 2013, s. 888).

Dijital medya araçlarının çocuklar ve gençler tarafından gereğinden fazla kullanılmasına bağlı olarak çeşitli riskler gündeme gelmektedir. Bu riskler arasında dijital medyanın çocuklar ve gençler üzerindeki olumsuz fiziksel etkileri; bilişsel, sosyal ve duygusal gelişimlerine yönelik olumsuz etkileri; zararlı içeriklere ve siber zorbalığa maruz kalma; sosyal ve oyun aktivitelerinin yerine geçme ve dijital medyanın yoğun kullanımı sonucu dijital bağımlılık (Kaya ve Mutlu Bayraktar, 2021, s. 1052) bulunmaktadır. Riskler çeşitli olunca, bunlara yönelik ebeveynlerin uygulayacağı dijital ebeveynlik uygulamaları da çok yönlülük ve çeşitlilik göstermektedir.

Çocukların teknoloji kullanımını denetlemeyi, kurallar getirmeyi ve uygulamayı, dijital beceri eğitimi vermeyi, çevrim içi eğitimleri araştırmayı ve çevrim içi fırsatlardan faydalanmayı (Modecki vd., 2022, s. 1674) içeren dijital ebeveynlik uygulamaları, başta cep telefonları olmak üzere (Jensen vd., 2021, s. 2; Kaya ve Mutlu Bayraktar, 2021, s. 1052; Yaman vd., 2019, s. 150) çeşitli teknolojik araçlarla dijital medyaya sıklıkla erişim sağlayan ve bu medya araçlarını yoğun kullanan çocuklar, ergenler ve gençler üzerinde gerçekleştirilmesi kolay olmayan uygulamalardır. Bunun sebebi olarak dijital araçlarla donatılmış bir dünyanın içine doğmuş olan çocukların, ergenlerin ve gençlerin ebeveynlerine kıyasla dijital teknoloji ve medya konusunda daha fazla düzeyde bilgi ve anlayış sahibi olması (Sadiku vd., 2017, s. 6454; Sonck vd., 2011, s. 3) veya kendilerini bu yeterlilikte görmeleri gösterilmektedir. Buradan hareketle, ebeveynlerin bu çağın kendileri karşısına çıkardığı her türlü (dijital içerik, dijital reklam, vs.) risk ve sorunla başa çıkabilmeleri için dijital ebeveynliği tam anlamıyla yerine getirmeleri gerektiği (Kabakçı Yurdakul vd., 2013, s. 888) üzerinde durulmaktadır.

Akademik alanyazında sıklıkla tartışılan dijital ebeveynlik kavramı, çocuklarının dijital teknoloji kullanımına ebeveynlerin katılım biçimlerinin yanı sıra günlük eylemlerinde ve ebeveynlik uygulamalarında ebeveynlerin dijital teknolojiyi kullanım biçimlerini (Mascheroni vd., 2018, s. 9; Thimm, 2023, s. 41) ifade etmektedir. Dijital ebeveynlerin sahip olması gereken temel birkaç nitelik şunlardır (Cao vd., 2021, s. 2402; Fidan ve Seferoğlu, 2020, s. 353; Kurtdede Fidan ve Olur, 2023, s. 2; Küçükoba, 2023, s. 7):

- Dijital çağın gereksinimlerine uygun biçimde davranış sergileyen,
- Dijital araçlar üzerinde temel düzeyde hâkimiyet kurabilen,
- Dijital ortamlardaki olanak ve risklerin farkında olan,
- Dijital ortamlardaki riskler karşısında çocuklarını koruyup savunabilen,
- Dijital ortamlardaki gelişimlere açık olan,
- Dijital ortamlarda saygılı davranmayı çocuklarına öğreten.

Bu niteliklere bağlı olarak, dijital ebeveynlerin sergilemesi gereken temelde beş role (“okuryazarlık”, “farkındalık”, “kontrol”, “etik”, “yenilikçilik”) değinilmektedir. İlki, ebeveynlerin çocuklarına dijital araç kullanım süresi, amacı ve etik davranışlar açısından rol model olacak şekilde davranmasına (Şimşek vd., 2023, s. 3) olanak tanıyacak dijital okuryazarlık becerilerini kazanmasıdır (Yay, 2019, s. 15). Dijital okuryazar olmakla bağlantılı olarak ve dijital okuryazar olmanın yanı sıra, ebeveynlerin dijital ortamlarda karşılaşılabilecek olanak ve riskler konusunda farkındalık geliştirmesi (Sadiku vd., 2017, s. 6455; Şimşek vd., 2023, s. 3) gerekmektedir. Son-

raki rolü olarak çocuklarının dijital ortamlarda geçirdiği süre ve karşılaştığı içerik konusunda kontrol sahibi olması (Sadıku vd., 2017, s. 6454; Şimşek vd., 2023, s. 4; Yay, 2019, ss. 16-17) beklenmektedir. Bu rollerin yanı sıra, ebeveynlerin etik rollerine bağlı olarak, internetteki bireylerin hak ve onuruna, gizliliğine ve fikri mülkiyetine saygılı davranacak şekilde çocuklarını yetiştirmesi ve bu yönde davranmaya devam etmeleri için teşvik etmesi (Kabakçı Yurdakul vd., 2013, s. 893; Yaman vd., 2022, s. 2; Yay, 2019, s. 17) gerekmektedir. Son olarak, ebeveynlerin yenilikçilik rolü, ebeveynlerin dijital teknoloji ve medyadaki tüm yeniliklere yönelik ilgi göstermesini ve bu yenilikleri güncel olarak takip ederek bu yeniliklerin faydalı ve zararlı yönleri konusunda farkındalık geliştirmesini (Yaman vd., 2022, s. 2; Yay, 2019, s. 17) içermektedir. Dijital reklamcılık özelinde bu roller dikkate alındığında, özellikle dijital okuryazarlık rolü kapsamında değerlendirilecek dijital reklam okuryazarlığı becerilerini geliştirerek ebeveynlerin dijital reklamları çeşitli önleyici uygulamaları kullanarak engellemenin yanı sıra dijital reklam deneyimleri esnasında çocuklarını da kontrol etmeleri önem kazanmaktadır. Ayrıca, dijital reklamlarla karşılaştıklarında dijital hak ve sorumluluklarını bilmeye yönlendirmek ve yeni dijital reklam türlerinin neler olduğunu takip ederek bunların yaratabileceği olanak ve risklerin farkında olmak dijital ebeveynlerin dijital reklamcılık söz konusu olduğunda üstlenmeleri gereken önemli sorumlulukları olarak görmek gerekmektedir.

Ebeveynlerin dijital çağın gereksinimlerine göre dijital ebeveynlik rollerini etkili bir şekilde kazanıp gerçekleştirebilmeleri için dijital ebeveynlik programları uygulanmaktadır. Eğitimin planlanması, gerçekleştirilmesi ve akreditasyonunun sebep olduğu yüksek maliyetler sebebiyle düşük ve orta gelire sahip ülkelerde uygulama sorunlarıyla karşılaşmaktadır ve dijital medya ve reklamların yaratabileceği sorunları önlemeye yönelik hizmetler nispeten düşük bir alana (Hillis vd., 2016, s. 7; Knerr vd., 2013, s. 352) ulaşabilmektedir. Bunun da etkisiyle sınırlı ebeveynlik programlarının etkisine yönelik araştırmaların yetersiz kaldığı (Awah vd., 2022, s. 108) görülmektedir.

Alan yazında bu çalışmanın kapsamına giren dijital ebeveynlik konusu üzerine yapılmış bibliyometrik, sistematik veya meta-analiz çalışmalarının (Modecki vd., 2022; Nichols ve Selim, 2022; Wahyuni vd., 2023; Wahyuningrum vd., 2020) sayıca yetersizliği dikkat çekmektedir. Bu çalışmaların çoğunluğunun ebeveyn arabuluculuk ve ebeveynlik stilleri odağında ilerlediği veya kapsamını dar tuttuğu görülmüş ve reklamcılık özelinde dijital ebeveynlik meselesini irdeleyen herhangi bir çalışmanın olmadığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı dijital ebeveynlik ve reklamcılık odağındaki alanyazındaki çalışma durumunu ve eğilimlerini tespit etmek ve gelecek çalışmalar için potansiyel araştırma odakları-

nı sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

AS.1: Dijital ebeveynlik ve reklamcılık odağındaki çalışmalara ilişkin mevcut durum nedir?

AS.2: Dijital ebeveynlik ve reklamcılık odağındaki çalışmalarda ne tür eğilimler görülmektedir?

AS.3: Dijital ebeveynlik ve reklamcılık araştırma alanında potansiyel araştırma konuları nelerdir?

2. Yöntem

Araştırma amacı doğrultusunda belirlenen araştırma sorularını yanıtlamak amacıyla bu çalışmada dijital ebeveynlik ve reklamcılık konulu akademik yayınlar bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Bibliyometrik analiz, belirli bir alandaki bilimsel yayınların yer aldığı büyük hacimli verileri kapsamlı bir şekilde incelemeyi ve bu alandaki yayınların temel özelliklerini ortaya koymayı (Donthu, Kumar, vd., 2021, s. 205) mümkün kılan yöntemlerden biridir. Söz konusu alanın geçirdiği süreci açıklamayı sağlayan bibliyometrik analiz yöntemi, ayrıca bu alanın eğilimlerini gözler önüne sermeyi ve incelenen alanın mevcut alanyazındaki entelektüel yapısını belirlemeyi (Donthu, Reinartz, vd., 2021, s. 237; Verma vd., 2023, s. 2) sağlamaktadır. Araştırmacıların söz konusu alanın tek seferde haritasını çıkarmasına, bilgi açıklarını ve incelemeye açık alanlarını tespit etmesine olanak tanınması sebebiyle incelenen alanın yenilikçi ve anlamlı bir biçimde iletilmesi için sağlam temeller sağlayabilen (Ball, 2018, s. 10; Patil ve Rahman, 2022, s. 6) bibliyometrik analiz, tüm bu özellikleri dikkate alınarak, dijital ebeveynlik ve reklamcılık kesişimindeki bilimsel alanın titiz ve kapsamlı bir incelemesini sunabilmek amacıyla bu çalışmada uygun bir yöntem olarak görülmüştür.

2.1. Veri Toplama Süreci

Bibliyometrik analiz yoluyla dijital ebeveynlik ve reklamcılık odaklı akademik yayınların mevcut resmini sunup gelecekteki çalışmalara söz konusu alanla ilgili potansiyel temaları ve geliştirilmeye açık yönleri işaret etmeyi amaç edinen bu çalışmada, incelenecek veriler 11 Temmuz 2023 tarihinde WEB of Science (WoS) ve Scopus veri tabanlarından elde edilmiştir. WoS, dünyadaki ilk atıf endeksi kurucusu Dr. Eugene Garfield tarafından 1900'lü yıllarda oluşturulan ve 250'den fazla kategoride yirmi bini aşkın bibliyometrik yayın barındırması (Ball, 2018, s. 11) dolayısıyla en çok tercih edilen ve güvenilir görülen (Gasparyan vd., 2013, s. 1271) veri tabanlarından biri iken, yine güvenilirliği ve tercih edilirliliği yüksek olan

Scopus ise 2004 yılından bu yana Elsevier tarafından yönetilen ve yirmi bini aşkın dergiyi, yaklaşık 300 adet yayıncıyı ve yaklaşık bin tane kitap serisini içeren kaynak bağımsız özet ve atf veri tabanı (Ball, 2018, s. 12; Garrigos-Simon vd., 2018, s. 4) olarak bibliyometrik analiz çalışmalarında sıklıkla kullanılmaktadır. Bu veri tabanlarında çalışma kapsamına girecek yayınları belirlemek amacıyla tarama yapılacak anahtar kelimeler belirlenirken, Modecki ve meslektaşlarının (2022) dijital ebeveynlik üzerine yürüttüğü sistematik analiz çalışması bir dayanak noktası olarak belirlenmiş; mevcut çalışmanın amaçları ve belirlediği sorular doğrultusunda bu çalışmadaki arama sözcükleri revize edilerek veri tabanlarındaki arama satırına mevcut çalışmayla ilgili daha kapsamlı bir arama yapabilmek adına başka anahtar kelimeler ("mom*", "dad*", "mother*", "father*", "advertis*") eklenmiştir. Veri tabanlarında tarama esnasında kullanılan anahtar kelimeler aşağıda sunulmuştur:

WOS

TS=[("Internet" OR "Cell Phone" OR "computer mediated communication" OR "Social Media" OR "SNS" OR "social networking site*" OR "Social network site*" OR "cyber" OR "online" OR "mobile phone*" OR "Digital" OR "Smartphone*" OR "GPS" OR "Digital media" OR "CMC") AND ("Child*" OR "Adolescent*" OR "Juvenile*" OR "Teen*" OR "Youth") AND ("Parent*" OR "Family" OR "mother*" OR "father*" OR "mom*" OR "dad*" OR "Mediation" OR "Restriction" OR "Monitoring" OR "Involvement" OR "Support" OR "Rule*" OR "Supervision" OR "Limit" OR "Control") AND ("advertis*")]*

Scopus

(TITLE-ABS-KEY ("Internet" OR "Cell Phone" OR "computer mediated communication" OR "Social Media" OR "SNS" OR "social networking site*" OR "Social network site*" OR "cyber" OR "online" OR "mobile phone*" OR "Digital" OR "Smartphone*" OR "GPS" OR "Digital media" OR "CMC") AND TITLE-ABS-KEY ("Child*" OR "Adolescent*" OR "Juvenile*" OR "Teen*" OR "Youth") AND TITLE-ABS-KEY ("Parent*" OR "Family" OR "mother*" OR "father*" OR "mom*" OR "dad*" OR "Mediation" OR "Restriction" OR "Monitoring" OR "Involvement" OR "Support" OR "Rule*" OR "Supervision" OR "Limit" OR "Control") AND TITLE-ABS-KEY ("advertis*"))*

WoS ve Scopus veri tabanlarında gerçekleştirilen tarama neticesinde WoS'ta 1100 yayına ve Scopus'ta 1406 yayına ulaşılmıştır. Veri tabanlarının taranmasında herhangi bir filtre (yayın yılı, ülke, dil, yayın türü, WoS kategorisi, dergi, vs.) uygulanmamış ve toplam 2506 yayına ilişkin veriler .bib ve .txt dosyası olarak indirilmiştir. .bib verileri RStudio'da birleştirilmiş ve birleştirme esnasında 658

tekrarlayan yayın silinmiştir. Birleştirilen dosya yazar tarafından incelenmiş ve 18 tekrarlayan yayın dosyadan kaldırılmıştır. Bu işlemin ardından geriye kalan 1830 çalışma, .bib dosyası olarak kaydedilmiştir. VOSViewer için gerekli .txt dosyaları, TeXStudio programı kullanılarak birleştirilmiştir.

2.2. Veri Analizi Süreci

Veriler BiblioShiny ve VOSViewer uygulamalarında performans analizi (*performance analysis*) ve bilim haritalama (*science mapping*) teknikleri kullanılarak bibliyometrik analize tabi tutulmuştur.

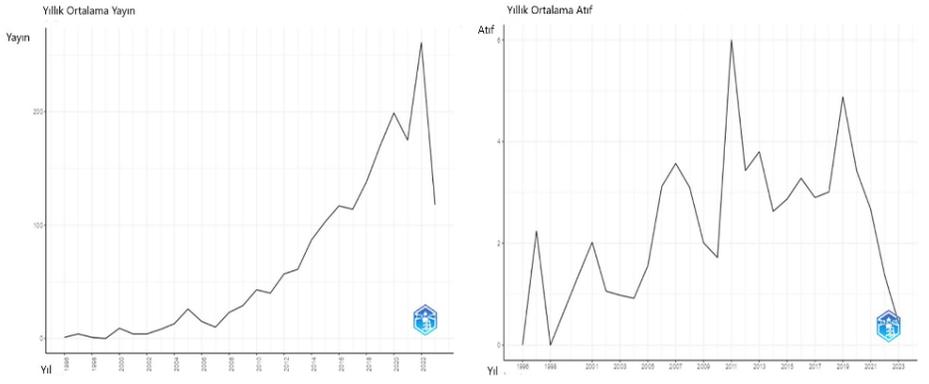
Performans analizi, ele alınan konuda yürütülmüş yayınların alana katkılarını betimsel olarak araştırmacıların incelemesine yardımcı olurken, ilgili yayınların yazar, kurum, ülke, dergi, atf ve iş birliği gibi özelliklerine ilişkin genel bir resmi ortaya koymaktadır (Cobo vd., 2011, s. 147; Ramos-Rodríguez ve Ruiz-Navarro, 2004, s. 981). Bilim haritalama ise, ilgili alandaki yayınlara ait özellikler arasındaki ilişkileri atf analizi (*citation-analysis*), birlikte atf analizi (*co-citation analysis*), bibliyografik eşleşme (*bibliographic coupling*), ortak kelime analizi (*co-word analysis*) ve ortak yazarlık analizi (*co-authorship analysis*) gibi alt-teknikleri ağ analizi (*network analysis*) ile birleştirerek incelemekte ve araştırmacıların ilgili alandaki bibliyometrik ve entelektüel yapıyı belirlemesini (Kent Baker vd., 2020, s. 234) sağlamaktadır. Bu çalışmada performans analizi, atf analizi, ortak kelime analizi ve ortak yazarlık analizi için BiblioShiny'den, bilim haritalamadaki diğer analizlerden birlikte atf ve bibliyografik eşleşme analizleri için VOSViewer'dan faydalanılmıştır.

3. Bulgular

Analize dahil edilen yayınlar arasında 1996-2023 yılları arasında hazırlanmış 1487 araştırma makalesi, 150 derleme makale, 100 konferans yayını, 47 kitap bölümü, 14 kitap, 13 not, 9 editör yazısı, 8 editöre mektup ve 2 kısa tarama yazısı yer almaktadır. Alanın yıllık büyüme oranı %19,33 olarak saptanmıştır.

3.1. Performans Analizi Bulguları

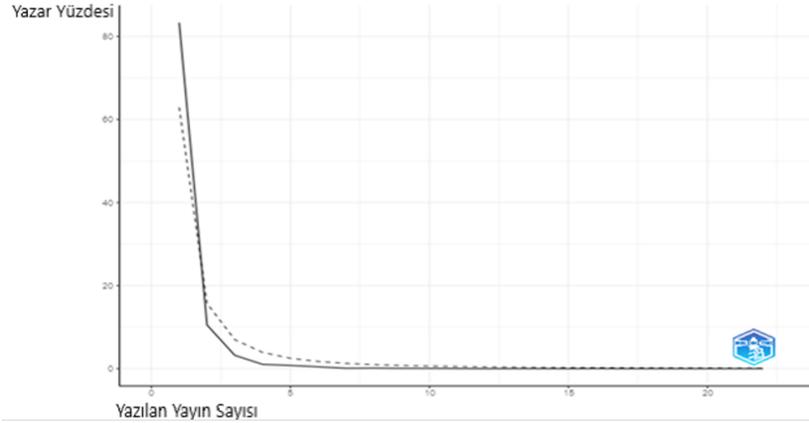
Dijital ebeveynlik ve reklamcılık odağında hazırlanmış yayınlar yıllara göre sayıca değerlendirildiğinde, 2010 yılından sonra bu konudaki yayınların ivme kazandığı görülmüş ve en çok 2022(f=261) yılında yayına rastlanmıştır. 1996 yılında karşılaşılan ilk yayından sonra 2000 yılına kadar az sayıda yayın görülsede kayda değer sayıda yayının 2010 yılı sonrasında olduğu tespit edilmiştir. Yıllara göre atf durumu dikkate alındığında, atfların dalgalanma yaşadığı ve en fazla atfın 2011(f=78) yılında alındığı ve atfların 2019 yılı sonrasında azalma eğilimi gösterdiği saptanmıştır.



Şekil 1. Yıllara Göre Ortalama Yayın ve Atıf Sayısı

Veriler incelendiğinde, alanda yayın yapan 6304 yazarın yer aldığı görülmüştür. Alana katkıda bulunan yazarlar açısından betimsel bir değerlendirme yapıldığında, dijital ebeveynlik ve reklam alanında en çok yayın yapan yazar B. Kelly'yi (TY= 22; TA=953; YBY=2008), sırasıyla D. Vallone (TY=17; TA=447; YBY=2010), E. Boyland (TY=16; TA=697; YBY=2012), J. Harris (TY=16; TA=568; YBY=2011), K. Chapman (TY=16; TA=457; YBY=2008), S. Emery (TY=15; TA=655; YBY=2014), S. Pettigrew (TY=14; TA=164; YBY=2013), B. Freeman (TY=13; TA=517; YBY=2008), M. Scully (TY=13; TA=273; YBY=2010) ve M. Wakefield (TY=12; TA=241; YBY=2010) takip etmektedir. Ancak en çok atıf alan yazar listesi, en çok yayın yapan yazar listesinden farklılaşmaktadır. Öyle ki, dijital ebeveynlik ve reklam alanında en fazla atıfa sahip ilk on yazar listesinin başında K. Clarke-Pearson (TY=4; TA=2063; YBY=2010) ve G. O'Keeffe (TY=4; TA=2063; YBY=2010) yer alırken, onları sırasıyla M. Hogan (TY=2; TA=1624; YBY=2011), A. Brown (TY=9; TA=1454; YBY=2006), K. Nelson (TY=6; TA=1354; YBY=2006), D. Mulligan (TY=4; TA=1347; YBY=2006), T. Altmann (TY=3; TA=1215; YBY=2010), D. Christakis (TY=3; TA=1215; YBY=2010), H. Falik (TY=3; TA=1215; YBY=2010) ve A. Levine (TY=2; TA=1076; YBY=2011) izlemektedir.

Yazarların bilimsel bakımdan üretkenliğini tespit etmek üzere bibliyometrik araştırmalarda Lotka Yasası'na başvurulmaktadır (Thompson ve Walker, 2015, s. 552). Bu yasaya göre, belirli bir bilimsel alanda yayın yapan toplam yazar sayısının %60'lık bir kısmı alana tek bir yayını ile katkıda bulunurken, %15'lik kısmı iki yayını ve %7'lik bir kısmı da üç yayını ilgili alana sunmaktadır (Kumar Patra ve Mishra, 2006, s. 485; Thompson ve Walker, 2015, s. 553). Dijital ebeveynlik ve reklamcılık literatüründe yayın yapan yazarların alana katkı oranı dikkate alındığında, alanda bir yayını bulunan yazarların oranı %83, iki yayını bulunan yazarların oranı %10 ve üç yayını bulunan yazarların oranı ise %3 olarak saptanmıştır.



Şekil 2. Yazarların Lotka Yasası'na Göre Verimlilik Düzeyi

1996-2023 yılları arasında ilgili alanda yapılan yayınlar toplamda 924 dergide yer bulmuştur. En çok yayın yapan on derginin toplam atf sayısı ve yayına başlama yılı aşağıdaki tabloda sunulmuştur. En çok yayın yapan ilk üç dergi Tobacco Control (TY=73; TA=2166; YBY=2001), Journal of Medical Internet Research (TY=59; TA=2181; YBY=2008) ve BMC Public Health (TY=37; TA=920; YBY=2012) iken, toplam atf sayısı bakımından incelendiğinde ilk üç sırada Pediatrics (TY=24; TA=3740; YBY=2001), Journal of Medical Internet Research ve Tobacco Control dergilerinin yer aldığı görülmüştür. İlk onda yer alan dergilerin uzmanlık alanlarına bakıldığında, yayınların çoğunluğunun sosyal bilimlerden çok fen bilimleri odaklı dergilerde yer aldığı dikkat çekmiştir.

| Dergi İsmi | TA | TY | YBY | KA |
|--------------------------------------------------------------------------|------|----|------|--------------------------------------------|
| Tobacco Control | 2166 | 73 | 2001 | Tıp ve Sağlık Bilimi |
| Journal of Medical Internet Research | 2181 | 59 | 2008 | Tıp |
| BMC Public Health | 920 | 37 | 2012 | Tıp |
| International Journal of Environmental Research and Public Health | 423 | 35 | 2012 | Tıp ve Çevre Bilimi |
| PLos ONE | 567 | 30 | 2011 | Multidisipliner |
| Young Consumers | 184 | 30 | 2003 | İktisadi İdari Bilimler ve Sosyal Bilimler |
| Appetite | 592 | 26 | 2012 | Hemşirelik ve Psikoloji |
| Pediatrics | 3740 | 24 | 2001 | Tıp |
| Public Health Nutrition | 530 | 24 | 2007 | Tıp ve Hemşirelik |
| Journal of Adolescent Health | 918 | 23 | 2010 | Tıp |

Tablo 1. En Üretken Dergiler

* TA= Toplam Atf Sayısı; TY= Toplam Yayın Sayısı; YBY= Yayına Başladığı Yıl; KA= Konu Alanı

| Kurum | Ülke | TY |
|------------------------------|------------|----|
| University of North Carolina | ABD | 95 |
| University of California | ABD | 57 |
| University of Michigan | ABD | 48 |
| University of Sdney | Avustralya | 39 |
| Deakin University | Avustralya | 36 |
| University of Sdney | Avustralya | 32 |
| University of Wollongong | Avustralya | 27 |
| University of Melbourne | Avustralya | 26 |
| Dartmouth College | ABD | 24 |
| University of Pennsylvania | ABD | 24 |
| Curtin University | ABD | 23 |
| University of Toronto | ABD | 23 |

Tablo 2. En Üretken Kurumlar

Kurumların dışında ülkeler bazında yürütülen incelemede, kurumlara dair bulgularla ilişkili olacak biçimde, ABD ve Avustralya'nın en çok yayının üretildiği on ülke listesinde ilk iki sırayı tuttuğu ancak ABD'nin yayın sayısı açısından Avustralya'nın üç katı yayın ürettiği belirlenmiştir. Bu iki ülkeyi takiben üçüncü sırada Birleşik Krallık ve dördüncü sırada Kanada bulunmaktadır ki bu bulgu kurumlara ilgili bulgulardan farklılaşmaktadır. Öyle ki en üretken kurumlar listesinde ABD ve Avustralya dışında Kanada'dan bir üniversite ilk onda yer almakta iken, en üretken ülkeler listesinde Kanada Birleşik Krallık'tan sonra gelmektedir. Yayın sayısı dikkate alındığında, diğer bir önemli bulgu ise, listede birinci sırada yer alan ABD'nin yayın sayısı, onuncu sırada yer alan Yeni Zelanda'da üretilen yayın sayısının yaklaşık 30 katı kadardır.

| Ülke | TY | Ülke | TY |
|------------------|------|--------------|-----|
| ABD | 1250 | Çin | 105 |
| Avustralya | 404 | Almanya | 70 |
| Birleşik Krallık | 190 | Hollanda | 67 |
| Kanada | 128 | Belçika | 64 |
| İspanya | 117 | Hindistan | 64 |
| Çin | 105 | Yeni Zelanda | 44 |

Tablo 3. En Üretken Ülkeler

Ülkeler arası ortak yazarlık durumu göz önüne alındığında, en fazla ortaklığın Avustralya ile Birleşik Krallık (f=9) arasında olduğu görülmüştür. En fazla ortaklığın

bulunduğu ilk on ülke çiftleri incelendiğinde, birinci sıradaki Avustralya-Birleşik Krallık ülke çiftini sırasıyla ABD-Çin(f=8), ABD-Avustralya(f=6), ABD-Kanada(f=6), ABD-Meksika(f=5), Avustralya-Çin(f=4), ABD-Hindistan(f=4), ABD-Birleşik Krallık(f=4), Avustralya-Kanada(f=3) ve Avustralya-Singapur(f=3) izlemektedir.

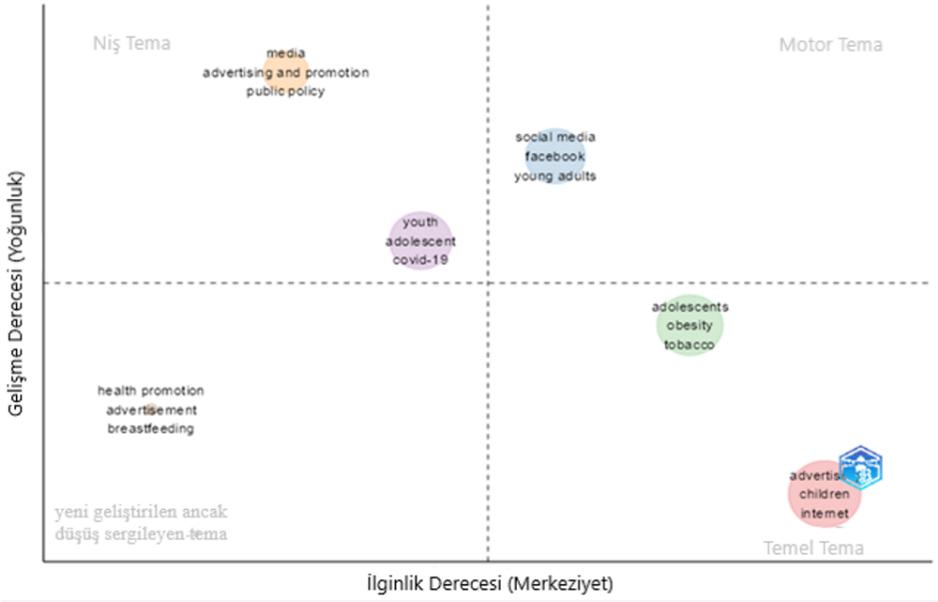


Şekil 4. Ülkeler Arası İş Birliği Haritası

Dijital ebeveynlik ve reklamcılık alanında yayın yapan yazarlar tarafından yayınlara eklenen anahtar kelime sayısının 3727 olduğu tespit edilmiştir. Yayınlarda en çok kullanılan ilk on anahtar kelimeye bakıldığında ilk sırayı “reklamcılık”(f=180) kelimesinin aldığı, onu sırasıyla “ergen(ler)”(f=162), “sosyal medya”(f=158), “çocuk (lar)”(f=116), “internet”(f=98), “gençlik”(f=76), “pazarlama”(f=65), “COVID-19”(f=48), “medya”(f=48) ve “obezite”(f=46) kelimelerinin takip ettiği görülmüştür. En sık kullanılan ilk on kelimenin çoğunluğunun, tematik haritalama yapıldığında, temel (basic) temalar arasında yer aldığı görülmüştür.

Kümeleme algoritmaları arasında en doğru algoritma olarak belirlenen Louvain algoritmasından (Emmons vd., 2016, s. 1) faydalanılarak 250 anahtar kelime ile oluşturulan tematik haritalama esasen dört bölgeden oluşmaktadır. “Motor tema” olarak adlandırılan bölge, incelenen araştırma alanının yapısını oluşturup şekillendiren iyi gelişmiş kelimeleri barındırırken (Franco vd., 2023, s. 2), “temel tema” isimli bölgede sıklıkla üzerinde durulan ancak yeterince gelişmemiş kelimeleri içermektedir ve burada yer alan kelimelerin gelecek çalışmalarda ele alınması alanın gelişmesi açısından kıymetli görülmektedir (Efendi vd., 2022, s. 277). Üçüncü bölge olan “niş tema” bölgesindeki kelimeler uzmanlaşmış ancak marjinal alanda kalan ve bu yüzden de araştırmacıların fazladan dikkatini vermesi gereken kelimeleri kapsamaktadır (Ahadi vd., 2022, s. 12). Son olarak, “yeni geliştirilen ancak düşüş sergileyen tema” bölgesinde yer alan kelimeler incelenen alanı düşük düzeyde etkilemekle birlikte üzerinde durulduğu taktirde farklılık ya-

ratacak araştırma alanlarının doğmasını sağlayabilmektedir (Muhl ve de Oliveira, 2022, s. 4). Bu çalışmada “sosyal medya”, “Facebook” ve “genç yetişkinler” kelimelerinin alanı yönlendiren “motor tema” bölgesinde; “ergenler”, “obezite”, “tütün”, “reklamcılık”, “çocuklar” ve “internet” kelimelerinin alana altyapı oluşturan “temel tema” bölgesinde; “medya”, “reklamcılık ve tanıtım”, “kamu politikaları”, “gençlik”, “ergen” ve “kovid-19” kelimelerinin uzmanlaşılacak ancak üzerinde çok durulmaması dolayısıyla geri planda kaldığı için araştırmacıların ilgi göstermesi gereken “niş tema” bölgesinde ve son olarak “sağlıkta iyileştirme”, “reklam” ve “emzirme” kelimelerinin kısa süre önce üzerinde durulan ama etkisini kaybetmeye başlayan kelimeler olarak “yeni geliştirilen ancak düşüş sergileyen tema” bölgesinde yer aldığı tespit edilmiştir.

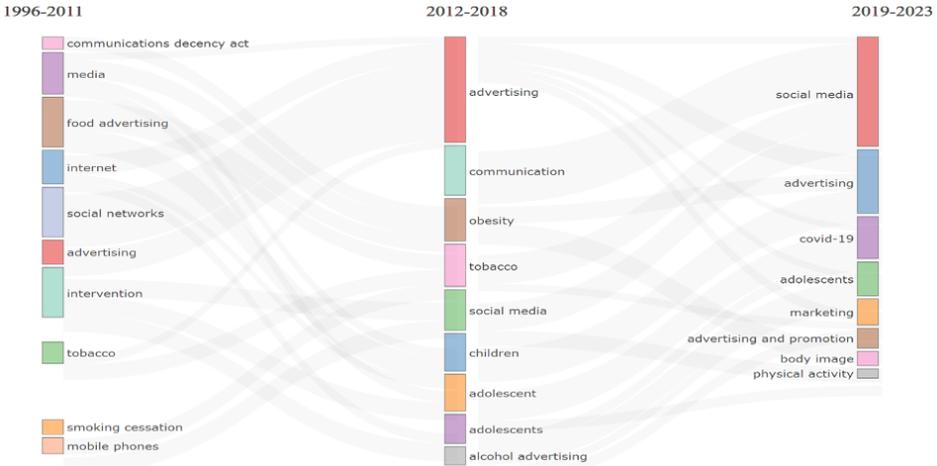


Şekil 5. Tematik Haritalama (Birim: Yazar Anahtar Kelimeleri)

Yazarların yayınlarda kullandığı anahtar kelimelerin dönemler arasında değişiklik gösterip göstermediğini ve ilgili dönemde ağırlıklı olarak çalışılan konuların/meselerinin neler olduğunu anlayabilmek amacıyla BiblioShiny uygulamasında tematik evrim testine başvurulmuştur. Yazarların yayınlarda kullandığı 250 anahtar kelime üzerinde bu test uygulanırken, Louvain kümeleme algoritmasına başvurulmuş ve dönem ayırıcı yıl olarak 2011 ve 2019 yılları ayarlanmıştır. “Tütüne yönelik internet reklamları ve müdahalesi” olarak adlandırılabilir 1996-2011 yılları arasındaki ilk dönemde, cep telefonları aracılığıyla internette ve sosyal ağlarda hedef

kitleye aktarılan gıda reklamlarına ve tütün reklamlarına yönelik müdahalelerde dijital ebeveynlik rollerinin tartışıldığı anlaşılmaktadır. “Sosyal medya reklamları, çocuk ve ergen” olarak isimlendirilebilecek 2012-2018 yılları arasındaki ikinci dönemde yayınların özellikle sosyal medya aracılığıyla çocuklara ve ergenlere iletilen tütün ve alkol reklamlarına ve aynı zamanda yanlış beslenmeyi tetikleyen reklamların olumsuz bir sonucu olan obeziteye odaklandığı görülmektedir. “Sosyal medya reklamları, covid-19 ve ergen” odaklı 2019-2023 yılları arasındaki dönemde ise covid-19 salgını sürecinde ergenlere yönelik yapılan başta sosyal medya reklamları olmak üzere pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin yayınlarda ele alındığı ve beden imajı ve fiziksel aktiviteler konusuna da yoğunlukla değinildiği fark edilmektedir.

Dönemler birbiriyle kıyaslandığında, Şekil 6’da görüleceği üzere, ilk dönemde reklamların aktarıldığı araç olan cep telefonları sonraki dönemlerde etkisini kaybetmiş, ikinci dönemde obezite konusu önem kazanmış, üçüncü dönemde ise covid-19 salgınının da etkisiyle obezite konusu yerini covid-19 salgını, beden imajı ve fiziksel aktivite anahtar kelimelerine bırakmıştır. Yine birinci dönemde önemli bir anahtar kelime olan “müdahale” kavramı sonraki iki dönemde yokken, ikinci dönemde gündeme gelen “çocuklar” anahtar kelimesi son dönemde etkisini yitirmiştir.

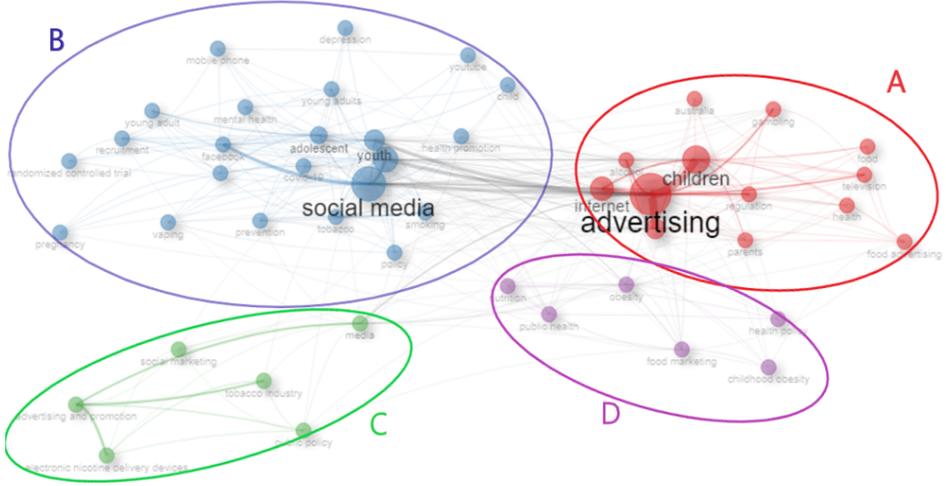


Şekil 6. Üç Alanlı Sankey Grafiği (Birim: Yazar Anahtar Kelimeleri)

3.2. Bilim Haritalama Bulguları

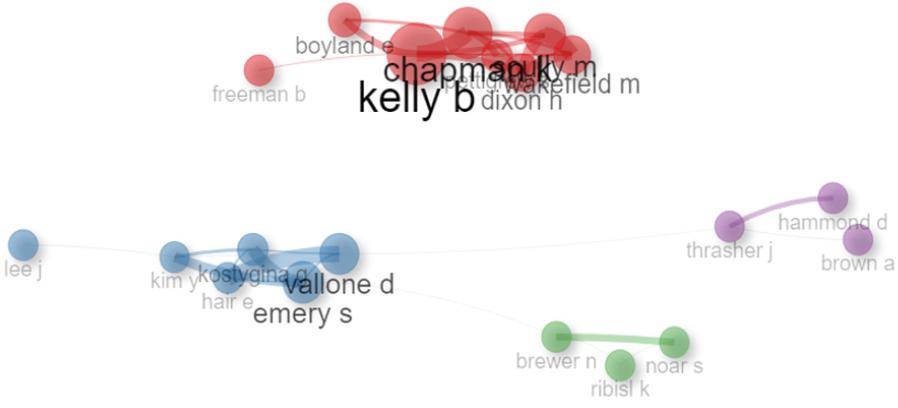
Ortak anahtar kelime analizi sonucunda dört tema kümesi ortaya çıkmıştır. A kümesindeki ortak anahtar kelimeler incelendiğinde, çocuklara yönelik internet

reklamlarına ilişkin yasal düzenlemelere ve ebeveyn müdahalesine odaklanıldığı; B kümesindeki ortak anahtar kelimelere bakıldığında, kovid-19 döneminde ergen ve gençler için yasal olmayan ürünlerin (tütün, alkol, vs.) sosyal medya reklamlarının ve bunları önleme yollarının ön plana çıktığı; C kümesindeki anahtar kelimelerin tütün pazarlama ve reklamlarına yönelik kamu politikaları etrafında şekillendiği ve D kümesindeki anahtar kelimelerin çocuklara yönelik gıda reklamları ve obezite odağında ilerlediği dikkat çekmektedir.



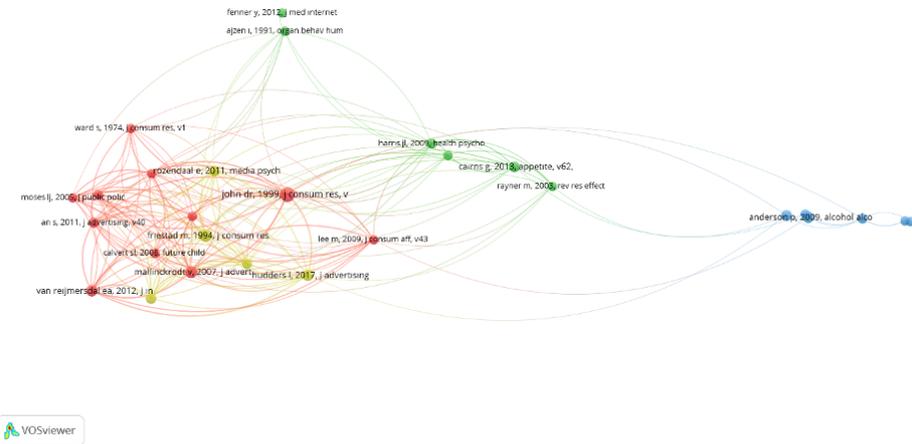
Şekil 7. Ortak Anahtar Kelime Analizi Haritası

Dijital ebeveynlik ve reklamcılık odağındaki alanyazında ortak yazarlık durumunun söz konusu olduğu temaları tespit etmek üzere BiblioShiny’de analiz yapıldığında, Şekil 8’deki gibi yazarların ortak çalışma yürüttükleri dört farklı tema ortaya çıkmıştır. Kelly’nin Boyland, Chapman, Pettigrew, Freeman, Scully, Wakefield ve Dixon ile çalışma yürüttüğü alanın (Kırmızı Küme), yazarların ortak çalışmaları dikkate alındığında, internette çocuklara yönelik gıda ve alkol reklamlarına yönelik ebeveynlerin görüş ve tepkilerini ve bu konuda yasal eylemleri kapsadığı görülmüştür. Vallone ve Emery’nin Kostygina, Lee, Hair ve Kim ile birlikte çalıştığı alan (Mavi Küme), internette çocuklara yönelik tütün reklamları ve müdahale biçimleri üzerine odaklanmaktadır. Brewer, Noar ve Ribis’in birlikte çalıştığı alan (Yeşil Küme) incelendiğinde, elektronik sigarayı teşvik eden dijital reklamlar odağındaki deneysel çalışmaları içerdiği tespit edilmiştir. Son olarak, Hammond, Brown ve Thrasher’in ortak yazarlık yaptığı çalışma alanı (Mor Küme) dikkate alındığında, gençlere yönelik elektronik sigara reklamlarına ebeveyn tepkisini ülkeler arası kıyaslamalarla inceledikleri belirlenmiştir.



Şekil 8. Ortak Yazarlık Analizi Haritası

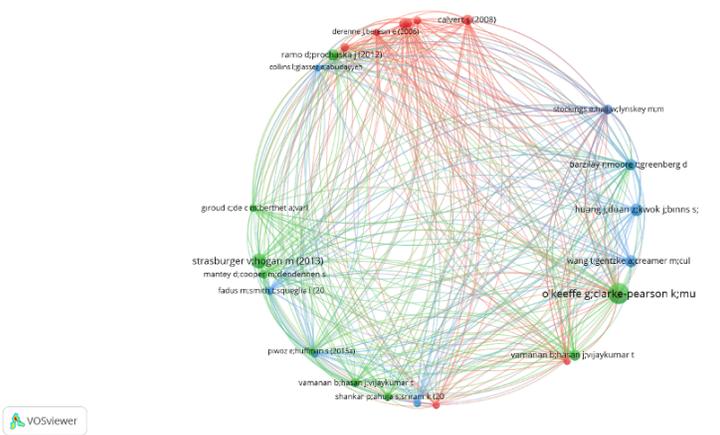
Bir çalışmada birlikte atfedilen yayınların benzer temalara odaklandığı savından hareketle, belirli bir araştırma alanındaki mevcut entelektüel yapıyı ve ortak temaları ortaya çıkarmak için bu araştırma alanında yapılmış yayınların kullandığı referanslara ortak atf analizi uygulanmaktadır (Donthu, Kumar, vd., 2021, s. 208). Bu çalışmada da dijital ebeveynlik ve reklamcılık odağında hazırlanmış yayınların faydalandığı referanslara, VOSViewer uygulamasının desteğiyle, ortak atf analizi yapılmıştır. Bir yayında atf yapılan referansın aldığı atf sayısının en az 10 olarak belirlendiği analizde, 30 adet referans eşiği geçebilmiş ve analizin anlamlı sonuç verebilmesi için 28 referans işleme alınmıştır. Toplamda 28 referansın 189 ağ ile birbirine bağlı dört küme oluşturduğu görülmüştür.



Şekil 9. Ortak Atf Analizi Haritası

Ortak atıf analizi sonucu ortaya çıkan Birinci Küme'yi, Şekil 9'da kırmızı renkle işaretlenmiş on bir referans (An ve Stern, 2011; Calvert, 2008; John, 1999; Lee vd., 2009; Livingstone ve Helsper, 2006; Mallinckrodt ve Mizerski, 2007; Moore, 2018; Moses ve Baldwin, 2018; Rozendaal vd., 2010; van Reijmersdal vd., 2012; Ward, 1974) oluşturmuştur. Bu kümede yer alan çalışmalar incelendiğinde, çocuklara yönelik gıda reklam-oyunları (advergame) ve bu bağlamda reklam okuryazarlığının irdelenmesine odaklanıldığı görülmüştür. İkinci Küme'deki yeşil renkle gösterilen referanslar (Ajzen, 1991; Cairns vd., 2013; Fenner vd., 2012; Harris vd., 2009; Hastings vd., 2003; WHO, 2010) ise çocuklara yönelik yürütülen gıda ve alkolsüz içecek pazarlaması ve reklamları ele alan çalışmalardır. Üçüncü Küme'de mavi renkle gösterilen referansların (Anderson vd., 2009; Braun ve Clarke, 2006; Freeman ve Chapman, 2009; Huang vd., 2014; Paynter ve Edwards, 2009; Wakefield vd., 2010) alkol ve tütün pazarlaması ve reklamlarının etkisini ölçmek için kullanılan farklı araştırma yöntemleri ile ilgili olduğu saptanmıştır. Son olarak, Dördüncü Küme'de sarı renk ile işaretlenmiş olan referansların ise (Friestad ve Wright, 1994; Hudders vd., 2017; Nairn ve Fine, 2015; Rozendaal vd., 2011; Wright vd., 2018) odak noktalarının reklam okuryazarlığı ve iknayı bilme modelleri çerçevesinde reklamlarla başa çıkma yöntemleri olduğu tespit edilmiştir.

Bilim haritalama tekniklerinden olan bibliyografik eşleşme tekniğinin temel varsayımı, ortak referanslara sahip olan iki yayının içerik olarak benzerlik göstereceği yönündedir. Bu teknik sayesinde, araştırmacılar belirli bir alanda kaleme alınmış yayınların geniş kapsamlı bir şekilde temalarını ve son dönemdeki gelişmeleri ortaya çıkarabilmektedir (Donthu, Reinartz, vd., 2021, s. 237). Bu çalışmada, VOSViewer uygulamasından faydalanılarak, yayındaki atıf sayısı en az 120 olacak şekilde ayarlama yapılmış ve analiz sonucunda 28 yayın üç küme oluşturmuştur.



Şekil 10. Bibliyografik Eşleşme Haritası

Bibliyografik eşleşme sonucu oluşan ve Şekil 10'da kırmızı renk ile görselleştirilen Birinci Küme'de yer alan yayınlar (Brendryen vd., 2008; Calvert, 2008; Committee on Communications ve Strasburger, 2006; Derenne ve Beresin, 2006; Hughes vd., 2009; Huhman vd., 2005; Huhman vd., 2007; Inciardi vd., 2007; International Liaison Committee on, 2006; Lienhart vd., 1997) çocukların reklamlar karşısındaki savunmasızlığı ve beden imgesi konuları etrafında şekillenmiştir. İkinci Küme'de yeşil renk ile işaretlenen yayınların (Giroud vd., 2015; Kuhn ve Mansour, 2014; Mantey vd., 2016; O'Keeffe vd., 2011; Piwoz ve Huffman, 2015; Ramo ve Prochaska, 2012; Shankar vd., 2013; Strasburger vd., 2013; Vamanan vd., 2012a, 2012b) odak noktasının sosyal medyada gençliği ve aileyi hedefleyen gıda ve tütün reklamları olduğu görülmüştür. Son olarak, mavi renk ile gösterilen Üçüncü Küme'deki yayınlar (Barzilay vd., 2020; Collins vd., 2019; Fadus vd., 2019; Gonzales vd., 2020; Grau ve Zotos, 2016; Huang vd., 2019; Stockings vd., 2016; Wang vd., 2019) COVID-19 salgını dönemindeki reklamları ve toplumsal cinsiyet meselesini ele almıştır.

4. Sonuç

Dijital ebeveynlik ve reklamcılık odağındaki alanyazının bibliyometrik olarak incelendiği bu çalışmada, 1996-2023 yılları arasındaki 28 yıllık süreçte araştırma makalelerinin yoğunluk gösterdiği alanda 2010 yılı sonrasında yayın ve atıfların sıklaştığı tespit edilmiştir. Alanın en üretken yazarı Bridget Kelly iken, alanda en çok atıf alan yazarlar Gwenn Schurgin O'Keeffe ile Kathleen Clarke-Pearson olmuştur ki ortak yazarlı çalışmaların atıf sayılarının nispeten daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak alandaki ortak yazarlık oranı incelendiğinde düşük olduğu görülmüştür, bu sebeple ortak yazarlı çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir. Yayınların yer aldığı dergilerin çoğunluğunun fen bilimleri odaklı dergiler olduğu sonucuna ulaşılmış, disiplinler arası bir alan olan dijital ebeveynlik ve reklamcılık alanına sosyal bilimlerin gerekli ilgiyi göstermesi elzem görünmektedir. Alana katkıda bulunan ülkeler ve kurumlar incelendiğinde ABD, Avustralya ve Kanada'nın baskınlığı dikkat çekmekte olup en verimli ilk on ülke arasında Hindistan hariç tüm ülkelerin gelişmiş ülkeler olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, önceki çalışmalarda (Awah vd., 2022, s. 108; Hillis vd., 2016, s. 7; Knerr vd., 2013, s. 352) dile getirilen düşük ve orta gelirli ülkelerde yaşanan sorunlar sebebiyle araştırmaların yetersiz kaldığı tespitiyle uyusmaktadır. Buradan hareketle, gelişmiş ve gelişmekte olan / gelişmemiş ülkeler arasında iş birlikleri önem kazanmaktadır ki alandaki iş birlikleri incelendiğinde gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan sadece Meksika ve Singapur ülkeleriyle iş birliği yaptığı sonucu ön plana çıkmaktadır.

Alanı yönlendiren ana kavramların internet, sosyal medya, çocuk, ergen, genç yetişkin, reklamcılık, obezite ve tütün reklamları olduğu, ancak yeni çalışmalarda reklam okuryazarlığı, toplumsal cinsiyet, sağlıkta iyileştirme, kovid-19 ve kamu politikaları kavramlarına yoğunluk verilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle dijital reklamlar başta olmak üzere farklı alanlarda karşılaşılan reklamların çocuklara odaklanma durumu (Ahn, 2002; Aydoğan, 2021; Bugge, 2009) dikkate alındığında alanyazındaki motor kavramların çocuk odağında ilerlemesi anlaşılır görünmektedir. Dijital ebeveynlik sürecinde ebeveyn ve çocuk etkileşiminin reklam okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi için ebeveyne düşen sorumluluklar (Barnes ve Potter, 2020; de Pelsmacker vd., 2021; Livingstone ve Helsper, 2008) özellikle çocukları hedef alan ve obezite gibi çeşitli sağlık sorunlarına yol açan gıda reklamları konusunda çeşitli arabuluculuk sergilemelerini gerektirmektedir. Bu bağlamda reklamlar karşısında sağlığın daha iyiye götürülmesi meselesi, dijital ebeveynlik sorumluluk ve görevlerinin daha çok önem kazandığı kovid-19 salgını sürecinde (Modecki vd., 2022; Nichols ve Selim, 2022; Cao vd., 2021; Nansen ve Jayemanne, 2016) tartışma konusuna dönüşmüştür. Burada ayrıca ebeveynleri dijital süreçte destekleyecek ve bu süreçte çeşitli dijital beceri ve yetkinlikler geliştirmelerine katkı sağlayacak kamu politikalarına (Livingstone ve Helsper, 2008) olan ihtiyaç vurgulanmıştır. Anahtar kelimelerin dönemler içindeki seyri dikkate alındığında, cep telefonlarının ilk yıllarda sahip olduğu önemin sebebi olarak dijital teknolojiye erişim ve reklamlarla karşılaşma aracının başında cep telefonunun gelmesi (Jensen vd., 2021, s. 2; Kaya ve Mutlu Bayraktar, 2021, s. 1052) görülmektedir. 2010 yılı sonrasında sosyal medya reklamları konusunun gündeme geldiği, aynı dönemde obezite ve alkol reklamları meselesine değinildiği, ancak kovid-19 salgınının patlak verdiği 2019 sonrasında odağın sosyal medya reklamlarıyla birlikte beden imgesinin ön plana çıktığı görülmüştür. Dijital ebeveynlik ve reklamcılık konulu alanda yazarların çocuklara yönelik gıda, tütün ve alkol reklamlarına, bu reklamların çocuk ve gençlik üzerindeki etkilerine ve çocukların savunmasızlığına ve bununla bağlantılı olarak dijital ebeveynlerin bu tür reklamlarla hem kendileri hem de çocukları için başa çıkma süreçlerine ve reklam okuryazarlığına odaklandığı sonucuna ulaşılmıştır. Alanın bu temel konular etrafında şekillendiğini söylemek mümkündür. Öyle ki dijitalleşmenin patlak vermesi, sadece olanaklar sunan araç ve teknolojilerin gündeme gelmesini sağlamamış, ebeveynlerin dijital çağda çocuk yetiştirme ve yönlendirme konusunda daha fazla sorumluluk üstlenmelerini gerektirecek risklerin de patlak vermesine (Barnes ve Potter, 2020; de Pelsmacker vd., 2021; Fidan vd., 2021; Fidan ve Seferoğlu, 2020; Kabakçı Yurdakul vd., 2013) yol açmıştır. Dijital ebeveyn nitelikleri (Cao vd., 2021; Fidan ve Seferoğlu,

2020; Kurtdede Fidan ve Olur, 2023; Küçükoba, 2023) de göz önünde bulundurulduğunda, dijital ebeveynlik ve reklamcılık eksenindeki çalışmaların obezite, tütün ve alkol reklamları gibi risk oluşturan reklamlar karşısında çocuklarını koruyup savunabilen ebeveynlere odaklandığı anlaşılır görünmektedir. Bu da alanın bu tür konulara odaklanan çalışmalar kazanmasını sağlamıştır. Ancak, ortaya çıkan yeni temalara bakıldığında, gelecek araştırmaların, özellikle yapay zekâ reklamları, algoritmalar ve dijital ebeveynlik ekseninde ilerlemesi dijital teknolojilerin getirdiği yenilikleri alanın yakalayabilmesi açısından önemli görünmektedir.

Alanyazına önemli katkılar sunması amaçlanan bu çalışmanın birtakım sınırlılıklarından bahsetmek yerinde olacaktır. İlk sınırlılık, veri tabanı olarak sadece WoS ve Scopus'un seçilmiş olmasıdır. Diğer sınırlılık, analiz için sadece BiblioShiny ve VOSViewer'daki testlerden faydalanılmasıdır. Gelecek çalışmaların başka veri tabanlarını ve analiz programlarını kullanarak bu sınırlılıkları aşmaları önerilmektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Ahadi, A., Singh, A., Bower, M., ve Garrett, M. (2022). Text Mining in Education—A Bibliometrics-Based Systematic Review. *Education Sciences*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/educsci12030210>
- Ahn, R. J. (2022). Exploration of Parental Advertising Literacy and Parental Mediation: Influencer Marketing of Media Character Toy and Merchandise. *Journal of Advertising*, 51(1), 107-115. <https://doi.org/10.1080/00913367.2021.1944935>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- An, S., ve Stern, S. (2011). Mitigating the Effects of Advergaming on Children. *Journal of Advertising*, 40(1), 43-56. <https://doi.org/10.2753/joa0091-3367400103>
- Anderson, P., de Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R., ve Hastings, G. (2009). Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. *Alcohol Alcohol*, 44(3), 229-243. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agn115>
- Awah, I., Green, O., Baerecke, L., Janowski, R., Klapwijk, J., Chetty, A. N., Wamoyi, J., ve Cluver, L. D. (2022). 'It provides practical tips, practical solutions!': acceptability, usability, and satisfaction of a digital parenting intervention across African countries. *Psychol Health Med*, 27(sup1), 107-123. <https://doi.org/10.1080/10803399.2022.2088888>

- /10.1080/13548506.2022.2113106
- Aydoğan, H. (2021). The Necessity of Digital Advertising Literacy for Turkey in the 21st Century. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(38), 505-511. <https://doi.org/10.17829/turcom.933648>
- Ball, R. (2018). *An Introduction to Bibliometrics: New Development and Trends*. Chandos Publishing.
- Barnes, R., ve Potter, A. (2020). Sharenting and parents' digital literacy: an agenda for future research. *Communication Research and Practice*, 7(1), 6-20. <https://doi.org/10.1080/22041451.2020.1847819>
- Barzilay, R., Moore, T. M., Greenberg, D. M., DiDomenico, G. E., Brown, L. A., White, L. K., Gur, R. C., ve Gur, R. E. (2020). Resilience, COVID-19-related stress, anxiety and depression during the pandemic in a large population enriched for healthcare providers. *Transl Psychiatry*, 10(1), 291. <https://doi.org/10.1038/s41398-020-00982-4>
- Braun, V., ve Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Brendryen, H., Drozd, F., ve Kraft, P. (2008). A digital smoking cessation program delivered through internet and cell phone without nicotine replacement (happy ending): randomized controlled trial. *J Med Internet Res*, 10(5), e51. <https://doi.org/10.2196/jmir.1005>
- Bugge, M. M. (2009). *Creative Distraction: The Digital Transformation of the Advertising Industry* (Publication Number 82) Uppsala University]. Uppsala.
- Cairns, G., Angus, K., Hastings, G., ve Caraher, M. (2013). Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary. *Appetite*, 62, 209-215. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2012.04.017>
- Calvert, S. L. (2008). Children as consumers: Advertising and marketing. *Future of Children*, 18(1), 205-234. <https://doi.org/10.1353/foc.0.0001>
- Cao, S., Dong, C., ve Li, H. (2021). 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. <https://doi.org/10.1080/03004430.2021.2016732>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., ve Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146-166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- Collins, L., Glasser, A. M., Abudayyeh, H., Pearson, J. L., ve Villanti, A. C. (2019). E-Cigarette Marketing and Communication: How E-Cigarette Companies Market E-Cigarettes and the Public Engages with E-cigarette Information. *Nicotine Tob Res*, 21(1), 14-24. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntx284>
- Committee on Communications, A. A. o. P., ve Strasburger, V. C. (2006). Children, adolescents, and advertising. *Pediatrics*, 118(6), 2563-2569. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-2698>
- de Haan, J., Nikken, P., ve Wennekers, A. (2018). Digital Parenting in the Netherlands. Putting Theory into Practice. In G. Mascheroni, C. Ponte, ve A. Jorge (Eds.), *Digital Parenting. The Challenges for Families in the Digital Age* (pp. 157-165). Nordicom.
- de Pelsmacker, P., Daems, K., ve Moons, I. (2021). Parental Mediation of Children's Expo-

- sure to Online Media and Advertising. In L. Eagle, S. Dahl, P. de Pelsmacker, ve C. R. Taylor (Eds.), *The SAGE Handbook of Marketing Ethics* (pp. 107-122). SAGE.
- Derenne, J. L., ve Beresin, E. V. (2006). Body image, media, and eating disorders. *Acad Psychiatry*, 30(3), 257-261. <https://doi.org/10.1176/appi.ap.30.3.257>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., ve Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Donthu, N., Reinartz, W., Kumar, S., ve Pattnaik, D. (2021). A retrospective review of the first 35 years of the International Journal of Research in Marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 38(1), 232-269. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.10.006>
- Efendi, T., Lubis, F. F., Mutaqin, Putri, A., Waskita, D., Sulistyningtyas, T., Rosmansyah, Y., ve Sembiring, J. (2022). *A Bibliometrics-Based Systematic Review on Automated Essay Scoring in Education 2022* International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI).
- Emmons, S., Kobourov, S., Gallant, M., ve Borner, K. (2016). Analysis of Network Clustering Algorithms and Cluster Quality Metrics at Scale. *PLoS One*, 11(7), e0159161. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159161>
- Fadus, M. C., Smith, T. T., ve Squeglia, L. M. (2019). The rise of e-cigarettes, pod mod devices, and JUUL among youth: Factors influencing use, health implications, and downstream effects. *Drug Alcohol Depend*, 201, 85-93. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2019.04.011>
- Fenner, Y., Garland, S. M., Moore, E. E., Jayasinghe, Y., Fletcher, A., Tabrizi, S. N., Gunasekaran, B., ve Wark, J. D. (2012). Web-based recruiting for health research using a social networking site: an exploratory study. *J Med Internet Res*, 14(1), e20. <https://doi.org/10.2196/jmir.1978>
- Fidan, A., Güneş, H., ve Karakuş Yılmaz, T. (2021). Investigating the Digital Parenting Behaviors of Parents on Children's Digital Game Play. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 50(2), 833-857. <https://doi.org/10.14812/cufej.933215>
- Fidan, A., ve Seferoğlu, S. S. (2020). Online environments and digital parenting: an investigation of approaches, problems, and recommended solutions. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 9(2), 352-372.
- Franco, P., De Felice, F., Jagsi, R., Nader Marta, G., Kaidar-Person, O., Gabrys, D., Kim, K., Ramiah, D., Meattini, I., ve Poortmans, P. (2023). Breast cancer radiation therapy: A bibliometric analysis of the scientific literature. *Clin Transl Radiat Oncol*, 39, 100556. <https://doi.org/10.1016/j.ctro.2022.11.015>
- Freeman, B., ve Chapman, S. (2009). Open source marketing: Camel cigarette brand marketing in the "Web 2.0" world. *Tob Control*, 18(3), 212-217. <https://doi.org/10.1136/tc.2008.027375>
- Friestad, M., ve Wright, P. (1994). The Persuasion Knowledge Model: How People Cope with Persuasion Attempts. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 1-31. <https://doi.org/10.1086/209380>
- Garrigos-Simon, F., Narangajavana-Kaosiri, Y., ve Lengua-Lengua, I. (2018). Tourism and Sustainability: A Bibliometric and Visualization Analysis. *Sustainability*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/su10061976>
- Gasparyan, A. Y., Ayyvazyan, L., ve Kitaz, G. D. (2013). Multidisciplinary bibliographic da-

- tabases. *J Korean Med Sci*, 28(9), 1270-1275. <https://doi.org/10.3346/jkms.2013.28.9.1270>
- Giroud, C., de Cesare, M., Berthet, A., Varlet, V., Concha-Lozano, N., ve Favrat, B. (2015). E-Cigarettes: A Review of New Trends in Cannabis Use. *Int J Environ Res Public Health*, 12(8), 9988-10008. <https://doi.org/10.3390/ijerph120809988>
- Gonzales, G., Loret de Mola, E., Gavulic, K. A., McKay, T., ve Purcell, C. (2020). Mental Health Needs Among Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender College Students During the COVID-19 Pandemic. *J Adolesc Health*, 67(5), 645-648. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2020.08.006>
- Grau, S. L., ve Zotos, Y. C. (2016). Gender stereotypes in advertising: a review of current research. *International Journal of Advertising*, 35(5), 761-770. <https://doi.org/10.1080/02650487.2016.1203556>
- Harris, J. L., Bargh, J. A., ve Brownell, K. D. (2009). Priming effects of television food advertising on eating behavior. *Health Psychol*, 28(4), 404-413. <https://doi.org/10.1037/a0014399>
- Hastings, G., Stead, M., McDermott, L., Forsyth, A., MacKintosh, A. M., Rayner, M., Godfrey, C., Caraher, M., ve Angus, K. (2003). *Review of research on the effects of food promotion to children*. https://www.researchgate.net/profile/Martine-Stead/publication/277286014_Children_A_Systematic_Review_Of_The_Evidence/links/559a4cc108ae99aa62cc9a3a/Children-A-Systematic-Review-Of-The-Evidence.pdf (Erişim Tarihi: 11.07.2023)
- Hillis, S., Mercy, J., Amobi, A., ve Kress, H. (2016). Global Prevalence of Past-year Violence Against Children: A Systematic Review and Minimum Estimates. *Pediatrics*, 137(3), e20154079. <https://doi.org/10.1542/peds.2015-4079>
- Huang, J., Chaloupka, F. J., ve Fong, G. T. (2014). Cigarette graphic warning labels and smoking prevalence in Canada: a critical examination and reformulation of the FDA regulatory impact analysis. *Tob Control*, 23 Suppl 1(0 1), i7-12. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2013-051170>
- Huang, J., Duan, Z., Kwok, J., Binns, S., Vera, L. E., Kim, Y., Szczyпка, G., ve Emery, S. L. (2019). Vaping versus JUULing: how the extraordinary growth and marketing of JUUL transformed the US retail e-cigarette market. *Tob Control*, 28(2), 146-151. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2018-054382>
- Hudders, L., De Pauw, P., Cauberghe, V., Panic, K., Zarouali, B., ve Rozendaal, E. (2017). Shedding New Light on How Advertising Literacy Can Affect Children's Processing of Embedded Advertising Formats: A Future Research Agenda. *Journal of Advertising*, 46(2), 333-349. <https://doi.org/10.1080/00913367.2016.1269303>
- Hughes, J., Cates, J. R., Liddon, N., Smith, J. S., Gottlieb, S. L., ve Brewer, N. T. (2009). Disparities in How Parents Are Learning about the Human Papillomavirus Vaccine. *Cancer Epidemiology Biomarkers ve Prevention*, 18(2), 363-372. <https://doi.org/10.1158/1055-9965.Epi-08-0418>
- Huhman, M., Potter, L. D., Wong, F. L., Banspach, S. W., Duke, J. C., ve Heitzler, C. D. (2005). Effects of a mass media campaign to increase physical activity among children: Year-1 results of the VERB campaign. *Pediatrics*, 116(2), E277-E284. <https://doi.org/10.1542/peds.2005-0043>
- Huhman, M. E., Potter, L. D., Duke, J. C., Judkins, D. R., Heitzler, C. D., ve Wong, F. L. (2007). Evaluation of a national physical activity intervention for children: VERB campaign, 2002-2004. *Am J Prev Med*, 32(1), 38-43. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2006.11.003>

- g/10.1016/j.amepre.2006.08.030
- Inan-Kaya, G., Mutlu-Bayraktar, D., ve Yılmaz, Ö. (2018). Digital Parenting: Perceptions on Digital Risks. *Kalem Uluslararası Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 14(1), 137-163. <https://doi.org/10.23863/kalem.2018.96>
- Inciardi, J. A., Surratt, H. L., Kurtz, S. P., ve Cicero, T. J. (2007). Mechanisms of prescription drug diversion among drug-involved club- and street-based populations. *Pain Medicine*, 8(2), 171-183. <https://doi.org/10.1111/j.1526-4637.2006.00255.x>
- International Liaison Committee on, R. (2006). The International Liaison Committee on Resuscitation (ILCOR) consensus on science with treatment recommendations for pediatric and neonatal patients: pediatric basic and advanced life support. *Pediatrics*, 117(5), e955-977. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-0206>
- Jensen, M., Hussong, A. M., ve Haston, E. (2021). Digital Parenting of Emerging Adults in the 21st Century. *Soc Sci (Basel)*, 10(12). <https://doi.org/10.3390/socsci10120482>
- John, Deborah R. (1999). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look At Twenty-Five Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 26(3), 183-213. <https://doi.org/10.1086/209559>
- Kabakçı Yurdakul, I., Dönmez, O., Yaman, F., ve Odabaşı, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12(4), 883-896.
- Kaya, İ., ve Mutlu Bayraktar, D. (2021). Türkiye’de yapılan dijital ebeveynlik araştırmalarına yönelik bir içerik analizi çalışması. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(2), 1046-1082. <https://doi.org/10.17679/inuefd.928805>
- Kent Baker, H., Pandey, N., Kumar, S., ve Haldar, A. (2020). A bibliometric analysis of board diversity: Current status, development, and future research directions. *Journal of Business Research*, 108, 232-246. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.025>
- Knerr, W., Gardner, F., ve Cluver, L. (2013). Improving positive parenting skills and reducing harsh and abusive parenting in low- and middle-income countries: a systematic review. *Prev Sci*, 14(4), 352-363. <https://doi.org/10.1007/s11121-012-0314-1>
- Kuhn, P., ve Mansour, H. (2014). Is Internet Job Search Still Ineffective? *The Economic Journal*, 124(581), 1213-1233. <https://doi.org/10.1111/ecoj.12119>
- Kumar Patra, S., ve Mishra, S. (2006). Bibliometric study of bioinformatics literature. *Scientometrics*, 67(3), 477-489. <https://doi.org/https://doi.org/10.1556/Scient.67.2006.3.9>
- Kurtdede Fidan, N., ve Olur, B. (2023). Examining the relationship between parents' digital parenting self-efficacy and digital parenting attitudes. *Educ Inf Technol (Dordr)*, 1-16. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11841-2>
- Küçükoba, E. (2023). Digital Parenting and Digital Childhood: Raising Gifted Children Born into the Digital Age. *Journal of Interdisciplinary Education: Theory and Practice*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.47157/jietp.1178915>
- Lee, M., Choi, Y., Quilliam, E. T., ve Cole, R. T. (2009). Playing With Food: Content Analysis of Food Advergemes. *Journal of Consumer Affairs*, 43(1), 129-154. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2008.01130.x>
- Levy, E. (2017). Parenting in the Digital Age: How Are We Doing?. Parentzone. 12.05.2023

- tarihinde https://parentzone.org.uk/sites/default/files/2021-12/PZ_Parenting_in_the_Digital_Age_2017.pdf adresinden erişilmiştir.
- Lienhart, R., Kuhmuench, C., ve Effelsberg, W. (1997). On the detection and recognition of television commercials. *International Conference on Multimedia Computing and Systems -Proceedings*,
- Livingstone, S., ve Helsper, E. J. (2006). Does Advertising Literacy Mediate the Effects of Advertising on Children? A Critical Examination of Two Linked Research Literatures in Relation to Obesity and Food Choice. *Journal of Communication*, 56(3), 560-584. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00301.x>
- Livingstone, S., ve Helsper, E. J. (2008). Parental Mediation of Children's Internet Use. *Journal of Broadcasting ve Electronic Media*, 52(4), 581-599. <https://doi.org/10.1080/08838150802437396>
- Mallinckrodt, V., ve Mizerski, D. (2007). The Effects of Playing an Advergame on Young Children's Perceptions, Preferences, and Requests. *Journal of Advertising*, 36(2), 87-100. <https://doi.org/10.2753/joa0091-3367360206>
- Mantey, D. S., Cooper, M. R., Clendennen, S. L., Pasch, K. E., ve Perry, C. L. (2016). E-Cigarette Marketing Exposure Is Associated With E-Cigarette Use Among US Youth. *J Adolesc Health*, 58(6), 686-690. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2016.03.003>
- Mascheroni, G., Ponte, C., ve Jorge, A. (2018). Introduction. In G. Mascheroni, C. Ponte, ve A. Jorge (Eds.), *Digital Parenting: The Challenge for Families in the Digital Age* (pp. 9-18). The International Clearinghouse on Children, Youth and Media.
- Modecki, K. L., Goldberg, R. E., Wisniewski, P., ve Orben, A. (2022). What Is Digital Parenting? A Systematic Review of Past Measurement and Blueprint for the Future. *Perspect Psychol Sci*, 17(6), 1673-1691. <https://doi.org/10.1177/174569162111072458>
- Moore, E. S. (2018). Perspectives on Food Marketing and Childhood Obesity: Introduction to the Special Section. *Journal of Public Policy ve Marketing*, 26(2), 157-161. <https://doi.org/10.1509/jppm.26.2.157>
- Moses, L. J., ve Baldwin, D. A. (2018). What can The Study of Cognitive Development Reveal about Children's Ability to Appreciate and Cope with Advertising? *Journal of Public Policy ve Marketing*, 24(2), 186-201. <https://doi.org/10.1509/jppm.2005.24.2.186>
- Muhl, D. D., ve de Oliveira, L. (2022). A bibliometric and thematic approach to agriculture 4.0. *Heliyon*, 8(5), e09369. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09369>
- Nairn, A., ve Fine, C. (2015). Who's messing with my mind? *International Journal of Advertising*, 27(3), 447-470. <https://doi.org/10.2501/s0265048708080062>
- Nansen, B., ve Jayemanne, D. (2016). Infants, Interfaces, and Intermediation: Digital Parenting and the Production of "iPad Baby" Videos on YouTube. *Journal of Broadcasting ve Electronic Media*, 60(4), 587-603. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1234475>
- Nichols, S., ve Selim, N. (2022). Digitally Mediated Parenting: A Review of the Literature. *Societies*, 12(2). <https://doi.org/10.3390/soc12020060>
- O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., Council, C., ve Media. (2011). Clinical Report-The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- Patil, T., ve Rahman, Z. (2022). A bibliometric analysis of scientific literature on guilt in

- marketing. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-022-00277-6>
- Paynter, J., ve Edwards, R. (2009). The impact of tobacco promotion at the point of sale: a systematic review. *Nicotine Tob Res*, 11(1), 25-35. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntn002>
- Piwoz, E. G., ve Huffman, S. L. (2015). The Impact of Marketing of Breast-Milk Substitutes on WHO-Recommended Breastfeeding Practices. *Food Nutr Bull*, 36(4), 373-386. <https://doi.org/10.1177/0379572115602174>
- Ramo, D. E., ve Prochaska, J. J. (2012). Broad reach and targeted recruitment using Facebook for an online survey of young adult substance use. *J Med Internet Res*, 14(1), e28. <https://doi.org/10.2196/jmir.1878>
- Ramos-Rodríguez, A.-R., ve Ruiz-Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980–2000. *Strategic Management Journal*, 25(10), 981-1004. <https://doi.org/10.1002/smj.397>
- Rozendaal, E., Buijzen, M., ve Valkenburg, P. (2010). Comparing Children's and Adults' Cognitive Advertising Competences in the Netherlands. *Journal of Children and Media*, 4(1), 77-89. <https://doi.org/10.1080/17482790903407333>
- Rozendaal, E., Lapiere, M. A., van Reijmersdal, E. A., ve Buijzen, M. (2011). Reconsidering Advertising Literacy as a Defense Against Advertising Effects. *Media Psychology*, 14(4), 333-354. <https://doi.org/10.1080/15213269.2011.620540>
- Sadiku, M. N. O., Tembely, M., ve Musa, S. M. (2017). Digital Parenting. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 4(1), 6454-6456.
- Shankar, P., Ahuja, S., ve Sriram, K. (2013). Non-nutritive sweeteners: review and update. *Nutrition*, 29(11-12), 1293-1299. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2013.03.024>
- Sonck, N., Livingstone, S., Kuiper, E., ve de Haan, J. (2011). *Digital literacy and safety skills* (EU Kids Online, Issue. (Erişim Tarihi: 08.02.2021))
- Stockings, E., Hall, W. D., Lynskey, M., Morley, K. I., Reavley, N., Strang, J., Patton, G., ve Degenhardt, L. (2016). Prevention, early intervention, harm reduction, and treatment of substance use in young people. *Lancet Psychiatry*, 3(3), 280-296. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(16\)00002-X](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(16)00002-X)
- Strasburger, V. C., Hogan, M. J., Mulligan, D. A., Ameenuddin, N., Christakis, D. A., Cross, C., Fagbuyi, D. B., Hill, D. L., Hogan, M. J., Levine, A. E., McCarthy, C., Moreno, M. A., Swanson, W. S. L., Altmann, T. R., Brown, A., Clarke-Pearson, K., Falik, H. L., Fuld, G. L., Nelson, K. G., . . . Council Commun, M. (2013). Children, Adolescents, and the Media. *Pediatrics*, 132(5), 958-961. <https://doi.org/10.1542/peds.2013-2656>
- Şimşek, Z. C., Canbeldek, M., ve Işıkoğlu, N. (2023). Ebeveynlerin Pandemi Sürecinde Dijital Ebeveynliğe Yönelik Deneyimleri. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*(55), 1-22.
- Thimm, C. (2023). Mediatized Families: Digital Parenting on Social Media. In N. Dethloff ve L. Specht-Riemenschneider (Eds.), *Families and New Media: Comparative Perspectives on Digital Formations in Law and Society* (pp. 33-58). Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-658-39664-0>
- Thompson, D. F., ve Walker, C. K. (2015). A descriptive and historical review of bibliometrics with applications to medical sciences. *Pharmacotherapy*, 35(6), 551-559. <https://doi.org/10.1002/phar.1586>

- Tripathi, V., ve Thukral, S. (2018). Determinants of financing of outward foreign direct investment by Indian MNEs A three-level analysis. *International Journal of Emerging Markets*, 13(5), 1154-1181. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-12-2016-0333>
- Vamanan, B., Hasan, J., ve Vijaykumar, T. N. (2012a). Deadline-aware datacenter tcp (D2TCP) Proceedings of the ACM SIGCOMM 2012 conference on Applications, technologies, architectures, and protocols for computer communication
- Vamanan, B., Hasan, J., ve Vijaykumar, T. N. (2012b). Deadline-aware datacenter tcp (D2TCP). *Acm Sigcomm Computer Communication Review*, 42(4), 115-126. <https://doi.org/10.1145/2377677.2377709>
- van Reijmersdal, E. A., Rozendaal, E., ve Buijzen, M. (2012). Effects of Prominence, Involvement, and Persuasion Knowledge on Children's Cognitive and Affective Responses to Advergaming. *Journal of Interactive Marketing*, 26(1), 33-42. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.04.005>
- Verma, M., Aggarwal, R., Nath, B., ve Kakkar, R. (2023). Exploring the influence of food labels and advertisements on eating habits of children: a cross-sectional study from Punjab, India. *BMC Public Health*, 23(1), 13, Article 311. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15058-3>
- Wahyuni, H. F., Carolina, Puspita, Y., ve Effendi, D. (2023). Parenting in the Z-Generation Era. *PPSDP International Journal of Education*, 2(1), 27-34.
- Wahyuningrum, E., Suryanto, ve Retno Suminar, D. (2020). Parenting in Digital Era: A Systematic Literature Review. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 9(3), 226-258.
- Wakefield, M. A., Loken, B., ve Hornik, R. C. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour. *Lancet*, 376(9748), 1261-1271. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(10\)60809-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(10)60809-4)
- Wang, T. W., Gentzke, A. S., Creamer, M. R., Cullen, K. A., Holder-Hayes, E., Sawdey, M. D., Anic, G. M., Portnoy, D. B., Hu, S., Homa, D. M., Jamal, A., ve Neff, L. J. (2019). Tobacco Product Use and Associated Factors Among Middle and High School Students - United States, 2019. *Mmwr Surveillance Summaries*, 68(12), 1-22. <Go to ISI>://WOS:000504413200001
- Ward, S. (1974). Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*, 1(2). <https://doi.org/10.1086/208584>
- WHO. (2010). *Set of recommendations on the marketing of foods and non-alcoholic beverages to children*. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44416/9789241500210_eng.pdf
- Wright, P., Friestad, M., ve Boush, D. M. (2018). The Development of Marketplace Persuasion Knowledge in Children, Adolescents, and Young Adults. *Journal of Public Policy ve Marketing*, 24(2), 222-233. <https://doi.org/10.1509/jppm.2005.24.2.222>
- Yaman, F., Dönmez, O., Akbulut, Y., Kabakçı Yurdakul, I., Çoklar, A. N., ve Güyer, T. (2019). Exploration of Parents' Digital Parenting Efficacy through Several Demographic Variables. *Ted Eğitim ve Bilim*. <https://doi.org/10.15390/eb.2019.7897>
- Yaman, F., Yurdakul, I. K., Akbulut, Y., ve Donmez, O. (2022). An Examination of the Digital Parenting Profiles in Turkey. *Child Psychiatry Hum Dev*. <https://doi.org/10.1007/s10578-022-01410-y>
- Yay, M. (2019). *Dijital Ebeveynlik* (2 ed.). Ankara: Türkiye Yeşilay Cemiyeti.

Ebeveynler ve Online Sağlık Bilgisi Arama Davranışı: Sağlık Okuryazarlığı Kapsamında Bir İnceleme

Ezgi EYÜBOĞLU*

Öz

Dijitalleşme, hayatın her alanını kuşattığı gibi, toplumun sağlıkla ilgili tüm pratiklerini de etkisi altına almaktadır. Bu bağlamda, ebeveynler tarafından çocukları ile ilgili sağlık bilgisine ulaşmada sıklıkla tercih edilen bir kaynak konumunda olan dijital medyadaki içerikler, önem taşımaktadır. Sağlıkta geliştirilmesine yönelik üretilen ve tasarlanan içeriklerde kaynağın uzmanlığı, bilginin güncelliği, mesajın etkinliği ve medya ortamının dinamikleri kadar toplumun sağlık okuryazarlık düzeyine uygun bilginin paylaşılması da kritik bir rol oynamaktadır. Sağlık bilgisinin kolay anlaşılır ve bireylerin bilgi gereksinimini karşılayacak bir dil ve nitelikte olması, sağlık okuryazarlığının yaygınlaşmasını ve uzun dönemde bireylerin sağlıklarını koruma ve sürdürme noktasında doğru davranışlar sergilemelerini sağlayabilmektedir. Bu çalışmada, ebeveynlerin çocuklarının sağlığıyla ilgili kullandığı dijital içeriklerin işlevsel sağlık okuryazarlık düzeyi açısından incelenmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, amaçsal örnekleme yolu ile belirlenen 34 WEB sitesi içerik analizi tekniği ile işlevsel sağlık okuryazarlığı düzeyine karşılık gelen okunabilirlik ve sağlık bilgisinin içeriği ve kalitesi açısından değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda online sağlık bilgisi kaynaklarının 'orta güçlükte' okunabilir olduğu, içeriğin güvenilirlik ve kalite düzeyinin yetersiz olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Sağlık Okuryazarlığı, Dijital Ebeveynlik, Online Sağlık Bilgisi Arama Davranışı, Sağlık İletişimi

*Öğr. Üyesi, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım (İng),
ezgieyuboglu@maltepe.edu.tr

Eyüboğlu, E. (2023). Ebeveynler ve Online Sağlık Bilgisi Arama Davranışı: Sağlık Okuryazarlığı Kapsamında Bir İnceleme. TRT Akademi, 08 (19), 904-933. DOI: 10.37679/trta.1328286

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 16.07.2023

Revizyon Tarihi: 13.09.2023

Kabul Tarihi: 15.09.2023

ORCID: 0000-0002-7531-9169

DOI: 10.37679/trta.1328286

Parents and Online Health Information Search Behavior: An Examination within the Scope of Health Literacy

Ezgi EYÜBOĞLU

Abstract

Digitalization, as it encompasses every aspect of life, also affects all practices related to public health. Content in digital media, a source frequently preferred by parents in obtaining health information about their children, is essential in this context. In the content produced and designed for health promotion, sharing the information appropriate to the health literacy level of the society plays an important role, as well as the expertise of the source, the up-to-date-ness of the information, the effectiveness of the message, and the dynamics of the media environment. Having health information in a language and quality that is easy to understand and meets the information needs of individuals can ensure that health literacy becomes widespread and that individuals exhibit correct behavior in terms of protecting and maintaining their health in the long term. From this point of view, this study aims to examine health-related content parents use in digital media regarding health literacy level. Thirty-four WEBSites determined by purposeful sampling were evaluated regarding readability and content and quality of health information corresponding to functional health literacy level by content analysis technique. The research results showed that the online health information resources were 'moderately difficult' to read, and the reliability and quality level of the content was insufficient.

Keywords: Digitalization, Health Literacy, Digital Parenting, Online Health Information Seeking Behavior, Health Communication

Research Paper

Received: 16.07.2023

Revised: 13.09.2023

Accepted: 15.09.2023

1. Giriş

Bireylerin en temel hakkı olan bilgi edinme hakkı, sağlığın geliştirilmesi çerçevesinden ele alındığında, sağlık bilgisi her zaman her yerde ulaşılabilir kılınması gereken ve bireylerin sağlık durumları ve karar alma süreçlerinde rol oynayan bir unsurdur (Abel, 2007; Schulz ve Nakamoto, 2013). Dijitalleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal hayata olan hızlı adaptasyonu neticesinde bireylerin sağlıkları ile ilgili alanda davranış pratikleri de dönüşüm göstermektedir. Dijital sağlık hizmetlerinin kullanılmasının yanı sıra online sağlık bilgisinin başvuru kaynağı hâline gelmesi öne çıkan değişimlerdir (Aldoory, 2017:212; Kim ve Xie, 2017:1074). Online sağlık bilgisi arama davranışı oranlarındaki dramatik artışla birlikte, bireylerin elde ettikleri bilgiler ve bu bilgilerin sağlık durumlarına olan etkisi sağlık iletişimi alanında çalışılan konular arasındadır (Basavakumar vd., 2019; Cheneguın vd., 2020; Ghaddar, vd., 2012; Jacks vd., 2019; Knapp vd, 2011; LaValley vd., 2017; Nikoloudakis vd., 2018). Bu alandaki çalışmaların yanı sıra, dijital içeriklerin niteliğinin geliştirilmesine yönelik birçok araştırma da göze çarpmaktadır (Cavanaugh vd., 2021; Choi ve Bakken, 2010; Madathil vd., 2015; Nadia, 2011; Sarantis, Soares ve Carvalho, 2022). Kırılgan grup olarak tanımlanan çocukların sağlığı kapsamında ise ebeveynlerin dijital yeterlilikleri kadar, başvurduğu online kaynakların güvenilirliği, kalitesi ve anlaşılabilirlik düzeyi araştırmaya değer bir konu olarak görülmektedir. Tüm sağlık iletişimi çabalarında, sağlık okuryazarlığı düzeyini geliştirici stratejilere ek olarak sağlık bilgisi üretimi, tasarımı ve sunumunda hedef kitlenin sağlık okuryazarlık düzeyini gözeterek yaklaşımlar kullanılmak durumundadır. Bu çalışmada ebeveynlerin online sağlık bilgisi arama davranışı üzerinden belirlenen WEB sitesi içeriklerinin okunabilirlik, güvenilirlik ve içerik kalitesi açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Sağlık bilgisine erişimin dijitalleşmeyle kolaylaşmasının, toplumun bilgi düzeyini ve dolayısıyla sağlık okuryazarlık düzeyini arttırma konusunda fayda sağlayacağı düşünülse de dijital bilginin içeriği, kalitesi ve sağlık okuryazarlığına uygunluğu, üzerine tartışılan ve araştırma yapılan alanlardan biridir (Cajita vd., 2017; Davis ve Wolf, 2004; Eysenbach vd., 2002; Manganello vd., 2017). Bu araştırma, devlet kurumları, özel sağlık kuruluşları, sağlık alanındaki dernek ve vakıflar ve medya kuruluşları gibi birçok kurumun sağlık bilgisi sağlayıcısı olduğu dijital medya ortamında, içeriğin anlaşılabilirliğine ve kalitesine vurgu yapan bir çalışma olması sebebiyle önemli görülmektedir.

2. Sağlık Okuryazarlığı ve Dijitalleşme

Sağlık iletişimi disiplininin önemli alt alanlarından birisi olan sağlığın geliştirilme-

sinde, bireylerin ve toplumların bilgilendirilmesi, bilinç düzeylerinin artırılması ve ikna edilmesi noktasında iletişim biliminin tüm enstrümanları kullanılmaktadır. Bu bağlamda hedeflenen kitlenin bireysel, psikolojik ve sosyolojik yapısı göz önünde bulundurulur. Sağlık okuryazarlığı, bireysel bir beceri düzeyi olarak düşünüldüğünde, sağlık alanındaki tüm iletişim çabalarını planlarken dikkate alınması gereken bir kavram olarak karşımıza çıkar. Sağlık okuryazarlığı yetisi, bireylerin sağlıkla ilintili kararları üzerinde kontrol sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Doktor-hasta iletişimde yaşanan sorunlardan, temel düzeyde sağlık bilgisi içeren materyalleri okumada ve anlamada yaşanan güçlüklerle, sağlık hizmetine erişimde oluşan sıkıntılardan sağlık mesajlarının anlaşılmasına kadar olan tüm süreçlerde sağlık okuryazarlık düzeyi belirleyici konumdadır (Fleisher vd., 2014:250; Krepes, 2017; Nutbeam vd., 2018; Seuer ve Vogt, 2013).

Ratzan ve Parker (2000, vi), sağlık okuryazarlığını, 'uygun sağlık kararını verebilmek için bireylerin temel düzeydeki sağlık bilgisini elde etme, anlama ve kullanma becerisi' olarak tanımlar. Bu tanım sağlık okuryazarlığının bireysel süreçle ilişkin boyutuna vurgu yapsa da kişilerarası, toplumsal ve kanun koyucu düzeyde sağlık okuryazarlığını etkileyen birçok etmen bulunmaktadır. Örneğin bireyin sağlık bağlamında etkileşimde bulunduğu sağlık uzmanları, sağlık kurumları, devlet ve medyanın, temel düzeydeki sağlık bilgisini sağlamak durumunda (Rudd, 2003) olması, toplumların doğru bilgiye erişmesi ve kendi sağlıkları ile ilgili süreçlerde yetkinleşmelerine yardımcı olmaktadır. Söz konusu sağlayıcıların bireylerin ve dolayısıyla toplumun sağlık okuryazarlık düzeyini gözeterek sağlık enformasyonunu paylaşmaları elzemdir. Ancak sağlık okuryazarlığı ekseninde planlanan içeriklerin ve sağlık bilgisinin aynı zamanda sağlıkta eşitsizliği de azaltmaya hizmet etmesi söz konusu olabilmektedir (Bittlingmayer, Harsch ve Isertas, 2021:16; Mantwill, Umana ve Schulz, 2015:2).

Tarihsel süreçte sağlık okuryazarlığı kavramı incelendiğinde 1970'li yıllarda sağlık eğitimi adı altında yer aldığı, ancak günümüze kadar gelen süreçteki tanımlar gözden geçirildiğinde, okuduğunu anlama ve bilişsel düzeydeki yetilerden bilgiyi elde etme, yorumlama, eleştirel bakabilme ve olumlu sağlık davranışına yönelme gibi çok boyutta incelendiği görülmektedir (Berkman, Davis ve McCormack, 2010; Nutbeam, 2000; Nutbeam, Rowlands ve Zamir, 2019). Nutbeam (2000), sağlık okuryazarlığını kavramsallaştırırken 3 boyut önermektedir. Bunlardan ilki bireylerin temel düzeydeki okuma ve yazma yetilerini içeren işlevsel sağlık okuryazarlığıdır. Bu yeti prospektüslerin, bilgilendirici broşür ve içeriklerin okunması ve anlaşılmasına yardımcı olan temel yeti olarak kabul edilmektedir. İkinci boyut ise etkileşimli sağlık okuryazarlığı olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda 'ileti-

şimsel' olarak da tanımlanan bu boyut, sosyal yetenekleri de içeren daha ileri düzeyde bilişsel ve okuryazarlık düzeyine işaret etmekte, sağlık iletişiminin farklı formlarından bilgi elde etmek, anlam çıkarmak ve yeni bilgiyi değişen durumlarda kullanabilmek gibi yetileri içermektedir. Eleştirel sağlık okuryazarlığı ise üçüncü boyut olarak ifade edilmekte, bireylerin elde ettiği sağlık bilgisini analiz etme ve kendi sağlıklarının kontrolünde kullanabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacı tarafından tanımlanan bu üç boyutun da sağlık iletişimi çabalarının tüm aşamalarında bireylere kendi sağlıklarını korumaları ve geliştirmeleri konusunda rehberlik görevi gördüğü söylenebilir. Nutbeam (2000)'in kavramsallaştırmasından sonraki tartışmalara bakıldığında, sağlık okuryazarlığı araştırmalarının hem bireysel yetenekler hem de toplumsal pratikler düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir. Özyetkinlik, motivasyon, psikolojik güçlendirme ya da bilişsel ve sosyal becerilerin sağlık okuryazarlığı ile olan ilişkisinin sorgulandığı psikoloji temelli araştırmaların yanı sıra (Camerini, Schulz ve Nakamoto, 2012; Ghaddar vd., 2012; Schulz ve Nakamoto, 2013; Von Wagner vd., 2009), sosyal katılım ve diyalog yoluyla toplumsal yeterliliklerin güçlendirilmesi gibi ekonomik, sosyal, politik ya da kültürel bağlamda tartışmalar da yapılmaktadır (Bitzer ve Schwendemann, 2021; Stephen, 2008; Zamir vd., 2017). Rüeegg (2022: e214), sağlık okuryazarlığı ile sağlıkla ilgili karar verme yeteneği arasındaki ilişkinin yeterince sorgulanmadığına işaret ederek güncel sağlık okuryazarlığı araştırmalarındaki eksikliği vurgular. Aksine sağlık okuryazarlığı tanımının 'bilinçli seçimler yapmak', 'uygun sağlık kararları', 'bilgilendirilmiş yargılar ya da günlük yaşam bağlamında sağlıkla ilgili kararlar' gibi karar verme mekanizmalarını da içerdiğini belirtir. Karar verme yeteneğini aracı değişken olarak konumlandıran araştırmacı, finansal engeller, zaman yetersizliği, sosyal destek ve kişisel özellikleri de bu yeteneği etkileyen bağlamsal değişkenler olarak değerlendirmektedir.

İnternet teknolojilerinin gelişimi ile öne çıkan araştırma alanlarından birisi olan online sağlık bilgisi, bilginin elde edilmesi, anlaşılması ve karar mekanizmalarında kullanılması noktasında sağlık okuryazarlığı alanında tartışılan güncel kavramlardan biridir (Chen vd., 2019; Diviani vd., 2015; Lee vd., 2021; Pho vd., 2022; Powell, Darvell ve Gray, 2003; Wald, Dube ve Anthony, 2007). Pasif bir alıcı konumunda olan hastaların, dijital medyanın etkileşimli yapısı sayesinde sağlık bilgisi arayıcısı olmanın dışında, akran iletişimi aracılığı ile bilgi sağlayıcısı olabildiği bir zeminde, hastaların söz konusu bilgi değiş tokuş süreçlerinin daha az araştırmaya değer bulunduğuna işaret edilerek sağlık okuryazarlığı alanında online sağlık bilgisinin önemine vurgu yapılmaktadır (Amann, Rubinelli ve Kreps, 2015:287).

Sağlık okuryazarlığı, bireylerin ilgili sağlık uzmanına danışmasından, tedavi olma sürecine ve doğru sağlık bilgisine nasıl ve nereden erişeceğine kadar olan tüm

süreçte yol göstericidir. Ancak Türkiye’de ve Dünyada ve yapılan birçok çalışmada sağlık okuryazarlık düzeyinin yeterli olmadığı görülmektedir (Atay vd, 2018; Berens, vd., 2016; Eyüboğlu ve Schulz, 2016; Kutner vd., 2006; Sorensen vd., 2015; T.C Sağlık Bakanlığı, 2018; Wu vd., 2017; Yussoff vd., 2021). Yetersiz sağlık bilgisi, sağlık hizmetlerinden yeterince faydalanamama ve tedavi şartlarını yerine getirememe gibi birçok olumsuz sağlık çıktısı ile ilişkilendirilen düşük sağlık okuryazarlık düzeyi günümüzde tüm ülkelerin önemli gündem maddelerinden birini oluşturmaktadır (Jackson, Trivedi ve Baur, 2021:1156). Health People’in 2010’dan beri yayınlanan raporları incelendiğinde, toplum sağlığının geliştirilmesi noktasında sağlık okuryazarlığı konusunun, 2030 raporunda da üstüne eğilimi gereken ve geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılması amaçlanan bir olgu olduğu belirtilmektedir. Raporlarda sağlık okuryazarlığının yanı sıra, sağlık bilgisi arama davranışı, doktor hasta iletişimi, iletişim eşitsizlikleri ve dijital sağlık gibi konular da yer almaktadır (HealthyPeople.gov, 2019a; HealthyPeople.gov, 2019b). Günümüzde her türlü bilgiye ulaşmanın mümkün olduğu düşünülse de hâlâ nitelikli ve doğru sağlık bilgisine erişim noktasında problemler yaşanmaktadır. Sağlık bilgisi sağlık okuryazarlık düzeyinin bütünüleyici bir parçası olarak görüldüğü için (Nutbeam, 2000; Sørensen vd, 2012), sağlık bilgisine ulaşmak, onu anlamak ve hayatın içinde uygulamak kadar bu bilginin üretilmesinde de belirli parametrelerin gözetilmesi gerekmektedir. Bilgiye erişimin kolaylaşması ve bireyler arasındaki bilgi düzeyi uçurumunun azaltılması kadar, sağlıkla ilişkili tüm bilgi ve mesajların tasarlanması sürecinde sağlık okuryazarlık düzeyinin dikkate alınması şarttır. Dijitalleşme sağlık alanında sınırsız sayıda materyale ve bilgiye ulaşımı kolaylaştırırsa da bilgi yığını içinden nitelikli sağlık bilgisinin seçilmesi ancak yeterli düzeyde sağlık okuryazarlık düzeyi ile mümkün olur. Jackson, Trivedi ve Baur (2021:1156), her türlü sağlık enformasyonu ve sağlık hizmetleri tercih edilen ya da varsayılan seçenek olarak online hâle geldiğinde, sağlık okuryazarlığının da online platformlara erişim ve dijital teknolojileri kullanma durumu ile ilişkili duruma geldiğini ifade etmektedir.

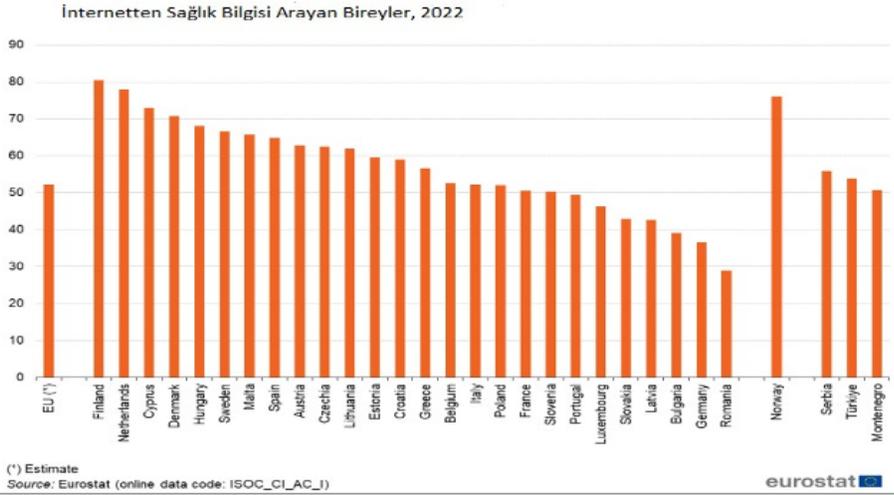
İnternetin kitle medyası hâline gelmesi ve bilgiye erişimin giderek kolaylaşmasının yanı sıra, içerik bağlamında denetimin zayıflaması ve oluşan kontrolsüzlük özellikle sağlıkla ilişkili bilginin kalitesi ve kaynak güvenilirliği hakkında çeşitli sorular oluşturmaktadır. Kanıta dayalı olmayan, güncellikten uzak ve hatalı içerikleri filtreleyen bir sistemin olmaması, kaliteli sağlık bilgisine erişimde bariyerlere neden olmaktadır (Agency for Healthcare Research and Quality, 2007; National Institute for Children’s Health Quality, 2019). Bu noktada dijital medya ve teknolojilerin verimli bir şekilde kullanılması dijital sağlık okuryazarlığı kavramını gündeme getirmektedir. Bireylerin kendi sağlıklarının gelişimi konusunda bilgi

ve iletişim teknolojilerini kullanma becerisi olarak tanımlanan kavram, özellikle sağlık bilgisi kaynağı olarak internetin ve mobil uygulamaların kullanımını vurgulamaktadır (Kim ve Xie, 2017:4). Dijital kaynaklara ulaşma ve onları kullanma yetilerinin önemine dikkat çeken Avrupa Komisyonu Raporunda da dijital sağlık okuryazarlığının kritik önemine dikkat çekilmekte, sağlıklı ilgili karar alma süreçlerinde dijital sağlık okuryazarlığının güçlendirici etkisi vurgulanmaktadır (European Union, 2014:3). Muscat ve Sorensen (2019:14), dijitalleşen medya ortamında sağlık bilgisi kaynaklarına ulaşma ve kaynakları etkili kullanma konusunda hem dijital sağlık okuryazarlığı yetilerinin hem de dijital okuryazarlık yetilerinin eş zamanlı geliştirilmesinin önemine vurgu yapmaktadır. Araştırmacılar ayrıca, online kullanıcı yetileri kadar, online içeriklerin de karmaşık ya da belirsiz olmaması, bir sonraki adımı açıkça belirten anlaşılır yönlendirmeler içermesi ve içerikleri denetleyen bir mekanizmanın bulunması konusunda sağlık alanındaki yazar ve içerik üreticilerini uarmaktadır.

3. Online Sağlık Bilgisi Arama Davranışı

Sağlık bilgisi arama davranışı 'bireylerin kendi sağlıkları, riskli durumlar, hastalıklar ve koruyucu sağlık davranışları hakkında bilgi arama yolları' olarak tanımlanmaktadır (MillsMill ve Tadorova,2016:2). Dijitalleşme ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi, birçok alanda hızlı dönüşümleri tetiklediği gibi, sağlık alanında da özellikle online sağlık bilgisi arama davranışı oranında artışa sebep olmuştur (European Union, 2014; Jaks vd., 2019). 2022 yılı itibarıyla dünyada 7,9 milyar insanın internet kullandığı göz önünde bulundurulduğunda (DataReportal, 2022), toplumların dijital pratiklerinin hayatın her alanında fazlasıyla arttığı söylenebilir. Dijital kültür var olmadan önce bilgiye erişimde doktor, hemşire, uzman sağlık personeli ya da geleneksel medya ve araçlarını kullanan bireyler, günümüzde sağlık enformasyonuna hızlı ve kolay ulaşma noktasında artan bir şekilde online mecraları tercih etmektedir. İnternet erişiminin genişlemesi ve kolaylaşmasıyla birlikte, sağlık alanında birçok içerik ulaşılabilir hâle gelmiştir. Eurostat (2022)'ın raporu, Avrupa Birliği üyesi ülkelerdeki bireylerin yüzde 52'sinin online olarak sağlıkla ilgili arama yaptığını belirtirken aynı raporda, Türkiye'de bu oranın yüzde 50'den fazla olduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 1). En çok arama yapılan konuların ise yaralanmalar, hastalıklar, beslenme ve sağlığın geliştirilmesi üzerine olduğu görülmektedir. DataReportal'ın 2022 dijital raporunda ise Türkiye'deki internet kullanıcılarının yüzde 39,5'inin sağlıkla, sağlık problemleriyle ve sağlık ürünleriyle ilgili online arama yaptığı belirlenmiştir. Dijital içeriklerin, sağlıkla ilişkili konularda artan bir şekilde başvuru kaynağı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu durum araştırmacıların, online sağlık bilgisi arama davranışının belirleyicilerine odak-

lanmalarına yol açmıştır. Online sağlık bilgisi arama davranışı sıklığı, hangi durumlarda internet kaynağına başvurulduğu ve sağlıkla ilgili karar verme süreciyle olan ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların yanı sıra (Cline ve Haynes, 2001; Jacobs, Amuta ve Jeon, 2017; Kartiwi, Gunawan ve Rahman, 2021; Tennant, vd., 2015), internetin sağladığı sağlık enformasyonun sağlıkta eşitsizliğe yol açıp açmadığı sorusu da tartışılmaya devam etmektedir (Jacobs, Amuta ve Jeon, 2017; Percheski ve Hargittai, 2011).



Şekil 1. İnternette Sağlık Bilgisi Arama Oranları (Eurostat, 2022, Erişim Tarihi: 01.07.2023) https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals

Online sağlık bilgisi arama davranışı kolaylık, kapsam genişliği, anonim arama yapılabilmesi gibi özelliklerinin yanı sıra sosyal etkileşime ve akran iletişimine olanak tanınması sebebiyle bireyler tarafından avantajlı görülmektedir (Cline ve Haynes, 2001: Powell, Ronnie ve Large-2011). Online mecrada yer alan sağlıkla ilgili enformasyonun kalite düzeyi ve bireylerin bu enformasyonu anlama, yorumlama ve kullanma konusunda yaşadıkları zorluklar ise online sağlık bilgisi arama davranışının olumsuz yönleri olarak gösterilebilir (Caiata-Zufferey vd., 2010:1053, Cline ve Haynes, 2001:680). Dolayısıyla enformasyona erişimin hızlı ve kolay olması, bireylerin verimli bir şekilde online sağlık bilgisi arama davranışı gerçekleştirdiklerine işaret etmeyebilir. Kendi kendine yeterli, sağlık profesyonellerinin varlığı ve sağlık okuryazarlığı gibi faktörler de bireylerin online sağlık bilgisi arama süreçlerinde kritik rol oynamaktadır (Wathen ve Harris, 2007:639). Bireyler dijital medyadaki bilgi yığını içinden yalan ve yanlış bilgileri filtreleyerek ihtiyaç duydu-

ğru doğru ve kaliteli sağlık bilgisine erişim noktasında engellerle karşılaşmaktadır. Bunlardan birincisi, bu engeli aşabilme konusunda bireylerin sahip oldukları yetersiz sağlık okuryazarlık düzeyi, ikincisi ise dijital medyadaki sınırsız enformasyon akışının sebep olduğu infodemi sebebiyle yanlış, eksik, çarpıtılmış ya da yetersiz sağlık bilgilerinin varlığıdır (Eysenbach vd., 2002:2698).

4. Dijital Ebeveynler

Büyük bir sorumluluk alanını temsil eden ebeveynlik rolünde, anne ve babalar, özellikle çocuklarının sağlığı konusunda, doğru ve güvenilir bilgiye erişmek için online sağlık bilgisi edinme davranışı sergilemektedir. Yapılan güncel araştırmalar incelendiğinde ebeveynlerin sağlık bilgisi arama davranışlarını artan oranda çocukları için gerçekleştirdikleri görülmektedir (Doğan, 2018:22; Reifegerste, Bachl ve Baumann, 2017:9). Bu verilerden yola çıkarak, ebeveynler için çevrim içi ortamlardaki sağlık enformasyonunun dikkate alınan bir kaynak konumuna yükseldiği söylenebilir. Dijitalleşmenin, toplumda birçok sosyo demografik yapıdaki bireyi etkilediği gibi ebeveynlerin çocukların sağlığı konusunda dijital yetilerini geliştirmeleri yönünde bir rol oynadığı söylenebilir. Hem bilgiye erişim hem de sosyal destek konusunda online mecraları tercih eden dijital ebeveynler, internette edindikleri temel düzeydeki bilginin yanı sıra, deneyim odaklı bilgiye ulaşmak için online grupları, forumları ya da toplulukları tercih edebilmektedir (Plantin ve Daneback, 2009; Yardi vd., 2018). Ebeveynler, arama motorları ve sosyal medya platformları yoluyla elde ettikleri sağlık bilgisi ile hem kaygı ve stres düzeylerini kontrol edebilmekte hem de çocuklarının sağlık durumu ile ilgili bilgi düzeylerini arttırdıklarını düşünmektedir (Nicholl vd., 2017). Ebeveynler ulaştıkları dijital kaynaklar sayesinde, sağlık uzmanlarından aldıkları bilgiyi teyit ederek kendilerini daha güçlenmiş hissetmekte, alternatif tedavi yöntemlerini göz önünde bulundurmakta ve benzer durumdaki aile ve hastalarla etkileşim kurarak toplumsal ağlar geliştirme imkanına sahip olmaktadır (Juvalta vd., 2020:2).

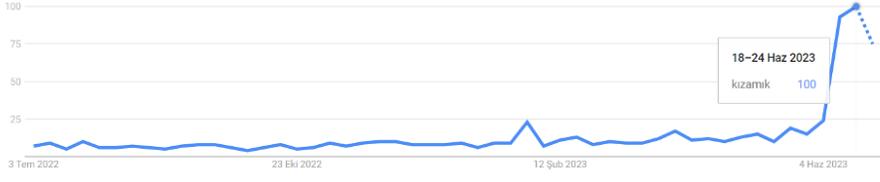
Bu noktada başvurulacak kaynakların niteliği önem kazanmaktadır. Basit bir dil, kısa cümleler, açıklaması yapılan tıbbi terimler, önemli bilgilerin tekrarı, riskli davranış açıklamaları ve uzman kaynaklardan alınan güncel bilgiler gibi temel noktalar geleneksel mecrada olduğu kadar, online mecralarda da üretilen her türlü sağlık içeriği için olması gereken özelliklerdir. Türkiye’de dijital kaynakların içeriği üzerine yapılan araştırmalarda, paylaşılan sağlık bilgilerinin kanıta dayalı olmadığı ve güncelliğini yitirdiği görülmektedir (Can vd., 2014:490; Tekin vd., 2013:31). Bu durumda, ebeveynlerin sağlık okuryazarlık düzeyini yükseltmeyi hedefleyen çalışmalar kadar, dijital kaynakların niteliğini geliştirmeye yönelik çabalar da göz önünde bulundurulması gereken bir nokta olarak görülmektedir.

5. Araştırmanın Amacı ve Sınırlılıkları

Çalışmanın odak noktasının sağlık okuryazarlığı kavramı olması sebebiyle ebeveynlere yönelik dijital içeriklerin sağlık okuryazarlığı düzeyini gözetip gözetmediği sorusu araştırmanın ana sorunsalıdır. Bu çalışmada, ebeveynlerin çocuklarının sağlığı için kullandığı dijital içeriklerin sağlık okuryazarlığı kriterleri dikkate alınarak analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Kriter olarak işlevsel sağlık okuryazarlık düzeyine karşılık gelen metinlerin okunabilirlik ve anlaşılabilirlik düzeyi ile güvenilirliği ve içerik kalitesi belirlenmiştir. Araştırmada belirlenen alt amaçlar şunlardır:

- (1) Online sağlık bilgisi içeren WEB sitelerinde içerik üretenler hangi kurum ya da kuruluşlardır?
- (2) Sağlık bilgisi içeren WEB siteleri içeriklerinin okunabilirlik düzeyi nedir?
- (3) WEB sitelerinde paylaşılan online sağlık bilgisinin güvenilirlik düzeyi nedir?
- (4) WEB sitelerinde paylaşılan online sağlık bilgisinin kalite düzeyi nedir?

Son yıllarda Türkiye’de artan vakalar sebebiyle gündeme gelen kızamık hastalığı çalışma konusu olarak belirlenmiştir. İstanbul Tabip Odasının raporuna göre, Nisan 2022-Mart 2023 tarihleri arasında Avrupa’daki kızamık olgu sayılarına göre Türkiye en çok vaka görülen üçüncü ülke durumundadır (İstanbul Tabip Odası, 2023). Çoğunlukla çocukları etkileyen kızamık hastalığı ile ilgili ebeveynlerin bilgi ihtiyacının artacağı ve sağlık bilgisi arama davranışının bu konuya yöneleceği araştırmanın varsayımdır. Bu bağlamda, Google Trends kullanılarak Google WEB taramaları kızamık anahtar kelimesi ile incelenmiştir. Mayıs 2023 ayı itibarıyla Türkiye’deki en popüler ve en çok kullanılan arama motoru (99.40%) olması sebebiyle araştırma Google üzerinden yürütülmüştür (Similiar WEB, 2023). Tarama yapılırken ülke olarak Türkiye seçilmiş ve sağlık konusundaki WEB taramalarına bakılmıştır. Kızamık konusu ile en yüksek arama oranının 18-24 Haziran 2023 tarihlerinde yapıldığı tespit edilmiştir. Taramalar Google Trends tarafından puanlanmakta, 100 değeri, aranan terimin en popüler terim olduğunu, 50 değeri ise terimin bunun yarısı kadar popüler olduğunu göstermektedir. 0 değeri ise aranan terim için yeterli veri olmadığını ifade etmektedir (Google Trends, 2023). Sonuçlar incelendiğinde 18-24 Haziran 2023 tarihlerinde sağlıkla ilgili alanda kızamıkla ilgili aramaların en yüksek puana ulaştığı tespit edilmiştir (Bkz.. Şekil 2). Bu nedenle söz konusu tarihlerde en çok ziyaret edilen WEB siteleri analiz kapsamına alınmıştır. Bu durum araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.



Şekil 2. Google WEB Aramasında Kızamık Konusuna Zaman İçinde Gösterilen İlgisi

Kızamıkla ilgili en yüksek arama oranının 18-24 Haziran 2023 tarihlerinde yapılması sebebiyle bir sonraki aramada ise spesifik olarak söz konusu tarihlerde hangi anahtar kelime ile arama yapıldığını tespit etmek için tekrar arama yapıldığında en çok aranan kelimelerin aşağıdaki gibi olduğu bulunmuştur;

- (1) Kızamık Belirtileri
- (2) Kızamık Aşısı
- (3) Kızamık Aşısı Ne Zaman?
- (4) Kızamık Nedir
- (5) Kızamık Salgını

| İlgili konular | En Alakalı | İlgili sorgular | En Alakalı |
|--------------------------|------------|--------------------------|------------|
| 1 Kızamık - Hastalık | 100 | 1 kızamık belirtileri | 100 |
| 2 Aşı - ilaç sınıfı | 30 | 2 kızamık aşısı | 81 |
| 3 Kızamık Aşısı - Aşı | 27 | 3 kızamık aşısı ne zaman | 25 |
| 4 Ani Salgın - Afet türü | 5 | 4 kızamık nedir | 23 |
| 5 Suçiçeği - Hastalık | 4 | 5 kızamık salgını | 19 |

Şekil 3. 18-24 Haziran 2023 Tarihlerinde Google Trends Kullanılarak Yapılan Aramada Kızamık ile İlgili Bulunan En Alakalı Konular ve Sorgular)

Kaynak: <https://trends.google.com/trends/explore?cat=45&date=2023-06-18%202023-06-24&geo=TR&q=k%C4%B1zam%C4%B1k&hl=tr>

Belirlenen en alakalı sorgularda, söz konusu anahtar kelimeler ile arama yapıldığında, ilk iki arama sayfasında yer alan WEB siteleri analiz kapsamına alınmıştır. Kızamık hastalığı ve ilgili bilgilendirici içeriklerin yer aldığı 72 WEB sitesi analiz kapsamında seçilmiştir. İlgili aramalarda çıkan aynı WEB siteleri ve içerikleri (11 adet) kapsam dışı bırakılmıştır. Üç Wikipedia içeriği kaynak güvenilirliği endişesi

ile,19 adet gazete haberi ise günlük bilgi ve haber içerdiği gerekçesi ile analize dâhil edilmemiştir. Beş WEB sitesinin bağlantı adresi çalışmadığı için araştırmada değerlendirme dışı bırakılmış olup, toplam 34 WEB sitesi analiz edilmiştir.

6. Yöntem

İçerik analizi yöntemi ile Google WEB aramalarında en çok aranan anahtar kelimeler üzerinden belirlenen 34 WEB sitesinde yer alan kıyamıkla ilgili bilgiler, okunabilirlik düzeyi ve bilginin güvenilirliği ve kalitesi unsurları üzerinden incelenmiştir. Çalışma iki araştırmacı tarafından kodlanmış olup kodlayıcılar arası güvenilirliği belirlemede Kappa istatistiği kullanılmıştır.

7. Kodlama ve Kullanılan Ölçekler

Sağlık okuryazarlığının 3 düzeyi olduğundan hareketle, bu araştırmada metinlerin analizi sadece işlevsel sağlık okuryazarlık düzeyini karşılayan okunabilirlik ve anlaşılabilirlik üzerine gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, WEB sitesi içeriklerinin okunabilirlik düzeylerinin saptanması amacıyla Ateşman Okunabilirlik İndeksi kullanılmıştır (<http://okunabilirlikindeksi.com/>). Ölçek, Ateşman (1997) tarafından Flesch (1948)'in Okuma Kolaylığı Formülü'nden uyarlanmıştır. Ölçeğe göre, Türkçe metinlerin okunabilirlik düzeyleri ve katsayıları Tablo 1'de gösterilmiştir.

| Düzye | Okunabilir Katsayısı |
|---------------|----------------------|
| Çok Kolay | 90-100 |
| Kolay | 70-89 |
| Orta Güçlükte | 50-69 |
| Zor | 30-49 |
| Çok Zor | 1-29 |

Tablo 1. Türkçe Metinlerin Okunabilirlik Düzeyleri ve Katsayıları (Ateşman, 1997:74).

Ölçeğe ait geliştirilen WEB sitesi yardımıyla, analiz için belirlenen WEB sitelerinde yer alan metinler sisteme girilmiş, içeriklerin okunabilirlik düzeyi ve okunabilirlik indeksi tespit edilmiştir.

Ateşman (1997:71)'a göre okunabilirlik ile 'okuyan tarafından metinlerin ne kadar

kolay ya da güç anlaşılır olduğu' anlatılmak istenir. Ancak okunabilirlik ile anlaşılabilirlik aynı şey değildir. Anlaşılabilirliğin, okunabilirlik gibi nicel özelliklerin aksine nitel özelliklere sahip olması gerekmektedir. Anlaşılabilirlikte içeriğin önemine değinen araştırmacı, konuların niteliğine, hangi sıra ile sunulduğuna ve okuyanın o konudaki bilgi düzeyine dikkat çekmektedir (Ateşman, 1997). Bu noktadan yola çıkarak mevcut araştırmada, WEB sitesi içeriklerinin okunabilirlik düzeylerinin saptanmasının yanı sıra, söz konusu sağlık bilgilerinin içeriği, güvenilirliği ve kalitesini ölçümlemek için Discern Ölçeği (Quality Criteria for Consumer Health Information) kullanılmıştır (Charnock vd., 1999). Discern ölçeği kaliteli ve güvenilir sağlık bilgisi üretmede kılavuz niteliğinde geliştirilen bir ölçektir ve sağlık iletişimi alanında birçok araştırmada kullanılmıştır (Austvoll vd., 2012; Cajita vd., 2017). Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Gökdoğan vd. (2003) tarafından yapılmış olup, ölçekten alınacak en düşük puan 16, en yüksek puan 80 olarak belirlenmiştir.

16 değerlendirme sorusundan oluşan ölçek 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Boyutlar, ölçümledikleri konular ve ölçeğin maddeleri şu şekildedir:

Soru 1-8: Kaynağın güvenilirliği boyutu (Güvenilirlik)

Amacı açık mıdır?

Bu amaçlara ulaşılabilir mi?

Konu ile ilgili mi?

Bu WEB sitesini hazırlamada kullanılan kaynaklar açıkça belirtilmiş midir?

Bu kitapçıkta bildirilen ya da kullanılan bilginin tarihi açıkça belirtilmiş midir?

Bu kitapçık tutarlı ve tarafsız mıdır?

İlave bilgi ya da destek kaynaklarına ilişkin ayrıntılar veriyor mu?

Bu kitapçıkta belirsiz yönlerden söz ediliyor mu?

Soru 9-15: Tedavi seçenekleri konusunda bilgi kalitesi boyutu

Her bir tedavinin nasıl uygulandığını tanımlıyor mu?

Her bir tedavinin yararlarını tanımlıyor mu?

Her bir tedavinin risklerini tanımlıyor mu?

Tedavi uygulanmadığı durumlarda ne olacağını tanımlıyor mu?

Tedavi seçeneklerinin yaşam kalitesini nasıl etkilediğini tanımlıyor mu?

Birden fazla tedavi seçeneği olabileceği açıklanmış mıdır?

Hastanın karar vermesi için destek sağlıyor mu?

Soru 16: Materyalin Genel Değerlendirmesi (Genel kalite derecelendirmesi boyutu)

Yukarıdaki tüm soruların yanıtlarına dayanarak tedavi seçenekleri konusunda bir kaynak olarak bu materyalin kalitesini genel anlamda değerlendirin

Ölçeğin puanlandırılmasında ilk 15 soruda her bir kriter 1=Hayır 3=Kısmen ve 5=Evet şeklinde puanlanmaktadır (Bkz. Şekil 4).

| Hayır | | Kısmen | | Evet |
|-------|---|--------|---|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Şekil 4. DISCERN Ölçeği Puanlama Kriteri (1-15 arası sorular)
(DISCERN:http://www.discrim.org.uk/discrim_instrument.php)

Ölçeğin en son kriteri (Soru 16: Genel Değerlendirme) 1=düşük (Ciddi veya kapsamlı eksiklikler) 3=orta (Potansiyel olarak önemli, ancak ciddi olmayan eksiklikler) ve 5=Yüksek (Asgari eksiklikler) olmak üzere puanlanmaktadır (Bkz. Şekil 5).

| Düşük | | Orta | | Yüksek |
|---------------------------------|---|----------------------------------------------------------|---|---------------------|
| Ciddi veya Kapsamlı Eksiklikler | | Potansiyel olarak önemli ancak ciddi olmayan eksiklikler | | Minimum eksiklikler |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Şekil 5. DISCERN Ölçeği Puanlama Kriteri (16.soru)
(DISCERN:http://www.discrim.org.uk/discrim_instrument.php)

Analize dâhil edilen 34 WEB sitesindeki içerikler DISCERN ölçeğinde yer alan 16 kritere göre okunmuş, değerlendirilmiş ve puanlandırılmıştır.

8. Güvenilirlik Analizleri

Araştırma kapsamında seçilen WEB sitelerinin Discern ölçüm aracına göre kodlanması aşamasında, güvenilirliği test etmek için bağımsız bir araştırmacıdan destek alınmıştır. Araştırma hakkında gerekli bilgiler aktarıldıktan sonra diğer araştırmacıdan, WEB sitelerinin tamamını Discern ölçüm aracına göre bağımsız olarak kodlaması istenmiştir. Kodlayıcılar arası uyum, Cohen's Kappa kullanılarak ölçül-

müştür. Öncelikle, kodlayıcıların 34 WEB sitesini değerlendirirken birbirleriyle ne kadar anlaştıklarını anlamak üzere, Discern'deki 16 sorunun her biri için ayrı ayrı kappa katsayıları hesaplanmıştır. Discern ölçüm aracının güvenilirlik alt boyutuna ilişkin ilk sekiz soru için Kappa katsayıları, 0.596 ile 0.779 arasında değişmektedir. Ölçüm aracının tedavi seçenekleri konusunda bilgi kalitesi alt boyutuna ilişkin 9-15. soruları için Kappa katsayıları, 0.723 ile 0.943 arasında değişmektedir. Discern ölçüm aracının genel kalite derecelendirmesi alt boyutuna ilişkin 16. sorusu için ise Kappa katsayısı 0,904'tür. Kodlayıcıların ölçüm aracına ilişkin genel uyum düzeyini anlayabilmek için ayrı ayrı hesaplanan bu Kappa katsayılarının ortalamalarının alınması gerekmektedir (McCool vd., 2015). Bu doğrultuda, ortalama Kappa katsayısı 0.760 olarak hesaplanmıştır. Kodlayıcılar arası uyumu anlayabilmek için Kappa katsayıları, Landis ve Koch'un (1977); "<0.00 zayıf", "0.00 – 0.20 az", "0.21 – 0.60 orta", "0.61 – 0.80 güçlü", "0.81 – 1.00 mükemmel yakın" kategorileri kullanılarak yorumlanmış ve bu değerlere göre kodlayıcılar arasında güçlü düzeyde uyum gerçekleştiği anlaşılmıştır.

9. Bulgular

WEB sitelerinin içerik analizi ile değerlendirilmesinin sonucunda, Sağlık Bakanlığının ve sağlık alanındaki dernek ve vakıfların kızımla ilgili bilgilendirme konusunda yetersiz kaldıkları görülmüştür. Kamu sağlığı alanında önemli aktörler olan ve halkı bilgilendirme konusunda öncü olması beklenen kurumların, araştırma kapsamındaki dijital içeriklerin sadece yüzde 10'unu oluşturuyor olması düşündürücüdür. İçerik üretimi konusunda en aktif kurumlar özel hastaneler (%42,8) ve online gazete ve haber yayın organları (%22,8) olarak belirlenmiştir. Bu kurumların hem daha fazla içerik ürettikleri hem de algoritmik sistemi dikkate alarak ve arama motoru optimizasyonunu gözeterek içeriklerini, arama sayfasında üst sıralarda yer almak amacıyla uygun bir şekilde organize ettikleri görülmüştür (Bkz. Tablo 2). Dijitalleşmeyle birlikte içerik sağlayıcısı hâline gelen blogların, sağlık alanında yetersiz oldukları belirlenmiştir. Daha ayrıntılı bilgiye erişim noktasında bloglar tercih edilebilir durumdayken, bu işlevin yeterince etkin kullanılmadığı görülmektedir.

| Analiz Kapsamındaki WEB Siteleri | İçerik Sayısı | Yüzde |
|-------------------------------------|---------------|-------|
| Sağlık Bakanlığı | 2 | 5,7 |
| Dernekler | 2 | 5,7 |
| Özel Hastane | 14 | 42,8 |
| Blog | 2 | 5,7 |
| Doktor | 3 | 8,5 |
| Online gazete ve haber yayın organı | 8 | 22,8 |
| Akademik yayın | 2 | 5,7 |
| Laboratuvar | 1 | 2,8 |
| Toplam (n) | 34 | 100 |

Tablo 2. Analize Dâhil Edilen WEB Sitelerinin Türleri ve Sayıları

Dijital içerikler okunabilirlik düzeyi açısından analiz edildiğinde, Tablo 3'teki sonuçlar elde edilmiştir. WEB sitelerinin 'orta güçlükte' okunabilir olduğu belirlenmiştir. Bu durum, metinlerin 9. veya 10. sınıf öğrencileri tarafından kolayca anlaşılır düzeyde olduğunu göstermektedir. Türkiye nüfusunun %24'ünün üniversite mezunu olduğu ve büyük çoğunluğun (%69,8) ortaokul mezunu olduğu göz önünde bulundurulursa (TÜİK, 2022), bilgi düzeyini arttırmayı ve toplum sağlığını geliştirmeyi amaçlayan sağlıkla ilgili içeriklerin kolay ya da çok kolay düzeyde tasarlanması önemli görülmektedir. Amerika Tıp Enstitüsünün WEB içeriklerinin okunabilirlik düzeyi için uygun gördüğü düzey ise 6. Sınıf veya daha alt sınıflara karşılık gelen kolay ya da çok kolay düzeyidir (Elliot, Charyton ve Long, 2007). Bireylerin bilişsel yetenekleri olan okuma ve anlama sağlık bilgisinin doğru kullanılması açısından kritik bir konumdur. Bu nedenle sağlık alanında üretilen içeriklerin bu düzeyleri gözetererek tasarlanmasının, bireylerin sağlık bilgisi düzeylerinin artırılmasına olanak sağlayacağı ve dolayısıyla sağlık okuryazarlık düzeylerine de olumlu katkı yapacağı düşünülmektedir.

| | Ortalama | Medyan | Min | Max |
|-------------------------------|----------|--------|------|------|
| Ateşman Okunabilirlik İndeksi | 66,3 | 66,5 | 44,4 | 85,7 |

Tablo 3. WEB Sitesi İçeriklerinin Ateşman Okunabilirlik İndeksine Göre Analizi

Analiz edilen WEB sitelerinin türlerine göre okunabilirlik düzeyleri incelendiğinde ise, içeriklerin %64,7'sinin orta güçlükte olduğu anlaşılmıştır (Bkz. tablo 4).

Özellikle sağlıkla ilişkili içeriklerin basit bir dille üretilmiş olması, net ifadelerle yer vermesi ve tıbbi terimlerden olabildiğince uzak olması beklenmektedir. Ancak çalışma kapsamındaki içeriklerin ideal durumdan uzak oldukları görülmüştür

| Okunabilirlik Düzeyleri | Dijital içeriklerin okunabilirlik düzeyi oranları (n=34) |
|-------------------------|----------------------------------------------------------|
| Çok Kolay | - |
| Kolay | %29,4 (n=10) |
| Orta Güçlükte | %64,7 (n=22) |
| Zor | %5,8 (n=2) |

Tablo 4. WEB Sitesi İçeriklerinin Okunabilirlik Düzeyi Oranları

Analiz sonucunda çok kolay düzeyde (90-100) okunabilen dijital içeriklerin olmadığı görülmüştür. Kolay içeriklerin (70-89) ise Tablo 5'te görüldüğü üzere online gazete ve haber yayın organları, özel hastaneler, bloglar ve özel doktorların paylaştığı dijital içerikler olduğu saptanmıştır. Özel hastaneler ve online gazete ve haber yayın organlarının hem içerik üretimi konusunda aktif olduğu hem de paylaşılan sağlık bilgilerinin kolay okunabilir olduğu belirlenmiştir. Bu bilgi doğrultusunda özel hastanelerin dijitalleşme süreçlerine daha iyi uyum sağladıkları ve dijital içerik üretiminde sağlık okuryazarlığı parametrelerini göz önünde bulundurdıkları söylenebilir. Online gazete ve haber yayın organlarının ise toplumda artan sağlık bilgisi ihtiyacını gördüğü ve içerik üretimine yöneldiği düşünülmektedir. Sağlık Bakanlığının paylaştığı içeriklerin okunabilirlik düzeyinin orta güçlükte olduğu görülmüştür. Oysaki etki alanı geniş ve güvenilir olduğu öngörülen bir devlet kurumunun toplumun ortalama sağlık okuryazarlık düzeyini referans alarak içerik üretmesi toplum sağlığı açısından önem arz etmektedir. Sağlık Bakanlığının sahi olduğu tüm kaynakları etkin bir şekilde kullanarak, diğer kurumlara referans oluşturacak şekilde sağlık bilgisi kaynağı hâline gelmesi önem taşımaktadır.

| WEB sitesi türü (n=10) | Okunabilirlik Düzeyi |
|------------------------------------------|----------------------|
| Online gazete ve haber yayın organı(n=5) | 75,8-85,7 |
| Özel Hastane (n=2) | 71,9-73,5 |
| Blog (n=2) | 76,6-83,5 |
| Doktor (n=1) | 84,5 |

Tablo 5. Kolay Okunabilirlik Düzeyine Sahip WEB Sitesi Türleri

Çalışma kapsamında, kızamıkla ilgili WEB sitesi içeriklerini güvenilirlik ve bilgi kalitesi açısından değerlendiren DISCERN ölçeği değerleri Tablo 6'da gösterilmektedir. Ölçeğe göre, genel kalite skor düzeyleri 15-26=Çok kötü, 27-38= Kötü, 39-50=Orta, 51-62=İyi, 63-75=Mükemmel olarak derecelendirilmektedir (Charnock vd., 1999). Analiz sonucu WEB sitesindeki sağlık bilgisi içeriklerinin kalitesinin orta düzeyde olduğu görülmektedir (44,4). Dijital içeriklerin üretiminde güvenilir kaynakların kullanılmaması ve bilginin hem içerik hem de nitelik açısından yetersiz olması bu skorun sebeplerinden birisi sayılabilir. Dijital içeriklerin güvenilirlik skoru, kaynakların amaçlarını açıkça ortaya koyup koymadığını, bu amaçlara ulaşma durumunu, güncel ve bilimsel kaynak olup olmadığını ve kaynakların açıkça belirtilip belirtilmediğini ölçümler. Bu maddeler üzerinden değerlendirildiğinde, içeriklerin çoğunun bilimsel bir kaynağa dayanmadığı ve güncel olmadığı belirlenmiştir. Bilginin kaynağının açıkça paylaşılmasının yanı sıra, farklı kaynaklara referans edecek şekilde linklerin kullanılması ve ebeveynlerin daha fazla bilgi talep etmeleri hâlinde ek kaynaklar paylaşılıyor olması önem arz etmektedir.

Analiz edilen WEB sitesi içerikleri güvenilirlik düzeyi 40 üzerinden 25,2 olarak belirlenmiştir. Paylaşılan sağlık bilgilerinin amaçlarının net olmaması, kaynağın belirsizliği ve güncel olmaması gibi kriterler üzerinden değerlendirilen güvenilirlik düzeyi kapsam dâhilindeki WEB siteleri için sorunlu görülmektedir. Sağlığa ilişkin her türlü enformasyonun belirsizlikten uzak, bilimsel kanıtlara dayalı ve güncel olması beklendiğinden, söz konusu kriterlerin eksik olduğu gözlemlenmiştir.

WEB siteleri içeriklerinin bilgi kalitesi skoru 16,6 olarak saptanmıştır. En yüksek değerin 32 olduğu göz önünde bulundurulduğunda, sağlık bilgisi içeriklerinin bilgilendirme kapasitesinin düşük olduğu görülmektedir. İçeriklerde dikkati çeken bir diğer nokta da tedavinin uygulanmadığı noktalarda neler olabileceği, alternatif tedavi yöntemleri ve hastanın karar verme sürecini destekleyecek içeriğin neredeyse hiçbir dijital içerikte yer almamasıdır. Ebeveynlerin bilgi düzeyini arttırmayı, dolayısıyla çocuk sağlığını korumayı ve iyileştirmeyi amaçlayan bu tür sağlık bilgisi kaynaklarının endişeye yer vermeyecek şekilde, yanlış yönlendirmeden uzak bir kalite düzeyinde olması beklenmektedir. Genellikle bilgi gereksinimi duyulan konular çocuklarının sağlık durumları ile ilgili olduğu için, hedef kitle olan ebeveynlere yönelik içeriklerde sağlık bilgisinin kalitesi kritik bir konumdur.

| | Ortalama | Medyan | Min | Max |
|----------------------|----------|--------|-----|-----|
| Güvenilirlik | 25,2 | 25 | 16 | 40 |
| Bilgi Kalitesi | 16,6 | 16 | 7 | 32 |
| Genel Değerlendirme | 2,2 | 3 | 1 | 5 |
| Toplam DISCERN Skoru | 44,4 | 42 | 28 | 70 |

Tablo 6. Kızamıkla İlgili WEB Sitesi İçeriklerinin Discern Ölçeğine Göre Analiz Sonuçları (Discern Ölçeği en düşük skoru=16, en yüksek skoru=80'dir).

Toplam DISCERN skoru en yüksek olan WEB siteleri incelendiğinde, 3 WEB sitesinin mükemmel düzeyde olduğu, bunlardan ikisinin özel hastane, diğerinin ise dernek olduğu belirlenmiştir. Söz konusu kalite düzeyinde içerik üreticilerinin olması önemli görülmeyle birlikte bu düzeyin dijital medyadaki sağlıkla ilgili tüm içeriklerde gözetilmesi önemlidir. Araştırma kapsamında incelenen WEB sitelerinin türlerine göre okunabilirlik düzeyleri ve DISCERN skorları birlikte incelenmiş ve Tablo 7'de paylaşılmıştır. Sonuçlara göre, en kolay okunabilir içeriklerin bloglar ve online gazete ve haber yayın organlarının içerikleri olduğu anlaşılmıştır. DISCERN skoruna göre en kaliteli içerikler ise dernekler ve bloglar olarak belirlenmiştir. Hem okunabilir hem de diğer içeriklere göre kaliteli kaynak konumunda olan bloglar bu bağlamda öne çıkmaktadır. Sağlık alanında içerik üreten blog sayısının az olması bir sorun olarak görülmeyle birlikte sağlık okuryazarlığı düzeyi açısından görece uygun sağlık bilgisi içermeleri değerli görülmektedir. Sağlık Bakanlığı ve sağlıkla ilgili derneklerin hem okunabilirlik düzeyi hem de bilgi kalitesi olarak yetersiz durumda olması ise düşündürücüdür. Arama motoru aramalarında en sık incelenenler arasında yer almamaları, yeterince bilgilendirici içerik üretmediklerine işaret etmektedir. Ayrıca içeriklerinin ön sayfalarda yer almalarını sağlayacak arama motoru optimizasyonları faaliyetlerine de gereken önemin verilmediği sonucu çıkarılabilir. Ancak yine de araştırma kapsamında içerik sayısının yetersiz oluşu (n=4) sonraki araştırmalar için kamu sağlığı iletişimi bağlamında sadece Sağlık Bakanlığı ve ilgili derneklerin içeriklerinin analiz edilmesi önerilmektedir. Tablodaki rakamlar yorumlandığında, WEB sitesi içeriklerinde hem okunabilirlik düzeyi hem de bilgi kalitesi düzeyinde yeterli sağlık bilgisi bulunamamıştır.

| WEB Sitesi Türleri | Ateşman Okunabilirlik Düzeyi Skoru | DISCERN Ölçeği Genel Skoru |
|---------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Özel Hastaneler(n=14) | 62,5 | 43,7 |
| Online Gazete ve Haber Yayın Organları(n=8) | 74,9 | 38,75 |
| Blog(n=2) | 80,05 | 47 |
| Doktorlar (n=3) | 71,7 | 36,3 |
| Dernekler(n=2) | 60,5 | 49 |
| Sağlık Bakanlığı(n=2) | 60,3 | 37,5 |
| Labaratuvar (n=1) | 61,3 | 32 |

Tablo 7. Ateşman Okunabilirlik Düzeyi Skoru ve DISCERN Ölçeği Genel Skorunun WEB Sitesi Türlerine Göre Dağılımı

10. Tartışma ve Sonuç

Bireylerin sahip olduğu bilişsel ve sosyal yetileri gözetken bir kavram olarak sağlık okuryazarlığı, sağlık bilgisi gereksinimlerini karşılamaktan, mesajların tasarlanmasına, basılı ve online materyallerin içeriğinin üretilmesine kadar birçok alanda referans alınan bir kavramdır. Özellikle güvenilirliği ve kalite düzeyi yüksek sağlık bilgisine erişim sağlık okuryazarlığı için kritik bir değere sahiptir (Yussof vd., 2021). Pandemi sonrasında izolasyon ve maske tedbirlerinin kaldırılarak normal yaşam koşullarına dönülmesi ve aşı reddi gibi faktörlere bağlı olarak yükselişe geçtiği düşünülen kızamık vakaları ebeveynleri endişelendirmektedir. Hastalık hakkında bilgiye erişim için internetin yoğun bir şekilde kullanıldığı varsayımından hareketle, online aramaların en yoğun olduğu zaman dilimi belirlenerek başvuru alan dijital kaynaklar analiz edilmiştir. Yapılan analizlerde, özel hastaneler ile online gazete ve haber yayın organlarının içeriklerinin yoğunlukta olduğu görülmüştür. Bireylerin sağlık bilgisine erişimde öncelikli olarak arama motorlarını kullandığı düşünüldüğünde, kamu sağlığı alanında kritik bir aktör konumunda olan Sağlık Bakanlığı ve sivil toplum kuruluşlarını temsil eden sağlıkla ilgili vakıf ve derneklerin içerik üretimi ve bu içeriklerin online görünürlüğüyle ilgili sorun yaşadıkları anlaşılmıştır. Diğer ülkelerde devlet destekli online sağlık bilgisi kaynaklarının varlığı düşünüldüğünde (MedlinePlus and ve NHS Direct Online Amerika'da devlet desteğiyle içerik üreten WEB siteleridir), güvenilir ve kaliteli sağlık bilgisinin kaynağı durumunda olan bu kuruluşların dijital medyada sosyal ağları etkili kullandığı kadar online içerik üretimine de odaklanmaları, bu içeriklerin kaynak güvenilirliklerinin ve niteliklerinin artırılmasına katkıda bulunacaktır. Benzer araştırmalara

bakıldığında sağlık uzmanlarının ya da devlet kurumlarının online içeriklerinin yetersiz olduğu çalışmaların yanı sıra (Cheneguın vd., 2020), yeterli düzeyde olduğu araştırmalar da mevcuttur (Basavakumar vd., 2019). Arama yapılan WEB sitesinin türü ile demografik yapı arasında ilişki bulan araştırmalarda kadınların devlete ait WEB sitelerinden sağlıkla ilgili bilgi arama olasılıklarının daha yüksek olduğu sonucu bulunmuştur (LaValley vd., 2017). Bu durumda, çocuklarının sağlığı için önemli bir rol üstlenen annelerin, online sağlık bilgisi aramalarında devlet kurumlarını tercih edebilmeleri için bu kurumların içeriklerini artırması önemli görülmektedir. Devletin sağlık bilgisi sağlayıcısı olmasının yanı sıra toplumda sağlıklıla ilgili farkındalığı artırıcı stratejiler geliştirmesi de önem kazanmaktadır (Wei, Du ve Zhang, 2016).

Araştırma sonucu internet kaynaklarının %64,7'sinin okunabilirlik düzeyinin orta güçlükte olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçla birlikte, online içeriklerin ebeveynleri bilgilendirme noktasında yetersiz kaldığı ve dolayısıyla kaynakların oluşturulurken kullanıcıların işlevsel sağlık okuryazarlığı düzeyini dikkate almadıkları görülmektedir. Online sağlık bilgisi kaynaklarını okunabilirlik düzeyi açısından inceleyen diğer güncel araştırmalarda da benzer sonuçlar elde edilmesi (Deniz vd., 2020; Haas vd., 2018; Otu ve Karagözoğlu, 2022) bu konuda yaşanan sorunun devam ettiğine işaret etmektedir. Sağlık bilgisinin kısa cümlelerle ve net ifadelerle oluşturulması, tıbbi terimlerden kaçınılması ya da terimlerin kolay anlaşılır şekilde tanımlanması, kritik noktaların öne çıkarılmasıyla birlikte gerektiğinde metinde tekrarlanması ve riskli durumların ifade edilmesi gibi yönergeler karmaşık yapıdaki sağlık bilgisini kullanıcının işlevsel sağlık okuryazarlık düzeyine indirgeyecek şekilde planlanmasını gerektirmektedir (Park, Rodgers ve Stemmler, 2013). Aksi takdirde okunma ve anlaşılabilir olma probleminin yanı sıra, bilgi kirliliği yaratarak işlevini yitirecek ve hatta ebeveynleri yanlış bilgilendirme ve hatalı yönlendirme gibi riskleri de doğurabilecektir. Söz konusu içeriklerin %29,4'ü kolay okunabilir olarak belirlenmiş olup, bu içeriklerin online gazete ve haber yayın organları, özel hastaneler ve sağlıkla ilgili bloglar tarafından tasarlandığı görülmüştür. Bu noktada kamu sağlığı iletişimini temsil eden kurumların yetersiz kaldıkları belirlenmiştir. WEB sitelerinde yer alan sağlık bilgisinin analiz edilmesinin yanı sıra, renk, yazı karakteri, arayüz, fotoğraf ve video gibi materyallerin de sağlık okuryazarlığı dikkate alınarak bilgilendirici içerikler olarak nasıl üretilmesi gerektiği konusu literatürde tartışılan bir konudur (Choi ve Bakken, 2010). İleride yapılacak olan araştırmalarda bu boyutun dikkate alınması önerilmektedir.

Sağlık bilgisi içerikleri güvenilirlik ve nitelik bağlamında değerlendirildiğinde, içeriklerin orta düzeyde güvenilirliğe ve içerik kalitesine sahip olduğu sonucu bulun-

muştur. Yapılan diğer çalışmalarda, sağlık bilgisi kaynağı olan yazılı materyallerin yanı sıra, online içeriklerin de orta ya da düşük düzeyde kalite derecesine sahip olduğu görülmektedir (Cajita vd., 2017; Demir, vd., 2020; Uğurlu ve Akgün, 2019). İnternetin kitle medyası hâline gelmesi ve giderek artan bir şekilde sağlık bilgisi kaynağı olarak kullanılmasıyla birlikte başlayan güvenilirlik ve kalite tartışmaları kamu sağlığı bağlamında hâlâ tartışılmaya devam etmektedir (Cavanaugh vd., 2021; Cheneguın vd., 2020; Eysenbach vd., 2002; LaValley vd., 2016; Wei, Du ve Zhang, 2016). Dijital mecralar ve özellikle arama motorları birçok kullanıcı grubunun olduğu gibi ebeveynlerin de sağlık bilgisi kaynağı olarak başvurdukları araçlardan biri olduğu için, burada yer alan WEB siteleri ve içeriklerinin güvenilir ve kalite düzeyinin yüksek olması beklenmektedir. Geleneksel ve çevrimdışı sağlık bilgisi materyallerine kıyasla online içerikler her zaman ve kolay şekilde erişilebilir özellikte olmaları sebebiyle, etki alanlarının daha geniş olduğu düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle online sağlık bilgisi içeriklerinin güvenilir bir yapıya kavuşması için uzman kaynaklar tarafından üretiliyor olması, amacı ve bu amaca ulaşmadaki performansının kontrol edilmesi, konuyla ilgili içeriklerin bağlamdan koparılmadan tasarlanması, kaynağın açıkça belirtilmesi ve tamamen tarafsız ve tutarlı olması beklenmektedir. Bu noktada sağlık bilgisi sağlayıcılarını içerik ve kalite bağlamında denetleyecek bir mekanizmanın oluşturulması önerilmektedir. Birçok ülkede kalite kontrol kılavuzları ya da değerlendirme indeksleri oluşturularak kamu sağlığını gözeten yaklaşımlar uygulanmaktadır (LaValley, 2016; Sarantis, Soares ve Carvalho, 2022).

Analiz sonucuna bakıldığında, online içeriklerin güvenilirlik skorunun 40 üzerinden 25,2 olduğu görülmektedir. Analiz sırasında özellikle içeriklerin amacının net olmadığı, kaynakların ve içeriğin oluşturulma tarihinin belirsiz olduğu gözlemlenmiştir. Paylaşılan mevcut içerikler dışında ebeveynleri daha ayrıntılı bilgi almak için diğer kaynaklara yönlendiren köprü bağlantıların (hyperlink) kullanılmadığı görülmüştür. İçeriklerin bilgi kalitesi düzeyinin de yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu dijital içerikler kızamık ile ilgili tanı ve tedavi yöntemlerini açık bir ifadeyle belirtse de riskler ve tedavinin uygulanmadığı durumlar hakkında bilgi vermede yetersiz kaldığı görülmüştür. Tedavi sürecindeki farklı bilimsel görüş eksiklikleri ve tedavi seçenekleri ile ilgili kullanıcıların karar alma sürecini destekleyecek içeriklerin olmaması da sağlık bilgisinin kalite düzeyini düşüren etmenler olarak belirlenmiştir. Araştırmada WEB sitesindeki sağlık bilgileri hem okunabilirlik düzeyi hem de güvenilirlik ve içeriğin kalitesi bağlamında yetersiz olarak tespit edilmiştir. Ülkemizde birçok ebeveyn tarafından başvuru kaynağı konumunda olan online sağlık bilgisinin niteliğinin istenen düzeyde olmaması, bilgi kirliliğinin

yüksek seviyede olduğu internet ortamında birçok risk faktörünü beraberinde getirmektedir. Ebeveynlerin internetten edindikleri sağlık bilgisinin doğrudan tedavi ve karar alma süreçlerini etkileme ihtimali (Fox ve Jones, 2009) göz önünde bulundurulduğunda sağlık bilgisi içeriklerinin güvenilir, bilimsel ve kaliteli nitelikte olması dikkate alınması gereken önemli bir yaklaşımdır. Araştırmalar bireylerin sağlık alanında WEB sitesi içeriklerini değerlendirirken tarafsızlık, bilgi kalitesi, kişiselleştirme ve güvenilir tasarım gibi unsurlara önem verdiklerini göstermektedir (Harris vd., 2011; Sillence vd., 2006). Söz konusu kriterlerin dikkate alınmasının hem içerik kalitesini iyileştireceği hem de verimli bir online sağlık bilgisi edinme deneyimi oluşturacağı düşünülmektedir. Kamu sağlığının geliştirilmesi alanında öncü olan kurumların da bu kriterler doğrultusunda online sağlık bilgisi üretim politikalarını gözden geçirmeleri ve diğer bilgi sağlayıcı kurum ya da kuruluşları denetleyici bir sistem geliştirmeleri önemli görülmektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Abel, T. (2007). Cultural capital in health promotion. *health and modernity: the role of theory in health promotion* (D.V. McQueen ve I. Kickbusch). New York: Springer. 1-170.
- Aldoor, L. (2017). The status of health literacy research in health communication and opportunities for future scholarship. *health communication*, 32(2), 211-218. <http://dx.doi.org/10.1080/10410236.2015.1114065>
- Basavakumar D., Flegg, M., Eccles, J., ve Ghezzi P. (2019). Accuracy, completeness and accessibility of online information on fibromyalgia. *Rheumatol International*, 39, 735-742.
- Berens, E. M., Vogt, D., Messer, M., Hurrelmann, K., ve Schaeffer, D. (2016). Health literacy among different age groups in Germany: results of a cross-sectional survey. *BMC Public Health*, 16(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3810-6>
- Bitzer, E.M., Schwendemann, H.E. (2021). The significance of health literacy for public health and health promotion. Saboga-Nunes, L.A., Bittlingmayer, U.H., Okan, O., Sahrai, D. (Der). *New Approaches to Health Literacy. Gesundheit und Gesellschaft*. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30909-1_5.
- Atay, E., Göktaş, S., Emiral, G. Ö., Dağtekin, G., Zencirci, S. A., Aygar, A., Arslantaş, D., & Ünsal, A. (2018). The health literacy level and eating behaviours of the teach-

- hers working at the city center of Eskisehir Turkey. *International Journal of Research in Medical Sciences*, 6(1), 27-34. <https://doi.org/10.18203/2320-6012.ijrms20175707>.
- Ateşman, E. (1997). Türkçe'de okunabilirliğin ölçülmesi. *Dil Dergisi*, 58, 71-74.
- Agency for Healthcare Research and Quality. (2007). About the CAHPS item set for addressing health literacy. https://cahps.ahrq.gov/surveys-guidance/items/literacy/2311_About_Health.pdf Erişim Tarihi: 11.08.2023.
- Austvoll-Dahlgren, A., Bjorndal, A., Odgaard-Jensen, J. ve Helseth, S. (2012) Evaluation of a WEB portal for improving public access to evidence-based health information and health literacy skills: a pragmatic trial. *Plos One*, 7 (5), 1-11.
- Berkman, N.D., Davis, T.C., ve McCormack, L. (2010). Health Literacy: what is it? *Journal of Health Communication*, 15(9), 9-19.
- Bittlingmayer, U.H., Harsch, S., ve Islertas, Z. (2021). Health Literacy in the Context of Health Inequality – A Framing and a Research Overview. Luis A. Saboga-Nunes, Uwe H. Bittlingmayer, Orkan Okan, Diana Sahrai (Der.), *New Approaches to Health Literacy: Linking Different Perspectives içinde* (11-43). New York, NY: Springer.
- Caiata-Zufferey, M., Abraham, A., Sommerhâlder, K., & Schulz, P. J. (2010). Online health information seeking in the context of the medical consultation in Switzerland. *Qualitative Health Research*, Vol 20(8), 1050– 1061.
- Can, A.B., Sönmez, E., Özer, F., Ayva, G., ve Bacı, H. (2014). "Sağlık Arama Davranışı Olarak İnternet Kullanımını İnceleyen Bir Araştırma". *Cumhuriyet Tıp Dergisi*. 36(4), 486-494.
- Camerini, L., Schulz, P.J., ve Nakamoto, K. (2012). Differential effects of health knowledge and health empowerment over patients' self-management and health outcomes: a cross-sectional evaluation. *Patient Education Counselling*. 89, 337– 344.
- Cavanaugh, D. L., Riebschleger, J., ve Tanis, J. M. (2021). Mental health literacy WEB sites for children of parents with a mental illness. *Clinical child psychology and psychiatry*, 26(3), 720–733. <https://doi.org/10.1177/13591045211005514>.
- Charnock, D., Shepperd, S., Needham, G., ve Gann, R. (1999). Discern: An instrument for judging the quality of written consumer health information on treatment choices. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 53, 105–111.
- Chen, D., Zhang, R., Feng, J., ve Liu, K. (2020). Fulfilling information needs of patients in online health communities. *Health information and libraries journal*, 37(1), 48–59. <https://doi.org/10.1111/hir.12253>.
- Cheneguín, A. A., Salvat, I.S., Barrero, H.R., ve Lacomba, T.M. (2020). How good is online information on fibromyalgia? An analysis of quality and readability of WEB sites on fibromyalgia in Spanish. *BMJ Open*, e037065. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-037065>
- Chinn, D. (2011). Critical health literacy: A review and critical analysis. *Social Science & Medicine*, 73(1), 60–67. doi:10.1016/j.socscimed.2011.04.004 10.1016/j.socscimed.2011.04.004
- Choi, J., ve Bakken, S. (2010). WEB-based education for low-literate parents in Neonatal Intensive Care Unit: development of a WEB site and heuristic evaluation and usability testing. *International journal of medical informatics*,

- Vol(79):8, ss. 565–575. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2010.05.001>
- Cline, R. J., & Haynes, K. M. (2001). Consumer health information seeking on the Internet: The state of the art. *Health Education Research*, Vol(16), ss. 671–692.
- DataReportal (2022). Digital 2022: Global Overview Report. Erişim Tarihi: 30.06.2023 <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
- Demir, F., Özşaker, E., ve Özcan, İ.A. (2020). The quality and suitability of written educational materials for patients. *Journal of Clinical Nursing*, Vol(17), ss. 259–265.
- Deniz, Ç.D., Kozanhan, B., Ttar, M.S., ve Özler, S. (2020). Üçlü test ile ilgili internet bilgilen-dirme metinlerinin okunabilirlik ve içeriklerinin değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, Vol (13):1, ss. 35-44. doi: 10.26559/mersinsbd.569617
- DISCERN (1999). Quality criteria for consumer health online. <http://www.discern.org.uk/> Erişim tarihi:14.06.2023
- Diviani, N., Van den Putte, B., Giani, S., ve Van Weert, J. C. (2015). Low health literacy and evaluation of online health information: a systematic review of the literature. *Journal of medical Internet research*, 17(5), e112. <https://doi.org/10.2196/jmir.4018>.
- Doğan, F. (2018). Pediatri kliniğinde çocuğu tedavi gören ebeveynlerin çocuklarının hasta-lıkları ile ilgili internet kullanım durumlarının belirlenmesi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Elliot, J.O., Charyton, C. ve Long, L. (2007). A health literacy assessment of the National Epilepsy Foundation WEB site. *Epilepsy & Behavior*, 11, ss. 525–553.
- European Union (2014). European citizens' digital health literacy. Flash Eurobarometer 404- TNS Political & Social. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/fd42f9e7-937c-41f3-bf03-4221b2db712b> Erişim tarihi: 01.07.2023.
- Eurostat (2022). Digital economy and society statistics- households and individuals. https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals Erişim tarihi: 01.07.2023
- Eysenbach G, Powell J, Kuss O, Sa E.R (2002). Empirical studies assessing the quality of health information for consumers on the world wide WEB: a systematic review. *The Journal of the American Medical Association (JAMA)*, 287:20, 2691-2700.
- Eyüboğlu, E., & Schulz, P. J. (2016). Do health literacy and patient em–powerment affect self-care behaviour? A survey study among Turk–ish patients with diabetes. *BMJ Open*, 6:3 <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2015-010186> PMID:26975936.
- Eyüboğlu, E., ve Schulz, P. J. (2016). Validation of Turkish health literacy measures. *Health Promotion International*, 31(2), 355–362. <https://doi.org/10.1093/heapro/dau111>
- Fleisher, J.E., Shah, K., Fitts, W., ve Dahodwala, N.A. (2015). Associations and Implications of low Health Literacy in parkinson’s disease. *MOVEMENT Disorders Clinical Practice*, 3:3, 250-256.
- Flesch, R. (1948). A new readability yardstick. *Journal of Applied Psychology*, 32, 221-233.

- Fox S., ve Jones, S. (2009). The social life of internet users. pew internet and american life project, Washington DC. Erişim Tarihi:03.07.2023. <https://www.pewresearch.org/internet/2009/06/11/the-social-life-of-health-information/>
- Ghaddar S. F., Valerio M.A., Garcia C.M., ve Hansen L. (2012). Adolescent health literacy: The importance of credible sources for online health information. *Journal of School Health*, 82:1, 28-36.
- Gökdoğan F, Kır, E., Özcan, A., Cerit, B., Yıldırım, Y., Akbal, S. (2003). Eğitim kitapçıkları güvenilir mi? 2. Uluslararası & IX. Ulusal Hemşirelik Kongresi Kongre Kitabı, 517-521.
- Haas, K., Brillante, C., Sharp, L., Elzokaky, A. K., Pasquinelli, M., Feldman, L., Kovitz, K. L., & Joo, M. (2018). Lung cancer screening: assessment of health literacy and readability of online educational resources. *BMC Public Health*,18:1, 1-7. Doi: <https://doi.org/10.1186/s12889-018-6278-8>.
- Harris, P.R., Sillence, E., ve Briggs P (2011). Perceived threat and corroboration: key factors that improve a predictive model of trust in internet-based health information and advice. *Journal of Medical Internet Research*, 27:13 doi:10.2196/jmir.1821.
- HealthyPeople.gov. (2019a). Healthy People 2030 Framework. U.S. Department of Health and Human Services, Office of Disease Prevention and Health Promotion. <https://www.healthypeople.gov/2020/About-Healthy-People/Development-Healthy-People-2030/Framework>
- HealthyPeople.gov. (2019b). Proposed Objectives for Inclusion in Healthy People 2030—Public Comment for Healthy People 2030 | Healthy People 2020. Developing Healthy People 2030. U.S. Department of Health and Human Services, Office of Disease Prevention and Health Promotion.<https://www.healthypeople.gov/2020/About-Healthy-People/Development-healthy-People-2030/Public-Comment>
- İstanbul Tabip Odası (2023). Kızamık Vakalarındaki Artışa Yönelik Rapor. <https://www.istabip.org.tr/7602-basin-toplantisi-istanbul-da-kizamik-hastaligindaki-artis-endise-verici.html> Erişim Tarihi: 12.08.2023.
- Jacks, R., Baumann, I., Juvalta, S., ve Dratva, J. (2019). Parental digital health information seeking behavior in Switzerland: a cross-sectional study. *BMC Public Health*, Vol (19):225, 1-11.
- Jackson, D.N., Trivedi, N. ve Baur, C. (2021) Re-Prioritizing Digital Health and Health Literacy in Healthy People 2030 to Affect Health Equity, *Health Communication*, 36:10, 1155-1162, DOI:10.1080/10410236.2020.17488
- Jacobs, W., Amuta, A.O., ve Jeon, K.C. (2017). Health information seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behavior among US adults. *Cogent Social Sciences*, 3, 1.
- Juvalta S., Kerry, M.J., Jaks, R., Baumann, I., Dratva, J (2020). Electronic Health Literacy in Swiss-German Parents: Cross-Sectional Study of eHealth Literacy Scale Unidimensionality. *Journal of Medical Internet Research*, 13:22, 1-11.
- Kartiwi, M., Gunawan, T.S., ve Rahman, J.A. (2021). Factors Affecting Continued Use of

Online Health Information Seeking Behaviour Among Parents in Developing Countries. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*,12:3, 1371-1376.

Kim, H. ve Xie B. (2017). Health literacy in the eHealth era: a systematic review of the literature. *Patient Education Counselling*,100, 1073–1082.

Knapp, C., Madden, V., Marcu, M., Wang, H., Curtis, C., Sloyer, P., ve Shenkman, E. (2011). Information seeking behaviors of parents whose children have life-threatening illnesses. *Pediatric Blood & Cancer*, 56, 5, 805–811. doi:10.1002/pbc.22674.

Kreps G. L. (2017). The Relevance of Health Literacy to mHealth. *Studies in health technology and informatics*, 240, 347–355.

Kutner M., Greenberg, E., Jin, Y., & Paulsen, C. (2006). The health literacy of America's adults: Results from the 2003 national assessment of adult literacy. National Center for Education Statistics. <https://nces.ed.gov/pubs2006/2006483.pdf>

Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. doi:10.2307/2529310.

LaValley, S. A., Kiviniemi, M. T., ve Gage-Bouchard, E. A. (2017). Where people look for online health information. *Health information and Libraries Journal*, 34:2, 146–155. <https://doi.org/10.1111/hir.12143>

Lee, H. Y., Jin, S. W., Henning-Smith, C., Lee, J., ve Lee, J. (2021). Role of Health Literacy in Health-Related Information-Seeking Behavior Online: Cross-sectional Study. *Journal of medical Internet research*, 23(1), e14088. <https://doi.org/10.2196/14088>.

Madathil, K. C., Rivera-Rodriguez, A. J., Greenstein, J. S., ve Gramopadhye, A. K. (2015). Healthcare information on youtube: a systematic review. *health informatics journal*, 21(3), 173–194. <https://doi.org/10.1177/1460458213512220>.

Mantwill, S., Umana, S.M., ve Schulz, P. J. (2015). The Relationship between Health Literacy and Health Disparities: A Systematic Review. *Plos One*,10:12, doi:10.1371/journal.pone.

McCool, M.E., Wahl, J., Schlecht, I. & Apfelbacher, C. (2015). Evaluating written patient information for eczema in german: Comparing the reliability of two instruments, discern and equip. *PLoS ONE* 10, 10. doi:10.1371/journal.pone.

Mills, A., ve Todorova, N. (2016). "An Integrated Perspective on Factors Influencing Online HealthInformation Seeking Behaviours". *ACIS 2016 Proceedings*. 83. <https://aisel.aisnet.org/acis2016/83>

Muscat, N.A., ve Sorensen, K. (2019). Towards an equitable digital public health era: promoting equity through a health literacy perspective. *European Journal of Public Health*, 29,3, 13–17.

Nadia K. A. (2010). Health literacy now: developing a WEB site for communicating clearly with patients, *Journal of Consumer Health on the Internet*, 14,4 341-357, DOI: 10.1080/15398285.2010.524091

National Institute for Children's Health Quality (2019). The Intersection of HealthEquity and Health Literacy. <https://www.nichq.org/insight/intersection-health-equity-and-health-literacy> (Erişim Tarihi:11.08.2023).

Nicholl, H., Tracey, C., Begley, T., King, C., ve Lynch, A.M. (2017). Internet use by parents of children with rare conditions: findings from a study on parents' WEB information needs. *Journal of Medical Internet Research*, 28,19.

Nielsen-Bohlman L, Panzer AM, Kindig DA. Institute of Medicine. Health literacy: a prescription to end confusion. Washington, DC: National Academies Press.

Nikoloudakis, I.A., Vandelanotte, C., Rebar, A.L., Schoeppe, S., Alley, S., Duncan, M.J., ve Short, C.E. (2018). Examining the correlates of online health information-seeking behavior among men compared with women. *American Journal of Men's Health*, 12(5), 1358-1367. doi:10.1177/1557988316650625.

Nutbeam, D., Zamir, D.L., ve Rowlands, G. (2019). Health literacy in context settings, media, and populations. *IJERPH*, <https://doi.org/10.3390/books978-3-03897-472-7>

Nutbeam, D., McGill, B., ve Premkumar, P. (2018). Improving health literacy in community populations: a review of progress. *Health promotion international*, 33(5), 901-911. <https://doi.org/10.1093/heapro/dax015>.

Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health Promotion International*, 15(3), 259-267.

Otu, M., ve Karagözoğlu, Ş. (2022). Fibromiyalji sendromu ile ilgili türkiye'deki bilgi sunan WEB sitelerinin okunabilirlik, içerik ve kalite açısından incelenmesi. *Turk Osteoporos Dergisi*, 28, 19-25.

Park, H., Rodgers, S., ve Stemmler, J. (2013). Analyzing Health Organizations' Use of Twitter for Promoting Health Literacy, *Journal of Health Communication*,18(4), 410-425.

Percheski, C., ve Hargittai, E. (2011). Health information-seeking in the digital age. *Journal of American College Health*, 59, 379-386.

Pho, A. T., Bakken, S., Lunn, M. R., Lubensky, M. E., Flentje, A., Dastur, Z., ve Obedin-Ma-

- liver, J. (2022). Online health information seeking, health literacy, and human papillomavirus vaccination among transgender and gender-diverse people. *Journal of the American Medical Informatics Association, JAMIA*, 29(2), 285–295. <https://doi.org/10.1093/jamia/ocab150>.
- Plantin, L., Daneback, K. Parenthood, information and support on the internet. A literature review of research on parents and professionals online. *BMC Family Practice*, 10(34), 1-12.
- Powell, J.A., Darvell, M., Gray, J.A. (2003). The doctor, the patient and the world-wide WEB: how the internet is changing healthcare. *Journal of the Royal Society of Medicine*. 96(2), 74-76.
- Powell, J., Inglis, N., Ronnie, J., ve Large, S. (2011). The characteristics and motivations of online health information seekers: Cross-sectional survey and qualitative interview study. *Journal of Medical Internet Research*, 13(1), ss.1-11.
- Ratzan SC, Parker RM. 2000. Introduction. In: National Library of Medicine Current Bibliographies in Medicine: Health Literacy. CR, Selden, M, Zorn, SC, Ratzan, RM, Parker (Eds.) NLM Pub. No. CBM 2000-1. Bethesda, MD: National Institutes of Health, U.S. Department of Health and Human Services.
- Reifegerste, D., Bachl, M., ve Baumann, E. (2017). Surrogate health information seeking in Europe: Influence of source type and social network variables. *International Journal of Medical Informatics*, 10, 7–14.
- Rudd R. (2003). Objective 11-2: Improvement of health literacy. In: *Communicating Health: Priorities and Strategies for Progress*. Washington, DC: Office of Disease Prevention and Health Promotion, U.S. Department of Health and Human Services.
- Rüegg, R. (2022). Decision-making ability: a missing link between health literacy, contextual factors, and health. *Health Literacy Research and Practice*, 6(3), e213-e223.
- Schulz, P.J. ve Nakamoto, K. (2013). Health literacy and patient empowerment in health communication. *Patient Education and Counseling*, 90(1), 4-11.
- Sillence, E., Briggs, P., Harris, P. ve Fishwick, L. (2006). A framework for understanding trust factors in WEB-based health advice. *International Journal of Human Computer Studies*, 64, 697-713.
- Seurer, A. C., & Vogt, H. B. (2013). Low health literacy: a barrier to effective patient care. *South Dakota medicine: The journal of the South Dakota State Medical Association*, 66(2), 51–57.
- Sørensen, K., Van den Broucke, S., Fullham, J., Doyle, G., Pelikan, J., Slonska, Z., Brand, H. (2012). (HLS-EU) Consortium European Health Literacy Project. Health literacy and public health: A systematic review and integration of definitions and models. *BMC Public Health*, 12(80), 1-13.
- Sørensen, K., Pelikan, J. M., Röthlin, F., Ganahl, K., Slonska, Z., Doyle, G., Fullam, J., Kondilis, B., Agrafiotis, D., Uiters, E., Falcon, M., Mensing, M., Tchamov, K., van den Broucke, S., Brand, H., & the HLS-EU Consortium. (2015). Health literacy in europe: comparative results of the european health literacy survey (HLS-EU). *European Journal of Public Health*, 25(6), 1053-1058.
- Similar WEB (2023). Ülke genelinde arama motorları Pazar payı: Türkiye. Erişim Tarihi: 23.05.2023. <https://www.similarWEB.com/tr/engines/turkey/>

- T.C Sağlık Bakanlığı (2018). Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Düzeyi ve İlişkili Faktörleri Araştırması. Ankara: Özyurt Matbaacılık.
- Tekin, A., Kaya, Er., Demirel, M. ve Yazıcı, S.Ö. (2013). "Güçlendirme Bağlamında İnternetin Hasta-Hekim İlişkilerine Etkisi", *Selçuk İletişim*, 6(1), 23–36.
- Tennant B, Stelfox M, Dodd V, Chaney B, Chaney D, Paige S, Alber J. eHealth literacy and WEB 2.0 health information seeking behaviors among baby boomers and older adults. *Journal of Medical Internet Research*,17(3), 1-17.
- TUIK (2022). Ulusal Eğitim İstatistikleri. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ulusal-Egitim-Istatistikleri-2022-49756> Erişim tarihi: 12.08.2023.
- Uğulu, Z., ve Akgün, H.S. (2019). Sağlık kurumlarına başvuran hastaların sağlık okuryazarlığının ve kullanılan eğitim materyallerinin sağlık okuryazarlığına uygunluğunun değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*,12(1), 96-106 doi:10.26559/mersinsbd.449973
- Von Wagner C., Steptoe, A., Wolf, M.S., ve Wardle, J. (2009). Health literacy and health actions: A review and a framework from health psychology. *Health Education and Behaviour*, 36, 860–877.
- Wald, H.S., Dube, C.E., Anthony, D.C. (2007). Untangling the WEB--the impact of Internet use on health care and the physician-patient relationship. *Patient Education and Counselling*, 68(3), 218-224. doi: 10.1016/j.pec.2007.05.016
- Wathen, C. N., ve Harris, R. M. (2007). "I try to take care of it myself." How rural women search for health information. *Qualitative Health Research*, 17, 639-651.
- Wei, X., Du, Z., ve Zhang, S (2016). Analysis of barriers to health information seeking and utilizing in patients with diabetes. *Cross-Cultural Communication*.12, 48–51.
- Wu, Y., Wang, L., Cai, Z., Bao, L., Ai, P., & Ai, Z. (2017). Prevalence and risk factors of low health literacy: A community-based study in Shanghai, China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(6), 1-10. <https://doi.org/10.3390/>
- Yardi, S., Caldwell, P. H., Barnes, E. H., ve Scott, K. M. (2018). Determining parents' patterns of behaviour when searching for online information on their child's health. *Journal of paediatrics and child health*, 54(11), 1246–1254. <https://doi.org/10.1111/jpc.14068>.
- Yusoff, H. A. M., Hamzah, M. R., Manaf, A. R. A., İsmail, A., Ahmad, Y., ve Hussin, H. (2021). The influence of health literacy on health outcomes: A systematic literature review perspective. *AIP Conference Proceedings* 2339, 020105.
- Zamir, D.L., Leung, A. Y. M., Dodson, S., ve Rowlands, G. (2017). Health literacy in selected populations: Individuals, families, and communities from the international and cultural perspective. *Information Services and Use*, 37(2), 131-151. <https://doi.org/10.3233/ISU-170834>.

Zamanın ve Dikkatin Bölündüğü Bir Dünyada Dönüşen Okuryazarlık Karşısında Dijital Ebeveynliğin Yetersizlikleri

Serkan DORA*

Öz

Yeni medya teknolojileri kullanıcılarının temel yetilerinde dahi ortaya çıkarttığı komplikasyonlarla onların hem zamanlarını verimsiz kullanmalarına hem de dikkatlerinin bölünmesine sebep olmaktadır. Bu durumun oluşmasında televizyon gibi güçlü etkileri olan geleneksel kitle iletişim araçlarının da büyük etkisi vardır. Çalışmanın temel problemi dijital ebeveynliğin okuryazarlığı destekleyip desteklemediği üzerinedir. Argümanı ise zamanın ve dikkatin bölünmesine sebep olan iletişim teknolojilerinin okuryazarlığı hissedilir bir şekilde dönüştürdüğüdür. Çalışma, bir literatür incelemesidir. Bu sebeple argümanı test etmek için alanyazın taraması yapılmaktadır. İncelemede yer değiştirme teorisi bağlamında dijital ebeveynlik, sözellik ve okuryazarlık kavramlarından yola çıkılmaktadır. Sonuçta dijital ebeveynliğin okuryazarlıktan çok dijital okumaya katkısı olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu minvalde okuryazarlığın dijital okuma ile yer değiştirdiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Roman, Okuryazarlık, Yeni Medya, Dijital Ebeveynlik, Dijital Okuma

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü Radyo ve Televizyon Programcılığı, serkandora@arel.edu.tr

Dora, S. (2023). Zamanın ve Dikkatin Bölündüğü Bir Dünyada Dönüşen Okuryazarlık Karşısında Dijital Ebeveynliğin Yetersizlikleri. TRT Akademi, 08 (19), 934-961. DOI: 10.37679/trta.1328245

Derleme Makale

Geliş Tarihi: 16.07.2023

Revizyon Tarihi: 18.09.2023

Kabul Tarihi: 23.09.2023

ORCID: 0000-0002-8817-996X

DOI: 10.37679/trta.1328245

Inadequacies of Digital Parenting in the Face of Transforming Literacy in a World of Divided Time and Attention

Serkan DORA

Abstract

New media technologies cause users to use their time inefficiently and divide their attention with the complications they create even in their basic abilities. Traditional mass media such as television also have a great impact on this situation. The main problem of the study is whether digital parenting supports literacy. The argument is that communication technologies that cause the division of time and attention perceptibly transform literacy. The study is a literature review. For this reason, a literature review is conducted to test the argument. The review is based on the concepts of digital parenting, orality, and literacy in the context of displacement theory. As a result, it is concluded that digital parenting contributes more to digital reading than literacy. In this respect, it is seen that literacy is replaced by digital reading.

Keywords: Novel, Literacy, New Media, Digital Parenting, Digital Reading

Review Paper

Received: 16.07.2023

Revised: 18.09.2023

Accepted: 23.09.2023

1. Giriş

İletişim, Latincedeki *communis* kelimesinden türetilmiş *communication* kavramının karşılığıdır. Ünsal Oskay'a göre, dilimizdeki karşılığı yabancı dillerde olan toplumsallaşma anlamını kapsamamaktadır. Hâlbuki dil (düşünce) toplumsallaşmayla beraber gelişmiştir. Toplumsal yaşamdaki insan dil aracılığıyla varlığına birliklilik, süreklilik ve kültür kazandırmıştır (2000, ss. 309-310). Kültür önce sözellik aşamasından geçmiştir. Sonrasında ise okuryazarlık aşamasına girilmiştir. Çocuklar da benzer aşamalardan geçmektedir. Ancak günümüzde çok az çocuk sözellik yaşamaktadır (Sanders, 1999, s. 43). Bir insanın konuşabilmesi için yaşamının ilk üç yılı oldukça önemlidir. Bu erken dönemde ebeveynlerin en büyük desteği çocuklarına ayırdıkları zamandır. Böylece ebeveynler çocuklarının ilk öğretmeni olmaktadır (Sapmaz, 2022). Fakat ebeveynlerin çocuk yetiştirme çabasının arasına çoğunlukla iletişim teknolojileri girmektedir. Bu sebeple, çocukların çoğu insan sesini radyo, televizyon, bilgisayar ve mobil araçlar aracılığıyla işitmektedir. Bir çocuk on sekiz yaşına gelene kadar binlerce saatini ekran başında geçirmektedir. Tüm bu elektronik iletişim araçları sanılanın aksine sözellik getirmemektedir (Sanders, 1999, ss. 43-46).

Türk Dil Kurumuna göre sözel; “sözle ilgili, söze dayanan”, okuryazarlık da; “okur-yazar olma durumu” olarak tanımlanmaktadır. Sözellik söze dayalı bir iletişim biçimi olarak tanımlamak sözellik belli bir bölümünü göstermektedir. Konunun anlaşılması bakımından da sığ bir yaklaşımdır. Bu sebeple sözellik daha geniş kapsamda görmeye gereksinim vardır (Erdem, 2019, s. 534). Okuryazarlık da aynı şekilde okur yazar olma ile sınırlandırıldığı takdirde bütünü görmemizi engellemektedir. Okuma ve yazmanın öğrenilmesinde dijital teknolojinin olumlu etkisi inkâr edilemez. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre Türkiye’de okuma yazma bilen oranı %97,6’dır. Yine TÜİK verileri göstermektedir ki 25 yaş ve üzerindeki ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora mezunlarının 25 yaş ve üzeri toplam nüfus içindeki oranı %23,9’dur. Söz konusu yaş grubu içindeki ilkököl ve üzeri eğitim seviyelerinden mezun olanların oranı ise %92,5’tir (TÜİK, 2023a). Bu rakamlar oldukça yüksektir. Çalışmada okuryazarlık okuma yazma bilmek ya da lise veya üniversite mezunu olmak anlamında kullanılmamaktadır. Okuryazarlık kitap-özellikle roman- okuma, okuduğunu anlama, yorumlama ve yazabilme yeterliğine sahip olmak anlamında kullanılmaktadır. Bu minvalde sözellikle okuryazarlık arasında derin bir bağ vardır. Sanders okuryazarlığa geçen her insanın öncelikle sözlü dünya içinde okuma-yazma temeli oluşturduğunu belirtmektedir (1994, s. 10). Günümüzde sözellik en çok aile içerisinde yaşanırken arkadaş çevresi ve kıs-

men okulda da sözellik yaşanmaktadır. Sözellikten uzaklaşmış bir ailede çocuk da sözellığı yaşayamamaktadır. Hâlbuki Sanders'in belirttiği gibi;

“Sözellik okuryazarlığı destekler, onu şekillendirmek için gerekli itici gücü sağlar. Kişinin sözellikte edindiği beceriler çok önemlidir, çünkü okuryazarlık, kâğıda geçirilmiş söz olmanın çok ötesinde bir şeydir. Okuryazarlık, bir ilişkiler ve yapılar demetidir, insanın içselleştirerek deneyimlerine aktardığı devingen bir sistemdir. Bir kimsenin sözellikteki başarısı okuryazarlığı ‘benimsemesinde’ de belirleyici olacaktır. Okuryazarlığa giden yol, yeni doğmuş bir bebeğin hareketinde, nefes almada yatar. İnsan sesi, bir çığlık hâlinde yazılı kültürün yolunu gösterir (1994, ss. 10-11).”

TÜİK “2022 Yaşam Kalitesi Modülü” çalışmasına göre son 12 ay içerisinde 15 yaş ve üzeri fertlerin %69'unun hiç kitap okumadığı, %31'inin ise en az bir kitap okuduğu görülmüştür (TÜİK, 2023b). Buna karşılık internet erişim hakkı olan hane oranı %94,1'dir. İnterneti düzenli kullanan bireylerin oranı da %82,7'dir (TÜİK, 2022). Bu rakamlar çalışmada kullandığımız anlamda okuryazarlıktan uzaklaştığımızı göstermektedir. Sanders okumayı ve yazmayı es geçerek, kendilerine en içsel, insana en yakın yol göstericinin yani benliğin sağlayacağı yararlardan uzak bir yaşam üretmek zorunda kalan insanların hayatını karabasan olarak nitelendirmektedir. Ona göre bu karabasana son vermek için varlığımızın her zerresiyle çaba göstermek zorundayız. Çözüm ise benliği yeniden kazanmakla başlamaktadır (1994, s. 10).

2. Araştırma

Çalışma literatür incelemesine dayanmaktadır. İncelemede dijital ebeveynlik odağı alınarak iletişim teknolojilerinin ‘okuryazarlık’ üzerindeki dönüştürücü etkisini göstermek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle sözellik ve okuryazarlık kavramları açıklanmaktadır. Ardından yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkardığı dijital ebeveynlik kavramı ele alınmaktadır. Bu çerçevede dijital ebeveynliğin kavramsal ve kuramsal boyutları aktarılmaktadır. Çalışma kapsamında okuryazarlığın yerine geçen yeni ihtiyaçlar ‘yer değiştirme teorisi’ (Neuman, 1988) çerçevesinde değerlendirilmektedir. Teori bağlamında dijital ebeveynlik ve okuryazarlık kavramlarından yola çıkılarak geleneksel kitle iletişim araçlarının ve dijital iletişim teknolojilerinin ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar üzerindeki rolü tartışılmaktadır. Ayrıca okuryazarlığın önündeki engellere bakılmaktadır. Çalışmanın amacı ve kapsamı çerçevesinde, inceleme argümanı olan iletişim teknolojilerinin okuryazarlık üzerine etkisi alanyazın taraması üzerinden değerlendirilmekte ve

okuryazarlığın geleceğinde dijital ebeveynliğin yeri tartışılmaktadır. İlaveten dijital ebeveynliğin okuryazarlığı desteklemede yeterli olup olmadığına bakılmaktadır. Son olarak dijital ebeveynlik ve okuryazarlık ilişkisini ele alan çalışmaların arttırılması gerekliliği vurgulanmaktadır.

2.1. Araştırmanın Amacı

Dijital ebeveynlik üzerine bağımlılık, mahremiyet, farkındalık, toplumsal rollerin değişimi gibi birçok çalışma literatürde yer almasına karşın, dijital teknolojilerin okuryazarlık üzerindeki tesirlerinin incelendiği çalışmalar yeterli değildir. Bu çerçevede iletişim teknolojilerinin okuryazarlık üzerine etkisinin dijital ebeveynlikle ilişkisi merak odağını oluşturmaktadır. Bu odak üzerinden çalışmada, geleneksel kitle iletişim araçlarının okuryazarlık üzerine etkisi başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Ardından yeni iletişim teknolojilerinin tesiri ve dijital ebeveynlik kavramı incelenmektedir. Çalışmada dijital ebeveynliğin çocuğa öz yeterlik kazandırmak ve çocuğu çevrim içi dünyanın kötülüklerinden korumak için önemli olduğu kabul edilmektedir. Ancak okuryazarlığın önünde birçok engel bulunmaktadır. Bunların içinde en güçlü engel iletişim teknolojileridir. Bu noktada sözelliğin ve okuryazarlığın kazandırılmasında dijital ebeveynlik yeterli olmamaktadır. Literatür incelemesine dayanan çalışmanın amacı, iletişim teknolojilerinin okuryazarlık üzerindeki etkisini göstermektir. Ayrıca, yapay zekânın da yaygınlaşmasıyla beraber, okuryazarlığın yeni ihtiyaçlarla yer değiştirmesinin düşünme yetisine büyük zararı olduğuna işaret etmektir. Son olarak da konu ile ilgili alanyazındaki eksiklere dikkat çekilmektedir.

Çalışmada temel alınan sorular ise aşağıda belirtilmiştir:

- İletişim teknolojilerinin okuryazarlık üzerindeki etkisi nelerdir?
- Dijital ebeveynlik okuryazarlığı desteklemekte midir?
- Alanyazında dijital ebeveynlik ve okuryazarlık ilişkisi üzerine çalışmalar yeterli midir?

2.2. Teorik Çerçeve

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre ebeveyn ‘anne ve baba’ anlamına gelmektedir. Ebeveyn olmanın üzerine yüklenen anlam tarihsel ve toplumsal süreçlerle değişime uğramıştır. Eski toplumlarda, insanlığın avcı toplayıcı dönemlerinde, çocuğun bakımı sadece ebeveynde değil tüm topluluğun üzerindedir. Yerleşik hayata

geçerek tarımla ilgilenen toplumlarda geleneksel aile tipi ortaya çıkmıştır. Aile içi yardımlaşma ve iş bölümü geleneksel ailelerde önemlidir. Çocuklar ise yine herkes tarafından korunan ve gözetilen durumdadır. Çocuk aile için daha çok ek emek gücü ve ek maddi gelir anlamına gelmektedir, duygusal bir yatırım aracı olarak görülmemektedir. Endüstri devrimiyle beraber kırsal alanlardan kentlere göç başlamıştır. Kalabalık aileler dağılmış çekirdek aile yapısı oluşmuştur. Çekirdek aile; anne, baba ve evlenmemiş çocuktan oluşan aile modelidir. Kapitalizmin erken dönemlerinde aile içindeki herkesin çalışma zorunluluğu çocukluk süresini kısaltmıştır. Bu dönem çocuklar için zorlu geçmiştir (Tofan, 2022, s. 11). Yetişkinlerin kazancı arttıkça aileler çocuklarını çalıştırmak yerine onları okula göndermeyi tercih etmiştir. Aynı bir kişiliği olduğu kabul edilen çocukların kendi dünyaları içinde büyümesi önem kazanmıştır. “Yetişkin dünyasından ayrılan çocuklar, çocuk edebiyatı okudukları, kendilerine özgü giysiler giymeye başladıkları ve çocuğa dair oyunlar oynamaya geçiş yaptıkları kendilerine özel sosyal statülerine kavuşmuşlardır (Özbay, 2023, s. 11).” Kısacası modernleşmeyle beraber çocuk anlayışı değişime uğramıştır. Çocuk aile için maddi kazanç sağlayan bir varlıkken, yetiştirilmesi zor ve masraflı bir varlık hâline gelmiştir. Duygusal ve maddi yatırım çocuğa yapılmıştır. Ailenin eğitim işlevi önem kazanmıştır. Çocukların eğitimi maliyetli bir hâl almıştır. Ebeveynler çocuklarıyla daha bilinçli ve verimli vakit geçirmeye başlamıştır. Modernleşme ailelerin eğlence kültürünü de değiştirmiştir. Televizyon gibi kitle iletişim araçları yaygınlaşmaya başlamıştır. Çocukların bilgi edinme kaynakları değişmiş; aileleri dışında bilgi edinebilecekleri kaynaklarla tanışmışlardır. Eğitimin sadece ebeveynle bağlı olmamasından dolayı çocuğun ebeveynle farklı fikirlere sahip olması, ebeveyniyle veya aile büyükleriyle çatışma içine girme riskini de arttırmıştır (Tofan, 2022, ss. 12-13). Bu riskler karşısında ebeveynler çocuklarını yetiştirme konusunda farklı yöntemler denemektedir. Pek çok farklı ebeveynlik tarzı vardır ve son birkaç yılda ebeveynler günümüzün çevrim içi zorluklarının üstesinden gelmeye çalıştıkça yeni tarzların geliştiği görülmektedir. Bu farklı tarzların kendilerine özgü avantajları ve dezavantajları vardır (Milovidov, 2020). Dijital ebeveynlik kavramı da bunlardan biridir. Literatürde çevrim içi ebeveynlik ve internet ebeveynliği olarak da ifade edilen dijital ebeveynlik kelimesini ilk kez Jennifer Rode (2009) kullanmıştır. Rode; “değişim içinde olan ebeveynliği “ebeveyn arabuluculuğu” olarak nitelendirmiş ayrıca çocukların mahremiyet ve güvenlik sorunları önemli bir hususken gelişen teknoloji ile ailelerin birtakım güvenlik stratejilerinin olduğunu ancak buna rağmen çocuklar için hâlâ güvenlik açığının devam ettiğini ve ebeveynlerin farkındalıklarının artırılması gerektiğine vurgu yapmıştır (Akt. Gül, 2023, s. 19).” Bugün teknoloji gündelik hayatın sıradan

bir parçası hâline gelmiştir. Günümüz çocukları bu teknolojinin içinde doğmaktadır. Bu sebeple ebeveynlerinden daha fazla teknik bilgiye sahiptirler. Bu durum çocukları bir taraftan avantajlı hâle getirirken diğer taraftan da yaşları itibariyle ciddi risklerle tanıştırmakta ve dezavantajlı hâle getirmektedir. “Çocukların sosyal, duygusal, psikolojik, zihinsel ve fiziksel gelişimlerini pek çok açıdan etkileyebilecek olan bu konuda ebeveynlerin çocukların dijital dünyasında iyi birer rehber olabilmesi ve teknolojinin doğru kullanım tarzlarını çocuklarına aşılayabilmeleri için sahip olmaları gereken özellikler ‘dijital ebeveynlik’ kavramını doğurmuştur (Yay, 2019, s. 11).”

Çocuklara ya da ergenlere ebeveynlik yapma konusundaki endişeler yeni değildir, ancak dijital teknolojilerin hızla yaygınlaşması dijital ebeveynlik konusundaki endişeleri artırmıştır (Modecki vd., 2022). Günümüzün pek çok ebeveyni sadece çocuklarının refahı ve güvenliği için değil, aynı zamanda “iyi” ve “sorumlu” ebeveyn rolünü üstlenme konusundaki kendileri için de giderek daha fazla endişe duymaktadır (Siibak, 2019). Bu endişenin temelinde de teknolojinin değiştirdiği yaşam biçimi bulunmaktadır. Çoğu aile teknoloji kullanımında çocukların gerisinde kalmamaya çalışmaktadır. Dijital araçlar ve çevrim içi ortamlar çağdaş yaşamın öylesine içsel bir parçası hâline gelmiştir ki bu teknolojiler sadece ailelerin günlük işleyiş biçimlerini şekillendirmekle kalmamış, aynı zamanda aile yaşamının dinamiklerini de etkilemeye başlamıştır (Modecki vd., 2022). Aslında üretim, ekonomi ve kültürdeki değişimler, temelde, yeni bir teknolojinin ortaya çıkışının sonuçları olmadığı gibi teknolojik gelişmeler var olan toplumsal ilişkilerin, ticari yönelimlerin ve kültürel biçimlerin işleyişinin de tek başına sonucu değildir. Ancak, yeni bir teknoloji yeni bir toplumsal yaşama işaret etmektedir. Elbette bu durum yaşamın tamamını teknolojinin belirlediğini kanıtlamaz. Éric Maigret’nin de belirttiği gibi teknik ve toplum arasındaki ilişkide birinin ötekine etkisinin önceliği üzerine sonuçlar tartışılabilir (2014, s. 135). Bu noktada ilk akla gelen isim Marshall McLuhan’dır. Yaşadığı dönemde süper star gibi ilgi gören McLuhan’ın teknolojik determinizmi ölümünden sonra etkisini yitirmiştir. O, toplumsal olanı tekniğin bir yansıması olarak görmektedir. Toplumsal yapının buluş üzerindeki etkilerini görmemektedir. “Araç iletidir”, gibi kuşkulu aforizması (Postman, 1994, s. 17) ve tek kişilik haçlı seferlerinden iyimser teknolojik belirleyiciliğe kayan (Oskay, 2000, s. 213) görüşleri ile McLuhan 1990’lı yıllarda internetle beraber tekrar popülerleşse de teknolojik determinizm günümüzde kabul gören bir teori değildir. Buna rağmen özellikle iletişim teknolojileri alanında olan her yeniliğin gündelik yaşamımızı etkilediği de su götürmez bir gerçektir. Özellikle araç iletidir aforizması Postman’ın belirttiği gibi bugünkü durumu çağrıştırmaktadır (1994, s. 17). El-

bette yaşam biçiminin değişimini tüketim kültürü çerçevesinde görmek de yanlış olmaz. Özellikle neoliberal politikaların kaçınılmaz sonucu olan küreselleşmeyle beraber hayatımıza giren ve yaygınlaşan kredi kartı, kredi kartının varlığıyla büyüyen alışveriş merkezlerinin yaşamımızdaki yeri ve oluşturduğu yeni kültürü görmezden gelemeyiz. Son olarak yine kredi kartı teknolojisi sayesinde büyüyen internet pazarı (internet üzerinden alışveriş) ile tüketim kültürünü hızlandıran ticari girişimler ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi gündelik yaşamın kültürü ile birbirine bağlıdır. TÜİK verilerine göre, internet üzerinden mal veya hizmet satın alma ya da sipariş verme oranı %46,2 olmuştur (2022).

Yeni teknolojiler yeni iletişim biçimlerini oluştururken yeni iletişim biçimleri de yeni teknolojileri gerektirmiştir. Bu şekilde oluşan yeni ihtiyaçlar da eski becerileri ve ihtiyaçları örselemiştir. Zygmunt Bauman'a göre; her yeni teknoloji yeni bir beceri gerektirmektedir. Aynı zamanda yeni beceriler eski yetenekleri de geçersiz kılmaktadır. Artık iş yapmak için (bulaşık yıkamak, tıraş olmak vb.) yeni teknolojinin uzmanlığına ihtiyaç duyulmakta ve eskinin yerine yenisi konulmak zorundadır. Ayrıca doğru teknolojileri bulma ve kullanma becerisi de gerekmektedir. Aslında vazgeçemediğimiz yeni teknolojiler zaten hazırda olan bir alanı devralmamaktadır. Hayatımızda merkeze koyduğumuz birçok şey teknoloji olmasaydı asla olmazdı. Radyo, televizyon, bilgisayar gibi. Onlar daha önce mevcut olmayan yeni imkanları oluşturdu. Televizyondan önce akşamları dizi veya film izlemek uygulanabilir bir fikir değilken, ona ihtiyacımız da yoktu. Oysa şimdi televizyon bozulduğunda* kahroluruz. Bilgisayar yokken bilgisayar oyunlarına da muhtaç değildik. Bu durumda teknolojinin kendi ihtiyacını yarattığı görülmektedir. Yeni tür bir ihtiyaç ortaya çıkarmaktadır. Bu yeni teknolojik nesnelere bizi daha önce hiç yapmadığımız şeyler yapmaya sevk etmekte ve onları yapmamışsak bizi mutsuz hissettirmektedir (2002, ss. 220-221). Bu aletler (telefon, tablet vb.) gündelik hayatımızda birer prangaya dönüşmüştür (Demiral, 2020, s. 235).

Dijital teknolojilerin doğurduğu yeni çevrim içi ihtiyaçlar okuryazarlık, sokakta oyun oynamak, arkadaşlarla beraber vakit geçirmek gibi çevrim dışı yaşanan birçok deneyimle yer değiştirmiştir. Bu bağlamda yeni çıkan ihtiyaçlara yer değiştirme teorisi (displacement) çerçevesinden bakılmaktadır. Bu teori medyanın çocuklardan neyi uzaklaştırdığına odaklanmaktadır. Medya kullanımının etkilerini açıklayan teoride, çocukların medya araçlarıyla zaman geçirmesinin, çocukların gelişimini destekleyen temel deneyimler için gerekli zamanın yerine geçtiği belirtilmektedir (Neuman vd. akt. Vural Şenel, s. 14). Elbette yeni iletişim teknolojileriyle ihtiyaçların yer değiştirmesi sadece çocuklarda görülmemektedir. Yeni med-

* Geçmişte televizyonun bozulmasını bugün ekranın bozulması olarak düşünebiliriz

ya herkesin temel deneyimlerini elinden alarak hem zamanını hem de dikkatini bölmektedir. Çalışmada okuryazarlıkla –özellikle roman okumakla- yer değiştiren şeylere odaklanılmaktadır.

3. Hikâye Dinleyiciliğinden Okuryazarlığa Uzanan Süreç

Sözlü kültür döneminde deneyim aktarımı hikâye anlatıcıları vasıtasıyla olmaktadır. Günümüzün deneyimden uzak “hikâye anlatıcıları” ise yeni medyanın da içinde olduğu kitle iletişim araçlarıdır. Walter Benjamin hikâye anlatıcılarının hiçbir hükmünün kalmadığını söylemektedir. Bunun sebebini de deneyimin değer kaybına bağlamaktadır. Çünkü bütün hikâye anlatıcıları ağızdan ağıza aktarılan deneyimden beslenmektedir. Hikâye anlatıcısının verecek akli vardır. Her gerçek hikâye yararlı şeyler barındırır. Bu yararlılık ahlak dersi, nasihat ya da atasözü olabilir. Ancak akıl vermek modası geçmiş bir şeydir. Bunun sebebi de deneyimin giderek daha az aktarılabilir hâle gelmesidir. Buradaki akıl, soruya verilmiş cevaptan çok, henüz gelişmekte olan bir hikâyenin devamı için bir öneridir. Birine akıl danışmak için önce hikâyeyi anlatabilmek gerekir. Bunun dışında insan içinde bulunduğu durumu dile dökemediği oranda nasihate açıktır. Hikâye anlatıcılığının gerilemesiyle roman doğmuştur. Romanı hikâyeden ayıran ise kitaba bağımlı olmasıdır. Romanın yaygınlaşması da matbaa ile mümkün olmuştur. Roman sözlü edebiyattan gelmez. Bu onu masal, efsane, novella gibi düzyazı türlerinden ayırır. En çok da hikâye anlatıcılığından ayırır. Anlatıcı hikâyesini deneyimden alırken romancı kendini tecrit etmiştir. Ne kimseye akıl verir ne de kimseden akıl alır. Tek başına kalmış bir bireydir (1995, ss. 78-81). “Roman yazmak, insan hayatını tasvir ederken benzersiz olanı uç noktalara vardırılmaktadır. Roman hayatın bütün doluluğu içinde ve bu doluluğu tasvir ederek, yaşayanların derin akılsızlığını ortaya serer (Benjamin, 1995, s. 81).” Romanın Avrupa’da ortaya çıktığı bilinmektedir. Milan Kundera romanın birey olmada ve insan hakları savunuculuğunda önemli bir yeri olduğunu düşünmektedir. Ona göre; “Batı toplumu kendisini insan hakları toplumu olarak sunmaya alışmış bulunuyor; ama bir insan haklara sahip olmadan önce, bir birey olarak oluşmak, kendini bir birey olarak düşünmek ve (başkaları tarafından) birey sayılmak zorundaydı; Avrupa sanatları ve özellikle, başkasına ilgi duymayı, başkasını merak etmeyi ve kendisinininkinden farklı gerçekleri anlamayı okura öğretmeye çalışan romanın o uzun deneyimi olmasaydı, bu gerçekleşmezdi (1994, ss. 12-13).” Bu anlamda okuryazarlık insanın düşünme yetisinin gelişiminde olduğu kadar demokratik bir toplumun gelişiminde de önemli bir yer tutmaktadır. 1800’lü yıllarda Amerika’da politikacıların tartışmaları bir salonda seyirciler tarafından saatlerce izlenebilmektedir. Abraham Lincoln ve Stephen A.

Douglas'ın 1858 yılında Ottawa'da gerçekleştirdiği gündeme dair siyasi tartışması buna tipik bir örnektir. Neil Postman "...yedi saat nutuklara seve seve katlanabilen bu insanlar kimlerdi?" diye sorar. "Bugünkü Amerika'da üç saatlik konuşmaya bile –hele görüntü yoksa- bir dinleyici topluluğu bulunabilir mi?" diye de ekler. Postman'a göre; o dönemin dinleyicilerinin uzun ve karmaşık cümleleri dinleyerek kavrama konusunda olağanüstü bir yetenekleri olmalıydı. Ayrıca bu insanların aydınlanma çağının (Amerikan versiyonuyla) torunları oldukları da unutulmalıydı. Elbette uzun süre dinlemenin ardında yatan temel sebep okuryazarlığın yaygınlaşmasıdır. Lincoln-Douglas tartışmasının yapıldığı sırada Amerika, en görkemli okuryazarlık oranını görmüştür. Mark Twain, Emily Dickinson, Herman Melville, Adger Allan Poe gibi dev yazarlar bu dönemde yaşamıştır. Ayrıca hem konuşmacılar hem de dinleyiciler edebi denilebilecek bir söylev türüne alışmıştır. Her şeyden öte konuşmacıların da dinleyicilerin de "dil"den başka çok az şeyleri vardı. Ayrıca politikacıların dili basılı dile (kitabi dile) çok yakındı. Dinleyicilerin kültürleri de basılı sözcüklere yatkındı. Kısacası tipografinin yankısı her cümlede hissediliyordu (Postman, 1994, ss. 56-61). Okuryazarlık toplumun kültürel yapısıyla doğrudan bağlantılıdır. Burada okuryazarlık olarak söylenen bir toplumun okuma-yazma bilme oranı değildir. Kitap okuma ile –özellikle- roman okumak, okuduğunu yorumlayabilmek ve yazmakla ilgilidir. Yani edebiyat üretiminin ve tüketiminin kültürel katkısından bahsedilmektedir. Eski ya da yeni kitle iletişim araçları toplumun kültürel yapısını etkilemektedir. Medyada elbette kitabi bir dil beklenmemektedir ancak uzun zamandır kitle iletişim araçlarının söylemi magazin söylemidir. Bu söylem olayların oluşumuna bütüncül bakmayan ve eğlendirme amacı taşıyan bir söylemdir. Bu da insanları akıllarının eremeyeceği çözümsüz bir dünyayla baş başa bırakmaktadır. Böylece magazin söylemi toplumsal yaşamı ve olayların oluşum sürecini bütüncül bir şekilde göremeyen insanları hem aklın kullanılmasının yararlı olmayacağına hem de dünyanın değişmezliğine inandırmaktadır. "Roman söylemi", dünyanın ve insan ilişkilerinin değişebilir olduğunu ve insanın mutsuzluğunun kaynaklarının toplum yaşamında bulunabileceğini dile getirmektedir. Okuma sürecinde, roman ile baş başa kalan birey, kendi akıl ve görüşleri ile romanı yorumlayabilmekte, bu sırada gözetlenmemekte ve denetlenmemektedir. Roman söylemi "çoklu okuma"ya da uygun nitelikler içermektedir. Roman söylemi dünyanın değişebilirliğini göstermektedir. Günümüzde hâkim olan magazin söylemi ise dünyanın değişemeyeceğine her şeyin olduğu gibi kalacağına inandırmaktadır (Eraslan, 1993, ss. 148-149). Yeni medyayla beraber azalan okuryazarlık bu yargının daha da güçlenmesine sebep olmaktadır. Elbette okuryazar olmanın zorlukları vardır. Sözel kültürde hikâye anlatıcısını dinlemek

ve deneyimi yakalamak için anlatıcıya yaklaşmak yeterliyken (roman) okumak -özellikle günümüzde- oldukça meşakkatli bir süreçtir. Dikkat ve zaman gerektirir. Barry Sanders'in belirttiği gibi; "sözlü kültürde bilgi, bireysel bir deneyim değil toplumsal bir olgudur; o yüzden kimse bir diğerinden daha aptal ya da daha akıllı sayılmaz (1999, s. 22)." Matbaa nasıl hikâye anlatıcısını hayatımızdan çıkardıysa, matbaadan çok daha başka bir teknoloji olan, televizyon da romanı hayatımızın merkezinden uzaklaştırarak boş zaman aktivitesine çevirmiştir. Postman televizyonda söylemin görsel imajla yansıtıldığını belirtmektedir. Ona göre televizyon konuşmayı bize sözcüklerle değil, görüntülerle aktarmaktadır (1994, s. 16). Aslında televizyon izlemek için de yaklaşmak yeterlidir. Ancak televizyon hikâye anlatıcısı gibi deneyim paylaşmaz. Aksine deneyimi öldürür. Ayrıca başkasına ilgi duymanın, başkasını merak etmenin ya da farklı gerçekleri anlamının da önüne geçer. Televizyon için okuryazarlığın önündeki ilk büyük engel denilebilir. Doğrusu okumanın önünde birçok engel bulunmaktadır. Bu engeller bireysel, aileden ve okul olanaklarından kaynaklı olabileceği gibi toplumsal ve teknolojik de olabilir (Yalçıntaş, 2023). Ancak bunlar birbirinden ayıramaz engellerdir. Teknoloji bireysel olarak dikkati dağıtabileceği gibi iyi bir kütüphanesi ya da oyun alanı olmayan bir ev de bireyi teknolojiye yönlendirebilir. Ancak okuryazarlığı engelleyen ilk büyük teknolojik kırılma on dokuzuncu yüzyılda telgrafın icadıyla olmuştur.

4. Telgraftan Yeni Medyaya Okuryazarlığın Önündeki Engeller

On dokuzuncu yüzyıl Batı'da birçok keşif ve icadın yüzyılı olmuştur. İletişim adına dönemin önemli icatlarından biri telgraftır. Lewis Mumford, "...telgraf zamanın ve dikkatin bölündüğü bir dünya yaratmıştır (Akt. Postman, 1994, s. 82)." demektedir. Çünkü bir kitabı yazmak, okumak, içindekileri tartışmak, yargıda bulunmak hep zaman isteyen şeylerdir. Kitap, düşünceyi sürekli kılmaktadır. Geçmişin yazarlarının büyük konuşmalarına katkıda bulunmayı amaçlar. Dolayısıyla bir kitap yakıldığı zaman herkes tepki göstermektedir. Telgraf kitabın içindekilerin yakılmasını talep etmektedir. Telgraf sadece mesaj çakmaya, her biri daha yeni mesajlarla hemen eskiyecek mesajları çakmaya uygundur. Olgular diğer olguları, değerlendirme yapmaya olanak tanımadan hatta buna gerek görmeden hızla bilincin önce gerisine, sonra da dışına atar. Telgraf dili çarpıcı özelliklere sahip başlık dilidir. Sansasyonel, parça parça, gayri şahsi başlıklar. En sonunda mesaj slogana dönmektedir. Telgraf için zamanın anlamı, şeyler hakkında enine boyuna bilgi sahibi olmak değildir. Şeyleri duymuş olmak demektir. Telgraf gibi fotoğraf da dünyayı bir özel olaylar dizisi olarak yeniden yaratmaktadır. Fotoğraf dünyasında da başlangıç, orta ve son yoktur. Böylece yavaş yavaş tipografik kültürün (yazıya dayalı kültür)

oluşturduğu yapı yıkılmaktadır. Telgraf ve fotoğraf makinesi gibi dünyanın kültürel yönelimini belirleyen icatlar on dokuzuncu yüzyılın kültürel ortamının ürünüdür. On dokuzuncu yüzyıl sonu ile yirminci yüzyıl başlarında elektronik konuşmaya giren her türlü iletişim aracı, telgraf ile fotoğrafın öncülüğünü takip etmekte ve onların yönelimlerini pekiştirmektedir (Postman, 1994, ss. 82-89). Bahsedilen iletişim araçları radyo ve televizyondur. Radyo her zaman kulağımızda olduğu için radyo dinlemeye başlangıç yaşımız akla gelen en erken yaş olarak düşünülebilir. Ancak televizyonun da böyle bir serbestliği vardır. Postman'ın da belirttiği gibi, "... en ufak çocuklar dahi televizyon izlemekten men edilmezler (1994, s. 90)." Bugün bir çocuğun iletişim araçlarının önünde geçirdiği süre okulda ya da ailesiyle geçirdiği süreden daha fazladır. Bunların hiçbiri bize sözelliği getirmez. Çocuklar, kitap okurken, masal dinlerken ya da hayal kurarken kafalarında herhangi bir görüntüyü canlandırdıklarında; kalp, limbik sistemi besleyen, onu güçlendirerek daha da canlı görüntüler yaratmasını sağlayan bir hormon üretir. Güçlü bir limbik sistem de günümüz tüketici kültüründe yaygın olan sadizm ve şiddet görüntülerinin bombardımanına karşı doğal savunma oluşturur. Televizyon, çocuğu kendi görüntülerinden uzaklaştırmaktadır. İletişim araçları çocukların can sıkıntılarını da ortadan kaldırmıştır. Hâlbuki can sıkıntısı, hayal gücünü canlandırır. Çocuk can sıkıntısı sayesinde kendi benliğini keşfeder. Bir çocuğun çok seyrek yaşadığı uzun sessizlik anında, çocuk neye inandığını, ne düşündüğünü öğrenme fırsatı bulur ve bu, çocuğa güç verir. Oysa televizyon* araya girer. Televizyonda sürekli bir şeyler olmaktadır. Bu da yaşamın da böyle olması gerektiği izlenimini uyandırmaktadır. Çocuk vakit geçirmek için televizyonu açtığında, programlar ve reklamlar vasıtasıyla ona neye ihtiyacı olduğu ve ne istediği söylenmektedir. Bu şekilde çocuk televizyonu, hiç görmediği ama her ihtiyacını bilen elektronik bir anne olarak kullanmaktadır. Oysa televizyon kişisellikten uzak, standartlaşmış çözümler sunan evrensel bir annedir. Böylece çocuk kendisiyle konuşmaktan uzaklaşır. Ayrıca reklamlar aracılığıyla da çocuklar tüketim kültürüne hazırlanmaktadır (Sanders, 1999, ss. 47-53). Tüm bunların yanında çocuklar çok küçük yaştan itibaren yetişkinlerle beraber televizyon seyrettiği için yetişkinler dünyasına zamanından erken adım atmış olurlar (Giddens, 2000, s. 40). Yeni medya teknolojileri bu durumu daha da hızlandırmaktadır. Bu noktada çocukları zararlı ve/veya kirli enformasyondan korumak için dijital ebeveynlik oldukça önemlidir. Ancak dijital ebeveynlik dijital okumayı getirmektedir. Dijital okumanın yaygınlaşması da roman okumak için ayrılan süreyle yer değiştirmektedir. Bu da düşünme yetisinin gerilemesine sebep olmaktadır.

* Burada televizyonu ekran olarak da düşünebiliriz.

5. Dijital Ebeveynlik ve Okuryazarlık İlişkisi Üzerine Alanyazın Taraması

Çalışma literatür incelemesine dayanmaktadır. Çalışmanın alanyazın taramasında dijital ebeveynlik odak alınmaktadır. Konuyla ilgili alanyazın taramaları olmakla beraber -önceki çalışmalarda- dijital ebeveynliğin okuryazarlık ile ilişkisine bakılmamıştır. Gerçekleştirilen çalışmalarda Kaya ve Mutlu Bayraktar'ın (2021) "Türkiye'de Yapılan Dijital Ebeveynlik Araştırmalarına Yönelik Bir İçerik Analizi Çalışması" dijital ebeveynlik araştırmalarını analiz ederken, diğer alanyazın çalışmaları (Şahin Konaş, 2021; Durmaz, 2023; Doğan, 2022; Yaman, 2018; Pekiye, 2022) lisansüstü tezler için gerçekleştirilen literatür çalışmalarını kapsamaktadır. Dijital ebeveynlik üzerine birçok anabilim dalında çalışma gerçekleştirilmiştir. Aşağıda dijital ebeveynlik üzerine farklı anabilim dallarında gerçekleştirilen çalışmaları kapsayan alanyazın taraması bulunmaktadır. Konu ile ilgili öncelikle lisansüstü tezler sonrasında da bilimsel makaleler incelenmiştir. Bu çerçevede "Eğitim Bilimleri" temelli tezlerde dijital ebeveynlik tutumlarının aile içi iletişim (Dere, 2023), dijital hikâye (Şahin Konaş, 2021), siber zorbalık ve ekran bağımlılığı üzerindeki yordayıcı rolüne (Turhâl, 2023) ve oyun bağımlılığı ile ailelerin dijital ebeveynlik farkındalıkları arasındaki ilişkiye bakılmıştır (Gül, 2023). Ayrıca Türkiye'deki ebeveynlerin dijital ebeveynlik öz yeterlikleri (Yaman, 2018) ve öz yeterliklerin veri madenciliği ile değerlendirilmesi üzerine (Durmaz, 2023) çalışmalar da vardır. İlaveten erken çocukluk dönemindeki çocukların zekâ düzeyleri ve sosyal becerileri (Kuzu Jafari, 2021), kitap okuma alışkanlığı ile bilgisayar-internet kullanımı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi (Davarcı, 2013), dijital oyunların okul öncesi dönem çocuklarına etkisine yönelik ebeveynlerin algılarının incelenmesi (Utuş, 2022) ve erken çocukluk döneminde çocuğu olan ebeveynlerin medya ve teknolojiye yönelik tutumlarının medya aracılık rolleri ile ilişkisi üzerine (Vural Şenel, 2020) çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların dışında doğrudan dijital ebeveynlikle ilgili olmasa da dijital okuma ve okuryazarlık ilişkisi üzerine kapsamlı bir çalışma da bulunmaktadır (Yalçıntaş, 2023). "Sağlık Bilimleri" alanındaki çalışmalara bakıldığında; dijital ebeveynlik tutumları ile ergenlerde internet bağımlılığı ve duyguları yönetme becerileri arasındaki ilişki (Akay, 2023), erken çocuklukta dijital oyun bağımlılığının yordayıcıları olarak; dijital ebeveynlik, aile içi ilişkiler ve sosyal yeterlilik bağlantısı (Kay, 2022), ilkökul çağı ebeveynlerinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri ile dijital ebeveynlik konusundaki farkındalıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine (Özbay, 2023) çalışmalara rastlanmaktadır. "Psikoloji" alanındaki çalışmalarda da; annelerin tutumu ile ergenlik çağındaki çocuklarının internet bağımlılığı (Günaydın, 2021), dijital ebeveyn öz yeterliği ile kişilerarası ilişki tarzı ve akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkinin (Akdere, 2022) ve dijital ebeveynlik farkındalık ve

çocuklarda problemleri medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi (Arslan, 2022) ve 5-10 yaş aralığında çocuk sahibi olan sosyal medya kullanıcısı anne ve babaların ebeveynlik stillerinin istismar farkındalığına etkisi hakkında (Ragipoğlu, 2021) çalışmalar bulunmaktadır. “Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık” alanında da anne babalarda dijital ebeveynlik farkındalığının incelenmesi (Manap, 2020) ve dijital ebeveynliğin demografik özellikler, beş faktör kişilik kuramı ve bilişsel esneklik açısından incelenmesi (Doğan, 2022) ile ilgili çalışmalar vardır. “Çocuk Gelişimi” alanında ise dijital ebeveynlik öz yeterliği ile çocuklarda problemleri medya kullanımı arasındaki ilişki incelenmektedir (Coşkunalp, 2022). Ayrıca ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile dijital ebeveynlik tutumları arasındaki ilişki (Türkel, 2021) ve Z kuşağında bağlanma şekilleri ve dijital ebeveynliğin dijital bağımlılığa etkisi (Yavuz, 2022) üzerine çalışmalar bulunmaktadır. “Kadın ve Aile Çalışmalarına” bakıldığı takdirde; dijital toplumda ebeveynlik (Tofan, 2022) ve ebeveynlerin toplumsal cinsiyet algılarına göre sosyal ağlarda çocuklarının güvenlikleriyle ilgili farkındalıkları (Coşgun, 2022) incelenmiştir. “Sosyal Hizmet” alanında ise çevrim içi annelerin stres düzeyleri demografik değişkenlere göre incelenmiştir (Karaca Koç, 2019). “Sosyoloji” alanında 21. yüzyıl Türkiye’sinde çocuk ve çocukluk algısının değişen anlam ve önemi (Dündar Zeypak, 2021) ve çocuklarla evrensel öğrenme; çevrim içi çocuklukta özneleşme mekanizmaları (Demiral, 2020) hakkında çalışmalar vardır. Konu ile ilgili “İletişim Çalışmaları” temelli tezler ailelerin çocuklarının dijital medya kullanımı konusundaki tutumları (Yılmayan, 2017) ve yeni medya okuryazarlığı bağlamında teknoloji bağımlılığının incelenmesi üzerinedir (Özsevinç, 2021). Son olarak da “Bilişim Sistemleri ve Teknolojileri” alanında ebeveynlerin dijital ebeveynlik yeterliklerin artırılmasına yönelik e-çeriklerin geliştirilmesi (Pekyürek, 2022) üzerine çalışma bulunmaktadır.

Konu ile ilgili makalelere bakıldığı takdirde iletişim temelli çalışmalarda bağımlılık, mobil uygulama pratikleri (Gül Ünlü, 2020), dijital oyunlar ve şiddet (Söğüt, 2020; Biricik, 2021; Baldemir ve Övür, 2021), dijital dünyada çocuk olmak (Aral, 2022), blogger annelik (Aktan ve Akçaoğlu Erdem, 2023), ebeveyn blogları, değişen baba rolü (Gökaliiler ve Özer, 2019), annelerin stres düzeyi (Koç ve Paslı, 2019), sınıf öğretmenlerinin okuryazarlık düzeyi, dijital ortamdaki annelik tavsiyeleri ve toplumsal cinsiyet rolleri (Gül Ünlü, 2019), mahremiyet (Bostancı, 2019) gibi başlıklara rastlanmaktadır. Eğitim temelli çalışmalar, dijital ebeveynlik farkındalığı (Kulaksız ve Toran, 2023) ve farkındalık ölçeği (Manap ve Durmuş, 2020), tutum ölçeği (İnan Kaya vd., 2018), dijital ebeveynlik ve değişen roller (Kabakçı Yurdakul vd., 2013), özel yetenekli öğrencilerin ebeveynlerinin dijital yeterliliği

(Karakaş vd., 2023), dijital ebeveynlik farkındalığının çocukta internet bağımlılığına göre incelenmesi (Manap ve Durmuş, 2021), ortaokul velilerinin dijital ebeveynlik üzerine görüşleri (Pullu ve Gömleksiz, 2023), ortaöğretim öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri (Arslan, 2019), çocukların güvenli internet kullanımı (Kopuz vd., 2022), mahremiyet (Çalapkulu ve Alp, 2020), siber zorbalık, dijital oyunlar (Fidan vd., 2021), erken çocukluk çağında çocuğu olan ebeveynlerin çocuklarına medya kullandırmadaki görüşleri ve aracılıkları (Ayar vd., 2023; Bostancı ve Çakır, 2022), aile-çocuk internet bağımlılığı arasındaki ilişki (Doğan ve Döğler, 2023), dijital medya okuryazarlığında anne ve baba eğitimi (Karaboğa, 2019), anelerdeki teknoloji bağımlılığı düzeyi ile dijital ebeveynlik düzeyi arasındaki ilişki (Yazıcı ve Özcan, 2021) gibi konuları içermektedir. Sosyoloji temelli çalışma ise dijital ebeveynlik tutumlarının Z kuşağı ile ilişkilere etkisini (Sancar, 2023) incelenen, kadın ve aile araştırmaları alanında da e-dünyada yeni bir rol: dijital annelik (Yazıcı, 2021) konusu irdelenmektedir.

Literatür incelemesine dayanan çalışma, geleneksel kitle iletişim araçları üzerine gerçekleştirilen eleştirel ve klasikleşmiş çalışmaların bakış açılarını da reddetmeyerek, elde edilen bulgular ve yaklaşımlar üzerinden inşa edilmektedir. Dijital ebeveynlik üzerine yukarıda da belirtildiği gibi bağımlılık, mahremiyet, farkındalık gibi birçok çalışma literatürde yer almasına karşın, dijital teknolojilerin okuryazarlık üzerindeki dönüştürücü etkilerinin sorgulandığı çalışmaların henüz yeterli seviyede oldukları söylenemez.

6. Bulgular

Alanyazın taramasına göre dijital ebeveynlik ile bağlantılı çalışmalardan elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir. Bulgular benzer sonuca varan çalışmaların çokluğuna göre seçilmiştir. Her bulgu için farklı sonuç çıkararak az sayıda çalışma da vardır. Ancak çalışmaların hiçbirinde dijital ebeveynliğin okuryazarlığı özendirici bir tutumuna rastlanmamıştır.

- Aile içindeki rollere bakıldığı takdirde dijital ebeveynlikte anne rolündeki ebeveynlerin baba rolündeki ebeveynlere oranla daha yüksek düzeyde öz yeterlikleri görülmektedir (Yaman, 2018).
- Ebeveynlerin yaşlarına bakıldığında da dijital ebeveynlerin yaşları arttıkça öz yeterlik algı düzeylerinin düştüğü görülmektedir (Yaman, 2018; Manap, 2020).
- Ebeveynlerin ekonomik düzeylerine bakıldığı takdirde de dijital ebeveynlerin gelir seviyesi arttıkça dijital ebeveynlik öz yeterliklerinin de yükseldiği görülmektedir (Yaman, 2018).

- Çalışmalara göre çocuklar teknolojiyle olan ilişkilerinde ebeveynlerini rol model almaktadır. Buna göre, anne ve babaların mobil araçları kullanım süresi arttıkça çocuklara olumsuz model olma durumu da artmaktadır (Manap, 2020).
- Ebeveynlerin eğitim durumuna bakıldığı takdirde eğitim seviyesinin dijital ebeveynlik tutumlarını etkilemediği görülmektedir (Coşkunalp, 2022; Doğan, 2022). Bununla beraber eğitilmiş ebeveynlerin dijital medyayı etkili kullanımı onaylama tutumu yüksek çiksa dahi dijital medya risklerine karşı koruma tutumunun etkilenmediği görülmektedir (Türkel, 2021). Ayrıca eğitim seviyesi yükseldikçe olumsuz model olma düzeyi de yükselmektedir (Manap, 2020).

Alanyazın taramasına göre, hiçbir çalışmada, dijital ebeveynlerin eğitim seviyesinin artmasıyla çocuklarını okuryazarlığa yönlendirecek tutumlarının olduğuna dair anlamlı bir sonuç yoktur. Aslında ailelerin öğrenim durumu okuryazarlıkta önemli bir etkidir. Kitap okuma alışkanlığı üzerine ilkökul dördüncü sınıf öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada ailenin eğitim seviyesinin çocuğun okuryazarlığı üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucu çıkmıştır (Karademir, 2018, s. 109). Bulgular göstermektedir ki, dijital ebeveynlik farkındalığı çocukları dijital dünyanın olumsuzluklarından korumak için önemlidir. Ancak bu farkındalık çocukları dijital okuryazarlığa götürürken geleneksel okuryazarlığa götürmemektedir. Kitap okuma ile internet arasındaki bağlantıyla ilgili twitter, Instagram gibi uygulamaların günümüzdeki kadar yaygın olmadığı 2013 yılında dahi internet kullanımı kitap okumadan sonra gelmektedir (Davarcı, 2013, s. 83). Sekizinci sınıflar üzerine yapılan bir başka çalışmada da kitap okuma alışkanlığı kazandırmada rol modellikte aile ve öğretmenlerle beraber arkadaşlar da önemlidir (Mut, 2021, ss. 83-86). Kitap okuma alışkanlığı üzerine ümit verici akademik çalışmalar da vardır. Buna göre; “Hangi yaş grubu veya eğitim düzeyi olursa olsun, okumanın önemini kavrayan insanların düzenli olarak okudukları sonucuna ulaşılmıştır (Yurtbakan, 2017, s. 87)”. Önemli olan okumanın hava gibi su gibi temel bir ihtiyaç olduğunun önemini kavra(t)maktır. Çocuklar doğduğu andan itibaren kitaplardan çok mobil cihazlarla tanışmaktadır. 0-4 yaş çocukları mobil cihazları ailesinde görürken 5-8 yaş çocukları akranlarında da görmektedir. Mobil cihaza ulaşmaları ise önce evlerinde, daha sonra aile büyüklerinin evlerinde ve ilerleyen zamanlarda da okul veya başka ortamlarında olmaktadır. Küçük çocuklar bu cihazlara öncelikle oyuncaklara verdiği tepkiyi göstermektedir. Verilen tepkiler de olumlu yöndedir (Avinç, 2017, ss. 75-76). Roland Barthes tahta oyuncağın yerine geçen plastik oyuncağın çocuğun hayal gücünü öldürdüğünden bahsetmektedir (1998,

ss. 53-55). Günümüzde çocuklar plastik oyuncaklardan da uzaklaşıp, dijital hatta mobil oyuncaklarla oyalandırılmaktadır. Çocukların oyuncak dünyasında dahi eski ihtiyaçların yerini yeni ihtiyaçlar almaktadır. Barthes tahta oyuncakların kırılmadığından, bozulmadığından, çocukla beraber şekillendiğinden bahsetmektedir (1998, ss. 53-55). Bu sebeple tahta oyuncaklar çocuğun yaratıcılığını artırırken tüketimden de uzaklaştırır. Yer değiştiren dijital oyuncaklarla tahta oyuncakları nasıl bir tutmamak gerekirse, dijital okumayı da okuryazarlık olarak değerlendiremeyiz. Dijital okuma, kâğıt bir yüzey yerine dijital araçlar (telefon, tablet, bilgisayar) vasıtasıyla ekran üzerinden yapılan okumadır (Yalçıntaş, 2023, s. 24). Bu okumaların içinde e-kitaplar olduğu gibi Facebook, Twitter (X), Instagram gibi dikkat çalan uygulamalar da vardır.

7. Sonuç ve Tartışma

Telgrafın bulunuşundan beri en önemli tehdit zamanın ve dikkatin bölünmesidir. Johann Hari bu durumu ‘çalınan dikkat’ olarak isimlendirmektedir. Yeni medya aracılığıyla çalınan dikkat üzerine gerçekleştirdiği çalışmasında dijital teknolojinin dikkat ve odaklanma becerimize nasıl zarar verdiğini göstermektedir (2023). Hari, yeni medyanın tehlikelerini anlatırken McLuhan’ın öne sürdüğü “araç mesajdır” teorisine gönderme yapmaktadır. McLuhan’ın, mesajın bize nasıl ulaştığının ulaşan mesajdan daha önemli olduğu teorisi üzerinden de televizyonun bize dünyanın hızlı olduğunu, yüzeyler ve görünüşlerle ilgili olduğunu, dünyadaki her şeyin aynı anda meydana geldiğini öğrettiğini belirtmektedir. Bu cümleden hareketle de sosyal medyadan kaptığımız mesajın ne olduğunu ve basılı kitaplardan kaptığımız mesajdan ne farkı olduğunu anlamaya çalışmaktadır. Twitter’in, Facebook’un, Instagram’ın mesajlarının ne anlama geldiğini tartışırken de enformasyon edinmenin hâkim biçimi sosyal medya olduğu zaman düşünmemizin niteliğinin hızla düştüğünü belirtmektedir (2023, ss. 88-89). Hari, kitap okumanın dikkat üzerindeki etkisini Raymond Marr’ın bir deneyi üzerinden şu şekilde anlatmaktadır. Marr’ın deneyinde roman okuyanlarla kurmaca dışı kitap okuyanlar ayrılmaktadır. O, denekler üzerinde gerçekleştirdiği birtakım testlerle, daha fazla roman okuyan deneklerin diğer insanların duygularını okumak konusunda daha iyi olduğunu gösteren sonuçlar çıkarmıştır. Deneyde meselenin daha fazla eğitilmiş olmakla ilgili olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca kurmaca dışı kitap okumanın empati üstünde hiç etkisi olmadığı görülmektedir. Sebep olarak da roman okumanın eşsiz bir bilinç hâli doğurması gösterilmektedir; “Okurken dikkatimizi dışarıya, kâğıt üstündeki sözcüklere yöneliyoruz, ama aynı anda hayal etme ve zihinde canlandırma esnasında içeriye dönük muazzam bir dikkat var... Kendimizi

diyor Raymond, ‘farklı karakterleri, onların motivasyonlarını, hedeflerini anlamaya, bu farklı şeyleri takip etmeye çalışır hâlde buluyoruz’ (2023, ss. 92-93).” Walter Benjamin de bütün kitapların aynı biçimde okunmayacağını belirtmektedir. Ona göre roman okuyup yutulmak içindir. Roman okumak bedenine içine sindirilen bir şehvettir. Okuyucu kendini kahramanın yerine koymamaktadır. Onun başına gelenleri içine sindirmektedir;

Onun somut belgesi ama masanın besleyici yemeklerle donatıldığı iştah açıcı bir sofradır sanki. Hatta midenin çiğ çiğ yuttuğu yemekler nasıl varsa deneyimin de yuttuğu çiğ yemekler vardır; kendi vücudumuzla yaşadığımız deneyimler. Ancak roman sanatı da açılış sanatı gibi ilkin ham ürünün ötesinde başlıyor. Kaç çeşit besleyici cevher var ki ham durumdayken kimse koymaz ağzına. Nice yaşantı var okunmasını salık verirler, tat verir insana, ama istenmez ki yaşansın. Kendi yaşadığında bu kez onları, kahrolacak olanı vurur. Uzun lafın kısası, romanın bir esin perisi varsa eğer –onuncusu- başında mutfak perisinin ayılsıyla dolaşır. Dünyaya yenilebilir bir şeyler sunmak için. Dünyadan, tat yaratmak için onu ham durumdan çekip çıkarır. İlle de yenecekse bir şey yerken gazete okumalı, ama roman asla. Birbiriyle çatışan vecibelerdir bunlar (1990, s. 56).

Benjamin roman okumanın ne kadar keyifli, deneyim yaşatıcı ve ciddi bir şey olduğunu anlatırken gazetenin bununla bir ilgisi olmadığını hatta çatıştığını belirtmektedir. Durumu salt okuma olarak değerlendirirsek gazete de roman gibi okunmaktadır. Ancak Benjamin ikisinin aynı kefeye konmasına karşı çıkmaktadır. Günümüzde okuma azalmadığı gibi dijital okuma ile okuma ve yazma bilmek geçmişe oranla daha önemli bir hâle gelmiştir. Ayrıca dijital teknoloji okuma ve yazma öğrenimini de hızlandırmıştır. Ancak burada anlatılmak istenen tekniğin dikkatimizi çalan unsurlarla beraber kitap okuma deneyimini alma çabasıdır.* Benjamin’in yıllar önce söylediği gibi, teknik insanın üstüne korkunç biçimde üşüşmektedir (1990, s. 20). Bugün teknik olanakları kullanamadığımız takdirde üç yaşında bir çocuk gibi hayatımızı sürdüremez oluruz. Teknik her şeyi hızla değiştirmekte hayatımıza yepyeni ihtiyaçlar sokmakta. Benjamin’in, birinci dünya savaşına gönderme yaparak, belirttiği gibi bulutlardan başka hiçbir şeyin değişmediği dağlarda bekleyen bir kuşak artık yok (1990, s. 20). Ayrıca yeni teknolojilerin toplumsal yaşamı değiştirme hızı geçmiş döneme göre çok daha şiddetli. Otuz yıl kadar geriye gidildiğinde bile bugün olan birçok teknik gelişim 1990’lı yıllarda mucize olarak nitelendirilirdi. Sadece otuz yılda teknoloji; iletişim, eğlence, eğitim, öğretim, ev temizliği veya alışveriş gibi sıradan işler için kullanılmaya başlandı (Baranseli Arslan, 2021, s. 101). Bu da çeşitli kavramlar oluşturdu. Dijital göçmen, dijital yerli gibi. Teknolojiyi doğduğu andan itibaren görmeyen hatta teknolojiyle

* Tüm bunlarla beraber sesli kitaplar da ayrı bir tartışma konusudur.

ergenlik sonrası tanışan kuşağa dijital göçmen denilmektedir. Literatür çalışmasında da benzer sonuca ulaşılmıştı. Dijital ebeveynlerin yaşları arttıkça öz yeterlik algı düzeylerinin düştüğü görülmüştü. Dijital yerliler ise doğduğu andan itibaren teknolojiyle bir aradadır. Onlar bilgisayar, tablet, akıllı telefon, mobil oyunlar ya da sosyal medyayı çok iyi kullanan yirmi birinci yüzyılın çocuklarıdır (Türkel, 2021, s. 28). Dijital teknoloji öncesinde böylesi kavramlar yoktu. Televizyonun düğmesine basmak yeterliydi. Kimsenin kafası karışmıyordu. Belki de en kafa karıştırıcı alet televizyonların uzaktan kumandasıydı. Okuryazarlığı geriletken en önemli ilk unsurun televizyon olduğunu unutmamak gerekmektedir. Telgrafla başlayan, fotoğrafla devam eden ve radyoyla ilerleyen süreçte hepsinin bir arada olduğu televizyonu izleme ihtiyacı yavaş yavaş kitap okuma ihtiyacının yerine geçmiştir. Zaman içinde gelişen yeni medya teknolojisiyle de geleneksel okuryazarlık dijital okuryazarlıkla yer değiştirmiştir.

Dijital okuryazarlık birçok insanı zaman içinde internet bağımlılığına götürmektedir. Büyük yazılım şirketleri de bunu sağlamak için elinden geleni yapmaktadır. Bu noktada literatür çalışmalarına döndüğümüzde -çarpıcı bir şekilde- eğitim seviyesi yüksek ebeveynlerin ilköğretim mezunu ebeveynlere göre olumsuz model olan davranışlarının daha yüksek olduğunu görürüz (Manap, 2020, s. 94). Bağımlılık yediden yetmiş herkesin sorunu hâline gelmiştir. Beş yaşındaki çocuk ebeveynlerin kontrolünde youtube'tan seyrettiği çocuk videolarıyla çevrim içi dünyanın kötülüklerinden korunup can sıkıntısından kurtulurken, dokuz yaşındaki çocuk da şiddetten arındırılmış minecraft oynayarak bağımlı hâle gelmektedir. Ebeveynler sosyal medyayla bağımlı olurken yaşlılar da kelime oyunlarıyla, online okeyle ya da tavlayla bağımlı olmaktadır. Kısacası dijital teknoloji biz bir şey anlamadan sadece dikkatimizi ve zamanımızı değil hayatımızı çalmaktadır. Yine literatür çalışmasının gösterdiği gibi dijital ebeveynler de bu süreçte çocuklarına rol model olmaktadır.

Dijital teknoloji bizden sürekli çevrim içi olmamızı talep etmektedir. Hobimizle meşgul olmak, roman okumak, işyerinde toplantıya katılmak gibi gündelik hayatın normal gidişinde çevrim dışı ol(a)mayız. Bunun tek istisnası banyo yapmak ya da denize girmektir. Çevrim içi kalmak ilginç olan tek bir odakta olmasını engeller. Telefonumuz uzakta dahi olsa kitap okurken titreyen dijital saatimiz ya da bilekliğimiz bize çevrim içi olduğumuzu hatırlatır. Anında ilginç dağılarak mobil cihazlarımıza yöneliriz. Mobil cihazlarımızı elimize aldığımız anda bir önceki yaptığımız şeye dönüşümüz çok zor olmaktadır (Hari, 2023, s. 45). Birçok bilgisayar programcısı da çevrim içi kalma süremizi uzatmak için çalışmaktadır. Aza Raskin adlı programcı bunlardan biridir. Raskin, internetin çalışma şeklini belirgin bir şekilde

değiştiren 'sonsuz kaydırma'yı tasarlamıştır. Böylece parmak darbeleriyle aşağı inmek insanları cihazlardan uzak duramaz hâle getirmiştir. Sonsuz kaydırmayla, ihtiyatlı bir tahminle, Twitter gibi sitelerde insanlar yüzde elli daha fazla vakit geçirmektedir. Raskin'in hesabına göre, toplamda iki yüz bin daha fazla insan ömrü doğumdan ölüme kadar her gün ekran başında kaydırma yapılarak geçirilmektedir. Bu da Raskin'in icadı olmasa başka bir faaliyete ayrılacak olan binlerce saat anlamına gelmektedir (Hari, 2023, ss. 123-124). Korkunç bir biçimde üzerimize üşüşen teknoloji bizi okuryazarlıktan uzaklaştırırken düşünme yetimizin de zayıflamasına sebep olmuştur.

Sanders teknolojik kuşatma karşısında gençleri korumanın tek yolunun yaratıcı düş gücü olduğunu belirtmektedir. Bunun için de sözellğe dönmek gerektiğini vurgular. Gelişmiş bir yetişkinliğe giden yolun önce evde başladığını ve çocuğun ilkökul ortamına girmesiyle devam ettiğini söyleyen Sanders'e göre; öğretim metodu değiştirilerek doğaçlama ve anlatıma dayalı bir müfredat getirilmelidir. İyi okurlar ancak iyi anlatıcılardan ve iyi konuşmacılardan çıkmaktadır (1999, ss. 229-230). Postman ise, eğitimciler, televizyondan ve bilgisayardan eğitimi denetlemede nasıl yararlanabiliriz sorusuna yoğunlaşmaktan eğitimden televizyonu ve bilgisayarı denetlemede nasıl yararlanabiliriz sorusuna geçemediler, demektedir. O çözümü Aldous Huxley'de bulur. Huxley eğitim ile felaket arasında bir yarışta olduğumuza inanmıştır. Ayrıca medyanın politikalarını anlamamızın zorunluluğu üzerine yazılar yazmıştır. Sonuçta Huxley, Cesur Yeni Dünya'da insanların başına gelen belaların, bu insanların düşünmek yerine gülmelerinden değil, neye güldüklerini ve düşünmeyi niçin bıraktıklarını bilmemelerinden kaynaklandığını anlatmaya çalışmaktadır (1994, s. 176). Hari de çocukların ve gençlerin sınırlanmadığı, ihtiyaçlarının karşılandığı ve onlara daha fazla oyun imkânı sağlanan eğitim sistemlerinde dikkat toplamanın ve mezuniyet sonrası başarının çok daha fazla olduğunu söylemektedir (2023, ss. 252-260). Ayrıca dikkatimizi dağıtan yeni medya teknolojileriyle topyekûn örgütlenerek mücadele edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Adını 'Dikkat İsyanı' verdiği harekete ihtiyacımız olduğunu belirtmektedir. Çarpıcı neden olarak da, yaşadığımız dünyada, insanların odaklanma becerisine daha önce hiç bu kadar ihtiyaç duymadığını ve eşi görülmemiş bir krizde olduğumuzu söylemektedir (2023, s. 277).

Bilindiği gibi geleneksel kitle iletişim araçlarından uzaklaşmanın yolu kumandanın kapatma düğmesine basmakla olmamıştır. Yeni medyadan uzaklaşmanın yolu da dijital detoks ya da bildirimleri kapatmakla olmayacaktır. Özellikle yapay zekânın bu kadar yaygınlaştığı bir dönemde konuya bütüncül yaklaşmak gerekmektedir.

Bu sebeple okuryazarlık mücadelesinde eğitimcilerle beraber (dijital) ebeveynlere de yönelmek zorunludur. Dijital ebeveynler sözelliğin önemini ve okuryazarlığın düşünme yetisini geliştirdiğini bilmeli ve bu konuda bilinçlendirilmelidir. Bunun için literatür incelemesinden anlaşıldığı gibi -öncelikle- dijital ebeveynlik ve okuryazarlık üzerine araştırmaların zenginleştirilmesi gerekmektedir. Çünkü Thomas L. Friedman'ın (2023, s. 30) söylediği gibi yapay zekâ teknolojisiyle Pandora'nın kutusu açılmış durumdadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Akay, E. (2023). Dijital Ebeveynlik Tutumları İle Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Duyguları Yönetme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi.
- Akdere, B. (2022). Dijital Ebeveynlik Farkındalığının Yordayıcıları Olarak Psikolojik Katılık, Ebeveyn Öz Yeterliği, Kişilerarası İlişki Tarzı ve Akıllı Telefon Bağımlılığı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Aktan, E. ve Akcaoğlu Erdem, Ö. (2023). Dijital Ebeveynlik Türü Olarak Blogger Annelik: Blogger Annelerin Pazarlama Mesajlarının Değerlendirilmesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 11(1), 200-222. DOI: 10.19145/e-gifder.1208530.
- Aral, N. (2022). Dijital Dünyada Çocuk Olmak. TRT Akademi, 7 (16), 1134-1153. DOI: 10.37679/trta.1181774.
- Arıcı Doğan, D. ve Döğner, S. S. (2023). Annelerin Dijital Ebeveynlik Tutumları İle Aile-Çocuk İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. International Journal of Social Sciences and Education Research, 9(1), 1-14. DOI: 10.24289/ijsser.1181453.
- Arslan, S. (2022). Dijital Ebeveynlik Farkındalık ve Çocuklarda Problemleri Medya Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Arslan, A. (2019). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi: Sivas İli Örneği. Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi , 5 (2) , 63-80 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gebd/>

issue/47331/537903.

- Avinç, Z. (2017). 0-8 Yaş Arasındaki Çocukların İnternet ve Mobil Teknoloji Alışkanlıkları ve Güvenli İnternet Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi.
- Ayar, H., Bulut, N. ve Gelici, Z. (2023). Erken Çocuklukta Dijital Bağımlılıkla Mücadele Projesi Kapsamında Ebeveynlerin Çocuklarının Dijital Medya Kullanımına İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi. Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 25/47, 1-33. <https://doi.org/10.17335/sakaifd.1252105>.
- Baldemir, H. ve Övür, A. (2021). Dijital Oyun Bağımlılığının Yeni Yüzü Olarak Pubg Mobile . İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi, 1(2), 139-153. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ibadergi/issue/64518/962618>.
- Baranseli Arslan, E. S. (2021). "Dijital Sanat", (Ed.) Baranseli Arslan, E.S., Dijital Kültür, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, ss:101-131.
- Barthes, R. (1998). Çağdaş Söylenler, Çev. Tahsin Yücel, Metis Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1999). Sosyolojik Düşünmek, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Benjamin, W. (1995). Son Bakışta Aşk Walter Benjamin'den Seçme Yazılar, (Yay. Haz.) Nurdan Gürbilek, İkinci Baskı, Metis Yayınları, İstanbul.
- Benjamin, W. (1990). Parıltılar, Çev. Yılmaz Öner, Belge Yayınları, İstanbul.
- Biricik, Z. (2021). Çocukların Oynadığı Dijital Oyunlara İlişkin Dijital Ebeveynlerinin Farkındalıkları Üzerine Bir İnceleme. Erciyes İletişim Dergisi, 8(2), 575-597. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.785287.
- Bostancı, M. (2019). Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı. AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 10(38), 115-128. DOI: 10.5824/1309-1581.2019.3.005.x.
- Bostancı, S. ve Çakır, R. (2022). Erken Çocukluk Çağında Çocuğu Olan Ebeveynlerin, Çocuklarına Medya Kullandırmadaki Aracılıkları ve Dijital Ebeveynlik Farkındalıklarının İncelenmesi. Turkish Journal of Primary Education, 7(2), 86-116. DOI: 10.52797/tujped.1192163.
- Coşgun, E. (2022). Ebeveynlerin Toplumsal Cinsiyet Algılarına Göre Sosyal Ağlarda Çocuklarının Güvenlikleriyle İlgili Farkındalıklarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi.
- Coşkunalp, S. (2022), Dijital Ebeveynlik Öz Yeterliği İle Çocuklarda Problemlı Medya Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi.
- Çalapkulu, Ç. ve Alp, F. (2020). Dijital Ebeveynler İle Çocukların Sosyal Medya Kullanımı Üzerindeki Mahremiyet İlişkisi. Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (2), 132-144. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/nisantasisbd/issue/59588/830783>.

- Davarcı, N. (2013). İlköğretim 8. Sınıf Öğrencilerinin Kitap Okuma Alışkanlığı İle Bilgisayar - İnternet Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi.
- Demiral, S. (2020). Çocuklarla Evrensel Öğrenme: Çevrim içi Çocuklukta Özneleşme Mekanizmaları. Doktora Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Dere, S. (2023). Dijital Ebeveynliğin Aile İçi İletişim ve Velinin Eğitime Katılımı Üzerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Doğan, M. A. (2022). Dijital Ebeveynliğin Demografik Özellikler, Beş Faktör Kişilik Kuramı ve Bilişsel Esneklik Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi.
- Durmaz, İ. (2023). Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Öz Yeterliklerinin Veri Madenciliği İle Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi.
- Dündar Zeypak, B. (2021). 21. Yüzyıl Türkiye'sinde Çocuk ve Çocukluk Algısı: Değişen Anlam ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi.
- Eraslan, P. (1993). Kitle Toplumunun Kültürel Yapısı ve Günümüzün Açıklama Biçimi Olarak Magazin Söylemi, Marmara İletişim Dergisi, 4, 139-156.
- Erdem, P. (2019). Dijital Kültür Ortamında Belleğin Durumu. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2019(48), 529-545. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/ikad/issue/72714/991716>.
- Fidan, A. , Güneş, H. ve Karakus, T. (2021). Investigating the Digital Parenting Behaviors of Parents on Children's Digital Game Play. Cukurova University Faculty of Education Journal , 50(2), 833-857. DOI: 10.14812/cuefd.933215.
- Friedman, T. L. (2023, 5-11 Mayıs). Pandora'nın İki Kutusunu Birden Açtık. Oksijen Gazetesi. 121, 30.
- Günaydın, E. (2021). 12-17 Yaş Çocuğu Olan Annelerin Ebeveynlikte Bilinçli Farkındalık Düzeyi ve Dijital Ebeveynlik Tutumu İle Çocuklarında İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişki Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi.
- Giddens, A. (2000). Sosyoloji. Yay Haz. Hüseyin Özel ve Cemal Güzel, Çev. Hüseyin Özel vd., Ayraç Yayınları, Ankara.
- Gökaliler, E. ve Özer, A. (2019). Baba 2.0: Dijital Dönüşüm ile Değişen Baba Rolü Üzerine Bir Araştırma. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. (48), 388-403. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/ikad/issue/72714/991395>.
- Gül, İ. (2023). Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Oyun Bağımlılıkları ile Ailelerin Dijital Ebeveynlik Farkındalıkları Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi Yüksek Lisans Tezi.Trakya Üniversitesi.
- Gül Ünlü, D. (2019). Web Sitelerinde Dijital Ebeveynlere Sunulan İçerik Toplumsal Cinsiyet Rollerinden Bağımsız Olabilir Mi?: 'Bebek.com' Web Sitesi Örneği". Fe Dergi. 11: 24-37.

- Gül Ünlü, D. (2020). Dijital Ebeveynlik ve Mobil Uygulamalar: Dijital Ebeveynlerin Mobil Uygulama Kullanım Pratiklerinin İncelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(50), 56-73. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad/issue/56157/738818>.
- Hari, J. (2023). *Çalınan Dikkat Neden Odaklanamıyoruz? Çev. Barış Engin Aksoy. Metis Yayınları. İstanbul.*
- İnan Kaya, G. , Mutlu Bayraktar, D. ve Yılmaz, Ö. (2018). Dijital Ebeveynlik Tutum Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (46) , 149-173 . DOI: 10.21764/mauefd.390626.
- Kabakçı Yurdakul, I., Dönmez, O., Yaman, F., Odabaşı, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. 12(4):883-896.
- Karaboğa, M. T. (2019). Dijital Medya Okuryazarlığında Anne ve Baba Eğitimi. *OPUS International Journal of Society Researches* , 14 (20) , 2040-2073 . DOI: 10.26466/opus.6019
- Karaca Koç, G. (2019). *Çevrim içi Annelerin Stres Düzeylerinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi.*
- Karademir, M. (2018). *İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Kitap Okuma Alışkanlıklarının Düzeyi Nedir? Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi.*
- Karakaş, G., Kıcıman, A. H., Yılmaz, R. ve Karaoğlan Yılmaz, F. G. (2023). Özel Yetenekli Öğrencilerin Ebeveynlerinin Dijital Ebeveynlik Özyeterliliklerinin İncelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 49-59. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bujer/issue/78285/1242917>.
- Kay, M. A. (2022). *Erken Çocuklukta Dijital Oyun Bağımlılığının Yordayıcıları Olarak; Dijital Ebeveynlik, Aile İçi İlişkiler ve Sosyal Yeterlilik. Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi.*
- Kaya, İ. ve Mutlu Bayraktar, D. (2021). Türkiye’de Yapılan Dijital Ebeveynlik Araştırmalarına Yönelik Bir İçerik Analizi Çalışması. *İNÖNÜ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22 (2) , 1046-1082. DOI: 10.17679/inuefd.928805.
- Koç, G. K. ve Paslı, F. (2019). Dijital Topluluklara Üye Olan Annelerin Stres Düzeylerinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (2), 100-118. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kiad/issue/61061/906587>.
- Kopuz, T. , Turgut, Y. E. ve Aktı Aslan, S. (2022). Dijital Ebeveynlik Tutumu İle Çocukların Güvenli İnternet Kullanımları Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(42), 123-153. DOI: 10.14520/adyusbd.1111996.

- Kulaksız, T. ve Toran, M. (2023). The Examination of Demographics Influences on the Digital Parenting Awareness of Parents with 3-6 Years Old Children. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 550-570. DOI: 10.33711/yyuefd.1286859.
- Kundera, M. (1994), *Sapıtılmış Vasiyetler*, Çev. Özdemir İnce, Can Yayınları, İstanbul.
- Kuzu Jafari, K. (2021). Erken Çocukluk Dönemindeki Çocukların Zekâ Düzeyleri ve Sosyal Becerileri İle Ailelerin Ebeveynlik ve Dijital Ebeveynlik Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Doktora Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Maigret, É. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*, Dördüncü Baskı. Çev. Halime Yücel. İletişim Yayınları. İstanbul.
- Manap, A. (2020). Anne Babalarda Dijital Ebeveynlik Farkındalığının İncelenmesi. Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi.
- Manap, A. ve Durmuş, E. (2020). Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeğinin Geliştirilmesi. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(2), 978-993. DOI: 10.17679/inuefd.711101.
- Manap, A. ve Durmuş, E. (2021). Dijital Ebeveynlik Farkındalığının Aile içi Roller ve Çocukta İnternet Bağımlılığına Göre İncelenmesi. *e-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 12 (1) , 141-156 . DOI: 10.19160/ijer.837749.
- Milovidov, E. (2020). Parenting in the Digital Age Positive Parenting Strategies for Different Scenarios. <https://rm.coe.int/publication-parenting-in-the-digital-age-2020-eng/1680a0855a>. (Erişim Tarihi: 15.09.2023).
- Modecki, K. L., Goldberg, R. E., Wisniewski, P., Orben, A. (2022). What Is Digital Parenting? A Systematic Review of Past Measurement and Blueprint for the Future, Perspectives on Psychological Science. https://www.researchgate.net/publication/361930970_What_Is_Digital_Parenting_A_Systematic_Review_of_Past_Measurement_and_Blueprint_for_the_Future.17(6) DOI: 10.1177/17456916211072458.
- Mut, G. (2021). Ortaokul 8. Sınıf Öğrencilerinin Okuma Alışkanlığının Oluşmasında Etkili Olan Faktörlere İlişkin Görüşleri. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi.
- Neuman, S.B. (1988). The Displacement Effect: Assessing the Relation Between Television Viewing and Reading Performance. *Reading Research Quarterly*, 23, pp. 414–440.
- Siibak, A. (2019). Digital Parenting and the Datafied Child. OECD Library. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/313a9b21-en/index.html?itemId=/content/component/313a9b21-en>. (Erişim Tarihi: 14.09.2023).
- Oskay, Ü. (2000). 19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım, Üçüncü Basım, Der Yayınları. İstanbul.

- Özbay, E. (2023). İlkokul Çağı Ebeveynlerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeyleri İle Dijital Ebeveynlik Konusundaki Farkındalıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi.
- Özsevinç, N. (2021). Yeni Medya Okuryazarlığı Bağlamında Teknoloji Bağımlılığının İncelenmesi: İlköğretim Öğrencileri ve Ebeveynlerinin Davranışsal Bağımlılık Analizi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Pekyürek, M. F. (2022). Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Yeterliklerinin Artırılmasına Yönelik E-İçeriklerin Geliştirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Bartın Üniversitesi.
- Postman, N. (1994). Televizyon Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem. Çev. Osman Akinhay Ayrıntı Yayınları. İstanbul.
- Pullu, E. K. ve Gömleksiz, M. N. (2023). Ortaokul Öğrenci Velilerinin Dijital Ebeveynliğe İlişkin Görüşleri . Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi. (12) , 426-441 . DOI: 10.47994/usbad.1331473.
- Ragıpoğlu, B. (2021). 5-10 Yaş Aralığında Çocuk Sahibi Olan Sosyal Medya Kullanıcısı Anne ve Babaların Ebeveynlik Stilllerinin İstismar Farkındalığına Etkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi.
- Rode, J. A. (2009). Digital Parenting: Designing Children's Safety. People and Computers XXIII – Celebrating People and Technology Conference https://www.researchgate.net/publication/336585931_Digital_Parenting_Designing_Children%27s_Safety. (pp. 244-251). DOI:10.14236/ewic/HCI2009.29.
- Sancar, E. (2023). Z Kuşağı Ergen Çocuk Sahibi Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Tutumlarının Çocukları ile İlişkilerine Etkisi. İstanbul University Journal of Sociology , 43 (1), 54-67 . DOI: 10.26650/SJ.2023.43.1.0023
- Sanders, B. (1999). Öküzün A'sı-Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi. Çev. Şehnaz Tahir. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Sapmaz, S. (2022, 5 Temmuz). "Bebeklerde Dil Gelişimi ve Konuşma Süreci Nasıl Olur?". <https://www.memorial.com.tr/saglik-rehberi/bebeklerde-dil-gelisimi-ve-konusma-sureci-nasil-olur> (Erişim Tarihi: 10.07.2023).
- Söğüt, F. (2020). Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlar ve Şiddet İlişisine Yönelik Algıları . İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (51), 79-100. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad/issue/57520/739439>.
- Şahin Konaş, Z. (2021). Dijital Hikâye Geliştirme Etkinliklerinin Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik ve Teknoloji Kullanım Tutumlarına Etkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Bartın Üniversitesi.
- Tofan, S. (2022), Dijital Toplumda Ebeveynlik. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Turhal, E. (2023). Dijital Ebeveynlik Farkındalığının Siber Zorbalık ve Ekran Bağımlılığı Üze-

- rindeki Yordayıcı Rolü. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi.
- TÜİK. (2022). Hane halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2022. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2022-45587#](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2022-45587#). (Erişim Tarihi: 14.09.2023).
- TÜİK. (2023a). Ulusal Eğitim İstatistikleri 2022. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ulusal-Egitim-Istatistikleri-2022-49756#>. (Erişim Tarihi: 14.09.2023).
- TÜİK. (2023b). Yaşam Kalitesi Modülü 2022. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Quality-of-Life-Module-2022-49760#>. (Erişim Tarihi: 14.09.2023).
- Türkel, N. (2021), Ebeveynlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri İle Dijital Ebeveynlik Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi.
- Utuş, T. (2022). Ebeveynlerin Dijital Oyun Rehberlik Stratejileri İle Dijital Oyunların Okul Öncesi Dönem Çocuklarına Etkisine Yönelik Ebeveynlerin Algılarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İnönü Üniversitesi.
- Vural Şenel, B. (2020). Erken Çocukluk Döneminde Çocuğu Olan Ebeveynlerin Medya ve Teknolojiye Yönelik Tutumlarının Medya Aracılık Rollerine İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi.
- Yalçıntaş, E. (2023), "Okuma Kültürü-Dijital Okuma Farkındalık Programının" Özel Eğitim ve Sınıf Öğretmeni Adaylarının Okuma Kültürü ve Dijital Okuma Farkındalık Düzeyleri Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi. Doktora Tezi. Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Yaman, F. (2018), Türkiye'deki Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Öz Yeterliklerinin İncelenmesi. Doktora Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Yavuz, T. (2022). Z Kuşağında Bağlanma Şekilleri ve Dijital Ebeveynliğin Dijital Bağımlılığa Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi.
- Yay, M. (2019). Dijital Ebeveynlik. İkinci Baskı. Yeşilay Yayınları. İstanbul.
- Yazıcı, Z. N. (2021). "E-Dünya'da Yeni Bir Rol: Dijital Annelik", *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 115-132.
- Yazıcı, Z. N. ve Özcan, E. N. (2021). Annelerdeki Teknoloji Bağımlılığı Düzeyi İle Dijital Ebeveynlik Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İnsan Bilimleri Dergisi*. 2: 15-28.
- Yılmayan, E. (2017). Parents' Attitudes Towards the Use of Digital Media Among Preschoolers. İstanbul Bilgi University.
- Yurtbakan, E. (2017), İlkokul 4. Sınıf Öğrencilerinin Okuma Alışkanlıklarının Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi.



“This is not the therapy I saw on TV”: Media Representations, Psychology and the Change in Therapy Practices in Türkiye

Ekmel GEÇER*
Ömer AKGÜL**
Seyyide Şifa GÖKTAŞ***
Fatih BAL****

Abstract

Despite increasing engagement with digital platforms, television, especially within Turkish entertainment culture, keeps its principal position. The most debated TV programs are those covering psychological issues. The interpersonal relationships covered by the psychology-related serials on Turkish television are praised by the audience. However, because the behaviors and attitudes of psychologists/psychiatrists seem not to be professional and because the way they hold their therapy sessions is very rare, these serials also are harshly criticized by mental health professionals. This article aims to analyze the representation of mental health professionals in Turkish TV serials, try to answer how psychologists/psychiatrists find their fictionalized images, and if these media contents increased the interest in psychology. The article is based on a descriptive study. The relationship between the increasing number of psychological serials and the interest in psychology is analyzed through the Pearson product-moment correlation coefficient. The results suggest that increasing numbers of psychological serials positively correlate with the interest in psychology. The outcomes also suggest that the increasing number of psychological soap operas on Turkish TV channels is related to a high understanding of psychology, that psychology-related scenarios will be handled by directors in more detail, and that both the audience and psychology professionals are aware of the psychological scenes and patterns on the screens. Nonetheless, although mental health professionals are pleased with the interest they receive through TV programs, some found psychology-related TV shows capable enough to represent psychology in the Turkish media to some extent while some others think that the representation of their profession is either inadequate or amateurish.

Keywords: Turkish Serials, Psychology, Representation, Therapy, Media Psychology

*Assoc. Prof. Marmara University, Türkiye. ekmel.gecer@marmara.edu.tr

**Dr., University of Health Sciences, Türkiye. omer.akgul@sbu.edu.tr

***Res. Assistant, University of Health Sciences, Türkiye. seyyidesifa@gmail.com

****Dr., Sakarya University, Türkiye. fatihbal@sakarya.edu.tr

Geçer, E. , Akgül, Ö. , Göktaş, S. Ş. & Bal, F. (2023). “This is not the therapy I saw on TV”: Media Representations, Psychology and the Change in Therapy Practices in Türkiye . TRT Akademi , 08 (19) , 962-981 . DOI: 10.37679/trta.1314904

Research Paper

Received: 15.06.2023

Revised: 06.09.2023

Accepted: 07.09.2023

ORCID: 0000-0003-3367-2236, 0000-0002-2614-6476, ORCID: 0000-0003-4531-1964, 0000-0002-9974-2033

DOI: 10.37679/trta.1314904

“Bu Televizyonda Gördüğüm Terapi Değil”: Medya Temsilleri, Psikoloji ve Türkiye'de Terapi Uygulamalarındaki Değişim

Ekmel GEÇER

Omer AKGÜL

Seyyide Şifa GÖKTAŞ

Fatih BAL

Öz

Dijital platformlarla olan ilişkideki artışa rağmen, televizyon, özellikle Türk eğlence kültüründe başat konumunu hâlâ korumaktadır. En çok tartışılan televizyon programları ise psikolojik konuları işleyenlerdir. Türk televizyonlarında yayınlanan psikoloji ile ilgili dizilerin işlediği kişiler arası ilişkiler izleyiciler tarafından övgüyle karşılanmaktadır. Ancak dizilerdeki psikolog/psikiyatristlerin davranış ve tutumları profesyonelce görünmediği için ve dizideki profesyonellerin terapi seanslarını yürütme biçimlerine çok rastlanmadığından bu yapımlar de ruh sağlığı uzmanları tarafından sert eleştirilere maruz kalmaktadır. Bu makale, ruh sağlığı profesyonellerinin Türk dizilerindeki temsilini analiz etmeyi, psikologların/psikiyatristlerin kurgulanan imgeleri nasıl bulduklarını ve bu medya içeriklerinin psikolojiye olan ilgiyi artırıp artırmadığını yanıtlamayı amaçlamaktadır. Makale betimsel bir çalışmaya dayanmaktadır. Sayıları artan psikoloji ile ilgili diziler ile psikolojiye olan ilgi arasındaki ilişki, Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı ile incelenmiştir. Sonuçlar, artan sayıda psikoloji içerikli dizilerin psikolojiye olan ilgi ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca sonuçlar; Türk televizyon kanallarında artan sayıda psikolojik dizi ya da filmlerin psikolojiye olan farkındalığın yüksek olduğuna, psikoloji ile ilgili senaryo ve görüntülerin yönetmenler tarafından daha çok ele alınabileceğine ve hem izleyicilerin hem de profesyonellerin dizilerdeki psikolojik öğelerin farkında olduğuna işaret etmektedir. Bununla beraber, ruh sağlığı profesyonelleri, TV programlarında gördükleri ilgiden memnun olmakla birlikte ve bazıları psikolojinin medya temsilinden memnun olduklarını belirtse de diğer bazıları mesleklerinin temsilinin ya yetersiz ya da amatörce olduğunu düşünmektedirler..

Anahtar Kelimeler: Türk Dizileri, Psikoloji, Temsil, Terapi, Medya Psikolojisi

Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 15.06.2023

Revizyon Tarihi: 06.09.2023

Kabul Tarihi: 07.09.2023

1. Introduction

From the past to the present, people have had different attitudes and beliefs about mental illnesses. The beliefs in question have shown their effects on the aspects of cultural, social, and psychological in the individual and social context. There are also differences in the attitudes and concepts of individuals towards mental disorders in society. Mental illness is affected not only by biological factors but also by different social structures (Sayar 1998, pp. 176-180). Negative attitudes and beliefs about mental illness cause people with mental illness to be labeled negatively (Malas 2019). Nowadays, people's knowledge of mental illness is still insufficient. Society has also evaluated mental health from different perspectives from past to present, but mostly they have not understood it. Mental illnesses associated with words such as "lunatic", "mentally ill", "abnormal", "crazy", "maniac", "deranged", "pervert" and "insanity" have been used as insults. Those with such disorders are otherised by society; individuals with mental disorders have sometimes tended to harm themselves by not being able to tolerate their loneliness (Yaşar et al., 2008, pp. 78-88).

The recent increase in television series with psychology content in Türkiye has also affected the cultural and social perspective. Recent developments in the TV series industry, the effects of these popular culture elements on society, and the cultural changes they cause should be evaluated. The fact that TV series give messages on many subjects such as daily life, family relations, traditional beliefs, and social systems has led to the need to research their psychological effects (Geçer, 2015). On the other hand, television series started to offer viewers solution maps on how to solve their problems. They provide new information for solving problems encountered in daily life such as racism, arrest, and trial procedures. Although they also seem to impose popular cultural items, they bring practical suggestions (food, garden, decor, and similar issues) needed in daily life.

The series presents the thoughts and emotions that characterize life and human behavior to the attention of the viewers/target audience by reflecting them in the "mirror metaphor". It reflects the issues that draw people's attention, their social lives, their needs, and their underlying psychological problems. As a leisure time activity, TV series both meet people's need for entertainment and rest and also address the social problems and lifestyles of different people (Arditi 2021, p. 43). Within this scope, both in Türkiye and globally, those who come home from work depending on their living conditions watch TV series and other content and also rest via television and other technologies. This need has led to an increase

in digital entertainment environments; It also enabled private and public televisions to enrich and reconsider their content. Thus, television and other digital media zoom in on the audience more and cause them to spend long hours in front of the screen. This situation has turned into a family activity at home over time and movie and TV series hours have created a new entertainment culture around itself (Cai 2016, p. 161).

In conjunction with the increase in the question interest, recently the contents of the series which deal with psychological issues and problems have started to meet with the audience both globally and locally (Ormanlı 2010, p. 191). It is possible to attribute the aforementioned increase in content and the high rate of viewing to the representation of the audience's problems in the media in some ways and the abreaction or other words catharsis. While watching a TV series or another program, the person finds herself/himself in a fantasy world, and thus s/he moves away from her/his daily life during the watching process (Yumurtacı 2020, p. 30). Identifying with characters in the movie, finding them close to oneself, having qualities such as "beautiful, handsome, rich" and "strong" even for a short time due to this resemblance, and feeling good in this process increase the interest of the audience in television series. The producers' discovery of this isomorphic situation in the audience caused them to bring psychology and mental health together more with the show world. The increase in the interest in psychological knowledge in the individual and social sense is another reason for the producers to deliver media products that center on psychology to the audience (Geçer 2022, p. 92). Psychiatric and psychological disorders are intensely featured not only on Turkish television but also on international media and digital platforms.

This situation also necessitates the evaluation of the relationship between "television-watching culture" and digitalization (Kurt, 2018, p. 24). According to the Turkish Supreme Board of Radio and Television data, despite the increase in membership of digital platforms such as Netflix, Blue TV, Exxen and Gain TV, television viewing rates are still high (RTÜK 2018). Undoubtedly, this situation can be associated with the combining of digital media with television which allows watching content at any time (on demand). The program, which offers content and video broadcasts for the audience's preference, can be watched at any time via smartphones, computers, and tablets. It seems possible to describe this as the transfer of television into smart devices (convergence) (Filho et al., 2014). The "smarting" of televisions which maintains its dominant place as a means of

spending time and acculturation in Türkiye (Rymbayeva 2019, p. 111); leads to including other platforms by converging, intertwining with social networks, and becoming a two-way communication tool rather than a one-way communication tool. Televisions can be used as a computer, video platforms with previously installed applications can only be accessed via the remote control, and any content can be watched at any time or stopped and watched later (Ulin 2019, p. 211). In this context, although the existence of digital platforms and the increasing number of them change the rating, the interest in television continues and it maintains its place as a means of entertainment and spending time for the user (Dogan et al., 2019). In this regard, one of the theories that convey the preoccupation of the audience with media content in parallel with catharsis is the uses and gratifications theory. This theory, which tries to explain the psychology of communication and the interaction of the media with the audience, gave an active position to the audience by changing the question of "What does the media do to people?" and focusing on "What people do with the media" (Küçük Kurt et al., 2009). Thus, unlike the theories that explain the passive state of the individual in the face of media messages, such as the hypodermic needle or the magic bullet (Chandler et al. 2020). Katz et al. reported that when choosing the media, listening to the radio, or in front of the television, people spend time "actively" willingly and making choices. The research that Katz et al. conducted on radio listeners in the 1940s for answers to the question of which gratifications they listen to the radio to satisfy themselves led to the emergence of the uses and gratifications theory (Katz et al., 2017).

These studies which are carried out through traditional mass media such as radio, newspaper, and television, gain greater importance when viewed from the perspective of today's new media environments since "desire" and "control" are passed on to the audience and interactivity increases. The uses and gratifications approach, which states that users consume media content to satisfy their entertainment, learning, and spending time satisfaction, does not expose the audience to the messages in the communication environment; states that the person makes a conscious choice and spends time with media platforms (Potter 2021, p. 196). While this control power accelerates the changeover between courses, on the other hand, content producers have been directed to make more satisfying productions to keep the audience on the relevant platform (Swann 2020, p. 136). The audience is interested in media tools because of the satisfaction of entertainment, having a good time, socializing, image seeking, and information needs (Wamuyu 2020, p. 93).

Video platforms which have a significant impact on the television industry, lead producers to offer higher quality content to the audience with the competitive environment they create and change the television and video watching habits of the individual as a consumer. Once again, according to the research of the Turkish Supreme Board of Radio and Television (2018), the main reason for the interest in video channels that can be accessed via the Internet is the decrease in the quality of generational programs and serials. On the other hand, the fact that video platforms are "user-friendly", or in other words, giving the user the right to control and choose, increases the interest in these courses (Falero 2016, p. 103). Psychologically, the reason why the audience feels valuable, and their desire is met are other advantages of digital media in the face of television broadcasting which provides satisfaction. The fact that content such as TV series, documentaries, education, and entertainment is not interrupted by advertisements, that digital platforms present content shaped according to the audience's wishes in the order that the audience wants, and that the audience can reach the programs whenever and wherever they want without worrying about content diversity and missing are among the other factors that make these platforms preferred (Warner et al., 2020). The presence of TV series such as *İstanbul Gelin*, *Doğduğun Ev Kaderindir*, *Kırmızı Oda* ve *Masumlar Apartmanı* which refer to mental health in Turkish television can be associated with increasing diversity and drawing the attention of the audience.

1.1. Psychology TV Series, Audience and Mental Health Professionals

One of the main reasons for showing interest in serials in digital channels or television channels which are traditional communication tools is that the audience identifies with the protagonist of the series and/or puts herself/himself in their place. The audience who thinks that they have found their own story in the scenario associates the characters with themselves and establishes a bond with them which is called parasocial interaction. In a sense, joining the group of local and universal audiences who follow the same series, creates a sense of belonging in the audience and fulfills a need for socialization (Black & Barnes, 2015). Feeling close to handsome or beautiful characters through serials takes the person to a temporary fantasy world and the audience sometimes completes the story with herself/himself without waiting for the end of the series. Imagine yourself as Süleyman or Hürrem while watching the *Muhteşem Yüzyıl*, being like Mr. Adnan or Bihter in *Aşk Memnu* and Zeynep or Mehdi in *Doğduğun Ev Kaderindir*, and acting and dressing like them can be given as examples of the afore-

mentioned similarity or identification. Thus, the person can go to another world spiritually / emotionally from the world the s/he lives in and can see herself/himself in the palace in the Ottoman Empire or the waterside residence in *Aşkı Memnu*. Moreover, thanks to following up, the individual who can be involved in the discussions in his/her daily social environment and find the power to speak, can both think that s/he is participating in cultural activity and differentiate herself/himself and put herself/himself in a better position, especially by talking about the TV series that no one watches (Gendrin et al., 2017).

We can evaluate the interest in productions that deal with psychological issues from this psychological window in terms of the audience. The individual who carefully watches the psychiatrist-patient and clinical psychologist-patient relationship can reconcile with the idea of therapy that s/he previously opposed and may want to find a solution to her/his problems. On the other hand, individuals watching the therapy scenes begin to analyze what they have been through by using a kind of mirror self and can acquaint themselves with their emotions (Sudevan et al., 2020; Anghelcev et al., 2021). However, from the point of view of mental health professionals, the view that the therapy, specialist, and client/patient are misrepresented in the serials comes to the fore. With the support of clinical psychologists and psychiatrists, the series based on the stories of the patients who come to them ignore the patient's privacy on the one hand, also, causes the relationship and distance between the therapist or doctor and the patient to be questioned (Korkmaz 2018, p. 525). The therapist-patient image that goes out of the frame can create an expectation in the audience who watches the series and then goes to therapy. The therapy process whose main purpose is to solve problems deviates from its aim in such a situation and makes the audience want to go for tea with the therapist at the end of the therapy and this can cause a conflict when this request is not met. Considering the hypodermic needle theory, which says that media messages are injected into the human brain, or the magic bullet approach (Kirsh 2010, p. 26) these concerns can be made sense of and how the audience is affected by the characters of the series and what they might want can be examined at a more meaningful level.

Psychological productions such as *The Sopranos* (1999), *Damages* (2007), and *In Treatment* (2008) on world television have started to appear on Turkish television in recent years. Undoubtedly, it is possible to take the matter into the hands of psychology on movie screens much earlier. Likewise, the audience's interest in mental health issues is also associated with self-discovery and this search at-

tracts the attention of the producers (Tan 2018; Niemiec 2017). The increase in psychology series can also be attributed to the change in the demands of the audience and the search for a difference in scenarios. Turkish viewers encounter new TV series in almost every summer and winter season, especially in the last 20 years (Kuyucu 2019). Although Brazilian soap operas entered homes through television in the '90s, Turkish series both influenced the national audience and began to be shown on international television in the 2000s (Ağırseven et al. 2017).

The Turkish audience, who has many years of TV series experience, is now looking for "introverted" stories. Besides, studies that analyze the relations between television and the audience remark that the interest in media content changes according to the demographic structure, educational status, and gender of the audience. For example, women are more attracted to romantic comedies, while men are more interested in action and plot productions (Dowd et al. 2020; Wühr et al. 2017). However, showing interest in TV series with mental health themes can also be interpreted as the audience's desire to find solutions to their problems or to meet with stories that are not disconnected from reality. In the same context, Gülseren Budayıcıoğlu, the author of the books that inspired the TV series *Kırmızı Oda*, *Masumlar Apartmanı*, *Doğduğun Ev Kaderindir* and *İstanbul Gelin* explains the reasons why these productions attract attention as: "the viewer's finding himself/herself or a relative in the series, the perception of reality formed in him/her and an opening the window that psychotherapy will enable him/her to reconcile with himself/herself (Budayıcıoğlu 2021). While watching the therapy sessions, the viewers experience emotional relief and reach imaginary satisfaction, and by learning something from these series they increase their interest in psychologists and can guide them to analyze their problems (wishful thinking) (West et al., 2021).

Besides, on one hand, because these serials are increasing individual and social interest in mental health is found to be meaningful, on the other hand, the patient-psychologist/psychiatrist relationship in the serials claimed to be based on true stories such as *Kırmızı Oda*, *Masumlar Apartmanı* and *Doğduğun Ev Kaderindir*, is highly criticized. Despite all these criticisms, the snowballing numbers of psychological serials brought some questions along with why these serials are watched that much. Does the audience with individual and social concerns feel to be in a therapy room whilst watching the serial? How should be the patient-psychologist/psychiatrist relationship and communication? Can the audi-

ence realize the tiny line between fiction and reality while watching? In light of these questions, this study aims to research the representations of mental health professionals and issues regarding psychology in Turkish TV movies and also the increasing interest of the Turkish audience in psychology because of the increasing numbers of psychological serials.

2. Methodology

2.1. Ethical Statement

The research procedures comply with ethical principles for research with human participants consistent with the 1964 Helsinki Declaration and its later amendments and comparable ethical standards. Informed consent was obtained from all the individual participants included in the current study. Ethical approval was obtained from the authors' university (University of Health Sciences, Istanbul; Approval Number: 16422- Dated 07.03.2023) before the data collection took place.

2.2. Research Model and Participants

The study sample consists of mental health professionals between the ages of 18-60 living in Türkiye. Due to the pandemic, research data were collected through online forms. The article is based on a descriptive study. Descriptive research aims to give a general perspective of the research subject without being affected by the researcher in any way. In the article, the theoretical structure was created within the framework of uses and gratifications theory (Katz et al. 1955). The reasons for the audience's interest in therapy sequences and the approaches of mental health professionals were analyzed with the correlational survey model which is one of the general survey models. A correlational survey, on the other hand, shows whether two or more variables change together; if there is a change, it is a model that helps to find out how it occurs (Karasar 2011).

2.3. Statistical Analysis

Bu In the study, a four-item question was prepared to measure the participants' interest in psychology. The obtained data were analyzed using the SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 22.0 statistical program. Normality test, Kaiser-meyer-olkin (kmo) test, and Bartlett test of sphericity were used to determine whether the data set was suitable for factor analysis. As a result of these tests, it was seen that the data set was suitable for factor analysis. To provide evidence for the scale's reliability, Cronbach's Alpha reliability coefficient, item-total

score, and item-remaining score correlation values were calculated, and a 27% upper-lower independent group t-test was performed to determine whether the items differentiated the upper and lower groups. The relationship between the variables was examined with the Pearson product-moment correlation coefficient. Comparison between groups was evaluated with t-test and ANOVA analysis.

The hypotheses of the research are listed as follows:

HT1: The increase in the psychology content of Turkish television series has increased the interest in psychology.

HT2: The representations of psychologists in the media are deficit or incorrect.

HT3: Television serials have increased the desire to get therapy in individuals.

HT4: The therapy practices in the serials misled the individual.

HT5: The representation of therapy in the media has caused the audience to be a guide in therapy.

2.4. Findings

Information on sample characteristics is presented below

| Variables | n | % |
|-----------------------------------|------|-------|
| Gender | | |
| Female | 659 | 61,5 |
| Male | 412 | 38,5 |
| Total | 1071 | 100,0 |
| Professionals | | |
| Psychologist | 525 | 49,0 |
| Psychological Counselor and Guide | 488 | 45,6 |
| Family Counselor | 53 | 4,9 |
| Psychiatrist | 5 | ,5 |
| Total | 1071 | 100,0 |
| Education | | |
| Post Graduate | 179 | 16,7 |
| Doctorate | 11 | 1,0 |
| Undergraduate | 537 | 50,1 |
| Undergraduate Student | 344 | 32,1 |
| Total | 1071 | 100,0 |

| Income | | | |
|----------------|----------|------|-------|
| | High | 58 | 5,4 |
| | Middle | 832 | 77,7 |
| | Low | 181 | 16,9 |
| | Total | 1071 | 100,0 |
| Marital Status | | | |
| | Single | 823 | 76,8 |
| | Married | 236 | 22,0 |
| | Divorced | 12 | 1,1 |
| | Total | 1071 | 100,0 |

Table 1. Sociodemographic Descriptive Analysis Results of the Participants

As seen in Table 1, when the professional variable of the participants is examined, 49.0% (n=525) are psychologists, 45.6% (n=488) are psychological counselors, 4.9% (n=53) are family counselors and % 0.5 (n=5) consists of psychiatrists, in terms of education, 16.7% (n=179) are postgraduate graduates, 1.0% (n=11) are doctoral graduates, 50.1% (n=537) individuals with an undergraduate degree, 32.1% (n=344) are undergraduate students, 5.4% (n=58) of them are high-level income, 77.7% (n=832) of them are middle-level income, 16.9% (n=181) of them are low income, considering the marital status, 76.8% (n=823) are single, 22.0% (n=236) are married and 1.1% (n=12) are divorced individuals. Grafik 1'de afet yönetimi ve medya konulu araştırma makaleleri içerisinde en fazla atf yapılan araştırma makalesi ve yazarları yer almaktadır. Grafiği okunabilir hale getirmek, yayımların niteliğini ve çalışmaların kapsamını gösterebilmek için grafikte en az 10 atf yapılan 224 çalışma haritalandırılmıştır. Bu çalışmalar arasında WEB of Science veri tabanına göre en fazla (n=330) atf alan çalışma ise Tierney, Bevc ve Kuligowski (2006) tarafından yazılan "*Metaphors matter: Disaster myths, media frames, and their consequences in Hurricane Katrina*" isimli çalışmadır.

| Variables | n | min | max | x | SD |
|-----------|------|-----|-----|-------|-------|
| Age | 1071 | 18 | 59 | 26,27 | 6,212 |

Table 2. Descriptive Analysis Results Regarding the Age Variable of the Participantsı

In Table 2, the results of the descriptive analysis regarding the age variable of the participants were examined. The research sample consists of individuals work-

ing in different universities, Institutions, and counseling centers in Türkiye. The electronic survey link of the study was filled by 1071 people. The sample consists of 659 female (61,5%) and 412 male (38,5%) participants. The age range of the participants ranked from 18 to 59, with a mean age of 26.27 (N = 6.212).

| Variables | n | min | max | x | SD |
|-----------|------|-----|-----|-------|-------|
| Age | 1071 | 18 | 59 | 26,27 | 6,212 |

Table 3. The Pearson Product-Moment Correlation between the Increase in Turkish Television Series with Psychology Content and the Interest in Psychology

As can be seen in the table, the relationship between the increase in the number of TV series with psychology content and the interest in psychology was examined with the Pearson Product-Moment correlation coefficient. Normality, linearity, variance assumptions, and preliminary analyses were checked. According to the analyses made, it is seen that there is a strong and positive correlation between the two variables, $r = .68$, $n = 1070$, $p < .001$. According to this, it can be said that the interest in psychology increases as the series with psychology content on Turkish television increases. Considering the coefficient of determination ($r^2 = 0.68$), it is possible to say that 68% of the interest in psychology is due to the increase in Turkish television series with psychology content. According to these results, the increase in Turkish television series with psychology content is associated with high levels of interest in psychology.

| Scale | Television Series with Psychology Content | | Interest in Psychology |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------|------|------------------------|
| | r | | ,682** |
| Television Series with Psychology Content | p | | ,000 |
| | N | 1070 | 1069 |

Table 4. ANOVA Results on the Effectiveness of Media Representation of Psychology According to Professional Points of Views

According to the analyses performed, the homogeneity of the variances was first examined with the Levene test, and it was determined that the variances were homogeneous $F(3,1042) = 3.342$; $p = 0.231 > 0.05$. Whether there was a significant difference between the professional point of view scores of the compe-

according to professional views. According to the results of the analysis, normalization, misrepresentation, cultural differences, generation differences, bias, unreliability, competence, and distorted lives give a meaningful relationship regarding the effectiveness of media representation of psychology according to professionals' views ($R = 0,902$, $R^2 = 0,806$, $p < .01$). The eight variables mentioned explain 81% of the total variance regarding the effectiveness of media representation of psychology, according to professionals' views.

According to the standardized regression coefficient, the order of importance of the predictive variables regarding the effectiveness of media representation of psychology, according to professionals' views, is seen as distorted lives, normalization, misrepresentation, cultural differences, generation differences, competence, and bias. When the t-test results regarding the significance of the regression coefficient are analyzed, it is seen that psychology is a significant predictor of the effectiveness of media representation, according to professionals' views on distorted lives, unreliability, normalization, and misrepresentation. Cultural differences, Generational differences, competence, and bias do not have a significant impact.

According to the results of the regression analysis, the regression equation mathematical model regarding the effectiveness of media representation of psychology according to professionals' views is presented below:

Efficiency of Psychology's Media Representation = $-.584 + .237$ Normalization $+ .089$ Misrepresentation $+ .114$ Cultural Differences $+ .066$ Generation Difference $+ .006$ Bias $+ .217$ Unreliability $+ .000$ Competence $+ .039$ Distorted Lives.

| | | |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Sample Measurement Value Sufficiency = | | ,697 |
| Bartlett Test Approximate Chi-Square Value | Approx. Chi-Square | 196,345 |
| | df | 6 |
| | p | ,000 |

Table 6. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Sample Measurement and Barlett's Test Results of the Items Used in the Measurement

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) reports the appropriateness of the correlation between the scale items used in the study. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) values above 0.60 indicate an acceptable value. High Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) values cause

high Bartlett values. The high values of KMO and Bartlett indicate the applicability of factor analysis and the high correlation values between the items (Kaiser, 1970). In this study, the KMO value was obtained as .67. This value exceeds the recommended value of .6. Bartlett Test reached statistical significance. These obtained values indicate the applicability of factor analysis and the correlation between the items. According to the principal components analysis, it has been determined that there are 4 components with an eigenvalue above 1. According to this result, it was concluded that the scale consists of one factor and that the competence of media representation of psychology can be measured.

| Items | Initial Values | Extraction |
|-------|----------------|------------|
| 1 | 1,000 | ,637 |
| 2 | 1,000 | ,579 |
| 3 | 1,000 | ,480 |
| 4 | 1,000 | ,654 |

Table 7. Common Factor Variance Values Used in the Measurement

As a result of the factor analysis, it was concluded that the factor load values of the items used in the research had an important value (Büyüköztürk 2002, 2003). It will be an indication of a good result if the factor loading values of the items are 0.45 or higher; this indicates that this limit value can be reduced to 0.30 for a small number of items. According to these results, it can be said that the common factor variances of the items are high.

| Cronbach's Alpha | Standardized Cronbach's Alpha | Item Number |
|------------------|-------------------------------|-------------|
| .797 | .774 | 4 |

Table 8. Common Factor Variance Values Used in the Measurement

A reliability coefficient of 0.70 and above indicates the reliability of the scale (Büyüköztürk, 2015). Using this explanation, Cronbach Alpha values were calculated to determine the consistency between the scale items. As a result of the calculations, the coefficient of Cronbach Alpha values of the scale was found to be 0.79. The data obtained in the light of these calculations indicate that the scale is reliable.

3. Conclusion

This study examined the relationship between the increase in psychological TV

series and the interest in psychology in Turkish television. The research also analyzed if these programs or shows were capable enough to represent psychology in the Turkish media and if this representation was found successful according to mental health professionals. The results suggest that the interest in psychology increased by 68% after the number of Turkish television soap operas almost doubled. In addition, the effect size of professional point of view on the competence of media representation of psychology was found to be .05. These outcomes demonstrate that professionals think the representations of psychology and psychologists/psychiatrists on television are insufficient and unprofessional.

Mental health experts emphasized that their points of view are not conveyed correctly in TV series and programs. As a result, although it was observed in the research that Turkish television series with psychology content increased interest in psychology, professionals stated that the media representation of psychology and related subjects was not sufficient, meaningful, and effective. As Table 5 shows, mental health professionals have associated the representation of psychology in the media with bias, unreliability, competence, and distorted lives. In this context, Arif Verimli referred to the *Kırmızı Oda* series in his statement on Twitter; "My assistant of 20 years recently called and said to someone who said clamantly that he would make an appointment if I made a session as in that series, saying, 'No, sir, our therapist's room is orange. You will be disappointed here,' and did not give an appointment. The assistant is right. Am I a panda, should I hug everyone and their brother?" he said. Verimli also expressed his reaction to the responses as follows: "I'm a doctor, I'm just a doctor. I'm not a fluffy panda" (Özdemir 2020).

4. Discussion

Psychotherapy is spiritual help and treatment. Ways of suggesting, gaining insight, and changing behavior may fall within the scope of psychotherapy (Öztürk, 1998). Psychotherapy is an important mental health service that should be done with methods that comply with certain standards clinically. Performing this process with the character in the television series may adversely affect the mental health service. Although the scenarios in the TV series are fictional, the audience can think about the scenario as if it were real life, internalize it, and associate it with themselves. For example, due to the perception of reality created by the TV series, people who watch violent programs may become unresponsive over time by getting used to violence. The difference between the scenes that are always

seen in television series and reality has started to blur (Zavalsız et al. 2019). This situation creates the possibility that the fictionalized TV series will be perceived as models by the audience. Taking someone as an example or identification is one of the most widely used learning methods. The audience who learns by impersonating the attitudes and behaviors of the characters in the series can identify themselves with the character (Üstündağ 2019, p. 39).

Television follows the mode of existence and presents the content (simulation) as a universe, as Baudrillard says. The world that television presents is constantly changing (Baudrillard, 2019). When this change takes place, a new world emerges that takes a leaf from television, narrows the gap between real life and the world created by television, and strives to replace the two. This struggle is between what happens in real life and what is shown on the screen (fiction). This is because of the relief when you see someone face the problem you are facing. Knowing that there are other people with the same or similar problems guarantees acceptance and involvement in the search for solutions. In this way, the audience can gain the ability to understand and interpret many events in life. Since it is not always easy to find someone to talk to or to understand the meaning of life, detailed research by professionals concerning the attention and sometimes addiction generated by television and other media content is needed. The audiences identify themselves with the characters of the series, reach awareness by defining themselves and their immediate surroundings with the events and story, and relieve their catharsis experiences (Kirtepe, 2014).

4.1. Implications for Practice

The study we conducted has importance as it is one of the first, even the only one with this context, studies to research media representations of psychology and related subjects. It also gives insights into how therapies are influenced by cultures. However, there are some limitations of the study which may affect the implications for practice. As stated before, the research was carried out during the coronavirus (COVID-19) pandemic which required the interviews to be conducted online. For this reason, it is recommended to update the analysis questions conduct face-to-face interviews, and reconsider the findings of the research when the pandemic is over. Also, the study purpose in the research sample supports the aim of the universe being composed of mental health workers and professionals, since the majority of the participants are psychiatrists or psychologists. As for the television viewers, we believe that the cognitive and psychological effects of movies and TV series with psychological content on the

participants can be analyzed in a more detailed form through some other methods such as focus groups and in-depth interviews in which the researcher will be more able to understand and interpret audiences’ reactions, views, tendencies and watching habits relevant with various programs and productions.

5. Strengths and Limitations

The current research has two main strengths. First, the data collection held between October 1st and November 30th, 2021, was closely monitored and controlled to be as accurate as possible. This data collection procedure allows us to assess how psychologists are approaching the media representation of mental health issues and professionals what attitudes they have towards this and how they engage with novel therapy procedures. Second, a large sample size was recruited via an online survey, and this helped us to reach a wide range of participants from different parts of Türkiye with various socioeconomic backgrounds.

Yet, this study undoubtedly has a few limitations. First, as we used an online approach to collect data, those who could not access the form due to a lack of technological devices or limited internet access were not sufficiently represented. Nevertheless, collecting data through an online survey is a practical performance as a face-to-face interview is not feasible during COVID-19 times. Second, only a limited number of variables and attitudes were examined in this study which is based on a previous scale. Future research should consider investigating other aspects that can give deeper insights into the media representations of psychology and mental health professionals of today and tomorrow.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarları herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye %40 (1. Yazar), %10 (2. Yazar), %25 (3. Yazar), 25 (4. Yazar) oranında katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

References

- Ağırseven, Nehir & Örki, Armağan. Evaluating Turkish TV Series as Soft Power Instruments. *OPUS* 7/13 (2017): 836-853.
- Akkaya, Ümit Harun. Din Sosyolojisi Perspektifinden Sır Dizileri. *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 1/2 (2015): 40-64.
- Anghelcev, George et al. Binge-Watching Serial Video Content: Exploring the Subjective Phenomenology of the Binge-Watching Experience. *Mass Communication and Society* 24/1 (2021): 130-154.
- Arditi, David. *Streaming Culture: Subscription Platforms and The Unending Consumption of Culture*. Bingley: Herald Publishing, 2021.
- Baudrillard, Jean. *The Ecstasy of Communication*. Vint, Sherryl içinde, *Science Fiction and Cultural Theory a Reader* (pp. 194-200). Routledge: Oxford, 2019.
- Black, Jessica & Barnes, Jennifer L. Fiction and Social Cognition: The Effect of Viewing Award-Winning Television Dramas on Theory of Mind. *Psychology of Aesthetics Creativity and the Arts* 9/4 (2015): 423-429.
- Budayıcıoğlu, Gülseren. Değişen Dünya Düzeninde Kadın-Erkek İlişkileri (08 Mart 2021) 13 Nisan 2021. <https://www.aa.com.tr/>
- Cai, Shenshen. *Television Drama in Contemporary China: Political, Social and Cultural Phenomena*. London: Routledge, 2016.
- Chandler, Daniel & Munday, Rod. *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford University Press, 2020.
- Dogan, Betül Önay & Ünlü, Gül Derya. *Handbook of Research on Examining Cultural Policies Through Digital Communication*. Heshey: IGI Global, 2019.
- Dowd, James & Pallotta, Nicole R. The End of Romance: The Demystification of Love in the Postmodern Age. *Sociological Perspectives* 43/4 (2020): 549-580.
- Falero, Sandra M. *Digital Participatory Culture and the TV Audience: Everyone's a Critic*. London: Palgrave Macmillan, 2016.
- Filho, André Barbosa & Castro, Cosette. *Digital Television and Digital Convergence*. New York: Hampton Press, 2014.
- Geçer, Ekmel. *Medya, Popüler Kültür ve Psikoloji*. İstanbul: Okur Kitaplığı, 2022.
- Geçer, Ekmel. Türk Dizileri Üzerine Kültürel ve İdeolojik Bir Değerlendirme: "Made in Türkiye". *Mütefekkir* 2/3 (2015): 39-56.
- Katz, Elihu, Lazarsfeld, Paul F. and Roper, Elmo. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: Free Press, 1955.
- Kırık, Ali Murat & Çelebioğlu, Sabri. Türkiye'de Yeni Medya ve TV Etkileşimi Bağlamında Değişen Dizi Anlayışı: Sıfır Bir" Bir Zamanlar Adana'da" Örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 11/31 (2019): 517-562.
- Kırtepe, Selçuk. *Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği)*. Doktora Tezi. Erzurum: Atatürk üniversitesi, 2014.
- Kirsh, Steven J. *Media and Youth: A Developmental Perspective*. Sussex: John Wiley & Sons, 2010.
- Korkmaz, Burcu. Yapısına Göre Psikoterapi Türleri ve Etik Meseleler. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20/36 (2018): 513-543.
- Kurt, Şule. Sinema İzleme Kültürü ve Toplumsal Gelişimi. *Asya Studies* 4/4 (2018): 23-38.
- Kuyucu, Mihalis. Gençlerin Türkiye'de Üretilen Televizyon Dizilerine Yönelik Tutumları ve Dizi Tüketim Faktörlerinin Analizi. *International Journal of Cultural and Social Studies* 5/2 (2019): 558-599.

- Küçük Kurt, Mehmet et al. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı. *Selçuk İletişim* 6/1 (2009): 37-50.
- Malas, Elmas Merve. Ruhsal Bozukluklara Karşı Stigma-Derleme. *MANAS* 8/1 (2019): 1170-1188.
- Niemiec, Ryan M. Movie reviews and psychology: A PsycCRITIQUES retrospective to inspire the future. *PsycCRITIQUES*, 62 (2017). doi:10.1037/a0041182
- Ormanlı, Okan. Son Dönem Türk Dizilerinde Psikolojik Öğeler: "Ezel" Dizisi Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 1/14 (2010): 189-206.
- Özdemir, Özge. Kırmızı Oda: Psikologlar Diziyi Neden Eleştiriyor? (15 Ekim 2020) 13 Nisan 2021. <https://www.bbc.com/>
- Öztürk, M. Orhan. *Psikanaliz ve Psikoterapi*. Ankara: Türkiye Psikiyatri Derneği Yayınları, 1998.
- Potter, W. James. *Digital Media Effects*. London: Rowman & Littlefield Publishers, 2021.
- RTÜK. *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*. Ankara: RTÜK, 2018.
- Rymbayeva, Aizhan. TV Soaps Influence on the Attitudes of Kazakhstani Women towards the Represented Turkish Way of Life. Özgen, Özlen içinde, *Handbook of Research on Consumption, Media, and Popular Culture in the Global Age* (pp. 105-122). Hershey: IGI Global, 2019.
- Sayar, Kemal. *Kültür ve Psikopatoloji*. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni*, 8/3 (1998): 176-180.
- Sudevan, R., Ravi, M., Reghu, L., Kumar and Keerthy, LK. (2019). Psychological wellbeing and television serial watching – A cross-sectional analytical study from a tertiary care centre in Ernakulam, Kerala, India. *International Journal of Current Advanced Research* (2019): 543-546.
- Swann, Thomas. *Anarchist Cybernetics: Control and Communication in Radical Politics*. Bristol: Bristol University Press, 2020.
- Tan, Ed S. *A Psychology of The Film*. *Palgrave Communications* 4/82 (2018). doi:10.1057/s41599-018-0111-y
- Ulin, Jeffrey C. (2019). *The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV, and Video Content in Online World*. New York: Routledge.
- Üstündağ, Alev. Gençlerin model aldıkları televizyon Karakterleri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 14/1 (2019): 27-50.
- Wamuyu, Patrick Kanyi. *Analyzing Global Social Media Consumption*. Hershey: IGI Global, 2020.
- Warner, Charles, Lederer, William & Moroz, Brian. *Media Selling: Digital, Television, Audio, Print and Cross-Platform*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2020.
- West, Richard & Turner, Lynn. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGrawHill Education, 2021.
- Wühr, Peter, Lange, Benjamin P. & Schwarz, Sascha. Tears or Fears? Comparing Gender Stereotypes about Movie Preferences to Actual Preferences. *Frontiers in Psychology* 8 (2017). doi: 10.3389/fpsyg.2017.00428
- Yaşar, İdris et al. T.C. Sağlık Bakanlığı Eğitimi Genel Müdürlüğü Eğitimciler İçin Eğitim Rehberi: Ruh Sağlığı Modülleri. Ankara, T.C. Sağlık Bakanlığı Yayınları. Yayın No: 722 (2008): 78-88.
- Yumurtacı, Gülcan. *Televizyonda ve Dijital Platformda Durum Komedi: Jet Sosyete Örneği*. *Beykoz Akademi Dergisi* 8/1 (2020): 280-304.
- Zavalsız, Yusuf Sinan & Dağcı, Yüstra Soydaş. *Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkisi (Karabük Örneği)*. *ÇÜİFD* 19/1 (2019): 185-201.



Dijital Dünyada Ebeveynlik

Mustafa BOSTANCI*

Ebeveynlik, bir çocuğun fiziksel, duygusal, sosyal ve bilişsel olarak gelişmesi için ona gerekli desteği sağlama süreci olarak tanımlanmaktadır. Biyoloji, genetik, sosyoloji ve iletişim dâhil olmak üzere çeşitli disiplinlerde birçok araştırmacı tarafından incelenen kapsamlı bir alandır. Ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili temel olarak üç hedefi bulunmaktadır: sağlık ve güvenlik gereksinimlerini sağlamak, yetişkin olarak hayata hazırlamak ve kültürel değerleri aktarmak (Kahraman, Yılmaz Irmak ve Başokçu, 2007, s. 746). Dijitalleşmenin etkisiyle ebeveynlerin hedefleri zaman içinde değişmek durumunda kalmıştır. Ebeveynlerin çocuklarını dijital dünyaya hazırlamak ve bu ortamlarda korumak gibi bir görevleri daha ortaya çıkmıştır. Dijital dünyanın riskleri ve fırsatlarını değerlendirerek çocuklarını doğru yönlendirmek ebeveynlerin önemli hedeflerinden biri hâline gelmiştir. Özellikle dijital göçmen olarak nitelendirilen, teknolojiyle sonradan tanışan ebeveynler için yeni teknolojik gelişmeleri anlayarak ebeveynlik rollerini sürdürmenin çeşitli zorlukları olabilmektedir. Çocukların ekran süresini dengelemek, çevrim içi ortamda güvende tutmak, çevrim içi faaliyetlerini izlemek, yeni teknolojilere ayak uydurmak, kurallar ve sınırlar belirlemek gibi yönetilmesi zor birçok durum ortaya çıkmaktadır. Bu değerlendirme yazısı, dijital dünyada ebeveynlerin otorite kaybı, ebeveynlik bilgisinin değişen kaynağı, ebeveyn-çocuk ilişkisi, çocuklar için dijital dünyanın içerdığı risk ve fırsatlar ekseninde bir tartışmaya odaklanmaktadır.

* Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

ORCID: 0000-0002-9235-293X

Dijital Ebeveynlik

Dijital ebeveynlik, ebeveynlerin çocuklarının dijital kullanımını anlama, destekleme, aracılık etme ve düzenleme gibi çeşitli çabalarını ifade etmektedir. Dijital teknolojiler her yerden erişilebilir ve daha kolay kullanılabilir hâle geldikçe ebeveynlerin bu teknolojilere yönelik tutumları değişmeye ve dijital ebeveynlik kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Bazı ebeveynler çocuklarının dijital teknolojileri kullanarak çok çeşitli beceri, bilgi ve anlayış geliştirebileceğine inanırken bazıları ise dijital teknoloji kullanımının çocukların sosyal ve sağlık gelişimi üzerindeki olumsuz etkilerinden endişe duymaktadır (Cao, Dong ve Li, 2022, s. 2401). Dijital ebeveynlik yetkinlikleri arasında dijital okuryazarlık, dijital iletişim, dijital güvenlik, dijital hukuk ve dijital sağlık yer almaktadır. Dijital ebeveynlik yetkinliklerine sahip ebeveynler, dijital ortamdaki gelişmeleri takip edebilir, dijital ortamdaki risk ve avantajlara hâkim olabilir ve çocuklarını bunlara karşı yönlendirebilir (Pekyürek, Durak, vd., 2023, s. 82). Marc Prensky (2005), teknolojiyi sonradan öğrenmek durumunda kalan bireyleri “dijital göçmen”, teknolojinin içine doğan bireyleri ise “dijital yerli” olarak tanımlamaktadır. Prensky’nin tanımlamasıyla 1980 sonrası doğan dijital yerliler yeni teknolojileri kolay öğrenip hayatlarına uyarlayabilirken, 1980 öncesi doğan dijital göçmenler bu konuda dijital yerlilere göre güçlü çökmektedir. Dijital ebeveynlik yetkinliklerine sahip olmayan ve dijital göçmen özelliği gösteren ebeveynler için dijitalleşmenin yoğun etkisiyle şekillenen bir hayatın içerisinde otorite kaybından bahsetmek mümkündür.

Dijital Göçmen Ebeveynlerin Otorite Kaybı

1990’larda internetin evlere ulaşmasını 2000’lerde cep telefonlarının yaygınlaşması takip etmiş, hızlı iletişim ve paylaşım odaklı sosyal medya kültürü sosyal hayatta etkisini artırmıştır. Hayatın her alanında çocuklarına karşı otorite sahibi olan ebeveynler, bilgisayar ve internetin yaygınlaşmaya başladığı ilk dönemlerde bu durumu devam ettirebilmişlerdir. Nitekim bu dönemde bilgisayar, yazılım ve internet kullanabilmek belirli bir yaş, bütçe ve uzmanlık gerektirmekte, bireylerin teknolojiye erişimi sınırlı olmaktadır. Akıllı telefon ve sosyal medya ile birlikte dijital göçmen ebeveynlerin aile ve çocuklar üzerindeki otoritesi azalmaya başlamıştır. Bilgisayar ve internet tabanlı bir dijital dünyadan mobil teknolojilere geçiş ebeveynler için yönetilmesi zor bir süreç olarak ortaya çıkmıştır. Hemen hemen her gün yeni bir uygulama ve özellik karşısında dijital göçmen ebeveynler gelişmeyi kaçırma ve adaptasyon sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır. Dijital yerlilerin birkaç dakikada öğrendiği yeni teknolojik gelişmeler, dijital göçmenler için yoğun

çaba gerektirmektedir. Akıllı telefonu ve dijital platformları kendisinden daha iyi kullanan aile üyelerine karşı ebeveynlerin otorite alanları daralmaktadır.

Ebeveynlik Bilgisinin Kaynağı

Geçmişten günümüze ebeveynlerin çocuk büyütme, yetiştirme, karşılaşılan sorunların üstesinde gelme konusunda öncelikli başvuru kaynakları kendi ebeveynleri ve aile büyükleri olmuştur. Büyüklerin deneyim ve tavsiyelerinden faydalanma sadece ebeveynlik alanıyla sınırlı kalmamakta, hayatın geneline ilişkin kararlarda etkili olmaktadır. Aile kurma, çocuk yetiştirme, kariyer planlama, yatırım yapma gibi birçok konuda aile büyüklerinin deneyimlerine başvurulmuştur. Dijital yerlilerin her konuda başucu bilgi kaynağı olan internet, söz konusu ebeveynlik olduğunda da ilk sırada gelmektedir. Dijital ebeveynler çocuk yetiştirme ve onlara karşı sorumluluklarını yerine getirme noktasında birçok bilgiyi internet ve sosyal platformlardan öğrenmektedir. Geleneksel ebeveynlerin büyüklerinden öğrenerek yaptığı davranışların aksine dijital ebeveynler durumu arama motorlarında aratmakta, diğer ebeveynlerin deneyimlerine ulaşmakta ve ebeveynlik bilgisinin kaynağı olarak öncelikle interneti tercih etmektedir. Çocuk yetiştirme ve ebeveynlik temalı internet siteleri, YouTube kanalları ve blogların sayısı artmakta, bu konuda bilgiler sunan hesaplar popüler birer mecraya dönüşmektedir. Doğru ve yanlış bilginin iç içe geçtiği, dezenformasyonun büyük bir tehde dönüştüğü dijital dünyada doğruluğundan emin olunmayan bir bilgiyi kullanmak, çocuk yetiştirme gibi hassas bir konuyla ilgili olduğunda çok daha büyük riskler taşımaktadır.

Dijital Dünyada Ebeveyn ve Çocuk İlişkisi

Ebeveynler ve çocuklar arasında dijital teknolojilerin kullanımıyla ilgili sağlıklı iletişim kurulması, farkındalığı artırmakta ve sorunlu kullanımın önüne geçmektedir. İnternet kullanımını kontrollü olarak destekleyen ebeveynlerin bu tutumu çocukların ebeveyn otoritesini doğrudan kabul etmesiyle ilişkilidir. Dijital dünyada artan ebeveyn çocuk iletişimi çevrim içi davranışların ve ihtiyaçların farkında olmayı kolaylaştırmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından çocuk ve ergenlerin refahını olumlu yönde etkileyen beş ebeveyn rolünü içeren bir çerçeve geliştirilmiştir. Aşağıda açıklanan bu ebeveyn rollerinin, söz konusu dijital dünya olduğunda da etkisi devam etmektedir (Mascheroni, Ponte ve Jorge, 2018, 21-22):

- 1. Bağlantı:** Ergenler ve ebeveynler arasında pozitif, sürekli, duygusal bir bağın olması çocuk ve ergenlerin sağlıklı gelişimine olumlu katkıda bulunan bir faktördür. Söz konusu dijital dünya olduğunda ebeveynleriyle bağı kuvvetli olan

çocuk veya ergen, erişiminin engelleneceği korkusu taşımadan kendi dijital deneyimlerini paylaşma eğilimi göstermektedir.

2. **Davranış Kontrolü:** Davranış kontrolü rolü, çocuk ve ergenlerin davranışlarını denetlemek, izlemek, kurallar belirlemek ve yanlış davranışların sonuçlarından sorumlu tutulmalarını ifade etmektedir. Dijital dünyada çocukların çevrim içi zaman sürelerini planlamak, internetteki davranışlarını gözlemlemek, dijital cihaz kullanım kurallarını denetlemek, gizlilik ayarlarını yönetmelerine yardımcı olmak gibi kontroller önemlidir.
3. **Bireyselliğe Saygı:** Çocuk ve ergenlerin ebeveynlerinden bağımsız olarak sağlıklı bir benlik duygusu geliştirmelerine izin vermektir. Tıpkı gerçek dünyanın keşfedilmesinde ve yeni roller edinmelerinde onlara güvenilmesi gerektiği gibi, dijital dünyayı da bağımsız olarak keşfetmelerine izin vermek gerekmektedir. Şüphesiz bireyselliğe saygı gösteren ebeveynler çocuğun yaşı ve kapasitesini göz önünde bulundurmalıdır. Küçük yaştaki çocuklar büyüklere kıyasla daha fazla rehberliğe ihtiyaç duymaktadır.
4. **Davranış Modelleme:** Çocuk ve ergenler ailedeki değerleri, normları özümseyerek ve ebeveyn davranışlarını taklit ederek onlarla özdeşleşirler. Dijital dünyada da durum benzer şekildedir. Vaktinin büyük bir bölümü internette geçiren ebeveynlerin çocukları da aynı şekilde davranma eğilimi göstermektedir. Ebeveynlerin dijital davranışları aile üyeleri tarafından rol model olarak alınabilmektedir.
5. **Sağlama ve Koruma:** Ebeveynler çocuk ve ergenlerin ihtiyaçlarını karşılamak ve onları korumak durumundadır. Dijital hizmetlere erişim ve bu ortamlarda çocuk ve ergenleri korumak söz konusu olduğunda yine sorumluluk ebeveynlerdedir. Çocukların özellikle akranlarıyla dijital eşitsizlik yaşamalarının önüne geçilmeli, bilgi çağında dijital bilgiye erişim ihtiyacını karşılayacak cihazlar sağlanmalıdır. Her ne kadar ebeveynlerin çocuklarını dijital dünyada korumak gibi önemli bir görevi bulunsa da bu gibi durumlarda ebeveynler kadar akranlar, öğretmenler ve diğer yetişkinler etkili olmaktadır. Araştırmalar, çevrim içi olumsuz bir durumla karşılaşıldığında çocukların öncelikle akranlarına, daha sonra yaşça büyüklerine ve öğretmenlerine, son olarak ise ebeveynlerine başvurduklarını göstermektedir.

Çocukları İçin Fırsatlar

Sınırsız bir dijital dünyada tehditler ve fırsatlar bir aradadır. İnternet, sosyal med-

ya ve akıllı uygulamalarla zenginleştirilmiş dijital dünyanın sayısız fırsatları dört temel başlık altında özetlenebilir (Bremer, 2005):

Bilgiye Erişim: Dijital dünyada çocukların öğrenmelerine ve bilgilerini genişletmelerine yardımcı olabilecek çok miktarda bilgi bulunmaktadır. Bu fırsat, bir ekran aracılığıyla dünyanın bütün kütüphanelerinden daha fazlasına erişebilmek demektir. Çocuklar ilgilendikleri herhangi bir konu hakkında bilgi bulmak için arama motorlarını kullanabilir, spesifik internet sitelerine erişebilirler. Web 2.0 ve yapay zekâ ile birlikte arama motorlarıyla sınırlı kalmayan çok boyutlu ve etkileşimli bir bilgi hazinesine erişim mümkündür.

Eğitim Kaynakları: Çocukların öğrenmelerini desteklemek için kullanabilecekleri eğitim odaklı birçok internet sitesi ve çevrim içi kurs bulunmaktadır. YouTube platformunda birçok kanal belirli konulara odaklanmış eğitim videoları yayınlamaktadır. İnternet tabanlı dijital eğitim materyalleri eğitim kurumları tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Bu kaynaklar çocukların yeni beceriler öğrenmelerine ve akademik başarılarını artırmalarına yardımcı olmaktadır.

İletişim: Sosyal medya ve akıllı uygulamalar çocukların uzakta yaşayan arkadaşları ve aileleriyle iletişim kurmalarını sağlar. Ayrıca dijital platformlar ilgi alanlarını paylaşan diğer çocuklar ve profesyonellerle bağlantı kurmak için de kullanılabilir. Dijital dünyada yakın uzak fark etmeksizin her konuda iletişim kurmanın farklı ve etkili yöntemleri yer almaktadır.

Eğlence: Dijital dünya çocuklara oyunlar, videolar ve müzik dâhil olmak üzere çok çeşitli eğlence seçenekleri sunar. Bunlar çocukların rahatlaması ve serbest zaman değerlendirilmesi için eğlenceli bir yol olabilir. Yüz yüze erişemeyeceği şeyleri sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik ortamlarında deneyimleyebilir. Metaverse gelişmesiyle birlikte dijital dünyayı deneyimlemek ekranların ötesinde bir hâle gelmiştir.

Çocukları için Tehditler

Çocuklara yönelik çevrim içi tehditler dijital çağda giderek artan bir endişe kaynağıdır. Sokağa çıkmayan bir çocuk ya da ergen kullandığı ekran aracılığıyla dâhil olduğu dijital dünyada her zamankinden daha büyük risklerle karşı karşıya kalabilmektedir. Dijital dünyadaki bu tehlikelere ilişkin hem ebeveynlerin hem de çocukların farkındalığına sahip olmaları önemlidir (Domazet, Lozanovska, 2023):

Gizlilik ve Veri Koruma: Çocukların mahremiyeti ve veri koruması, yasa koyucular tarafından ele alınması gereken önemli konulardır. Çevrim içi veri paylaşımı ve

mobil uygulama veri toplama uygulamaları, çocukların verilerine erişerek mahremiyeti ihlal etmektedir. Bilinçli olmayan çocuklar kişisel verilerini, aileye ait bilgilerini paylaşabilmektedir. Çocukların kaynağı bilinmeyen uygulamaları kullanmamaları, güvenli olmayan içeriklere erişim konusunda dikkatli olmaları gerekir.

Siber Zorbalık: Siber zorbalık, dijital dünyada gerçekleşen bir zorbalık türüdür. İncitici mesajlar göndermeyi, söylentiler yaymayı veya utanç verici fotoğraflar veya videolar yayınlamayı içermektedir. Genellikle akranlar ve tanınmayan kişiler tarafından yapılan siber zorbalık bir çocuğun ruh sağlığı ve refahı üzerinde ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Çocukların tanımadıkları kişilerle iletişim kurmamaları, incitici mesajlar aldıklarında vakit kaybetmeksizin ebeveynleriyle paylaşmaları gerekir.

Uygunsuz İçerik: İnternet, çocukların yanlışlıkla rastlayabileceği uygunsuz içeriklerle dolu derin bir kuyu gibidir. Bu içerikler arasında şiddet içeren veya cinsel içerikli içeriklerin yanı sıra uyuşturucu kullanımını veya diğer tehlikeli davranışları teşvik eden içerikler de yer alabilir. Bu içeriklere karşı çocukları bilinçlendirmek, zararlı içerikli siteleri engellemek ve denetlemek önemlidir.

Çevrim içi Avçılar: Çevrim içi avçılar, cinsel istismar amacıyla çocukları hedef almak için internette genellikle sahte profil oluşturan kişilerdir. Bir çocuğun güvenini kazanmak için başka çocuklar veya yetişkinler gibi davranabilir ve daha sonra bu güveni onları istismar etmek için kullanabilirler. Bu konuda çocukların tanımadıkları kişileri kesinlikle arkadaş olarak eklememeleri hususu hatırlatılmalıdır. Çocuklara ait rehber ve arkadaş listeleri belirli aralıklarla kontrol edilmelidir.

Kimlik Hırsızlığı: Kimlik hırsızlığı, bir kişinin bir çocuğun adı, adresi, telefon numarası, okul bilgileri gibi kişisel bilgilerini çalması ve bunları dolandırıcılık amacıyla kullanması durumunda ortaya çıkar. Özellikle çocuklar risklerin veya kendilerini nasıl koruyacaklarının farkında olmayabilecekleri için kimlik hırsızlığına karşı savunmasız durumdadır. Çocukların dijital dünyada kendisine veya ailesine ait özel bilgileri isteyen kişi, oyun ve uygulamalara karşı dikkatli olmaları gerekir.

Oltalama Dolandırıcılığı: Oltalama dolandırıcılığı, insanları kişisel bilgilerini vermeleri için kandırmak üzere tasarlanmış sahte e-postalar, bağlantılar veya internet siteleridir. Çocuklar bu dolandırıcılıkların farkında olmayabilir ve istemeden hassas bilgilerini verebilirler. Mesaj aracılığıyla gelen bir bağlantı, doldurulması istenen bir form veya oyuna ait bir eylem hassas bilgileri elde etmek üzere geliştirilmiş olabilir. Bu tür oltalama yöntemlerine karşı çocukları bilinçlendirmek gerekir.

Bağımlılık: Dijital dünyada yer alan içerik ve uygulamalar bağımlılık yapabilir. Çocuklar sağlık ve refahlarına zarar verecek şekilde bu ortamlarda çok fazla zaman geçirebilirler. Bu durum uyku, fiziksel aktivite ve sosyalleşme ile ilgili sorunlara yol açabilir.

Ebeveynler bu tehditlerin farkında olmalı ve çocuklarını çevrim içi ortamda korumak için adımlar atmalıdır. Ebeveyn kontrollerini ayarlamak, çocuklarının çevrim içi faaliyetlerini izlemek ve onlarla internet güvenliği hakkında konuşmak ihmal edilmemelidir.

Sonuç Yerine

Dijital ebeveynlik, gündelik hayatın içerisinde göz ardı edilemez bir kavram olarak kendini göstermektedir. Anlaşılması, yönetilmesi, hayata uyarlanması ve kamu politikaları üretilmesi gereken bir kavramdır. Dijital ebeveynliğin hayata doğru adaptasyonunda çocuklara, ebeveynlere ve kurumlara önemli sorumluluklar düşmektedir.

Dijital dünyada daha sağlıklı aileler için;

- Çocukların dijitalde en az gerçek hayattaki kadar dikkatli olmaları, karşılaştıkları problemleri ebeveynlerine aktarmaları, internetin getirdiği tehditler ve fırsatlar konusunda bilgi sahibi olmaları, kişisel verilerini paylaşmamaları, tanımadığı insanlarla iletişim kurmamaları, çevrim içi olma süreleriyle ilgili kurallara uymaları ve ebeveynleriyle dijital dünya konusunda daha sık iletişim kurmaları gerekmektedir.
- Ebeveynlerin dijital iletişim konusunda kendilerini geliştirmeleri, güncel gelişmeleri takip etmeleri, ailede dijital cihazların kullanımıyla ilgili kurallar oluşturmaları, çocukları ve ergenleri denetlemeleri, benzer platformları kullanmayı öğrenmeleri, çocuklarının rehber ve arkadaş listelerini belirli periyodlarla gözden geçirmeleri, engelleyici değil düzenleyici bir yaklaşım benimsemeleri, dijital alternatif serbest zaman etkinlikleri oluşturmaları ve çocuklarıyla dijital dünya konusunda daha sık iletişim kurmaları gerekmektedir.
- Kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları açısından ise, ailenin dijitalleşmesi hususunun gündeme alınması, dijital ebeveynlik konusunda eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin artırılması, okullardaki “medya okuryazarlığı” dersinin zorunlu hâle getirilmesi, ilgili kamu kurumlarının eylem planları arasında “dijital aile” ve “dijital ebeveynlik” hususlarına yer verilmesi önem arz

etmektedir.

Dijitali tamamen reddeden geleneksel ebeveyn yaklaşımı da gelenekselden tamamen soyutlanmış bir dijital ebeveyn yaklaşımı da çağın gerçekliğine ve gerekliliğine cevap vermekten uzaktır. Her iki durumu bir arada yönetebilen ebeveynler ailelerini ve çocuklarını dijital hayatın risklerinden koruma ve fırsatlara erişim noktasında daha başarılı olmaktadır.

Kaynakça

- Benedetto, L., & Ingrassia, M. (2020). Digital parenting: Raising and protecting children in media world. *Parenting—Studies by an ecocultural and transactional perspective*, 127-148.
- Bremer, J. (2005). The internet and children: advantages and disadvantages. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics*, 14(3), 405-428.
- Cao, S., Dong, C., & 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.
- Domazet, S. S., & Šušak-Lozanovska, I. (2023). Children's data and privacy online-growing up in a digital age. *Politika nacionalne bezbednosti*, 24(1).
- Kahraman, H., Yılmaz Irmak, T., & Başokcu, T. O. (2017). Parenting Practices Scale: Its Validity and Reliability for Parents of School-Aged Children. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 17(3), 745-769.
- Mascheroni, G., Ponte, C., & Jorge, A. (2018). Digital parenting: The challenges for families in the digital age, yearbook 2018. Nordicom, University of Gothenburg.
- Pekyürek, M. F., Durak, H. Y., Saritepeci, M., Aydoğdu, Y. Ö., & Yıldız, E. A. (2023). Examining the usability of e-content in different forms for increasing digital parenting competencies. *Journal of Learning and Teaching in Digital Age*, 8(1), 82-92.
- Prensky, M. (2005). Digital natives, digital immigrants. *Gifted*, (135), 29-31.





Dijital Ebeveynlik ve TRT Çocuk Uygulamaları

Fadime GÜZELÇOBAN*

İnternetin yaygınlaşması bireylerin oyun, eğlence, araştırma, haberleşme, alışveriş gibi amaçlar için her türlü yazılı ve sesli mesaj, görüntü, video, haber gibi dijital içeriklerine içeriğe erişimini kolaylaştırmıştır. Teknoloji tüm bireylerin hayatını kolaylaştırırken çeşitli riskleri ve olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir.

Günümüzde çocukların her türlü içeriğe ve bilgiye internet üzerinden kolaylıkla erişimi mümkündür. Bu durum onların sosyal, duygusal, psikolojik, zihinsel ve fiziksel gelişimlerini etkilemektedir. Küçük yaşta çocukların, ebeveynler tarafından oyalama amaçlı ve denetimsiz olarak kendilerine verilen dijital cihazlar aracılığıyla çok farklı türde içeriğe maruz kaldıkları gözlenmektedir.

Türkiye’de de internet kullanım oranlarının ve sürelerinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nin Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre 2021 yılında hanelerin %92’sinin evden internet erişim imkânına sahip olduğu belirlenmiştir. 2022 yılında bu oran %94,1’e yükselmiştir[1].

İnternet kullanım oranlarına daha detaylı bakıldığında ise 16-74 yaş grubundaki bireylerde 2021 yılında %82,6 iken 2022 yılında %85’e ulaşmıştır[2].

Verilere bakıldığında internet kullanımının her geçen yıl arttığı sonucuna varılmaktadır.

TÜİK’in Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması kapsamında 6-15 yaş

* Uzman, TRT Çocuk Kanal Koordinatörlüğü

grubundaki çocuklarla gerçekleştirdiği "2021 yılı Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" sonucunda çocukların interneti; çevrim içi derse katılma, ödev veya öğrenme amacıyla internete başvurma, oyun oynama veya oyun indirme, paylaşım sitelerinden video izleme, sesli veya görüntülü arama yapma gibi amaçlarla kullandığı belirlenmiştir.

Çocukların giderek artan dijital içerik tüketimi ve sürelerine bakıldığında 'dijital ebeveynlik' kavramının daha fazla önem kazandığı görülmektedir. Bu noktada ebeveynlerin dijital dünyadaki risk ve olumsuzlukları iyi bilmeleri, çocuklarının yaşlarına uygun içerik seçmeleri, çocuklarını güvenli ve verimli teknoloji kullanımı gibi konularda bilgilendirmeleri ve onlara teknolojinin kullanımı konusunda rehber olmaları önemlidir.

Çocuğun dijital dünyadaki varlığını takip etmek, sanal ortamda mahremiyetini korumasını ve kişisel haklarının farkında olmasını sağlamak anne babaların sorumluluğu altındadır. Bu nedenle ebeveynlerin medya ve dijital okuryazarlık alanlarında kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir.

Türkiye'de bu konuda TRT Çocuk kanalının çözümcü çalışmaları ve yaklaşımları bulunmaktadır. Kanal, farklı dijital platformlarda sunduğu ürünleri ve dijital ebeveynlik içerikleri ile internette çocukların karşılaşabileceği her türlü olumsuzluk ve risklere anne ve babaların dikkatini çekmektedir. Yapılan bu çalışmayla da okuyuculara dijital ebeveynlik ve TRT Çocuk kanalı uygulamaları hakkında bilgi verme amaçlanmıştır. Yazıda dijital ebeveynlik, çocukların internet kullanım alışkanlıkları, oyun ve içerik seçimi, ekran süresi yönetimi, TRT Çocuk oyun ve uygulamaları ile TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi gibi konularda aktarımlar yapılmış, ebeveynlere önerilerde bulunulmuştur.

Oyun Seçimi

Ebeveyn öncelikle çocuğunun ne tür oyunları sevdiğini, hangi alanlarda yetenekli ya da eksik kaldığını iyi bilmelidir. Böylece çocuğunu ilgi alanına uygun, gelişimini destekleyecek tasarım, teknoloji, sanat, bulmaca, bilmece, mantık, strateji, spor, doğa gibi çeşitli alanlarda eğlenceli ve eğitici oyunlara yönlendirebilir. Bu tür oyunların çevrim içi olmaması, diğer oyuncularla etkileşim sağlamaması, reklam veya ürün satışı içermemesi ve farklı bir siteye yönlendirme yapmaması önemlidir.

Özellikle dövüş, aksiyon, simülasyon, rol yapma, hayatta kalma, öldürme, korku, savaş, şiddet içeren oyunlardan uzak durulmalıdır. Çocuk bu oyunların zararlarını

anlayabilecek yaştaysa sakıncaları kısaca anlatılmalı, değilse çocuğa kısa ve net bir şekilde oyunun onun yaşına uygun olmadığı ifade edilmelidir.

Dijital dünyada çocuklarını korumak ve desteklemek isteyen ebeveynler, oyun ve uygulamalardaki yaş uyarısını dikkate almalıdırlar. Güvenilir oyun platformları ile uygulama mağazalarında çocukların zarar görmemesi için oyunlar hakkında detaylı bilgilendirme yapılmaktadır. Buna göre seçilen oyun ya da uygulamanın hangi yaş gruplarına yönelik olduğu ve içeriği ebeveynler tarafından mutlaka incelenmelidir.

Platformlarda yer alan oyunların yaş kategorileri ile anlamları şu şekildedir:

3-5+: 3-5 yaş çocukları kapsar. Oyuna hiçbir şekilde korkutucu ve rahatsız edici içerik konulamaz. Reklam, ürün satışı ve farklı bir adrese yönlendirme olup olmadığına dikkat edilmelidir.

7+: 7 yaş ve üzeri oyuncuları kapsar. Gerçek dışı şiddet (çizgi film şiddeti) ve daha küçük yaşta oyuncuları rahatsız edebilecek şeyler içerebilir. Reklam, ürün satışı ve farklı bir adrese yönlendirme olup olmadığına dikkat edilmelidir.

12+: 12 yaş ve üzeri oyuncuları kapsar. Hafif oranda şiddet, kaba dil, cinsel imalar ve kumar içerebilir. Reklam, ürün satışı ve farklı bir adrese yönlendirme olup olmadığına dikkat edilmelidir.

16+: 16 yaş ve üzeri oyuncuları kapsar. Gerçekçi şiddet, küfür, cinsel öğeler, uyuşturucu kullanımı ve kumar içerebilir.

18+: 18 yaş ve üzeri oyuncuları kapsar. Detaylı şiddet ve vahşet, savunmasız insanlara karşı şiddet, amaçsız yere öldürmek, küfür, cinsel temalar, kumar ve uyuşturucu içerebilir.

Yapılan araştırmalara göre şiddet içeriğine sahip oyunların yalnızlık, düşük yaşam doyumu, saldırganlık, depresyon, anksiyete (kaygı), şiddet eğilimi, olumlu davranışlarda azalma, düşmanca duygularda artış ve şiddete karşı duyarsızlaşma gibi psikososyal problemler ile ilişkili olduğu gözlemlenmiştir. Dijital oyun bağımlısı öğrencilerin bu bağımlılıkları dolayısıyla okul başarılarında düşüş olduğu görülmektedir. Oyunlardaki aşırı hayal kırıklığı saldırgan davranış göstermeye neden olmaktadır. Oyuncular şiddete karşı duyarsızlaşabilmekte ve bu şiddeti taklit etmesi için cesaretlendirmektedir. Bununla beraber dünyayı korku ve şiddet içeren bir yer olarak düşündüğünden yanlış bir algının yerleşmesine sebep olabilmektedir[3].

Çocukların uzak tutulması gereken zararlı dijital oyunların bazı özellikleri şöyle sıralanabilir:

1-Arttırılmış gerçeklik sunan oyunlarda “öldüren” rolünü çocuk üstlenir (çocuk pasif olarak şiddeti izlemek yerine aktif olarak şiddet uygulayan kişi olarak oyuna katılır).

2-Başarı ölçütü olarak “öldürülen” karakter sayısı kullanılır.

3-Kadın karakterlere karşı şiddet veya saygısızlık yüceltilir.

4-Öldürmeye karşı oyuncuyu duyarsızlaştırır.

5-Argo ve küfürlü bir dil kullanılır.

6-Gerçek ve –miş/miş gibi (farazi) arasındaki ayırım oyuncu için belirsizleşir.

Ekran Süresi

Bunun yanı sıra ebeveynlerin dikkat etmesi gereken önemli bir diğer konu da ekran süresidir. Ebeveynler çocuklarının internet kullanımını yaşlarına uygun sürelerde sınırlamalı; yaratıcılık, keşfetme ve iletişim gibi daha yararlı amaçlar için kullanmalarını desteklemelidir. Bunun için ebeveynler çocuklarla birlikte seveceği nitelikli aktiviteler planlayarak ekran süresini belirleyebilirler.

Çoğu oyun, çocuklara sürekli oyun oynatmak, uzun süre oyunda, ekran başında tutmak ve bu sırada gösterdiği reklamlardan gelir elde etmek amacıyla hazırlanmaktadır. Dijital oyun evreninde, çocukların sıkılmaması için sürekli yenilenmekte, çeşitli öğeler sunulmaktadır. Çocuklar oyunda gerçek hayatta yapamadığı bir sürü şeyi yapabilmekte, ekranda başından ayırlanamamaktadır. Oyunlarda yeni ve ilginç karakterler oluşturma, farklı dünyalara geçme, kendi dünyasını kurma, yeni arkadaş edinme, kendi arkadaşlarıyla kendi kurguladığı oyunları oynama, sohbet edebilme gibi birçok özelliklerle karşılaşan çocuklara, sürekli yeni özellikler, araç gereçler sunulmakta ve çocuklar oyun oynarken zamanın nasıl geçtiğini anlamamaktadır. Bu durum oyun sırasında haz alan ve heyecan yaşayan çocukların sürekli oyun oynamak istemesine neden olmaktadır. Çocuklar zaman içerisinde oyunda aldığı bu haz ve heyecanı gerçek yaşamlarında bulamamaya başlamaktadır. Bu noktada normal oyunlar, aktiviteler ve insanlar hatta arkadaşlarının gerçekteki hâlleri onlara yetersiz gelmektedir. Sürekli oyunda olmak ve eğlenme isteği giderek artmakta, onların günlük yaşamlarını sürdürmelerini engellemektedir.

Sürecin ebeveynler tarafından iyi yönetilememesi çocuklarda oyun bağımlılığına sebep olabilmektedir. Bu durum çocukların dil, bilişsel, sosyal-duygusal ve fiziksel

gelişim alanlarında durağanlık, gerileme gibi birçok problemi ortaya çıkararak yaşam becerilerinde zayıflığa neden olabilmektedir.

Ekran kullanımının yaşa uygun sınırlandırılması, çocukların sosyal yaşamları, eğitimleri, gelişimleri ve geleceklere için oldukça önem taşımaktadır. Ekran süresi yönetimi ile çocukların uyku, fiziksel aktivite, oyun ve diğer ihtiyaçları için yeterince zamanları kalmaktadır. Kontrollü ekran kullanımı çocuklarda obezite, uyku bozukluğu, huzursuzluk ve iletişim problemleri yaşanmasını da önlemektedir.

Çocuklarda eğitim dışında, günlük 2 saat eğlence amaçlı ekran kullanımı hafif kullanım; 2-8 saat arası kullanımı riskli kullanım; 8 saat kullanımı orta derece bağımlılık; 14 saat ve üstü kullanım ise şiddetli bağımlılık olarak değerlendirilmektedir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken kullanım sadece bilgisayar veya akıllı telefon değil, çocukların maruz kaldığı veya kullandığı tüm ekranlar veya araçlar olarak belirtilmektedir[4].

TÜİK'in 2021 yılı 'Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'nda çocuklara dijital oyunlarla ilgili kişisel düşünceleri sorulduğunda, yüzde 58,4'ü ebeveynlerinin kendisi hakkında çok fazla oyun oynadığını düşündüklerini söylemiştir. Bu çocukların yüzde 47,3'ü planladığı süreden daha fazla oyun oynadığını, yüzde 42,6'sı fazla oyun oynamanın sorumluluklarını aksatmaya neden olduğunu, yüzde 42,3'ü oyun oynamak için çok fazla zaman harcadığını ve yüzde 28'i dijital oyun oynamadığı zaman kendisini huzursuz ve mutsuz hissettiğini ifade etmiştir[5].

Görüldüğü üzere aileler uzun süreli ekran kullanımından memnun olmamakta ve çocuklar da oyun oynama sürelerini kontrol edememektedirler. Çocuklar, diğer etkinliklere karşı ilgi kaybı yaşamakta ve olumsuz etkilerine rağmen uzun saatler oyun oynamaya devam etmektedirler. Oyun oynayamamak çocukların psikolojik yoksunluk hissetmesine neden olmakta, sosyal gelişim becerilerine zarar vermektedir.

Amerikan Pediatri Birliğine göre bu tür zararlardan çocukları korumak için toplam ekran zamanı çocuklarda bir iki saat ile sınırlanmalıdır. [6].

Buna göre; 0-18 ay çocukların ekranla tanıştırılmaması, 18-24 ay arasındaki çocukların ise ekranı ebeveyn ile birlikte sadece iletişim amaçlı kullanılması önerilmektedir. 2-5 yaş arasındaki çocuklarda ekran kullanım süresinin örneğin günlük 1 saat ile sınırlandırılması tavsiye edilmektedir. 5-10 yaş arasındaki çocuklarda bu süre 1-1,5 saat arasında olarak belirlenirken, 11 yaş ve sonrası çocukların ekran kullanım süresinin bireysel sorumluluklar verilerek aile takibiyle olması önerilmektedir[7].

Süre sınırlamalarının yanı sıra çocuğun akıllı telefon, TV gibi cihazlara şahsen sahip olmaması konusu önem arz etmektedir. Zira çocuğun kendine ait bir cihazla ilişkisi, bir yetiskinden belirli izinler çerçevesinde ödünç aldığı cihazla ilişkisinden çok daha farklı olmaktadır. Kendine ait cihazda çocuğun olaya bakış açısı değişmekte, başta kullanım süresi olmak üzere, birçok noktada sağlıklı sınırların dışına çıkma olasılığı önemli ölçüde artmaktadır. TRT Çocuk kanalı geliştirdiği dijital ürünler ve içeriklerle ekran süresi konusunda ebeveynlere rehber olmaktadır.

Güvenilir İçeriğin Adresi: TRT Çocuk

Türkiye'nin çocuklar tarafından en çok izlenen ve ebeveynler tarafından en çok güvenilen çocuk kanalı TRT Çocuk, çocuklar ve ebeveynler için her platformda güvenilir içerikler ve dijital ürünler sunmayı, dijital değişim süreçlerini yakından takip etmeyi amaç edinmiştir.

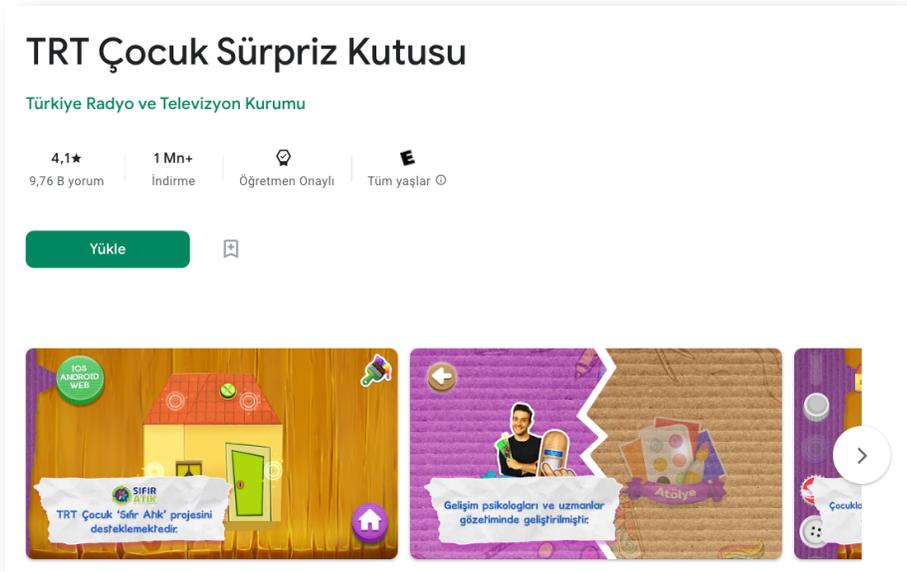


Görsel 1. TRT Çocuk'un Mobil Uygulamasının Yer Aldığı Afiş / Görsel Çalışması

Uzman psikolog ile eğitimciler gözetiminde, 3-12 yaş grubu için çocuklar için eğlence, eğitim ve kazanım temelinde 37 oyun, TRT Çocuk ve TRT Çocuk Kitaplık uygulamaları geliştiren TRT Çocuk, X (Twitter), Instagram, Facebook, YouTube hesapları ve paylaşımları, trtcocuk.net.tr, ebeveynakademisi.trtcocuk.net.tr web siteleri ile tüm dijital mecralarda varlık göstermiş, ebeveyn ve çocuklara ulaşmayı, erişilebilir olmayı başarmıştır. 37 oyun ve 2 uygulamanın Google, Apple Store, Huawei platformlarından indirilme sayıları Ağustos 2023 yılı itibarıyla 90 milyonu aşmıştır.

TRT Çocuk'un oyun ve uygulamaları "popüler, ücretsiz, aile, eğlence, müzik" gibi farklı içerik kategorilerinde ilk 100'de üst sıralarda yer almaktadır. Platform editörleri tarafından sıkça tavsiye edilen oyun ve uygulamalar, Türkiye'nin yanı sıra Azerbaycan, Türkmenistan, Gürcistan başta olmak üzere tüm EMEA (Avrupa, Orta Doğu ve Afrika) bölgesindeki kullanıcılar tarafından da tercih edilmektedir.

Google Play Store, öğretmenler, çocuk eğitimi ve medya uzmanları tarafından değerlendirilen çocuklara yönelik yararlı uygulamaları 'Öğretmen Onaylı' olarak önermektedir.[8]. Google Play tarafından 'Öğretmen Onaylı' olarak sunulan çok sayıdaki oyun ve uygulamalar, kanalın bu alandaki başarısını göstermektedir.



Görsel 2. Google Play Store'da Öğretmen Onaylı Olarak Gösterilen Önerilen Sayfa Görseli

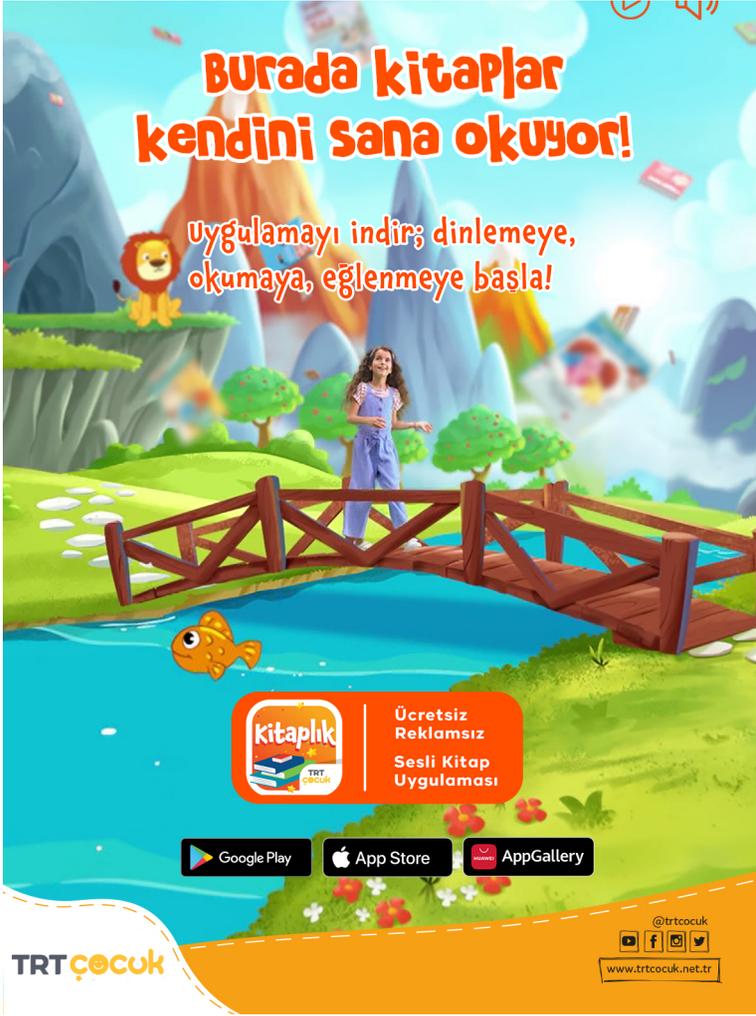
Çocukların gelişim dönemlerine ve müfredat içeriğine uygun olarak hazırlanmış oyunların öğrenmeyi hızlandırdığı, hedef konu/ders ile ilgili başarıyı arttırdığı, öğrencilerin ilgisini ve dikkatini çektiğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır[9]. Şiddet içermeyen, ücretsiz ve reklamsız sunulan TRT Çocuk oyun ve uygulamaları, çocuklar için eğitici ve eğlenceli, ebeveynler için de güvenilir olmaları sebebiyle oldukça fazla tercih edilmektedir.

TRT Çocuk Oyun Dünyası ve TRT Çocuk Kitaplık

Çocuklar için farklı platformlarda güvenli ve eğlenceli oyunlar geliştirmeyi amaçlayan TRT Çocuk, en çok oynanan oyunları tek bir uygulama olan TRT Çocuk Oyun Dünyası'nda bir araya getirmiştir. Uygulama; bulmaca, spor, işletme, aksiyon, aksiyon ve eğlence, su, sanat, müzik, rakam ve şekil oyunları kategorilerinde çok sayıda mini oyun içermektedir. TRT Çocuk Oyun Dünyası, uzman psikologlar ve eğitimciler gözetiminde 3-8 yaş grubu çocuklar için hazırlanmıştır. Anne ve babalar uygulamada yer alan Ebeveyn Paneli'nden, çocukların saatlik ve günlük kullanım verileri ile gelişim ve ilgi alanlarını takip edilebilmektedir. 23 Nisan 2022 tarihinde reklamsız ve ücretsiz olarak yayınlanan TRT Çocuk Oyun Dünyası, İngilizce, Türkçe ve Arapça dil seçenekleri ile 3 milyon indirilmeye ulaşmıştır.

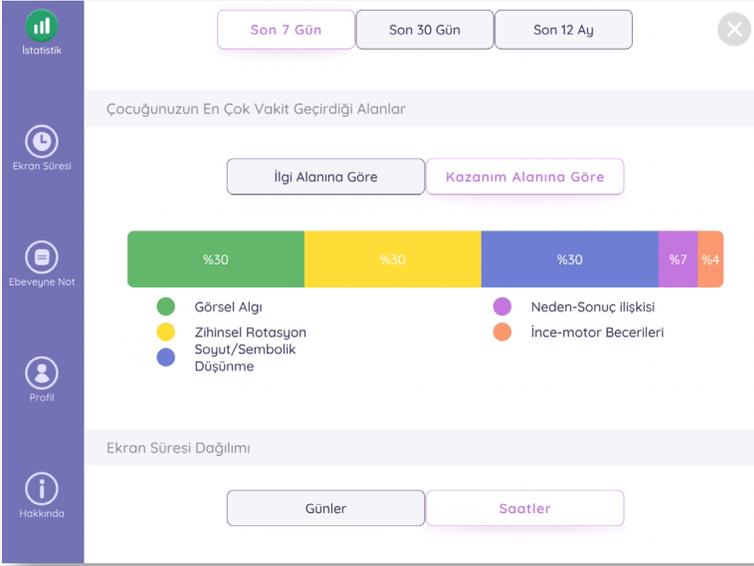
Bunun yanı sıra son dönemde çocuk kitapları içeren dijital kütüphane uygulamalarının sayısında artış gözlenmektedir. Okul öncesi ve okul dönemi çocukların okuma becerisini geliştiren etkileşimli öğrenme kaynağı olan kitap uygulamaları, rengârenk resimli içerikleri ve hikâyeleriyle çocukların hayal dünyalarını desteklemekte ve geliştirmektedir. Ebeveynler tarafından oldukça tercih edilen bu uygulamalardan farklı türdeki çocuk kitaplarına sesli veya animasyonlu olarak erişilebilmektedir.

TRT Çocuk seçkin yayınevlerinin pedagoğ onaylı çocuk kitaplarının yer aldığı zengin dijital kütüphane uygulaması TRT Çocuk Kitaplık'ı 23 Nisan 2021 tarihinde yayınlamıştır. Çocuk hikâye ve masal kitaplarının sesli, resimli ve oyunlu olarak sunulduğu uygulama ile çocuklara kitap okuma alışkanlığı kazandırma, görsel, dil, bilişsel ve duygusal becerilerinin gelişmesini destekleme, kitap sonu sorularla, dinleme ve okumayı kalıcı hâle getirme gibi kazanımlar sunulmaktadır.



Görsel 3. TRT Çocuk Kitaplık Uygulaması Tanıtım Görseli

Ebeveynler ise uygulamadaki 'Ebeveyn Paneli'nden çocuklarının günlük ve aylık kullanım sürelerini ve hangi tür kitapları okuduklarını takip edebilmektedir. Google Play, Apple Store ve Huawei'den ücretsiz ve reklamsız olarak yer alan TRT Çocuk Kitaplık, 2023 yılı Ağustos ayı itibarıyla 5.968.323 milyon indirilmeye ulaşmıştır.



Görsel 4. TRT Çocuk Oyun Dünyası Uygulamasında Sunulan Ebeveyn Paneli

TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi

TRT Çocuk, ebeveynlerin medya okuryazarlığını artırmak, çocukla olan iletişimlerini güçlendirmek ve sorunlarına uzman bakış açısıyla çözümler sunmak için 2017 yılının Mayıs ayında TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi WEB sitesini yayına almıştır. 2023 yılının Nisan ayında yenilenen TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi'nde (<https://ebeveynakademisi.trtcocuk.net.tr>) “yaşlara göre gelişim, fiziksel gelişim, sosyal gelişim, sosyal-duygusal gelişim, özbakım, dil gelişimi, akademik gelişim, okul yaşamı, ebeveynlik becerileri, doğa, sağlıklı yaşam, medya, teknoloji, güvenlik, oyun, gezi-seyahat, spor, duyu durum bozuklukları, kaygı, motor, nörogelişimsel bozukluklar, zorlu yaşam olayları, bağımlılık, ilişki sorunları, erken çocukluk sorunları, ergenlik dönemi ile ilişkili sorunlar, sağlıklı sınırlar” gibi çocuk gelişimi, dijital ebeveynlik alanlarında çok sayıda makale ve video yer almaktadır. Çocuğa dair her konuda alanının uzmanları tarafından hazırlanan içerikleriyle ebeveynlere rehber olmaya devam eden TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi, Google Analytics verilerine göre ilk yayın gününden Ağustos 2023 yılı sonuna kadar 3 milyondan fazla ebeveyn tarafından ziyaret edilmiştir.

TRT Çocuk ebeveyn akademisi

ÇOCUK GELİŞİMİ • OKUL VE ÖĞRENME • ÇOCUKLA YAŞAM • ÇOCUK PSİKOLOJİSİ • ETKİNLİK VIDEO

Etkinlik

Çocuklar için eğlenceli ve eğitici etkinlikler ile aktivite önerileri.

Etkinlik içerisinde ara

YAŞLAR

0 1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11
12 13 14 15

KATEGORİLER [Filtreleri Temizle](#)

Eğlence/Kültür

Çiz-Boya

El İşi

Yemek Tarifleri

Deney

Bilgi Bakımı

[Tüm Filtreleri Temizle](#)



ETKİNLİK
Krepon Kağıtlarıyla Türk Bayrağı Yapıyoruz!
Bağımsızlığımızın sembolü Ay Yıldızlı Türk Bayrağı etkinliği.



ETKİNLİK
Fiyonk Makarna Ağacı
Çocukların hayal gücünü geliştiren makarna ağacı etkinliği!



ETKİNLİK
Kağıt Yapalım
Bu projemizde geri dönüşüm yöntemi ile kağıt üreteceğiz! Ürettiğimiz kağıt üzerine de doğal malzemeler kullanacağız.



ETKİNLİK
Dönen Renkler Yapalım
Renkleri öğrenmenin en eğlenceli yolu!

Görsel 5. TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi Sayfasında Yeralan Bir İçerik Sayfası

İnternette çocukların kişisel gelişimine katkı sağlayacak yabancı dil eğitimi, dijital kitaplar, tasarım, animasyon eğitim ve uygulamaları, zekâ ve beceri oyunları gibi olumlu içerikler bulunmasına karşın, oyun ve video içeriklerde şiddet, alkol, madde kullanımı ve cinsellik başta olmak üzere çok sayıda kötü örnek teşkil edecek içerikler de mevcuttur[10]. TRT Çocuk Ebeveyn Akademisi bu tür konularda hazırladığı makale ve video içerikleri ile dijital medya okur yazarlığı konusunda ailelere yol göstermektedir. Ayrıca, TRT Çocuk WEB sitesi (www.trtcocuk.net.tr) ve TRT Çocuk mobil uygulaması ile çocukların sevdikleri programlar, çizgi filmler, kahramanlar ve oyunlar güvenilir platformlarda sunulmaktadır. Google Analytics verilerine göre trtcocuk.net.tr, Ağustos 2023 döneminde 25.986.530 tekil ziyaretçi ve 333.028.472 milyon görüntülenmeye ulaşmıştır. Google Play ile Apple Store'un Ağustos 2023 verilerine göre TRT Çocuk uygulaması da 5 milyon indirilme aşmıştır.

Çocukların internet aracılığıyla yürüttüğü faaliyetlerde, çevrim içi derse katılma yüzde 86,2 ile ilk sırayı alırken, bunu yüzde 83,6 ile ödev veya öğrenme amacıyla internete başvurma, yüzde 66,1 ile oyun oynama veya oyun indirme, yüzde 61 ile paylaşım sitelerinden video izleme, yüzde 55,5 ile internet üzerinden sesli veya görüntülü arama yapma izlemiştir[4]. Çocukların gerek WEB sitesi gerekse uygulama indirme verilerine bakıldığında çoğunlukla interneti oyun oynama amacıyla kullanıldığı görülmektedir[11].

Oyun; çocukların fiziksel, bilişsel, sosyal-duygusal, dil gelişimi, öz bakım becerileri için oldukça önemlidir. Bebeklik döneminde çingırak gibi görece basit oyuncaklarla başlayan eğlenerek öğrenme serüveni, çocuk büyüdükçe farklılaşan oyun ve oyuncaklarla devam etmektedir. Oyun oynamak, çocukların hayatı aktif bir şekilde keşfetmesine, sosyal etkileşim kurmalarına, fiziksel etkinlikler ile kendilerini geliştirmelerine olanak sağlamaktadır. Çocuğun oyunla gelişim sürecinde dijital oyun ve oyuncaklar, eğlenceli olması, eğitim sürecindeki faydaları, görsel zenginliği, erişim kolaylığı ve düşük maliyetli olması gibi sebeplerle hem ebeveyn hem de çocuklar tarafından oldukça fazla tercih edilmektedir.

Erken çocukluk döneminde çocuklara nasıl ona zarar verebilecek oyun ve oyuncaklar sunulmuyorsa dijital oyun ve oyuncakların seçiminde de aynı temel hassasiyeti göstermek yeterli olacaktır.

Sonuç ve Öneriler

Yapılan bu çalışma ile günümüz koşullarında dijital ebeveynlik ve medya okuryazarlığının, çocuğun gelişimi ve ülkenin geleceği için ne kadar önemli olduğu görülmektedir. TRT Çocuk kanalı da farklı platformlarda bu alana katkı sunmakta ve diğer kuruluşlara, girişimcilere, uzmanlara liderlik etmektedir. Kamu yayıncılığı bilinciyle çocuk ve ebeveynlerin baktığı her yerde olan TRT Çocuk, ebeveynlere yönelik bilinçlendirici ve bilgilendirici projeler sunmayı ve çocuklar için farklı kazanımlara sahip, güvenilir, yenilikçi, eğlenceli ve eğitici dijital içerikler üretmeyi sürdürmektedir.

TRT Çocuk kanalının rehberliğinde dijital ebeveynlik konusunda anne babalara çeşitli sorumluluklar düşmektedir. Bu noktada aşağıdaki önerilerin ebeveynlere faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Ebeveynler çocuklarını internette yalnız, takipsiz ve denetimsiz bırakmamaya özen göstermelidir. Ebeveynler, dijital platformlarda oyun ya da uygulama seçerken özellikle 6 yaşa kadar çocuklarının yanında olmalı ve onları yaşına uygun içeriklere yönlendirmelidir. Denetimsiz bırakılan çocukların, aşırı şiddet içerikli resim, görüntü, video vb. içeriklere erişme ihtimallerinin oldukça yüksek olduğu unutulmamalıdır. Çocukların internette en çok hangi içerikleri tükettikleri, paylaşımları, zararlı içeriklere erişip erişmedikleri takip edilmeli, çocuklara doğru bilgilere ve kaynaklara nasıl ulaşacakları, yaşına uygun içerikleri nasıl seçecekleri, internet kullanım kuralları ile ekran süresi sınırları mutlaka öğretilmelidir. Özellikle çocuklar sosyal ortamlarda hesap açmadan önce, platformların kullanım amacı, yaş kriteri, arkadaşlık istekleri, mesajlaşma, olası riskler ebeveynler tarafından

çocuklara mutlaka anlatılmalıdır.

Dijital içerik seçimleri; planlı ve bir amaca hizmet edecek şekilde, çocukların karakterleri, yaşamlarına uygun, güvenli, destekleyici, güçlü bir iletişim yoluyla olumlu ebeveyn-çocuk ilişkisi ve iş birliği kurularak yapılmalıdır.

Ebeveynler, metin, görsel ve animasyon içeren zenginleştirilmiş kitap ya da video içerikleri çocuklara sunmadan önce mutlaka incelemeli, fikir sahibi olmalı, uygunluğuna karar verdikten sonra çocukla birlikte izlemeli ya da okumalıdır.

Belirli zamanlarda ebeveynler çocuklarıyla izledikleri içerikler, oynadıkları oyunlar, arkadaşları ve ilgi alanlarıyla ilgili sohbet etmeli, onların ihtiyaçlarından ve sorunlarından haberdar olmalıdır. Çocuklara yaşlarına uygun olmayan içerikler veya oyunlarla karşılaştıklarında ne yapmaları gerektiği mutlaka anlatılmalıdır. Bu sayede çocuklar zararlı içeriklerden kendilerini korumayı ve uzak durmayı öğrenebilirler.

Ebeveynler interneti doğru ve bilinçli kullanarak kendileri de çocuğa örnek olmalıdır. Çocukların gelişimini destekleyen kaliteli oyunlar, videolar, kitaplar içeren yararlı platformlar belirlenmeli, çocukların bir süre kullanımları takip edildikten sonra benzer içeriklere erişimi konusunda onlara yol gösterici olunmalıdır.

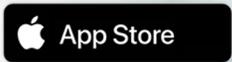
Ebeveynlerin çocukların internette karşılaşabilecekleri dijital güvenlikle ilgili riskler ile korunma yöntemlerinden haberdar olmaları oldukça önemlidir. Birçok kamu kuruluşu kişisel güvenlik, sosyal paylaşım ağları, internetteki tehlikeler, internette yapılabilecekler, doğru arama yöntemleri, bilgisayar güvenliği, ağ güvenliği, dijital oyun bağımlılığı konularında ebeveynler ile çocukları bilgilendirici yayınlar yapmaktadır.

Ebeveynler bu tür güncel yayınları ve bilgileri takip ederek çocuklarını korumalı, sağlıklı gelişimleri için ekran süresi ile ilgili net kurallar koymalı, kuralları uygulamada kararlı olmalı, mutlaka oyun dışı sosyal aktivite alternatifleri sunmalıdır.

Kaynakça

- [1] Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2022 [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastir-masi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastir-masi-2022-45587)
- [2] Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), "2021 yılı Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiyede-cocuklarin-yuzde-82-7si-internet-kullaniyor/2454403>
- [3] <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2147950> (Dijital Oyunların Çocuk ve Ergenler Üzerindeki Etkileri: Literatür İnceleme, Aylin Yalçın Irmak- Aysun Ardıç, 11 Ekim 2018)
- [4] <https://ebeveynakademisi.trtcocuk.net.tr/makale/teknoloji-bagimlilik-nasil-onlenir-11839126>
- [5] Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), "2021 yılı Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiyede-cocuklarin-yuzde-82-7si-internet-kullaniyor/2454403>
- [6] <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/88872> 3-60 AY ARASI ÇOCUKLARIN TELEVİZYON İZLEME ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ Sevilay Y. AKKUŞ(1), Yasemin YILMAZER(1), Alev ŞAHİNÖZ(1), İclal A. SUCAKLI(2) 1 Ankara Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Hematoloji Onkoloji Eğitim Araştırma Hastanesi, Gelişimsel Pediatri, Çocuk Gelişimci 2 Ankara Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Hematoloji Onkoloji Eğitim Araştırma Hastanesi, Gelişimsel Pediatri, Uzm. Dr.
- [7] <https://ebeveynakademisi.trtcocuk.net.tr/makale/teknoloji-bagimlilik-nasil-onlenir-11839126>
- [8] <https://play.google.com/intl/tr/console/about/programs/teacherapproved/>
- [9] Connolly, Boyle, MacArthur, Hainey ve Boyle, 2012; Corbett, Koedinger & Hadley 2001; Gentile & Gentile 2008
- [10] Türkiye Yeşilay Cemiyeti, Dijital Ebeveynlik, Mahmut Yay, Mart 2019
- [11] Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), "2021 yılı Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiyede-cocuklarin-yuzde-82-7si-internet-kullaniyor/2454403>

KENDİ DÜNYANI OLUŞTUR! OYNAMAYA BAŞLA...



TRT ÇOCUK

@trtcocuk



www.trtcocuk.net.tr

Sezin BENLİ

“Çocuklarımıza Dijital Dünyada da
Rehberlik Etmek Gerekliyor”

Röportaj: Recep ORHAN - Şeyma SITKI BÖYÜK

RÖPORTAJ



Dergimizin Dijital Ebeveynlik sayısına özel olarak psikoterapist ve yazar Sezin Benli ile çocukların dijital iletişim araçlarını kullanma yaşı, ebeveynlerin dijital içeriklere karşı tutumları, çocukları sanal ortamlardaki tehlikelerden korumanın yolları ve kaliteli zaman kavramı üzerine bir röportaj gerçekleştirdik.

TRT Akademi Dergisi: Aileler için çok mühim bir soruyla başlamak istiyoruz. Zira bu konu çok tartışılıyor. Çocuklar için teknoloji kullanma yaşı var mı? Kaç yaşına kadar telefon, televizyon, tablet gibi iletişim araçlarından uzak tutmalıyız ya da tutmalı mıyız?

Sezin BENLİ: Evet, teknoloji kullanma yaşı ne olmalı sorusu çok karşılaştığımız sorulardan biri. Kendimize bu soruyu soruyorsak ve öğrenmek için uzmanlardan bilgi almaya çalışıyorsak zaten doğru yoldayız demektir. Teknoloji kullanımı denildiğinde aslında iki farklı soru öne çıkıyor. Birincisi “ekrana maruz kalma süresi”, diğeri de “sosyal medya kullanma yaşı”. Herhâlde hepimiz, çocuklar uslu dursunlar diye çizgi film ya da oyun açıp ellerine telefon verilen çocukların manzarasını her yerde görüyoruz. Çocuklar bu kadar küçük yaştan itibaren telefonları kullanmaya başlayınca bazen bizlerden bile iyi bildiklerini fark ediyoruz, “Ne kadar zeki!” diye düşünüyoruz. Oysa yapılan araştırmalar bunun tam tersini gösteriyor. Araştırmalar, iki yaşından küçük bebeklerin ekranlara bakarak geçirdikleri sürenin onların öğrenme becerilerini zayıflattığını gösteriyor. Bunun nedeni de insanların, küçük yaşlarda dünyayı keşfederken ve öğrenirken insan etkileşimine ihtiyaç duymaları. Beynimiz “Kullan ya da kaybet.” prensibine göre çalışır. Yani özellikle çocukluğun ilk yıllarında uyarılmayan beyin hücreleri budanır ve gelişmez. Çocukların beyinleri aktif olarak insanlarla etkileşim hâlinde olduklarında, çeşitli ve yeterli uyaran aldıklarında gelişir. Küçük çocuklar üzerinde yapılan araştırmalar, ekranlara bakarak öğrenmek yerine tahta bloklar gibi oyuncaklar sağlandığında çocukların daha çabuk konuşmaya başladıklarını, daha sosyal olduklarını ve daha yaratıcı davrandıklarını gösteriyor. Yani çocuklar küçükken ekranlarla geçirdikleri süreyi kısıtlı tutmakta ve yaratıcılıklarını destekleyecek oyuncaklar ya da sanat malzemeleriyle vakit geçirmelerini sağlamakta çok büyük fayda var.

TRT Akademi Dergisi: Yaşanan depremin ardından bölgeye giden gerek medya kuruluşları gerekse kişilerin sosyal medyada kişisel hesaplarından yaptıkları paylaşımlar aracılığıyla birçok insan hikâyesine tanık olundu. Bu durumun özellikle izleyenler açısından insan psikolojisine etkisi nedir?

Sezin BENLİ: Böyle bir olay şu anda hayatın bir gerçeği. Bu olaya karşı duyarsız kalmak, kaçmak sağlıklı tepki olmaz. Deprem bölgesi dışında yaşayan vatandaş-

larımızın o bölgede yaşayan insanlarla empati kurması daha sağlıklı olacaktır. Ülkemizde de büyük oranda böyle oldu diyebiliriz. İlk birkaç günlük şokun ardından bölgelere gidenler oralarda bolluk yaşandığını ve devletin orada olduğunu ifade ettiler. Ben de yayınlarda söyledim, aslında bu durumlar için şehirleri badi (kardeş şehir) yapabiliriz. Mesela biz Yüksek İnsani Değerler Ödülleri kapsamında Merzifon Belediyesine ödül verdik. Depremi öğrenir öğrenmez sabahın ilk saatlerinde hem itfaiye ekiplerini hem de gıda araçlarını yola çıkardılar. Bunun gibi çok güzel örnekler var. Bu örneklerin yaşanması gerekiyor. Çok konformist oldu dediğimiz Z kuşağının da bunu yaşaması bizim sosyolojik mirasımızın devam ettiğini gösteriyor. Tabii bunun 20 sene 30 sene sonra devam edip etmeyeceğini bilmiyoruz. Bu mirası yaşatmamız gerekiyor. Bu konuda aileler kültürel aktarımı yapamıyor, medya aksi yönde yapıyor. Bunun için devletin artık insani değerleri, kültürel değerleri eğitim sisteminin içerisine yerleştirmesi gerekiyor. Birikimlerimizi koruyacak refleksler oluşturması ve bunu bilimsel standartlar içerisinde metodolojik olarak anlatması gerekiyor. Topluma hizmetler gibi mesela rastgele iyilik projeleri, yaşlılara yardım projeleri, dezavantajlılara yardım projeleri gibi lise düzeyinde projeler yaparak insanları bu noktada sorumluluklara devam ettirmek gerekiyor.

TRT Akademi Dergisi: Peki, sosyal medya kullanmaya başlama yaşı ne olmalı? Özellikle “önerilen videolar” kısmı, anne babaların en çok korktuğu alanlardan biri. Ebeveynler bu içeriklere karşı nasıl bir yol izlemeli? Bu doğrultuda dijital platformların çocuklar için oluşturdukları “kids” kanalları sizce çocuklarımız için gerçekten güvenli mi?

Sezin BENLİ: Yapılan araştırmalar, resmî olarak önerilen sosyal medya kullanma yaşı konusunda yol gösterici oluyor. Şu anki durumda pek çok sosyal medya sitesinde hesap oluşturabilme yaşı on üç olarak belirlenmiş durumda. Tabii ki daha küçük çocuklar da sahte hesaplar açarak, farklı e-mail adresleri kullanarak ya da doğrudan anne-babalarının hesaplarını kullanarak bu sitelere giriş yapabiliyorlar. Sosyal medya kullanım yaşı olarak erken ergenlik yıllarının seçilmesinin nedeni bu yaşlarda kritik düşünme becerisinin küçük yaşlara göre biraz daha gelişmiş olması. Daha küçük çocukların sosyal medyanın içerdiği riskler ve tehlikelere daha savunmasız olduğunu görüyoruz. Bu konuda biraz uç bir örnek verecek olursam “Mavi Balina” isimli bir sosyal medya oyununun sebep olduğu çocuk intiharlarını gösterebilirim. Daha sık karşılaşılan bir örnek, “Roblox” gibi daha çok küçük çocukların tercih ettiği oyunlara kendilerini çocuk olarak tanıtarak giren art niyetli yetişkinleri gösterebiliriz. Bu gibi durumları olabildiğince engellemek adına YouTube gibi mecraların küçük çocuklara yönelik “Kids” uygulamaları var. Bu “çocuk

dostu” uygulamalar çocukların zararlı içeriklere ve art niyetli kişilerle karşılaşma olasılıklarına karşı bir miktar koruma sağlasa da internet çok büyük bir dünya ve bizim gözümüz çocuğumuzun üstünde olmadığı noktada çocukların zararlı içeriklerle karşılaşmaları çok mümkün.

TRT Akademi Dergisi: Çocukları dijital ortamlardaki art niyetli insanlardan korumak için nasıl bir yol izlenmeli? Çocuklar ailesinin telefonunu kontrol etmesinden rahatsız olabiliyor. Özellikle bu noktada mahremiyetine saldırı olmuş gibi tepki veren çocuklar da var. Ergenlik dönemi problemleriyle birleşince bu durum içinden çıkılmaz bir hâl alıyor. Müdahale ederseniz düşman oluyorsunuz, etmezseniz kendinizi sorumsuz gibi hissediyorsunuz. Bu mahremiyet algısı nereye evirilecek?

Sezin BENLİ: Çocuklarımızı koruyabilmemiz için öncelikli olarak yapmamız gereken şey, onlara küçük yaşlarından itibaren internet ve dijital dünyayla ilgili rehberlik etmek. Teknoloji ya da sosyal medya platformları hayatımıza her ne kadar yeni girmiş olursa olsun ebeveynlik görevlerimiz bu sanal dünyada da geçerli. Nasıl çocuğumuz ilk defa sokağa kendi çıkmaya başladığında kendilerini nasıl koruyabileceklerini öğretiyoruz, aynı şekilde dijital dünyada da bazı uyarılarla onları korumamız gerekiyor. “İnternet üzerinde telefonun, adresin gibi özel bilgilerini paylaşma”, “Tanımadığın insanlara fotoğraf gönderme”, “İnternette insanlar kendilerini gerçekten oldukları gibi tanıtmayabilirler.” gibi riskli durumları çocuklarımız internette zaman geçirmeye başladıkça onlarla konuşmamız gerekiyor. Onları rahatsız hissettiren bir şey yaşandığında gelip bize anlatabilecekleri bir iletişim kanalını çocukluktan beri açık tutmak gerekiyor. Güvendiği, sorular sorabileceği ve yardım alabileceğini hissettiği ebeveynlere sahip olmak bir çocuk için en büyük koruyucu faktör. Aynı zamanda, birçok araştırma bilgisayar ya da oyun konsollarının çocukların odalarında bulunmasının daha fazla gözetimsiz zaman geçirmeye yol açtığını gösteriyor. Bu tip cihazların ebeveynlerin de vakit geçirdiği odalarda olmaları ebeveynlerin koruma işlevlerini kolaylaştırıyor. İnternet filtreleri, çeşitli sosyal medya platformlarının “çocuk dostu” uygulamalarını kullanmak gibi alınabilecek önlemler var. Ergenlik dönemi başladığında bu gözetimi bu kadar sıkı sürdürmek çok mümkün olmuyor çünkü bahsettiğiniz gibi ergenlikte kişisel mahremiyet algısı biraz daha gelişmiş oluyor. Ergenliğe gelene kadar çocuğumuza gerekli internet ve teknoloji okuryazarlığı eğitiminizi verdiğimizde bu süreç çok daha rahat geçiyor. İlk sosyal medya hesaplarını açmadan önce belirli kurallar üzerine anlaşmak çok önemli. Özellikle ilk birkaç sene paylaşımlarını takip etmek, internette geçirdiği sürede neler yaptığı, kimlerle konuştuğu hakkında sohbet etmek gibi yöntemler çocukken uygulanan denetimin biçim değiştirmiş hâlleri oluyor.

TRT Akademi Dergisi: Çocuklar, ellerinden telefon veya tablet alınınca olağan dışı bir öfke ile tepki verebiliyor. Öte yandan sürekli ekran başında olmaları da aileleri endişeye sevk ediyor. Bu konuda dengeli ve sağlıklı bir tavır sahibi olmak için neler yapmak lazım?

Sezin BENLİ: Teknoloji kullanımı, günümüzde aile içinde en sık sorun yaratan konulardan biri. Dünyada ve Türkiye’de yapılan araştırmalar bunu gösteriyor. Türkiye İstatistik Kurumunun araştırmalarına göre anne veya babaların çocuklarına verdikleri cezalar incelendiğinde, birinci sırada gelen %73 oranında “azarlama”nın yanı sıra, ikinci sırada %49 oranında “internetin yasaklandığını” ve üçüncü sırada ise %41 oranında “televizyon izlemenin yasaklandığını” görüyoruz. Bu verilen cezaların nedenlerinin başında % 66 ile çocuğun eğitimini ihmal etmesi, ikinci sırada ise %46 ile çocuğun internette ya da bilgisayarda çok fazla oyun oynaması geliyor. Yani ebeveynler olarak teknoloji kullanımı konusunda endişeliyiz ve yaşadığımız bu endişe çocuğumuza öfke ve ceza olarak yansıyor. Yaşanan karşılıklı öfke ve çatışma çocuğumuzla ilişkimizi yıpratıyor ve aslında sözümüzü dinlemelerini zorlaştırıyor. Öncelikle endişelerimizin zeminini anlamamız ve hangi kullanımın sağlıklı hangi kullanımın sağlıksız olduğu hakkında net bir fikir sahibi olmamız gerekiyor. Teknoloji kullanımı konusunda her zaman önceden belirlenmiş, istikrarlı uygulanan kurallara ihtiyacımız var. Böylece çocuk da telefonu/tabletiyle ne kadar zaman geçirme hakkı olduğunu bilebilir. Örneğin, günde iki saat ekran zamanına izin verilen bir çocuk, hangi noktalarda bu haklarının askıya alınacağını bilmeli. Not ortalaması 3’e düştüğünde mi? İki saatlik sınırlama hafta içi ve hafta sonu da geçerli mi? Misafirliklerde istisnalar var mı? Bizim çizdiğimiz ve çocuğa açıkladığımız net sınırlar, çatışmaları hatırı sayılır bir oranda azaltıyor. İki saat hakkı olduğunu bilen çocuk da tabletiyle yaptığı şeyi ona göre ayarlayabiliyor. Kendimizi düşünelim, biz telefonda bir şey yaparken bir anda telefonumuz elimizden alınırsa öfkelenmez miyiz? Onların o an telefonda/tablette yaptıkları şey de onlar için önemli. O yüzden biz çocuğa sınırları vereceğiz, onlar da kendilerini bu sınırların içinde ayarlamayı öğrenecekler. Çözüm bizim istikrarlı sınırlar koymamızda yatıyor. .

TRT Akademi Dergisi: Farklı kuşakların teknolojiyle iletişimleri düşünüldüğünde bir kuşak, ailesine televizyon alması için ısrar etti, sonraki kuşak atari için talepte bulundu, şimdiki kuşak ise telefon ve tablet için ısrar ediyor. Her kuşağın talepleri var, sadece talep edilen teknolojik araçlar değişiyor. Çocukluğunda babasını ısrarla televizyon almaya zorlayan bir anne baba, şimdi kendi çocuğunun taleplerine karşı nasıl bir tavır geliştirmeli?

Sezin BENLİ: Günümüzde çocuklarımızla aramızda olan nesil farkını çok iyi tanımlayan bir kavram var: “Dijital Yerliler” ve “Dijital Göçmenler”. Çocuklarımız, teknolojiye doğan, teknolojiyi “ana dili gibi” kullanabilen dijital yerliler; bizse teknolojiyi kullanan ama sonradan öğrenilen “ikinci bir dil” gibi hâlâ aksanla konuşan dijital göçmenleriz. Günümüz çocukları şüphesiz ki bizlerden çok farklı koşullarda büyüdüler. Tabii ki alışkanlıkları, yöntemleri, dünyaya bakış açıları bizlerden farklı. Aslında, onlar da her yeni kuşak gibi bir önceki kuşaktan farklılar. İnsan beyni her zaman değişimden sakınmaya çalışır çünkü yeniliğin neler getireceğini hiçbir zaman bilemeyiz. Bilinmezlik bizde kaygı yaratır ve geçmişe tutunmaya çalışırız. Yakın tarihteki yenilik örneklerini inceleyecek olursak radyonun ilk zamanlarında “uykusuzluğu artırdığı”, çizgi romanların “çocukları suça yönlendirdiği”, televizyonların “çocukların artık evden çıkmak istemeyecekleri” söylenmişti. Yeniliklerden korkmak çok doğal ama çocuklarımızın bu yenilikleri istemesi de çok doğal. Ebeveynlik yaparken zaman zaman kendi çocukluğumuzu, heyecanımızı, merakımızı hatırlamamız gerekiyor. Çağa ayak uydurmak gerekiyor. Dijital dünyada çocuklarımıza rehberlik etmek gerekiyor.

TRT Akademi Dergisi: Çocuklar hangi sebeplerden dolayı teknolojiye yöneliyor? Bu anlamda ebeveynlerin ekran süresi yönetimi nasıl olmalıdır?

Sezin BENLİ: Dijital dünyayı bu kadar popüler yapan şey çok erişilebilir ve çok eğlenceli olması. O anki ruhsal durumunuz ne olursa olsun sizi hemen başka bir zihin yapısının içine sokabiliyor. Canınızın sıkkin olduğunu ya da o anda sıkışık bir otobüste olduğunuzu saniyeler içinde unutturabiliyor. Gerçek hayat ve sanal dünyanın dengesini kaçırmamak için ciddi bir dürtü kontrolü becerisi gerekiyor. Dürtü kontrolü, isteklerimizi erteleyebilmemizi sağlayan psikolojik bir mekanizma ve çocuk yaşlarda henüz gelişkin olmuyor. Bu yüzden dijital dünyanın cazibesine kapılmaya bizlerden daha yatkın oluyorlar ve ebeveynlerin sınırlar koymalarına ihtiyaçları oluyor. Bir de gerçek hayatta bazı sorunlar yaşayan çocukların bu problemlerinden uzaklaşmak, haz duymak, yaşadıkları olumsuz duygularla baş edebilmek için aşırı teknoloji kullanımına yöneldiklerini görüyoruz. Çocuk, günlük hayatında ailesi ve arkadaşlarıyla anlamlı ve doyurucu ilişkiler kuramıyorsa, etrafında yaşadığı sorunlarını paylaşabileceği kişiler bulamıyorsa, çatışmalı bir aile ortamı varsa, arkadaşları tarafından dışlanıyorsa, kendilerini daha iyi hissedebilecekleri ve stres atabilecekleri dijital dünyaya yönelebiliyor. Bu yüzden kişinin teknolojiyi kullanarak hangi psikolojik ihtiyacını karşıladığına odaklanmamız gerekir. Örneğin, sosyal becerileri konusunda kendini yetersiz hisseden, yüz yüze ilişkilerde güçlük yaşayan, fiziksel görünüşünden hoşnut olmayan ergenler kendilerini diji-

tal dünyada daha farklı gösterebildikleri için özgüvenleri artıyor ve böylece daha rahat davranabiliyorlar. Bu ergenin kaç saat geçirdiğinden ya da teknoloji bağımlılığından ziyade yaşadığı öz güven problemi üzerinde durmak gerekir. Teknoloji bağımlılığı genellikle altında yatan başka bir sorunun göstergesi oluyor.

TRT Akademi Dergisi: Teknolojik aletlerle ve dijital mecralarla ilgili literatüre girmiş bir bağımlılık tanımlaması var mı? Mesela dijital ortamlarda fazla vakit geçirmenin ölçütü nedir? Bu kriteri kim, hangi bilimsel gerekçelerle belirliyor?

Sezin BENLİ: Henüz “oyun bağımlılığı” ya da “telefon bağımlılığı” olarak literatüre geçen bir tanımımız yok. “Bağımlılık” kelimesi daha çok sigara, alkol ya da uyuşturucu gibi kimyasal bir maddeye bağımlılık anlamında kullanılır. Ancak popüler dilde zaman zaman “alışveriş bağımlılığı”, “iş bağımlılığı”, “kumar bağımlılığı” gibi davranışsal sorunları da bağımlılık olarak kullanıyoruz. Bu kavramlar aslında “sağlıklı olmayan” yani sorunlu davranış kalıplarını işaret eder. Bir davranışın sağlıklı olmadığını belirleyen şey de kişinin işlevselliğini düşürmesidir. Yani, bir insanın belirli bir şeyi yapması (bilgisayar oynamak, alışveriş yapmak vb.) hayatındaki diğer önemli şeyleri etkiliyor mu sorusu bizim için çok önemli. Örneğin, bir çocuk günde üç saat bilgisayar oyunu oynuyor ama bir yandan ders başarısını düşürmüyor, yakın ve güçlü arkadaşlık ilişkileri kuruyor, ailesiyle kaliteli zaman geçiriyor, fiziksel ve duygusal açıdan sağlığını kaybetmiyorsa çocuğun teknolojiyi sorunlu kullandığına dair güçlü bir işaret yoktur. Başka bir çocuk günde bir saat bilgisayar oynayabilir ama ders başarısı düşer, ailesi ve arkadaşlarıyla vakit geçirmek istememeye başlar, teknolojiye erişimi kısıtlandığında ciddi öfke ve huzursuzluk yaşayabilir. Hiçbir davranış problemi çocuğun hayatının ve şartlarının dışında düşünülmemelidir. Çocuğun hayatının diğer alanlarında zorlandığı şeyler, bilgisayar oynamak uğruna feda ettiği şeyler ve iyi götürmeyi sürdürebildiği şeyler dikkate alınarak bir değerlendirme yapılır. Yani, “Bir çocuk şu kadar saatin üzerinde bilgisayar oyunları oynuyorsa bağımlı olmuştur.” diyebileceğimiz keskin sınırlar yok, onun yerine daha bütüncül yaklaşmaya çalışıyoruz.

TRT Akademi Dergisi: Çocuklara kontrollü, bilinçli teknoloji kullanım alışkanlığı nasıl kazandırılmalıdır? Ebeveynlerin çocukları bilinçli bir şekilde büyütmesi amacıyla nasıl bir teknolojik deneyime ve bilgiye sahip olması gereklidir? Dijital okuryazarlık eğitimlerinin nasıl bir katkısı oluyor?

Sezin BENLİ: Daha önce de bahsettiğim gibi, çocuklar teknolojiyi kullanırken şaşırtıcı derecede becerikli olabilseler de yetişkinler olarak bizim onların teknolojiyi sağlıklı kullanmayı öğrenmelerine yardımcı olmamız gerekiyor. Gereken sınırları

koymak ve sürdürmek, sağlıklı teknoloji kullanımının rol modelleri olmak, eleştirel düşünme becerileri kazandırmak yapabileceğimiz en öncelikli ve temel şeyler. Çocukların karşılaştıkları zararlı ya da zararsız tüm içerikleri doğru bir şekilde değerlendirebilmeleri için onlara sorgulama ve eleştirel düşünme yeteneklerini kazandırmamız çok önemli. Maalesef, sosyal medya algoritmalar üzerinden işleyen süreç. Yani bir videoyu izlediğinizde size hemen ona izlediğiniz videoya benzer bir video çıkartıyor. Bu da sürekli benzer düşünen insanların sesini duymanız ve hep aynı bakış açılarına maruz kalmanız anlamına geliyor. Bir gruba ait olmak, anlaşıldığını hissetmek gibi deneyimler genç yaşlarda çok önemli olduğu için özellikle bu yaşlarda daha tehlikeli oluyor. Örneğin, özgüven problemi yaşayan gençler, akran ilişkilerinde zorlanan gençler, yeme bozukluklarıyla mücadele eden gençler ve kendine zarar verme eğilimi olan gençler, belirli algoritma döngülerine takılarak sosyal medyadan çok etkilenebiliyorlar. Bu yüzden erken yaşlardan itibaren çocuklarımıza evde medya okuryazarlığı eğitimi vermeliyiz. Evde televizyon izlerken bile yapabileceğiniz konuşmalarla başlayabilirsiniz. Örneğin, bu içeriği (haber, film, video vb.) kim, kimin için üretti? Bu içeriğin izlenmesinden kim, nasıl bir fayda sağlıyor? Bu içerik insanları toplumsal ve bireysel düzeyde nasıl etkileyebilir? Bu konu hakkında söylenmeyen ve söylenmek istenmeyen kısımlar var mı? Bunlar neden içeriğin dışında tutulmuş? Çocuklarımıza izledikleri şeyleri sorgulamayı ve kendi kendilerine düşünebilmeyi öğretebilirsek onları korumak adına büyük bir adım atmış oluruz. Tabi ki çocuklarımıza yardım edebilmek için önce kendimizi bu konularda eğitmemiz gerekiyor.

TRT Akademi Dergisi: Bugün özellikle kentlerde çoğu insan işini telefonda veya akıllı cihazlarından görüyorken ebeveynler rol model olabilmek adına çocuklarının karşısında teknolojiyi kullanım konusunda nasıl bir tutum sergilemelidir?

Sezin BENLİ: Ebeveynler olarak ilk refleksimiz, bizim yaptığımız hataları çocuklarımız yapmasın diye onlara nasihatlerde bulunmak. Oysaki çocuklar yasaklar, cezalar ve uyarılardan çok çevresine bakarak ve görerek öğrenir. Her davranışımız çocuklarımıza mesajlar gönderir. Toplum içinde nasıl davranılacağı, duyguların nasıl ifade edileceği gibi pek çok konuyu çocuklar ebeveynlerini izleyerek öğrenir. Hatta zaman zaman çocuklarımızın davranışlarında kendimizi görebiliriz. Biz öfkelenince çocuğumuza nasıl davranıyorsak, o öfkelenildiğinde de benzer bir şekilde davranacaktır. Biz fark etmesek de onların gözleri hep bizlerin üzerimizde. Bu da bize çok ciddi bir sorumluluk yüklüyor. Teknolojiyle sağlıklı bir ilişki sağlamak da benzer bir şekilde öncelikle modellememiz gereken bir şey. Sağlıksız teknoloji kullanımı için terapiye getirilen çocuklardan “Ben bir şey anlatmaya çalıştığımında

annem telefonuna bakıyor, o zaman neden anlatayım.” gibi yakınmaları sık sık duyuyoruz. Eğer siz bütün yemek boyunca telefonunuzda sosyal medyaya bakıyorsanız ya da bütün geceyi televizyon izleyerek geçiriyorsanız çocuğunuzu bunları yapmaması için uyardığınızda çocuğunuz haklı olarak sizin de aynı şeyi yaptığınızı söyleyecek ve sözünüzü dinlemeyecektir. Bu yüzden çocuğumuza kurallar koymadan önce her zaman onlara nasıl örnek olduğumuzu gözden geçirmemiz gerekir. Eğer ki teknoloji ile kendi ilişkinizin çocuğunuza kötü örnek olduğunı düşünüyorsanız sizin de değişmeniz gerekir. Teknoloji ile ilgili sağlıklı kullanım sınırlarını belirlerken bu kurallar sadece çocuğunuz için değil tüm aile için geçerli olmalıdır. Çocuğunuz sizin de çaba gösterdiğinizi gördükçe kendisi de değişmeye daha motive olacaktır. Sağlıksız teknoloji kullanımı sadece çocukları değil hepimizi etkileyen bir durum.

TRT Akademi Dergisi: Kaliteli zaman nedir? Aile olarak kaliteli ve güzel zaman nasıl geçirilir?

Sezin BENLİ: Hayatta belki de başka bir insana verilebilecek en değerli şeyimiz zamanımız ve ilğimiz. “Kaliteli zaman” dediğimiz şey de tam olarak bunu anlatıyor. Karşımızdaki kişiye, dikkatimizi dağıtan şeyler olmadan dinleyerek, kendimizden bir şeyler paylaşarak ayırdığımız zaman. Birçok aile, mümkün olduğunca birlikte yemek yemeye çalışıyor ama genellikle televizyonda haberler açıkken ya da telefonda sosyal medyaya bakarak geçiyor bu yemekler. Oysa ekranları bırakıp birbirimize döndüğümüzde ilişkilerimiz güçleniyor. “Günün nasıl geçti?” sorusuna cevap vermek bazen zor olabiliyor, bazen “iyi” deyip o konuşmayı bitirebiliyoruz. Ama biraz daha özel sorular sormayı deneyelim. Mesela, “Gününün en ilginç anı hangisiydi?”, “Bugün yeni ne öğrendin?”, “Bugün seni üzen/kıran ne oldu?” gibi. Tabi ki bu sorular sadece çocuklar için değil. Tüm aile üyelerinin cevap vermesi, dinlemesi, herkesin birbiriyle yakınlaşmaları ve eğlenmeleri için bir fırsat. Akşam yemeklerini, kaliteli zaman rutini oluşturmak için kullanabiliriz ama bu sohbetlerin illa da belirli yer ve zamanlarda geçmesi de gerekmiyor. Birlikte yolda giderken, bir şey beklerken, uyumadan önce... Önemli olan birbirimizi merak edip buna alan yaratmamız. Aile içi ilişkilerimiz ne kadar güçlü olursa çıkabilecek tüm problemleri mümkün olduğunca yumuşak geçirebilme ve çözebilme olasılığımız da o kadar artıyor.



Doç. Dr. Derya GÜL ÜNLÜ/ Aşkın Ebeveynlik ve Dijital Çağda Çocuk Yetiştirme



TRANSCENDENT PARENTING_

Raising Children in the Digital Age

SUN SUN LIM

STUDIES IN MOBILE COMMUNICATION _

DOI: 10.37679/trta.1368075

Aşkın Ebeveynlik ve Dijital Çağda Çocuk Yetiştirme

Transcendent Parenting: Raising Child in Digital Age

Yazar: Sun Sun Lim

Yayın: Oxford University Press (2019)

Online ISBN: 9780190088996

Print ISBN: 9780190088989

Derya Gül ÜNLÜ*

Günümüzde bireylerin ebeveynlik rolüne dair ihtiyaçları doğrultusunda bilgi aramak ya da tavsiye almak için dijital iletişim araçlarından yararlanmaya başlamaları, ebeveynlik pratiklerinin gerçekleştirilmesinde dijital ortamın işlevsel bir nitelik kazanmasını da beraberinde getirmiştir. Her geçen gün gelişen teknolojik altyapı, anne ve babaların hem ebeveynlik pratikleri hakkında bilgi alabilmesini hem deneyimlerini diğer ebeveynlere aktarabilmesini hem de sadece çocukla birlikte olunan zamanlarda değil her an ebeveynlik yapabilir olmalarını mümkün kılmıştır. Ebeveynliğin dijital ortam aracılı bir hâl almasıyla birlikte, yeni bir nitelik kazanan anne/baba rol ve modelleri ile dijital çağda çocuk yetiştirmenin dönüşen niteliği ve gerekliliklerini inceleyen Sun Sun Lim, görece yeni olan bu alan yazının önemli araştırmacıları arasındadır. Önceki çalışmalarında da sıklıkla üzerinde durduğu annelik ve babalık pratiklerinin dönüşen bu yeni formunu aşkın ebeveynlik (transcendent parenting) olarak tanımlayan Lim, ebeveynliğin dijital ortam aracılı hâl gelmesiyle nasıl bir nitelik kazandığını, mobil iletişimin anne/baba-çocuk ilişkisindeki rolünü ve bu yeni ebeveynlik modeline sahip anne/babaların, dijitalin içine doğan çocuklarını yetiştirirken nasıl bir yol izlemeleri gerektiğine dair önerilerini "Aşkın Ebeveynlik ve Dijital Çağda Çocuk Yetiştirme" (Transcendent Parenting Raising Children in the Digital Age) başlıklı çalışmasında detaylandırır. Bu çerçevede gerçekleştirilen kitap incelemesi de Lim tarafından kaleme alınan çalışmanın dijital ebeveynlik literatürüyle nasıl ilişkilendiğinin; metinde ebeveynlere işaret edilerek aktarılan görev ve sorumlulukların dijital ebeveynlik, dijital okuryazarlık,

*Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, derya.gul@istanbul.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3936-7988

dijital ortamda çocuk gelişimi ve eğitimi alanlarındaki çalışmalarda kendine nasıl yer bulabileceğinin ortaya koyulması amaçlanmakta ve şüphesiz konu hakkında bilgi sahibi olmak isteyen anne babalara katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Artan mobil iletişim olanakları sayesinde bireylerin her an her yerde ve ulaşılabilir olmaları, ebeveynlerin birbirleriyle ve çocuklarıyla olan ilişkilerini dönüştürmüştür. Anne ve babalar, çocukları ve aile yaşamlarının günlük akışı içerisinde ihtiyaç duydukları kişi ve kurumlarla sürekli temasta olabilir hâle gelmişlerdir. Buradan hareketle yola çıkan Lim, kitap çalışması içerisinde “Aşkın Ebeveynlik ve Medya Zengini Ev” başlığı altında günümüzün dijital iletişim araçlarıyla donatılmış evlerini incelemektedir. Araştırmacıya göre, günümüzde hanelerin çok sayıda dijital iletişim aracıyla dolu olması, dijital ortamda da birbirine bağlı olan aile üyelerinin her zaman erişilebilir ve hazır olan dijital medya topluluklarıyla sarmalanması alışıldık bir durum hâlini almıştır. Bu durum gerçekten de aile içi etkileşimin sürekliliğinde mobil medyayı ve beraberinde dijital platformların oynadığı merkezi rolü gözler önüne serer niteliktedir. Öyle ki bugün anne baba adayları dahi henüz isim vermediği çocuklarının ultrason görüntülerini sosyal medya platformlarında paylaşarak bağlı buldukları dijital topluluğa ebeveynliklerini ilan etmektedir. Lim, dijital ortamdaki ebeveynin bu yolculuğunun çocuğun okuldaki ilk günü, kaybettiği ilk dişi, kazandığı ilk yarış, mezuniyeti gibi önemli günlerden duyurularla devam ettiğini belirtmektedir. Ayrıca araştırmacı, mobil iletişim olanaklarının aile üyelerinin hatıralarını biriktirmenin ve yakınlarına duyurmanın ötesinde, sosyal medya platformları aracılığıyla ilişkilendikleri ağlar üzerinden bağlarını sürdürmelerine de hizmet ettiğini ileri sürmektedir.

Lim’e göre, teknolojik olanakların gelişimi ve mobil iletişim olanaklarının ortaya çıkışı, bebeklikten ergenliğe ve yetişkinliğe kadar bir çocuğun gelişiminin her aşamasında aşkın ebeveynlik uygulamasını doğurmuştur. Yani aşkın ebeveynlik, mobil iletişim ortamında ebeveynlerin birçok alanı aşmasına olanak tanıyan önemli dönüşümlerin sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu yönüyle araştırmacının mobil iletişim aracılığıyla gerçekleştirilen ebeveynlik pratiklerine olumlu baktığını söylemek mümkündür. Söz konusu bakış açısından hareketle araştırmacı, kitap çalışmasında aşkın ebeveynlik modelinin çeşitli versiyonlarının Güneydoğu Asya perspektifinden ayrıntılı bir görünümünü sunmakta ve argümanını ebeveynler ve çocuklar arasındaki ilişkinin oldukça dijital aracı bir hâl aldığı Singapurlu ailelerle yapılan saha çalışmaları üzerinden konumlandırmaktadır. Bu çerçevede Lim, “Günümüzde Ebeveynlik” başlığı altında dijital çağ ile birlikte ebeveynliğin dönüşümünü tanımlamaktadır. Lim’in tanımlamasına göre, aşkın ebeveynlik, ebeveyn ve ço-

cuğun fiziksel olarak birbirinden uzak olmasına rağmen dijital iletişim araçlarıyla kurdukları sürekli birliktelik hâlidir. Aslında ebeveynin dijital platformlar aracılığıyla ebeveynlik pratiklerini sürekli ve zamansız kılmasıdır. Model, temel olarak, ebeveynin aracılı bir biçimde çocuğun hayatının her alanındaki varlığına işaret etmektedir. Diğer bir deyişle, aşkın ebeveynlik, 1990'larda ve 2000'lerin başlarındaki yoğun ve helikopter ebeveynliğin bir sonraki aşamasıdır. Bu aşama, anne ve babaların çocuklarının hayatlarındaki geleneksel otorite ve sınırlarını aşan daha kapsayıcı bir ilişkiyi içermektedir. Çocuk ve ebeveyn her an birbirine bağlıdır ve bu durum hem gönüllü hem de gelinen noktada kaçınılmazdır.

Şüphesiz, dünya çapındaki geniş ebeveynlik ve sosyal norm yelpazesi içerisinde ebeveynlik modelleri benzerlik, farklılık ve nüans noktaları içermektedir. Lim'in temellendirdiği aşkın ebeveynlik kavramsallaştırması ise tüm bu nüansların ötesinde mobil iletişim platformlarıyla dönüşen ebeveynlik pratiklerine ve çocukla sürekli bağlı olma hâlinin getiri ve götürüleriyle aldığı yeni forma işaret etmektedir. Yine bu aşamada ebeveynin fazlaca katılımı, çocukların hem mahremiyet hem de kendi ilişkilerini yönetebilme hakları konusunda çekinceler yaratabilir. Fakat Lim'in aşkın ebeveynlik vurgusu, mobil iletişim platformlarının aile içi ve aile üyelerinin çevreyle etkileşiminde üstlendiği belirleyici rolle, ebeveynliğin de nasıl kapsayıcı bir niteliğe büründüğünü gözler önüne sermektedir. Bu durum, ebeveyne düşen görev ve sorumlulukların bir çocuğun topluma kazandırılması sürecindeki fayda çerçevesinde düşünüldüğünde oldukça önemlidir.

Lim'e göre, dijital iletişim araç ve platformları, bireyin ebeveynlik pratiklerinin niteliklerini arttırıp, çocukla sürekli bağlantıda kalınmasını sağlamakla birlikte; çocuğun dijital ortam aracılığıyla (konum takibi, kamera, sosyal medya hesapları gibi çok çeşitli kullanım imkânlarıyla) korunmasını da olanaklı kılmaktadır. Hatta öyle ki Lim için kişisel cep telefonu ile donatılan çocuklar sürekli olarak ebeveynleriyle bağlantıda olmaları dolayısıyla korunabilirlerdir. İlerleyen yıllarda çocuklar özerkliklerini kazanarak evden ayrılışları da aşkın ebeveynler yine iletişim teknolojileri aracılığıyla çocuklarının hayatında var olmaya devam ederler.

Bir diğer önemli vurgu da ebeveynlerin çocuklarının çevreleriyle etkileşimlerinde onlara yol gösterebilme imkânına sahip olmalarıdır. Konuyla ilgili olarak kitabın ilerleyen bölümlerindeki Evde, başlığı altında ebeveynlerin çocuğun dijital platform kullanımlarını nasıl organize edebileceklerini tartışmaktadır. Öncelikle çevrim içi ortamda çocuklarıyla bağlantıda olan anne ve babalar çocuklarının kimlerle arkadaş olduğunu, neleri beğendiğini yani bir biçimde gündemlerini takip ede-

bilmektedir. Ayrıca yine çevrim dışı hayatta karşılaştıkları çeşitli problemleri de dijital platformlar üzerinden aktarabilmekte ve diğer ebeveynlere de erişebilme gücüne sahiplerdir. Bu çerçevede Lim, aşkın ebeveynliğin anne babalara önemli bir sorumluluk yüklediğine de işaret etmektedir. Çünkü ebeveynler, çocuklarının geçtiği her çevrim içi ve çevrim dışı ortamın ötesine geçmeli, aklın sesi olmalı ve akıllıca tavsiyelerde bulunmalıdır. Bunun için de ebeveynlerin çocuklarının akran etkileşimlerini ve sosyal ortamlarını tanımaları gerekmekte; bu da ebeveynlerin yeterli teknolojik beceri ve duygusal olgunlukla dijital ortamda karşılaşılabilir olacak ve risklerin bilincinde olmalarıyla mümkündür.

Bununla birlikte, dijital platformların çoğalmasıyla ebeveynlerin çocuk bakım-gözetim sorumluluklarının da kolaylaştığı ve diğer ebeveynlerle kendi pratikleri üzerine iletişim kurabilme imkânına sahip olduklarına da dikkat çekilmektedir. Bu çerçevede Lim, aşkın ebeveynliği zamansal sınırlara meydan okumasıyla da karakterize etmektedir. Ebeveynler, çocuklarının yanlarında ya da görüş alanlarında olup olmadığına bakılmaksızın ebeveyn-çocuk etkileşimini artırarak sürekli ebeveynlere dönüşmekte, ebeveynlik görevlerini kesintisiz olarak üstlenmekte; Lim'in vurgusuyla zamanın ötesine geçmektedirler. Bu kapsamda Lim, dijital ortam aracılığıyla her an çocuklarına erişebilen ebeveynlerin kendilerini güçlenmiş hissettiklerine vurgu yapmakla beraber, bu durumun çeşitli dezavantajlarına da değinmektedir. Aşkın ebeveynlik, ebeveynlik görevlerinin sonsuz bir döngüde olduğu, anne babaların durmaksızın ebeveynlik yaptığı, anlamlı bir mola şansının çok az olduğu veya hiç olmadığı bir durumdur. Bu yönüyle Lim, sürekli bağlantıda olma hâlinin zaman zaman bir yüke dönüşebileceğini de göstermektedir. Anne ve babalar çocukları için her an hazır bulunur olmaları dolayısıyla kendilerini baskı altında ve bunalmış hissedebilmektedirler. Günlük rutin içerisinde çok sayıda farklı kimlik ve bu kimlikle ilişkili rol üstlenmiş bireyler, ebeveynliğin sürekli hâle gelmesiyle birlikte, söz konusu kimlikleri ve o kimliğin gerekli kıldığı görev ve sorumluluklardan kısa süreli de olsa uzaklaşmamaktadır. Fakat yine de aşkın ebeveynlik, toplumun anne babalar için kritik gördüğü temel görev ve sorumluluklar noktasında (çocuklara toplumsal, ahlaki değerlerin aşılması, çocukların olumsuz çevresel etkilerden korunması, gözetim ve deneyim, akademik ve sanatsal faaliyetlerinin desteklenmesi gibi) fark yaratabilmesi bakımından değerlidir.

Anne ve babaların ebeveynlik pratiklerine teknolojiyi adapte etmeleri, geleneksel ebeveynlik rol ve modellerinin ötesine geçebilmelerini olanaklı kılmıştır. Söz konusu argümanı derinleştirmek adına kitap çalışması içerisinde hem kendileri hem de çocukları dijital ortamı aktif olarak kullanan ebeveynlerin yaşadıkları çe-

şitli sorunlar ve anlaşmazlıklara dair hikâyelere yer veren Lim, çok sayıda örnek üzerinden aşkın ebeveynliği senaryolaştırarak somutlaştırmaktadır. Bu çerçevede, araştırmacı, ebeveynlerin kendileri ve çocuklarıyla aralarındaki fiziksel mesafeyi, çevrim içi ve çevrim dışı sosyal etkileşim ortamlarını ve görünüşte kesintisiz ebeveynliğin zamansızlığını aşmak için mobil bağlantıdan nasıl yararlandıklarını özetlemektedir. İncelemelerini başta Singapur olmak üzere mobil iletişim süreçlerini aile yaşamlarına yüksek düzeyde entegre eden şehirli orta sınıf Asya (Çin, Endonezya, Güney Kore, Vietnam gibi) aileleri üzerinden gerçekleştiren Lim, bu ailelerde anne/baba-çocuk etkileşiminin nasıl arttığı ve bağlantıda olma hâli dolayısıyla ebeveynlerin çocuk yetiştirme sürecinde ne gibi beceriler edinmeleri gerektiğini değerlendirmektedir.

Tüm bunlara ek olarak, Lim, mobil iletişimin ebeveynlere çocuklarının hayatlarına her zamankinden daha fazla dâhil olmalarını nasıl sağladığını da tartışmaya açmakta ve aşkın ebeveynlik modeliyle birlikte ebeveynlerin aile içi ilişkilere her zamankinden daha fazla entegre olup olmadıklarını da sorgulamaktadır. Bilindiği üzere günümüzde, orta sınıf kentli toplumların büyük bir çoğunluğunda iş, eğitim, eğlence, aile içi haberleşme gibi günlük rutinler ve bu rutinlerin birbirleriyle koordinasyonu mobil iletişim araçlarıyla donatılmış durumdadır. Bu durum, ebeveynin hem çocukla olan etkileşiminde hem de yaşamsal ihtiyaçların giderilmesi noktasında söz konusu araçları en etkin biçimde kullanabilme becerisine sahip olmasını gerektirir. Ayrıca aile, çocuğun mobil iletişim araçlarıyla tanıştığı, kullanmayı öğrendiği ilk ortam niteliğindedir. Hatta Lim bu aşamada, çoğu ülkede orta sınıf haneler içerisinde internet erişimi ve sosyal medya kullanımının televizyon izleme sürelerinden daha uzun olduğundan ya da çocukların eğlence için oyuncaklarla oynamak yerine akıllı telefon, bilgisayar veya tabletlerdeki oyun ve öğretici uygulamalarda vakit geçirmeyi tercih ettiğinden bahsetmekte ve dijital ortamın iletişim fonksiyonunun bilgi kaynağı hâlini aldığından da altını çizmektedir.

“Okulda” başlığı altında, özellikle okula başlayan çocukların eğitim sürecinde tabletlerin temel bir eğitim aracı olarak kullanılması (her ne kadar çocuklar üzerinde yol açabileceği fiziksel ve psikolojik riskler tartışmalı olsa da) eğitimciler ve ebeveynler tarafından görece izin verilen uygulamalar aktarılmaktadır. Bu aşamada Lim, çeşitli Asya ülkelerindeki farklı aile yapıları üzerinden örnekler vererek; ebeveynlerin çocuklarının dijital platform kullanımlarına ilişkin kaygılarını, gerçekleştirecekleri çeşitli kısıtlama ya da yönlendirmelerle (örneğin; dijital platformlar üzerinden öncelikle ödevlerini bitiren çocukların sonrasında oyun oynamalarına izin verilmesi, Müslüman ailelerin çocuklarını dijital platformlarda dini eğitim de

alabilecekleri uygulamalara yönlendirmesi gibi) nasıl yönetebileceklerinden bahsetmektedir.

Yine Lim, “İyileşme” ve “Oyunda” başlıkları altında, günümüz dünyasında dijital platformun risklerini önceleyerek çocuklarının mobil iletişim aracı kullanımının tamamen yasaklanmasının hem çocuğun akranlarından geri kalmasına neden olarak sosyal gelişim sürecini olumsuz etkileyeceğine hem de yukarıda da bahsedildiği üzere bir bilgi kaynağı olarak sıklıkla başvurulan bu platformlardan yalıtılmanın akademik başarıyı düşürebileceğine dikkat çekilmektedir. Bu nedenle, anne ve babanın kendi dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesine ek olarak, çocuğun da dijital ortamla nasıl ilişkileneceğinin yönetilmesi, gerekli becerinin kazandırılarak çocuğun gelişim sürecinde çevrim içi ve çevrim dışı hayatının entegre bir biçimde gözetilmesi sorumluluğu da ebeveyne düşmektedir. İlerleyen yıllarda çocuk ailesinin kısıtlamaları ya da yönlendirmeleri olmadan dijital platformlarda yer almaya başladığında, ailesi tarafından kendisine kazandırılan dijital okuryazarlık becerisi, genç toplum üyesinin dijitalle nasıl ve ne biçimde ilişkileneceği hususunda belirleyici olacaktır.

Bugün çocuklar için mobil iletişim araçlarının kullanımı, günün çeşitli anlarının ya ana faaliyetine ya da ihtiyaçlarını karşılamak üzere gerçekleştirdikleri yan eylemlere dönüşmüş durumdadır. Şüphesiz bu durum, gelişimlerinin her aşamasında çocuklar ve gençler için farklı amaçlara hizmet etmekte ve farklı sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bu çerçevede son başlık olan “Mobil İletişim ve Aşkın Ebeveynlik” başlığı altında, ebeveynlerin anne ve babalık pratikleri için dijital ortamı nasıl aktif biçimde kullanabileceklerine dikkat çekilmektedir. Çünkü çocuk ve gençlere yönelik uygulamalarda gerçekleşen aralıksız yenilikler, güncellemeler aynı zamanda ebeveyne her gelişmeyi takip etme, potansiyel fayda ve zararları değerlendirme görevini de yüklemektedir. Bu noktada Lim, özellikle yaşı küçük çocuk sahibi olan ebeveynlere çocuklarına medya tüketimi konusunda rehberlik ederek aktif olarak birlikte izleme veya ortak kullanım faaliyetlerine katılmalarını önermektedir. Böylelikle çocuk gelecek yıllarda da küçüklükte kazandığı okuryazarlık becerisinin ekseninde çevrim içi platformlarda yer alabilecek ve ailesi, çevresiyle sosyal ilişkilerini buradan yönetebilecek, akademik ve mesleki destek alabilecektir.

Lim’in bu çalışmasının dijital platformların aile içi ve çevreyle etkileşim süreci ve dijital çağa doğan çocukların çevrim içi varlıklarının nasıl korunabileceği noktasında önemli bir başvuru kaynağı olduğunu söylemek mümkündür. Dahası çalış-

mada Lim tarafından ebeveyn ve çocuğun sürekli bağlantıda olma hâliyle ilişkili olarak anne babalara düşen ve aynı zamanda toplumsal faydaya da işaret eden tüm bu görev ve sorumluluklar, potansiyel risk ve zararın en aza indirilerek dijital platformların işlevsel araçlara dönüştürülmesi noktasında da kıymetlidir.

- TRT Akademi Dergisi, TRT'nin ana hizmet alanına uygun olacak şekilde ağırlıklı olarak iletişim bilimini odağına alan ancak diğer sosyal bilim üretimlerine ve disiplinler arası çalışmalara da yer veren, yılda 3 defa (Ocak, Mayıs, Eylül) yayınlanan akademik, hakemli bir dergidir.
- Her sayıda farklı bir dosya konusu tema olarak belirlenmekte ancak tema dışında da makaleler yayınlanabilmektedir. Derginin akademik literatüre katkı sağlayan, dinamik, etkin bir yayın olması ve referans niteliği taşıması hedeflenmektedir.
- TRT Akademi Dergisinde yayınlanmak üzere gönderilecek çalışmaların, iletişim bilimi veya iletişim biliminin alt disiplinleriyle ya da iletişim bilimiyle disiplinler arası ilişki içinde bulunan bilim dalları çerçevesinde konuları ele alan, Türkçe ve İngilizce bilimsel, özgün araştırmalar ve / veya derlemeler, değerlendirme makaleleri, kitap eleştirileri veya çeviriler olması gerekmektedir. Gerekli görülmesi halinde dergide röportaj ve soruşturmalara da yer verilecektir.
- Dergiye değerlendirilmek üzere gönderilen makaleler için benzeşim raporu alınmaktadır. Benzeşim oranı yüksek çıkan çalışmalar iade edilmektedir.
- Gönderilen çalışmaların başka bir yayın organında yayınlanmamış olması ya da yayınlanma aşamasında olmaması gerekmektedir.
- Çalışmalar; önce TRT Akademi Dergisi editör ekibi tarafından yazım kılavuzu ve yayın ilkeleri doğrultusunda incelenir, sonrasında (Kör hakemlik sisteminde olduğu gibi) değerlendirilmesi için derginin sayı editörüne ve Yayın Kuruluna sunulur. Sayı editörünün ve Yayın Kurulunun onayını alan çalışmalar, uzmanlık alanlarına göre Hakem Kurulunda yer alan iki hakeme değerlendirmek üzere gönderilir. Çalışmalar gerek duyulması halinde üçüncü hakeme değerlendirmek üzere gönderilir. (Hakem değerlendirme zaman dilimi süreleri ve yazar revizyon zaman dilimi süreleri editör tarafından ilgililere iletilen zaman dilimleridir.)
- Gerekli durumlarda gerekçesi ile sayı editörü, yayın kurulu ve derginin editöryal ekibi makaleler için red ve iade verebilir.
- Düzeltme istenen yazıların, TRT Akademi Dergisinin belirttiği sürede düzeltmeler yapılmış bir şekilde editörlüğe gönderilmesi gerekmektedir. Belirtilen sürede geri gönderilmeyen yazılar iade edilebilir veya TRT Akademi Dergisinin daha sonraki sayılarında yeniden değerlendirilmek üzere bekletilbilir veya kabul edilir.
- Yayınlanması uygun görülen veya görülmeyen çalışmalar geri gönderilmez. Yazar(lar)a sadece bilgi gönderilir.
- TRT Akademi Dergisinde hakemlik yapan akademisyenlere bir ücret ödemesi yapılmaktadır. Bunun yanında gerekli durumlarda röportaj, analiz ve değerlendirme yazılarına da ödeme yapılmaktadır.
- TRT Akademi Dergisinde yayınlanan her türlü içerik TRT Yayın İlkeleri çerçevesinde değerlendirilmektedir.
- TRT Yayın İlkeleri kapsamında, argo, müstehcen, hakaret, nefret söylemi, din, dil, ırk ve inanç ayrımı içeren ifadelerin yer aldığı çalışmalar ön değerlendirmede veya hakem süreçleri tamamlanmış olsa dâhi editöryal süreç çerçevesinde iade edilebilir.

YAZIM KURALLARI

- Çalışmalar 4.500 - 8.000 kelime aralığını aşmamalıdır. 2000-3000 kelimelik daha kısa değerlendirme yazıları veya tercüme de kabul edilmektedir. (Tercüme metinlerde yazarın KPDS, ÜDS veya denk bir belgedeki notunun C ve üzeri olması koşulu aranmaktadır)
- Çalışmalar A4 kâğıdının bir yüzüne, sol ve sağ taraftan 2'şer cm'lik boşluk bırakılarak, 12 punto harf karakteri, times new roman fontu ve 1,5 satır aralık ölçüsü kullanılarak yazılmalıdır. Alt başlıklar, ana başlığa göre bir küçük punto ve küçük harf kullanarak koyu ve sola bitişik şekilde yazılmalıdır.
- Yazar/yazarların isimleri çalışmanın başlığının hemen altında sağa bitişik şekilde verilmeli ayrıca yıldız dipnot şeklinde (*) yazarın kurumu, unvanı sayfanın en altında dipnot şeklinde belirtilmelidir. Yazar/yazarlar, çalıştıkları kurum ismini; üniversite, fakülte ve bölüm olarak Türkçe ve İngilizce bildirmelidirler.
- Yazar/yazarlar, TRT Akademi Dergisine tüm iletişim bilgilerini (Adres, telefon, orcid ve e-posta) bildirmelidirler.
- Girişten önce 200 kelimeyi geçmeyecek şekilde çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi özetleyen İngilizce özet verilmelidir. İngilizce çalışmalarda ise Türkçe özet hazırlanmalıdır. 5 (Beş) adet anahtar kelime yazılmalıdır.
- Giriş bölümü "1. Giriş" şeklinde belirtilmelidir. Alt bölümler her bölüm içinde bölüm numarası kullanılarak "1.1.", "1.2." şeklinde numaralandırılmalıdır. Son bölüm sonuç/tartışma bölümü olmalı ve bunu sırasıyla notlar, kaynakça ve varsa ekler kısmı takip etmelidir.
- Türkçe yazılarda Türk Dil Kurumunun Yazım Kılavuzu, İngilizce yazılarda Oxford English Dictionary örnek alınmalıdır. Türkçe çalışmalarda yabancı sözcükler yerine olabildiğince Türkçe sözcükler kullanılmalıdır. (Örneğin makale içerisinde & kullanılmamalıdır)
- Çalışmanın değerlendirilmek üzere teslimi sırasında Türkçe ve İngilizce özetlerinin de eklenmesi gereklidir.
- Çalışmanın ve çalışmanın özetinin üzerinde, başlığa yer verilmelidir.
- Çalışmanın özetinde; çalışmanın problematiği, amacı, kuramsal perspektifi, araştırma metodu ve bulgularına yer verilmelidir.

- TRT Akademi Dergisi'ne gönderilen makalelerde APA kullanılmalıdır.
- Tüm referanslar metin içinde, sırasıyla yazarın soyadı, tarih ve gerekiyorsa sayfa numaraları yazılarak verilmelidir. Aynı kaynaklara yapılan göndermelerde de bu yöntem uygulanmalı ve "a.g.e.", "ibid.", "op. cit." gibi kısaltmalar kullanılmamalıdır.
- Metin içinde numaralandırılan notlar metnin sonunda, numara sırasına göre ve kaynakça bölümünden hemen önce verilmelidir.
- Yazarın adı metinde geçmiyorsa ve kitaba atfı yapılıyorsa yazarın soyadı ve tarih verilmelidir (Jarvick, 1996).
- Yazarın adı metinde geçmiyor ve belli sayfalar söz konusuysa yazarın soyadı, tarih ve sayfa numarası verilmelidir (Jarvick, 1996, s. 111).
- Yazarın adı metinde geçmiyor ve birbirini takip etmeyen sayfalar söz konusuysa yazarın soyadı, tarih ve sayfa numaraları ayrı ayrı verilmelidir (Jarvick, 1996, s. 111-3).
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada yazarın birden fazla eseri mevcutsa sadece bahis konusu olan kitabın yayın tarihi ve sayfa numarası yazılmalıdır (1996, 111).
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada bu yazarın bir eseri mevcutsa sadece sayfa numarası verilir (2017, 111).
- İki yazarlı kitaplarda her iki yazarın da soyadları yazılarak verilmelidir (Frantzich ve Sullivan, 1996, s. 89).
- Yazarlar ikiden fazlaysa ilk yazarın soyadından sonra "ve diğerleri" anlamında "vd" ibaresi kullanılmalıdır (Caroline Pauwels vd 2000, s. 89).
- Yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine gönderme varsa basım yılına a. b. c gibi harfler eklenerek kaynaklar birbirinden ayrılmalıdır (Noam, 1991a: 34).
- Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler noktalı virgülle ayrılmalıdır (Jarvick, 1996, s. 234; Noam, 1991, s. 45; Dörr 2000, s. 456).

- İngilizce makalelerde metin içindeki atflarda sayfa sayısı tek ise (Durkheim, 1900, p. 12) şeklinde sayfa sayısı çift ise (Durkheim, 1900, pp. 12-13) şeklinde yazılmalıdır.
- Metin içindeki alıntılar için çift tırnak kullanılmalıdır. 40 kelimedenden uzun alıntılar, tırnak kullanılmadan girintili paragrafta ve ana metne göre bir küçük punto ile verilmelidir. Alıntı içinde vurgulanan sözcükler ise tek tırnak ile verilmelidir. Kitap, film isimleri gibi özel nitelermeler italik harfler ile yazarın vurgu yapmak istediği sözcükler ise tek tırnakla belirtilmelidir.
- TRT Akademi Dergisi APA yazım kuralları ve kaynak gösterme biçimini esas almaktadır.
- Yazar/yazarlar çalışmanın içerisinde kullandıkları görsel öğeleri yüksek çözünürlükte ayrı bir klasörde Dergiye iletmekle mükelleftir.
- Anahtar kelime sayısı en az 5 (Beş) olmalı ve ilk harfleri büyük olmalı.
- Kısaltmalarda ve diğerleri (vd.,) şeklinde kullanılmalı.
- İnternet kaynaklarına mutlaka erişim tarihi eklenmeli. (Erişim Tarihi: 01.02.2023).
- Makale içerisinde yer verilen tablo, görsel veya şekillerin açıklamaları ilgili alanın (tablo, görsel, şekil) altında başlıkları bold olacak şekilde 10 puntoda ve ortalı yazılmalıdır. Ayrıca tablo, görsel veya şekillere ait eklenecek bir kaynak var ise yine ilgili açıklamanın hemen altında yine ortalı olarak yer almalıdır.

Örnek:

Tablo 1. TRT Akademi Dergisi Yazım Kuralları

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/technology-32052296>

Şekil 1. TRT Akademi Dergisi Yazım Kuralları

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/technology-32052296>

Görsel 1. TRT Akademi Dergisi Yazım Kuralları

Kaynak: <https://www.bbc.com/news/technology-32052296>

