

BEYKOZ
KİTAPLIĞI



ÇOCUK ve YENİ MEDYA

SEMPOZYUMU / ÇALIŞTAYI





ÇOCUK ve YENİ MEDYA

SEMPOZYUMU / ÇALIŞTAYI





Beykoz Kitaplığı: 22
Sempozyum: 5

Çocuk ve Yeni Medya Sempozyumu / Çalıştayı

Yayın Koordinasyon
Bünyamin Korkmaz
Basri Akdemir

Yayın Yönetmeni
Nurullah Yücel

Yayın Hazırlık
Muzaffer Topcu
Hasan Otman
Burcu Sarıkaya

Editör
Hilal Yurdakul

Tasarım
Mert Uğurdil
Refia Nur Çelik

ISBN 978-605-71735-2-2

Baskı - Cilt
Uzunlar Matbaa Ambalaj Tic. Ltd. Şti.
Sertifika No: 51673

1. Baskı, Aralık 2022

Beykoz Belediyesi Kültür Yayınları: 54



ÇOCUK ve YENİ MEDYA

SEMPOZYUMU / ÇALIŞTAYI



Sempozyum Başkanı

Leman YENİGÜN / HAKEDER Yönetim Kurulu Başkanı

Murat AYDIN / Beykoz Belediye Başkanı

Düzenleme Kurulu

Nurullah YÜCEL / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Basri AKDEMİR / Beykoz Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü

Anıl ÇINAR / Beykoz Belediyesi Sosyal Yardım İşleri Müdürü

Burak Hamza ERYİĞİT / Marmara Üniversitesi

Mehmet Emin YILDIRIM / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Muhammed Oğuzhan GÜNER / Türk Alman Üniversitesi

Cemal DONAT / HAKEDER Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

Şengül KAZANIR / HAKEDER Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

Hasan OTMAN / Beykoz Belediyesi

Hilal YURDAKUL / Beykoz Belediyesi

Burcu SARIKAYA / Beykoz Belediyesi

Erkin KILIÇ / Beykoz Belediyesi

Danışma Kurulu

Ali Fuat KARAMAN / İstanbul Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürü

Tülay KALAV / Tuzla Belediye Başkan Yardımcısı

Bünyamin KORKMAZ / Beykoz Belediye Başkan Yardımcısı

Manolya DEMİRÖREN / Beykoz Belediye Başkan Yardımcısı

Burhanettin Aykut ARIKAN / Türk Alman Üniversitesi

Kültür ve İletişim Bilimleri Bölüm Başkanı

Gülşen KILIÇER / HAKEDER Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

Habibe MACİT / HAKEDER Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

Şengül KARSLI / HAKEDER Derneği Yönetim Kurulu Üyesi

Bilim Kurulu

Prof. Dr. Ali BÜYÜKARSLAN / İstanbul Medipol Üniversitesi

Prof. Dr. Ayhan TAŞTEKİN / İstanbul Medipol Üniversitesi

Prof. Dr. Burhanettin Aykut ARIKAN / Türk Alman Üniversitesi

Prof. Dr. Cem Sefa SÜTCÜ / Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Edibe SÖZEN / Maltepe Üniversitesi

Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN / Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Prof. Dr. Güzin ILICAK AYDINALP / İstanbul Gelişim Üniversitesi

Prof. Dr. Hasan Hüseyin EKER / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Prof. Dr. Hür Mahmut YÜCER / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Prof. Dr. İlhan İLKILIÇ / Türk Alman Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK / Manas Üniversitesi (Kırgızistan)

Prof. Dr. Murat ÖZGEN / İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa ÖZTÜRK / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Prof. Dr. Nail YILMAZ / Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR / Üsküdar Üniversitesi

Prof. Dr. Selçuk HÜNERLİ / İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa

Prof. Dr. Suat GEZGİN / Yeditepe Üniversitesi

Doç. Dr. Ali Murat KIRIK / Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Lütfiye SÖĞÜTLÜ / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Doç. Dr. Nevzat ÖZEL / Ankara Üniversitesi

Doç. Dr. Pelin VARDARLIER / İstanbul Medipol Üniversitesi

Doç. Dr. Sibel AKOVA / Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Şerafettin EKİCİ / Medeniyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ömer ÇELİK / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

Dr.Öğr. Üyesi Ümmügülüm AYSAN / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

TAKDİM

Kıymetli Dostlar,

Yirmi birinci yüzyılın başlarına tarihlenen yaşadığımız dönem, dünya tarihindeki diğer tüm dönemlerden, dijitalleşmenin kazandığı maksimum hız yönüyle ayrılmaktadır. Dijital teknoloji ile yeni medyanın dünyadaki sosyo-ekonomik ve psikolojik etkilerine, bugün hep birlikte şahit olmaktadır. Günümüz toplumunda orta yaş ve üzeri bireylerin dijital hızı yakalayabilmek adına yoğun gayret yaşadıklarını, gençlerimiz ve çocuklarımızın ise dijital çağın içerisine doğmaları sebebiyle teknolojinin hızına çok çabuk uyum sağladıklarını görmekteyiz.

Teknoloji çağının hayatımıza getirdiği yenilik ve farklılıkları anlayalım ya da anlamayalım; bu değişimi süratle kabul eden çocuk ve gençlerimizin, tümüyle vakıf olunması neredeyse imkânsız olan bu yeni alanda savunmasız kaldıkları gerçeğini göz ardı edemeyiz. Aydınlık geleceğimizin teminatı olan çocuk ve gençlerimizin dijital alanda neler yaşadıklarını anlayabilmek, nelerle karşılaşabileceklerini belirlemek ve onları bu tehlikelere karşı korumak ise toplumsal sorumluluklarımızın başında gelmektedir.

Çocuk ve Yeni Medya Sempozyumu, bu sorumluluğun getirdiği dinamikle Beykoz Belediyesi ve HAKEDER Derneği öncülüğünde, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Türk Alman Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve TRT Çocuk iş birliği ile 28 Mayıs 2022 tarihinde düzenlendi. Dijital medyada çocuk güvenliğinin sağlanması, çocuklarımız için dijital içerik üretimi, dijital ebeveynlik, çocuklarda dijital bağımlılık ve sosyal koruma sistemi içerisinde dijitalleşmenin sağlanması vb. konuların işlendiği sempozyum, her biri alanında uzman değerli akademisyenlerimizin katılımlarıyla gerçekleştirildi. **Çocuk ve Yeni Medya Çalıştayı** ise sempozyumumuzda gündeme getirilen maddelerin öneminden hareketle 22 Haziran 2022'de Türk Alman Üniversitesinde yapıldı. Değerli paydaşlarımızın katılımlarıyla düzenlenen çalıştaya akademisyenler, hukukçular, psikologlar, sosyal çalışmacılar ve TRT Çocuk Koordinatörlüğü çalışanları olmak üzere alanında yetkin isimler katıldı.

Yoğun bir emeğin ürünü olan sempozyumun ve akabinde düzenlenen çalıştayı, toplumun temel dinamiği olan çocuklarımızın, dijitalleşmenin zararlarından korunarak daha emin bir geleceğe adım atmalarına vesile olacağına yürekten inanıyorum. Çocuk ve Yeni Medya Sempozyumu ve Çalıştaya katkı sunan değerli fikir insanlarına, bu kıymetli organizasyonda emeği geçen paydaşlarımız ve dostlarımız başta olmak üzere tüm katılımcılara gönülden teşekkür ediyor, çocuklarımızın daima güvende olduğu mutlu yarınlar diliyorum.

Murat Aydın
Beykoz Belediye Başkanı

SUNUŞ

Değerli Okuyucular,

Dünya bulunduğumuz dönemde baş döndürücü bir hızla değişim ve gelişim göstermektedir. Bu nedenle bilişim ve iletişim teknolojilerinde çok hızlı dönüşüm yaşanmakta ve bu durum bilgiye erişim ve ulaşımın sınırlarını kaldırmaktadır. Böylece insanlık, dezenformasyona çok daha açık hale gelmektedir. Yine Endüstri 4.0 diye tabir edilen günümüz koşullarında gelişme gösteren nesnelerin ve hizmetlerin internet, yapay zekâ, siber-fiziksel sistemler, bulut bilişim ve büyük veri gibi dijital veri teknolojilerinin uygulanması yoluyla yetişkinlerin ve çocukların verileri farkında olunmadan kaydedilmekte ve bilinmedik şekilde analizlere maruz tutulmaktadır.

Yeni medya ile bireyin enformasyon kanalları, enformasyonun içeriği üzerindeki kontrolü ve üretkenliği sayesinde birbirinden farklı ve etkileşimli ortamlar oluşmuştur. Paul Virillo bu durum için, “Tarihin sonu değil; iletişim teknolojilerinin hızı nedeniyle, coğrafyanın sonu” der ve bireyleri fiziksel ya da zamansal uzaklıkların artık ayırmadığını söyler. Harvey ise yaşanan dönemi zaman ve mekân sıkışması olgusu ile vurgularken; Castells, ağ toplumu ve Ritzer, akışkanlığın tam da kendisi olarak ifadelendirmektedir.

Son dönemde tüm dünyada yaşanan pandemi süreci, dijital değişim ve dönüşümün hayatımızdaki sosyo-kültürel ve sosyo-psikolojik yerini önemli ölçüde ve derinden etkilemiştir. Eğitimde online derslere geçilmiş, medya vatandaş gazeteciliğine dönüşmüş, kültürel ve sosyal hayatta sosyal medya etkinlikleri hızla artmış ve ticarete de dijital hakimiyet kendini göstermiştir. Aynı zamanda fırsat ve iş alanları da çok çeşitlenmiştir. Her değişim ve yeniliğin kaçınılmaz bir biçimde fırsat ya da alternatif maliyetleri söz konusu olmaktadır. Bu nedenle bahsi geçen gelişmelerin ürettiği risk alanları yine tüm insanlığı tehdit eden unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır. Dijital ya da sanal dünyada insanların kendisini güvende hissedebilmesi için yeni hukuki düzenlemelere ihtiyaç her geçen zaman daha da artmaktadır.

Biz, bu yeni dönemin değişim ve dönüşümüne nasıl adapte oluruz? Aynı zamanda anlamlı ve bütünsel bir şekilde nasıl programlarız? Bütün dinamiklerin akılcı ve doğru bir biçimde bu sürece uyumlanabilmesini nasıl sağlarız? En önemlisi ise geleceğimizin emanetçileri çocuklarımızı risk ve fayda değerlendirmesiyle bu sürece nasıl hazırlarız? Bu soruların cevaplarını en doğru şekilde verebilmek adına sempozyum, kongre, çalıştay ve benzeri bilimsel etkinlikleri çok önemli görmekteyiz. Neler yapılacağının tekrar tekrar düşünülüp tartışılması aciliyet gerektirmektedir. Bu nedenle teknolojinin sadece nesnesi değil öznesi olabilmek

adına öncelikle **Çocuk ve Yeni Medya Sempozyumu**'nu, daha sonra ise sempozyumda çıkan konuları daha iyi analiz edip uygulayıcılara yol haritası sunabilmek amacıyla **Çocuk ve Yeni Medya Çalıştayı**'nı gerçekleştirdik.

Bu süreçte iş birliği ve ev sahipliğiyle en büyük desteği gördüğümüz Beykoz Belediyesine ve Çalıştayımızda ev sahipliğini üstlenen diğer destekçimiz Türk Alman Üniversitesine çok teşekkür ederiz. Ayrıca Marmara Üniversitesine ve ülkemizin çocuk medyası alanında en büyük uygulayıcısı TRT Çocuk yöneticilerine de bizim için çok değerli olan katkılarından dolayı memnuniyetimizi ifade etmek isteriz. Bu projemizin bütün aşamalarında fikren ve fiilen içinde olan bizden desteklerini esirgemeyen Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığına en büyük şükranlarımızı sunarız.

Diğer yandan sempozyum ve çalıştayımızda çeşitli görevler alan bütün akademisyenlerimize, uygulayıcılarımıza, hukukçularımıza, sivil toplum temsilcilerine, HAKEDER yönetim kurulundaki arkadaşlarımıza ve katkı sunan tüm dostlarımıza tek tek minnetlerimizi ifade etmek isteriz.

Teknolojinin hükmetmediği, dijital teknolojinin altında insanlığımızın ve çocuklarımızın ezilmediği, yeni medyadan amaç ve hedeflerimize uygun olarak faydalandığımız bir dünya dileği ile...

Muhabbet ve sağlıklılıkla...

Leman Yenigün

HAKADER (Uluslararası Hakların Korunması ve Eğitim Derneği) Başkanı

İÇİNDEKİLER

ÇOCUK VE YENİ MEDYA SEMPOZYUM BİLDİRİLERİ

1.OTURUM

Medya Çocuğu ya da Çocuk Medyası.....	19
Ali BÜYÜKASLAN	
Çocuklarımızın Geleceğinde Metavers'in Yeri.....	23
Burhanettin Aykut ARIKAN	
Mahremiyet, Dijital Güvenlik ve Çocuk.....	35
Levent ERASLAN	
Dijital Oyun Tasarımının Önemi ve Çocuklarımız	45
Nazife GÜNGÖR	
Sosyal Hizmet, Çocuk Politikaları ve Yeni Medya	55
Ali Fuat KARAMAN	

2.OTURUM

Çocuk ve Yeni Medya.....	65
Edibe SÖZEN	
Yeni Medya ve Tüketim Kültürü Bağlamında Çocuk.....	67
Filiz AYDOĞAN BOSCHELE	
Dijital Medya, Hukuk ve Çocuk.....	75
Mesut Serdar ÇEKİN	
Çevrimiçi Zorbalığa Direnmek: “Zorbalığı Engelle” Kampanyasının Sosyolojik Çözümlemesi	83
Fatmanur ALTUN	

3.OTURUM

Medya Okuryazarlığının Önemi.....	97
Nail YILMAZ	
Ebeveyn ve Çocuk Açısından Medya Okuryazarlığı.....	99
Nilüfer SEZER	
Dijital Dünyada Eğitim: Eğitimde Yeni Fırsatlar ve Riskler.....	129
Abdurrahman ŞAHİN	
Çizgi Romandan Çizgi Filme Çocuklar İçin İçerik Üretimi.....	139
Mustafa Bora DURMUŞOĞLU	
Yeni Medyada Çocuk Olmak: Psikolojik Bir Yaklaşım.....	145
Ekmel GEÇER	

4.OTURUM

Dijital Evrende Çocuklar İçin İçerik Üretimi ve Geleceğin Meslekleri.....	157
Şebnem ÖZDEMİR	
Human And Digital Learning: Risks And Challenges.....	169
Valentin RAUER	
İnternet Bağımlılığı ve Çocukların Duygu Durumları.....	171
Alev ÜSTÜNDAĞ	
Değerlerimiz ve Sosyal Medya.....	179
Erol ERDOĞAN	

ÇOCUK VE YENİ MEDYA ÇALIŞTAY RAPORU

Çalıştay Bilim Kurulu.....	192
Giriş.....	193
Moderatörler.....	195
Katılımcılar.....	196
Çalıştayın Yapısı.....	198
Amaç.....	200
Hedefler.....	201

Çalışma Konuları

1. Dijital Medyada Çocuk Güvenliği.....	203
2. Çocuk Yararına Dijital İçerik Üretimi.....	207
3. Çocuk ve Dijital Medya Bağımlılığı.....	209
4. Dijital Ebeveynlik.....	211
5. Dijital Sosyal Koruma Sistemi.....	213
6. Manifesto.....	215



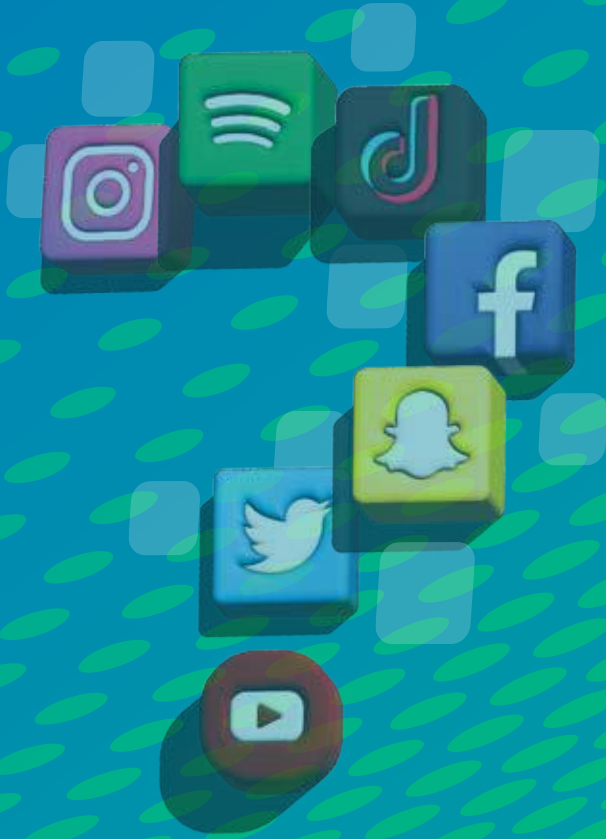
ÇOCUK ve YENİ MEDYA

SEMPOZYUM BİLDİRİLERİ





ÇOCUK ve YENİ MEDYA SEMPOZYUMU



01. Oturum

Oturum Başkanı

Prof. Dr. Ali BÜYÜKASLAN

İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı

Medya çocuğu ya da ocuk Medyası

Ali BÜYÜKASLAN¹

Yeni medya mecralarının her türlü içeriği oluşturmada ve paylaşıma sunmada geleneksel medya mecralarının çok ötesinde önem ve etkiye sahip olduğu aşıkârdır. Bu etkinin dünden bugüne değişim ve gelişim ivmesi her geçen gün daha da artmakta; hemen her türden tüketim kanalları üzerinden gerçekleştirilen bu etki kendini günden güne daha çok ve farklı şekillerde hissettirmekte; bu mecralar çocukluktan gençliğe, gençlikten yaşlılığa giden tüm süreçlerde medya tüketicileri için adetâ vazgeçilmez hale gelmektedir.

Sözlü ve yazılı kültürün, görsel kültürün etkisine girdiği; görsel kültürün yeni medya mecralarının hemen tamamında kendini derinden hissettirdiği günümüzde, görsel kültür içeriklerinin insanın öğrenme ve bilgi edinme süreçlerinde bilişsel ve duyuşsal her türlü sezgi, anlama ve yorumlama yetilerini şekillendirmesi de bugün hayatımızın neredeyse vazgeçilmezleri arasına giren bilişim teknolojisi temelli araç gereçler vasıtasıyla gerçekleşmektedir.

¹ Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı, ocuk ve Yeni Medya Sempozyumu 1. Oturum Başkanı

Medyanın sadece bir haber aktarma, bilgi aktarma, iletişim kanalı oluşturma, içerik üretme etkinliği görevlerinin dışında başka araçlar ve amaçlarının olduğu; bu amaçların kimi zaman hedeflenenin ötesinde sonuçlar doğurduğu; yapay zekâ ve bulut teknolojileriyle ulaşılan bilişim temelli değişimlerin insan hayatının hemen her safhasında etkili ve sonuç alıcı değişikliklerin de habercisi olduğu yaşadığımız süreçte gözle görülür hale gelmiştir. Hayatın hemen her alanını kuşatan bilişim teknolojilerinin sadece yapay zekâ ve robotik teknoloji ya da bulut teknolojilerini oluşturmadığı; metavers ile de insanın klonlanmış bir hayatın içerisinde kendisine yer edinmesini sağlayacak yeni yaşam simülasyonlarına da kaynaklık ettiğini; bunlarla birlikte yeni medya aracılığıyla oluşturduğu kanal ve ürettiği içeriklerle bizzat insanın kendi doğasını da kendine bağımlı hale getirdiği bugün çok daha iyi görülmekte ve anlaşılmaktadır.

Mobil hayatın bazı etkili ve egemen içerik üreticileri, insanların her yaşta kendi doğasına ait kimi özelliklerini göz ardı ederek; insana özgü kimi halleri inanç ve kültürel değer farklarını her zaman aynı hassasiyette gözetmeksizin ve çoğu zaman da arzu edilen özeni göstermeksizin, kendini karar verici yerine koyarak simülasyon dünyasının tanrısı gibi hareket etmektedirler.

Kazanç ve çıkar temelli bir yönlendirme ve müdahaleyi her türlü algoritmayı da bilinçli bir şekilde kullanarak kâh eğitim öğretim kâh satış pazarlama ya da strateji ve yarar sağlama, içerik ve bilgi sunma şeklinde, hesap verebilir ve sorgulanabilir olmaktan uzak ve buna yanaşmakta da tereddüt eden; kendi etik ilkelerini olmazsa olmaz bir ön koşul olarak sunan kimi yeni medya mecraları internetin ilk yıllarında “özgürlük ortamı” ya da “özgür ortam” olarak tanımlanan anlayışı; tek taraflı ve yönetilebilir bir özgürlük ve algı mecrası olarak da kullanabilme anlayışını ortaya koymaya başlamışlardır.

Günümüzde oldukça geniş ve kuşatıcı medya kanallarının etkisi altında bulunan ve köklü bir tarihi geçmişe sahip ülkeler aile, çocuk, toplum, geleneksel inanç ve kültürel değerlerin muhafazası açısından medyanın bu kuşatıcı etkisini hem olumlu anlamda başarıya dönüştürmede hem de arzu edilmeyen kimi sonuçlarından çocuğu, aileyi, insanı, toplumu, inanç ve kültürel değerlerini korumak için dikkatli davranmak ve kendi medya kanallarını ve içeriklerini oluşturmak durumundadır.

Bütün bunların yanı sıra evrensel bir ağ kuşatmasının önlenemez etkisi kendini hissettirmekte ve internet kullanım istatistiklerine de yansımaktadır (2021’in ilk yarısında tüm internet trafiğinin %64’ü otomatik trafikti. %39’u kötü botlardan; %25’i ise iyi botlardan gelmektedir. Geriye kalan %36’sını insanların oluşturduğu görülmektedir. Bkz. websiterating.com/tr).

Çocuğun, geleceğin şekillenmesinde bugünden özenli bir ayrıcalıkla kendi inanç ve kültürel değerlerinden soyutlanmaksızın, bireysel ve toplumsal gelişimin temel niteliklerini ve kendi bireysel gelişimini sağlıklı bir şekilde sürdürecektir. Geleceğin bugünden oluşturulması çocuğu medya mecralarının sadece olumsuz etkilerinden korumaya çalışarak değil bilakis onu yine medya mecralarını kendi inanç ve kültürel değerleri ve kimlik özellikleriyle buluşturarak kanalları ve içerikleri üreterek; bu kanalları çocukla, aileyle, toplumla buluşturarak gerçekleştirecektir. Bugünden yarına günün dilini ve söylemini günün iletişim kanallarıyla buluşturarak bireysel ve toplumsal gelişimini gerçekleştirecek olanlar bugünden yarına geleceği özenle şekillendirecek olanlardır.

Çocuklarımızın Geleceğinde Metavers'in Yeri

Burhanettin Aykut ARIKAN¹

ÖZET

Dijital teknolojilerin olağanüstü ivmelenmesinin yanı sıra insanlığın, “bilgi veya ağ toplumu” başlığı altında yeni sosyolojik yapılar ortaya koyduğu günümüzde, bu teknolojilerin öğrenen sistemler üzerinden, kendi hakikat tasarımlarını ortaya koyduklarına şahit oluyoruz. Günümüzde artık bazı haberleri yapay zekâ sistemleri yazıyor, yine bazı yapay zekâ sistemleri de uzmanların dahi ayırımına varamayacağı şekilde sanatçıları taklit edebiliyorlar.

Metavers olarak da bilinen yeni medya ortamı ise bu teknolojik dönüşümün ve yapay hakikat inşasının temerküz ettiği bir “sahte cennet” olarak karşımıza çıkıyor. Bu ortam, bir yandan kendi kuralları içinde başta fizik kanunları olmak üzere, insanlığın temel algılarını yeniden tanımlarken, diğer yandan da bu ortamda, özellikle verilerin etkileşimine dayalı olarak kendilerini sürekli yeniden tanımlayabilen Web 3.0 algoritmalarıyla, mevcut gerçekliğin algısal ve mekânsal yönden yeniden inşa edildiğine tanık oluyoruz.

¹ Prof. Dr., Türk-Alman Üniversitesi Kültür ve İletişim Bilimleri Bölümü Başkanı, aykut.arikan@tau.edu.tr, ORCID:0000-0002-9629-8387

Hakikat Sonrası (post truth) kavramıyla da açıklanabilecek bu algoritmik tasarım bir yandan öğrenme ve iş süreçlerimiz etkinliğinin ve başarısının artmasına yol açarken, diğer yandan da özellikle sarmal (immersive) yapısı gereği, dezenformasyon, yankı odası (echo chamber), teyit önyargısı (confirmation bias), güdülenmiş muhakeme (motivated reasoning) ve dijital bağımlılık gibi sosyal medyanın bütün olumsuz etkilerini de beraberinde taşıyor. Bu bakımdan, her yeni kitle iletişim ortamı gibi, Metaverse de bu olumlu ve olumsuz yönleri itibarıyla tartışılmak zorundadır.

Bu bildirinin amacı, bu yeni ortamın özellikle müspet ve menfi etkilerine doğru- dan veya dolaylı olarak maruz kalabilecek çocuklarımızın bundan nasıl etkile- nebileceklerini açıklamak, ancak bunun da ötesinde, özellikle çocuklarımız için sürdürülebilir bir gelecek tasarımı ortaya koyabilmek için bu yeni medya orta- mından nasıl yararlanabileceğimize dair bazı öngörülerini de tartışmaktır.

Anahtar Kelimeler: Metavers, Sosyal Medya, Dezenformasyon, Algoritmik Manipülasyon, Yapay Zekâ

GİRİŞ

“The Next Rembrandt” başlıklı bir proje çerçevesinde, 2016 yılında Rembrandt resimleri taranarak bir Yapay Zekâ algoritmasıyla işlenir. Algoritma, Rembrandt’ın resimlerini analiz ederek ve onu taklit etmeyi öğrenerek, Şekil 1’deki tabloyu çizer. Sonuçta, Rembrandt Uzmanları dahi -arada bir fark bulamadıkları için- bu tablonun orijinal bir Rembrandt tablosu olduğunu söylüyorlar. (Volland, 2018)



Şekil 1.Yapay zekâ tarafından çizilen Rembrandt tablosu (<https://www.nextrembrandt.com>)

Günümüzde artık bu türden gelişmeler bizi daha az şaşırtıyor. Zira yapay zekâ ve algoritmalar bizi yepyeni boyutlara taşıyarak, her gün yeni inovasyonlar ve gelişmeleri ortaya koyuyorlar. Bunlardan biri de Metavers konusu. Bu konu, hem çok yeni ve çok popüler olduğu hem de tam da bu nedenle arkasındaki sosyal ve teknolojik boyutlar tam olarak anlaşılmadığı için doğru ele alınması gereken konulardan biri olarak karşımıza çıkıyor.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Metaverse’in tanımıyla uzun uzadıya zaman kaybetmenin yararsızlığının bilin- ciyle, burada yeni bir tanım denemesine girişmek de işlevsizdir. Zira Metavers için çok fazla tanım yapmak mümkündür. Dahası Metavers’in tanımı, konuya nereden baktığınıza bağlı olarak değişkenlik gösterebiliyor. Diğer bir yandan da Metavers konusundaki her tanım denemesi eksik kalacaktır, zira konu hem yeni ve sürekli geliyor hem de yapısı gereği konuya sürekli yeni bir şeyler dâhil oluyor. Bu nedenle de Vikipedi’den alıntılanan şu pratik tanımla, konuya prag- matik bir tanım getirmek yararlı olacaktır:

“Metaverse veya Türkçe tabiriyle sanal evren, geleneksel kişisel bilgisayarların yanı sıra sanal ve artırılmış gerçeklik cihazları aracılığıyla kalıcı çevrimiçi 3 boyutlu sanal ortamları destekleyen, Internet’in varsayımsal bir yinelemesidir. Aynı zamanda evren ötesi ya da öte evren olarak da adlandırılan Metaverse, bilgisayarlar, android cihazlar, VR lensler ve çeşitli 3D kullanıcı ara yüzleri sayesinde içinde bulunulan zaman ve mekân boyutundan uzaklaşılarak, fiziksel olarak içinde bulunulan evrenin ötesine geçme potansiyeli olarak da tanımlanmaktadır. Meta-verse’i iletişim perspektifinden yeni bir gerçeklik, anlam dünyası ve iş birliği fırsatları sunan; kültürel, entelektüel ve ekonomik üretim için alt yapı ve etkileşim olanakları tanıyan; farklı gelişmiş teknolojilerin eş zamanlı ve entegre bir biçimde kullanıldığı; siber toplumsal bir düzlem şeklinde de tanımlamak mümkündür.”

Ancak bunların da ötesinde, ne yazık ki Metavers konusunda, “Doğru Zannettiğimiz Yanlışlar” ve “Bilmediğimiz Doğrular” mevcut. Bu çerçeveden olarak, bu yanlışlara ve doğrulara işaret etmek maksadıyla, konunun kavramsal çerçevesini temel bazı kavram ve terimler üzerinden çizmek gerekir.

NFT ve Sanal Emlak

Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN tarafından Türkçe karşı- lığı “**Nitelikli Fikrî Tapu**” olarak duyurulan NFT teriminin İngilizce açılımı Non-fungible Token (Gayri-misli Varlık) şeklindedir ve “dağıtık cüzdan biçi- mindeki bir blok zincirinde depolanan dijital verilerden oluşan bir finansal

menkul kıymet” (Vikipedi) anlamına gelmektedir. Kavramın Türkçe karşılığında yer alan “gayrı-misli” terimine bu noktada dikkat çekmek gerekir. Misli terimi, İslam Ansiklopedisi’ndeki tanımına göre, “aynı türe ait olup fiyatı etkileyecek bir fark olmadan birbirinin yerine geçebilen mallar” (Hacak, 2020) anlamını taşır. Gayrı-misli, yani misli olmayanın karşılığı olan kıymet terimi ise yine İslam Ansiklopedisi’ne göre, “yerini aynı cinsten bir diğeri alamayacak kadar farklı olan ve bundan dolayı da alışverişlerde ferden tayin edilmesi gereken eşya, misli olmayan eşya” (Gözübenli, 2002) anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, Nitelikli Fikri Tapular da “yerini aynı cinsten bir diğeri alamayacak kadar farklı olan ve bundan dolayı da alışverişlerde ferden tayin edilmesi gereken” finansal menkul kıymetlerdir.

NFT konusundaki bu temel kavramsal analizden sonra diğer bir kavramsal soruna da değinmek gerekir: NFT’lerle Metavers üzerinden yapılan sanal emlak ticareti. Nitelikli Fikri Tapularla sanal emlak ticareti ve yatırımı elbette mümkündür. Ancak, buradaki yatırım konusu gayrimenkul yatırımcılığından çok farklıdır. Zira gayrimenkul, adı üzerinde, taşınmaz demektir; yani İstanbul Boğazi’nden bir yalı aldığınızda, bu resmi tapusuyla belgeli, maddi bir taşınmazdır. Bu taşınmazın değerini belirleyen unsurlar, konumu, manzarası, tarihi, mimari stili vb. somut özellikleridir. Taşınmaz bir iş yeriye, buna konumunun getirdiği prestij, insan trafiği, ulaşım imkânları veya kolaylıkları da eklenir. Buna karşın, Metavers’teki sanal emlakta ise taşınmazlık söz konusu değildir. Elinizdeki NFT tapu; menkul, yani taşınır bir değerdir ve somut da değil, soyut ve sanaldır. Dahası, bu taşınırın değerini belirleyen unsurlar, bir taşınmazınkiyle aynı veya benzer bile değildir.

İstanbul, coğrafi konumu belli olan ve «Bimislicihan» olarak bilinen, yani Dünya’da eş-benzeri olmayan bir yerdir. Metavers’te İstanbul Boğazi’nden yer satıldığında, bu satış sanal bir evrende, bir işletme tarafından yapılmaktadır. Yani satın aldığınız NFT tapusu, işletmenin kendi kurduğu Metavers’teki sanal bir yere aittir. Dahası, başka bir işletme de kendi İstanbul Boğazi’ni kurduğunda, buna kim engel olacak?

Öyleyse, NFT tapular değersiz midir? Hayır, elbette değildir; ancak bunların değerlerini belirleyen unsurlar, taşınmazların değerlerini belirleyen unsurlardan çok daha farklıdır. Konum, manzara, tarih, ulaşım gibi taşınmazlar için geçerli olan konvansiyonel unsurlar, Metavers’te ne yazık ki hiçbir öneme sahip değildirler. Marka değeri, bilinirlik, algı, insan trafiği, tasarım işlevselliği ve estetiği gibi unsurlar bu taşınırın Metavers’teki değerini belirleyen unsurlar olacaktır.

Metavers’in Metafizizi

Metavers’in metafizik boyutları konusunda, çoğu temelsiz iddia ve komplo teorilerinden öteye geçemeyen bir dizi hurafe mevcuttur. Ancak bu konuda ciddi bir şekilde elde tutulur açıklamayı, bu satırların yazarının da misafir olarak katıldığı bir canlı yayında, Prof. Dr. Mustafa KARATAŞ getirmiştir (Karataş, 2022):

“Verse, İngilizcede ayet demek... Meta, ötesi demek bir defa, Verse de ayet demek... Delilin, gerçeğin ötesi, gerçek-ötesi bu... Ayet gerçektir, delildir. Gerçeğin ötesi bu. Gerçekten de öte bir şey... Bir gerçek var, bir de gerçekten de öte bir şey var.”

Prof. Dr. Mustafa KARATAŞ Hoca’nın bu somut açıklamalarının ışığında, aslında bu sözde ayet-ötesilik bağlamında, Lee McIntyre’in “**hakikat sonrası**” kavramıyla da açıklanabilecek bir gerçek-ötesilik kurgusuyla karşılaşyoruz. McIntyre’in Oxford sözlüklerinden yapığı alıntıya göre, hakikat sonrası “*nesnel gerçeklerin, kamuoyunun şekillenmesine, duygulara ve kişisel inançlara hitap edilmesi kadar etkili olmamasıyla ilişkili ya da buna delalet eden durumlar*” (McIntyre, 2019) anlamını taşır. Metavers’te de olan şey tam anlamıyla bu. Algoritmaların tasarımı olduğu gerçek-ötesi bir evrende, algoritmik bir gerçeklik inşa ediliyor ve bu algoritmik gerçeklikte de duygularımız ve kişisel inançlarımız manipüle ediliyor. Zira bu gerçek-ötesi metafizik evrende fizik kuralları da yok sayılabiliyor: sanal ısınma yapılabilir, burada kullanılan suretlerin (avatarlar) insan şeklinde olması bile gerekmiyor, vs. Larry Weber (2009) sosyal medyayı “**Pandemonium**” kavramı üzerinden bütün şeytanların bir araya toplandığı bir “mahşer yerine” benzetir. Bu açıklamalar da bizi ne yazık ki, metafizik açıdan Metavers’te sahte cennetlerin de inşa edilebileceği hakikatine götürüyor.

Gerçeklik

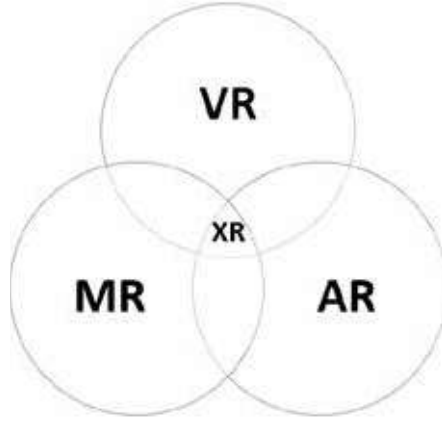
Metavers konusunda doğru bilinen yanlışlardan diğeri de bu platformun altyapısında sadece Sanal Gerçeklik, **VR** teknolojisinin bulunduğu yanılgısıdır. Elbette, sanal gerçeklik de Metavers’in temel bileşenlerinden birisidir, ancak *sadece* birisidir. Bu noktada özellikle Manuel Castells’in konuya getirdiği, “**sanal gerçeklik**” (virtual reality) mi, yoksa “**gerçek sanallık**” (real virtuality) mı?” tartışmasını da vurgulamak isterim. Castells, sanal gerçekliğin sanal bir tür gerçeklik kurgusu olduğuna, ancak gerçek sanallığın ise gerçek olarak algılanan bir sanallık olduğuna işaret eder. Yani sanal gerçeklik nihayetinde sanal ve kurgusal bir olgudur, gerçek sanallık ise kendi gerçeğini üreten bir sanallıktır.

Sanal gerçekliğin yanı sıra Metavers’in diğer teknolojik yapı taşları ise **AR** (Augmented Reality) = Arttırılmış Gerçeklik, **MR** (Mixed Reality) = Karma Gerçeklik’tir. Dahası bu üç teknoloji türünün bileşkesi şeklinde de anlaşılacak bir üst teknoloji türü olan **XR** (Extended Reality) = Genişletilmiş Gerçeklik

ise aslında Metavers platformunun temelinde yatan teknolojidir. Bu durumda, XR teknolojisini tanımlamak için, Şekil 2’de de ifadesini bulan şu formülü elde ederiz:

$$XR = VR \cap AR \cap MR$$

XR Teknolojisi bize açık bir şekilde, Algoritmik Enformasyon Tasarımı konusunda duyulan ihtiyacı da göstermektedir.



Şekil 2. $XR = VR \cap AR \cap MR$

Araişlerlik

Artık sabit olduğu üzere, Metavers terimi, Meta (ötesi) + Universe (evren) kelimelerinden türetilmiş sentetik bir terimdir. Bu terimin, Evren Ötesi veya Evrenlerin Ötesi hatta Üst Evren gibi anlamları vardır. Yani kısacası bu kavramın, tüm sanal evrenlerin bir arada çalıştığı bir üst evren niteliği vardır. Bu bakış açısıyla araişlerlik, tüm sanal evrenlerin bir arada çalışmasını sağlayan kavramdır. Bu sanal evrenler, araişlerlik fonksiyonları veya teknolojileri üzerinden birbirlerine bağlanarak üst evreni, yani Metavers’i oluşturmaktadır.

Web 3.0

Bu noktada, tüm bu algoritmik evreni oluşturan temel algoritma olan Web 3.0 Algoritması veya diğer adıyla Semantik Web Algoritmasından da bahsetmek gerekir. Nedir bu Web 3.0? Web’in mucidi Tim Berners-Lee’ye göre, Web 1.0, “Dokümanların İnterneti” idi. Web 2.0, “Enformasyonun İnterneti” oldu. Yani bizim girdiğimiz ve ürettiğimiz enformasyonlarla kurulu, devasa bir ağ. Web 3.0 ise “Verilerin İnterneti,” dolayısıyla da bu verileri işleyecek, yapılandıracak, anlamlandıracak Algoritmaların İnterneti olacak. “Peki bu neden bu kadar önemli?” diye sorduğumuzda, bu algoritmaların tamamlayıcısı olan öğrenen sistemler veya yapay zekâ devreye giriyor: Web 3.0 size aradığınız bilgiyi, siz

daha aramadan getirebilecek. Bu ilk bakışta çok güzel bir şey, ama bu konu şayet devletler tarafından kontrol altına alınmazsa, Metavers de sosyal medya gibi, süratle demokrasiler için büyük bir tehlike haline gelecektir. Zira Web 3.0 algoritmalarıyla, mevcut gerçekliğin algısal ve mekânsal yönden anlık yeniden inşası söz konusu olacaktır.

Yapay Zekâ

Yapay Zekâ, temelde “Güçlü” ve “Zayıf Yapay Zekâ” şeklinde iki sınıfta ele alınıyor. Güçlü Yapay Zekâ henüz teorik bir konu, yani dünyada henüz uygulaması yok. Dünyada var olan tüm Yapay Zekâ uygulamaları Zayıf Yapay Zekâ aslında (Nida-Rümelin & Weidenfeld 2018).

Güçlü Yapay Zekâ, yapay olmayan beşerî zekâ ile aynı olan yapay zekâ türüdür denebilir. Bu da kendi içinde ikiye ayrılıyor:

- **Alfa Zekâ:** İnsan gibi, kendi başına düşünen, hareket eden, karar veren yapay zekâ türü;
- **Beta Zekâ:** İnsanî düşünme süreçlerini taklit eden yapay zekâ türü.

Zayıf Yapay Zekâ ise, insanî karar alma süreçlerini taklit eden akıllı sistemler olarak düşünülebilir. “Zayıf Yapay Zekâ, prensip olarak, tüm insan düşünce, algı ve karar verme süreçlerinin uygun yazılım sistemleri tarafından simüle edilebileceğini varsayar” (Nida-Rümelin & Weidenfeld 2018).

Dezenformasyon

Dezenformasyon konusu, Metavers konusunda en fazla baş ağrıtabilecek konu gibi duruyor. Zira Metavers’te dezenformasyonun etkisi çok daha yüksek olacak: Deepfake vb. sentetik medya uygulamalarının yaratacağı **Hakikat Ötesi** (Post-Truth) etkisi bir yandan, **Sarmal Habercilik** (Immersive Journalism) gibi uygulamalarla çok sert bir şekilde Metavers’te yerini alacak olan dezenformasyon olgusu, yakın gelecekte ciddi sorunlara yol açacak ne yazık ki. Bu noktada, eski bir CIA Analisti ve Facebook çalışanı olan Yael EISENSTAT’ın TED Videoları arasında yer alan konuşmasındaki, «*Sosyal medyadaki dezenformasyon, demokrasi için açık bir tehdittir!*» (2020) vurgusuna da dikkat çekmek gerekir.

Sosyal medya ve Metavers’teki dezenformasyon olgusu bize yeni bir ihtiyacı da gösteriyor bu bağlamda: **Teyit Algoritmaları**. Artık kamu, üniversite ve meslek kuruluşlarının Teyit Algoritmaları üretmek için acilen bir araya gelmesi gerekiyor.

Dezenformasyon konusu sadece teknolojik bir konu da değil üstelik. İşin bir de sosyal psikoloji yönü var. Bu noktada şu dört temel olgu, sosyal medyada dezenformasyonu adeta kışkırtıyor:

- **Teyit Önyargısı** (Confirmation Bias): «Kişilerin kendi inançlarını, düşüncelerini ve varsayımlarını destekleyen ya da teyit eden bilgileri kayırma, dikkate alma ve öne çıkarma eğilimi.» (Vikipedi).
- **Güdülenmiş Muhakeme** (Motivated Reasoning): «Duygusal önyargıların, kanıtların doğru bir yansımasından ziyade arzu edilirliliklerine dayanan gerekçelere veya kararlara yol açtığı bir olgu.» (Vikipedi).
- **Homofil Ağ** (Homophile Network): «Bireylerin kendilerine benzeyenlerle kurduğu ağ.» (Vikipedi).
- **Yankı Odası** (Echo Chamber): «Bilgi, fikir veya inançların tanımlı bir sistemde iletişim ve tekrarla güçlendirildiği bir durumun metaforik bir tanımlaması.» (Vikipedi).

Dijital Bağımlılık

Sosyal medyanın bağımlılık yapıcı etkisi bilimsel olarak kanıtlanmış bir olgu: insanların sosyal medyada aldıkları her beğeni yani “like” beyninde **Dopamin** maddesinin salgılanmasına neden oluyor (Burhan & Moradzadeh, 2020). Dopamin bağımlılık yaratan bir vücut salgısı. Sosyal medyada bir süre sonra “Sosyal Medya Mahalleleri” ortaya çıkıyor. Bu konudaki en önemli ihtiyaç ise Metavers’in Dijital Bağımlılık Etkisinin bilimsel olarak araştırılması.

Ancak bunun yanı sıra toplumun kutuplaşmasına aşırı şekilde etki eden bu Sosyal Medya Mahallelerinin önlenmesi konusunda tüm sosyal medya kullanıcılarının, **Sınır Genişletici** (Boundary Spanner) olarak adlandırılan roller konusunda aydınlatılmaları da büyük önem arz ediyor. Kısaca her sosyal medya mahallesindeki bireylerle iletişim kurma yetkinlik ve becerisine sahip bu kişiler, özellikle yankı odalarına hapsolmuş toplumsal grupların tekrar etkinlik kazanaarak toplumsal kutuplaşmanın giderilmesi yardımcı olurlar.

ÇOCUKLARIMIZ METAVERS’TEN NASIL ETKİLENECEK: DURUM TESPİTİ VE TAVSİYELER

Tüm bu kavramların ışığında, çocuklarımızın Metavers’ten nasıl etkileneceği hususunda bazı durum tespitleri ve tavsiyeleri ortaya koymakta fayda vardır.

Metavers’in Gelecekteki Durumu

Metavers’in gelecekteki durumu konusunda özellikle vurgulanması gereken bazı temel öngörüler mevcuttur:

- Metavers çoğu çocuğun hayatında olacak;
- Metavers’teki çocukların tamamının, birer Metavers sureti olacak;
- Bu çocukların çoğu, derslerinin bir kısmını Metavers’te alacak;

- Yine bu çocukların neredeyse hepsi, Metavers’te toplantı yapacak;
- Çocukların bir kısmı ise Metavers üzerinden iş yapacak veya çalışacak.

Ancak bunların da ötesinde vahim olan ve artık devlet güvenliğini dahi tehdit eden iki temel sıkıntı var bu noktada:

- Bu çocukların hepsi Metavers’teki dezenformasyona maruz kalacak;
- Bu çocukların hepsi Metavers’in algoritmik hakikatini deneyimleyecek.

Elbette Metavers’in gelecekteki durumu konusunda bazı tavsiyelerin de altını çizmekte fayda vardır:

- Metavers Okuryazarlığı Eğitimi;
- Metavers Ders Materyali;
- Sınır Genişletici (Boundary Spanner) Farkındalığı;
- Metavers konulu Dijital Ebeveynlik Eğitimi;
- Dezenformasyon Yasasında «Algoritmik Manipülasyonun» yer alması;
- Algoritmik Enformasyon Tasarımı Eğitimi;
- Teyit Algoritmalarını tasarlanması (Kamu/STK/Akademi);
- Dijital Bağımlılık Etkisinin araştırılması.

Metavers ve Z Kuşağı

Çocuklarımızın Metavers’ten nasıl etkilenecekleri hususunda vurgulanması gereken diğer bir konu da demografik bir olgu olan Z Kuşağı olgusunun konumudur. Bu noktada yine bazı tespitlerin altını çizmekte yarar vardır, zira çocuklarımızdan bahsettiğimizde, Z Kuşağı ağırlıklı durumdadır (genel nüfusun 3’te 1):

- Z Kuşağında yer alan çocukların, %65’inin bugün var olmayan meslekleri icra etmesi bekleniyor;
- Bu çocuklar, daha doğdukları andan itibaren, merak ettikleri her şeyin cevabını alabilme becerisine sahipler;
- Z Kuşağı, edilgenliği asla kabul etmiyor;
- Z Kuşağında yer alan çocukların, becerileri çok çeşitli ve birden çok alanda uzmanlaşarak diploma alabiliyorlar (çoklu lisans ve lisansüstü öğretim ve sertifikalar);
- Dahası, diploma Z Kuşağında yer alan çocukların çok da umurlarında olmayacak.

Metavers çağında Z Kuşağı konusunda özellikle Stillman & Stillman’ın “Z Kuşağının Yedi Özelliği” kitabına konu olan şu yedi temel özelliğe ve bunlarla ilgili olarak alınması gereken önlemlere ve tavsiyelere dikkat çekmek gerekir:

Fijital Hayat (Olaylara hem Fizikî hem de Dijital bakış) konusunda Önlem ve Tavsiyeler:

- Webinarlar'a ağırlık verilmesi
- Hibrit Toplantılar düzenlenmesi
- Podcastlar üretilmesi
- Key Influencerlar ile konuların ele alınması

Aşırı Kişiselleştirmecilik konusunda Önlem ve Tavsiyeler:

- Gerçek bireylerin ifadelerinin yansıtılması
- STK İşbirlikleri
- Akademik İşbirlikleri
- Gelecek vaadi sağlamak
- Yankı odalarını yıkmak
- Kanaat önderlerinden 360 derece aynı mesaj

Gerçekçilik Konusunda Önlem ve Tavsiyeler:

- Gerçek problemleri ele almak
- Gerçek çözümler geliştirmek
- Gerçekçi yöntemler uygulamak
- Samimiyet
- Gerçekçi vaatlerde bulunmak.

Biz Ekonomisi (Döngüsel Ekonomi) Konusunda Önlem ve Tavsiyeler:

- Paylaşım ekonomisini hayata geçirmek
- Ferdî mülkiyetin yeni anlamını tanımlamak: "Kolektif Kullanım"
- Kolektif bilinci tanımlamak: "Ben" değil "Biz"
- Topluma katkı imkânları geliştirmek
- Sosyal inovasyonlar üretmek
- Sosyal girişimciliği teşvik etmek

Kaçırma Korkusu Konusunda Önlem ve Tavsiyeler:

- Kariyer Koçluğu sağlamak
- Mentorluk yapmak
- Tersine Mentorluk uygulamak
- Deneyimleme Atölyeleri kurmak

Kendinyapçılık (Dene-Yap / Maker Hareketi) Konusunda

Önlem ve Tavsiyeler:

- Dene-Yap atölyelerinin yaygınlaştırılması
- Teknoparklara, OSB'lere, Fen Liselerine, Endüstri-Meslek Liselerine ve Mühendislik Fakültelerine Dene-Yap Atölyesi kurma zorunluluğu getirilmesi
- FSMH ve Mucit Defteri Eğitimi

Hırs Konusunda Önlem ve Tavsiyeler:

- Değerler Eğitimi vermek
- Diğerkâmlık kavramı konusunda farkındalık sağlamak
- Kolektif bilinç geliştirmek
- Nefis terbiyesi için 'Normatif Rekabet Etiği Eğitimi' sağlamak
- Mentorluk yapmak.

SONUÇ

Sonuç olarak, Metavers konusunda ciddi anlamda fırsatların bulunduğunu vurgulayarak, temelde çocuklarımızın geleceğinde yoğun olarak yer alacak bu olgunun olası tehditlerini de ciddiyetle ele alarak, hepimizin geleceği olan çocuklarımıza daha sağlıklı ve güvenli bir gelecek sağlamak bizlerin görevidir. Metavers yukarıda açıklamaya çalıştığımız kavramsal çerçeve içinde yer alan tüm özellikleriyle bir bütündür ve geleceği bu bütüncüllük içinde etkileyecektir.

Bu bağlamda, karar vericiler, yasa koyucu, uygulamacılar, akademi, sivil toplum ve meslek kuruluşları, kendi görev alanları dâhilinde, bu fırsat ve tehditlerin ele alınmasında işbirliği yaparak, gerekli önlemleri almalıdırlar.

KAYNAKÇA

BURHAN R., MORADZADEH, J. (2020). Neurotransmitter Dopamine (DA) and its Role in the Development of Social Media Addiction. *Journal of Neurology & Neurophysiology*, Vol.11, Issue 7, ss. 1-2.

CASTELLS, M. (1998). *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I*. Cambridge, Massachusetts: Blackwell.

EISENSTAT, Y. (2020). *Dear Facebook, this is how you're breaking democracy*, 4 Haziran 2022 tarihinde https://www.ted.com/talks/yael_eisenstat_dear_facebook_this_is_how_you_re_breaking_democracy adresinden alındı.

GÖZÜBENLİ, B. (2002). *Kiyemî*, 4 Haziran 2022 tarihinde İslam Ansiklopedisi <https://islamansiklopedisi.org.tr/kiyemi> adresinden alındı.

HACAK, H. (2020). *Misli*, 4 Haziran 2022 tarihinde İslam Ansiklopedisi <https://islamansiklopedisi.org.tr/misli> adresinden alındı.

KARATAŞ, M. (2022). *Mustafa Karataş ile Güncel Konular – 10 Ocak 2022*, 4 Haziran 2022 tarihinde <https://www.youtube.com/watch?v=MkztJQgNOik> adresinden alındı.

MCINTYRE, L. (2019), *Hakikat-Sonrası*. İstanbul: Tellect.

NEXT REMBRANDT, 4 Haziran 2022 tarihinde <https://www.nextrembrandt.com> adresinden alındı.

NIDA-RÜMELIN, J., WEIDENFELD, N. (2018). *Digitaler Humanismus: eine Ethik für das Zeitalter der Künstlichen Intelligenz*. München: Piper.

STILLMAN, D., STILLMAN, J. (2017). *İşte Z Kuşağı: Genç Kuşak İşyerini Nasıl Dönüştürüyor*. İstanbul: İKÜ.

VİKİPEDİ.

VOLLAND, H. (2018). *Die kreative Macht der Maschinen: Warum Künstliche Intelligenzen bestimmen, was wir morgen fühlen und denken*. Weinheim: Beltz.

WEBER, L. (2009). *Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business*. Hoboken, NJ: Wiley.

Mahremiyet, Dijital Güvenlik ve Çocuk

Levent ERASLAN¹

ÖZET

Yirminci yüzyılda başlayan ve yirmi birinci yüzyılda etkisini daha da belirginleştiren internet teknolojileri, dijital platformlar ve yeni sosyal medya araçları günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Haberleşme, ticaret, eğlence, eğitim, sosyal ilişki platformları gibi gittikçe genişleyen bir yelpazede internet, en etkin alan olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet teknolojilerinin bu gelişimi, insanları bir gözetim dünyasına sürüklemiş; hayatlarımız artık şeffaf bir biçimde kolaylıkla izlenebilir duruma gelmiştir. Bu şekilde, internet üzerinden yapılan her paylaşım ve görsel malzemeler, her an her yerden görülebilmekte ve her yere de ulaşabilmektedir. İnternet teknolojisi sağladığı imkânlar nedeniyle uzak durmanın mümkün olmadığı bir gelişim alanıdır. Ancak yeni medya oluşumunun hayata bağımlılık ölçüsünde nüfuz etmesi, beraberinde birtakım sorunlar da getirmiştir. Özellikle de çocuklar açısından dijital platformlar birçok tehlike barındırmakta ve bu nedenle internet kullanımına belli sınırlılıklar ve engeller getirmek bir ihtiyaç olarak kendini göstermektedir.

1 Prof. Dr., SODİMER (Sosyal Medya ve Dijital Güvenlik Eğitimi Merkezi) ve Türkiye Metaverse Platformu Başkanı

İnternet, kolay erişilebilen araçlarla ucuz bir biçimde kullanılabilir olma özelliği nedeniyle, günümüzde çocukların erişimine daha da açık hale gelmiştir. Çocuklar her an; okuldan, evden, bilgisayarlardan, telefonlardan rahatlıkla internete erişim sağlayabilmektedir. Bu dünyada birçok dijital güvenlik riski ile karşı karşıya kalan çocuklarımız için en önemli sorun alanlarının başında mahremiyet olgusu yer almaktadır. Çok küçük yaştan itibaren dijital platformların ve sanal ağların kullanıcısı olan çocuklarımız bu ortamlarda kendilerini nasıl koruyacağını bilemezken bu ortamlarda sınır belirlemek ve ihtiyaçları olan yardıma ulaşma konusunda yetersiz kalmaktadır.

Yeni medya ürünlerinin sınırsız dolaşımı; özellikle tehditlere en açık döneminde olan çocukların dünyasına hızla yerleşmiş ve yeni bir doyum, kimlik ve gerçeklik algısı barındıran bir ortam yaratmıştır. Çocuklar, internet aracılığıyla bir hedef haline gelebilmekte; tacize, suça ve sömürüye maruz kalabilmektedir. Bu durumda; her türlü tehlikeyi barındırması açısından da sınırsız bir kaynak olan internet, çocukları korkuya, paniğe ve mutsuzluğa sürükleyebilmektedir. Bu durumun bir endüstri haline gelmesi ticari açıdan yeni bir manipülatif avlanma alanı olarak değerlendirilebileceği gibi; sosyolojik olarak da bir zihin, sosyal hayat, insan avı alanı olarak değerlendirilebilir. Ayrıca çocuklar, yalnızca kurban olarak değil, fail olarak da online dünyanın içinde zorbalığın bir aracı haline gelebilmektedir.

Bu noktada dijital güvenlik ile birlikte sosyal ağlarda mahremiyet, önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Mahremiyet kavramı; bedensel, duygusal ve düşünsel özerklik olarak tanımlanabilir. Ancak kavram mutlak bir özerkliğe işaret etmemektedir; başkalarının da bireyselliğini, özerkliğini, kişisel haklarını ve özerklik sınırlarını tanıyan bir haktır. Mahremiyet hakkı, tüm bu açılardan bireylerin toplumsal yaşama ne yönde, ne ölçüde ve nasıl katılacağına kendisinin karar verdiği bir durumu ifade etmektedir. Bu açıdan insanın en temel haklarından biridir. Bireylerin iletişim, bilgi alma, satın alma, eğlenme, arkadaş edinme, politik söylem üretme ya da gündem oluşturma gibi insani davranış ve ihtiyaçlarını artık dijital dünya üzerinden gerçekleştirdiği düşünüldüğünde dijital güvenlik ve mahremiyet özellikle çocuklar için üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

GİRİŞ

Sosyal medya kavramı, toplumsal yaşamın yeni dillerinden biridir. Değişen toplum yapısı tüm dünyada her türlü ilişki yapısını farklılaştırmaktadır. Bunlardan biri de iletişim sürecidir ki; küreselleşmeyle birlikte daha çok yakınlaşan ve sınırları aşan iletişim süreci yeni bir dilin oluşmasını sağlamış ve her yaştan bireyin bir şekilde bu dünyanın bir katılımcısı olması sağlanmıştır. Günümüzün küreselleşmiş dünyasında, çocuklar genellikle daha doğmadan İnternete giriş yapmakta ve genellikle ebeveynlerinin sosyal medya platformlarında ilk olarak puslu ultrason görüntüleri şeklinde görünmeye başlamaktadır (LaFrance, 2016). Bu durum ise daha dünyaya gelmeden önce bile bir çocuğun mahremiyet hakkı ile bir ebeveynin yayın özgürlüğü hakkı arasında, doğasında var olan bir çatışmayı doğurur ve bu da çocukları ve onların gelişimini riske atmaktadır.

Sosyal ağ siteleri ve sosyal medya, insanların etkileşimde bulunduğu popüler platformlar haline gelmiş ve özellikle geniş coğrafi mesafelerde kişilerarası etkileşim için önemli bir yere sahip olmuştur. Sosyal medyayı güncellemek, aile üyeleri, arkadaşlar ve iş arkadaşlarının birbirlerinin yaşam olayları ve durum değişikliklerinden haberdar olmaları için yaygın bir yol olarak kabul edilmektedir ve çoğu zaman gerçek etkileşimlerin ve yüz yüze iletişimin yerini almaktadır (Fife vd., 2013). Bununla birlikte, sosyal medyanın kullanımına ilişkin en önemli sorunlardan biri ise mahremiyet endişeleri yaratmasıdır. Sosyal medya, kendileri hakkında bilgi ifşa ederek başkalarıyla bağlantı kurmak isteyen ve aynı zamanda kişisel bilgilerinin kontrolünü ve dolayısıyla izlenim yönetimini sürdürmek isteyen insanlar için bir meydan okuma aracı haline gelmiştir.

Yirminci yüzyılda başlayan ve yirmi birinci yüzyılda etkisini daha da belirginleştiren internet teknolojileri, dijital platformlar ve yeni sosyal medya araçları günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Haberleşme, ticaret, eğlence, eğitim, sosyal ilişki platformları gibi gittikçe genişleyen bir yelpazede internet, en etkin alan olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet teknolojilerinin bu gelişimi, insanları bir gözetim dünyasına sürüklemiş; hayatlarımız artık şeffaf bir biçimde kolaylıkla izlenebilir duruma gelmiştir. Bu şekilde, internet üzerinden yapılan paylaşım ve görsel malzemeler, her an her yerden görülebilmekte ve her yere de ulaşabilmektedir. İnternet teknolojisi, sağladığı imkânlar nedeniyle uzak durmanın mümkün olmadığı bir gelişim alanıdır. Ancak yeni medya oluşumunun hayata bağımlılık ölçüsünde nüfuz etmesi, beraberinde birtakım sorunlar da getirmiştir. Özellikle de çocuklar açısından dijital platformlar birçok tehlike barındırmakta ve bu nedenle internet kullanımına belli sınırlılıklar ve engeller getirmek bir ihtiyaç olarak kendini göstermektedir.

İnternet, kolay erişilebilen araçlarla ucuz bir biçimde kullanılabilir özelliği nedeniyle, günümüzde çocukların erişimine daha da açık hale gelmiştir. Çocuklar her an; okuldan, evden, bilgisayarlardan, telefonlardan rahatlıkla internete erişim

sağlayabilmektedir. Bu dünyada birçok dijital güvenlik riski ile karşı karşıya kalan çocuklarımız için en önemli sorun alanlarının başında mahremiyet olgusu yer almaktadır. Çok küçük yaştan itibaren dijital platformların ve sanal ağların kullanıcısı olan çocuklarımız bu ortamlarda kendilerini nasıl koruyacağını bilemezken bu ortamlarda sınır belirleme ve ihtiyacı olan yardımlara ulaşma konusunda yetersiz kalmaktadır.

Araştırmalar, çocukların ve ergenlerin (13-17 yaş arası) yetişkinlere göre daha dürtüsel, öz-farkındalığı düşük ve risk almaya eğilimli davranışlar sergileyebildiklerini ve aynı zamanda zarara karşı daha savunmasız olduklarını göstermiştir (Pechmann vd., 2005; Steinberg 2020). Bu durumun birincil nedeni bilimsel olarak, bireyin ilk gelişim yıllarında beynin hızlı gelişimi ve plastisitesi olarak açıklanmaktadır (Pechmann ve ark. 2005). Dopamin salınımı, yeni uyarılara ve ödüllere (örneğin, sosyal medya gönderileri, yorumlar ve beğeniler, retweetlenme vb.) yanıt olarak ergen sinirsel aktivitesinde önemli bir rol oynar. Bu nedenle, çocuk ve ergenlerin seçimleri, bu dönemde risklerin değerlendirilmesinden çok ödülleri tarafından yönlendirilmektedir (Steinberg ve Scott 2003). Birçok araştırma çocukların ve ergenlerin, genç yetişkinlere (18-24 yaş arası) göre çevrim içi riskler (örn: kişisel bilgileri ifşa etme, çevrim içi olarak bilinmeyen arkadaşlar edinme, tehlikeli dijital oyunlar oynama, sosyal medya saldırganlığı gösterme ve maruz kalma, vb.) alma niyetlerinin ve deneyimlerinin önemli ölçüde daha yüksek olduğunu göstermektedir (White vd., 2015; Willoughby, 2019). Bunun bir nedeni, kontrol ve risk değerlendirmesi için önemli olan nörolojik gelişiminin geç ergenliğe kadar tam olarak gelişmemiş olması olarak kabul edilebilir. Ayrıca, çocukluk ve ergenlikte bulunan dürtüleri kontrol etmek için gereken beceriler daha sonraya kadar geliştirilmez ve bu genellikle riskli kararlara yol açmaktadır (Pechmann ve ark. 2005). Tüm bu gelişimsel nedenler çocukların ve gençlerin sosyal medyada maruz kaldığı mahremiyet sorunları ve dijital güvenlik tehditlerinin bir nedeni olarak görülebilse de başlıca sorun bu konudaki bilgi yetersizliği, yetersiz ebeveyn kontrolü, eğitim eksikliği ve farkındalıkların zayıf olması gibi nedenlerle ilişkilendirilmelidir.

Sosyal olarak içinde bulundukları çevreye dijital ortamlarda da uyum sağlamak, çocukların ve ergenlerin genellikle çevrim içi ortamda karşı karşıya kaldıkları en önemli baskılar arasında yer almaktadır. Genellikle sosyal medya aracılığıyla kendini gösteren akran etkisi, çocukluk döneminden itibaren erken ergenlik döneminde en güçlü şekilde hissedilir ve lisede yalnızca yavaş yavaş azalmaktadır (Steinberg ve Scott 2003). Bu dürtüsellik, heyecan arayışı ve akran etkisi döneminden dolayı, ergenler özellikle kötü kararlar vermeye karşı savunmasızdır ve bu da artan bir bağımlılık (örneğin sosyal medya) ve diğer suistimal risklerine yol açmaktadır (Andrews ve Netemeyer 2015; Pechmann vd., 2005).

Bu riskler göz önüne alındığında internette çocukları bekleyen sınırsız fırsatın yanında birtakım tehditler de söz konusudur. Sonia Livingstone (2009) tarafından hazırlanan *Çocuklar ve İnternet* adlı eserde çocukların çevrim içi olarak karşılaşabilecekleri ve telafisi güç sonuçlar doğurabilecek; pedofili (çocuğun cinsel istismarı) ve zorbalık olmak üzere iki tip risk olduğuna dikkat çekilmektedir. Her iki durumda da çocuklar savunmasız ve korunmasız kurbanlar durumuna düşmektedir. Bu tehditlerden pedofili, genellikle kimliği belirsiz kişilerden; zorbalık ise tanıdık akranlardan gelebilmektedir. Bu bağlamda, internetin kolay ulaşılabilirliği, bir denetime tabi olmadan ürünlere erişebilme rahatlığı, bir yanı sıra özgür bir enformasyon dolaşımına fırsat sağlarken bir yandan da bilinçsiz veya kötüye kullanım ve bundan kaynaklı bazı sorunlar da ortaya çıkarmıştır. Yeni medya ürünlerinin sınırsız dolaşımı; özellikle tehditlere en açık döneminde olan çocukların dünyasına hızla yerleşmiş ve yeni bir doyum, kimlik ve gerçeklik algısı barındıran bir ortam yaratmıştır (Çelen, Çelik ve Seferoğlu, 2011). Çocuklar, internet aracılığıyla bir hedef haline gelebilmekte; tacize, suça ve sömürüye maruz kalabilmektedir. Bu durumda; her türlü tehlikeyi barındırması açısından da sınırsız bir kaynak olan internet, çocukları korkuya, paniğe ve mutsuzluğa sürükleyebilmektedir (Odabaşı ve ark. 2007 akt. İşçiabaşı, 2011). Bu durumun bir endüstri haline gelmesi ticari açıdan yeni bir manipülatif avlanma alanı olarak değerlendirilebileceği gibi; sosyolojik olarak da bir zihin, sosyal hayat, insan avı alanı olarak değerlendirilebilir (Aytaç, 2002). Ayrıca çocuklar, yalnızca kurban olarak değil, fail olarak da online dünyanın içinde zorbalığın bir aracı haline gelebilmektedir. Bu noktada dijital güvenlik ile birlikte sosyal ağlarda mahremiyet, önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Mahremiyet kavramı; bedensel, duygusal ve düşünsel özerklik olarak tanımlanabilir. Ancak kavram mutlak bir özerkliğe işaret etmemektedir; başkalarının da bireyselliğini, özerkliğini, kişisel haklarını ve özerklik sınırlarını tanıyan bir haktır. Mahremiyet hakkı, tüm bu açılardan bireylerin toplumsal yaşama ne yönde, ne ölçüde ve nasıl katılacağına kendisinin karar verdiği bir durumu ifade etmektedir. Bu açıdan insanın en temel haklarından biridir. Bireylerin iletişim, bilgi alma, satın alma, eğlenme, arkadaş edinme, politik söylem üretme ya da gündem oluşturma gibi insani davranış ve ihtiyaçlarını artık dijital dünya üzerinden gerçekleştirdiği düşünüldüğünde dijital güvenlik ve mahremiyet özellikle çocuklar için üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

İnternet ortamında ise bu kavram “dijital mahremiyet” olarak kullanılmaktadır. Dijital mahremiyet; teknolojinin, onun üreticisi ve tüketicisinin de dâhil olduğu çok yönlü bir duruma karşılık gelmektedir ve elektronik ortamda paylaştığımız her bilgimizi içermektedir. Bilinçli ya da bilinçsiz bırakılan içeriklerin her zaman kullanıma, çalınma, değiştirilme ve paylaşılma riski bulunmakta ve bu nedenle istek dışı durumlar yaşanma ihtimali yüksek olmaktadır (Barkuş ve Koç, 2019).

İnternet üzerinden verilerin sürekli kaydediliyor olması, her türlü özel bilginin de kötüye kullanımının açık hale gelmesine yol açan riskleri gündeme getirmektedir. İnternetin hayatımıza nüfuz etmesiyle insanlar; daha fazla bilgi, belge ve görseli paylaşma ihtiyacı ve arzusu duymaktadır. Bu hevesin yoğunluğu çeşitli sosyal paylaşım platformlarında kendisini açık bir şekilde göstermektedir. Sonuç olarak, Andrej Zwitter'ın (2019) "Büyük Veri Etiği" adlı makalesinde vurguladığı gibi; yaşamlarımız siber ortamlara ne derece çok yansıtılır ve ne kadar çok veri paylaşırsa doğru beceri ve erişim kabiliyeti olan aktörler için yaşadığımız şu an ve geçmişimiz daha şeffaf ve ele geçirilebilir hale gelmektedir.

Özel alan, insanın yaşamını anlamlı kılan bir duygusal, düşünsel ve fiziksel özerklik alanıdır. Dolayısıyla bireyler, özel yaşamlarını çevreyle ne kadar paylaşmak istediğine dair sınırlamaları kendi iradesiyle belirlemelidir (Binark ve Bayraktutan, 2013). Bu doğrultuda, dijital platformlar ve sosyal ağlarda özel hayatın mahremiyeti; bireyin her koşulda kendisiyle ilgili bilgi ve belgeleri denetleyebilmesi, kim tarafından, ne zaman ve ne kadarının görüntülenebilmesi kararının kendine ait olması, başkalarının kendisine hakkındaki hangi bilgi ve belgelere ulaşım sağladığını bilme hakkına işaret etmektedir.

Dijital platformlarda, özellikle ebeveynler ve çocukların adaptasyonu hızlı gerçekleşmektedir. Çocuklar 11 yaşından itibaren internet alanına hâkim olmakta ve bu kültüre kolaylıkla uyum sağlamaktadır. Ancak sosyal iletişim ağları getirdiği risklerle ebeveynleri ve eğitimcileri endişelendirecek boyutta tehdit oluşturmaktadır. Çocukların ve gençlerin kişisel bilgilerini, resim ve materyalleri mahremiyet/özel alan çerçevesinde değerlendirme iç görüşleri henüz gelişmediğinden, bu materyallerin yabancı kişiler tarafından kötüye kullanımı tehlikesi söz konusudur. Bu endişe uyandırıcı durum, özellikle sosyal ağ sitelerinde özel alan ile kamusal alanın ayrımının belirsiz hale geldiğini, çocukların ve gençlerin evlerinin ve kişisel alanlarının mahrem alanlarını global medya ile paylaştıklarına işaret etmektedir.

Böylesi şeffaf bir ortamda çocukları korumak için mahremiyet/özel alan algısı geliştirilmelidir. Mahremiyetin özerklik için esas olduğu düşünüldüğünde, çocukların birey olmalarını sağlamanın ilk adımı mahremiyet eğitimi olacaktır. Bu temel hak algısı çocukluktan itibaren kişilik gelişimine yerleştirilmelidir. Bu noktada; ebeveynlerin ve kurumların çocukların özerkliğini tanıyan ve destekleyen bir tutum içerisinde olması önemlidir. Çocuklar mahremiyet bilincini ilk olarak ailede veya bakımevlerinde edinmeye başlarlar. Aile bireylerinin mahremiyet alanı tanınması ve mahremiyete saygı tutumları önemli bir referans oluşturmaktadır. İnternet kullanımı açısından da ebeveynlerin ve kurumların mahremiyet/özel alan konusundaki bilinçli davranışları çocukların kişisel gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır.

Dijital medya kullanımı becerileri, yalnızca teknik değil sosyal faktörleri de içinde barındırmaktadır. Scarcelli ve Riva (2016) bu bakımdan dijital medya kullanımına ilişkin becerileri üç kategoride toplamaktadır:

- Yazılım, donanım, arama motoru gibi ara yüzlerin kullanımına dair beceriler olarak teknik ve işlevsel beceriler (technical and functional skills);
- İnternette bulunan bilgi ve sosyal medya içeriklerinin işlenmesine ilişkin becerileri ifade eden tüketim becerileri (consumption skills) ve
- Eleştirel biçimde içerik yaratmaya, izleyici gözünden veriyi değerlendirmeye ilişkin beceriler olarak yaratma ve etkileşim becerileridir (creation and interaction skills).

Bu beceriler, bireylerin dijital alanlarda kendi kültürlerini yaratmaları ve sosyal davranışlarını yansıtmaları bakımından belirleyici niteliktedir. Dijital medya böylece, bir sosyal eylem alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sosyal etkileşim ve eylem alanı ailelerin de endişelerini beraberinde getirmiştir. Çocuklar dijital platformlarda her an denetimsiz içeriklere ve kişilere maruz kalabilmektedir (Binark ve Bayraktutan – Sütçü, 2008). Günümüz gençleri, sürekli olarak sosyal medya, mobil uygulamalar ve oyunlarla etkileşime girdikleri, her zaman açık, etkileşimli bir medya kültürü içinde büyümektedir. Kişisel profilleri düzenlemek, arkadaşlara mesaj atmak ve çevrim içi görüş paylaşmak rutin ve sıradan davranışlar haline gelmiştir (Watkins ve Press, 2011; Mauro, Greco ve Grimaldi, 2015). Yeni katılımcı platformların, gençlerin ortak bir kültüre katkıda bulunmalarını, kendi seslerini bulmalarını ve sosyal davalara katılmalarını sağlaması, sosyal medya kullanımını gençler için her gün daha kaçınılmaz bir hale gelmektedir (Marwick ve Boyd, 2014). İçinde yaşadıkları dünyada kendilerini yeterince ifade edemeyen ve belki de sosyal medya nedeniyle bu becerilerini günden güne daha fazla kaybeden bir nesil olarak yetişen çocuklar ve ergenler, sosyal medya platformlarında kendini ifade yoluna gitmektedir. Çocuklar bu ortamlarda oluşturdukları kullanıcı profilleri, avatarlar, gruplar gibi araçlarla kendilerine bir alan yaratmakta ve bir sosyal kimlik oluşturmaktadır (Madden vd., 2013). Sosyal medya platformları da çocukların ve gençlerin bu ihtiyaçlarına yanıt verecek ve onları bu ortamlarda daha uzun süre tutacak şekilde güncellenmekte ve daha çok sayıda uygulamayla ortaya çıkmaktadır. Yani bu çevrim içi platform ve etkinliklerin çoğu, kimlik araştırması, akran ilişkileri ve bireysel ifade gibi temel gelişimsel ihtiyaçlardan yararlanmaktadır. Dijital medya, gençlerin sosyal gelişimi için önemli bir arena haline geldiğinden, çevrim içi ortamda kendini özgürce ifade etme ile kişinin mahremiyetini koruma arasındaki gerilim, son 20 yıldır akademisyenler, ebeveynler, sağlık uzmanları ve politika yapıcılar arasında süregelen bir tartışma kaynağı olmuştur (Marwick ve Boyd, 2014).

Sosyal medyanın uzun yıllardır yaşamın önemli bir parçası olduğu günümüzün dijital medya kültürü, çocukların yaşamlarında giderek daha merkezi bir rol oynasa da, onların mahremiyetine yönelik büyüyen bir tehdit oluşturmaktadır. Kamuoyundaki söylemlerin çoğu, özellikle çocukların çevrim içi ortamda kendileri hakkında kişisel bilgileri paylaşımlarının içerdiği güvenlik risklerine odaklanmıştır (Livingstone, 2018). Bununla birlikte, dijital mahremiyet, çocuğun sağlığı

ve iyilik hali ile olan daha geniş ilişkisi açısından düşünülmelidir. Örneğin mahremiyet, gençlerin psikososyal gelişimi için önemlidir, kimlik arayışlarında gözetim veya ifşa olma riski olmaksızın çeşitli olası benlikleri keşfetme ve deneme özgürlüğüne ve özerkliğine sahip olmalarını sağlar. Sosyal medya aracılığıyla başkalarıyla etkileşim kurma, akranlarıyla ilişkiler geliştirme ve sürdürme, kendileri hakkında ne kadar bilgi paylaşıp paylaşmayacaklarını, kimlerle ve hangi koşullar altında özgürce iletişim kurabileceklerini seçebilmeleri, çocukların sağlığı ve gelişimi için son derece önemlidir (Steinberg, 2016).

SONUÇ

Bu noktada çocukların sağlıklı bir gelişim süreci geçirmesinde eğitimcilere, ailelere ve yetişkinlere önemli roller düşmektedir. Dijital dünya içinde doğan günümüz neslini dijital dünyadan uzak tutmak gibi çözümler işe yarar olmaktan ziyade yararlı da olmayacaktır. Bunun yerine dijital mahremiyet kapsamında alanında uzman kişiler, yetişkinlere ve çocuklara eğitimler vermeli ve dijital mecranın doğru kullanımı konusunda onları bilinçlendirilmelidir. Çocuğun kendi dijital mahremiyetini/özel alanını bilme, koruma ve özgürce kullanabilmesi adına öncelikle bu mahrem alanı çocuğa doğru ve dikkatli bir şekilde tanımlamak gerekir. Olası bir istismara maruz kalma durumunda çocuğun korkmadan bunu ailesiyle paylaşabilmesi için sağlıklı bir iletişim ortamı oluşturulmalıdır. Çocuklara herhangi bir şekilde kimden olursa olsun mahremiyetlerinin ihlal edildiği durumlarda çekinmeden itiraz etmeleri ve kimlerden yardım istemeleri gerektiği öğretilmelidir. Çocuklar mahremiyetlerine yönelik bir istismar veya tehdit ile karşılaştıklarında bunu ebeveynleriyle veya güvенеbilecekleri bir yetişkinle paylaşmaya teşvik edilmelidir.

Dijital medyanın çocukların bilgiye erişimini hızlandırma, teknoloji çağının gerekliliklerine uygun olarak kendini geliştirme, sosyalleşme, teknolojiyi tüm dünya ile aynı anda takip edebilme gibi olumlu yanları vardır. Dijital alandaki mahremiyeti koruyarak seçici olabilme yetisi çocuğun erken yaşta yönlendirilmesi ile davranışa dönüşecektir. Aileler, akademisyenler, pedagoglar ve alanda uzman diğer kişilerin yanında politika geliştiricilere de önemli roller düşmektedir. Dijitalleşen bir çevre kültürü ile doğan ve büyüyen çocukların mahremiyet alanlarını tanımlamalarını sağlayacak, onları dijital mecra üzerinden gelebilecek çeşitli tehdit ve tehlikelerden koruyacak politikalar geliştirilmesi ile öngörülebilir tehlikelerden koruyabilmek adına gerekli adımlar atılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Andrews, J.C., Walker K. L.&Kees, J. (2020). Children and Online Privacy Protection: Empowerment from Cognitive Defense Strategies. *Journal of Public Policy & Marketing*; 39(2), 205-219. doi:10.1177/0743915619883638
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Cilt: 12, Sayı: 1 (231-260)
- Barkuş, F., & Koç, M. (2019). Dijital Mahremiyet Kavramı ve ilgili Çalışmalar Üzerine Bir Derleme. *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 3(1), 35-44.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013) *Ayin Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon yayınları
- Binark, M. ve Bayraktutan-Sütçü, G. (2008) *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon yayınları.
- Çelen, F. K., Çelik, A. ve Seferoğlu, S. S. (2011). Çocukların İnternet Kullanımları ve Onları Bekleyen Çevrim-İçi Riskler. *Akademik Bilim'11 – XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, İnönü Üniversitesi, Malatya
- De Mauro, A., Greco, M., & Grimaldi, M. (2015, February). What is big data? A consensual definition and a review of key research topics. In *AIP conference proceedings* (Vol. 1644, No. 1, pp. 97-104). American Institute of Physics.
- Fife, E. M., LaCava, L., & Nelson, C. L. (2013). Family communication, privacy, and Facebook. *The Journal of Social Media in Society*, 2(1).
- LaFrance, A. (2016, October 16). *The Perils of "Sharenting" All those Facebook photos are cute – but how are they affecting the kids?*
- Livingstone, S. (2018). Children: a special case for privacy?. *Intermedia*, 46(2), 18-23.
- Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., & Beaton, M. (2013). Teens, social media, and privacy. *Pew Research Center*, 21(1055), 2-86.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New media & society*, 16(7), 1051-1067.
- Nolan, J., Raynes-Goldie, K., & McBride, M. (2011). The Stranger Danger: Exploring Surveillance, Autonomy, and Privacy in Children's Use of Social Media. *Canadian Children*, 36(2).
- Pechmann, C., Levine, L., Loughlin, S., & Leslie, F. (2005). Impulsive and self – conscious: Adolescents' vulnerability to advertising and promotion. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(2), 202-221.

Scarcelli, C. M. ve Riva, C. (2016) Digital Literacy Circulation: Adolescents and Flows of Knowledge about New Media. *Tecnoscienza: Italian Journal of Science & Technology Studies*, 7 (2): 81-101.

Zwitter, A. (2019) "Büyük Veri Etiği," İletişim Hakkı ve Yeni Medya (Der. Tezcan Durna, Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan), Ankara: Umag Vakfı Yayınları. ss. 161-175.

Steinberg, L., & Scott, E. S. (2003). Less guilty by reason of adolescence: developmental immaturity, diminished responsibility, and the juvenile death penalty. *American psychologist*, 58(12), 1009.

Walker, K. L. (2016). Surrendering information through the looking glass: Transparency, trust, and protection. *Journal of Public Policy & Marketing*, 35(1), 144 – 158.

Steinberg, S. B. (2016). Sharenting: Children's privacy in the age of social media. *Emory LJ*, 66, 839.

Watkins, S. C., & Press, B. (2011). The Young & the Digital: What the Migration to Social-Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future (2009). *Journal of Media Literacy Education*, 3(1), 63-65.

White, C. M., Gummerum, M., & Hanoch, Y. (2015). Adolescents' and young adults' online risk taking: The role of gist and verbatim representations. *Risk Analysis*, 35(8), 1407-1422.

Willoughby, M. (2019). A review of the risks associated with children and young people's social media use and the implications for social work practice. *Journal of Social Work Practice*, 33(2), 127-140.

Dijital Oyun Tasarımının Önemi ve Çocuklarımız

Nazife GÜNGÖR¹

ÖZET

İnsanlık ikinci teknolojik devrimi yaşıyor. Birinci teknolojik devrim, insanın bedeninin uzantısı olarak geliştirilen makinelerin hayatın içerisine entegre edilmesiyle gerçekleşmişti. İkinci teknolojik devrim olarak nitelenen ve bugün yaşamakta olduğumuz süreç ise insanın beyninin uzantısı olarak geliştirilen makinelerin hayatın içerisine entegre edilmesiyle mümkün olmuştur. İnsan beyninin algoritmik taklidinden ibaret olan, dolayısıyla da insan beyninin uzantısı olarak nitelenen bilgisayar bazlı ve bilgi üretim odaklı bu yeni teknolojiler, insan ve toplum hayatının hemen hemen tüm kesitlerinde yer almaya ve işlevsellik kazanmaya başladı. Dijitalleşme olarak adlandırılan bu süreç Covid 19 salgınıyla birlikte devrimsel bir niteliğe büründü ve hayatın tüm kesitlerine tam olarak entegre oldu denilebilir.

¹ Prof. Dr., Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı, Yeni Medya ve İletişim Bölümü Öğretim Üyesi

Dijitalleşmeyle birlikte hem iş ve meslek yaşamında hem de hayatın diğer kesitlerinde yeni açılımlar oluyor, bilgisayar ve bilgi odaklı iş, meslek, çalışma ve uğraş alanları çok daha ilgi çekici hale geliyor. İletişim, yazılım, tasarım gibi bilgisayar bazlı ve bilgi odaklı alanlar gelecek vad ediyor. İşte dijital oyun tasarımı da bu alanların içerisinde belki en gözde iş ve uğraş tarzı olarak dikkat çekiyor. Dijital oyun tasarımı bir yandan sanatsal ve estetik yanıyla, diğer yandan da iletişimsel yanıyla ilgi çeken bir alan haline gelmiş bulunmakta. Bu alan yalnızca bir iş ve meslek alanı olmakla da kalmıyor, yeni dönemin, yani dijital çağın insanının sosyalleşmesine olanak veren bir serbest zaman etkinliği olarak da dikkat çekiyor. Bu yanıyla dijital oyun tasarımı, özellikle de dijital çağın içerisine doğan çocuklar için öncelikli bir ilgi alanı haline gelmeye de başlamış bulunuyor.

Dijital çağın çocukları bilgisayar bazlı bu teknolojilerin içerisine doğuyorlar, dolayısıyla da bütün ilgi alanları, hobileri, yaratıcılık yetenekleri, estetik duyarlılıkları, sezgisel yetileri, hatta gelecek tasarımları neredeyse tümüyle dijitalin algoritmik ortamında biçimleniyor. Bu, avantajları ve dezavantajlarıyla çok önemli bir süreç olup, gereği gibi yönetilmesi çocukların geleceğe nitelikli bireyler olarak yetiştirilmeleri için önemlidir.

Yapılan çeşitli araştırmalar dijital oyun tasarımı dijital çağın çocuklarına, geleceğe hazırlanmalarında büyük avantajlar sunarken, duruma göre ve sürecin doğru yönetilmemesi sonucunda büyük sorunlara da yol açmaktadır. Bu süreci yönetmek ise günümüz koşullarında hiç de kolay değil. Dijitalin içerisine doğan çocukların, yani dijital çağın yerlilerinin, dijital sonradan adapte olmaya çalışan dijitalin göçmenleri tarafından yönlendirilmeleri doğası gereği zor bir süreç. Normal koşullarda küçükler, büyüklerin deneyimlerinden yararlanır, onların deneyim ve bilgi birikimleriyle yönlendirilir ve hayata hazırlanır. Ancak günümüzde bu durum tersine dönmüş bulunuyor. Dijital teknolojinin içerisine doğan çocuklar, ona adapte olmaya çalışan büyüklerden çok daha önde olup, büyüklerin bu konudaki öncülük ve yönlendirmelerindeki yetersizliğin farkındalar. Bilgi, yetenek ve deneyimin el değiştirmiş olması belki günümüz kuşak çatışmalarının en temel nedenlerinden biridir. Büyüklerin dijital teknolojileri deneyimleme ve kullanma konusundaki yetersizlikleri, sürecin yönetimini de zorlaştırmaktadır. Bu bir yandan çocukların kendi özerk ve özgür alanlarına sahip olmalarını getirmekte, ama diğer yandan da büyüklerin deneyim ve bilgi birikimlerinden yoksun kalmalarına neden olmaktadır. Çocuklar dijital teknolojileri kullanmakta yetkin olsalar bile hayatın anlamlandırılmasında, hayata ilişkin bilgisel donanım ve perspektif kazanmakta hiçbir zaman kendi kendilerine yetmezler. Burada mutlaka çocuklara doğru yönlendirme yapılması gerekmektedir.

Bu anlamda dijital oyun tasarımı yeni bir alan ve açılım olarak dikkat çekmektedir. Doğru yönlendirmeye çocuklar dijital oyun tasarımıyla dijital zekalarını geliştirebilir, yeni koşullar ve gereksinimler doğrultusunda yaratıcılık yetilerini

pekiştirebilirler. Çocukların tasarım becerilerinin gelişmesinde, dolayısıyla da geleceğe ilişkin bütün bir hayatın tasarlanmasında bu alanın önemli getirileri bulunmaktadır. Ancak denetimli ve planlı kullanım ve uğraş burada çok önemli. Dijital oyun tasarım alanı günümüzün yalnız çocuk bireyleri için sanal ortamda da olsa birtakım sosyalleşme olanakları sağlayabilmekte, onların sosyal hayata hazırlanmalarına destek alan oluşturabilmektedir. Doğru bir kullanım planıyla bu alan avantajlı hale gelebilir. Aksi durumda dijital oyun tasarım alanı çocuklar için bir kaçış ve sığınma alanı olabilmekte, bağımlılık yaratabilmekte, çocuğu sosyal hayattan, yaratıcılıktan tamamen uzaklaştırmak, gelecek tasarımı yapmasına, kendisine bir gelecek kurmasına engel de oluşturabilmektedir. Kişiler arası iletişim aracı olarak kullanılması gereken akıllı telefonun pek çok insanda bağımlılık yaratması, sosyal medyanın bir bilgi edinme ve sosyalleşme alanı olmaktan çıkıp zaman yitimine sebep olan bir mecra haline gelmesi gibi, dijital oyun tasarım da planlı ve programlı bir kullanım becerisi geliştirilemediği takdirde, bir bağımlılık alanı haline gelerek çocuk bireylerin gerçeklikten kopmasına yol açan bir tuzağa dönüşebilir.

Özetle dijital oyun tasarımı dijital çağın önemli uğraş ve uygulama alanlarından biri olup çocuk bireylerin eğitiminde etkin kullanılabilir. Dijital oyun tasarım alanı içerisinde doğru yönetimle çocuk bireyler yaratıcı yeteneklerini geliştirebilir, sosyalleşebilir, geleceğe ilişkin başarılı iş ve uğraş tasarımları yapabilirler. Bunun için de dijital oyun tasarım alanının özellikle ilk ve ortaöğrenim müfredatlarında yer alması, ebeveynlerin de bu alanda çocuk bireylerin yetişmesine katkı yapacak bilgi ve beceriyle donanmaları için gerekirse yetişkin eğitime yönelik programlar düzenlenmesi büyük önem taşımaktadır.

GİRİŞ

Dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte insanlık yeni bir evreye girdi. Adına “dijitalleşme” denilen bu süreç, birey ve toplum hayatının hemen hemen tüm kesitlerini etkisi altına aldı. Covid19 salgını ise dijitalleşme sürecine devrimsel bir ivme kazandı. Salgınla birlikte sosyal hayatın kesintiye uğraması, içe kapanma ve mesafenin salgın döneminin yeni hayat tarzı haline gelmesiyle birlikte dijital teknolojiler sürece hızla entegre olurken, bu yeni dönemin de belirleyicisi rolünü üstlendiler.

Dijitalleşme sürecinin hız kazanmasıyla birlikte ona bağlı olarak ortaya çıkan bazı sorunlar da çok daha açıklığa kavuşmaya başladı. Dijital bağımlılık, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı gibi kavramlar, sürece damgasını vuran sorunsallar olarak önem kazandı. Nitekim salgından korunmak için insanların eve kapanması, dijital teknolojilerin de sunduğu olanaklarla okulun ve işin eve taşınması süreci bir yanıyla da insanların, özellikle de çocukların ve ergen gençlerin söz konusu teknolojilerle çok daha fazla zaman geçirmesi, çok daha fazla

kaynaşması sürecini beraberinde getirmişti. Aile bireylerinin hep birlikte evde kalmaları, yetişkinlerin, çocukların teknolojiyle ilişkilerini daha yakından gözlemlemeleri fırsatını da yaratmış oldu. Bu gözlemlere bağlı olarak da salgın süreci ve sonrasında dijital bağımlılık, internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi kavramlar eskisine oranla çok daha fazla gündeme gelmeye başladı. Sorunların deşifre edilmesi ise bence çözümün başlangıcıdır. Bu metinde dijital bağımlılık, özellikle de dijital oyun ve tasarım bağımlılığı, bir yandan sorunsal yanıyla ele alınmakta, diğer yandan da dijital oyun ve tasarımın çocukların yetişmesi sürecine avantaj sağlayacak bir fırsat olarak entegrasyonu tartışılmaktadır.

Kültürel Bir Süreç Olarak Dijitalleşme

Dijital çağın içerisinde yer alıyoruz. Dijital teknolojilerin hayatın içerisine böyle- sine hızla entegre olması bir yandan yeni bir iletişim düzeninin biçimlenmekte olduğunun işareti diğer yandan da yeni bir kültürel süreç olarak değerlendirilmelidir. Hayatımızın içerisine entegre olan bu yeni teknolojiler özel hayattan kamusal hayata, ev hayatından çalışma hayatına oldukça kapsamlı bir tarz değişimidir. Yalnızca iletişim formunun değişmesi bile hayata ilişkin pek çok tarzın değişimi anlamına gelir. Örneğin, dijital teknolojik kullanımla birlikte konuşma ve yazma tarzımız değişiyor, yani dilsel anlamda bir değişim süreci içerisindeyiz. Özellikle de teknolojinin içerisine doğan çocuklar ve gençler şimdi artık başka bir dil kullanıyorlar, başka bir konuşma tarzı, başka bir yazma tarzı kullanımı söz konusu. Kısalan sözcükler, kesik cümleler, sessiz harflerin yoğunluklu olduğu mesajlaşmalar, özensiz giyim kuşam vs... Saatlerce bilgisayar başında zaman geçiren bireylerin özenli giyim yerine giyimde rahatlığı seçmeleri buna örnektir. Evden çalışan ya da evden eğitim gören bireylerin/çocukların da aynı şekilde daha rahat giyim tarzına yöneldikleri görülmektedir. Sosyal ortamda geçirilmekte olan zamanın azalarak iş ve eğitim yaşamının çoğunlukla evde, özel alanda biçimlenmesi, insanların yeni teknolojilerle birlikte birbirleriyle uzaktan iletişim kurmaya başlamaları da yeni bir yaşam tarzının, dolayısıyla da yeni bir kültürel biçimlenmenin başlangıcı anlamına gelir. Sözün özü, dijital teknolojilerle birlikte yeni bir kültürel sürecin içerisine girilmiş olup, bundan sonrası için insan ve toplum hayatına ilişkin tüm planlamaların bu doğrultuda yapılması gerekmektedir.

Fırsatlar ve Tehditler

Değişim ve dönüşüm süreçleri birtakım fırsatlar yaratırken, birtakım tehditleri de potansiyel olarak taşırlar. Bu nedenle de değişim ve dönüşüm süreçlerinin olabildiğince kapsamlı ve çok yönlü olarak değerlendirilmesi, ayrıntılı olarak analiz edilmesi, olası fırsatlarının ve tehditlerinin ayrıntılı analizlerle saptanması gerekmektedir. Bu bağlamda dijitalleşmeye bakıldığında, hiç kuşkusuz önemli fırsatlar sunmaktadır. Dijital teknolojiler hayatın pek çok kesitinde işlerin kolaylaşmasına, insanların çok daha konforlu yaşamasına olanak verdi. Zamansal ve

mekânsal sınırlılıklar büyük ölçüde ortadan kalktı, küresel düzlemde çok daha yoğun ve hızlı bir etkileşim ortamı oluşmaya başladı. Ancak insan ve toplum hayatındaki değişim ve dönüşüm süreçleri her zaman için birtakım tehditleri de birlikte getirir. Yerleşik alışkanlıkların değişmesi alışıldık ilişkilerin de değişmesine zemin hazırlar. Bu da özellikle belli bir yaşın üzerindeki insanlar için uyum sorunu yaratabilir. Dijital teknolojilere bu açıdan bakıldığında teknolojinin içerisine doğan bireylerle onlara sonradan uyum sağlamaya çalışanlar arasındaki ilişkilerin ne denli zorlu bir sürece girdiğini anlamak hiç de zor değil. Üstelik de dijital teknolojiler öylesine hızla hayatımızın içerisine dâhil oldu ki belli bir yaşın üzerindeki bu teknolojilere uyum sağlamaları hiç de kolay olmuyor. Bu da teknolojik kuşaklarla teknolojinin dışında kalan kuşaklar arası çatışmaları gündeme getirmekte. Bu çatışma, bir toplumsal ve kültürel sorun olarak ortaya çıkmakta ve çözüm önerilerinin oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Diğer yandan teknolojinin içerisine doğan bireyler ise bu teknolojilerin sağladığı bilgisel ve iletişimsel olanakların da verdiği güvenle sosyal çevrelerinden uzaklaşmakta, söz konusu teknolojilerle baş başa bir hayatı tercih etmekte. Bu da onların sosyal hayattan soyutlanmaları, içe kapanmaları ve sonuçta belki de içerisinde yer aldıkları dünyaya, gerçekliğe yabancılaşmaları sürecini getirmektedir. Bu soyutlanma ve içe kapanma süreci aynı zamanda bireyin/çocuğun dijital teknolojilerle bağımlılık ilişkisi içerisine girerek gerçek yaşamın ilişkilerinden tamamen kopmasına da yol açabilmektedir. Önemli bir tehdit olarak ortaya çıkan bu sorunun çözümü ise bireyin/çocuğun dijital teknolojilerle ilişkisinin gerek aile gerekse okul tarafından çok iyi organize edilmesiyle mümkün olabilir.

Ailenin Dijital Teknoloji Kullanımındaki Rolü

Dijital teknolojilerle birlikte yeni iletişim mecraları da biçimlenmeye başladı. İnternetin sağladığı olanaklarla birlikte izleyicilerin de artık aktif kullanıcılar olarak yer aldıkları dijital mecralar çoğu zaman özellikle çocuk kullanıcılar açısından birtakım sorunların da oluşmasına yol açtı. Çocuk kullanıcıların, söz konusu dijital medya mecralarını kullanma edimini gereği gibi ayarlayamamaları, aşırı kullanım nedeniyle bağımlılık sorunuyla karşı karşıya kalınması konunun sorunsal boyutunu oluşturmaktadır. Özellikle de dijital oyun tasarım mecralarıyla etkileşimde ailenin yetişkinleriyle çocukların birlikte planlama yapmaları büyük önem taşımaktadır. Bu hassas alan doğru kullanıldığında çocukların tasarımsal düşünsel yetisinin ve yaratıcı zekâsının gelişmesi açısından önemli bir fırsat sunar. Ancak plansız ve aşırı kullanım halinde bu alan çocuğun yetişme süreci açısından bir tehdit durumunu alabilir.

Çoğu aile ortamında, dijital ortama doğan çocuklara dijital mecraları kullanma konusunda kısıtlamalar getirilmektedir. Ancak yasak ve kısıtlamaların işe yaramadığı da bilinen bir gerçektir. Dijitalleşme süreci hayatımızın somut bir gerçeğidir ve gelecek onun üzerinden biçimlenmektedir. Çocukların bu alandan

uzak tutulması ise onların gelecek tasarımı açısından önemli bir engel oluşturur. Çocuğun her durumda bu mecralarla etkileşim içerisinde yetiştirilmesi gerekiyor. Ancak yasak veya kısıtlama değil, doğru kullanım konusunda çocuğun yönlendirilmesi önem taşımaktadır. Mademki gelecek dijitalin üzerine temellenecek, o halde çocukların da bu süreç içerisinde kendilerine sağlam bir gelecek kurmaları, kariyer planlamalarını sağlıklı yapabilmeleri için söz konusu mecralarla çocuk arasındaki etkileşimin planlı, programlı bir biçimde organize edilmesi gerekmektedir.

Okulda Ezber Yerine Yaratıcı Düşünme

Dijital teknolojik ortamda içerik üretimi, algoritmalara dayanmaktadır. Bu da matematiksel ve tasarımsal düşünüşün önem kazanması anlamına gelmektedir. Dijital oyun tasarımı olarak bilinen mecra, bu açıdan tümüyle tasarımsal düşünüşü gerektirir. Oysa günümüzde bu sürece alt yapı oluşturacak bir eğitim öğretim sisteminden söz edilemez. Özellikle de Türkiye’de ilköğretimden itibaren çocukların önüne öncelikli hedef olarak konulan üniversite sınavı öğrencinin beş şık arasına sıkışmasına yol açmakta. Bu da analitik, eleştirel ve sorgulayıcı düşünüş tarzının gelişmesine engel oluşturmaktadır. Önüne konulan beş seçenekten en doğru olanı seçmenin ötesinde zihinsel bir açılım yapamayan çocuk ne yazık ki yeterince vizyon sahibi olamamakta, kendisi için özgün ve özgür bir gelecek planı yapabilme yetisini kazanamamaktadır. Beş şık arasına sıkıştırılarak, üniversite sınavına odaklı yetiştirilen çocukların, kendi hedef ve ideallerini belirlemeleri de olanaksızdır. Anne babaları tarafından kendilerine tek hedef olarak “üniversite sınavını kazanmak” gösterilen çocuklar, kendi hedeflerini belirlemek, ideallerini biçimlendirmek yerine anne babalarının hedef ve ideallerini gerçekleştirmek üzere sualsiz, sorgusuz söz konusu hedefe odaklanmaktadır. Yıllarca kendileri için başkaları tarafından belirlenen bu hedeflerin ardından koşan çocuklar söz konusu hedefe, kendilerinden beklenildiği biçimde ulaştıklarında toplumda başarılı bireyler olarak tanımlanırlar, alkış alırlar. Ancak ulaşılan bu hedefin onlara gerçek anlamda başarı, mutluluk ve özgürlük getirip getirmediği konusu burada tartışmalıdır. Bu nedenledir ki yüksek puanla üniversitelerin, toplumda saygın olarak tanımlanan bölümlerine giren öğrenciler okullarını bitirip de mesleğe atıldıklarında çoğu zaman mesleklerinde yeterli tatmini sağlayamamakta, yeterli başarıyı gösterememektedirler. Aksi durumu düşünelim. Yıllarca çalışıp da sonunda yeterli puanı alamayarak kendilerinden istenilen bölümlere giremeyen çocuklar toplumsal çevreleri tarafından çoğu zaman aşağılanmakta, dışlanmakta ve bu da çocuğun yetişkin birey olarak daha işin başında pasifleştirilmesine, toplumdaki üretimsel ortamların dışına atılarak önemsizleştirilmesine yol açar. Bu da toplumda çok sayıda mutsuz, işe yaramaz, pasif insanın yer alması demektir. Pasif ve üretim dışı insan sayısının artmasına koşut olarak toplumlar da sağlıklı yapılar olmaktan çıkarak sağlıksız, kaotik yapılara dönüşür.

Sağlıklı insan ve sağlıklı toplum için çocuk yaştan itibaren insanların çağın gelişmelerinin dışında tutulmamaları, gelişmelere uygun biçimde yetişmelerine olanak verilmesi gerekmektedir. Mademki çağımız dijital teknoloji çağıdır, o halde hiçbir bireyin bu sürecin dışında kalmaması gerekir. Dijitalleşme artık çağımızın kültürel bir alanı haline de geldiğine göre bu kültürel yapının olumlu bir süreç içerisinde gelişme göstermesi, insanın ve toplumun iyileşmesine temel oluşturabilmesi için insanın bu kültürel gidişata uygun biçimde yetiştirilmesine olanak verilmesi gerekir.

Görünen o ki insanlığın geleceği dijital teknolojiler üzerinden planlanıyor. Bugünün çocuklarının yarının aktif, üretken ve yaratıcı yetişkinleri olabilmeleri için onları dijital teknolojilerin sağladığı olanaklardan da yararlanarak yetiştirmek gerekir. Dahası bugünün çocuklarının yarının başarılı yetişkinleri olabilmeleri için dijital teknolojileri aktif kullanabilmeleri gerekmekte. Çünkü gelecekte hemen hemen tüm üretim, iş ve meslek alanlarında bu teknolojiler kullanımda olacaktır. Dolayısıyla da bugünün çocuklarının yarınlara kazandırılabilmesi için dijitalleşme sürecinin içerisinde, dijitalin gerekleriyle eğitim öğretim ve toplumsallaşma sürecinden geçmeleri zorunluluktur.

Dijital teknolojiler ortamında yetişmekte olan bireylerin söz konusu teknolojik süreçle uyum içerisinde yetişebilmeleri için eğitim politikalarının yeniden biçimlendirilmesi gerekmektedir. Ezber yerine çocuğun analitik düşünüş, sorgulayıcı ve eleştirel bir tavır geliştirebilmesi sağlanmalı. Tasarımsal düşünme yeteneğinin çocuğa kazandırılması önemlidir. Çünkü dijital teknolojilerin algoritmik karakteri tasarımsal düşünüşe gerek duymaktadır. Bunun için de öğrencinin yaratıcı ve tasarımsal düşünüş biçimini, analitik bakış açısını geliştirecek biçimde yetişmesi önemlidir. Bunun için de ilk ve ortaöğretimde eğitim öğretim müfredatının, öğrencinin eleştirel düşünüş, sorgulayıcı ve analitik yaklaşım yetkinliğini geliştirebilecek, yaratıcılık becerilerini besleyecek doğrultuda düzenlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Yasaklama Yerine Düzenleyici Hukuksal Önlemler

Hukuk, özünde yasaklayıcı değil düzenleyicidir. Medyayla ilişkili hukuksal düzenlemeler de medyanın işleyişini, toplumsal / kamusal faydayı önceliğe almak durumundadır. Dijital medyaya ilişkin hukuksal düzenlemelerin de aynı karakterde olması gerekir. Dijital medyanın, geleneksel medyaya göre çok daha karmaşık ve çok boyutlu bir işleyiş biçimi vardır. Geleneksel medya kitlesel yanıyla öne çıkarken, dijital teknolojik ortamda biçimlenen yeni medya, kitleselden bireyselleşen çok katmanlı bir işleyişe sahiptir. Bu da yeni medyaya ilişkin hukuksal düzenlemelerin çok daha karmaşık olmasına neden olmaktadır.

Diğer yandan dijital teknolojiler ortamında işlevsellik kazanan yeni medya bir yandan geleneksel kitle iletişim araçlarına yeni bir biçim verirken, diğer yandan da bu ortamda sosyal medya olarak adlandırılan yeni iletişim mecraları ortaya çıkmıştır. Bunların dışında, bireysel sahiplikle kitlesel hedeflere yönelik yayın yapan birtakım medya organları da ortaya çıkmış bulunmaktadır.

Dolayısıyla da yeni medya ortamıyla ilişkili olarak yapılacak hukuksal düzenlemelerin de yeni medya ortamındaki çoklu ve karmaşık karaktere uygun olarak planlanması önem taşımaktadır. Söz konusu düzenlemeler yapılırken çocuk bireylerden yetişkinlere tüm yaş düzeyleri dikkate alınmalıdır. Aynı şekilde söz konusu düzenlemeler yapılırken aile ortamından okul ortamına tüm yapıların ayrıntılı olarak ele alınması, çocuğun yetişmesi sürecinde etkili olan kişilerin ve ilişkilerin dikkate alınması gerekir.

Konuyu biraz daha somutlamak gerekirse, yeni medyaya ilişkin hukuksal düzenlemelerin yasaklamalardan çok, birlikte planlama ve birlikte yönetmek anlayışına uygun olması büyük önem taşımaktadır. Çoğu zaman aileler çocuğu internetin olumsuzluklarından korumak için yasaklayıcı önlemlere başvurmaktadırlar. Ancak yasaklamak sorunu çözmez. Yasaklanan alanların çekiciliğinin arttığını unutmayalım. Kaldı ki dünya olarak dijital çağın içerisinde yaşıyoruz. Geleceğin dünyası çok daha dijital olacaktır. Yani içerisinde bulunduğumuz dijitalleşme süreci yarının dünyasını bugüne oranla çok daha kuşatıcı biçimde etkisi altına alacaktır. Yaşamın tüm alanlarında yarına ilişkin planlamalar tümüyle dijital teknolojiler temeline dayandırılacaktır. O halde bugünün çocuklarının yarınlara daha güçlü ve daha donanımlı yetişebilmeleri için bu teknolojilerle aktif etkileşim içerisinde yetiştirilmeleri gerekmektedir. Bu etkileşim sürecinin olumsuzluklarının da çok iyi saptanarak asgariye indirilebilmesi için de toplumdaki ilgili kişi ve kurumların süreci birlikte planlamaları ve yönetmeleri büyük önem taşımaktadır.

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE SONUÇ

Sonuç olarak söylemek gerekirse günümüz dünyasında insan ve toplum hayatının tüm kesitleri dijital teknolojilerin kapsama alanına girmiş bulunuyor. Yalnızca kitle iletişim araçları değil, insan ve toplum hayatının tüm kesitleri dijitalleşmenin etkisinde yeniden biçimlenmektedir. Dijital teknolojiler günümüzde üretimin hemen hemen her alanına girmiş bulunmaktadır. Tam da bu nedenle içerisinde bulunduğumuz döneme “dijital çağ” adı verilmektedir. Tüm alanlarda üretimin enstrümanlarının değişmekte olması, toplumsal yapıların da değişmeye başlaması anlamına gelmektedir. Bugün geline nokta tam da burasıdır. Yani dijital teknolojiler, günümüzde dünyada üretimin hemen hemen tüm kesitlerine yön vermeye başlamış bulunmaktadır. Bu süreç güçlenerek devam edecektir. O halde geleceğin dünyası bugünkünden çok farklı olacak gibi görünüyor. Bu durumda geleceğin dünyasına bugünün çocuklarını en donanımlı ve en yetkin

biçimde yetiştirmek gerekiyor. Bunun ilk adımı ise ailede atılmalıdır. Okul ise ailede atılan o ilk adımı destekleyici nitelikte olmalıdır. Sürecin doğru yönetilebilmesinde aşağıdaki noktalar önemlidir.

- Aile içerisinde çocuğun konuşma becerisini geliştirmeye başlaması sürecine koşturarak dijital teknolojilerle tanıştırılması ve bu teknolojileri kullanma yetkinliğinin geliştirilmesi gereklidir. Ancak bu sürecin ailedeki yetişkin bireylerin gözetiminde ve denetiminde planlanıp yönetilmesi önemlidir.
- İnternetin eğitim amaçlı olarak kullanılması çok önemlidir. Ailede anne babaların gözetiminde ve denetiminde internet ortamında çocuğun toplumsallaşma ve eğitim sürecinin desteklenmesi planlanmalı ve yönetilmelidir.
- Çoğu ailede çocuğun televizyon, akıllı telefonlar, bilgisayar gibi enstrümanlardan uzak tutulması eğilimi çok yaygındır. Bu tür yasaklayıcı eğilimler yerine çocuğu bu enstrümanlarla kaynaştırmak, tanıştırmak ve doğru kullanıma yönleltmek çok daha uygun olur.
- Çocuğun ailede sağlıklı ve doğru bir dijital eğitim alabilmesi için aile bireylerinin de söz konusu teknolojileri kullanma yetkinliklerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Bunun için de gerekli durumlarda yetişkin eğitimi programları kapsamında anne babalara eğitim verilmesi de gerekmektedir. Bunun için de Milli Eğitim Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, ilgili sivil toplum kuruluşları vb. kurum ve kuruluşlar bünyesinde birtakım eğitim programları düzenlenebilir.
- Çocuğun, ailede yeterli düzeyde bir temel dijital eğitim alabilmesini sağlamak için gerekli durumlarda ailelere dijital teknoloji desteği verilebilir. İnternet erişim desteği ve teknolojik cihaz desteği verilmesi toplum genelinde teknolojiye erişim konusundaki eşitsizliklerin giderilmesi açısından da büyük önem taşır.
- Okulda verilen öğrenimin dijital teknolojilerle sentezlenmesi önemlidir. İlkokuldan, yükseköğrenime kadar tüm eğitim aşamalarında müfredatın dijitalleşme süreci dikkate alınarak güncellenmesi çocuğun geleceğe daha güvenle yetişmesi açısından önemlidir.
- Hukuksal düzenlemelerin yasaklayıcı değil, süreci destekleyici, düzenleyici ve planlayıcı olması çocuğun geleceğe daha başarılı biçimde yetiştirilmesi açısından ciddi önemdedir.
- Dijitalleşme ve yeni medya ortamları, doğru planlama ve uygun hukuksal düzenlemelerle çocuğun yetişmesine önemli bir destek alan olarak işlevselleşebilir. Bunun için ailenin, okulun, hukuk otoritelerinin, siyasete yön verenlerin, sivil toplum kuruluşlarının vb. toplumdaki tüm ilgili birim ve yapıların işbirliği içerisinde bu sürece destek vermeleri gerekmektedir.

Sosyal Hizmet, Çocuk Politikaları ve Yeni Medya

Ali Fuat KARAMAN¹

ÖZET

Günden güne ilerleyen teknolojik gelişmeler ile birlikte hızla büyüyen dijital dünya çocuklarımız için çağın vazgeçilmez unsurlarından biri olurken, birçok riski de beraberinde getirmektedir. Çocukların biyopsikososyal gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek risklerin bertaraf edilmesinde Bakanlığımızca koruyucu önleyici hizmetler kapsamında Sosyal Medya Çalışma Grubu oluşturulmuştur. Çocukların ihmal, istismara maruz kaldığı internet ortamında yer alan içeriklere Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Emniyet Genel Müdürlüğü (EGM) Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı ile iş birliği içerisinde müdahale etmektedir. Çalışma grubu, ortaya çıkan bir ihmal ve istismar durumunda, sorunun yaşandığı ildeki Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğümüz aracılığıyla çocuklara ve ailelerine sosyal ve psikolojik destek vermektedir.

¹ İstanbul Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürü

Aile Eğitim Programları kapsamında dijital ebeveynlik çerçevesinde ailelere eğitim verilmektedir. Aynı zamanda İl Çocuk Hakları Komitesi üyesi 12-18 yaş grubundaki çocuklarımıza yönelik dijital okuryazarlık, güvenli internet kullanımı konularında eğitim çalışmalarını içeren Dijital Okuryazarlık Ehliyeti Projesi başlatılarak eğitici eğitimleri verilmiştir.

Çocuklara yönelik üretilen ve çocukların gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek içerikler için Bakanlığımız bünyesinde yer alan hizmetler ile birlikte diğer kamu mekanizmalarında da çeşitli hukuki ve idari yaptırımlar söz konusu olabilmektedir. Bakanlığımız bünyesinde yer alan Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kurulu ile basılı eserlerin zararlı olup olmadığının incelenmesi ile birlikte yargı organlarına bilirkişilik görevi üstlenilmektedir.

Çocukları yeni medya dünyasının sebebiyet vereceği olumsuz etkilerden korumanın yanı sıra kaçınılmaz bir alan olarak dijital dünyanın çocukların hayatında yer alması, çocuklara yönelik fayda sağlayabilecek, sosyal hizmet, sağlık ve eğitim gibi konularda içerikler üretme hususunda da çalışmalar yapmayı gerekli kılmıştır. Covid-19 pandemi süreci dijital medyanın bireylerin ve özellikle de çocukların hayatlarında ne derece önemli olduğunu bir kez daha göstermiştir. KORDEP (Korona Virüs Online Destek Ruhsal Destek Programı), Hayat Eve Sığar ve EBA vb. gibi dijital uygulamalar ile çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. Bakanlığımızda halihazırda yeni bir medya platformuna ilişkin çalışmalar yürütülmekte olup yakın zamanda kamuoyu ile paylaşılması planlanmaktadır. Bundan sonraki süreçte çocuklara yönelik faydalı içerik üretimi Bakanlığımızın ve paydaşımız olan diğer kurumların önemli bir çalışma konusu olmalıdır.

Uluslararası alanda ortak dijital medya mecralarının kullanımı küreselleşen dünyanın bir sonucudur. Bu hususta yurt dışında uygulanan ve ülkemizde de uygulanabilecek hukuki, idari yaptırımlar ile toplumsal yaklaşımlar da yakından takip edilmeli ve entegrasyon çalışmaları yapılmalıdır.

Bakanlığımızın ve tüm paydaş kurumların birlikte ortaya koyacağı çocuk ve yeni medya bağlamında bir manifesto, toplumsal farkındalığın oluşturulmasında ve medya mecralarının çocuklar için güvenli kullanım standardını geliştirmelerinde bir yol göstericilik görevini üstlenecektir.

Bakanlığımız çocuklara yönelik koruyucu ve önleyici hizmetleri ile ürettiği sosyal politikalarla paydaş kurumlar ile daima ortak çalışmalar yürütmektedir. İl Müdürlüğümüzün sekreteryasını yürüttüğü Çocuk Koordinasyon Kurulu ile çocuk koruma alanında önemli bir çalışma olan Çocuk Koruma Sistemi Yönergesi Mülki İdarenin, kolluk kuvvetlerinin, Sağlık Müdürlüğünün, Milli Eğitim Müdürlüğünün, Göç Müdürlüğünün ve Nüfus Müdürlüğünün birlikte çalışmasını hedef alan bir yönergedir. Tüm kamu mekanizmalarını ortak bir çalışmada buluşturan bu yönerge, birlikte çalışmanın iyi bir örneğidir.

Çocukların yeni medya toplumunda sağlıklı bireyler olarak yetiştirmeleri ve sağlıklı gelecek nesillerin inşasında da ortak çalışmalar yürütmek büyük bir önem arz etmektedir. Bu kapsamda bu sempozyumun yeni politikaların ortaya konmasında önemli bir kaynak teşkil edeceği düşünülmektedir.

GİRİŞ

Dijitalleşmenin hızla ilerleyişiyle birlikte yeni medya tüm bireylerin yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Kuşkusuz yeni medya çağına doğan çocuklarımız dijitalleşmenin getirdiği fayda sağlayıcı unsurlar ile birlikte gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek unsurlarla da karşılaşmaktadırlar. Aynı zamanda bu yeni medya organları çocukların ruhsal ve bedensel iyilik hallerine de zarar verebilecek risk faktörlerini taşımaktadırlar. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının asli görevlerinden biri de çocukların güven içerisinde yetişmelerini sağlamaktır. Bu görevin yerine getirilmesi, yeni medya çağının beraberinde getirdiği dijital fırsatlardan faydalanarak paydaş kurum ve kuruluşların iş birliği ile gerçekleştirilebilecektir.

Yeni Medyanın Etkileri ve Sosyal Hizmet

Günden güne ilerleyen teknolojik gelişmeler ile birlikte hızla büyüyen dijital dünya çocuklarımız için çağın vazgeçilmez unsurlarından biri olurken, birçok riski de beraberinde getirmektedir. Çocukların biyopsikososyal gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek risklerin bertaraf edilmesinde Bakanlığımızca koruyucu önleyici hizmetler yürütülmektedir.

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı dijital medyada gerçekleşen ve çocuklara yönelik önlenemeyen çocuk istismarı, siber zorbalık ve suça sürüklenme vb. tüm suç unsurlarının ortaya çıkışı sonrasında çocuklara temas edilen en nihai durak olmaktadır. İstanbul'da her yıl yaklaşık olarak 4000 korunmaya ihtiyacı olan veya suça sürüklenen çocuk çeşitli sebeplerle Çocuk Koruma İlk Kabul ve Müdahale Birimine kabul edilmektedir. Her bir çocukla vaka özelinde birebir mesleki çalışmalar yapılarak 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu kapsamında tedbirler uygulanmaktadır. Bu çocuklar içerisinde ergenlik dönemi gibi gelişimsel döneme özgü birtakım sorunlar sebebiyle kuruluşa kabulü yapılan çocuklar olabilmektedir. Risklerin görece az olduğu bu vakalarda tedbirler ile desteklenerek çocuklar ailelerine teslim edilerek izlenmeye devam edilmektedir. Ancak 4000 çocuğun yaklaşık olarak 2000'i adli vaka olarak kuruluşlarımıza kabul edilmektedir. Türkiye çapında ise Çocuk Koruma İlk Kabul ve Müdahale Birimlerine kabulleri yapılan çocuk sayıları yaklaşık olarak yıllık 25000 civarında olup bu çocukların yaklaşık olarak 10000'i adli vaka olarak değerlendirilmektedir. Bu vakalar içerisinde ekran zorbalığına maruz kalan çocuklar, küçük yaşta evlendirilen kız

çocukları, cinsel istismar mağduru çocuklar, sokakta çalıştırılan veya dilendirilen çocuklar, şiddet mağduru çocuklar, kötü muameleye maruz kalan çocuklar ve suç örgütlerine üye olan çocuklar bulunmaktadır. Çocuklarla yapılan mesleki çalışmalar incelendiğinde çocukların ifadelerinde yaklaşık olarak %80'i internet ortamında tanıştığı birilerinin mağduru olduğunu beyan etmektedir.

Korunmaya ihtiyacı olan ve suça sürüklenen çocuklar incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun okul devamsızlığının bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla okul devamsızlığı çocukların içinde bulundukları risklerin tespitinde önemli bir gösterge olmaktadır. Okula devam eden çocukların korunma ihtiyacının ortaya çıkması veya suça sürüklenmesi çok daha az görülmektedir. Tüm bu sebeplerle okul devamsızlığının çocuklara sunulan bir hak olarak değerlendirilmesinden vazgeçilmesi ve devamsızlık durumunun önemli bir risk olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Önleyici bir sosyal hizmet uygulaması olarak okul devamsızlığının tespiti ve nedenlerinin araştırılmasına yönelik çalışmalar yürütülmelidir. Okullarda hizmet veren psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin sosyal hizmetlerle iş birliği içerisinde hareket ederek devamsızlığı bulunan çocukların çok geçmeden devamsız olduğu günlerde bulunduğu yerlerin ve görüştüğü kişilerin tespit edilmesi, çocuklara yönelik ortaya çıkabilecek tehlikelerin önlenmesinde büyük bir etki gösterebilir. Bahsedilen bu devamsızlık izleme çalışmaları dijital mecraların sunduğu mekanizmalar ile gerçekleştirilebilir; devamsızlık takiplerinin yapılıp paydaşlarla iş birliği içerisinde hareket edilebilmesi için dijital uygulamalar geliştirilebilir.

Bakanlığımızca koruyucu önleyici hizmetler kapsamında Sosyal Medya Çalışma Grubu oluşturulmuştur. Çocukların ihmal, istismara maruz kaldığı internet ortamında yer alan içeriklere Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Emniyet Genel Müdürlüğü (EGM) Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı ile iş birliği içerisinde müdahale etmektedir. Çalışma grubu, ortaya çıkan bir ihmal ve istismar durumunda, sorunun yaşandığı ildeki Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüklerimiz aracılığıyla çocuklara ve ailelerine sosyal ve psikolojik destek vermektedir. Aile Eğitim Programları kapsamında dijital ebeveynlik çerçevesinde ailelere eğitim verilmektedir. Aynı zamanda İl Çocuk Hakları Komitesi üyesi 12-18 yaş grubundaki çocuklarımıza yönelik dijital okuryazarlık, güvenli internet kullanımı konularında eğitim çalışmalarını içeren Dijital Okuryazarlık Ehliyeti Projesi başlatılarak eğitici eğitimleri verilmiştir. Bu eğitimlerle yaklaşık 2,3 milyon çocuk ve ebeveyne ulaşılmıştır.

Çocuklara yönelik üretilen ve çocukların gelişimlerini olumsuz etkileyebilecek içerikler için Bakanlığımız bünyesinde yer alan hizmetler ile birlikte diğer kamu mekanizmalarında da çeşitli hukuki ve idari yaptırımlar söz konusu olabilmektedir. Bilişim Teknolojileri Kurumu (BTK), Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK),

Emniyet Genel Müdürlüğü ile Jandarma Genel Komutanlığının Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı çeşitli etkinlik alanlarında çalışmalar yürütmektedir. Bakanlığımız bünyesinde yer alan Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kurulu, 1117 sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu kapsamında çalışmakta olup basılı eserlerin zararlı olup olmadığının incelenmesi ile birlikte yargı organlarına bilirkişilik görevi üstlenmektedir. Bu kurulda bir yılda 17327 inceleme yapılmış, 6653 dosyaya bilirkişilik yapılmış, 30 kitap incelenmiş ve 23 kitap muzır olarak değerlendirilmiştir. Ancak bu kurul yalnızca basılı eserlerin incelenmesinde görev yapmaktadır. Çocuklara yönelik dijital mecralarda yer alan suçlarla ve çocuklar için risk oluşturan durumlarla tüm bu kurumların uygulama birliği içerisinde gerçekleştirdiği önleyici çalışmalar ne yazık ki bulunmamaktadır. Dijital medyada suçun mağduru olan ve suça sürüklenen çocuklar en nihayetinde Bakanlığımızın sosyal hizmet modelleri ile tanışmakta ve danışmanlık, eğitim ve sağlık tedbirleri uygulanmaktadır. Bu çalışmaların çok büyük bir kısmı önleyici bir tedbir olarak değil tedavi edici bir tedbir olarak uygulanmaktadır.

Çocukları yeni medya dünyasının sebebiyet vereceği olumsuz etkilerinden korumanın yanı sıra kaçınılmaz bir alan olarak dijital dünyanın çocukların hayatında yer alması, çocuklara yönelik fayda sağlayabilecek, sosyal hizmet, sağlık ve eğitim gibi konularda içerikler üretme hususunda da çalışmalar yapmayı gerekli kılmıştır. Covid-19 pandemi süreci dijital medyanın bireylerin ve özellikle de çocukların hayatlarında ne derece önemli olduğunu bir kez daha göstermiştir. KORDEP (Korona Virüs Online Destek Ruhsal Destek Programı), Hayat Eve Sığar ve EBA vb. gibi dijital uygulamalar ile çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. KORDEP programı ile izolasyon sürecinde bulunan kişilere TV ekranından online psikososyal destek çalışmaları yürütülmüştür. Bakanlığımızda hâlihazırda yeni bir medya platformuna ilişkin çalışmalar yürütülmekte olup yakın zamanda kamuoyu ile paylaşılması planlanmaktadır. Bundan sonraki süreçte çocuklara yönelik faydalı içerik üretimi Bakanlığımızın ve paydaşımız olan diğer kurumların önemli bir çalışma konusu olmalıdır. Aynı zamanda Bakanlığımızın hizmet modellerinin ve diğer kamu otoritelerinin sunduğu hizmetlerin de dijital mecralar üzerinden yürütülebilmesine ilişkin çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

Uluslararası alanda ortak dijital medya mecralarının kullanımı küreselleşen dünyanın bir sonucudur. Bu hususta yurt dışında uygulanan ve ülkemizde de uygulanabilecek hukuki, idari yaptırımlar ile toplumsal yaklaşımlar da yakından takip edilmeli ve entegrasyon çalışmaları yapılmalıdır.

Bakanlığımızın ve tüm paydaş kurumların birlikte ortaya koyacağı, çocuk ve yeni medya bağlamında bir manifesto toplumsal farkındalığın oluşturulmasında ve medya mecralarının çocuklar için güvenli kullanım standardını geliştirmelerinde bir yol göstericilik görevini üstlenecektir.

Bakanlığımız çocuklara yönelik koruyucu ve önleyici hizmetleri ile ürettiği sosyal politikalarla paydaş kurumlar ile daima ortak çalışmalar yürütmektedir. İl Müdürlüğümüzün sekreteryasını yürüttüğü Çocuk Koordinasyon Kurulu ile çocuk koruma alanında önemli bir çalışma olan Çocuk Koruma Sistemi Yönergesi Mülki İdarenin, kolluk kuvvetlerinin, Sağlık Müdürlüğünün, Milli Eğitim Müdürlüğünün, Göç Müdürlüğünün ve Nüfus Müdürlüğünün birlikte çalışmasını hedef alan bir yönergedir. Tüm kamu mekanizmalarını ortak bir çalışmada buluşturan bu yönerge birlikte çalışmanın iyi bir örneğidir.

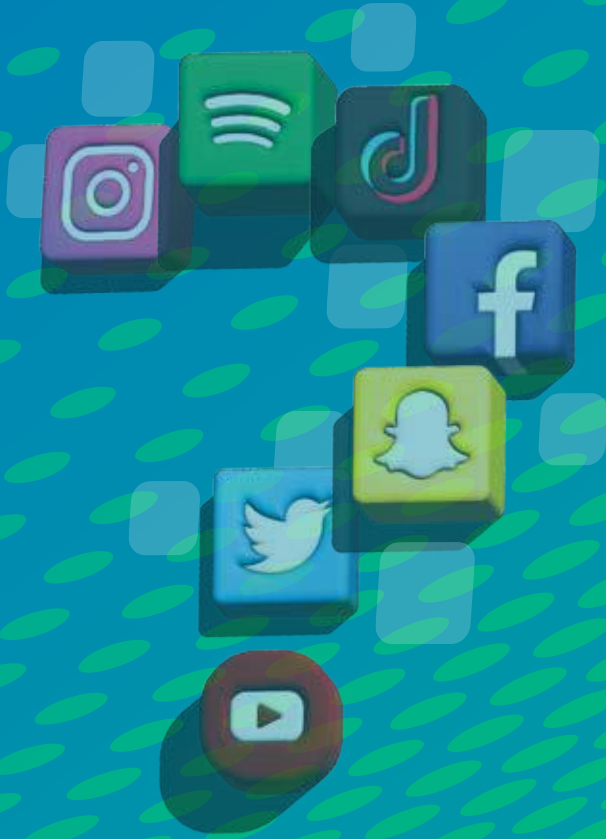
Çocukların yeni medya toplumunda sağlıklı bireyler olarak yetişmeleri kadar sağlıklı gelecek nesillerin inşasında ortak çalışmalar yürütmek de önem arz etmektedir. Bu kapsamda bu sempozyumun ve sempozyum sonrasında paydaşlarımız ile birlikte 22 Haziran 2022’de gerçekleştirdiğimiz çalıştayın yeni politikaların ortaya konmasında önemli bir kaynak teşkil edeceği düşünülmektedir.

SONUÇ

Çocukların internet temelli risk faktörlerinden etkilenecek karşılaştıkları sorunlar, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının çocuklara yönelik sunduğu hizmetlere ilişkin istatistikleri ile ortaya koyulmuştur. Yeni medya ve çocuk özelinde iyileştirici ve geliştirici sosyal politikalar oluşturulması ile birlikte sosyal hizmet çalışmalarının desteklenmesi gerekmektedir. Dijital dünyanın baş döndürücü bir hızla değiştiği bu yüzyıl, çocuğa hizmet veren tüm kurum ve kuruluşların teknolojik gelişmelerin bilincinde olmasını ve bu gelişmelerden istifade etmesini gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda güncel teknolojik gelişmelerin takip edilmesi ile dijital sosyal hizmetin yaşama geçirilmesi büyük önem arz etmektedir.



ÇOCUK ve YENİ MEDYA SEMPOZYUMU



02. Oturum

Oturum Başkanı

Prof. Dr. Edibe SÖZEN

Maltepe Üniversitesi Rektörü,
Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu Başkanı

Çocuk ve Yeni Medya

Edibe SÖZEN¹

Yeni medyada çocuklara yönelik mecraların ticarileşmesi yanında, çocuklara yönelik içeriklerin ve dijital oyunların tüketim kültürü açısından incelenmesi daha da önemli bir hale gelmiştir.

Kültür endüstrisi içinde, çocukların tüketim ve oyun algıları da değişime uğramıştır. Halk kültüründeki geleneksel çocuk oyunlarının yerini, sanal bir kültürün parçası olan dijital oyunlar almıştır. Dijital oyunlar, küresel anlamda gündelik ve tüketimci yaşamın en önemli metası haline dönüşmüştür.

İnternetin hızla büyümesi,yaygınlaşması, kullanılan dil ve sembollerin hızlıca paylaşımı yeni bir dijital medya kültürünü ortaya çıkarmıştır. Gençler ve çocuklar, yetişkinlere göre bu yeni teknoloji tarafından daha hızla sarmalanmış durumdadır. İnternetin gittikçe yaygınlaşan ve artan gücüne bağlı olarak çocuklar ve gençler reklamcılar için pazarda önemli bir hedef-kitle haline gelmişlerdir. Üretilen ürünler bağlamında ortaya çıkan yeni kapitalizmin adı “oyun kapitalizmi”dir.

2022 Ocak verilerine göre, Türkiye’de internet kullanıcı sayısı 70 milyondur. Nüfusun yüzde 82’si internet kullanmaktadır. İnternette günlük ortalama 8 saat zaman geçirilmektedir. Bunun 3 saati sosyal medyada geçirilmektedir. En çok ziyaret edilen siteler Google, Youtube ve Facebook’tur.

¹ Prof. Dr., Maltepe Üniversitesi Rektörü, Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu Başkanı, Çocuk ve Yeni Medya Sempozyumu 2. Oturum Başkanı.

Ülkemizde 13 yaş altının istatistikleri tutulmamakta. Ancak internet kullanımının 1 yaşına kadar indiği biliniyor. Özellikle Youtube’da yer alan çocuk içeriklerinin, ebeveynlerin kendi cihazlarıyla, çocuklarına izlettirildiği yaygın bir davranış.

Geçtiğimiz yıl, çocuklara yönelik “Youtube Kids” uygulamasına geçilmişti. Bu uygulamada çocuk içerikleri reklamsız bir şekilde izlenebilmektedir. Ayrıca, internet ortamında çocukların korunması amacıyla Google tarafından geliştirilen, Google Aile Bağlantısı adıyla bir uygulama sayesinde, anne babaların çocuklarının internete hangi içeriklere erişmesi gerektiği ile internette geçirecekleri süre sınırlandırılmıştı.

Çocuklar, yeni medyada da reklam mesajlarının doğrudan hedefi haline gelmiştir. Çocukları yeni medyanın zararlı etkilerinden korumak için internet mecra-sını yasaklamanın artık geçerli bir çözüm olmadığı görülmüştür. Bunun yerine anne-babaların çocuklarını yeni medyada faydalı içeriklere yönlendirme zorun-luluğu ortaya çıkmıştır.

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesi, 24 Mart 2021’de Çocuk Hakları Sözleşmesi’ne dair 25. Genel Yorumunu yayınladı. Sözleşmedeki genel ilkelerin, dijital ortama nasıl uyarlanacağını açıklayan 25. Genel Yorum; her çocuğun dijital ortamda korunma, desteklenme ve saygı görmesi üzerine yoğunlaşmaktadır.

Mahremiyetin çocukların onuru, güvenliği ve haklarını kullanması için haya-ti önem taşıdığına dikkat çeken komite, çocuğun verilerinin eğitim, sağlık ve benzeri faydaları sağlamak için işleneceğini; çocuğa ait verilerin toplanması ve kamu ya da ticari kurumlar tarafından işlenmesinin çocuğun mahremiyetini yönelik tehdit oluşturacağını ifade etmektedir.

Ülkemizde çocuk hakları; Anayasa, Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi, 5395 Sayılı Çocuk Koruma Kanunu ve 4721 sayılı Türk Medeni Kanun başta olmak üzere ilgili ulusal mevzuatla korunmaktadır. Türkiye yasalarına göre, 18 yaşını doldurmamış her birey çocuk olarak kabul edilmektedir.

Yeni Medya ve Tüketim Kültürü Bağlamında Çocuk

Filiz AYDOĞAN BOSCHELE¹

ÖZET

Nesnelerin interneti, büyük veri, yapay zekâ ve robotbilimin yaygınlaştırılması ile fiziki malların üretimi, dağıtımı ve kullanımının yapıldığı, on yıl öncekinden çok daha farklı bir dünyada yaşıyoruz. Bu yeni dünya, hem yetişkinler hem de çocuklar için pek çok sorunu da beraberinde getirmektedir. Yeni medya teknolojileri ve çocuklar arasındaki ilişkiyi irdeleyen yazarlar; çocukların, eskiye oranla daha az televizyon izlediklerini ve zamanlarını bilgisayar karşısında daha fazla geçirdiklerini belirtmektedir. Gene pek çok yazarın belirttiğine göre, bu yeni nesil-deki çocuklar, bilgisayarı öğrenmek, alışveriş yapmak, iletişimde bulunmak ve oyun oynamak için kullanmaktadır. Bu yazarların bazıları, yeni medya ve çocuk arasındaki ilişkiyi olumlu görmekte hatta siber alanları, “net neslinin oyun alan-ları” hatta çocukların “çocuk hâline geldikleri” alanlar olarak görmektedir.

¹ Prof. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü İleti-şim Bilimleri Anabilim Dalı Öğretim Üyesi

Ancak, bu yazı genel olarak tüm toplumun, özelde ise çocukların bu yeni medya teknolojilerinin açtığı alanların masum bir oyun alanı olduğu fikrine karşı çıkmakta ve tersine bu alanlarda çocukların tüketici konumuna indirgendiğini önermektedir. Çünkü başlangıçta katılımcı demokrasi ve politik biçimlenme potansiyeline sahip internet teknolojisi, yakın geçmişte internet ağların içeriğinin özelleştirilmesi ve kualsız veri akışı nedeniyle gittikçe artan bir biçimde, big-tech dediğimiz teknoloji şirketlerinin amaçlarına hizmet eder duruma gelmiştir. Ne yazık ki, internet ya da iletişim teknolojileri yoluyla ortaya çıkan yeni iletişim biçimleri, ticari medyanın hedeflerini genişleten bir büyüme göstermiştir. Böylelikle, internet çocukların haklarını da içine alacak biçimde kamusal çıkarlara hizmet edebilecek katılımcı bir alandan, “şirketlerin tüketici merkezli bilgileri sunduğu bir yayıncılık” düzlemine dönüşmüştür. Bu olumsuz durumu, toplumların geleceğini etkileyen çocuklar bağlamında ve eleştirel bir perspektifle irdelenecek olan bu yazı, tıpkı geleneksel medya gibi yeni medyanın da eleştirel değerlendirme yetileri yeterince gelişmemiş çocukları dijital kültür endüstrisinin potansiyel müşterileri olarak gördüğünü tartışmaktadır.

GİRİŞ

Tüketim, günümüzde, milyonlarca kişinin gündelik yaşamında ve uygulamalarında kapitalizmi meşrulaştıran bir ideoloji durumundadır. Gerçekten de var olan sistemin ayakta kalması ve büyümesi için tüketimin merkezi bir önem kazanmasıyla birlikte, “çok büyük miktarda metanın biriktirilmesi”, bunu para biçimine dönüştürecek eşi benzeri görülmemiş bir kurum, tüketim sanayini ortaya çıkarmıştır. Bu yeni sanayinin işlevi, toplumun en yaratıcı becerilerini kendinde toplayarak, arzu edilen kültürü yaratmak ve kimliği metalarla birbirine karıştırmaktır.

Tüketim açısından bu dönem, seri üretimin sınırlılıklarının fark edilmesiyle, sanayinin kaptanlığının reklamcılar ve pazarlamacıların eline geçtiği yeni bir düzendir. Bu düzende, tasarımcılar yenilik üretip yaşam tarzlarını biçimlendirirken, vitrinler de mal satmak yerine, tarz satmaya dönüşmüştür. Başka deyişle, artık komşular gibi olmak yerine, onlardan farklı olmak için bir eğilim oluşmuştur (Murray 1995:49). İşte Juliet Schor’un “Yeni Tüketimcilik” dönemi olarak adlandırdığı dönem, eski dönemin Jones’larla yarışma rejiminden, toplumsal olarak daha az tehlikesiz ama daha fazla bilinmezlerle doludur. Bu, kısmen referans gruplarının dikey olarak uzaması nedeniyledir. İnsanlar artık kendilerini ekonomik hiyerarşide kendilerinden üstündekilerle karşılaştırmaya ya da onların yaşam biçimlerini arzulamaya yatkındırlar. Microsoft’un Bill Gates’i ya da şirketin ikinci başkanı daha yaygın öykünmeciler haline gelmişlerdir. Bu değişimin en önemli nedeni, komşuluğun önemli bir referans grubu olarak önemini kaybetmesidir.

Komşuluğun benzer gelirlere sahip bireyleri içermesi nedeniyle, bir standart olarak komşuları kullanmak, insanları en yakınındakilerle karşılaştırma yaptırır. Ama toplumsal etkileşimin odağı olarak komşuluk değeri kaybettiğinden, güven verme rolünü de kaybeder. Bunun yerine işyeri, tüketim karşılaştırmaları için bereketli bir yer haline gelir. Bu süreç, özellikle beyaz yakalı, mesleki işlere sahip evli kadınlar tarafından hızlandırılmıştır. Kadınlar işyerinde, banliyödeki tipik ev kadınından daha farklı referans gruplarına rastlarlar ve bu nedenle, bir üsttekiyle tüketim karşılaştırmaları yapmaları daha olasıdır.

Sanayi kapitalizmi dönemini modern çağın katı/ağır/yoğun dönemi, ticari kapitalizmden itibaren yaşanan gelişmeleri ise akışkan/hafif dönem olarak ayıran Z. Bauman da günümüzü akışkan dönem olarak nitelendirir. Seri üretim döneminden farklı, kişisel tüketim yoluyla bireysel tercihlerin en üst noktaya varıldığı, kolektif dayanışma ve belli başlı kimliklerin zayıfladığı ve yeni kimliklerin ortaya çıktığı bu dönemde rutin ve kalıcılık, bütünlük yoktur. Bu duruma benzer bir biçimde, tüketim de varlığını normlar olmaksızın sürdürmek zorundadır. Tüketime yön veren şeyler normatif kurallar değil, baştan çıkarma, sayısı ve şiddeti artan arzular, hedefi belirsiz isteklerdir (Bauman 2017:122).

Bu sayede tüketimi en yüksek noktaya çıkarmayı amaç edinen, reklam sanayini de içine alan kültür sanayi, kültür mekânlarımızı gittikçe daha çok sömürgeleştirmektedir. Tüketim sanayi ürünlerinde erkeklerden, metalaşmış dünyanın emirlerini çalışarak yerine getirmeleri, anneler ve çocuklardan ise tüketim ahlakının en gözde müşterileri olmaları beklenir. Günümüzün tüketim sanayinin bakışı açısından, çocukluk ve gençlik, sanayi tarafından üretilen mal ve hizmetlerin tüketiminde bir dönemi içerir.

Bilindiği gibi Fordizm, yalnızca ekonomik bir örgütlenmeyi değil, Gramsci’nin de belirttiği gibi ileri kapitalizm içinde yeni bir uygarlık dönemini içerir. Bu uygarlık döneminde sanayideki seri üretim dünyasının bant sistemi yatar. Fordizm’deki seri üretim, standartlaşmış malları almaya istekli bir tüketici kitleyi, kısaca, kitlesel tüketimi önceden varsayar. Ancak Fordizm’in çözülmesiyle, Post-Fordizm dönemine geçilmesiyle ya da seri üretimin sınırlılıklarının fark edilmesiyle birlikte, “tüketim uygarlığı” olarak adlandırılan, tüketimin can alıcı bir öneme sahip olduğu bir yaşam biçimi ortaya çıkmış, bu duruma uygun olarak, sanayinin kaptanlığı reklamcılar ve pazarlamacıların eline geçmiştir. Bu yeni düzende, tasarımcılar yenilik üretir ve yaşam tarzlarını biçimlendirirken, vitrinler de mal satmak yerine, tarz satmaya dönüşmüştür. Başka deyişle, artık komşular gibi olmak yerine, onlardan farklı olmak için bir eğilim ortaya çıkmıştır (Murray 1995: 48-53). “Tüketim toplumu, tüketimi öğrenme, tüketime toplumsal hazırlık toplumdur” (Baudrillard 1995: 98).

Bu nedenle, günümüzde tüketim zevk olmaktan çıkmış, ödev haline getirilmiştir. Artık tüketim ödev olarak kitlelere benimsetilmektedir. Var olan toplumsal sistem, tüketerek iş yaşamının baskısından kaçmaya çalışan çağdaş bireye, kendi gereksiniminin ve refahının üretimine geçmesini, sahip olduklarıyla asla yetinmemesini hatırlatmakta, kitleleri işgücü olarak toplumsallaştırdıktan sonra bu güçleri tüketim gücü olarak da toplumsallaştırmaktadır (Baudrillard 1995: 98-99). Bu toplumsallaşma sırasında en çok hedeflenen kitleler ise çocuklardır.

Bu toplumsallaşmaya uygun olarak iş dünyasının otoritesindeki çağdaş kapitalizm, aile bireylerinin tümüne uygun roller vererek, herkese bireysel bir kader çizmektedir. Geleneksel yapıda ailenin yaşamını kazanma zorunluluğu duyan babaya, modern dönemde eski sorumluluklarından ve imtiyazlarından kurtulması gerektiği söylenmeye başlanmaktadır. Çağdaş kapitalizm çocukluk ve gençliği, sanayii tarafından mal ve hizmetlerin tüketiminin bir dönemi olarak görmektedir (Ewen 1976:139-146). Oysa çocukluk ve gençlik, aslında, yenilenmeyi, dürüstlüğü, adaletsizliğe karşı eleştireliliği temsil eder. Ancak bu durumun kültür sanayindeki yansımaları oldukça farklıdır. Çünkü kültür sanayi bu durumu da kendi yararına çevirmeyi bilmiştir.

Modern kültür sanayi, çocuklara tüketim yoluyla “davranışsal bir özgürlük” vereceği duygusunu aşırsa, aile dünyasının değerlerine ve tanımına müdahale edebileceğini anlamıştır. Bu nedenle reklamcılık, çağımızda, mesajlarının büyük bir kısmı ailelerine göre daha temiz bir sayfaya sahip olan çocuklara yönelmiştir. Hatta doğrudan çocuklara yönelik olmayan reklamlar bile çocuklar adına ve ebeveynlerin tutumları üzerine yazılmış, reklamlarda çocukların gereksinimlerinin sanayi tarafından daha iyi anlaşıldığı belirtilmiştir. Bütün bunlara ek olarak, çocukların eskiye göre daha fazla paraya sahip olmaları ve ailelerinin kararlarını etkileyebilmeleri nedeniyle, günümüzde çok daha fazla genç ve küçük çocuk tüketim pazarına dâhil edilmektedir. Böylelikle, tüketim pazarı hem dolaylı hem de doğrudan bir biçimde çocuklara, geleceğin tüketicilerine yönelmiştir. (Ritzer 2000: 53).

Çocuklara yönelik ürünlerin kültür sanayinin çok önemli bir parçası haline gelmesiyle birlikte, kültür sanayi bu durumdan yararlanmayı bilmiştir. Örneğin, günümüzde çocuklara yönelik olarak yapılan pek çok popüler film, film ve reklam endüstrisi arasında yapılan bir ortaklık olarak nitelenmektedir. Üstelik bu filmlerin karakterleriyle ilgili oyuncak, giyim, kitap ve spor malzemelerinden milyonlarca dolar gelir sağlanmaktadır (McChesney 2003: 30). Bütün bu gelişmeler sonucunda, günümüzde okullar, okul otobüslerinin yanlarını, koridorları, şeker, içecek ve kot pantolon satan satıcılara satmaya başlamıştır (Jhally 2002: 78).

YENİ MEDYA, ÇOCUK VE TÜKETİM

Katılımcı demokrasi ve politik biçimlenme potansiyeline sahip yeni medya teknolojisi, internet ağlarının içeriğinin özelleştirilmesi ve kurlsız veri akışı nedeniyle, gittikçe artan bir biçimde uluslararası teknoloji şirketlerinin amaçlarına hizmet eder duruma gelmiştir. İnternet ya da iletişim teknolojileri yoluyla ortaya çıkan yeni iletişim biçimleri, ticari medyanın hedeflerini genişleten bir büyüme göstermiştir. Başka deyişle, reklamcılar ve medya şirketleri ticari zaferlerini kurumsallaştırmada interneti ticari televizyonlara benzetmeye çalışmaktadırlar. Daha 1996 yılında Microsoft ağını televizyon formatına uyarlayabilmek için yeniden biçimlendirirken, AT&T'nin internet hizmetleri yöneticisi, internetin reklamcılık alanında var olan en büyük medya alanı olacağını söylediğinde ortaya çıkmıştı bile. Böylelikle, internet kamusal çıkarlara hizmet edebilecek katılımcı bir alandan “şirketlerin tüketici merkezli bilgileri sunduğu bir yayıncılık düzlemine dönüşmüştür (McChesney: 36).

Yeni medyayı günümüzün çocukları açısından değerlendiren kimi yazarlar, televizyondan interaktif bir dünyaya geçişin, bu yeni net nesli için öneminden söz etmektedir. Çünkü bu teknolojilerin içine doğan bu yeni nesil, kendilerinden önceki kuşaklar gibi sadece izleyici ya da sadece dinleyici olmak istemiyor, daha aktif olmak, kullanıcı olmak istiyorlar. Ancak aşırı programlı yaşamları ve sınırlı oyun alanlarıyla, sınırlı bir çocukluk yaşayan günümüz çocukları için yenisiyle eskisiyle medya, bu duruma bir panzehir gibi gözükse de internet ve televizyon, yeşil alanların, oyun alanlarının, parkların, gerçek arkadaşların yerine geçemez. Çünkü bu teknolojilerin sahipleri açısından, endüstri açısından bakıldığında çocuklar, cirosu milyar dolarları bulan küresel tüketim endüstrisinin bir segmenti olarak görülür.

Yakın zamanlarda yeni medya teknolojisi ile yaşadığımız değişiklikler, eğlence içeriğinde ticari promosyonları içeren yeni reklam tekniklerini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca internet, bilgisayar oyunları, sosyal medya siteleri gibi mecralar reklamcılara promosyonel mesajları için yeni platformlar sağlamıştır. Bu platformlar, ebeveynlerinden çok daha fazla okuryazar olan çocukları daha fazla etkilemiş ve bu teknolojiler, çocukların pek çoğu için gündelik yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Reklamcılar, yeni iletişim biçimlerinin yeni kuşaklar için önemini fark etmiş ve kendi piyasa hedeflerine hizmet edecek popüler uygulamalar kullanmıştır. Bazı örneklerde yeni medya uygulamaları, çocukları marka şampiyonları olarak görmüş ve çocuklar online ağlarda kendileri için kurnazca hazırlanan reklamlara maruz kalmıştır. Elbette bu durum çocuklarla ilgili yeni endişeler doğurmuştur. Reklamlarla ilgili endişeler bazı spesifik tematik sorunlar etrafında; en başında çocukların sağlığı ve iyiliği konularında şekillenmiştir.

Bu konudaki en önemli maddeler, reklamların çocukları sağlıksız yiyeceklerle, erken yaşta sigara ve alkole yönlendirdiği ile ilgilidir. Kamu arenasında büyük bir öfke uyandıran bu konular, ürün reklamlarının daha sıkı yasalarla sınırlandırılmasına yol açmıştır. Çünkü her ne kadar çocuklar bu teknolojilere adapte olsalar da, eleştirel değerlendirme yetileri yeterince gelişmemiştir (Blades-Oates-Blumberg-Gunter 2017: 3).

Yapılan araştırmalar yeni medya biçimleri nedeniyle, çocukların reklamlar karşısında ebeveyn bilgisi, yaş, uygun içerik, kişisel mahremiyet, zorbalık, veri gibi konularda korunmasız olduğunu ortaya koymaktadır. Bu araştırmalar, çocukların teknoloji konusundaki tartışmalar hakkında bilgilendirilerek çocukların aciz kurbanlar olarak görülmesinin önlenmesini de dile getirmiştir.

Bu önlemler, daha çok reklamların ne türden düzenlemelere tabii tutulacağı ile ilgilidir. Pratikteki düzenlemeler, ürün kategorileri karşısında çocukları korumaya alan pratiklerdir. Tütün ile ilgili reklamlar, 1970'lerden beri sıkı sınırlamalarla korunurken, alkol ve yiyecek reklamları, reklam markalarının belli zaman ya da yer sınırlamalarına tabiydi. Yani reklamcılar, markalama tekniklerini çocukların reklama maruz kalmayacağı şekilde düzenliyorlardı. Ama internet gibi yeni medya platformlarında bu türden düzenlemeler seyrek ve oldukça sınırlıdır. Yeni medyadaki reklamcılık tekniklerinin, kurnazlığı, gazete, radyo televizyon gibi geleneksel medyadan çok daha dikkatle incelenmesi gereklidir. Çünkü bu ortamlarda düzenleyici güçler proaktif bir biçimde çocuklar ve ailelerle konuşarak onların endişelerini dinlemeli ve çocukluğun ticarileştirilmesine karşı çıkmalıdır. (Blades-Oates-Blumberg-Gunter 2017: 10).

Bu duruma ek olarak, tüketim endüstrinin genellikle ticari, bazen de kamusal fayda sağlayacak şekilde insan hayatının her boyutuyla 'dataleştirilmesinden' daha çok kâr elde etmede ilerlemesiyle birlikte, çocukların kişisel bilgilerini de içeren, veri ihlalleri kaçınılmaz olarak kişisel veriyle ilgili yasal düzenlemelerde çocukların mahremiyetine yeteri kadar değer verilip verilmediğiyle ilgili soruları da gündeme getirmektedir (Livingstone 2020: 66). Bu nedenle, yeni medya ortamlarında toplumun genelinin olduğu gibi çocuklar için de medya okuryazarlığı, data okuryazarlığı eğitimlerinin kazandırılması gerekmektedir.

SONUÇ

Bilindiği gibi, reklam mesajlarından en kolay etkilenen kesim, çocuklardır. Bundan yararlanmak isteyen üreticiler ve reklamcılar, çocukların bu doğasını istismar edebilmektedirler. Algılama düzeyleri, yorumlama ve analiz yetenekleri henüz olgunlaşmamış, iyi ile kötüyü ayırt etmeyen çocuklar, kendilerine iletilen tüm mesajları doğru zannederek istekte bulunmaktadırlar.

Tıpkı kömür madenlerindeki kanaryalar gibi çocuklar, kendilerini sıklıkla dijital inovasyonun ön saflarında bulmaktadır ve onların mahremiyet konusunda yaşadıkları kötü tecrübeler, genel toplum için de hatırı sayılır problemlere işaret etmektedir.

Ayrıca çocukların yeni medyada karşılaştıkları düşünce, davranış ve tutumlar, ünlüler ya da oyunlarda gördükleri, gerçekte var olmayan karakterler, çocuklara model oluşturmaktadır. Reklamlarda, oyunlarda anlatılan yaşam ile gerçek yaşam arasındaki fark ise çocukların ruhsal yönden zarar görmesine yol açmaktadır. Aynı zamanda, dijital dünyanın her şeyi çeşitli görselleştiren yapısı, çocukların da yazılı kültürden giderek uzaklaşmasını ve bilişsel düzeyde bir okuma gerektirmeyen, bakmaya dayalı görsel kültürün etkisine girdiğini göstermektedir.

Her ne kadar günümüzün çocuklarının televizyon izleme süreleri azalsa da, televizyondan alınan süre, yeni medyaya, internet ve bilgisayara geçmektedir ve yeni medya evlerimize daha fazla sızdıkça bu eğilim daha da artacaktır. İletişim teknolojileri açısından bakıldığında televizyondan interaktif bir dünyaya geçiş, bu yeni nesil için elbette çok önemlidir. Çünkü artık bu nesil sadece izleyici ya da sadece dinleyici olmak istemiyor, daha aktif olmak, kullanıcı olmak istiyorlar. Ancak unutulmamalıdır ki, aşırı programlı yaşamları ve sınırlı oyun alanlarıyla, sınırlı bir çocukluk yaşayan günümüz çocukları için yeni medya, bu duruma bir panzehir gibi gözükse de, internet yeşil alanların, oyun alanlarının, parkların, gerçek arkadaşların yerine geçemez.

Günümüzde, çocukların eğlenme, oynama, öğrenme gibi masum niyetlerle yönelindikleri bu yeni medya platformları, çocukların bilinçsiz zihinlerinin meta pazarı tarafından sızılan alanlar haline getirilmesine neden olabilir. Oysa bilindiği gibi, her şeyi kapma ve bu bağlamda normlar oluşturma sürecinde olan çocuklara doğru bilgiler vermek, onları eğitmek toplumumuzun en önemli görevlerinden biridir. Bu görevi akılda tutarak, yapılması gereken şey, yaşadığımız sorunlara insani ve kolektif çözümler bulmak, çocuklarımız ve gelecek kuşaklar için meta dünyası yerine, bütünüyle insani bir dünya oluşturmaktır.

KAYNAKÇA

Apple, Micheal W. (2003). Çocuklarımızı Satıyoruz: Kanal 1 ve Eğitim Politikası", Der. McChesney-Robert W. Ellen Meikins Wood – John Bellamy Foster. Kapitalizm ve Enformasyon Çağı, Çev: Nil Sinem Çanga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın. Epos Yayınları. Ankara. ss.161-176.

Blades M-Oates C.-Blumberg F.-Gunter B. (2017). Advertising to Children. New York: Palgrave Macmillan.

Baudrillard, Jean (1995). "Bir Tüketim Kuramı Üzerine", Çev: Osman Olcay Kunal, Cogito, Sayı 5.ss. 89-102.

Bauman,Z.(2017). Akışkan Modernite, çev., Okan Sinan Çavuş, İstanbul: Can Yayınları.

Ewen, Stuart (1976). Captains of Consciousness, McGraw-Hill Book Company. USA.

Jhally, Sut (2002). Kıyametin Sınırında Reklamcılık", Birikim. Çev: Filiz Aydoğan, Sayı: 159, ss. 77-86.

Livingstone, S(2020). "Çocuklar: Mahremiyet için Özel Durum mu?" Çev. Ümit Sarı. Der. Filiz Aydoğan. Yeni Medya Kuramları II. İst: Der. Yay.ss 51-68.

Mcchesney, Robert (2003). "Küresel İletişimin Politik Ekonomisi", Der. Robert W. McChesney-Ellen Meikins Wood – JOHN Bellamy Foster. Kapitalizm ve Enformasyon Çağı, Çev: Nil Sinem Çanga,Erhan Baltacı, Özge Yalçın. Epos Yayınları. Ankara. ss.7-38.

Murray,R.(1995). "Fordizm ve Post-Fordizm", Yeni Zamanlar. 1990'larda Politikanın Değişen Çehresi, haz., Stuart Hall ve Martin Jacques, çev., Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1995, ss.48-53.

Ritzer, George (2000). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, Çev. Şen Süer Kaya, Ayrıntı Yayınları. İstanbul.

Dijital Medya, Hukuk ve Çocuk

Mesut Serdar ÇEKİN¹

ÖZET

Gelişen teknolojilerle birlikte dünya her geçen gün daha fazla bağlantılı hale gelmekte, aynı zamanda elde edilen verinin nitelik ve niceliği de artmaktadır. Elde edilen verilerle gerçekleştirilen analizler ve bu sayede oluşturulan katma değer, veri temelli ekonomi açısından büyük önem arz etmekte, piyasa aktörleri, daha fazla veri elde edebilmek ve bu verilerle algoritmalarını daha da geliştirmek hususunda birbirleriyle rekabet etmektedir. Aynı zamanda "sosyal medya fenomenleri" olarak nitelendirilen yeni aktörler de bu ekosistemde yerlerini almaktadır. Bu fenomenler arasında çocukların sayısı ise her geçen gün artmaktadır. Özellikle ürün tanıtımı ile yılda milyonlarca dolar kazanan çocuklar mevcuttur.

Teknolojik açıdan olduğu gibi özellikle ekonomik açıdan birçok yeni fırsatlar sunan veri temelli ekonomi, aynı zamanda birçok riski de barındırmaktadır. Bireylerin profillenmesi, toplanan veriler sayesinde fiziksel ve psikolojik durumlarıyla alakalı bilgilerin elde edilmesi, bu bilgilerin amaç dışı kullanımına dair günümüzde

1 Doç. Dr., Türk-Alman Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Özel Hukuk Bölüm Öğretim Üyesi

birçok olumsuz örnek mevcuttur. Bu husus, çocuklar açısından daha da önem arz etmektedir. Şöyle ki maddi ve manevi açıdan henüz gelişim aşamasında olan bireyin verilerinin analiz edilmesi, küçük bireyin geleceği açısından büyük riskler barındırmaktadır. Geçmişte yaptığı bir paylaşım yüzünden gelecekte iş bulamama, kişiliğine dair analizlerin potansiyel işverenlerin elinde bulunması, arayüz tasarımlarıyla çocukların dijital ortamlarda manipüle edilmesi, sosyal medyada daha popüler olabilmek amacıyla, “daha fazla like alma dürtüsü” ile gerçekleştirilen faaliyetler, bu risklere örnek teşkil edebilmektedir. Yine makine öğrenmesinin küçük bireyleri belirli bir ürüne ya da hizmete yönlendirmesi, küçük bireylerin maddi ve manevi gelişimlerini olumsuz şekilde etkilemeye elverişlidir. Bu açıdan hukukumuzun farklı alanlarında düzenleme yöntemleri mevcut olmakla birlikte, bunların dijital ihtiyaçlar da dikkate alınarak geliştirilmesi gereklidir. Nitekim kişisel verilerin korunması alanında çocuklara özel tasarımlar, onlara özel aydınlatma yöntemleri, çocukların menfaatlerini korumaya yönelik analizler her geçen gün daha da önem taşımaktadır. Reklam hukuku bağlamında çocuklara yönelik reklamlar da, özellikle ürün ve hizmet tanıtımları bağlamında önem arz etmektedir. Eğitim mevzuatında sosyal medya okuryazarlığının zorunlu kılınması da farklı bir regülasyon aracı olarak düşünülebilecektir. Tebliğin temel amacı da, tespit edilen söz konusu riskler ışığında hukuk düzenimizin mevcut ihtiyaçlara ne derece cevap verebildiğini tespit edip, ardından muhtemel öneriler sunmaktır.

GİRİŞ

Üniversite eğitimi esnasında bir kostüm partisinde elinde alkollü bir içecek ile çekindiği fotoğrafı paylaşan şahıs, yıllar sonra üniversite eğitimini tamamlayıp okul öğretmenliği için başvuruda bulunduğunda, kendisinin söz konusu pozisyon için uygun olduğu, ancak yıllar önce paylaştığı “uygunsuz” fotoğraf sebebiyle öğretmenlik mesleğini icra etmesinin mümkün olmadığı belirtilmiş ve iş başvurusu reddedilmiştir. Benzer bir diğer olayda 1970’li yıllarda bir kereliğine sentetik uyuşturucu deneyiminin olduğunu bir dergide anlatan meşhur bir psikolog, ikamet ettiği Kanada’dan Amerika Birleşik Devletleri’ne gerçekleştirdiği seyahat esnasında gümrük memurları tarafından saatlerce alıkonulmuş, bir internet araştırması neticesinde uyuşturucu deneyimi ile ilgili paylaşımları kendisine sorulmuş, olayın üzerinden 30 yıl geçmiş olmasına rağmen uyuşturucu kullanmadığına dair kendisine belgeler imzalatılmış ve Amerika Birleşik Devletleri’ne giriş talebi reddedilmiştir.

Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür. Ancak bunların ortak noktası, sanal dünyada bıraktığımız ayak izlerinin herkes tarafından kolayca ulaşılabilir olması ve silinmesinin çok zor olduğu gerçeğidir. Bu husus, çocuklar açısından daha da elzemdir. Günümüzde birçok “fenomen çocuk”, milyonlarca takipçiye sahiptir. Yayınlanan videolar milyon ve hatta milyarlar tarafından izlenmektedir. Ayrıca bu “fenomen çocuklar”, söz konusu faaliyetler vesilesiyle milyonlarca dolar gelir

elde etmektedirler. Bununla birlikte özellikle henüz gelişim çağındaki olan çocukların dijital dünyada bu kadar fazla miktarda ayak izi bırakması, sadece olumlu sonuçları beraberinde getirmemektedir. Gerçekten de günümüzde “kimsenin görmediği” anlık bir tepki, kaydedilip sanal ortamda paylaşıldığında milyonlarca kişi tarafından görülebilmekte, ayrıca videoya konu olan kişilere karşı izleyiciler, fiziksel ortamda dile getiremeye cesaret edemeyecekleri türde ifadeler de kullanabilmektedir. Özellikle dijital ortamda her gün gerçekleşen “linç” girişimleri, bunun somut bir örneğidir.

RİSKLER

Bu açıklamalar ışığında öncelikle şu tespitte bulunmak mümkündür ki, sosyal medya, ya da daha geniş bir ifade ile dijital ortamlar, özellikle çocuklar açısından ciddi bir gelir kaynağı ve daha da önemlisi, sosyalleşmek açısından imkânlar sağlayabilmektedir. Nitekim sosyal hayatın bir parçası olabilmek, bu hayattan dışlanmamak adına birçok gelişim çağındaki olan çocuğun da sosyal ilişkilerini dijital ortamlarda kurduğu, geliştirdiği ve pekiştirdiğini söylemek mümkündür. Ancak bu ortamlar, aynı zamanda birçok riski de beraberinde getirmektedir. Bu riskler, makro ve mikro düzeyde kendisini gösterebilmektedir.

Çocuklar özelinde makro düzeyde ele alınabilecek riskler, toplumun bir bütünü olarak gerçekleştirilen bir değerlendirme kapsamında, henüz gelişmekte olan çocukların fiziksel ortamlardan uzaklaşması, bazı grupların ayrımcılığa maruz bırakılması, etiketlenmesi ve dolayısıyla bütün toplumu doğrudan olumsuz şekilde etkileyecek nitelikte faaliyetler olarak tanımlanabilir. Yine henüz yetişmekte olan bireylerin daha küçük yaşta kendilerine ait bütün bilgileri sanal ortamlarda gelişigüzel paylaşması, bu bilgilerin gelişigüzel, amaca aykırı ve kötü niyetli şekilde paylaşılmasına da sebebiyet verebilecektir. Bunun bir örneği olarak büyük bir sosyal medya platformunun Avustralya’da ergenlik çağındaki çocukların paylaşımlarını analiz edip depresyon belirtileri gösteren çocukların bilgilerini psikologlarla para karşılığında paylaşması gösterilebilir. Söz konusu platform, bu kişilerin yaptığı paylaşımlar üzerinden analizler yapıp neticeleri psikologlara teklif edip, bu durumdan para kazanmaya çalışmıştır. Benzer şekilde belirli bir sosyal statüye sahip olan çocukların aynı platformlar vesilesiyle “kendi sosyal statülerine daha uygun” yönlere iletilmeleri, bu doğrultuda manipüle edilmeleri de düşünülebilecektir. Bu durum ise, toplum içerisindeki fırsat eşitliğini ortadan kaldırma tehlikesini açıkça belirgin hale getirmektedir.

Mikro düzeydeki riskler ele alındığında öncelikle çocuğun maddi ve manevi gelişimi hususu göze çarpmaktadır. Şöyle ki sinirbilimcilerle çalışan büyük platformlar, kullanıcıların en fazla ekran başında vakit geçirmelerini sağlayacak yöntemleri araştırmaktadır. Aynı zamanda kullanıcı ekran başında vakit geçirdikçe, bu kişi hakkında daha fazla veri elde edilmekte, dolayısıyla kişi hakkında daha derin

analizler yapılabilir. İşte bu “dijital döngü” çerçevesinde kişisel veriler elde edilmekte, analiz edilmekte, kişi profillenmekte, ardından çıkartılan profile göre yönlendirme ya da manipülasyon faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Ancak ne kadar fazla veri elde edilirse, manipülasyon da o kadar başarılı hale gelebilecektir. Gittikçe derinleşen bu dijital döngü, çocukların maddi ve manevi gelişimi açısından son derece tehlikeli sonuçlara gebe. Nitekim belirli bir yaşa gelmiş ve kişiliği “oturmuş” olan bireylerin hobileri, ilgi alanları, öncelikleri çoğu zaman bellidir. Ancak kişiliği henüz gelişmekte olan bireylerde aynı durum söz konusu değildir. Oysa makine öğrenmesine dayalı algoritmalarla küçük bireylerin ekran başında daha fazla vakit geçirmesini sağlayan platformlar, küçük bireylerin kişilik gelişimini köreltme tehlikesini barındırmaktadır. Örnek olarak internetten bir bisiklet araması yapmış olan küçük bireyin karşısına her gün ve ısrarla bisiklet ve bağlantılı ürünlere dair reklamlar çıkartılmaktadır. Artık bu küçük bireyin futbol, dağcılık, resim gibi diğer alanlara yönelmesi neredeyse imkânsız hale getirilmektedir. Benzer şekilde ve daha da elzem olarak küçük bireyin dünya görüşünün şekillenmesinde de aynı tehlike söz konusudur. Örnek olarak belirli bir konuda daha muhafazakâr bir çizgi izleyen küçük birey, algoritmaların kendisine sunduğu sonuçlar neticesinde artık genellikle bu doğrultuda sonuçları görece, karşı görüşü temsil eden sonuçları neredeyse bulamayacaktır. Bu bağlamda özellikle Facebook, insanların dünya görüşüne göre bildirimleri manipüle etmekle suçlanmıştır. Dolayısıyla sadece bir görüşe maruz kalan küçük bireyin, artık aykırı görüşleri görememesi, bunları dikkate alıp değerlendirememesi, kendisinin kişilik gelişimi açısından çok ciddi bir tehdit barındırmaktadır. Hiçbir zaman karşı tarafın görüşünü dinlemeyen, sadece kendi görüşüne destek arayan küçük birey, yetişkin hale geldiğinde de tartışma kültüründen yoksun, buna karşılık “kavga kültürüne” vakıf bir şekilde hareket edecektir. Bu bağlamda önem arz eden bir diğer husus, beğeni dürtüsüne ilişkindir. Sosyal medya da “ideal” olarak empoze edilen unsurlar, küçük birey tarafından da sorgulanmadan kabul edilecek, herkesin beğendiği gibi olma, öyle yaşama dürtüsüyle hayatı şekillenecektir. Ancak bu ideal resme uygun olmayan birey, toplumca dışlanacaktır. Bunun en somut örneği, Instagram isimli platformun genç kızlar üzerindeki etkilerini konu alan bir araştırmada ortaya çıkmıştır. Nitekim ilgili platformda “ideal kadın” olarak empoze edilen kişiler gibi olamayan genç kızlar, bu sebeple çoğu zaman intihar düşünceleriyle boğuşmaktadır. Yine beğeni dürtüsüyle, daha fazla kitlelere ulaşabilmek amacıyla kendileri ve çevresindeki insanların hayatlarını, şeref ve haysiyetlerini hiçe sayan birçok bireyin olumsuz örneklerine sanal ortamlarda rastlamak mümkündür. Nihayet bu bağlamda özellikle çocukların verilerinin çokça paylaşılması, pedofili tehlikesini de beraberinde getirmektedir.

HUKUKİ AÇIDAN DEĞERLENDİRMELER

Peki, hukuk düzeni bu tür risklere karşı nasıl cevap vermelidir?

Bu bağlamda değinilmesi gereken ilk yasal düzenleme, Anayasa M. 41’de düzenlenen “Ailenin korunması ve çocuk hakları” başlıklı hükümdür. Buna göre:

- *Madde 41 – Aile, Türk toplumunun temelidir ve eşler arasında eşitliğe dayanır.*
- *Devlet, ailenin huzur ve refahı ile özellikle ananın ve çocukların korunması ve aile planlamasının öğretimi ile uygulanmasını sağlamak için gerekli tedbirleri alır, teşkilatı kurar.*
- *Her çocuk, korunma ve bakımdan yararlanma, yüksek yararına açıkça aykırı olmadıkça, ana ve babasıyla kişisel ve doğrudan ilişki kurma ve sürdürme hakkına sahiptir.*
- *Devlet, her türlü istismara ve şiddete karşı çocukları koruyucu tedbirleri alır.*

İlgili hükümden henüz ilk bakışta anlaşılacağı üzere Anayasamız, sadece çocuklara haklar tanımakla yetinmemekte, ayrıca devlete de çocukların korunması için gerekli tedbirleri alması noktasında bir ödev yüklemektedir. Bununla birlikte hemen belirtelim ki bu ödevin ifası noktasında öncelikle mevcut mevzuat hükümlerinden istifade etmek gerekecektir. Bu noktada ise kanaatimizce özellikle üç konu önem arz etmektedir: 1) Kişisel verilerin korunması; 2) Reklam mevzuatı; 3) Eğitim/öğretim mevzuatı ve henüz yasal bir zemini olmasa da hukuki açıdan düzenlenmesinde muhakkak fayda gördüğümüz yapay zekâ teknolojileri.

6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Açısından

Kişisel Verilerin Korunması Hukuku açısından kanaatimizce çocuklar özelinde unutulma hakkı, çocuklara özel tasarımlar ve etki değerlendirmeleri büyük önem arz etmektedir. Hemen belirtelim ki ülkemizde Kişisel Verileri Koruma Kurumu, çocukların korunması alanında birçok çalışmalara imza atmış, ayrıca bilgilendirici nitelikte rehberler de yayınlamıştır. Aynı husus, unutulma hakkı açısından da geçerlidir.

Bununla birlikte söz konusu hususlar, mevzuatta herhangi bir yasal dayanaktan mahrumdur. Bu sebeple özellikle 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında, Avrupa Birliği Genel Tüzüğüne olduğu gibi çocukların açık rızasına dair açık hükme yer verilmesi isabetli olacaktır. Bu sayede açık rıza alınırken en azından muhatabın genellikle çocuklar olduğu durumlarda veri sorumlularının daha hassas davranması sağlanacaktır. Bununla bağlantılı olarak

ayrıca çocuklara yönelik sitelerde çocuklar açısından anlaşılır görsel ve metinlerle bilgilendirme yapılması yükümlülüğü de arz eden ayrı bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine bu bağlamda veri sorumlularının henüz başlangıç aşamasında, ilgili uygulamaları ya da internet sitelerini tasarlarken çocuklara yönelik açık rıza ve aydınlatma yöntemlerinin uygun bir şekilde geliştirilmesi dikkate alınmalıdır. Bu çerçevede henüz veri işleme faaliyetine başlanılmadan önce çocukların korunmasına yönelik etki değerlendirmesi yapılması düşünülebilecektir. Belirtelim ki, bu hususlar, hâlihazırda Kişisel Verileri Koruma Kurumu tarafından yayınlanan rehberlerde ve Kurul tarafından yapılan farklı etkinliklerde ifade edilmektedir. Ancak bu hususların yasal bir zemine kavuşturulması, veri sorumlularının bu hususları daha da ciddiye almasına faydalı olabilecektir.

Reklam Hukuku ve İnternet Üzerinden Gerçekleştirilen Yayınlar Açısından

Sanal ortamda sadece çocuklar açısından değil, yetişkinler için de risk içeren bir diğer husus, karanlık örüntüler (dark patterns) olarak tanımlanan yöntemlerdir. Bunlar, kişilerin kendileri aleyhine ve uygulama ya da internet sitesi sahibinin lehine belirli bir davranışta bulunmaları için özellikle bilinçaltı yöntemlerle kullanıcıları yanıltabilecek nitelikte davranışlar olarak tanımlanabilecektir. Karanlık örüntülerin birçok farklı görünüş şekli mevcuttur. Bunlar, çerezler bağlamında açık rıza alınırken bütün çerezlerin kabul edilmesi için daha renkli ve dikkat çekici kutucukların yerleştirilmesinden, kişinin fark etmeksizin daha pahalı bir ürün ya da hizmeti seçmesine kadar geniş bir yelpazeye sahip olan yöntemlerdir. Çocuklar açısından bu husus, daha da elzemdir. Nitekim özellikle görsel yönlendirmelerle çocukların dikkatsizliğinden istifade ederek onların parmak izi, yüz hatları gibi biyometrik ve dolayısıyla onların hayatı boyunca değişmeyecek, bir ömür boyu onları tanımlamakta kullanılabilecek bilgilerin paylaşılması söz konusu olabilecektir. Yine çocukların dikkatsizliğinden istifade ederek onlara daha pahalı ürün ya da hizmetlerin sunulması gibi örnekler de dikkate alınacaktır. Bu bağlamda 01.02.2022 tarih ve 31737 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik önem arz etmektedir. İlgili değişikliklerle özellikle kişiselleştirilmiş reklam hususunu esas almaktadır. Ancak önemle belirtelim ki söz konusu değişiklikler, genel olarak kişiselleştirilmiş reklam uygulamalarıyla sınırlı kalmakta, özellikle tüketicilerin bilinçaltı yöntemlerle hedeflenmesi hususunu açıkça düzenlememektedir. Kaldı ki çocuklara yönelik bir düzenleme hiçbir şekilde mevcut değildir. Dolayısıyla çocuklara yönelik uygulamalar ve internet sitelerindeki reklam uygulamaları, kişiselleştirilmiş ürün ve hizmet sunumları,

karanlık örüntüler vesilesiyle çocukların belirli bir ürün ya da hizmet satın alması ya da kişisel verilerini paylaşmaya yönlendirilmesi gibi hususlar, düzenlenmeye muhtaç hususlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yapay Zekâ Hukuku Açısından

Yukarıda belirtilen hususlarda doğrudan bağlantılı olarak yapay zekâ teknolojilerinin kullanılması vasıtasıyla kullanıcıların bilinçaltını hedef alan, toplumun dezavantajlı gruplarını hedefleyip bunların zaaflarından istifade etmek suretiyle ürün ya da hizmet sunmayı amaçlayan uygulamalara ilişkin mevzuatımızda açık bir düzenleme bulunmamakla birlikte, burada ancak Türk Medeni Kanunu’nun fiil ehliyeti, Türk Borçlar Kanunu’nun gabin ve irade sakatlıkları ya da Tüketici Hukukundaki cayma hakkına dair genel hükümler gündeme gelebilecektir. Bununla birlikte Avrupa Birliği mevzuatında yapay zekâ teknolojilerine dair düzenlemeler hazırlık aşamasındadır. Bu düzenlemelerde dikkat çeken en önemli hususlardan birisi de, bilinçaltına hitap eden ya da toplumun belirli (dezavantajlı) gruplarının zafiyetlerinden istifade etmeyi amaçlayan yöntemlerin bütünüyle yasaklanmasıdır. Dolayısıyla özellikle çocuklara yönelik sunulan hizmetlerde bunların zaaflarından istifade etmek suretiyle yapay zekâ teknolojilerinin kullanılması, bütünüyle yasaklanacak intibai oluşmaktadır. Ayrıca bu yöntemlerin denetlenmesi, sertifikalandırılması gibi yöntemler öngörülmekte, bu sayede kötüye kullanımın sadece gelişim ve pazara sürülme aşamasında değil, ayrıca kullanım aşamasında da önlenmesi amaçlanmaktadır.

Belirtildiği üzere Türk mevzuatında yapay zekâ teknolojilerine dair özel bir düzenleme söz konusu değildir. Ancak böyle bir düzenleme yapılacak olursa bu çerçevede çocukların da bu teknolojilere karşı korunabilmesi için özel düzenlemelerin öngörülmesinde fayda vardır.

Eğitim/Öğretim Mevzuatı Açısından

Nihayet sosyal medya okur-yazarlığının henüz ilk ve orta öğretim aşamasında eğitim kurumlarında zorunlu ders olarak öngörülmesinde fayda olacaktır. Nitekim ancak bu sayede korumak istenen özne, başkasının müdahalesine gerek olmaksızın doğrudan bilinçlendirilecektir. Yine bu çerçevede ebeveynlerin, öğretmenlerin ve diğer ilgili kurum ve kuruluşların bilinçlendirilmesinde fayda vardır.

SONUÇ

Sanal ortamlar, birçok fırsatı barındırdığı gibi çeşitli riskleri de beraberinde getirmektedir. Söz konusu riskler, çocuklar özelinde daha da önem arz etmektedir. Nitekim henüz gelişim aşamasında olan çocukların bütün kişiliklerini alenen ifşa etmesi, makro düzeyde bütün toplum açısından ve mikro düzeyde küçük bireylerin maddi ve manevi gelişimleri açısından ciddi sorunları beraberinde getirmektedir.

Bu sorunların hukuki açıdan çözüme kavuşturulması noktasında hâlihazırda özellikle kişisel verilerin korunması alanında genel düzenlemeler ve çocuklar özelinde farklı uygulamalar mevcuttur. Ancak çocuklara mahsus özel düzenlemelerin olmaması, uygulama açısından birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Ayrıca yapay zekâ teknolojileri sayesinde küçük bireylerin verilerinin analiz edilmesi, bunlar hakkında profillerin oluşturulması, çocukların parmak izi ya da yüz hatları gibi hassas nitelikli kişisel verilerinin elde edilmesi de bir başka sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda yapay zekâ teknolojileri özelinde Türk hukukunda herhangi bir düzenleme mevcut olmamakla birlikte, çocuklara yönelik de herhangi bir mevzuattan bahis açmak imkânsızdır. Dolayısıyla özellikle bu tür yeni teknolojilerin ihtiva ettiği risklerin adreslenmesi açısından yasal düzenlemelerin hayata geçirilmesinde fayda vardır. Son olarak dijital okuryazarlık hususunun daha erken aşamalarda eğitim-öğretim kurumlarında ele alınması, bu hususların sadece çocuklarla sınırlı kalmaması, bilakis ebeveynleri ve eğitimcileri de kapsamı hususu önem arz etmektedir.

Çevrimiçi Zorbalığa Direnmek: “Zorbalığı Engelle” Kampanyasının Sosyolojik Çözümlemesi

Fatmanur ALTUN¹

ÖZET

Akran zorbalığı, genellikle çocukluk çağı ile ilişkilendirilen ve okul kavramı ile yana anılan bir kavramsallaştırmadır. Bu yaygın kanaate göre zorbalık davranışının, bazı bireylerin henüz çocukluk çağlarında iken okul bahçesinde, sınıfta, kantinde yahut okulla ilişkili diğer mekânlarda, genellikle kendilerinden yaşça büyük bazı çocukların fiziksel ve sözel incitmelerine maruz kalmaları ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Oysa günümüzde, özellikle gelişimsel psikoloji alanında yapılan çalışmalar, akran zorbalığının boyutlarının son derece genişlemiş olduğunu ve yukarıdaki tanımın artık zorbalığın son derece kısıtlı bir bölümünü kapsadığını ortaya koymaktadır. Özellikle bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler pek çok sosyal görüngüyü olduğu gibi “akran zorbalığı” kavramını da değiştirmektedir. Bu çerçevede en dikkat çekici gelişme, akran zorbalığının çevrimiçi alanlara taşınmasıdır. Bu uzamsal genişleme, akran zorbalığının gücünün ve etki kabiliyetinin artmasına neden olmakta, akran zorbalığına maruz kalan bireyleri yaşamları boyunca etkisi altına alan yıkıcı bir deneyime dönüştürmektedir.

1 Dr., TÜRGEV Yönetim Kurulu Başkanı, fatmanuraltun@gmail.com ORCID: 0000-0001-8139-1469

Çevrimiçi ortamlara uzanan akran zorbalığının yıkıcılığında rol oynayan faktörlerin başında, zorbalık amacıyla üretilen içeriklerin çevrimiçi ortamların sunmuş olduğu imkânların doğasına bağlı olarak son derece geniş kitlelere ulaşabilmesi ve internet ortamında sonsuza dek kalabilmesi yer almaktadır. Toplumda yaygın olarak tanınan ve 'konvansiyonel zorbalık' adını verdiğimiz akran zorbalığının en belirleyici dinamiği, zorbalık deneyiminin belli bir zaman ve mekânla sınırlı olarak ortaya çıkması ve kurbanı hedef alan herhangi bir akut saldırı anının bir kez yaşanmasıdır. Ancak çevrimiçi zorbalık olarak adlandırdığımız zorbalık türünde kurbanı yöneltilen saldırı bir kez ortaya çıktıktan sonra döngüsel olarak kendisini tekrar etmektedir. Saldırıyla ilişkili yazılı yahut görsel materyaller çok sayıda kullanıcı tarafından belirsiz sayıda paylaşılabilmekte, her paylaşım ve etkileşimde kurban saldırıyı tekrar yaşamaktadır. Bu durum konvansiyonel olarak ortaya çıktığında bile başa çıkılması zor bir deneyim olan zorbalığa maruz kalma deneyimini bütünüyle travmatik bir hale sokmaktadır.

Çevrimiçi zorbalık henüz çok yeni bir sosyal vakıa olduğu için hakkında yapılmış araştırmalar son derece sınırlıdır. Ancak bu vakıanın dijital teknolojiler ile olan bağı hesaba katılarak, son yirmi yılı kapsayan bir dönemde ortaya çıktığı, internet ve cihaz teknolojilerindeki ilerlemeler ile dijital ortamlara da taşındığı, etkisinin, sürekliliğinin ve kalıcılığının artar hale geldiği söylenebilir. Bu durum, söz konusu olgu ile mücadele eden kamusal yahut sivil çabaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Türkiye'de bu çerçevede yürütülen faaliyetler içinde en dikkat çekici olanı Türkiye Eğitim ve Gençliğe Hizmet Vakfı tarafından 2019 yılında hayata geçirilen *Çevrimiçi Zorbalığa Karşı Farkındalık Kampanyası*'dir. *#ZorbalığıEngelle* sloganı ile yürütülen kampanya çerçevesinde çocukları psiko-kültürel anlamda desteklemek adına ebeveynlere ve eğitimcilere yönelik birçok eğitici içerikler üretilmiştir. Sadece maruz kalan çocuğu değil, zorbalık davranışında bulunan çocuğu da merkezine aldığı görülen proje ile en başta çocuklara / gençlere sosyal medya üzerinden ulaşarak çevrimiçi zorbalığa yönelik bilinçlendirme faaliyetleri yürütülmektedir. Dikkat çekici iki tanıtım videosu ile başlatılan kampanyanın web sitesinde çevrimiçi zorbalığı ve bu olgu ile mücadele yollarını açıklayan bir farkındalık rehberi, zorbalığa ilişkin temel kavramları, önlemleri ve çözüm önerilerini içeren bir e-öğrenme modülü ve siteye gelen kullanıcıları doğru içeriğe yönlendirmek üzere çalışan bir chatbot yer almaktadır.

Bu çalışma, Türkiye'de çevrimiçi zorbalık üzerine gerçekleştirilen ve 3 yılı aşkın süredir devam eden "Zorbalığı Engelle" kampanyasını belge analizi yöntemi ile değerlendirerek nispeten yeni bir toplumsal sorun alanı olarak ortaya çıkmakta olan çevrimiçi zorbalığı tanımlamayı hedeflemektedir. Bu tanımlama çabası içinde, çevrimiçi zorbalık-konvansiyonel zorbalık ayrımını ortaya atarak bu alanda oluşan literatüre katkı vermek amaçlanmaktadır. Son olarak bu kampanya çerçevesinde ortaya konan çıktılarından yola çıkarak çevrimiçi zorbalıkla mücadeleye dair politika yapımına katkı vermek üzere çözüm önerileri ortaya konacaktır.

Anahtar Kelimeler: Çevrimiçi Zorbalık, Konvansiyonel Zorbalık, İnternet, Sosyal medya, Dijital.

GİRİŞ

"Zorbalığı Engelle" kampanyası Türkiye Gençlik ve Eğitime Hizmet Vakfı tarafından ilk defa 19 Şubat 2020 tarihinde gerçekleştirilen bir tanıtım toplantısı ile duyurulmuş ve ardından özellikle çevrimiçi platformlar aracılığı ile muhataplarına ulaşmış olan bir sosyal sorumluluk projesidir. Vakıf, proje kapsamında çalışmalarına 2019 yılında başlamış, COVID-19 salgınının Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edildiği 11 Mart 2020'nin (sağlıkbakanlığı.gov) hemen arefesinde kamuoyuna tanıtılmıştır. Kampanyanın amacının iki katmanlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. İlk planda özellikle internet teknolojilerindeki hızlı ilerleme ve sosyal medya teknolojisi ile yeni bir gerçeklik olarak ortaya çıkmakta olan çevrimiçi alanın anlaşılması ve sosyolojik olarak çözümlenmesi, ikinci olarak da bu alandan gelen en önemli tehditlerden biri olan çevrimiçi zorbalığa karşı toplumsal farkındalığın yükseltilmesidir. Kampanya kitlesel bir çağrı ile yola çıkmış ve bu zorbalık türünden en fazla etkilenen çocuklar ve gençlerin yanı sıra eğitimcileri ve aileleri de odağına almıştır.

Akran zorbalığı, genellikle çocukluk çağı ile ilişkilendirilen ve okul kavramı ile yana anılan bir kavramsallaştırmadır. Bu yaygın kanaate göre zorbalık davranışı, bazı bireylerin henüz çocukluk çağlarında iken, okul bahçesinde, sınıfta, kantinde yahut okulla ilişkili diğer mekânlarda, genellikle kendilerinden yaşça büyük bazı çocukların, fiziksel ve sözel incitmelerine maruz kalmaları ile ilişkili olarak anlaşılmaktadır. Oysa günümüzde, özellikle gelişimsel psikoloji alanında yapılan çalışmalar akran zorbalığının boyutlarının son derece genişlemiş olduğunu ve yukarıdaki tanımın artık zorbalığın son derece kısıtlı bir bölümünü kapsadığını ortaya koymaktadır. Özellikle bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler pek çok sosyal görüngüyü olduğu gibi akran zorbalığı kavramını da değiştirmektedir. Bu çerçevede en dikkat çekici gelişme, akran zorbalığının çevrimiçi alanlara taşınmasıdır. Bu uzamsal genişleme akran zorbalığının gücünün ve etki kabiliyetinin artmasına neden olmakta, akran zorbalığına maruz kalan bireyleri yaşamları boyunca etkisi altına alan yıkıcı bir deneyime dönüştürmektedir.

Çevrimiçi zorbalık henüz çok yeni bir sosyal vakıa olduğu için hakkında yapılmış araştırmalar son derece sınırlıdır. Ancak bu vakıanın dijital teknolojiler ile olan bağı hesaba katılarak, son yirmi yılı kapsayan bir dönemde ortaya çıktığı, internet ve cihaz teknolojilerindeki ilerlemeler ile dijital ortamlara da taşındığı, etkisinin, sürekliliğinin ve kalıcılığının artar hale geldiği söylenebilir. Bu durum, söz konusu olgu ile mücadele eden kamusal yahut sivil çabaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Türkiye’de bu çerçevede yürütülen faaliyetler içinde en dikkat çekici olanı Türkiye Eğitim ve Gençliğe Hizmet Vakfı tarafından 2019 yılında hayata geçirilen *Çevrimiçi Zorbalığa Karşı Farkındalık Kampanyası*’dır.

Bu çalışma, Türkiye’de çevrimiçi zorbalık üzerine gerçekleştirilen ve 3 yılı aşkın süredir devam eden “Zorbalığı Engelle” kampanyasını belge analizi yöntemi ile değerlendirerek nispeten yeni bir toplumsal sorun alanı olarak ortaya çıkmakta olan çevrimiçi zorbalığı tanımlamayı hedeflemektedir. Bu tanımlama çabası içinde çevrimiçi zorbalık-konvansiyonel zorbalık ayrımını ortaya atarak bu alanda oluşan literatüre katkı vermek amaçlanmaktadır. Son olarak bu kampanya çerçevesinde ortaya konan çıktılardan yola çıkarak çevrimiçi zorbalıkla mücadeleyle dair politika yapımına katkı vermek üzere çözüm önerileri ortaya konacaktır.

KAVRAMSAL VE TARİHSEL ARKA PLAN

Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu’nun pandemi öncesinde sunduğu verilere göre; her gün 175 binden fazla çocuk ilk kez çevrimiçi olmakta ve her yarım saniyede bir çocuk internet ile tanışmaktadır. Bunun sonucunda ise her üç gençten biri çevrimiçi zorbalığa maruz kalmakta ve her beş çocuktan biri de çevrimiçi zorbalık ve şiddet gibi nedenlerle okula gidememektedir. Çevrimiçi ortamlara uzanan akran zorbalığının yıkıcılığında rol oynayan faktörlerin başında zorbalık amacıyla üretilen içeriklerin çevrimiçi ortamların sunmuş olduğu imkânların doğasına bağlı olarak son derece geniş kitlelere ulaşabilmesi ve internet ortamında sonsuza dek kalabilmesi yer almaktadır. Toplumda yaygın olarak tanınan ve ‘konvansiyonel zorbalık’ adını verdiğimiz akran zorbalığının en belirleyici dinamiği, zorbalık deneyiminin belli bir zaman ve mekânla sınırlı olarak ortaya çıkması ve kurbanı hedef alan herhangi bir akut saldırı anının bir kez yaşanmasıdır. Ancak çevrimiçi zorbalık olarak adlandırdığımız zorbalık türünde kurbanı yöneltilen saldırı bir kez ortaya çıktıktan sonra döngüsel olarak kendisini tekrar etmektedir. Saldırıyla ilişkili yazılı yahut görsel materyaller çok sayıda kullanıcı tarafından belirsiz sayıda paylaşılabilen, her paylaşım ve etkileşimde kurban saldırıyı tekrar yaşamaktadır. Bu durum konvansiyonel olarak ortaya çıktığında bile başa çıkılması zor bir deneyim olan zorbalığa maruz kalma deneyimini bütünüyle travmatik bir hale sokmaktadır.

Bilindiği gibi 2019 yılında başladıktan sonra 2020 yılının Mart ayında pandemi olarak ilan edilen Koronavirüs salgınının en büyük etkilerinden biri internet penetrasyonunda yaşanan artış ve dijitalleşmenin ulaştığı boyutun son derece

büyümesidir. Bu gelişme pandemi öncesi dünyada bile büyük bir sorun alanı haline dönüşmüş olan çevrimiçi zorbalığın da görülme sıklığının ve etkilerinin artmasını beraberinde getirmiştir. Şubat 2020 Türkiye verilerine baktığımızda ise 2016 yılından bu yana “çevrimiçi (siber) zorbalık” ile ilgili Türkçe içerik sayfalarında gözle görülen bir artış söz konusu iken “çevrimiçi zorbalık” kelimesinin aranma sayılarının ise iki katına çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte “Çevrimiçi zorbalık nasıl önlenir?”, “Siber Zorbalık ve Bilişim Etiği” ve “Siber Zorbalık Suçunun Cezası” gibi önleyici adımlara dair arayış ve ilginin de yüksek olduğu görülmektedir. Pandemi sonrası verilere baktığımızda ise internette geçirilen sürenin çocuklar ve gençlerle birlikte yetişkinler açısından da artmasıyla birlikte dijital dünyanın sanal bir ortamdan ziyade bir yaşam çevresi haline geldiği anlaşılmaktadır. Nitekim uzun süren çevrimiçi eğitim dönemi, çocuk ve gençlerin aynı eğitim ve yaşam çevresini paylaştıkları akranları ile aralarına mesafe koymuş ve bu durum akran zorbalığının azalması, çevrimiçi zorbalığın ise artması ile sonuçlanmıştır. Pandemide %81 oranında arttığı belirtilen çevrimiçi zorbalıktan en çok etkilenen grubun çocuklar ve kadınlar olduğu görülmektedir. (Bitdefender)

Buradan yola çıkarak çevrimiçi ve çevrimdışı arasındaki sınır için pandemi öncesinde “silikleşiyor” ifadesi kullanabiliyorken, bugün kamu ve özel sektör üzerinden ilerleyen iş, eğitim, sağlık, sosyal ağlar gibi formel ve enformel pratiklerin çevrimiçi entegrasyonunun tamamlanmasıyla artık bir sınırdan bahsetmenin dahi güçleştiğini söyleyebiliriz. Kuralların ve sınırların, bireysel özgürlükler ile toplumsal düzen arasındaki ilginin “toplumsal sözleşmeler” aracılığıyla inşa edildiği kamusal alan, artık zemini itibari ile genişlemeye, dijital alanı da kapsayacak ilkeler ve araçlar üretmeye zorlanmaktadır. Toplumsal sözleşmelerin türetildiği “insanların birbirlerine madden ve manen etkide bulunabilecekleri ve bulunamayacakları durumlar nelerdir” ilkesi, bugün dijital alanda da görünür olup kendi ilkelerini ve araçlarını aramaktadır. Çevrimiçi zorbalık şeklinde henüz sosyal etkisi üzerinden adlandırılan bu problemin, teorik ve tarihsel bir zemine yerleştirilerek çözümlenmesi artık bir ihtiyaçtan öte zorunluluktur.

TÜRKİYE GENÇLİK VE EĞİTİME HİZMET VAKFI VE “ZORBALIĞI ENGELLE” KAMPANYASI

Yukarıda açıklanan bağlam, çevrimiçi zorbalığın dikkat çekici bir toplumsal sorun alanı olarak karşımızda durduğunu ve bu alana ilişkin hem kamusal hem de sivil kaynakların harekete geçirilmesinin bir zorunluluk olarak görülmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Türkiye’de bu çerçevede yürütülen faaliyetler içinde en dikkat çekici olanı Türkiye Gençlik ve Eğitime Hizmet Vakfı tarafından 2019 yılında hayata geçirilen *Çevrimiçi Zorbalığa Karşı Farkındalık Kampanyası*’dır. #ZorbalığıEngelle sloganı ile yürütülen kampanya çerçevesinde çocukları psiko-kültürel anlamda desteklemek adına ebeveynlere ve eğitimcilere yönelik

birçok eğitici içerikler üretilmiştir. Sadece maruz kalan çocuğu değil, zorbalık davranışında bulunan çocuğu da merkezine aldığı görülen proje, en başta çocuklara / gençlere sosyal medya üzerinden ulaşarak çevrimiçi zorbalığa yönelik bilinçlendirme faaliyetleri yürütmektedir. Dikkat çekici iki tanıtım videosu ile başlatılan kampanyanın web sitesinde çevrimiçi zorbalığı ve bu olgu ile mücadele yollarını açıklayan bir farkındalık rehberi, zorbalığa ilişkin temel kavramları, önlemleri ve çözüm önerilerini içeren bir e-öğrenme modülü ve siteye gelen kullanıcıları doğru içeriğe yönlendirmek üzere çalışan bir chatbot yer almaktadır. (zorbalığıengelle.org)

Kampanya çerçevesinde hazırlanan “Çevrimiçi Zorbalık Farkındalık Rehberi” bugüne dek Türkçede bu konuda yayınlanan en derli toplu ve bilgilendirici içerik olarak karşımıza çıkmaktadır. (zorbalığıengelleorg) Söz konusu rehberde çevrimiçi zorbalık kavramı ve çevrimiçi zorbalıkla mücadeleye ilişkin alınması gereken önlemler açıklanmıştır. Zorbalık kavramını sistematik olarak ele alan ilk araştırmacılarından biri olan Norveçli Psikoloji Profesörü Dan Olweus’un çalışmalarından büyük oranda faydalandığı anlaşılan rehberde, çevrimiçi zorbalığa ilişkin temel açıklamalar yapılmaktadır. Buna göre; zorbalık kavramından hareket etmek, sanal mecraların ortaya çıkması ile zorbalığın nasıl dijital mecralara taşındığının anlaşılması açısından önemli görünmektedir. Olweus, zorbalığı “bir öğrencinin/öğrencilerin bir başka öğrenciyi/öğrencileri tekrarlayan bir şekilde birden çok kez olumsuz etkilere maruz bırakması” biçiminde tanımlamaktadır. “Olumsuz etki”, zarar verme amacıyla -yani kasıtlı olarak - sözel ya da fiziksel yöntemlerle oluşturulabilir. Olweus’a göre, rahatsızlık yaratmaya yönelik girişimin, duruma özgü çatışmalardan ayrılarak akran zorbalığı sayılması için

- Taraflar arasında eşit olmayan güç ilişkisinin olması
- Durumun süreklilik özelliği taşıması
- Kasıtlı olması

gibi özellikleri barındırması gerekir. Olweus’un zeminini sunduğu zorbalığa ilişkin temel kavramlar ise şu şekilde ortaya çıkmaktadır:

- **Zorba:** Özellikle fiziksel ya da psikolojik bakımdan dezavantajlı gördüğü akranlarına kasıtlı ve sürekli olarak rahatsızlık veren, başkaları üzerinde bu yolla güç ve etki sahibi olma yaklaşımını benimsemiş çocuk, genç ya da yetişkin.
- **Kurban:** Belirli bir kişi ya da grubun zarar verme kastı taşıyan söz ve eylemlerine sürekli olarak maruz kalan çocuk, genç ya da yetişkin.
- **Zorba-kurban:** Hem zorba hem mağdur özellikleri taşıyan - bir grubun ya da kişinin zorbalığına maruz kalırken kendisi de başka bir kişiye zorbalıkta bulunan - çocuk, genç ya da yetişkin.
- **Dışarıda kalanlar / izleyiciler:** Sistematik saldırılara tanıklık eden akranlar. Ne zorbalık yapar ne de zorbalığa uğrarlar. Tanıklar, zorbalık eylemine müdahale edenler ve etmeyenler olarak ikiye ayrılır.

Olweus’a göre; bir zorbalık ilişkisinde zorba, “güçlü” olan değildir. Güç arayışındadır ve “yetersiz” hissetmektedir. Mağdur, “güçsüz” olan değildir. “Yalnız”, “önemsiz” ya da “tehlikede” hissetmektedir. İzleyici ise “sorumlu olmayan” değildir. Yaşananlara zorbayı destekleyecek nitelikte tepkiler vermenin ya da sessiz kalmanın sorun olmayacağını düşünmektedir. Zorbayı zorbalığa iten etkenlere odaklanmalı ve bunların etkisini en aza indirmek için somut adımlar atmalı, yıkıcı “güç” anlayışını olumlu ve sağlıklı bir güç anlayışına çevirmeliyiz. Mağdura destek vermeli, yalnız ve önemsiz olmadığını hissettirmeli ve onu zorbalık gördüğünde başvurabileceği araç ve yöntemler hakkında bilgilendirmeliyiz. İzleyiciye sorumluluğunu hatırlatmalı, olay esnasında ya da hemen sonrasında eyleme geçmesini sağlamalıyız.

Çevrimiçi Zorbalık Farkındalık Rehberi, konvansiyonel olarak adlandırdığımız yüz yüze zorbalık çeşidi ile çevrimiçi zorbalık arasındaki güçlü ilişkiye dikkat çekerek günümüzde daha yaygın bir zorbalık türü olan çevrimiçi zorbalığın dinamiklerini açıklamaya girişmektedir. Buna göre; sanal ya da çevrimiçi zorbalık, zorbalığın dijital platform ve araçlar üzerinden gerçekleştirilen alt türüdür. Zorbalığın her türü gibi sanal zorbalık da maruz kalan gençler ve çocuklar için oldukça yıpratıcı ve konuşulması zor bir deneyimdir. Tekrarlanmaları halinde aşağıdaki davranışlar sanal zorbalık kapsamına girmektedir:

- Tehdit ve sindirme
- Taciz ve takip
- Hakaret, aşağılama
- İftira
- Dışlama
- Kimlik hırsızlığı, sosyal medya hesabını ele geçirme ya da kişinin fotoğraf ve ismiyle hesap açma, paylaşım yapma
- Kişinin rızası olmaksızın kişisel bilgilerini herkese açık olarak paylaşma ya da belli bir topluluk içinde yayma
- Manipülasyon

Çevrimiçi Zorbalık;

- Mekân tanımaz: Okul ve sokak gibi sosyal mekânları aşarak, çocukların evlerinin ve odalarının (güvenli alanlarının) içine nüfuz eder.
- Zaman tanımaz: Mağdur üzerindeki etkisi, her an tekrarlayan / tekrarlanma ihtimali olan saldırılarla 7/24 canlı tutulabilir, artırılabilir.
- İzleyici sınırı yoktur: Çok kısa sürede sayısız izleyiciye ulaşabilir. Sınırsız sayıda ve çeşitlilikte tekrarlanabilir; beğeni, yorum, paylaşım, kaydetme gibi davranışlarla kolaylıkla yayılabilir, ilgili içerik uzun yıllar internette erişilebilir ve paylaşılabilir olarak kalabilir.
- Zorbaya anonimlik (isimsiz ve suretsiz ifade) imkânı tanır.

- Eylemlerin gerçek sonuçlarına tanıklık etme zorunluluğunu ortadan kaldırır ve sorumluluk hissini zayıflatır.
- Bazı türlerini belgelemek kolaydır. (Ekran görüntüsü ya da yazışma kayıtları)
- Saldırganı tespit etmek ve cezai yaptırım uygulamak oldukça zordur.

Bir kişinin çevrimiçi zorbalığa maruz kaldığına ilişkin olası belirtiler ise şu şekilde ortaya çıkmaktadır.

- Teknoloji kullanımının (belirli site, uygulama, oyunlar özelinde ya da genel olarak) aniden azalması ya da kesilmesi.
- Teknolojik araçları kullanırken olağandışı gerginlik, kaygı ya da hareketlilik sergileme (örneğin bildirim geldiğinde)
- İnternette geçirilen sürenin aşırılaşması
- Gizli kullanım
- Çevrimdışı kalınca kaygılanma

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle zorbalığa uğrayan kişinin güvenliğini sağlamaya yönelik belli başlı yaklaşımların sergilenmesi gerekmektedir. Bunlar;

- Çevrimiçi ortamda konuşulan kişiler hakkında daha çok bilgi sahibi olmanın önemine vurgu yapma
- Çevrimiçi ortamda paylaşılan bir şeyin de etkisi olduğunu belirtme
- 'Arkadaş' kavramı ve paylaşım sınırlarının hassasiyetini hatırlatma
- Kullanılan sosyal ağlara aşina olma ve ona göre öneriler sunma
- Engelleme gibi seçeneklerden ve güvenlik ayarlarından haberdar etme ve olumsuz durumlarda önleyici etken olarak kullanmaya teşvik etme
- Şifrelerin düzenli olarak değiştirilmesinin önemi ve şifre paylaşımının doğuracağı tehlikelere karşı bilgilendirme
- Zorbalık delili olan görsellerin ve yazışmaların ekran görüntülerinin alınması için teşvik etme
- Kullanıcı ve İçerik Engelleme / Raporlama: Kişiye, zorbalığa ya da online istismarın herhangi bir türüne katlanmak zorunda olmadığı hatırlatılmalı. Kendilerini rahatsız eden kişiyi engelleyip servis sağlayıcısına bildirmenin ve güvindikleri bir kişiye başvurmanın önemi vurgulanmalı.

Bu gibi önleyici önerilerin yanı sıra;

- Çevrimiçi ortamda zorbalık dâhil herhangi bir suistimale dayalı bir olay karşısında dinleyici olarak ilk önce sakin kalmalı, olayı anlamaya çalışmalı,
- Muhatabın ruhsal ve fiziksel olarak açıkça tehdit altında olduğu tespit edildiğinde resmi/hukuki makamlara başvurmalı,
- Zorbalık gördüğü anlaşılan kişinin elinden iletişim araçlarını almak veya topyekûn bırakılmasının tek çözüm olduğu konusunda ısrarcı olmamalıyız: suçlamanın ya da zorbalık yapan kişiye karşı kontrolsüz, saldırgan bir tavır takınmanın kişilerin zorbalık deneyimlerini birbirlerinden gizlemesine sebep olduğu unutulmamalıdır.
- Çevrimiçi zorbalığa maruz kalan kişilere verilecek uzun süreli ve önyargısız destek, muhatabın "gerçek arkadaş algısı"nı güçlendirecektir.
- İnsanlar arası ilişkileri bir arada tutan ve besleyen etik ilkelerin bağlayıcılığına, yaşıtlılığına ve iyileştirici gücüne vurgu yapılmalıdır.
- Çevrimiçi davranışların çevrimdışı sonuçları olduğu hatırlatılmalı ve maruz kalınan davranışın sonuçlarının ruhsal ve bedensel etkisi olma ihtimaline karşı sosyal veya profesyonel destek alınması konusunda yönlendirici olunmalıdır.
- Gündelik hayatımızı üzerine kurduğumuz değerlere çevrimiçinde de neden ihtiyaç duyduğumuzu gerekçelendirmeli ve zorbalığa maruz kalan kişinin yaşadığı olayı istisna gibi görmesi, dikkat ve talep etmediği takdirde dijital alanın kuralı zannetmesi engellenmelidir.

Bu çerçevede, eğitimcilere ve kurumlara da önemli görevler düşmektedir. Zorbalık, bir kurumun sınırları dışında gerçekleşse bile, eğitim kurumları ve eğitimciler hem zorba ve hem de mağdur çocuk, genç ve yetişkinlerin akıl sağlığının gözetilmesinden ve olumlu davranış değişikliği için desteklenmesinden sorumlu olduğunun bilincinde olmalıdır.

Güvenli internet, çevrimiçi zorbalık gibi teknoloji okuryazarlığına dair temel konu başlıklarının, yaşa göre özelleştirilerek, teknolojik araçlara uygun olarak güncellenmesi önem taşımaktadır. Merhamet ve empati kavramlarının ders ve kamuya açık eğitim içerikleri olarak işlenmesinin yanı sıra hikâyeler, oyunlar, kültür, sanatsal ve sosyal faaliyetler aracılığıyla yüceltilmesi, özellikle çocukların ve gençlerin bu erdemleri içselleştirmeleri bakımından etkili yöntemler olarak kabul görmektedir. Çevrimiçi ortamda kendilerini bekleyen tehlikelere karşı farkındalık kazandırılması adına, konu hakkında münazaralar, yarışmalar gibi çeşitli etkinlikler düzenlemek, bu konuda bireysel ve grup halinde proje ödevleri hazırlamalarını sağlamak, çocukların katılımcı olarak öğrenmelerini kolaylaştıracaktır. Gençler ve yetişkinler için ise sosyal farkındalık projelerinin artırılması konusunda ve kamusal alandaki hak ile özgürlükler hakkında bilgilendirici içerikler oluşturulmalıdır.

Bilhassa kamu kurumlarının zorbalığın önlenmesine ilişkin somut politikalarının ve uygulamalarının olması, bunların çocuklar ve gençlerle birlikte ailelerle de paylaşılması, olası zorbalık girişimleri için caydırıcı bir etkiye sahip olacaktır. Kamu kurumları ve özel kurumlar, çocuklar ve gençler tarafından rol model olarak benimsenen bilinirliği yüksek olan ve saygıdeğer isimlerle iş birliği yaparak zorbalık karşıtı farkındalık kampanyaları yürütebilir.

SONUÇ

UNICEF Genel Direktörü Henrietta Fore, 2019 yılında yaptığı Daha Güvenli İnternet Günü'ndeki çağrısında, 160'tan fazla ülkeden 1 milyon kadar yanıtın geldiği anket çalışmalarından net bir sonuç çıktığını söylemektedir: "İnternet iyi niyet açısından çölleşmiştir". Çocuk, genç ve yetişkin herkesi iyi niyete davet etmenin önemine ve gerekliliğine vurgu yapan Fore, tüm dünya nüfusunun yarısının çevrimiçi olduğuna dikkat çekmektedir. Pandemi öncesi verilerle yapılan bu çağrı, pandemi sonrasındaki dünya nüfusunun çevrimiçi olma yüzdeliğindeki ciddi artışla artık kendisini bir zorunluluk olarak dayatmaktadır.

Tarihteki toplum sözleşmelerine, devlet teorilerine ve ütopyalara baktığımızda, ereklarının gerçekleşme koşullarını ve sürekliliklerini çocuk ve gençlerin eğitim ve öğrenimleri ile ilişkilendirdiklerini görürüz. Ekonomi, hukuk ve eğitim sistemi bu ideali aktüel hale geçirecek aygıtlar olarak yetişkinlerin düzenini yeniden tesis etmeyi amaçlamanın ötesinde çocuk ve gençlerin içinde doğup büyüyecekleri kamusal alanı inşa etmeyi hedefler. Buradan yola çıkarak dijital alan ile kamusal alan arasındaki ayrımın silikleştiği günümüzde, öncelikle;

- Kamusal alanın dijital alanı da içerecek şekilde sınırlarının genişlemesi ve mevcut düzenin aygıtlarının dijital alana dair söylem ve ilkeler türetmesinin gerekliliğini kabul etmeliyiz.
- Ayrıca, kamusal alanda söz konusu aygıtlar aracılığıyla üretilen ilkelerin ve söylemlerin referans noktasının iyiyi ve güzeli yaşatan ve yeniden üreten etik olduğunu hatırlamalı ve hatırlatmalıyız.

Bu temel prensiplerden yola çıkarak şunu söyleyebiliriz ki; çocukların ve gençlerin geçmişte kamusal alanı düzenleyen reel ve ideal politikaların merkezine yerleştirilmesi gibi bugün de dijital alanın ve politikaların merkezine yerleştirme görevi ve ödevi açığa çıkmıştır. Bu görev ve ödev, etki ve yetkileri ölçeğinde hükümetler, ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları, akademi ve özel sektörle birlikte ebeveynlerin ve yetişkinlerindir.

KAYNAKÇA

<https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66494/pandemi.html>

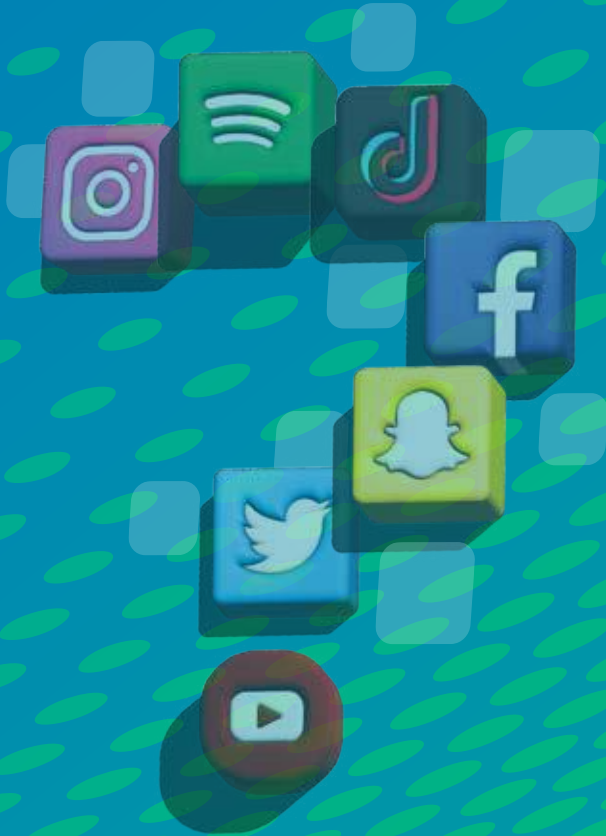
<https://bitdefender.com.tr/pandemi-doneminde-artan-siber-zorbaliga-karsi-7-onemli-tavsiye/>

<https://www.zorbaligiengelle.org>

<https://www.zorbaligiengelle.org/cevrimici-zorbaliga-karsi-farkindalik-rehberi/>



ÇOCUK ve YENİ MEDYA SEMPOZYUMU



03. Oturum

Oturum Başkanı

Prof. Dr. Nail YILMAZ

Marmara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dekanı

Medya Okuryazarlığının Önemi

Nail YILMAZ¹

Bilindiği gibi yeni medya araçları, bir internet ağına bağlanabildiğiniz sürece, zaman ve mekân sınırlaması olmadan yaşamın tümüne nüfuz edebilen iletişim araçları olarak dikkat çekmektedir. Ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda aklınıza gelebilecek her türlü bilgi ve belge üretimini kolaylaştıran; bu bilgi ve belgelerin paylaşımını hızlandıran, internet tabanlı akıllı platformlar üzerinden bireylere geniş bir hareket alanı sunan yeni medya araçları gittikçe yaygınlaşmakta, çeşitlenmekte ve hayatımızın merkezine yerleşmektedir.

Ulaşılması ve kullanımı oldukça kolay olan bu araçlar, bir yandan gündelik yaşamı kolaylaştırıp kişisel gelişim ve özgürlüğe katkı sağlarken; bir yandan da toplumsal bakımdan etkileşimci, katılımcı ve demokratik bir dünyanın inşa edilmesine yardımcı olmaktadır. Ancak yeni medya araçlarının sadece fırsatlar sunan, masum ve yararlı araçlar olduğunu iddia etmek mümkün değildir. Zira günümüz dünyasında yeni medya araçları yaş, cinsiyet, mekân, eğitim ya da ekonomik gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın herkesin dâhil olabildiği ve sosyalleştiği ortak bir mecraya dönüşmüştür.

¹ Prof. Dr., Marmara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dekanı, Çocuk ve Yeni Medya Sempozyumu 3. Oturum Başkanı

Bu durum kontrolsüz, muğlak, belirsiz, hatta karanlık ilişkiler ağının hüküm sürdüğü sanal bir dünyanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Söz konusu dünya siber suçlardan dolandırıcılığa, teşhircilikten tacize, istismarcılıktan zorbalığa varana dek aklınıza gelebilecek çok sayıda tehlikeyle doludur. Dolayısıyladır ki yeni medya araçlarının bilinçsiz ve kontrolsüz kullanımı, kişiler ya da toplumlar açısından telafisi zor sonuçlar doğurabilmektedir.

Bu tür medyalar gençler, özellikle de çocuklar için çok daha tehlikelidir. Öyle ki sosyalizasyon sürecinin başında olan çocuklar, kendisi için neyin doğru, neyin yanlış olduğunu kavrayamayacak kadar masumdur. Bu bakımdan çocukların bedensel, duygusal ve zihinsel olarak korunması; onların tehlikelere karşı savunmasız ve yalnız bırakılmaması şarttır. Dahası bu tür bir yaklaşım, aynı zamanda toplumsal yapının korunması ve değerlerin yaşatılması açısından da gereklidir.

Elbette ki yeni medya araçlarını kontrol altına almak zor, hatta imkânsızdır. Her ne kadar yasa koyucu ya da hizmet sağlayıcılar düzenleyici ve korumacı birtakım tedbirler almış olsa da asıl görev kullanıcıya, yani bireylere; çocuklar açısından düşünüldüğünde ise başta ebeveynler olmak üzere, eğitimciler ve yakın çevresine düşmektedir.

Bu bağlamda iletişimcilerin “medya okuryazarlığı” olarak isimlendirdiği hususun iyi anlaşılması son derece önemlidir. Birçok alanda olduğu gibi yeni medya kullanımı konusunda da çocuklar bilinçlendirilmeli; konuyla ilgili eğitimin daha küçük yaşlardan itibaren verilerek onları sanal dünyanın zararlarından korumak gerekir. En nihayetinde hayatın olağan akışı içerisinde uzak kalamayacağımız, hatta kullanmaya mecbur kaldığımız bu araçlar bizlerin, toplumsal olay ve olguların farkında olan, eleştirel düşünen, doğru ya da yanlış bilgiyi ayırtılabilen, sorgulayıcı, bilinçli, katılımcı ve duyarlı bireyler olmamızı sağlayacaktır.

Ebeveyn ve Çocuk Açısından Medya Okuryazarlığı

Nilüfer SEZER¹

ÖZET

Bundan 40 yıl önce çocuklar okul sonrasında sokaklarda misket oynuyor, ip atlıyordu... Teknoloji henüz yaşamımızı biçimlendirmemişti. Geleneksel medya: gazete, dergi, radyo, televizyon evlerimizin en özel köşesinde baş tacı ediliyordu. 1990'lara geldiğimizde internet girdi yaşamımıza; PC'ler, akıllı telefonlar, tabletler, İpadler, derken giyilebilir teknoloji ve nihayetinde metaverse. Teknolojinin günlük yaşamın sıradan bir parçası haline gelmesiyle, günümüz çocukları yeni iletişim teknolojileri, dijital aygıtlarla kuşatılmış bir çevrede büyümeye başladı ve teknoloji hakkında anne-babalarından çok daha fazla şey bilir hale geldi hiç kuşkusuz.

1 Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, nsezer@istanbul.edu.tr; <https://orcid.org/0000-0002-2489-1210>

Çocuklar Covid-19 salgınının da etkisiyle aylarca eve kapanıp uzaktan eğitim gördüler, sosyal medya ortamlarıyla daha yoğun bir biçimde etkileşim içine girdiler. Nitekim Avrupa Komisyonu Birleşik Araştırma Merkezi (JRC) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre gelişmiş ülkelerde 2 yaşın altındaki çocukların çoğunun dijital ayak izi bulunmakta. Bu durum çocuklara teknolojinin nimetlerinden yararlanma olanağı sundu elbette ancak yaşları itibariyle kimi ciddi risk ve dezavantajları da beraberinde getirdi.

Gerçekten de dijital medya ortamlarında çocuklarımızın paylaştığı içerikler, onların riskli durumlarla karşılaşmalarına neden olabilmekte: Siber zorbalık, mahremiyet ihlali gibi. Çocuklarımızın doğru kaynak ve içerikleri seçerek bu riski en aza indirebilmeleri için bilinçli bir medya okuryazarı olmaları büyük önem taşıyor.

Çocukların dijital becerilerinin, çoğunlukla ev ortamında, anne-babalarının ya da diğer büyüklerinin dijital davranışlarını gözlemleyerek ve model alarak çok genç yaştan itibaren gelişmekte olduğu yadsınamaz bir gerçek. Keza anne-babaların da çoğu, teknoloji konusunda alabildiğine yanlış ve ölçüsüz bir kullanım içinde. Oysa anne-babalar önce kendileri teknolojik aygıtları doğru kullanmalı, örnek olmalı. Diş fırçalamayı, el yıkamayı öğretir gibi teknolojik aygıtların doğru kullanımını öğretmeli çocuklarına. Sözelimi, çocuğun odasında televizyon ya da bilgisayar bulunmamalı. Dolayısıyla anne ve babaların önce kendilerini daha sonra çocuklarını dijital medya ve teknoloji araçlarının kullanımı konusunda erken yaştan itibaren eğitmesi büyük önem taşıyor. Bir başka deyişle “dijital ebeveyn” rolünü de anne-babaların üstlenmesi gerekli. İçinde yaşadığımız dijital dünyanın gereklerini yadsımayan, temel düzeyde dijital araçların kullanımına egemen, dijital ortamlardaki olanakların ve risklerin farkında olan, çocuğunu bu risklere karşı koruyabilen, dijital araçların doğru kullanımı hakkında çocuğuna rol model olan, kişi haklarına gerçek yaşamda saygı duyulması gerektiği gibi sanal ortamda da aynı şekilde davranılması gerektiğini çocuğuna aşılayan, teknolojik gelişmelere daima açık anne ve baba olma gerekliliği. Dijital aile, dijital ebeveyn olmak gerçekten de Prof. Dr. Nezih Orhon’un dile getirdiği “Aile Okuryazarlığı” konusunu ortaya çıkarmaktadır.

Nitekim ülkemizde çoğu aile, ebeveyn, yetişkin, dijital medya okuryazarlığı konusunda ne yazık ki bilinçli değil. İyi yönlendirilmeyen çocuklar, dijital ortamda savunmasız oluyor ve istismar edilebiliyor. Ancak, doğru kullanıldığı takdirde bilgisayar ve internet teknolojileri çocuk ve gençlere çok sayıda olanak sunabilir. Önemli olan anne ve babaların, bilgisayar ve internet teknolojilerini çocuklarının sağlıklı gelişimlerinde bir araç olarak kullanabilme becerisini gösterebilmeleridir.

21. yüzyıl yaklaşımı olan medya okuryazarlığı eğitimi, yazılı medyadan videoya, videodan internete çeşitli formatlardaki medya mesajlarına erişme, çözümleme, değerlendirme ve yaratma yeteneği becerilerini kapsar. Medya okuryazarlığı, medyanın rolünün toplumda anlaşılmasını sağlarken aynı zamanda demokratik

bir toplumda bir vatandaş için gerekli olan araştırma ve kendini ifade etme yeteneklerinin kazanılmasını da sağlar. Geleneksel medya karşısında medya okuryazarı olması gereken birey, günümüzün dijital gelişmeleriyle yenilenen, değişen çoklu medya mecraları ve üretimleri karşısında dijital medya okuryazarı da olmak zorundadır. Çünkü medya okuryazarı olarak bireyler yaşamlarının sadece belli bir bölümünde değil, yaşam boyu sürececek olan ekinsel ve siyasal duruş sergilemektedir. Dijital medya okuryazarı ise dijital medya kullanımına ilişkin bilgi ve beceri sahibi, dijital medyanın potansiyelleri ve olası tehditlerine karşı farkındalık kazanmış, dijital medyayı etik ve hak temelli kullanmak üzere tutum ve davranış geliştiren bireydir.

Sonuç olarak, çocuklara erken yaşlarda dijital alışkanlıklar ve farkındalık kazandırılması gerekliliği sadece informal eğitimle değil, formal eğitimle de sağlanmalıdır. Zira çağımız gerekleri, her yaşta birey için sadece dil okuryazarlığı, görsel okuryazarlık vb. değil, öncelikle medya okuryazarlığı ve dijital medya okuryazarlığı becerilerine sahip olmanın önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Medya Okuryazarlığı, Dijital Medya Okuryazarlığı, Dijital Ebeveyn, Aile Okuryazarlığı.

GİRİŞ

“İnternete koyulan her şey, herkes tarafından görülür.

Onları silme olanaklı değildir; devamlı orda kalır.

İnternette anlatılan her şey doğru değildir.”

Serge Tisseron, Psikiyatr

“Sakin geç kalma, yolda oyalanma”, “Biri bir şey verirse sakın alma”, “Tanımadığın kişilerle konuşma”, “Kapıyı yabancıya açma”... X kuşağı bu sözlerle büyüdü. Anne-babalarının nasihatleriydi bu sözler çocuklarına: Onları olası tehlikelerden korumak amacıyla... Oysa günümüzdeki Z kuşağı çocuklarına: “İnternette yabancılarla yazışma” “Bilgilerini sakın verme” diyor Y kuşağı anne-babaları. Öyle olması da gerekiyor çünkü. Yoksa iletişim ve sosyal oyuncaklar inanılmaz bir hızla “üzerimize üzerimize gelirken” çocuklarımızla birlikte bu “yeni ve sanal” dünyaya nasıl ayak uyduracağız?

Gerçekten de bundan 40 yıl önce, çocuklar okul sonrası sokaklarda misket oynuyordu, kızlar ip atlıyordu... Teknoloji henüz yaşamımızı biçimlendirmemişti. Geleneksel medya, gazete, dergi, radyo, televizyon evlerimizin en özel köşesinde baş tacı ediliyordu. 1990'lara geldiğimizde internet girdi yaşamımıza; pceller, akıllı telefonlar, tabletler, İpadler, derken giyilebilir teknoloji ve nihayetinde metaverse. Teknolojinin günlük yaşamın sıradan bir parçası haline gelmesiyle, günümüz çocukları yeni iletişim teknolojileri, dijital aygıtlarla kuşatılmış bir çevrede büyümeye başladı ve teknoloji hakkında anne-babalarından çok daha fazla şey bilir

hale geldi hiç kuşkusuz. Özellikle ülkemizde çoğu yetişkin, dijital medya okuryazarlığı konusunda henüz yeterince bilinçli değilken iyi yönlendirilemeyen çocuklar dijital ortamda kimi tehlikelerle karşı karşıya kalabilmektedir.

Nitekim çocuklar Covid-19 salgınının da etkisiyle aylarca eve kapanıp uzaktan eğitim gördüler, sosyal medya ortamlarıyla daha yoğun bir biçimde etkileşim içine girdiler. Dolayısıyla, çocukların dijital ortamlarda geçirdikleri zaman arttığı için anne ve babaların dijital dünyada da ebeveynlik rolü üstlenip çocuklarına bilinçli internet ve teknoloji kullanımı konusunda eğitim vermesi gerektiği artık yadsınamaz bir gerçektir.

Avrupa Komisyonu Birleşik Araştırma Merkezi (JRC) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre gelişmiş ülkelerde 2 yaşın altındaki çocukların çoğunun dijital ayak izi bulunmaktadır. (https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=2D81C388-C8B0-42BB-8E10-82A786472480)

JRC tarafından koordine edilen, 31 üniversite ve araştırma merkezi tarafından desteklenen “Küçük Yaşta Çocuklar (0 – 8) ve Dijital Teknoloji” başlıklı araştırma kapsamında 21 Avrupa ülkesinde 8 yaşın altındaki çocukların dijital yaşamları incelenmiştir. Araştırmanın en önemli bulgusu çocukların dijital becerilerinin, çoğunlukla ev ortamında, anne-babalarının ve/veya diğer büyüklerinin dijital davranışlarını gözlemleyerek ve rol model alarak çok genç yaşta itibaren gelişmekte olduğu gerçeğidir. Söz konusu çocuklar, olası tehlikeleri göz önünde bulundurmadan, dijital ortamda deneme yanılma yoluyla gereksinimlerinin ve ilgilerinin peşinden gitmektedirler. Diğer taraftan veri analizi, erken çocukluk yaşlarının çocukların dijital yeterlilikleriyle dijital dünyada sağlıklı ve dengeli tutum edinmeleri konusunda önemsenmesi gereken bir zaman dilimi olduğunu da ortaya koymaktadır.

Yine, araştırma bulgularına göre; 0-8 yaş grubu çocuklar için en popüler araç, hareketliliği sağlayan, 7 gün 24 saat kullanılabilen, kendi kendine içerik seçme ve kullanma özgürlüğünü sunan küçük ekranlardır. 2 yaşın altındaki çocuklar dijital teknolojiyle ilk kez, onlara yönelik olarak tasarlanmamış olan anne-babalarının aygıtları aracılığıyla tanışmaktadırlar. Henüz okuma yazma becerisine sahip olmayan çocuklar, gözlem yetenekleriyle dijital aygıtları kullanmayı çok hızlı öğrenmektedirler ve dijital teknolojilerin kullanıldığı okullarda, çocuklar dijital becerilerini çeşitlendirebilmekte ve olası tehlikelerin daha çok farkına varabilmektedirler. Ayrıca 0-8 yaş grubu çocuklar dijital teknolojileri eğlenme, öğrenme, üretim ve iletişim amaçları doğrultusunda kullanmaktadırlar ve dijital teknolojileri kullanmalarında anne-babalarının rolü, onların eğitim ve deneyim düzeyine, dijital teknoloji kullanımının ait olunan sosyal çevrede ne derece yaygın olduğuna ve kabul gördüğüne göre değişmektedir. Sözelimi, konuyla ilgili anlayış ne kadar olumlu ise anne-babalar o kadar çocuklarının dijital etkinliklerini destekleyebilmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çocuk Açısından Medya Okuryazarlığı

Günümüzde insanlar eskisinden farklı olarak yeni ifade ve iletişim teknikleri kullanmaktadır. Dijital okuryazarlık, gerçek ve sanal ortamdaki verilere istenilen amaçta doğru bir biçimde erişebilmek ve onu doğru yöntemle verimli bir biçimde kullanabilmektir (İrvan, <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2017/06/06/dijital-medya-okuryazarligi-nedir-neden-gereklidir/>).

Gerçekten de dijital medya ortamlarında çocuklarımızın paylaştığı içerikler, onların tehlike içerebilecek karşılaşmalarına neden olabilmektedir. Bu bağlamda, çocuklar için zihinsel risk faktörleri arasında, dikkat çekmek amaçlı yapılan sosyal akımlar, yanıltıcı ve yanlış yönlendirici reklamlar, olumsuz ve uygunsuz içeriklere maruz kalmak, aşırı bilgisayar, oyun kullanımı ya da telefon bağımlılığı sayılabilir: öyle ki çocuk asosyal bir yaşam tarzı belirleyerek zamanla kendini toplumdan dışlayabilmektedir. Sosyal risk faktörleri bağlamında, akran gruplarında kendini kanıtlamaya çalışmak, siber zorbalık, dolandırıcılık, virüslere maruz kalmak sayılabilir. Duygusal risk faktörlerinin ise en başında istismar gelmektedir. Uygunsuz içeriklerle karşılaşma en fazla karşılaşılan sorunlardandır. Çocuklar, sanal ortamda kolaylıkla şiddet içeren içeriklere ulaşabilir ya da karşılaşabilir (<https://okuldefteri.net/dijital-ebeveynlik-nedir-nasil-yapilir-infografik/>).

Çocuklarımızın doğru kaynak ve içerikleri seçerek bu tehlikeyi en aza indirgeyebilmeleri için bilinçli bir medya okuryazarı olmaları büyük önem taşımaktadır hiç kuşkusuz. Bu doğrultuda, çocuklar ekrandaki bir içeriğin eksik ya da yanlış olabileceği, gerçeği yansıtmıyor olabileceği kuşkusunu taşımalıdır. Merak etmeyi, içeriği sorgulamayı öğrenmeli, uygun olmayan bilgilere karşı kuşku duyma alışkanlığını kazanmış olmalıdır. Kötü niyetli kişilerin onları yönlendirebileceği konusunda dikkatli olmalı, hangi bilgileri paylaşmamaları gerektiği konusunda bilinçlendirilmelidirler. Kısaca, günümüzde çocuklar öncelikle medya okuryazarı, dijital medya okuryazarı olmalıdır.

Nitekim geleneksel ve dijital medya, bilgi okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, medya okuryazarlığı, haber okuryazarlığı, sağlık medyası okuryazarlığı ve dijital okuryazarlık, görsel-işitsel okuryazarlık gibi terimleri içeren çok geniş bir yelpaze sahiptir. Tüm bu okuryazarlık türleri çocuklarda, gençler ve de yetişkinlerde belirli beceriler, yetkinliklerin kazanılmasını gerektirmektedir. Medya, popüler kültür ve dijital teknolojiler insanların tutumlarını, davranışlarını ve değerlerini yalnızca çocukluk dönemlerinde değil, yaşamları boyunca biçimlendirdiği içindir ki dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı günümüzde, dijital medyayı yetkin biçimde kullanmak, anlamak ve hakların farkındalığı için büyük bir önem taşımaktadır. Dolayısıyla, internetin geliştiği ve dijital dönüşüm odaklı bir dönemde, dijital okuryazar olabilmek 21. yüzyıl becerilerindendir, çok önemli bir yetkinliktir. Ancak, dijital okuryazar olabilmek için önce medya okuryazarlığını daha

sonra da dijital ortamların ve sosyal medyanın kullanım yollarını öğrenmek gereklidir. Çünkü dijital okuryazarlık eğitimi sayesinde her yaştan birey dijital medyayı kullanabilme, anlayabilme ve kendi içeriğini üretebilme yetkinliğine kolaylıkla erişebilmekte ve kendini böylelikle geliştirebilmektedir.

İçinde bulunduğumuz bilgi çağı dolayısıyla günümüz toplumlarında neredeyse her evde kesintisiz internet bağlantısı, birçok kanalın olduğu televizyonlar, akıllı cep telefonları ve teknolojik aygıtlar bulunmaktadır. Bu nedenle, ailedeki her bireyin de sınırsız sayıda medya içeriğine ulaşması olanaklıdır. İnsanlar dijital medyayı, arkadaşlarıyla iletişimde olabilmek, fotoğraf paylaşmak, merak ettikleri herhangi bir şeyi aratarak öğrenmek ve siyasadana sağlığa, bilimden sanata pek çok konuda yaratıcılıklarını kullanarak içerik oluşturmak için kullanmaktadır. Bu kapsamda, günümüzde, başarı için bireyin sahip olması gereken yeni yetkinliklerin varlığı yadsınamaz. Dijital okuryazarlık da bu yetkinlikler arasındadır. Eleştirel düşünme de hiç kuşkusuz problem çözme, verileri kullanabilme, sorgulama ve ikna etme gibi çeşitli yeterliklerin belirlenmesinde önemli rol oynayan becerilerden biridir. Eleştirel düşünme, deneyimleri, bilgi ve düşünceleri inceleyip, farklı görüş ve bilgileri tarttıktan sonra dengeli bir yargıya varmak anlamına gelmektedir. “Eleştirel düşünme, bireyin ne yaptığı ya da neye inandığıyla ilgili akılcı kararlar verirken, kuşkucu biçimde ve derinlemesine düşünerek bir etkinlikle meşgul olma eğilimi ya da becerisidir” (Kurnaz, 2013: 11). Matthew Lipman’a göre ise “Eleştirel düşünme, iyi bir yargıya götüren becerili ve sorumlu bir düşünmedir, çünkü içinde bulunduğu bağlama duyarlıdır, ölçütler üzerine kurulu ve kendini düzeltici bir yapıya sahiptir” (Akt. Nosich, 2018: 2). Eleştirel bir bakış açısı “Medya Okuryazarlığı”nın temelidir. Eleştirel bir gözle bakarak, birey, medyanın kendisine vermek istediği iletileri sorgulamadan doğru kabul etmek yerine, haberi, bilimsel bir veriye sahip olup olmadığı, doğru kaynaklara yer verilip vermediği gibi ölçütlerle değerlendirmelidir. Özellikle, günümüzde, bilgi ve haber akışını fazlasıyla artıran, yurttaşları da birer haberci haline getiren yurttaş gazeteciliğini destekleyen sosyal medyayla içeriğin sorgulanması daha da önemli hale gelmiştir.

Dolayısıyla, dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı için birtakım yeterlilikler gerekmektedir. Bunlar; “Erişim” başlığı altında medya ve teknoloji gereçlerine ulaşabilmek, kullanabilmek ve başkalarıyla paylaşımlar yapabilmek; “analiz ve değerlendirme” başlığında ise mesajı kavramak, eleştirel düşünerek mesajın niteliğini analiz etmek ve olası sonuçlarını kavrayabilmek; “yaratmak”ta içerik oluşturmak; “yansıtma”da sosyal sorumluluk ve etik ilkelerin uygulanması ve “eylem” başlığında ise bireysel ve bir arada çalışarak birikimi paylaşmak, ailedeki, işteki, toplumdaki sorunları çözmek şeklinde maddelere ayrılabilir. Dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı eğitimleri resmi (formel) ya da resmi olmayan (informel) şekillerde gerçekleştirilebilir. Dijital medya okuryazarlığı becerileri evlerde, okullarda özel hazırlanmış programlarda, kütüphanelerde, müzelerde,

yaz eğitim kamplarında, üniversitelerde ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar gibi yerlerde geliştirilebilir (Hobbs, 2010’dan Akt. İrvan, <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2017/06/06/dijital-medya-okuryazarligi-nedir-neden-gereklidir/>).

Bu bağlamda medya okuryazarlığı, kitle iletişim araçlarıyla yayılan içerik ve ürünleri tanıyabilme, anlama, yorumlama ve sorgulama yetkinliğidir. Brüksel Deklarasyonu’na göre (2013) ise medya okuryazarlığı, medyaya ulaşabilme yeteneği, medyanın ve medya içeriğinin farklı taraflarını anlamak ve değerlendirmek ve farklı bağlamlarda iletişimler yaratmaktır. (https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/lib_yayin/324FAC98-671E-41D7-B5FF-1B1AE-51C22EE.pdf ayrıca: www.csem-eu-conference.be, Erişim Tarihi: 29.12.2018). Medya okuryazarlığında önemli olan, bilgi ve enformasyonu, olduğu gibi kabulmeden onu eleştirel süzgeçten geçirebilmek; her kitle iletişim aracının kendine özgü kuralları ve düzeni olduğunu bilerek ürünleri ve içerikleri doğru yorumlayabilmektir.

Medya okuryazarlığında geleneksel iletişim araçları olan televizyon, radyo, dergi ve gazete gibi görsel-işitsel ve yazılı içeriklerin okunması ve sorgulanması yapılmaktadır. Dijital medyada ise içerik geniş bir alana yayılmakta ve metin, tweet, gönderi, fotoğraf, video aracılığıyla kendini göstermektedir. Dijital okuryazarlık, dijitalde ait olan medya ürünlerinin kullanımı ve çözümlemesi yaparken medya okuryazarlığı ile de bağlantılı bir yönetime sahiptir. (<https://www.iientitu.com/blog/dijital-okuryazarlik-ile-medya-okuryazarligi-arasindaki-farklar>) Bu bağlamda, dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı eğitimi, medya ve teknolojinin olumlu olarak görülen potansiyelini geliştirirken, olumsuz yanlarını en aza indiremeyei amaçlamaktadır.

Medya okuryazarı birey, bir sorgulama yapmaksızın medyada sunulanlara inanmaması gerektiğini bilmelidir. Medyanın işlevini ve medyada sunulanlardan kimlerin yarar sağlayacağını bilmek önemlidir. Bu bağlamda medya okuryazarının bilmesi gereken kimi ilkeler vardır. Söz konusu ilkeler aşağıdaki gibidir: (Aufderheide, 2004’dan Akt. Avşar, Zakir, Medya Okuryazarlığı, [http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/January 15, 2014 Sayı 2, Erişim Tarihi:10.02.2018](http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/January%2014%20Sayi%202,%20Erisim%20Tarihi:10.02.2018)).

Tüm Medya Kurgusaldır: *Biri Bizi Gözetliyor, Ben Evleniyorum, Gelin Kaynana, Super Model ve Survivor* gibi birçok program yayınlanmış, benzer programlar da halen yayınlanmaktadır. Birçok ülkede farklı formatlarda yayınlanan *Survivor* yarışmasında yarışmacıların yalnız olduğu izlenimi yaratılmaktadır; ancak gerçekte orada kamera ekibinden, mühendislere dek birçok kişi vardır. Orada yaşananların sadece %1’i, bunlar hiç kuşkusuz en dramatik olaylardır ve yayınlanmak üzere seçilmektedir. Bu programlar reality (gerçeklik) programları olarak yansıtılsa da, aslında yansıtılan bir hayal gücünün ürünüdür ve hayal gücü ile gerçeklik birbirine zıt iki kavramdır.

Medya Gerçekliği Kurgular: Medyanın kendisi kurgusalken, ürünleri bireylerin kafasında bir gerçek kavramı oluşturmaktadır. Bireyler gözlemlerine ve deneyimlerine dayanan bir gerçeklik modeline sahiptirler. Bireyler bu modeli kullanarak doğruyu yalandan ayırt edebilme kapasitelerine sahip olduklarına inanmaktadırlar. Ancak bireylerin gerçeklik modellerinin çoğu, medyanın sunduklarına ya da örnek aldıkları ebeveyn ya da öğretmen gibi diğer insanlardan gördüklerine dayanmaktadır. Böylece kişisel deneyimle medya dünyasının arasına bir çizgi çekmek, görüldüğü kadar kolay değildir. Aslında medya her gün bireylerin gerçeklik algısını yapılandırmaktadır.

Medyanın Tecimsel Faaliyetleri Vardır: Birçok medya ürünü bir iştir ve kâr etmek zorundadır. Bu yüzden medyayı çözümlerken şu sorular sorulmalıdır: Bunun için kim ödeme yapmıştır? Bu işi destekleyen ekonomik yapı nedir? Yapımcı, yazar ya da yönetmen konu seçip çekime başladığında mali baskı, seçimlerini nasıl etkilemiştir? Medya bireylere değil, kitlelere hitap etmektedir. Gençler, kadınlar, erkekler, belirli bir görüşe sahip bireyler bu kitlelere örnek oluşturmaktadır. Kitlelerin değeri o kitle için medya tarafından harcanan parayla doğru orantılıdır. Medyanın tecimsel faaliyetleri bir başka yönden sahiplikle ilintilidir. Bir şirket, kitle iletişim alanında üretim, dağıtım ve basım gibi birden farklı alanda faaliyetini sürdürüyorsa, o şirket, üretileni, dağıtılanı ve izlenileni denetim altında tutmak gibi güçlü bir beceriye sahip demektir.

Medya İdeoloji ve Değer İletileri İçerir: Medya okuryazarı olan bir birey, medya metinlerinin her zaman değer taşıdığının ve ideolojik iletiler barındırdığının farkındadır. Medya okuryazarı olan bir birey, bir şeyin taraflı olduğundan şikâyet etmeyip önyargıyı, varsayımı ve değerleri araştırır. Sonuçta bütün hepsi insan yapımıdır. Herkes dünyayı kendi değerleri ve varsayımlarına göre yorumlamaktadır.

Medyanın Toplumsal ve Siyasal Söylemleri Vardır: Gerçekliği kurgulayan medya, ekonomik koşullar altında iletileri şekillendirmektedir. Ayrıca medya, iletilerde yer alan değerleri güçlü bir şekilde aktarmaktadır. Medyanın toplum yaşamında ve toplumun mensubu olan bireylerin yaşamlarında önemli toplumsal ve siyasal etkileri vardır.

Medyada Biçim ve İçerik Yakından İlişkilidir: Her medya kuruluşunun kendine özgü özellikleri vardır. Bireyler önemli bir olayı gazetede okuyarak, televizyonda izleyerek, radyoda dinleyerek, sosyal medyadan takip ederek çok farklı deneyimlere sahip olabilmektedirler. Medya okuryazarı olan bir birey, medyanın sunduklarını biçim ve içerik bakımından sorgulayabilmek için şu soruları kendisine sormalıdır: Medya kuruluşu içeriği nasıl şekillendirmiştir? Medya kuruluşu iletilerini sunarken kapasitesini ne ölçüde kullanmıştır?

Her Medya Kuruluşunun Kendine Özgü Estetik Bir Biçimi Vardır: Medyanın ilettiklerinin nasıl incelenip değerlendirileceği medyanın sadece bilgi aktaran bir

araç olmadığının bilinmesiyle ilişkilidir. Medya, bireylere bilgi sunarken estetik kaygıları da bünyesinde barındırmaktadır. Yazıda beceriyle kullanılmış deyimler, güçlü alıntılar, sağlam yapılandırılmış bir tartışma, medya takipçilerinin dikkatlerini çekmektedir. Bireyler medyanın nasıl yapılandığını anladıklarında, medyanın estetik değerlerini yargılayabilir duruma gelebilmektedirler.

Çocuk gelişimi alanında yapılan araştırmalarda da okul öncesi dönemin, bireylerin fiziksel, zihinsel, duygusal ve sosyal alanlardaki gelişimleri için önemli bulgulara ulaşılmıştır. Bu yaş grubundaki çocuklar, değişik medya kaynaklarıyla sıklıkla etkileşim halindedirler ve dolayısıyla medya aracılığıyla kendilerine ulaşan iletiler karşısında oldukça savunmasızlardır ve içeriklerin olumsuz etkisi altında kalma oranları da çok yüksektir (<https://www.cocukicinicerik.com/makaleler/genel-1/cocuklarimizin-bilincli-birer-medya-kullanicisi-olmasini-nasil-saglayabiliriz->).

Ebeveyn Açısından Medya Okuryazarlığı

21. yüzyıl yaklaşımı olan medya okuryazarlığı eğitimi, yazılı medyadan videoya, videodan internete çeşitli formatlardaki medya mesajlarına erişme, çözümleme, değerlendirme ve kendi içeriğini yaratma ve paylaşma yeteneği becerilerini kapsar. Medya okuryazarlığı, medyanın rolünün toplumda anlaşılmasını sağlar-ken aynı zamanda demokratik bir toplumda vatandaş için gerekli olan araştırma ve kendini ifade etme yeteneklerinin kazanılmasını da sağlar. Geleneksel medya karşısında medya okuryazarı olması gereken birey, günümüzün dijital gelişmeleriyle yenilenen, değişen çoklu medya ortamları ve üretimleri karşısında dijital medya okuryazarı da olmak zorundadır. Çünkü medya okuryazarı olarak bireyler yaşamlarının sadece belli bir bölümünde değil, yaşam boyu sürecek olan ekin-sel ve siyasal duruş sergilemektedir. Dijital medya okuryazarı ise dijital medya kullanımına ilişkin bilgi ve beceri sahibi, dijital medyanın potansiyelleri ve olası tehditlerine karşı farkındalık kazanmış, dijital medyayı etik ve hak temelli kullanmak üzere tutum ve davranış geliştiren bireydir.

Dijital İletişim Uzmanı Dr. Nabat Garakhanova'nın vurguladığı gibi burada en önemli konum ailedir. Ebeveynin artık dijital ebeveyn kavramına geçiş yapmış olması gerekmektedir. Aksi halde çocuklar, anne babasının onu anlamadığı bir boyuta gelebilmektedir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun çocuklar için oluşturduğu internet kullanım kılavuzuna göre 2 ila 10 yaş arası çocukların 1-2 saat ve kontrollü, 10 ila 13 yaş arası çocukların ise 2-3 saat aralığında internet kullanması gerekmektedir. 14 ila 16 yaş grubunun çok tehlikeli olduğu ve bu dönemde iyi-kötü ilişkisinin doğru aşılması gerekliliğinin göz önünde bulundurulması bağlamında anne babaların bu yaştaki çocukları gerçek dünyada olduğu gibi bilişim suçları konusunda da uyarmaları ve bilgilendirmeleri olmazsa olmazdır. Ayrıca, anne-babaların da dijital bir ebeveyn olabilmek için dijital okuryazarlık eğitimi almalarına gereksinim duydukları tartışılmazdır (<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/anne-ve-babalar-dijital-dunyada-da-ebeveynlik-yapmali/1971839>).

Çocukların dijital becerilerinin, çoğunlukla ev ortamında, anne-babalarının ya da diğer büyüklerinin dijital davranışlarını gözlemleyerek ve rol model, örnek alarak çok genç yaştan itibaren gelişmekte olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Keza anne-babaların da çoğu, teknoloji konusunda alabildiğine yanlış ve ölçüsüz bir kullanım içindedir. Oysa anne-babalar önce kendileri, teknolojik aygıtları doğru kullanmalı, örnek olmalıdır. Diş fırçalamayı, el yıkamayı öğretir gibi teknolojik aygıtların doğru kullanımını öğretmelidir çocuklarına. Sözgelimi, çocuğun odasında televizyon ya da bilgisayar bulunmamalıdır. Dolayısıyla, anne ve babaların önce kendilerini daha sonra çocuklarını dijital medya ve teknoloji araçlarının kullanımı konusunda erken yaştan itibaren eğitmesi büyük önem taşımaktadır. Bir başka deyişle “dijital ebeveyn” rolünü de anne-babaların üstlenmesi gereklidir. İçinde yaşadığımız dijital dünyanın gereklerini yadsımayan, temel düzeyde dijital araçların kullanımına egemen, dijital ortamlardaki olanakların ve tehlikelerin farkında olan, çocuğunu bu tehlikelere karşı koruyabilen, dijital araçların doğru kullanımı hakkında çocuğuna rol model olan, kişi haklarına gerçek yaşamda saygı duyulması gerektiği gibi sanal ortamda da aynı biçimde davranılması gerektiğini çocuğuna aşılayan, teknolojik gelişmelere daima açık anne ve baba olma gerekliliğidir söz konusu olan. Dijital aile, dijital ebeveyn olmak gerçekten de Prof. Dr. Nezih Orhon’un dile getirdiği “Aile Okuryazarlığı” konusunu ortaya çıkarmaktadır (2019: 1-15).

Nitekim ülkemizde çoğu aile, ebeveyn, yetişkin, dijital medya okuryazarlığı konusunda ne yazık ki bilinçli değildir. İyi yönlendirilmeyen çocuklar, dijital ortamda savunmasız olabilmekte ve istismara uğrayabilmektedir. Ancak, doğru kullanıldığı takdirde de bilgisayar ve internet teknolojileri çocuk ve gençlere çok sayıda olanak sunabilir. Önemli olan anne ve babaların, bilgisayar ve internet teknolojilerini çocuklarının sağlıklı gelişimlerinde bir araç olarak kullanabilme becerisini gösterebilmeleridir.

Avrupa Komisyonu Birleşik Araştırma Merkezi (JRC) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre anne-babalara öneriler bağlamında; araştırma sonuçları, kimi anne-babaların çocuklarına dijital dünyada yardım edebilecek bilgi ve beceriye sahip olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla, ebeveyn, çocuklarının kullandığı aygıtlar ve akıllı telefon uygulamalarıyla ziyaret ettiği web siteleri hakkında sürekli olarak beceri ve bilgilerini geliştirmelidir. Popüler çevrimiçi platformlar, ebeveynin yararlanabileceği rehberleri pek çok dilde sunmaktadır ve bu rehberlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Öte yandan ebeveyn, çocuklarının dijital faaliyetlerinde onlara eşlik etmeli, gereksinimlerini ve ilgilerini dinlemeli ve onlarla konuşmalıdır. Ebeveyn çocuklarına rol model olduğunun farkında olmalıdır. Bu bağlamda, kendisi için koyulan kurallara ebeveynin de uyduğunu gören çocuk için o kurallar rahatlıkla uygulanabilir hale gelmektedir. Ebeveyn, eleştirel düşünmeye, yaratıcı faaliyetlere, sorumlu çevrimiçi tutumlara odaklanan dijital okuryazarlık ve medya

okuryazarlığı becerilerini çocuklarının erken yaşta edinmelerini desteklemelidir (https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=2D81C388-C8B0-42BB-8E10-82A786472480).



Kaynak: <https://okuldefteri.net/gunumuz-ebeveynlerinin-12-hatasi/>

Ayrıca JRC tarafından koordine edilen, 31 üniversite ve araştırma merkezi tarafından desteklenen “Küçük Yaştaki Çocuklar (0 – 8) ve Dijital Teknoloji” başlıklı araştırma kapsamında da anne-babaların rolünü ortaya koyan araştırma bulgularına göre; anne-babaların çoğu, dijital erişimi kısıtlayan ve kontrol eden (az ya da çok) korumacı yöntemlere başvurmaktadır. Konuyla ilgili düşük bilgi düzeyine sahip ve mütevazı sosyo-ekonomik statüde olan anne-babalar dijital teknolojilere erişimi daha çok kısıtlamaktadır. Buna karşılık, dijital bilgi düzeyi yüksek ve orta/daha yüksek sosyo-ekonomik statüde olan anne-babalar ise okullarda da bu yöntemlerin uygulandığının farkında oldukları için çocuklarının dijital teknolojileri kullanmalarını desteklemekte ve birlikte kullanma yoluna giderek onlara daha verimli bir biçimde rehberlik etmektedir. Araştırmaya katılan ve konuyla ilgili hiçbir önlem almama yolunu seçen ailelerin ise azınlıkta olduğu görülmektedir. Bulgulara göre ayrıca, anne-babaların temel olarak, çocuklarının ruhsal ve fiziksel sağlığının olumsuz etkilenmesi tehlikesine karşı bu konuya dâhil olmadıkları ortaya çıkmaktadır. Anne-babalar, dijital teknolojik gelişmeleri kaçınılmaz ve yararlı bulmakta ancak çocuklarının hızla dönüşen kullanım alışkanlıkları karşısında zorlanmaktadır (https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=2D81C388-C8B0-42BB-8E10-82A786472480).

Bu doğrultuda 0-13 yaş aralığı çocuklar için dikkat edilmesi gereken olası tehlikeler düzeyinde çocukların gün geçtikçe interneti daha küçük yaşta kullanmaya başladığı kuşku götürmez bir gerçektir. Bu yaşta çocukların teknoloji kullanımında acemi olması, düşük ve yeterince gelişmemiş sosyal becerileri, onları internet ortamında daha fazla savunmasız bırakmaktadır ve tehlike arz eden içeriğe maruz kalma olasılığını arttırmaktadır. Çocukların internete kolay ulaşabilir olması da serbest ve denetimsiz bırakıldıkları takdirde, yaşları itibarıyla izlememeleri gereken şiddet, alkol, madde kullanımı ve cinsellik gibi içeriklere maruz kalmalarına neden olabilmektedir. Ve ne yazık ki, günümüzde sosyal medya ortamlarında bizzat anne babalar tarafından çocukları hakkında çok küçük yaşta itibaren oluşturulan “dijital geçmişler” ya da “dijital ayak izleri” çocukların gizlilik ve güvenliklerini tehlikeye atar hale gelmiştir. Özellikle Instagram ya da Facebook sosyal medya ortaklarında görüldüğü gibi kimi anne babalar blog yazma, kimileri düzenli olarak çocuklarının daha doğmadan önce anne karnındaki ultrason görüntülerinden başlayıp, yürüyüp konuşmaya başladığı anlarına kadar fotoğraf ve videolarını çekip bunları internet ortamında paylaşarak çocuklarının dijital ayak izlerini oluşturmaktadır. Ancak ne yazık ki söz konusu dijital geçmişler, ileriki yıllarda çocuğun kendisi tarafından silinmek istendiği zaman silinememekte, internet ortamında kimler tarafından nerelerde paylaşıldığı, kimlere kadar ulaştığı ve ne kadar yayıldığı belli olmamaktadır. Bununla birlikte aileler çocuklarına ilişkin paylaştıkları fotoğraf, video ve kimi özel bilgilerin (doğum tarihi vb.) kötü niyetli insanların eline geçtiği takdirde çok çeşitli yollarla kötüye kullanılabileceğinin farkında değildir. Akıllı telefonlar ve dokunmatik ekranlı tabletler söz konusu

olduğunda, birçok uygulama, çocuğun veya ebeveyninin bilgisi olmaksızın belirli kullanıcı bilgilerini kullanmaktadır. 8-9 yaş altı çocuklar genellikle sanal dünyaya erişimi, Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerini kullanmayı, yaşça kendilerinden büyük olan kardeşlerinden öğrenmektedir. Bu nedenle çocuğun etrafında, ondan yaşça büyük olan kardeşler, iyi birer ağabey-abla ve iyi birer örnek olmaları için bilinçlendirilmeli ve küçük çocukların iyiliği için büyük kardeşlerin rolü dikkate alınmalıdır. Anne-babalar küçük çocuklarının internet faaliyetlerini, büyük çocuklarına göre daha masumca ve tehlikesiz gördüklerinden, daha az kontrol etme eğiliminde olabilmektedir. Örneğin, ebeveyn 13 yaş üstü çocuklarıyla interneti birlikte kullanırken küçük çocuklarını yalnız bırakabilmekte ve bu durum küçük yaş çocukları daha fazla tehlikeye karşı karşıya bırakabilmektedir. Oysa 13 yaşından küçük çocukların da oyunlarda yaşadıkları olumsuzluklardan (arkadaşları tarafından oyundan dışlanma, çevrimiçi profillerinin kötüye kullanılması, oyundaki hesaplarının çalınması, hacklenmesi, sanal para kaybı vb.) yaşları gereği daha büyük yaştaki çocuklara oranla çok daha fazla etkilenebildikleri açıktır. (Yay, 2019: 28-30)

Teknolojinin günlük yaşamın sıradan bir parçası haline gelmesiyle, günümüz çocukları adeta dijital aygıtlarla kuşatılmış bir çevrede büyümeye başlamış ve teknoloji hakkında neredeyse anne-babalarından çok daha fazla şey bilir hale gelmiştir. Onlar anne-babaları gibi dijital göçmen değil dijital yerlidir. Dolayısıyla, çocukların sosyal, duygusal, psikolojik, zihinsel ve fiziksel gelişimlerini pek çok açıdan etkileyebilecek olan bu konuda anne-babaların çocukların dijital dünyasında iyi birer rehber olabilmesi ve teknolojinin doğru kullanım tarzlarını çocuklarına aşılayabilmeleri için sahip olmaları gereken özellikler “dijital ebeveynlik” kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Anne-babaların dijital aygıtların güvenli ve verimli kullanımıyla ilgili bilinçlenmeleri, teknolojinin olumlu yönlerinden yararlanıp tehlikeli ve olumsuz yönlerinin farkında olmaları, çocuklarına rehberlik etmeleri ve önlem almaları gibi konular günümüz anne-babalarının sorumlulukları, yükümlülükleri arasına girmiştir.

Dijital göçmenler, en sade ifadeyle maalesef değişime uzak kalanlar, dijital süreçler ve konuları anlamakta zorluk çekenler, hatta anlamayan ve anlayamayanlar olarak değerlendirilmektedir. Belli bir ölçüde de dijital göçmenler teknolojiyi kullanmayan ya da kullanamayan vatandaşlar olarak tanım bulmaktadır. Davranış kalıpları açısından da içinde bulunduğumuz dijitalleşen dünya döngüsüne ve buna bağlı değişime karşı direnen ve direnç gösterenler olarak yine tanım kazanmaktadır. Diğer yandan, dijital melezler ise kendilerini hâlihazırda geçerli olan dijital dünyanın koşullarına karşı hazırlamaya çalışan vatandaşlar olarak tarif edilmektedirler. Belli ölçüde değişime hazır olanlar, değişen ve değişim konusunda çabaları olan ve değişime ilişkin süreçlerin içerisinde yer alırken eski alışkanlıklarının bazılarını koruyan, bu anlamda da belli alışkanlıklarını bırakma konusunda da çekimser davranan vatandaşları ifade etmektedir. Dijital yerliler, belki de en doğru ifadeyle, son halini almış ve almaya devam

eden dijital dünyanın içine doğmuş olanları ifade eder. Bu son nesil olarak ifade edilecek kuşağın bireyleri hazır bir halde yer almakta, tartışılmalı gelişmelerin ve ortamların içine doğmaktadırlar. Bugün, birçok küçük yaşta çocuğun en son model dijital teknoloji ile sessiz sedasız bir arada yer alabilmesi de buna örnek gösterilebilir. İçine doğdukları dijital-teknolojik ortamı son derece olağan ve doğal bulan bu vatandaşlar, teknolojinin olmadığı bir dünyayı kolay kolay hayal edememekte ve bunun ötesinde kendi konumlarını diğer tarifler içerisinde sorgulamayan bireylerden oluşmaktadır. (Orhon, 2019: 45-46)

Bu bağlamda “dijital ebeveyn” de çağımızın dijital dünyasının gereklerini yadsımayan, temel düzeyde dijital araçların kullanımına egemen, uçsuz bucaksız bir alan olan dijital ortamlardaki olanakların ve tehlikelerin farkında olan, çocuğunu bu tehlikelere karşı koruyabilen, dijital araçların doğru kullanımı hakkında çocuğuna rol model olan, kişi haklarına gerçek yaşamda saygı duyulması gerektiği gibi sanal ortamda da aynı biçimde davranılması gerektiğini çocuğuna aşıl原因, teknolojik gelişmelere her zaman açık anne ve babadır (Yurdakul, I. K., Dönmez, O., Yaman, F., & Odabaşı, H. F. , 2013: 883-896’dan Aktaran Yay, 2019: 11-12).

Günümüz gelişmekte olan toplumlarında ailelerin evde birlikte geçirdikleri vakit içerisinde internet önemli bir yer kaplamaktadır. Bu nedenle dijital ebeveynlik rollerinden olan “farkında olma” rolü son derece önemlidir. Dijital çağının olanaklarından en iyi biçimde yararlanmak ve çocuklarını olası tehlikelerden korumak isteyen her ebeveynin üzerine düşen temel “dijital ebeveynlik” rolleri, Dijital Okuryazarlık, Farkındalık, Kontrol, Etik ve Yenilikçilik başlıkları altında incelenebilir (Yay, 2019: 15-17). Bu bağlamda, çok sayıdaki teknolojik gelişmeyle birlikte okuryazarlık kavramına “dijital okuryazarlık”, “teknoloji okuryazarlığı” gibi yeni kavramlar eklenmiştir.

Dijital okuryazarlık kavramıyla kastedilen, temel düzeyde teknolojiyi ve interneti kullanma becerisi ve bilgi-iletişim teknolojilerinde gizlilik siyasaları bilgisine sahip olmaktır. Türkiye’de ebeveyn ve çocukları arasında dijital araçları kullanma becerileri bakımından çok büyük farklılıklar vardır. Bu durum belirli olumsuzluklara yol açmaktadır. Sözelimi çocukların internette rahatsız oldukları bir durumla karşılaştıklarında bunu ilk olarak anne-babalarıyla değil de akranlarıyla paylaşmaları ya da çocuğun gözünde ebeveyni tarafından dijital aygıtların kullanımına yönelik yapılan önerilerin değersiz görülmesi ve göz ardı edilmesi sayılabilir. Oysa dijital ebeveyn olan bir birey, dijital okuryazar olmanın yanında internette bulunan olumlu ve olumsuz içeriklerin ayrımını yapabilen, çeşitli tehlikelerin farkına varabilen, bu sayede çocuğunun bilgisayarda ya da internette ne yaptığını takip edebilen bir birey olmalıdır. Farkındalığı yüksek olan ve dijital ebeveyn olmak isteyen birey, çocuğunun dijital ortamlardaki davranışlarını kontrol etmek isteyecektir. Bu doğrultuda, dijital ebeveyn kontrol rolünün gerektirdiği gibi çocuğunu

internet gibi uçsuz bucaksız bir ortamda yalnız bırakmayacaktır. Zararlı gördüğü içeriklere erişmesine engel olacak, nedenlerini mantıklı bir biçimde açıklayacak ve filtre programları gibi yazılımlar kullanacaktır. Problemlili kullanım düzeyinde olmaması için ne zaman ve ne kadar internet ya da bilgisayar kullanabileceğine yönelik sınırlamaların olduğu bir kılavuz hazırlama ve konulan kurallara uyma konusunda duyarlı olacaktır. Facebook gibi sosyal medya ortamlarında hesap açma ve çocuğu arkadaş olarak ekleme ya da birlikte internette kaliteli ve yararlı zaman geçirmek, birlikte kullanmak konusunda bilinç sahibi olacaktır. Dijital ebeveynin etik rolü ise, internette kişi hak ve onuruna, özel hayatların gizliliğine saygılı ve bilgi ahlakına uygun davranmayı; bunun yanında ulaşılan bilgilerin doğruluğunu ve güvenliğini araştırmayı, bu bilgilerin hak sahiplerinin isteğine uygun davranmayı ve fikri mülkiyete saygılı olmayı gerektirmektedir. Son olarak, dijital ebeveyn, yeniliklere karşı ilgili ve yenilikleri güncel olarak takip edip öğrenme çabası içerisinde olan, aynı zamanda bu yeniliklerin olumlu ve olumsuz yönlerinin farkında olan bireyler olmalıdır.

Bu bağlamda, “dijital ebeveyn”, çocuklarını internet ve teknoloji ortamında zararlı alışkanlıklardan uzak tutmak ve teknolojiyi amacına uygun kullanmalarını sağlayarak “teknoloji bağımlılığı”nın ve diğer dijital bağımlılıklar ve sosyal medya hastalıklarının (Duman, 2021; Algül vd., 2018) önüne geçebilen bireylerdir.

SONUÇ

Çocukların dijital medya kullanımının giderek yaygınlaşmasıyla birlikte, onlara dijital medyayı nasıl doğru kullanacaklarını ve karşı karşıya kaldıkları içeriğe nasıl eleştirel yaklaşabileceklerini öğretmeye yönelik girişimler her geçen gün hiç kuşkusuz tüm dünyada önem kazanmaktadır. Çocuklara erken yaşlarda dijital alışkanlıklar ve farkındalık kazandırılması gerekliliği sadece informal eğitimle değil, formal eğitimle de sağlanmalıdır. Zira çağımız gerekleri, her yaşta birey için sadece dil okuryazarlığı, görsel okuryazarlık gibi değil, öncelikle medya okuryazarlığı ve dijital medya okuryazarlığı becerilerine sahip olmanın önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Lakin medya ve dijital medya ortamlarında pek çok yararlı kullanım alanı ve içeriğin yanı sıra, olumsuz birçok içerikle karşılaşmak da olanaklıdır. Bu nedenle çocuklar için nitelikli bir dijital medya okuryazarlığı, içinde bulunduğumuz çağın olmazsa olmazları arasındadır. Yetişkinlerin, ebeveynin de bu konuda iyi bir eğitim alması çocukların ilk eğitim sürecini evde geçirdikleri göz önünde bulundurulduğunda büyük önem taşımaktadır. Çocuklara yol gösterecek ve dijital medya kullanımında sınırları belirleyecek bir yetişkine kesinlikle gereksinim vardır ve çocuk ve gençlerin dijital medya eğitimlerindeki temel sorumluluk, gelişimlerinin başladığı yer olan aileye düşmektedir. Çocukların dijital medya kullanımındaki en



Kaynak: <https://okuldefteri.net/dijital-ebeveynlik-nedir-nasil-yapilir-infografik/>

büyük sorun ailelerin medya kullanımına ne şekilde eşlik etmeleri gerektiğidir. Doğru bir yönlendirme için de anne-babaların çocuklarının dijital medyayı ne için kullandıklarını yakından takip etmeleri ön koşul olarak kabul edilmelidir. Ailelerin kararlı ve tutarlı olmaları gerekmektedir; dijital medya kullanımını yasaklamak ya da bu konuya bütünüyle ilgisiz kalmak yerine, çocukların dijital medyada karşı karşıya kaldıkları içerikte tam olarak neleri çekici bulduklarını anlamaya çalışmaları, çocuklarının dijital medya okuryazarı olarak yetişmesine hiç kuşkusuz büyük destek sağlayacaktır.

Bu doğrultuda, Medya Okuryazarlığı Projesi, Avrupa'da medya okuryazarlığını geliştirmek için projeler yürütmeye ve desteklemeye odaklı bir programdır. Bu programın öncelikli hedefi, ailelerin konuya ilgilerini artırarak çocukların medya aktivitelerini anlamalarını sağlamaktır. Proje, çocukların dijital medya araçlarıyla nasıl tanıştıracaklarına yönelik önerilerde bulunmakta ve ailelere çocuklarıyla beraber yeni medyanın mekaniklerini öğretmektedir. Projenin önemi, çocukların "dijital medya kültürünü yaratanın ve hangi tür medya ürünleriyle ilgileneceklerini belirleyen aileler olduğu" fikrine dayanmasında yatıyor. Proje kapsamında yapılan çalışmalarda, çocukların dijital medyayı ev dışında nasıl kullanacaklarının, aile içindeki medya kullanımını nasıl deneyimlediklerine bağlı olduğu görüşü öne çıkmaktadır. Çocukların dijital medya okuryazarlığı eğitiminin daha çok bir çocuk - aile ilişkisi sorunu olduğu vurgulanmaktadır. Bu çerçevede, "Avrupa'da Medya Okuryazarlığı Projesi" kapsamında gerçekleştirilen etkinliklerle çocuklar dijital medyayı anne-babalarıyla birlikte keşfetmektedir. Ebeveyn ve çocuklar birbirlerine sorular sorarak kendi aralarında dijital medyadaki içeriği değerlendirip üzerinde tartışmaktadır (<https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2016/05/03/cocuklarin-medya-egitiminde-ailenin-rolu-2/>).

Teknoloji ve dijital ortamların giderek geliştiği bir süreçte anne ve babaların çocuklarının çevrim içi güvenliğini sağlamak için ebeveyn kontrol yazılımlarından yararlanmasını ve birlikte kaliteli vakit geçirmenin yollarını aramalarının gerekliliğini bir kez daha vurgulamak gerekir. Bu bağlamda uzmanlar, çocuk ve gençlerin internette geçirdikleri sürenin planlı ve kontrollü olması, günlük birkaç saati aşmaması gerektiğine dikkati çekmektedir.

London School of Economist'ten Profesör Sonia Livingstone, ekran süresi-ni sınırlamanın çocuklar arasındaki aşırı dijital kullanım sorununu çözmediğini vurgulamaktadır. Örneğin Avustralya'da, ebeveyn 2 ila 5 yaş arası çocuklar için günde bir saatten fazla izin vermemeleri önerilmektedir. Çin hükümeti, çocukların hafta içi herhangi bir günde yalnızca 90 dakika çevrimiçi oyun oynamasına izin vermekte ve elektronik oyunlara "manevi afyon" denmektedir. Livingstone'a göre, "Ekran zamanı, farklı bir çağa ait bir kavram". "Ekranların eğlenceden ibaret olduğu zamanlardan kalma bir konsept. Öğrenmek, çalışmak, insanlarla iletişimde kalmak ve bilgi ile ilgili hale geldiklerinde, zaman sınırlaması getirme fikri imkânsız hale geliyor. Artık hayat dijital (...) Ebeveynler

endişelenmekte haklılar. Sadece [çocukların ekran başında geçirdiği süre-yi] günde iki saat tutmak sorunu çözmeyecektir. Bu sınırı zorlamaya çalışmak, ek bir dizi sorun sunabilir; ekranlar her yerde, ebeveynler yorgun ve eli sıkı polislik rolü, çocukların kapana kısılmış ve kırgın hissetmelerine yol açabilir.” (<https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2022/06/07/dijital-dunyada-cocuklarin-ekran-basinda-gecirdigi-zamani-gercekten-sinirlayabilir-miyiz%ef%bf%bc/>; <https://sergetisseron.com/>; <https://veysiceri.com>).

Ancak bu konuda Fransız Psikiyatrist Serge Tisseron’un geliştirdiği 3-6-9-12 yaş kuralının, ebeveyn ve yetişkinler için rehber olabilecek bir kaynak niteliği taşıdığı da vurgulanmalıdır. Tisseron’a göre; **3 yaş öncesi**; televizyon izlemek yerine hikâye okumak tercih edilmelidir. Çocukların odasına televizyon koyulmamalıdır. Yemek sırasında ya da yatmadan önce elektronik aygıtlardan çocuklar uzak tutulmalıdır ve çocukları sakinleştirmek için ellerine elektronik aygıt verilmemelidir. **3 – 6 yaş arası**; ekran başında geçirilecek zaman için süre belirlenmelidir. İzlenen içeriğin yaş sınırına dikkat edilmelidir. Elektronik aygıtlar çocukların odalarında değil, oturma odasında olmalıdır. Çocukları sakinleştirmek için ellerine elektronik aygıt verilmemelidir. **6 – 9 yaş arası**; ekran başında geçirilecek zaman net olmalıdır. Ekranlar çocukların odalarında değil, salonda olmalıdır. Elektronik oyunlara ölçü koyulmalıdır. Onlara kişiye özel haklardan söz edilmelidir. **9 – 12 yaş arası**; çocuklarla konuşup, kaç yaşında cep telefon sahibi olacağı kararlaştırılmalıdır. Çocuklar internete girebilir ama yalnız mı yoksa birisi eşlik etmeli mi, karar verilmelidir. Onların elektronik aygıtlarla geçirecekleri zamana ebeveyn karar vermelidir. Çocukların ekranda ne gördüğü ve ne yaptığı hakkında onlarla konuşulmalıdır. **12 yaş ve sonrası**; çocuklar, internete yalnız girebilir; ancak onlarla beraber belirlenen zaman sınırına uyulmalıdır. Birlikte program yükleme, bilgi hırsızlığı ve taciz hakkında konuşulmalıdır. Gece wi-fi ve cep telefonları kapatılmalıdır.

İçinde bulunduğumuz dijital çağda artık dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı eğitimi her yaştan bireyler için bir gerekliliktir. Dünyada hâlihazırda sürdürülen dijital ve medya okuryazarlığı eğitimine en erken zamanda başlamak artık hızla gelişen teknolojiye ayak uydurmanın gerekliliklerinden biridir. Özellikle de eğitime küçük yaştaki çocuklardan başlayarak ileride yaşanabilecek olası sıkıntıların önüne geçilebilir. Aile, okul ve çocuğun bir arada öğrenip dijital ve medya okuryazarlığı gerekliliklerini sağlaması için akçal destek gerekeceğinden devletin bu iş için bütçe ayırıp uygun siyasalar geliştirmesi gerekmektedir.

Medya endüstrisindeki hızlı gelişim ve iletişim teknolojilerinin giderek artan bir hızda yayılması, günümüzde medyayı, yeni medyayı ve özellikle sosyal medyayı daha da güçlü hale getirmiştir. Medya artık hiç kuşkusuz, insanların yaşam biçimini, eğlence anlayışını ve kültürel değerlerini değiştirerek, gündelik yaşamda söz sahibidir. Bilgilendirme, yönlendirme ve eğitme gibi işlevlere sahip medya, aynı zamanda siyasal ya da toplumsal değişim dönemlerinde de önemli bir

role sahiptir. Medyanın bu güçlü ve baskın/hegemonik etkisi karşısında (Freire, 2017), bireylerin medya tüketicileri olarak yazılı, görsel, işitsel, görsel-işitsel ve dijital medya ürünlerine edilgen/pasif bir biçimde maruz kalmamaları için, “Medya Okuryazarlığı” çerçevesinde bilinçlendirilmeleri ve bu üretimler karşısında daha etkin/aktif bir konuma sahip olmaları gerekmektedir.

Medya Eğitimi resmi sitesi tarafından yapılan tanıma göre ise “Medya Yazarı” konumuna erişebilmek için “İnsanların izledikleri, anladıkları ve okuduklarıyla ilgili sorular sormaya teşvik eden, soruşturma temelli bir eğitim modelidir.” (www.medialit.org)

Demek ki medya okuryazarı olmak:

- Medyayı akıllı ve etkili bir biçimde kullanmak;
- Medya endüstrilerinin siyasi görüşü, gelişmesi, ekonomik tabanı ve idari yapısı konusunda bilgi sahibi olmak;
- Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmek;
- Medyanın bireylerin ve toplumun inanç, tavır, davranışlar ve değerler üzerindeki etkisinin bilincinde olmak;
- Demokratik bir biçimde değişik medya kanalları aracılığıyla etkili iletişim kurmaktan geçmektedir (Özad, 2011: 89).

Gerçekten de medya iletileri her zaman gözüktüğü gibi değildir; birçok örtük anlam içerir. Medya okuryazarlığı bu doğrultuda görünen ve görünmeyen örtük anlamları, bir başka deyişle satır aralarını okumamız konusunda daha seçici hale gelmemizi sağlar. Daha analitik olmak, daha sorgulayıcı, eleştirel bir bakış açısına sahip olmak, medyanın olumsuz etkilerini kontrol etmek açısından ilk adımdır. Eğer iletilerin farkında değilsek medya, dünyayı nasıl algılamamız gerektiği konusunda üzerimizde kontrol sahibi olur. Hâlbuki tam tersi olmalıdır, medya iletileri üzerinde bireyin kontrol gücüne sahip olması gereklidir.

Bu doğrultuda; Medya Okuryazarlığı Eğitimi’yle;

- Gereksinim duyulan her türlü bilginin yer aldığı, fakat doğru/güvenilir bilgiye ulaşmanın güçleştiği medya karşısında çocukların bilinçlendirilmesi,
- Çocukların izledikleri filmler, diziler, reklamlar, takip ettikleri bilgisayar oyunları ve internet siteleri gibi medya içeriklerinin sorgulanabilir, eleştirilebilir olduğunu fark etmeleri,
- İstek-ihtiyaçların birbirine karışmasına neden olan medya içerikleri konusunda çocuklarda farkındalık oluşturulması,
- Çocukların sağlığını tehdit eden obezite ve internet bağımlılığı gibi rahatsızlıklar, şiddet eğilimli medya içeriği (Y.N: Mavi Balina, Sarı Öküz, Momo ile Meryem gibi) ve bazı medya alanlarında yer alabilecek pornografik içerik karşısında korunabilmeleri,

- Yaş sınırına uygun olarak sosyal medyayı kullanmaya başlayacak çocukların, bu mecralardaki hak ve sorumluluklarını siber zorbalık, siber mahremiyet, siber reklam gibi olumsuz durumlar karşısında nasıl davranacaklarını bilmeleri, bu mecralarda medya iletileri üretirken kendilerinin ve arkadaşlarının kişisel güvenliğini, Türkçenin doğru ve kurallarına uygun kullanılmasını, evrensel ve yerel değerleri gözetmeleri, medya içerikleriyle ilgili yurttaş denetiminin (Siber vatandaşlık) aktif bir parçası olmaları amaçlanmaktadır (https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=28E-BFC17-C87B-451B-A78C-6C3CF5821D6B&MenuId=2).

Bu çerçevede, bireyler, medyayı doğru okuyabildikleri oranda kendileriyle ilgili doğru kararlar verebilirler. Yukarıdaki örneklerden yola çıkılarak, eleştirel bir bakış açısının Medya Okuryazarlığının temeli olduğu söylenebilir. Eleştirel bir gözle bakarak, medyanın bize vermek istediği iletileri sorgulamadan doğru kabul etmek yerine, haberi, bilimsel bir veriye sahip olup olmadığı, doğru kaynaklara yer verilip vermediği gibi ölçütlerle değerlendirmek gereklidir. Özellikle, bilgi ve haber akışını fazlasıyla artıran, yurttaşları da birer haberci haline getiren yurttaş gazeteciliğini destekleyen sosyal medyayla içeriğin sorgulanması daha da önemli hale gelmektedir.

Gerçekten de her gün insanlar televizyon programları, filmler ve internet siteleri gibi birçok farklı iletişim aracıyla medya iletileriyle karşılaşmaktadır. Sorumlu bireyler olarak, medyanın bize sunduğu iletiler arasından seçim yapmak bizim sorumluluğumuzdadır. Bu nedenle, medya okuryazarı bireyler, medyanın kurgusal olduğunu, siyasal söylemleri olduğunu, belli bir ideolojiye sahip olduğunu ve belli tecimsel kaygılara sahip olduğunu bilmeli ve sorgulayıcı bir bakış açısına sahip olmalıdır. Sorgulayıcı bir bakış açısıyla medya içeriğini anlayabilmenin de ötesinde otoriteyi, nesnelliği/objektifliği, niteliği değerlendirebilir ve böylece medyanın içeriği bize doğrudan dayatmasının önüne geçebiliriz. Medya okuryazarları, içeriği, kaynağı ve biçimi sorgulamanın yanı sıra medyanın estetik değerlerini de eleştirebilmelidir.

Bu bağlamda, aynı zamanda medya ve teknolojiye erişimi sağlayan gereç odaklı eğitimin de ötesine geçebilmek gerekmektedir. Genellikle ne yetişkinler ne gençler ne de çocuklar, yalnızca teknolojik araç-gereç kullanarak kitle iletişim, popüler kültür ya da dijital medya hakkında eleştirel düşünme becerilerini kazanabilirler. Ne yazık ki okullarda yapılan teknolojik yatırımlara rağmen dijital okuryazarlık konusunda etkin bir eğitim verilememektedir. Nitekim yalnızca araç-gereç sağlamak dijital ve medya okuryazarlığının gelişmesine tek başına katkıda bulunamaz. Dolayısıyla, bireylerin dijital medyayı kullanmalarına rağmen dijital okuryazar olduklarını ifade etmek olanaklı değildir.

Oysa doğru kullanıldığı takdirde bilgisayar ve internet teknolojileri çocuk ve gençlere çok sayıda fırsat sunabilmektedir. Sözelimi; çocuklar ve gençler internette doğru ve güvenilir bilgi kaynaklarına ulaşım konusunda bilgilendirildikleri zaman internet üzerinde yaptıkları yararlı araştırmalar sayesinde kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak pek çok bilgi edinebilir; yurt içi ve yurt dışındaki anlık gelişmelere, haberlere erişim sağlayabilir; günlük yaşamda gözlemleyemeyecekleri birçok bilimsel bilgiyi (DNA sarmal dizilimi gibi) görsellerle anlatan, yabancı dil eğitimi veren vb. birçok videoya ulaşım sağlayıp akademik gelişimlerine katkıda bulunabilirler. Ayrıca internet, sesli ve görüntülü olarak dünyanın bir ucundan diğer ucuna erişim sağlayabilme olanağı sunmaktadır. Böylece örneğin, bir sınıftaki öğrenciler dünyanın bir ucundaki başka bir sınıfın öğrencisiyle canlı olarak iletişim kurup ortak ders alma ya da tartışma yapma şansına sahip olabilmektedirler. Öte yandan, günümüz bilgisayar uygulamaları üç boyutlu çizimler yapabilme, web sayfası oluşturma, animasyon uygulamaları yapabilme vb. gençlerin yaratıcılıklarını ortaya çıkarabilecekleri birçok olanak sunmaktadır. İnternet gençlerin özgür biçimde kendilerini ifade edebilecekleri ve kendi kimliklerini oluşturmalarına fırsat veren ortamlar sunar. Normal koşullarda ulaşılması çok zor olan bir insanla e-posta ya da sesli-görsel iletişim araçlarıyla iletişim kurabilme ve paylaşımında bulunma olanağı vardır. Bu sayede örneğin bir çocuk, okuduğu bir kitapta aklına takılan bir soruyu kitabın yazarına ulaşarak sorabilmektedir. Bu fırsatlar listesini çoğaltmak olanaklıdır ancak önemli olan anne ve babaların, bilgisayar ve internet teknolojilerini çocuklarının sağlıklı gelişimlerinde bir araç olarak kullanabilme becerisini gösterebilmeleridir (Yay, 2019: 21-22).

Dr. Esra Ercan Bilgiç de sahte haber ve enformasyon düzensizliğine değinirken bunların olası etkilerine karşı çocukların ve yetişkinlerin bilinçlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bununla birlikte mahremiyet ve veri riskleri hakkındaki çalışmaların yetersizliğine dikkat çekmektedir. Genel olarak medyada konunun yer almasının çocuk hakları perspektifiyle uyumlu olmadığını savunan Bilgiç, çocukların perspektifinin haberlerde hiç yer almadığını; onlara dijital dünyada ne yaptıklarını soran olmadığını; ebeveyn perspektifinin haberlerde yer almadığını, sadece suçlayıcı haberlerde yer aldığına işaret etmektedir. Dijital dünyada tehlikelerin olduğu gibi potansiyel olumlu etkilerin de olduğuna ve bunların göz ardı edilmemesi gerektiğine dikkat çeken Bilgiç, anne-babaların da çocuklarını bu gerçekliğe hazırlarken, hem çocuklarıyla hem de dijital dünyayla bağ kurarak hak temelli bir yaklaşımla ebeveynlik yapmaları gerektiğini, yani “münasebettar ebeveyn” olmaları gerektiğini vurgulamaktadır (<https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2022/06/15/v-uluslararası-egitim-forumu-dijital-cagda-cocukluk-ve-ebeveynlik-paneli/>).

Elektronik ekranları hayatımıza uydurarak büyüyelim

3-6-9-12



3 yaş öncesi

Çocuk içinde bulunduğu yeri ve zamanı keşfetmesi gereklidir.

Onunla oynamak, konuşmak gerekir. Onun için televizyonu kapatalım.



3 ile 6 yaş arası

Sesinin tonunu ve el becerilerini keşfeder.

Televizyonla az zaman geçirin, ailece çocuklarla zaman geçirmeliyiz.



6 ile 9 yaş arası

Çocuk toplu yaşamanın kurallarını keşfeder.

Onlara interneti anlatın.



9 ile 12 yaş arası

Dünyanın karmaşasını keşfeder.

Ona kendini korumasını, başkalarını korumayı ve paylaşmayı öğretin.



12 yaş sonrası

Aile ortamından dışarı çıkmaya başlar.

Çocukları hep koruyup gözetmeye hazır olun. Onların size ihtiyacı var.

“J'ai imaginé en 2008 les repères « 3-6-9-12 » comme une façon de répondre aux questions les plus pressantes des parents et des pédagogues.” Serge Tisseron

3-6-9-12. Apprivoiser les écrans et grandir, Ed: érès

Cette affiche peut être téléchargée sur <http://3-6-9-12.org/> ou <http://sergetisseron.com>

Birkikte, Seyredeceğimiz programları seçelim, ekran önünde az zaman geçirelim. Çocuklarımıza gördüklerini ve yaptıklarını anlatabilmereri için zaman ayıralım. Yaptıkları işlerden dolayı onları tebrik edelim.

3-6-9-12, Her yaşa uygun televizyon programları

3 yaş öncesi

Çocuklarımızla oyun oynamamız, onların sağlıklı gelişmelerine faydalı olacaktır.

Televizyon izlemek yerine beraber hikaye okumayı tercih ederim.

Seyretmeye bile, televizyonun açık kalması, çocuğunuzun eğitimine zarar verir.

Cocuklarınızın odalarına televizyon koymayın.

Yemek esnasında, atmadan önce elektronik aletlerden Uzak tutun. Onları sakinleştirmek için ellerine elektronik alet tutuşturmayın.

3 ile 6 yaş arası

Televizyon ve elektronik oyunlar için zaman belirleyin ve bu süreyi aşmalarına asla taviz vermeyin.

Televizyondaki programlarda belirtilen yaş sınırına dikkat ediniz.

Oyun tabletleri, televizyon, bilgisayar, çocukların odalarında değil oturma odalarında olmalı.

Yemek yerken veya yatmadan önce elektronik aletlerden Uzak tutun. Onları sakinleştirmek için ellerine elektronik alet tutuşturmayın.

Grup halinde oynamak, tek başına oynamaktan daha iyidir.

6 ile 9 yaş arası

Televizyon ve elektronik oyunlarla geçireceği zamanlara sınır koyar, onun gördüğü ile yaptığı hakkında konuşurum.

Bilgisayar ve bilgisayarlarının yeni çocukların odaları değil oturma odaları olmalı.

Elektronik oyunlara ölçü koyarım.

Onlara kişiye özel haklardan bahsederek ve uyarırım :

- 1) İnternete koyduğumuz her şey herkes tarafından görülür ;
- 2) Onları sime imkanımız yoktur, devamlı orda kalır ;
- 3) İnternette anlatılan her şey doğru değildir.

9 ile 12 yaş arası

Çocuğumla konuşup, onun kaç yaşında cep telefonu sahibi olacağına kararlaştrın.

İnternete girilebilir ama onu yalnız mı yoksa birisi eşlik etmeli mi karar veririm.

Onların elektronik aletlerle geçirecekleri zamana siz karar verin.

Onun ekranda ne gördüğü ve ne yaptığı hakkında konuşurum.

Ona İnternetin 3 kuralını hatırlatırım.

12 yaş ve sonrası

Çocuğum İnternete yalnız girebilir, fakat onunla beraber belirlediğimiz zaman sınırına uymalı.

Birlikte program yüklemeye, bilgi hırsızlığı ve taciz hakkında konuşmalıyız.

Gece WIFI yi ve cep telefonlarını kapatınz.

Facebookta arkadaşları olmam.

Diffusions cette affiche.

C'est tous ensemble que nous modifierons notre relation aux écrans.

Rejoignez nous sur <http://3-6-9-12.org>

érès

Kaynak: <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2020/03/11/3-6-9-12-yas-kurali-cocuklarin-yasina-gore-uygun-elektronik-cihaz-kullanimi/>

Bu doğrultuda, özellikle anne-babaların çocuklarının oynadıkları oyunlar hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Ebeveyn, oyunların yaşa uygunluğunu kontrol etmek için [peginfo](http://pegi.info), esrb.org, commonsensemedia.org gibi oyun derecelendirme otoritelerinin internet sitelerini kullanarak oyunun hangi yaş grubuna uygun olduğuna bakmalıdır. Gençlik ve Spor Bakanlığının Farkındayız Projesi (farkındayiz.gov.tr), Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun yaşama geçirdiği İnternet Yardım Hattı (internetyardim.org.tr), guvenlioyna.org.tr ve Bilinçlendirme Merkezi (guvenliweb.org.tr) adreslerinde yer alan çevrimiçi oyunlar hakkındaki bilgileri, haberleri ve yazıları okumalıdır ebeveyn.

Doğal olarak dijital ebeveynlikte ebeveyn, çeşitli zorluklarla karşılaşacaktır. Bu zorlukları aşmada çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Dijital ebeveynlik irrasyonel yaklaşım kapsamında ebeveyn, dijital ebeveynlik konusunun farkındadır. Ebeveyn için yaş en önemli bir etmendir. Bu tarz bir ebeveyn, çocukların ve gençlerin dijital ortamda neler yaptıklarını takip eder. Çocukları sürekli kontrol etme alışkanlıkları vardır ve sosyal medya hesaplarını düzenli kontrol ederler. Ne tür aktivitede bulunduklarını izlerler. Kimi zaman internet kullanımını bütünüyle de engelleyebilirler. Bunun kimi durumlarda yararı vardır ancak tam çözüm değildir. Çünkü akran gruplarının internet ya da dijital dünyaya erişimi varsa bu yöntem çok da etkili bir yöntem olmaktan çıkmaktadır.

Dijital ebeveynlik rasyonel yaklaşım kapsamında ise ebeveyn birtakım zorluklarla başa çıkmak zorundadır. Bu yaklaşımda ebeveyn, çocukların, sanal dünyayı en iyi biçimde kullanmalarını ister. Ancak sanal dünyanın birlikte öğrenilmesi görüşü egemendir. Ebeveyn, ortak olarak teknolojiyi kullanırken nasıl kullanılması gerektiğini model olarak gösterir. Burada karşılaşılan sorunlardan biri, ne kadar kısıtlayıcı ya da müdahaleci olmak gerektiğidir. Bu kısıtlama bütünüyle ebeveyn ve çocuk arasındaki iletişime bağlıdır. Kesin kuralları yoktur. Günümüzde hem ebeveynde hem de çocuklarda internete bağlı telefon bulunmaktadır. Herkes bir arada yaşarken aynı zamanda dijital dünyada da ortak zaman geçirmektedir.

İster irrasyonel yaklaşım tarzı olsun isterse rasyonel yaklaşım tarzı olsun, gerçek olan bir şey vardır ki o da gerçek dünyada ebeveyn çocuklarını korumaya çalışıyorsa dijital dünyada da korumak zorundadır (<https://okuldefteri.net/dijital-ebeveynlik-nedir-nasil-yapilir-infografik/>).

Günümüzde medya ve iletişim kanalları oldukça yaygındır ancak "Medya Cahilliği" birkaç nedenden ötürü sorun olmayı sürdürmektedir. Elitizm, görsellerin duygusal etkileri, tüketici davranış örüntüsü, tüketici beklentileri, programların yapısı, medyanın inanırılığı, medya dilinin karmaşıklığı (Silverblatt, 2007'den Akt.Şahin, 2018:253-255) gibi nedenlere ek olarak Şahin, medya eğitiminin zorluğunu ve medya eğitimcilerinin tutumlarını da eklemektedir.

Yeni Medya denince çocukların, gençlerin aklına hemen Google, Facebook, YouTube, Twitter ve What'sApp gelmektedir. Kullanılan ortamların tek tip bir beslenme alışkanlığı dönüşmesi, aslında Yeni Medya Okuryazarlığı konusunda bir yoksunluğa işaret etmektedir. Dolayısıyla yeni medya araçlarına erişmek ve sahip olmak dijital uçurumun ortadan kalkması için yeterli değildir. Prof. Dr. Mutlu Binark'ın (Binark, <http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/dusunenlerin-dusuncesi/turkiye-de-neden-yeni--medya-okuryazarligi-politikasi-gerekli--1976652/>) da vurguladığı gibi çocuklar ve gençler arasında dijital beceri eşitsizliklerinin görülmesini engelleyen, bir şekilde maskeleyen "dijital yerli" tanımlamasından vazgeçilmelidir bu bağlamda. Türkiye özelinde, kadınlar, bölgeler ve yaşlara göre ortaya çıkan dijital eşitsizlikler göz önüne alınırsa, yaşlanan nüfusa ve kadınlara yönelik Yeni Medya Okuryazarlığının geliştirilmesi için ivedilikle tekno-toplumsal politikanın geliştirilmesi, nüfusun bu kesimlerinin de yeni toplumsal eko-sisteme dâhil edilmesi gerekmektedir.

O halde, ülkemizde BM İnsan Hakları Sözleşmesi çerçevesinde Türkiye'de çocuk, genç ve yetişkin yurttaşları hedefleyen yaş, toplumsal statü ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinden kaynaklanan bağamları da içerecek yeni Medya Okuryazarlığı tekno-toplumsal politikası bir an önce geliştirilmeli ve akademiden-kamu kurumlarına ve sivil toplum kuruluşlarına değin çok paydaşlı bir yaklaşımla bu politika uygulamaya geçirilmelidir.

Medya Okuryazarlığı, hem çocuklar hem de yetişkinler için günümüz dünyasında oldukça önemlidir. Medya Okuryazarlığı eğitimi ile insanlar, ifade biçimlerini geliştirerek, eleştirel düşünerek etkili iletişimciler ve aktif vatandaşlar olabildikleri gibi, medya dünyası ile gerçek dünyayı da ayırabilir hale gelirler. Bu çerçevede Medya Okuryazarlığı eğitimleri daha yaygın hale gelmeli ve insanlar da izledikleri, dinledikleri ve gördükleri enformasyona karşı daha eleştirel bakmayı öğrenmelidir.

Milli Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), sivil toplum kuruluşları, medya örgütleri, üniversiteler arasında kurulan işbirliği ile oluşturulan "Medya Okuryazarlığı" projesiyle, öğrencinin medya karşısında edilgen bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda etkin bir birey olarak yer alabilmesi hedeflenmiştir. Çocuklar televizyon karşısında en duyarlı, etkiye en açık grubu oluşturan kesimdir. Çocukların ekranda izlediklerini, "gerçeklik" ve "kurgu" bakımından ayırt etme becerisini de kazanabilmeleri gereklidir. Ayrıca medyanın olayları ve olguları nasıl ve neden belli yönleriyle yansıttığının çocuklara anlatılması ve böylece onların ilköğretim çağından başlayarak medyaya eleştirel bakabilen, bilinçli alıcılar olarak yetiştirilmeleri önem taşımaktadır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yasal düzenlemelerin uygulamalarla desteklenmesinin; kamu yönetiminin, sektör temsilcilerinin, sivil toplum kuruluşlarının ve bireylerin işbirliği içinde çalışmalarıyla mümkün olabileceği, toplumsal duyarlılığın geliştirilmesi için de öncelikle eğitim olanaklarının artırılması gerektiği inanındadır. Bugünün dünyasında, bireyin sürekli artan medya mesajları karşısında neye maruz kaldığını bilmesi için de Medya Okuryazarlığı becerisi edinmesi en önemli önlemler arasında görülmektedir.

Medya Okuryazarlığı düşüncesinin neredeyse 100 yıllık bir geçmişe sahip olması ve son otuz yıldır yoğun ilgiyle karşılaşması göz önünde bulundurulacak olursa Medya Okuryazarlığı eğitimi konusunda bir hayli geç kalındığı söylenebilir. Buna rağmen RTÜK ve MEB işbirliğinde başlatılan Medya Okuryazarlığı Projesi'nin önemi göz ardı edilemez. Çünkü proje sayesinde kısa sürede düşünce aşamasından üretim aşamasına ulaşan önemli çalışmalara imza atılmıştır. Bundan sonra yapılacak olan şey, var olan çalışmalara olumlu eleştiri ve önerilerle katkı sağlayarak Medya Okuryazarlığı konusundaki gelişmeleri devam ettirmektir.

Tüm toplum olarak Medya Okuryazarlığı eğitimi almamız gerektiği aşikârdır. Çocuklar, gençler, anne-babalar, yöneticiler ve özellikle medya çalışanları da buna dâhildir. Bu nedenle İletişim Fakültelerinde Medya Okuryazarlığı dersi verilmektedir, verilmelidir. Geleceğin iletişimcilerinin bu dersi alması ve bir anlamda kendilerini ve çevrelerindekiileri sorgulaması önemlidir. Genç bir iletişim mezunu adayı kendisine ulaşan iletileri sorgulayarak, araştırarak, karşılaştırarak, değerlendirerek tüm bu aşamalardan geçirebilmelidir. Televizyon ve bilgisayar, tablet, Iphone, vd. tüm bu araçlar bizi sarmalamış durumdadır. Özellikle internet ve televizyon karşısında kendi seçimini yapabilen, kendi kararlarını alabilen bir genç kuşağın yetişmesini sağlamamız gerekmektedir. Çocuklarımız, gençlerimiz bilinçli birer medya tüketicisi ve üreticisi olmalıdır. Hepimiz medya aracılığıyla bize ulaşan iletilere farklı anlamlar yüklüyoruz hiç kuşkusuz. Her şey bizi etkiliyor. Özellikle televizyon saniyede 30 hareketsiz görüntünün arka arkaya geldiği bir medya. Sinemada 24 görüntü ve elbette 25. kareden söz edilir. Bu durumda okuryazarlık türlerinin en tepesine öncelikle Gösterge Okuryazarlığını ve sonrasında da Medya Okuryazarlığını yerleştirmek yerinde olacaktır. Bu anlamda alt şemsiye olan Medya Okuryazarlığı dil, bilgi, bilgisayar, görsel, elektronik yani 40'ı aşkın okuryazarlık türünün bilinmesini gerektirir. Yani, ana dilimizin eğitimi gibi, matematik eğitimi gibi eğitimi elzemdir.

Medya Okuryazarlığı eğitimcileri çocukları ve gençleri yapacakları söyleşilerle, verecekleri güncel örneklerle, aktaracakları deneyimlerle bilgilendirebilirler. Eğitimsiz kitle olamaz çünkü eğitim çok yüklü bir kavramdır. Kitle eğer yüksek düzey medya okuryazarı ise sorguluyor, araştırıyor, kendisine ulaşan bilginin belirli bir görüşün, düşüncenin ürünü olduğunu kabul edebiliyorsa, o zaman

bu düşünceye karşı da durabilir, yanında da olabilir. Kararı verecek olan, iletinin ulaştığı kişidir. Bu anlamda gazetecilerin ve habercilerin bunu göz önünde bulundurması birçok sorunun çözümünü de beraberinde getirecektir.

Sosyal medyanın Medya Okuryazarlığına etkisi özellikle tüm zamanını internete bağlı olarak geçiren ve her okuduğuna, her gördüğüne inanan kitle için büyük bir tehlike arz etmektedir. Sanal ortamda sosyal paylaşım siteleri o kadar çok dezenformasyona müsaittir ki sanal kimliklerimiz bile artık bu sosyal paylaşım sitelerindedir. Biz biz değiliz, başka kimlikler altında mesajlaşıyor, ileti paylaşıyoruz. Medya Okuryazarlığı eğitimi özellikle çocuklara ve gençlere verilmesi gereken bir eğitimidir. Bu, anaokullarından başlayarak yaşam boyu öğrenme dediğimiz süreçtir. Sürecin yöneticileri de İletişim Fakültesi mezunları olmalıdır. Dört yıl boyunca iletişim ve medya üzerine çeşitli dersler almış, stajlar yapmış, pedagojik formasyon almış mezunlarımız hak ettikleri pozisyonlara geldiklerinde çok farklı bir Medya Okuryazarlığı eğitimine tanıklık edecektir.

KAYNAKÇA

AND, Algül, YENĞİN Deniz, KARADAĞ Gökmen H., ÖVÜR Ayten, BAYRAK Tamer. (2018). *Sanal Gerçekliğin Tetiklediği Semptomlar*, İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları

AVŞAR Zakir. "Medya Okuryazarlığı", [http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/January 15, 2014 Sayı 2, Erişim Tarihi:11.06.2022.](http://www.iletisimvediplomasi.com/medya-okuryazarligi-prof-dr-zakir-avsar/January%2015,%202014%20Sayı%202,%20Erişim%20Tarihi:11.06.2022.)

BİNARK Mutlu, <http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/dusunenlerin-dusuncesi/turkiye-de-neden-yeni--medya-okuryazarligi-politikasi-gerekli--1976652/> Erişim Tarihi: 04.06.2022.

DUMAN Özlem Deniz. (2021). *Dijital Bağımlılıklar ve Sosyal Medya Hastalıkları*, İstanbul: İskenderiye Kitap.

FREIRE Paulo (2017). *Ezilenlerin Pedagojisi*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 8.Basım, Çev: Dilek Hattatoğlu ve Erol Özbek

KURNAZ Ahmet. (2013). *Eleştirel Düşünme Öğretim Etkinlikleri*, Konya: Eğitim Yayınevi, Yenilenmiş İkinci Baskı.

NOSICH Gerald M. (2018). *Disiplinlerarası Eleştirel Düşünme Rehberi*. Ankara: Anı Yayıncılık, Çev: Birsal Aybek, 4. Baskı.

<https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2016/05/03/cocuklarin-medya-egitiminde-ailenin-rolu-2/> Erişim Tarihi: 05.06.2022.

<https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2020/03/11/3-6-9-12-yas-kurali-cocuklarin-yasina-gore-uygun-elektronik- cihaz-kullanimi/> Erişim Tarihi: 05.06.2022.

<https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2022/06/07/dijital-dunyada-cocuklarin-ekran-basinda-gecirdigi-zamani-gerçekten-sinir-layabilir-miyiz%ef%bf%bc/> Erişim Tarihi: 05.06.2022.

<https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2022/06/15/v-uluslararası-egitim-forumu-dijital-cagda-cocukluk-ve-ebeveynlik-paneli/> Erişim Tarihi: 16.06.2022.

<https://okuldefteri.net/dijital-ebeveynlik-nedir-nasil-yapilir-infografik/> Erişim tarihi: 02.06.2022.

<https://okuldefteri.net/dijital-ebeveynlik-nedir-nasil-yapilir-infografik/> Erişim Tarihi: 07.06.2022.

<https://okuldefteri.net/gunumuz-ebeveynlerinin-12-hatasi/> Erişim Tarihi: 06.06.2022.

<https://sergetisseron.com/>Erişim Tarihi: 02.06.2022

[https://veysiceri.com,](https://veysiceri.com/) Erişim Tarihi: 03.06.2022.

[https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/anne-ve-babalar-dijital-dunyada-da-ebeveynlik-yapmali/1971839,](https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/anne-ve-babalar-dijital-dunyada-da-ebeveynlik-yapmali/1971839) Erişim Tarihi: 12.06.2022.

[https://www.cocukicinicerik.com/makaleler/genel-1/cocuklarimizin-bilincli-birer-medya-kullanicisi-olmasini-nasil-saglayabiliriz -](https://www.cocukicinicerik.com/makaleler/genel-1/cocuklarimizin-bilincli-birer-medya-kullanicisi-olmasini-nasil-saglayabiliriz-) Erişim Tarihi: 11.06.2022.

[https://www.iienstitu.com/blog/dijital-okuryazarlik-ile-medya-okuryazarligi- arasindaki-farklar,](https://www.iienstitu.com/blog/dijital-okuryazarlik-ile-medya-okuryazarligi- arasindaki-farklar) Erişim Tarihi: 11.06.2022.

[https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=2D81C388-C8B0-42BB-8E10-82A786472480,](https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/haber_goster.php?Guid=2D81C388-C8B0-42BB-8E10-82A786472480) Erişim Tarihi: 12.06.2022.

[https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=28EBFC17-C87B-451B-A78C-6C3CF5821D6B&MenuId=2,](https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=28EBFC17-C87B-451B-A78C-6C3CF5821D6B&MenuId=2) Erişim tarihi: 01.02.2022.

İRVAN Aydın Alper, <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2017/06/06/dijital-medya-okuryazarligi-nedir-neden-gereklidir/> Erişim Tarihi: 12.06.2022.

ORHON Nezh. (2019). "Tek Başına Medya Okuryazarlığı? Bir de Yanına 'Aile Okuryazarlığı' Versek! *Medya Okur/Yazarlığı* içinde (1-15). Der: Doç.Dr.Meltem Bostancı. Ankara: Nosal Yayıncılık.

ORHON Nezh. (2019). "Medya Okuryazarlığı Açısından Dijital Vatandaşlık Tartışmaları". *Medya Okuryazarlığı Üzerine* içinde (37-52). Der: Prof.Dr.Nilüfer Sezer ve Doç.Dr.Nuray Yılmaz Sert, Konya: Eğitim Yayınevi.

ÖZAD B. E. (2011). "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi", *Medya Okuryazarlığı* içinde (87-95), Der. Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

ŞAHİN Abdurrahman (2018). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*, Ankara: Anı Yayıncılık, Genişletilmiş 2. Baskı.

[www.medialit.org,](http://www.medialit.org/) Erişim tarihi: 01.06.2022.

YAY Mahmut. (2019). *Dijital Ebeveynlik*. Ankara: Yeşilay Yayınları, 2. Baskı.

Dijital Dünyada Eğitim: Eğitimde Yeni Fırsatlar ve Riskler

Abdurrahman ŞAHİN¹

ÖZET

Dijital araçların toplum bireyleri tarafından kullanımı günden güne yaygınlaşırken, eğitim ve öğretim faaliyetleri de dijital mecraaya doğru kayma eğilimi göstermektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak birbiriyle ilintili bir dizi kavram (ör. *elektronik öğrenme*, *dijital eğitim*, *dijital öğrenme*, *mobil öğrenme*, *uzaktan öğrenme*, vs.) daha sıklıkla gündeme gelmektedir. Bu ilintili kavramların birçoğunu da kapsayan *dijital eğitim*, aslında 1900'lü yılların sonlarında da farklı biçim, araç ve uygulamalarla kısmen mevcut olmasına rağmen, son yıllara ve özellikle 2000'li yıllara özgü bir yenilik olarak karşımıza çıkmaktadır (Suleiman ve Danmuchikwali, 2020). Covid-19 pandemi süreci ise eğitim-öğretim faaliyetlerini, bir ara neredeyse tamamıyla dijital mecralara kaydırarak eldeki olanakların (ör. araç-gereç donanımı, altyapı koşulları, dijital ve alternatif materyaller, öğretmen

1 Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Programları ve Öğretim Ana Bilim Dalı Başkanı, e-posta: asahin@pau.edu.tr ORCID: 0000-0003-4553-5220

yeterlilikleri, öğrenci imkânları, farklı yaş gruplarına uygunluk, farklı branşlara uygunluk vs.) topluca test edildiği bir dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde, dijital eğitimin ortaya koyduğu fırsatlar ve riskler daha belirgin bir hal almış; bu süreçleri mercek altına alan araştırmacıların ortaya koyduğu onlarca bilimsel çalışma, dijital eğitime bir ayna tutmuştur. Bu çalışmada öncelikle dijital dünyanın genel niteliklerine ilişkin kavramlara, daha sonra da eğitim açısından sunduğu fırsatlara ve içerdiği risklere temas edilecektir. Aşağıda öncelikle dijital dünyanın genel niteliklerine ilişkin kavramlara yer verilmiştir.

Bilgisayar teknolojilerinin ve internet hizmetlerinin hızlı gelişimiyle birlikte, dijital dünya insanların hayatlarını daha derinden etkilemeye başlamıştır. Dijital dünya; iletişim, öğrenme, eğlenme gibi farklı amaçlarla dijital/akıllı araçlarla erişilen ve mevcut imkânların kullanıldığı ortamların bütünü tanımlayan bir kavramdır. Mevcut olanakları etkili bir şekilde kullanmak için makul bir düzeyde okuryazarlık becerilerine gereksinim duyulur, çünkü dijital dünyada ticari kaygılarla şekil alan çoğu unsura (hız, ayartı, görsellik, reklam, pazarlama, tüketim, dezenformasyon vs.) karşı eleştirel bir perspektif gerektiği gibi belli başlı temel ilkelere göre (bilgiyi çözümleme, değerlendirme, etik ilkeler, toplumsal değerler vs.) davranma ihtiyacı da ortaya çıkmaktadır. Dijital dünyanın öne çıkan nitelikleri arasında hız kadar, unsurların birbirlerine bağlandığı (veya birbirleriyle ilintili hale geldiği) yaklaşma/yakınlaşma da vardır. Açıkçası Marshal McLuhan'ın *küresel köy* öngörüsü bir bakıma gerçekleşmiş görünmektedir. Bunun yanında dijital dünya, bulut iletişim ve mobil web gibi unsurların yanında, gerçekliğin yeniden biçimlendirildiği bir dizi simülasyonu da içermektedir. Bu olanaklar bir dizi fırsatları beraberinde getirmektedir.

Eğitimde zaman ve mekân kısıtlamasını gevşeten dijital olanaklar, Covid-19 süreci özelinde, sanal sınıf ve benzer uygulamalarla önemli bir işlev de görmüştür. Bu süreçte etkileşimli sanal sınıflar kısa zamanda devreye girmiş, farklı öğrenme yönetim sistemleri kullanılmış, Eğitim Bilişim Ağı (EBA) gibi ortamlar bağımsız öğrenme için gerekli materyal desteğini sağlamış, EBA TV ise internet hizmetine erişimde sorunu olan öğrenciler için alternatif sağlamış, farklı elektronik değerlendirme araçlarına da yer verilmiştir. Alternatif ölçme ve değerlendirme yöntemlerine de daha sıklıkla yer verilen bu süreçte ayrıca öğrencilerin işbirliği yapacağı fırsatlar oluşturulmuştur. Özelde, web 2.0 araçları insanları birbirlerine yaklaştıran, işbirliğini kolaylaştıran, bilgiye erişimi hızlandıran, bilgi sentezi ve paylaşımını kolaylaştıran bir dizi fırsat oluşturmaktadır. Bu süreç öğretmenlerin de kendilerini yenileyerek becerilerini geliştirmeleri için bir gereksinim oluşturmuştur. Buna karşın ortaya çıkan riskler açısından ise *dijital bölünme* temelinde gelişen bir dizi sorun ifade edilebilir. Bunlar arasında araç, gereç, donanım, yazılım, internet hizmeti gibi olanaklara erişimin olmaması; başlıca okuryazarlık becerilerindeki yetersizliğin ortaya çıkardığı sorunlar (ör. bilgiye erişimde, bilgiyi çözümlemede, bilgi sentez araçlarını kullanmada, bağımsız öğrenmede yetersizlikler vs.) ele alınabilir. Diğer taraftan dijital dünyanın kendi doğasından kaynaklı

bir dizi sorun da (ör. dezenformasyonun yaygın oluşu, ayartıya açık unsurların çokluğu, gerçekle kurgunun birbirine karışması, yankı odası etkisi, veri güvenliği açısından açıkların olması, kullanıcıların tüketiciler olarak konuşlanması, içerik üretmenin zorluğu vs.) yer almaktadır. Mevcut sorunların bilinmesi, bertaraf edilmesi açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dünya, Eğitim, Fırsatlar, Sorunlar

GİRİŞ

Dijital araçların toplum bireyleri tarafından kullanımı günden güne yaygınlaşırken, eğitim ve öğretim faaliyetleri de dijital mecraya doğru kaymaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak birbiriyle ilintili bir dizi kavram (ör. *elektronik öğrenme, dijital eğitim, dijital öğrenme, mobil öğrenme, uzaktan öğrenme* vs.) daha sıklıkla gündeme gelmektedir. Bu kavramların birçoğunu içeren *dijital eğitim*, aslında 1900'lü yılların sonlarında da farklı biçim, araç ve uygulamalarla kısmen mevcut olmasına rağmen, son yıllara ve özelde 2000'li yıllara özgü bir yenilik olarak karşımıza çıkmaktadır (Suleiman ve Danmuchikwali, 2020). Covid-19 pandemisi süreci ise eğitim-öğretim faaliyetlerini, bir ara neredeyse tamamıyla, dijital mecralara kaydırarak eldeki olanakların (ör. araç-gereç donanımı, altyapı koşulları, dijital ve alternatif materyaller, öğretmen yeterlilikleri, öğrenci imkânları, farklı yaş gruplarına uygunluk, farklı branşlara uygunluk vs.) topluca test edildiği bir dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde, dijital eğitimin ortaya koyduğu fırsatlar ve riskler daha belirgin bir hal almış; bu süreçleri mercek altına alan araştırmacıların ortaya koyduğu onlarca bilimsel çalışma, dijital eğitime bir ayna tutmuştur. Bu çalışmada öncelikle dijital dünyanın genel niteliklerine ilişkin kavramlara, daha sonra da eğitim açısından sunduğu fırsatlara ve içerdiği risklere temas edilecektir.

DİJİTAL DÜNYA

Bilgisayar teknolojilerinin ve internet hizmetlerinin hızlı gelişimiyle birlikte dijital dünya, insanların hayatlarını daha derinden etkilemeye başlamıştır. Dijital dünya; iletişim, öğrenme, eğlenme gibi farklı amaçlar için dijital/akıllı araçlarla erişilen imkânları ve bu imkânların kullanıldığı ortamların bütünü tanımlayan bir kavram olarak ifade edilebilir. Bugünden dijital-iletişim öncesi dönemlere bakıldığında, bilginin görece *kısıtlılığı* veya bilgiye erişimin *güçlüğü* dönemsel birer sorun olarak görülürken, dijital dünya bu sorunları tersyüz ederek bilginin çokluğunu ve erişim kolaylığını bireylerin önüne koymaktadır (Potter, 2019). Dolayısıyla *hız* önemli ancak *hazcılığa* da kapı aralayan bir unsur olmuştur. Açıkçası bu dönemde, gereksinim duyulan bilgi içeriklerini dakikalar hatta saniyeler içinde elde etmek olanaklı hale gelmiştir. Ancak bunun gerçekleşmesi için bireylerin bilgiyi sınırlandırma araçlarını tanıması ve kullanabilme noktasında

yetkin olmaları da gerekmektedir. Bu temel bir gerekliliktir çünkü dijital dünyada aranılan içeriklerle kesişen veya benzeşen birçok gereksiz içerik dışta bırakılmaz ise süreç, samanlıkta iğne aramaya benzemektedir. Zaten bilgiye erişim sürecine ilişkin öğrenci deneyimleri *havanda su dövmek, dikili ağaca dönmek, geceyi gündüze katmak* veya *dallanıp budaklanmak* gibi metaforları yansıtmaktadır (Şahin vd., 2010). Oysaki bu süreçte birtakım sınırlandırıcı komutlar etkin bir şekilde kullanılırsa “nokta atışı” sonuçlar elde etmek olanaklı hale gelmektedir. Elbette kullanılacağı vakit, her arama motorunun veya veri tabanının kendine özgü özel sınırlandırma yollarının farkında olmak gerekir. Bir örnek vermek gerekirse, *Google* arama motorunu kullananların çift tırnak “... ..” ile sözcük grubuna dayalı, *intitle* ile sayfa başlıklarına göre, *filetype* ile belli tür dosyalara dayalı, *site* ile belli adres uzantılı sitelere göre, *and not* komutu ile istenmeyen bilgileri dışa atarak arama yapabilmek olanaklıdır (Şahin, 2021a). Ancak dijital dünya, bilgiye erişimin becerilerinin yeterli olmadığı bir yerin de adıdır. Dolayısıyla erişilen bilgileri hem çözümlemek, yani iç unsurlarına ayırmak, daha sonra da belli iç ve dış kıstaslara göre yargılamak gerekir ki, niteliksel açıdan belli asgari koşulları sağlayan içerikler kullanılmalı (Şahin, 2021b). Bu süreçler bir zorunluluktur zira dijital dünya binlerce *dezenformasyon* ve *manipülasyon* amaçlı içeriğin, ticari kaygılarla biçim almış tonlarca ileti ve uygulamanın dolaşımında olduğu bir yerdir.

Dijital dünyada, bahsedildiği üzere iletişim, öğrenme ve eğlenme gibi farklı gereksinimleri karşılamak üzere farklı türlerde birçok içerik ve uygulama yer almaktadır. Dolayısıyla, sadece bilgiye erişimde değil, erişilen bilgileri sentezlemede de farklı birçok aracın oluşturduğu kolaylıklardan yararlanmak ve bu kolaylıklar sayesinde zamandan kazanmak, kısacası az zamanda çok iş yapmak olanaklı hale gelmektedir. Dijital dünyada öğretim yönetim sistemlerinden sanal sınıf uygulamalarına, işitselden videoya, çizgi romandan animasyona, infografikten kavram haritasına, harita uygulamalarından kelime bulutuna, sunum hazırlamadan dijital ölçme araçlarına, web sayfasından elektronik kitaba birçok uygulama aracı yer almaktadır (Filiz, 2018). Bu yönüyle, herkesin içerik üretip paylaşabildiği, diğer bir deyişle yayın yapabildiği bir dönem söz konusudur. Bu durum aynı zamanda, mesela bir elektronik kitap yayınlandığında veya *YouTube* videosu paylaşıldığında, paylaşımcının omuzlarına hatırı sayılır bir sorumluluk da yüklemektedir. Açıkçası dijital dünyada, Sartre’nin (2005) varoluşçu felsefede dile getirdiği “özgür ama sorumlu” bireylere gereksinim duyulsa da, sorumlu davranışla hiçbir zeminde bir araya gelmeyecek olan siber saldırı, siber kabadyılık, siber dolandırıcılık gibi eylemler de yer almaktadır.

O zaman, dijital olanakları etkili bir şekilde kullanmak için makul bir düzeyde okuryazarlık becerilerine gereksinim duyulur, çünkü dijital dünyada ticari kaygılarla şekil alan çoğu unsura (ör. hız, ayarlı, görsellik, reklam, pazarlama, tüketim,

dezenformasyon vs.) karşı eleştirel bir perspektif gerektiği gibi belli başlı temel ilkelere göre (ör. bilgiyi çözümleme, değerlendirme, etik ilkeler, toplumsal değerler vs.) davranma ihtiyacı da ortaya çıkmaktadır. Dijital dünyanın öne çıkan nitelikleri arasında *hız* kadar, unsurların birbirlerine bağlandığı (veya birbirleriyle ilintili hale geldiği) *yaklaşma/yakınlaşma* da vardır. Açıkçası Marshall McLuhan’ın *küresel köy* öngörüsü bir bakıma gerçekleşmiş görünmektedir. Bunun yanında dijital dünya, bulut iletişim ve mobil web gibi unsurların yanında, gerçekliğin yeniden biçimlendirildiği bir dizi simülasyonu da içermektedir. Bu unsurlar, bir dizi fırsatları beraberinde getirmektedir.

FIRSATLAR

Eğitimde zaman ve mekân kısıtlamasını gevşeten dijital olanaklar, Covid-19 süreci özelinde, sanal sınıf ve benzer uygulamalarla önemli bir işlev de görmüştür. Bu süreçte etkileşimli sanal sınıflar kısa zamanda devreye girmiş, farklı öğrenme yönetim sistemleri kullanılmış, Eğitim Bilişim Ağı (EBA) gibi ortamlar bağımsız öğrenme için gerekli materyal desteğini sağlamış, EBA TV ise internet hizmetine erişimde sorunu olan öğrenciler için alternatif sağlamış, farklı elektronik değerlendirme araçları da kullanılmıştır. Tamamlayıcı ölçme ve değerlendirme tekniklerine de daha sıklıkla yer verilen bu süreçte ayrıca öğrencilerin işbirliği yapacağı fırsatlar da ortaya çıkmıştır. Özelde *Web 2.0* araçları insanları birbirlerine yaklaştıran, işbirliği zemini oluşturan, bilgiye erişimi hızlandıran, bilgi sentezi ve paylaşımını kolaylaştıran bir dizi imkân içermektedir. Bu süreç öğretmenlerin de kendilerini yenileyerek becerilerini geliştirmeleri için bir gereksinim oluşturmuştur (Sezgin, 2021). Dijital eğitimin sunduğu başlıca fırsatlar aşağıda açıklanmıştır.

Zengin öğrenme deneyimi: Dijital eğitimde öğrenciler sadece metin, görsel, işitsel, video, animasyon, benzetim (simülasyon), sanal müze gibi farklı temsillerin biriyle karşılaşmazlar, içinde bu unsurların birkaçının eşzamanlı olarak yer aldığı çoklu-ortam materyallerine de temas ederler. Bu materyaller, daha çok duyu organına hitap etmeleri ve farklı içerikler için uygun temsillere yer vermeleri yönüyle, algıda ve öğrenmede kolaylık sağlar (Bates, 2019). Ek olarak, *Web 2.0* araçları öğrencilerin sentez yapmalarına fırsat veren, farklı türde onlarca araç içermektedir.

Öğretimin bireyselleşmesi: Yapay zekâ teknolojisindeki gelişmeler, bilgi ve becerileri sınıf normlarının çok altında veya üstünde olan öğrencilerin tespitine ve daha sonra gelişmelerine uygun materyallere yönlendirilmelerine, yani öğretimin bireyselleştirilmesine zemin oluşturmaktadır. Artık akıllı sistemler, yalnızca öğrencilerin zayıf yönlerini saptamakla kalmayıp mesela, aynı zamanda neden belirli hataları yaptıklarını ya da belli yönelimleri gösterdiklerini de teşhis edebilecek düzeydedir (Jacob, 2016).

Öğrenci katılımı: Dijital eğitimde öğrencilerin tıpkı yüz yüze eğitimde olduğu gibi derslere katılımı, konuşması, tartışması, soru sorması, eleştirmesi, işbirlikli çalışması, farklı türde iletiler üretmesi ve paylaşması olanaklıdır. Ayrıca sorumlulukların zamanında yerine getirilmesini düzenleyici unsurlar da katılımı teşvik etmektedir.

Eşitsizlikleri gidermek: Deneyimli öğretmenlerin dezavantajlı coğrafyalara gitmede gönülsüz davranmaları, buralardaki öğrenciler için bir eşitsizlik oluşturmaktadır. Ancak kamu hizmetlerinin sınırlı ve yoksulluğun fazla olduğu kırsal kesimlerde öğrenciler, dijital olanaklar sayesinde, tıpkı merkezdeki öğrenciler gibi zengin içerik ve materyallere erişebilme imkânına kavuşmaktadırlar (Suleiman ve Danmuchikwali, 2020). İnternet erişiminin artan hızı ve kullanılabilirliği, yoksul öğrencileri bilgiye erişimde dezavantajlı kılan coğrafi engellerin bir kısmını ortadan kaldırmakta; EBA gibi platformlar aracılığıyla, deneyimli öğretmenlerce hazırlanmış yüzlerce nitelikli materyale herkesin erişimi mümkün hale gelmektedir.

Zaman-mekân sınırını aşmak: İçeriklere 7/24 temelinde erişim fırsatı sunan dijital eğitim, öğrencilerin zamanı daha kaliteli şekilde kullanmalarını sağlar. Üstelik uzak coğrafyalardaki ve farklı mekânlardaki insanlar arasında bir köprü oluşturmak yoluyla, toplumsal yakınlaşma ve bütünleşmeye katkı vermektedir. Mekân sınırlılığının esnekliği, hem devlet/sektör hem de birey için bir dizi ek maliyeti de düşürmektedir.

RİSKLER

Eğitim ve öğretim faaliyetlerinin dijital ortamlara kayması, öngörülmesi veya kontrol edilmesi her zaman kolay olmayan bazı riskli durumları da içermektedir. Bu durumlar içinde öne çıkanlara aşağıda yer verilmiştir.

Bireyin teknoloji olanakları: Dijital eğitim aslında bireylerin teknoloji olanaklarına asgari düzeyde sahip olduğu sayıltısı üzerine oturmaktadır, ancak imkânların toplum bireyleri arasında eşit düzeyde dağıldığını söylemek güçtür. Örneğin, kırsalda daha fazla görülen elektrik kesintilerine ek olarak, eldeki araçların ve internet hizmetinin niteliği de daha kısıtlıdır. Üstelik birçok aile araç, gereç, donanım, yazılım, internet hizmeti gibi olanaklara makul bir düzeyde erişimden yoksun olabileceği gibi; başlıca okuryazarlık becerilerindeki yetersizliğin ortaya çıkardığı sorunla da (ör. bilgiye erişimde, bilgiyi çözümlemede, bilgi sentez araçlarını kullanmada, bağımsız öğrenmede yetersizlikler vs.) daha fazla bocalıyor olabilir (Sezgin, 2021). Bütün bunların da ötesinde, aynı aile içinde kardeş sayısının çokluğundan dolayı, zaten sınırlı olan olanakların, tüm aile bireylerinin ihtiyacına cevap vermediği bir dizi durum da gözlenebilir. Dolayısıyla en nihayetinde, araçlara sahip olanlarla olmayanlar arasındaki uçurumun genişleyeceği,

deyim yerindeyse *zenginin daha zengin olup fakirin fakir kalacağı* bir duruma gidilebilir. Bu, dijital olanaklara sahip olma noktasındaki eşitsizliklerinin uzun vadede toplum bireyleri arasında oluşturacağı uçurumun adı, yani bir *dijital bölünme* durumudur.

Dijital dünyanın doğası: Dijital dünyadaki faaliyetlerden fayda elde etmek istenirse öncelikle bu dünyanın doğasını iyi algılamak gerekmektedir. Aslında bireyler, dijital dünyanın kendi doğasından kaynaklı bir dizi sorunla (ör. dezenformasyonun yaygın oluşu, ayartıya açık unsurların çokluğu, gerçekte kurgunun birbirine karışması, yankı odası etkisi, veri güvenliği açısından açıkların olması, kullanıcıların tüketiciler olarak konuşlanması, içerik üretmenin zorluğu vs.) mücadele halindedirler. Bu sorunların her biri, öğrenciler açısından bir dizi riske denk düşmektedir. Örneğin, yankı odası etkisi, bir mecaz ile ifade edilirse *buğday ambarındaki aç fareye dönüşmeye*; ticari kaygıyla üretilen içerikler, ayartıya mağlup düşmeye; sosyal medya ve web 2.0 araçları ise kullanıldığında, reklam geliri için kullanılmaya, yani metalaşmaya zemin hazırlamaktadır. Bu sebeple, dijital dünyadaki bireyler güçlü bir bağımsızlık sistemine sahip olmak zorundadırlar.

Psiko-motor öğrenmeler: Psiko-motor beceri gerektiren alanlarda tamamen dijital eğitime dönmek uygun değildir. Dolayısıyla bu alanlarda en azından *harmanlanmış öğrenme* gibi daha yumuşak formlara yer vererek, sürecin en azından bir kesitini yüz yüze ortamlarda yürütmek gerekir. Örneğin, psiko-motor beceri gerektiren müzik, spor, sağlık, turizm gibi alanlarda tamamen dijital eğitime dönülürse, çok temel becerilerin öğretimi ve gelişimi risk altına girmektedir. Araştırmaların (ör. Çetin, Yılmaz ve İlhan, 2021; Sarıkaya, 2021) ortaya koyduğu bulgular, bu alanlarda sürecin belli bir kesitinin yüz yüze olma zorunluluğunu işaret etmektedir.

Öz-disiplin yetersizliği: Okullardaki öğrencilerin birçoğu öz-disiplin sahibi olmadıkları için ailenin ya da öğretmenin sıkı denetimine gereksinim duyarlar. Oysaki dijital eğitimde öz-denetime daha çok gereksinim duyulur çünkü öğretmenin dış denetimi yüz yüze eğitimde olduğu kadar görünür değildir. Dolayısıyla dış denetime yatkın bireylerin zaman yönetimi de zayıf olacağı için, sınav dönemlerinde başarısızlık riski doğmaktadır. Ayrıca dijital eğitim, küçük yaş gruplarının olduğu kademeler ve özel eğitim gereksinimi olan öğrenciler için de bazı sınırlılıklar içermektedir. Öyle ki, küçük yaş grupları dış denetime daha açıktır. Dolayısıyla, okul öncesi veya özel eğitimde veli desteğinin anahtar bir rol oynadığını araştırmalar (ör. Akbayrak, Vural ve Ağar, 2021; Aral ve Kadan, 2021) işaret etmektedir.

SONUÇ

Covid-19 süreci gösterdi ki; öğretmen, öğrenci, veli dâhil tüm paydaşların dijital eğitime her an hazır konumda olmaları gerekmektedir. Açıkçası kurumsal ve bireysel düzeylerde asgari bir altyapı da oluşmuş durumdadır. Ancak bu süreçte, dijital eğitimin *her-derde-deva* bir ilaç olmadığını da gösteren kanıtlar ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla herkes, dijital eğitimin risklerine karşı daha temkinli, sunduğu fırsatlara karşı da daha açık-fikirli olmak durumundadır.

KAYNAKÇA

- AKBAYRAK, K., VURAL, G. & AĞAR, M. (2021). The experiences and views of special education teachers towards distance education throughout coronavirus pandemic period. *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 22(1), 471-499.
- ARAL, N. ve KADAN, G. (2021). Pandemi sürecinde okul öncesi öğretmenlerinin yaşadıkları problemlerin incelenmesi. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(2), 99-114.
- BATES, T. (2019). Teaching in a digital age – Guidelines for designing teaching and learning. (2nd Edition). Vancouver: BC Campus / Contact North, Contact Nord.
- ÇETİN, M., YILMAZ, S. H. ve İLHAN, E. L. (2021). Koronavirüs (Covid-19) pandemisi sürecinde uzaktan eğitim; Beden eğitimi ve spor öğretmenleri perspektifinden nitel bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 136-161.
- FİLİZ, O. (2018). Eğitimde web 2.0 araçları. A. A. KURT. (Ed.), Öğretim teknolojilerinin temelleri. (s. 115-145). Ankara: Nobel.
- JACOB, B. A. (2016). The opportunities and challenges of digital learning. Brookings. Online: <https://www.brookings.edu/research/the-opportunities-and-challenges-of-digital-learning/>
- POTTER, J. (2019). *Media literacy*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- SARIKAYA, M. (2021). Pandemi sürecinde uzaktan eğitime ilişkin müzik eğitimi ana bilim dalı öğrencilerinin görüşleri. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, 27(46), 92-100. <https://doi.org/10.35247/ataunigsed.835720>
- SARTRE, J. P. (2005). *Varoluşçuluk*. (Çev. A. Bezirci). İstanbul: Say Yayınları.
- SEZGİN, S. (2021). Acil uzaktan eğitim sürecinin analizi: Öne çıkan kavramlar, sorunlar ve çıkarılan dersler. *AÜSBD*, 21(1), 273-296.
- SULEIMAN, M. M. & DANMUCHIKWALI, B. G. (2020). Digital education: Opportunities, threats, and challenges. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 11(2), 78-83.
- ŞAHİN, A. (2021a). Sosyal bilgiler dersinde medya okuryazarlığı. S. Şimşek (Ed.), *Sosyal bilgiler öğretimi* (ss. 165-210). Ankara: Anı Yayıncılık.
- ŞAHİN, A. (2021b). *Eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- ŞAHİN, A., ÇERMİK, H. ve DOĞAN, B. (2010). 'Su üzerine yazı yazmak' mı Başına talih kuşu konmak mı? *KUYEB*, 10(1), 515-546.

Çizgi Romandan Çizgi Filme Çocuklar İçin İçerik Üretimi

Mustafa Bora DURMUŞOĞLU¹

ÖZET

Çocuğa özel içerik üretirken çocuk gibi bakmak, çocuk gibi hissetmek, çocuk gibi düşünmek gerekir. Günümüzde reklam ve pazarlama camiasının dilinden düşürmediği, marka yöneticilerinin olmazsa olmaz bir kriter gibi saymaya başladığı, yayıncıların da artık aşına olduğu 360 derece kavramı, çocuğa özel içerik üretiminin temel taşlarından birisi haline gelmiştir. Çocuk medyasının herhangi bir unsuru ile karşılaşmadığımız hiçbir mecra kalmadığı için çocuk medyası altında değerlendirdiğimiz her materyal, içerik üretiminde daha büyük önem arz etmeye başlamıştır. Türkiye’de çocuk medyasının lokomotifini olan TRT Çocuk ise gerek televizyon ekranı ile mobil oyun ve uygulamalarında gerekse dergisi ve sosyal medya mecralarında çocuğa özel içerik üretme anlayışını titizlikle sürdürmektedir.

¹ TRT Çocuk Kanal Koordinatörü

GİRİŞ

Çocuklar için içerik üretiminde hedef kitle seçimi, hedef kitle ile özdeşleşebilme kabiliyeti, ticari kazanç elde etmenin ötesinde bir misyon, çocuğun olduğu her platformda var olma ve uzman denetimi gibi birçok farklı unsur ön plana çıkmaktadır. Çocuğun yüksek yararına odaklı bu yaklaşım sayesinde onları ekran başında eğlendirirken aynı zamanda sahip olmaları gereken kazanımları da en üst seviyeye çıkarmak mümkün olmaktadır. Bunu en doğru biçimde yapabilmek için çocuk medyası alanındaki tüm aktörlerin içerik üretimi sürecinde çocuk gelişim uzmanları, psikologlar ve pedagoğlardan faydalanması önerilmektedir. Çocuğun medyayla sağlıklı ilişki kurabilmesi için eriştiği içeriklerin denetimden geçirilmiş olması gerekmektedir. TRT Çocuk ise animasyon sektöründeki öncü konumundan dolayı içerik üretiminin tüm süreçlerinde alanında uzman ekiplerden faydalanmakta ve sektöre iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Her yaş grubunun ihtiyaçları ve yetenekleri gelişim düzeylerine bağlı olarak değişim göstermektedir. Bu sebeple çocukların yaş gruplarına ayrılması ve her bir yaş grubunun kendine özgü bilişsel özelliklerinin belirlenmesi onların kazanım düzeyini arttırmaktadır. Çocuk gelişim uzmanları, psikologlar ve pedagoğların denetiminden geçirilen çizgi filmleri ve programları, sinema filmleri, mobil oyun ve uygulamaları, sosyal medya hesapları, lisanslı ürünleri, müzikal etkinlikleri, tiyatro gösterileri ve dergisiyle Türkiye'nin en çok izlenen çocuk kanalı olma başarısına sahip TRT Çocuk, kamu yayıncısı hassasiyetiyle bu çalışmada yer verilen tüm unsurları sağlamaya çalışarak içerik üretmektedir.

TRT ÇOCUK VE İÇERİK ÜRETİMİ

Günümüzde medya kavramını ele aldığımızda ağırlıklı olarak sosyal dijital ve medyadan bahsediyoruz ancak medya, geleneksel kitlesel iletişim araçları olan televizyon, radyo ve yazılı basın organları aracılığıyla da yaşamını sürdürmekte olan bir alan. Çocuklar hâlâ bu araçlarla erişilebilen içerikleri tüketmeye devam etmekte. Çocuk medyasının herhangi bir unsuru ile karşılaşmadığımız hiçbir mecra kalmadığı için çocuk medyası altında değerlendirdiğimiz her materyal içerik üretiminde daha büyük önem arz etmeye başlamıştır. Dolayısıyla dijital mecralar oldukça önemli ancak ana akım medyanın içinde yer alan içeriklerin üretiminin devam etmesi de çok önemli bir husustur.

Tüm bunları bir arada ele aldığımızda medya sektörünün dilinden düşürmediği bir slogan mevcut: İçerik kraldır. İçerik hazırlarken çok dikkatli davranılması gerekiyor çünkü hitap edilen kitle çocuklardan oluşuyor. Ebeveynlere hitap eden içerikler de mevcut ancak biz TRT Çocuk olarak çocuk gibi düşünüyor ve bize proje sunmaya gelen herkese de bu görüşü yansıtıyoruz. Çocuklara içerik hazırlamak ve bu alanda başarıyı yakalamak için birtakım özel sırlarınız olması

gerekiyor. TRT Çocuk olarak içeriğe ve içerik kalitesine verdiğimiz önem bunlardan yalnızca birisi. Kamu yayıncısı olmanın beraberinde getirdiği sorumluluk duygusuyla ise TRT Çocuk olarak öncelikle Batı medeniyetinin ürünü olan ve içeriğin öneminin altını çizen "İçerik kraldır." sloganını "İçerik aslında kraliçedir." olarak güncellemeyi tercih ettik.

Günümüzde Türkiye'de TRT Çocuk izlenmeyen ev bulunmamaktadır. Çünkü TRT Çocuk, izleyicilerine reklamsız ve güvenilir içerikler sunuyor. Ülkemizin çocuklarına hitap eden bir bakış açısına sahip. Ancak bu durumu yalnızca Türkiye ile sınırlamak doğru olmayacaktır. TRT Çocuk'un ürün ve içerik coğrafyasının olduğu her bölgede milletimizin sahip olduğu hassasiyetler mevcut ve bu bölgelerde de insanlar çocuklarını TRT Çocuk ile yetiştirmeye çalışıyor. Dolayısıyla kamu yayıncısı hassasiyetiyle bu milletin çocuklarının biz TRT Çocuk çalışanlarına emanet olduğu ve daima emanet zihinlerle muhatap olduğumuz düşüncesiyle içerik üretmek için çalışmalarımızı titizlikle sürdürüyoruz.

Türkiye'nin en çok izlenen çocuk kanalı olan TRT Çocuk yalnızca televizyon ekranından ibaret değildir. Her gün en çok izlenen ilk 100 program listesinde TRT Çocuk'un günlük ortalama 25-30 içeriği yer almaktadır. Dijitalleşen dünyaya ayak uydurmak için yoğun bir biçimde çalışmalar sürdürmekteyiz. Uzmanların denetiminde gerçekleştirdiğimiz bu çalışmalar, kullanıcılar ve izleyiciler tarafından da büyük ilgi görüyor. 75 milyonu aşkın indirilme ile Türkiye'nin en çok indirilen mobil uygulamaları TRT Çocuk'a ait. TRT Çocuk Dergisi, bayi satış rakamlarının düşmekte olduğu günümüz koşullarında dahi Türkiye'nin en çok satan 3 dergisi arasında yer alıyor. TRT Çocuk kitapları ve lisanslı ürünleri de büyük bir başarıya sahip. Türkiye'deki tüm evlerde TRT Çocuk izleniyor ve biz de tüm çalışanlarımızla bunun sorumluluğuyla hareket etmeye çalışıyoruz.

Çocuklara yönelik içerik üretiminde yaş kategorizasyonu da büyük öneme sahip. Her çocuğun ve yaş gruplarının ilgi alanı yaşına, cinsiyetine ve yaşadığı coğrafyaya göre değişim göstermektedir. Dolayısıyla ihtiyaçları ve yetenekleri gelişim düzeylerine bağlı olarak değişen çocuklara, tümüne aynı içerikleri sunmak mümkün değil. Bu sebeple çocukların yaş gruplarına ayrılması ve her bir yaş grubunun kendine özgü bilişsel özelliklerinin belirlenmesi onların kazanım düzeyini arttırmaktadır. Çocuklarımıza "Çağırıyorum çağırıyorum bakmıyor." ifadesinde bulunuyoruz. Çünkü çocuklarımıza nasıl seslenmemiz gerektiğini bilmiyoruz. TRT Çocuk olarak çocuklara seslenirken her çocuğa aynı tonda seslenmemek gerektiğini biliyor ve her çocuğa aynı dili kullanmamayı önemsiyoruz. Hedef kitlemizi 3-6, 6-9 ve 9-12 yaş gruplarına ayırıyor, 3 yaş öncesini bu gruba dâhil etmiyoruz çünkü bu yaşa kadar çocukların ekranla ilişki kurmasını tavsiye etmiyoruz. Bu sebeple içerik hazırlarken mutlaka yaş kategorizasyonuna önem verilmesi gerektiğinin altını çiziyoruz.

Çocuk içeriklerinde dikkat edilmesi gereken diğer bir husus, çocukların bu içeriklerden alması gereken kazanım ve değerlerdir. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Meclisteki komisyonlar, devletin çocuklarla ilgili tüm kurumları çocuklara bu ülkenin değerlerini ve evrensel kazanımların nasıl verilmesi gerektiğiyle ilgili çalışmalar yürütmekteler. TRT Çocuk da bu noktada önemli çalışmalar gerçekleştiriyor. Medya sektöründe, teoride çalışılan her şeyin bir medyacı reaksiyonuyla sahaya sürülmesi gerekiyor. TRT Çocuk olarak bunu dünyadaki örnekleri de takip ederek ülkemizdeki gelişmeler doğrultusunda geliştirmeye çalışıyoruz. Ülkemizin değerleriyle örtüştüğü oranda evrensel değerlere de içeriklerimizde yer vermeye çalışıyoruz. Özellikle son dönemlerde dijital mecralarda var olan içeriklerin ülkemize ve değerlerimize uymadığına inanıyorsak alternatiflerini kendi içeriklerimizde nasıl yapmamız gerektiği üzerinde titizlikle çalışmaktayız.

Medya günümüzde bir kültürü, bir medeniyeti, bir ticareti başka coğrafyalara, insanlara ve milletlere aksettirmek için malzeme olarak kullanılıyor. Reklam ve pazarlama camiası bunu 360 derece olarak adlandırıyor. TRT Çocuk da marka yöneticilerinin olmazsa olmaz bir kriter gibi saymaya başladığı, yayıncıların da artık aşına olduğu 360 derece kavramına sahip bir kanal. Çocuğa özel içerik üretiminin temel taşlarından birisi hâline gelen 360 derecelik yayın anlayışına göre yaş kategorizasyonu, kazanım ve değerlerin belirlenmesinin ardından bununla ilgili diğer mecralarda neler yapılabileceğinin hayal edilmesi gereklidir.

Ardından ise bunun ne kadarlık bir süre içinde yapılacağı konusuna eğilmek gerekir. Çünkü çocuklar tüketilen içerik süresi konusunda yetişkinler kadar sabırlı değildir. Çocuklara sunulan içeriklerin süresini dünya çapında ele aldığımızda maksimum 10-15 dakikadır. Dikkatle izleme süresi ise televizyon için ortalama 7 dakika, dijital için 3 dakikalara kadar düşer. Dolayısıyla çocuğun aynı ilgi ve dikkatle izleme süresini hesaba katarak içerik hazırlanması oldukça önemlidir.

Sürenin de belirlenmesinin ardından formatın belirlenme aşamasına gelmekteyiz. Bunu yaparken de içeriğin hitap ettiği kitle çok önemli bir unsur hâline geliyor. Örneğin, okul öncesi çocuklara 2D animasyonlar çok daha ilgi çekici gelirken 9-12 yaş grubundaki çocuklar 3D tasarımları tercih edebiliyor.

Proje üretmek için güzel bir fikir varsa ve bu projeyi hayata geçirmek için adım adım ilerleme aşamasına gelindiye, bütçenin de çok iyi planlanması gerekir. Yanlış planlanan bir bütçe dünyanın en güzel fikrini içerse de sürecin bir iflasla sonuçlanması mümkündür.

Karakter tasarımı da çocuk içeriklerinin başarıya ulaşmasında büyük paya sahip olan sacayaklarından biridir. Karakterin ses getirmesi isteniyorsa bu karakterin oluşturulması aşamasında onunla ve diğer kahramanlarla ilgili her şey

düşünölmek zorundadır. Tüm şartlar yerine getirildiğinde oluşturulan karakterin başarılı olmasının önünde hiçbir engel kalmayacaktır. Karakterlerin oluşturulmasının ardından onların doğru mekânlara yerleştirilmesi gerekir. Karakterler nasıl bir mekân içerisinde hareket ediyor, bu mekân çocuğu cezbediyor mu, çizgileri ilgi çekici geliyor mu? Bu sorular yanıtlanarak mekân tasarımı süreci tamamlanır.

Tüm bahsettiğimiz unsurları bir araya getirmek için ise güzel bir senaryo oluşturulmalıdır. Süre, karakter, mekân, hedef kitle ve ticari hedefin belirlenmesi senaryo yazılma sürecini ve dolayısıyla senaristin yapacağı işi büyük oranda kolaylaştırır.

Çocuk içeriğinde en önemli unsurlardan biri de seslendirmedir. Dünyada artık seslendirme için önlü isimler kullanılmaktadır. Oyuncak Hikâyesi, Buz Devri gibi animasyon filmlerin seslendirmeleri bu sektörün çok önemli örnekleridir. Bu örneklerde de gördüğümüz üzere, başarılı ve ses getiren bir çocuk içeriği hazırlamak için hayal edilen karakteri gerçeğe dönüştürebilecek bir sese ihtiyaç vardır.

Tüm bu çalışmaların ardından güzel bir müziğin yerleştirilmesiyle süreç sonlandırılır ve çocuklara da izlemekten keyif alacakları bir içerik sunulmuş olur.

SONUÇ

Ülkemizin yarınlarnı oluşturacak çocukları yetiştirirken mecra fark etmeksizin onların maruz kaldığı her içerik, çocuk gözüyle bakarak hazırlanmalı ve detaylı bir değerlendirmeden geçirilmelidir. İçeriklerindeki hassasiyetleriyle birbirinden çok farklı psikolojideki çocukları ortak bir zeminde buluşturabilen TRT Çocuk olarak biz de bütün bu unsurları gözeterak “çocuğun olduğu her yerde” olma misyonumuzla çalışmalarımızı sürdürmeye devam edeceğiz.

Yeni Medyada Çocuk Olmak: Psikolojik Bir Yaklaşım

Ekmel GEÇER¹

ÖZET

Genelde yeni medya teknoloji ve platformlarının; daha özelde sosyal medya kanallarının toplumsal, bireysel ve kültürel etkileri sıklıkla tartışılmakta, bu alanda geniş çaplı araştırma ve değerlendirmeler yapılmaktadır. Yeni medyanın; bilgiye hızlı erişim, haberleşme, iletişim, bireysel paylaşım gibi avantajlarının yanında, oluşturduğu sosyal illüzyon, kutuplaşma, bireyselleşme, yalnızlık, kötü içeriklere maruz bırakma ve değersizleştirme gibi olumsuzlukları üzerinde de durulmaktadır. Söz konusu teknoloji ve etkileşimden uzak kalınmayacağı vurgulansa da kişisel kontrolün nasıl sağlanacağı sorunsalı çözülememektedir.

Bireysel kontrol en çok da çocuklarla ilgili tartışmalarda göze çarpmaktadır. Zihinsel ve duygusal olarak olgunlaşmamış yaşların hangi medya içeriğini nasıl tüketeceği, ekranla ilişkisinin ne kadar olması gerektiği, aile ve sistem kontrolünün yeterli olup olmayacağı, yeni medya içeriklerinin çocuk psikolojisini nasıl

¹ Doç. Dr. , Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Yaşam Bilimleri Fakültesi Psikoloji Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, ekmel.gecer@sbu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3367-2236

etkileyeceği gibi sorulara dair tartışmalar, her yeni internet ortamıyla yeniden canlanmaktadır. Bu bağlamda, okuyacağınız çalışma geniş bir literatür taramasının ardından daha çok teorik bir yöntem ve betimsel bir analizle, çocuk ve yeni medya arasındaki ilişkiyi psikolojik bir açıdan ele almaktadır. Youtube, instagram, tiktok, snapchat gibi sosyal medya mecralarının ve diğer yeni medya ortamlarının çocukların psikolojik iyi oluşuna etkisi, bedensel ve duygusal olumlamada yaptığı değişim, neden olabileceği kişilik bozuklukları ve çocukların dünya tasavvurunda oluşturduğu etkileşimin boyutlarını çok yönlü bir biçimde tartışmaktadır.

Çalışmanın sonuçları, literatürde, yeni medyanın olumsuz etkileriyle birlikte, özellikle görsel zekâ ve motor beceriler açısından oluşturduğu anlamlı değişim nedeniyle, çocuklarda bıraktığı olumlu etkilerinin de altının çizildiğini göstermektedir. Ne var ki özellikle kız çocuklarının kendi bedenleriyle olan çatışmasının büyümesi, uzun sosyal medya kullanımının getirdiği anti sosyal kişilik bozukluğu, artan paylaşımın çocuğu bitmeyen bir yarışın içine taşıdığı, bunun da çocukta kaygı, rekabet, narsisim ve hırs gibi duyguları güçlendirdiği gibi olumsuz etkiler daha çok göze çarpmaktadır. Bütün bu tartışmalar; yeni medya, internet, sosyal medya ve çocuk arasındaki ilişkinin daha detaylı, dikkatli ve multi-disipliner bir çerçeveden ele alınması gerektiğini göstermektedir. Yapılacak çalışmalar politika yapıcılarla paylaşılmalı ve bundan yola çıkarak “yasaklayıcı değil” ama düzenleyici; sosyal, kültürel ve psikolojik açıdan aileleri bilgilendirici yeni plan ve programlar oluşturulmalıdır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Psikoloji, Çocuk, Sosyal medya

GİRİŞ

Medya teknolojilerinin, geleneksel formları ve yeni platformları ile bireysel ve toplumsal hayat üzerindeki etkileri her geçen gün artmaktadır. Söz konusu etki toplumsal ve bireyler arası ilişkileri de değiştirmekte, kontrolsüz bir medya kullanımını aile içi yaşam biçimini ve ebeveyn çocuk etkileşimini zayıflatabilmektedir (Croteau & Hoynes, 2021). Söz gelimi tablet kullanımı, akıllı telefon uygulamaları aile içindeki yetişkinlerin bir yandan daha “özel” bir yaşam formunu benimsemelerini hızlandırmakta, öte yandan akıllı teknolojilerin çocuklar tarafından kullanılması ve ebeveynin de “sorumluluğu daha az olan” bir etkileşimi tercih etmesi, çocukların tehlikeli ve erken uyarılmaları neden olacak medya içerikleriyle karşılaşmalarına yol açmaktadır. Çünkü yeni medya teknolojileri özellikle sosyal medya aktiviteleri çoğunlukla toplumsal bir eylem değil daha çok bireysel aktivitelerdir. Instagram, twitter, snapchat yalnız kullanılabilir. Bir hesapta beş kişi paylaşımda bulunmaz. Elbette videolar, oyunlar ve diğer bazı aktiviteler birlikte yapılabilir. Ancak medya araçları aracılığıyla yapılan kolektif eylemlerde de yine bireysellik ve rekabet vardır (Yılmaz & Biricik, 2017).

Çocuk ve yetişkin açısından bakıldığında internet ya da sosyal medya kullanımının farklı olduğu gözlemlenmektedir. Yetişkinler anlamlı bir uğraşı olarak akademik bilgiye ulaşmak ya da sosyal ilişki kurmak için internet sislerini yahut sosyal medya mecralarını kullanırken çocuklar çoğunlukla zaman geçirmek için dijital oyunlarla meşgul olmaktadır. Diğer yandan eğitim hayatlarının çeşitli seviyelerindeki çocuklar ödev yapabilmek, bilgi edinmek için Google ya da diğer arama motorlarını kullanmaktadırlar. Ne var ki çocuklar için bu aramalar her zaman olumlu bilgilere ulaşmakla sonuçlanmamaktadır. Arama yaparken mesele daha hareketli ve şiddetli içeriklerle karşılaşan çocuk, uzun süre aynı video ya da reklam üzerinde kalabilmektedir. Bu durum çocukta bir *olumsuz öğrenmeyi* de beraber getirmekte ve çocuk daha sonraları eğlenmek için yeniden aynı olumsuz içerikleri seyretmek isteyebilmektedir. Dolayısıyla dijital ortamların kullanımının da çocuklar ve yetişkinler üzerinde bıraktığı etkiler farklı olmaktadır (Buckingham & Willett, 2013).

Medyanın izleyiciler üzerindeki etkilerini inceleyen kuramlardan biri de *ekme kuramı*dır. Medya ve psikoloji uzamanı olan George Gerbner tarafından ortaya atılan ve geliştirilen *ekme kuramı* (*cultivation theory*) daha sonraları pek çok çalışmaya konu olmuş ve özellikle medya araçlarının bireysel ve toplumsal etkilerini inceleyen araştırmaların hareket noktası haline gelmiştir. Kuram, sadece televizyonun etkilerini araştırmış olsa da günümüzde bütün kitle iletişim araçlarını (yeni medya, akıllı telefonlar, akıllı televizyonlar) kapsayacak biçimde genişletilmiştir. Ekme kuramının temelinde, televizyonun bir hikâye anlatıcısı olarak ailenin merkezinde olması ve izler kitlenin düşünce ve bakış açıları üzerinde neredeyse tekel bir hakimiyet oluşturması vardır. İlerleyen boyutlarda davranış ve tutumları değiştirebilecek güçte olsa da televizyon Gerbner’in ifadesiyle ilk olarak fikirlerin oluşum süreçlerini etkilemektedir (Ruddock, 2020).

Böylece uzun süre televizyon yayınlarına maruz kalan insanlar gerçek hayatla kurgu arasındaki farkı anlayamamakta ve televizyon karakterleriyle kendi hayatları arasında bir bağlantı kurmaktadırlar. Aşağıda tartışılacağı üzere bir *para-sosyal etkileşime* işaret edecek bu ilişkilendirme, bir yandan izleyiciyi kısa süreli olsa da yalnızlıktan ve umutsuzluktan kurtarmakta diğer yandan televizyon karakteri ile kurulan tutkulu özdeşleştirme izleyicide başka sorunlara neden olabilmektedir. Aslında Gerbner bu etkileşimi biraz farklı bir açıdan ele alsa da onun da görüşleri genel anlamda psikoloji ve medya içeriği ilişkisine dair yaklaşımlarla paralellik arz etmektedir. O da televizyonun oluşturduğu etkinin diğer psikolojik, kültürel ve sosyal dinamiklerden soyutlanarak ele alınmaması gerektiğini söyler. Söz gelimi televizyon direkt olarak izleyiciyi şiddete yönlendirmeyebilir ama başka pek çok unsurla birlikte insanın “şiddet” karşısındaki tutumunu değiştirebileceğini söyler (Kirsh, Children, Adolescents, and Media Violence: A Critical Look at the Research, 2012).

Bu bağlamda elinizdeki çalışma daha çok teorik ve betimsel bir yaklaşımla çocuk ve yeni medya platformları arasındaki ilişkiyi psikolojik bir çerçevede ele almayı amaçlamaktadır. Bunu yaparken yetişkin birey ve dijital teknolojiler arasındaki ilişkiye de değinen araştırma, söz konusu etkileşimin pozitif ve negatif yönlerini literatürden faydalanarak sunmayı hedeflemektedir. Özellikle siber/internet/dijital medya psikolojisi alanında henüz ortaya çıkan kavramlara da vurgu yaparak sosyal medya ve diğer dijital platformların çocuk, yetişkin ve ebeveyn üzerindeki ve onlar arasındaki ilişkiye olan etkisine psikolojik açıdan bakmaktadır. Böylece elinizdeki makale dijital medya kullanımına dair çok yönlü bir farkındalık oluşturmayı hedeflemektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnternet ilk etapta daha çok yetişkinler için yapılmış olsa da zamanla bütün yaşlardan bireyler internet ve dijital platformları kullanmaya başlamıştır. Önceleri çocuklar daha çok sokak oyunları ile mutluluk bulurken şimdilerde tablet ve akıllı telefon uygulamalarıyla vakit geçirmeyi yeğlemektedirler. Dışarıda oyun oynamanın, parklarda vakit geçirmenin; güvenlik ve ilgi değişimi gibi farklı nedenleri olsa da bilgisayar oyunları ve akıllı teknolojilerin kolay ulaşılabilir yapılarının hem çocuklar hem de yetişkinler açısından sosyal etkileşimde bir azalmaya neden olduğu gözlemlenebilmektedir (Young & Abreu, 2017).

Öte yandan uzun süreli telefon kullanımı, dijital oyunlar ve bilgisayar başında saatlerce oturmak pek çok psikolojik ve fizyolojik rahatsızlığı da beraberinde getirmektedir. Uyku problemleri, hareketsizlik, kendini oyuna ve diğer içeriklere endekslleme, sosyal hayattan zevk alamama, göz kuruluğu ve baş ağrıları bu muhtemel zararlar arasında sayılabilir. Tek başına “şiddete” neden olarak öne sürülmesi de şiddet içerikli oyunlar çocuklarda ve psikolojik farkındalığı oluşmamış yetişkinlerde saldırganlık ve öfkeyi tetiklemektedir (Kirsh, Children, Adolescents, and Media Violence: A Critical Look at the Research, 2012). Söz gelimi oyunda hiçbir zaman ölmeyen, sürekli kendine yeni silahlar bulan çocuk gerçek hayatta da “yenilmezliğin” olabileceği yanılgısına kapılabilmekte ve fakat gerçeklikte başarısızlık ve yenilginin olduğunu anlayınca sosyal hayattan iyice kopabilmektedir.

Ancak Marsh ve arkadaşları, dijital oyunlara yaklaşımın bunca olumsuz olmaması gerektiğini, yeni medya teknolojilerinin, oyunların asıl maksadını değiştirmediğini sadece mahiyetini değiştirdiklerini söyleyerek kontrollü bir süreçte sosyalleşmeyi de artırabileceklerini söylemişlerdir (Marsh, Plowman, Yamada-Rice, Bishop, & Scott, 2016).

Bu nedenle çocuk ve yeni medya etkileşimi üzerine çoğunlukla olumsuz değerlendirmeler olsa da sınırlı bir kullanımın; çocukların görsel zekalarını geliştirceğine, onları grafik ve diğer yazılımlarla tanıştıracığına dair yaklaşımlar da mevcuttur. Çocuklar özellikle video oyunları oynarken bilişsel yeteneklerini ve algılama kabiliyetlerini geliştirmektedirler. Diğer yandan zihin ve el hareketleri, iş birliği motor becerilerinin de gelişimini sağlamaktadır. Bu hızlı uyum onların karar verme, problem çözme, stres yönetimi gibi özelliklerini de geliştirmektedir. Birlikte, takım halinde oyun oynayan bireylerde iş birliği yeteneği oluşmakta ve çocuklar gruplar içinde uyumlu davranmayı öğrenebilmektedirler. Söz konusu uyum, sanal ortamda aynı zamanda çocuğa grup dışı davranış ve tutum geliştirme imkânı da vererek onun bir bakıma özgür davranmasını sağlamaktadır. Dijital oyunlarda var olan rekabet ortamı da çocuğu stratejik düşünmeye yönlendirmekte ve kazanma isteği onun kendisine güvenini de artırmaktadır. Uzun bir süre yoğunlaşabilmeyi de öğrenen çocuk, oyunda kazanabilmek için planlama yapabilmeyi ve zaman kullanımını da öğrenmektedir (Zainon, Talib, & Osman, 2015).

Ne var ki dijital oyunlarda bu türden becerilerin gelişimini sosyal hayatla karşılaştıran araştırmalar da yapılmalıdır. Zaman planlamasını, ekip çalışmasını, problem çözmeyi, baskı altında mücadele edebilmeyi ve stratejik düşünmeyi oyunlarla öğrenen çocuk, bu öğrenmelerini sosyal hayatında da uygulayabilmekte midir? Yoksa pasiflik, içine kapanıklık, hakkını arayamama gibi tam aksi bir tutum sergilemesine mi neden olmaktadır?

Katharsis ve Parasosyalite

Yetişkin, genç ve çocukların ekranlarla olan bağının bir diğer nedeni de o bağlantı anında yaşadıkları unutma, duygusal boşalma ve kaçma gibi duygularıdır. Kişi belli bir süreliğine olsa da gündelik kaygı ve problemlerinden dijital oyun, dizi seyretmek ve arkadaşlarıyla sosyal medyada sohbet etmek gibi aktivitelerle kaçabilmektedir. Söz konusu durumun biraz depresyonda olan kişinin uykuya sığınması gibi bir işlevi vardır ve ekran bağımlısı olan bireylerin bu depresif duygulardan kaçtığı düşünülmektedir. Uzun süren video oyunları da çocuğun evdeki sıkıcı, şiddetli ve çatışmalı halinden kurtulmaya çalışması olarak yorumlanabilmektedir (Kirsh, 2010: 16).

Katharsis hem psikolojinin hem de felsefenin önemli kavramlarından biridir. Psikanalizde, bilinç dışına gönderilmiş rahatsız edici duygulardan başka uğraşlar aracılığıyla kurtulmayı ifade eder. Kişi bu bağlamda mesela dizi seyredirken farkında olmasa da istenmeyen duygu ve düşüncelerden kurtularak bir boşalım yaşar ve böylece bir anlamda patojenik ve nevrotik hislerinden kurtulur. Aynı durumu; sosyal medya bağımlılığı, bağlantısızlık korkusu, internet gezintisi ve dijital oyunlarla da ilişkilendirmek mümkündür (King, 1989).

Antik Yunan'da katharsis "ruhsal dönüşüm" olarak ifade edilmiştir. Ancak bu anlatım psikolojideki manasına bir yönüyle benzese de tümüyle örtüşmemektedir. Aristo, katharsisi, ruhun kötücül düşüncelerden arındırılması olarak tanımlamıştır. Bu açıdan bakıldığında katharsis daha mistik bir arınma süreci gibi durmaktadır. Söz gelimi yoga ya da ibadetle birey bu arınmayı hissedebilir. Ancak Aristo, katharsisi aynı zamanda tiyatro ile ilişkilendirmektedir ki bu bağlam psikolojik boşalma daha yakın durmaktadır. Ona göre tiyatro insana aslında kendisini anlatmaktadır. İzleyici tiyatro aracılığıyla bir aynalama yapmakta ve oyunda kendini görmektedir. Bu nedenle sahneye bakarak oyun süresince hem kendi hakkında değerlendirmelerde bulunmakta hem de içinde bulunduğu dünyadan bir süreliğine kaçabilmektedir.

Tabii burada *parasosyal etkileşimden* de bahsetmek gerekir. Birey; diziyi seyrederken, bilgisayarda oynarken ya da sosyal medyada dolaşırken oyuncuların, kahramanla ve sosyal medya kullanıcısıyla kendini özdeşleştirir. Onu ekranda görmekten, onun oynadığı sahneleri seyretmekten zevk alır. Her seyrediş, izleyici ve kahraman arasındaki bağı daha da kuvvetlendirir. İşte bu nedenle, medya karakteri ile izleyici arasındaki bu ilgi ve bağa "parasosyal etkileşim" ismi verilmiştir. Ne var ki burada tek yönlü ya da bir bakıma platonik bir aşk vardır. "Favori" karakter, izleyicinin hayallerini süsleyebilir. Ancak bu etkileşim sadece "fiziksel bir hayranlık" nedeniyle oluşmamıştır. Dizi karakterinin, dijital oyundaki kahramanın ya da sosyal medya fenomenin becerisi, başarısı, gücü, zenginliği, bilgisi de özdeşim kurmanın nedenidir (Rojek, 2015).

İzleyici, içerik karakterini hem bir rol model hem de bir arkadaş olarak görür. Onunla konuşur, onu hayal eder, ondan öğrenir ve nihayetinde kendini onda bularak daha mutlu olur. Bir sonraki hafta yayınlanacak dizi saatini beklerken gerçek bir hayat hikâyesi gibi kahramanı düşünür ve kötü bir durumdaysa onun için üzülür ve dua eder. Dijital oyunda ise onu kurtarmak için mücadele eder. Dizide yeni bölümün senaryosunu artık izleyici yazar. "Şöyle olmalı, bunu bulmalı ve böyle yapmalı." der. Literatürde bu duruma "bilişsel katılım" adı verilmiştir. Bunun bir diğer biçimi "davranışsal katılım" olarak isimlendirilmiştir. Davranışsal katılımda izleyici kendini sanki dizinin içinde gibi hisseder. Kahramana cevap verir, onunla koşturur ve gerektiğinde ona yardım eder. Tabii daha çok onunla kalmaktan mutlu olur. Sonra diziyi seyreden arkadaşlarıyla, tanıdıklarıyla buluşur ve karakterler ve yapıp-ettikleri hakkında uzun uzun konuşur (Teke, Dilmaç, & Yavuz, 2021).

Dizideki veya oyundaki favori karakter ölürse "parasosyal ayrılık" gerçekleşmektedir. Bu ayrılığın acısı da karaktere karşı duyulan sevgi ile orantılı olmaktadır. Acı büyüdükçe tepkiler de çok büyüebilmektedir. Dizi setini basanlar, sokakta dizideki herhangi bir rol sahibine saldırmalar ve sosyal medya aracılığıyla

yöneltilen sert eleştiriler, yine *parasosyal ayrılığın* oluşturduğu derin yara ile ilgilidir. Kurtlar Vadisi dizisinde Çakır karakterinin ölümünden sonra gıyabi cenaze namazı kılanların varlığı ve Aşk Memnu'daki Bihter için mezar taşı yaptırılması parasosyal ayrılığın örnekleri arasında verilebilir (Rojek, 2015).

Söz konusu kavramları sosyal medya kullanımları üzerinden de değerlendirmek mümkündür. Hesap sahipleri kendilerini zaman zaman fenomenlerle özdeşleştirebilmektedirler. Ünlü ve çok takipçisi olan sosyal medya fenomenleriyle; Instagram reels'leri, Snapchat paylaşımları ya da Youtube videoları sayesinde bağlantı kurulabilmektedir. Mesela fenomenin paylaştığı kıyafeti kendi giymiş gibi hayal etmekte ya da fenomenin evinden yaptığı paylaşımın kısa bir süreliğine onun evinde yaşıyor gibi hissedebilmektedir. Fenomen bir anda hesabını kapattığı, takipçiyi bloklayabildiği ya da gerçekten öldüğü durumlarda sosyal medya ayrılığı gerçekleşmektedir ki kimi zaman bu ayrılığın acısı da dizi ayrılığı kadar yıkıcı olabilmektedir.

SONUÇ

Çeşitli formlarda bireylere ulaşan medya içerikleri, avantajlarının yanında dezavantajlarını da beraberinde taşımaktadır. Özellikle dijital medya araçları hemen hemen her yaşta gruplar tarafından yoğun bir biçimde kullanılmaktadır. Yukarıda sayılan birtakım faydalarının yanında yapılan araştırmalar yoğun medya kullanımının yetişkinler ve çocuklar üzerinde dikkate değer olumsuz etkileri de olduğunu göstermektedir. Söz gelimi çocuk kullanıcılar dijital oyunlar oynarken ya da internette dolaşırken negatif ve temel ahlaki değerlerle uyuşmayan mesajlarla karşılaşmakta, nasıl ve ne yapması gerektiğini bilememektedir. Ailesiyle arasında güvenli bir bağlanma da yoksa çocuk yanlışta çıkabilmek için daha büyük hatalar yapacak ve kendisini kriminal ve istismar eden bir dünyanın içinde bulabilecektir. İlerleyen zamanlarda bu kaygı ve yalnızlık hali çocukta ve diğer kullanıcılarda onarılması zor olan bağımlılıklar oluşturmakta ve psikolojik sorunlara neden olmaktadır.

Bu nedenle yetişkin ve çocukların, geleneksel ya da yeni medya içeriklerinin zararlarından asgari düzeyde etkilenmesi ya da olumsuzluğun tümüyle önlenmesi için ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar çeşitli raporlar hazırlamış ve öneriler sunmuştur. Bunlardan en önemlilerinden biri birçok ülkede erken okul dönemlerinde verilen *medya okuryazarlığı* dersidir ki yeni medya yahut dijital medya okuryazarlığı şeklinde de isimlendirilmiştir. En yaygın ifadeyle çeşitli türden medya mesajlarına erişebilme, erişilen içerikleri eleştirel bakış açısıyla çözümleme, değerlendirebilme ve doğru ile yanlış ayırt edebilme becerisi olarak aktarılan medya okuryazarlığı, medyanın getirdiği risklere karşı kullanıcının/izleyicinin korunabilmesi için somut öneriler öğretir (Hobbs, 2021).

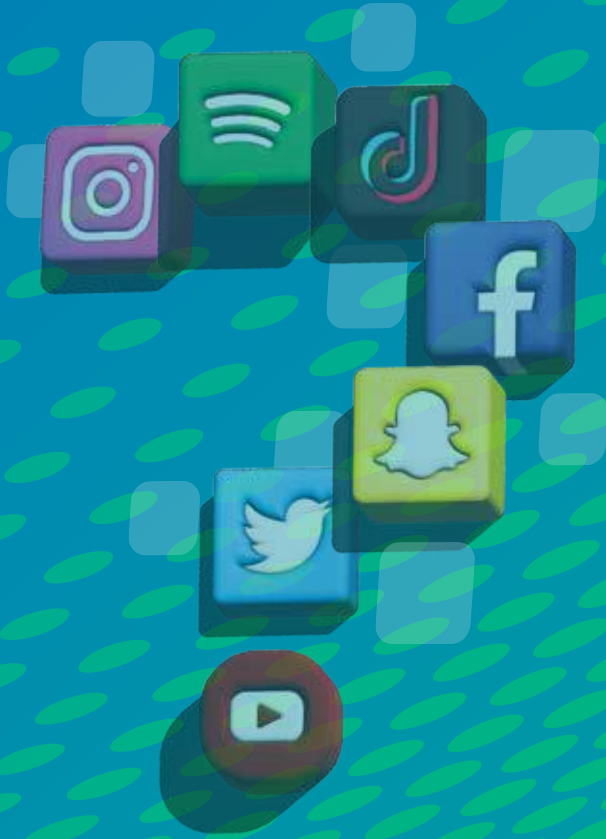
Farklı kurumlarda ve farklı eğitim seviyelerinde internet kullanımı konusunda çeşitli tavsiyeler gelse de bu konuda asıl sorumluluk çocuklar için ebeveyne, yetişkinler içinse kendilerine düşmektedir. Teknoloji çağında bireyin akıllı cihazlardan tümüyle uzak kalması beklenemez. Ancak kullanım, bir bağımlılık derecesindeyse kişi kendi kendisini kontrol edebilmeli, sınırlandırılmalıdır. Anne babalara; çocuklara, yaş sınırlarına uygun olduğu kadar yeni medya teknolojilerini kullanmalara izin verebilir ancak kesinlikle çocukların ne yapıp ettiklerini sürekli kontrol edebilmelidirler. Aksi takdirde çocuğun olumsuz içeriklerle sadece birkaç saniyelik karşılaşması onda ciddi travmalara ve uyarılmalara neden olabilecektir. Ayrıca çocukların dijital medya ile olan ilişkileri bağlamında davranış ve tutumlarındaki değişimleri kontrol edebilmeli, bir değişiklik olduğunda çocuğun kendisini anne-babaya rahatça açabileceği bir iletişim ortamı oluşturulmalıdır. Böylece çocuk pedofili gibi daha büyük risklerin mağduru haline gelmeyecek ve narsistik, anti-sosyal ve agresif davranışlar geliştirmeyecektir.

KAYNAKÇA

- Buckingham, D., & Willett, R. (2013). *Digital Generations: Children, Young People, and the New Media*. London : Routledge.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2021). *Media/Society: Technology, Industries, Content, and Users*. New York: Sage.
- Hobbs, R. (2021). *Media Literacy in Action: Questioning the Media*. London: Rowman & Littlefield.
- King, S. S. (1989). *Human Communication as a Field of Study: Selected Contemporary Views*. New York: State University of New York Press.
- Kirsh, S. J. (2010). *Media and Youth: A Developmental Perspective*. Malaysia: Wiley-Blackwell.
- Kirsh, S. J. (2012). *Children, Adolescents, and Media Violence: A Critical Look at the Research*. London: Sage.
- Marsh, J., Plowman, L., Yamada-Rice, D., Bishop, J., & Scott, F. (2016). Digital play: A new classification. *Early Years An International Research Journal*, 242-253.
- Rojek, C. (2015). *Presumed Intimacy: Parasocial Interaction in Media, Society and Celebrity Culture*. London: John Wiley & Sons.
- Ruddock, A. (2020). *Digital Media Influence: A Cultivation Approach*. London: Sage.
- Teke, E., Dilmaç, B., & Yavuz, B. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Algıladıkları Değerler, Parasosyal Etkileşim Düzeyleri ile Bilişsel ve Davranışsal İlişki Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *OPUS*, 125-146.
- Yılmaz, A., & Biricik, Z. (2017). İnceleme, Sağlık İletişiminde Dijital Medya Kullanımının Çocuk Sağlığı Üzerine Etkileri: Sosyal Medya ve Çevrimiçi Oyunlar Üzerine Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*, 173-186.
- Young, K. S., & Abreu, C. N. (2017). *Internet Addiction in Children and Adolescents: Risk Factors, Assessment and Treatment*. New York: Springer.
- Zainon, W. M., Talib, A. Z., & Osman, M. A. (2015). Exploring The Use of Digital Games for Teaching and Learning. *International Conferences on Computer Graphics, Visualization, Computer Vision, and Game Technology* (s. 7-15). Malaysia: Atlantis Press.



ÇOCUK ve YENİ MEDYA SEMPOZYUMU



04. Oturum

Oturum Başkanı
Murat AYDIN
Beykoz Belediye Başkanı

Dijital Evrende Çocuklar İçin İçerik Üretimi ve Geleceğin Meslekleri

Şebnem ÖZDEMİR¹

ÖZET

İnternetin yaygınlaşması, akıllı telefonların çıkışı ile beraber, eski dönem habercileri ve çığırtkanları, günümüz dünyasının blogger, v-logger, youtuber ve influencerlarına dönüşmüşlerdir. Bu dönüşüm süreci iki boyutlu internet dünyasında geçerli iken, yeni nesil internet düşüncesi farklı meslekleri doğurmaktadır.

Mesleklerdeki değişim, son dört yılda inanılmaz bir hıza erişmiştir. Özellikle üç boyutlu bir dijital dünyada yaşama, çalışma kurgusu, bu değişimin yönünü de farklılaştırmaktadır. Örneğin 2021 yılının son çeyreğinde dünya genelinde sadece meta evrenle ilişkili 1000'e yakın iş ilanı paylaşılmış, markalar, kendilerini bu yeni dünyaya taşıyacak yetenekler aradıklarını açıklamışlardır. Ancak meta evrenin gelişim yolculuğuna karşın, şimdilerde konuşuluyor olması tesadüfi değildir.

¹ Doç. Dr., İstanbul İstinye Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölüm Başkanı, sebnem.ozdemir@istinye.edu.tr, 0000-0001-6668-6285

Bireyin, toplumun ürettiği, kapsamlı verinin derlenememesi, fiziksel dünyanın bu anlamdaki sınırlılıkları, kavramın yükselmesinin temel nedenleri arasındadır. Meta evren; canlı ve eş zamanlı bir veri deposudur. Bu verinin işlenmesi ve enformasyon üretilmesi, tahminleme ve mahremiyet alanında da yeni işleri ortaya çıkarmaktadır. Örneğin bu senenin başında hizmet vermeye başlayan Somnium Space firması, kişisel verilerin paylaşılması yoluyla bireyin dijital evrende modellenerek sonsuza kadar yaşatılabilmesi hizmeti vereceğini açıklamıştır. Benzer şekilde mayıs ayı içinde Project December gerçekleştirilmiş, bir araştırmacı ölen nişanlısını bir bot olarak yeniden modellemiştir. Her iki örneğin ana kaynağı veri iken, mahremiyet alanında oluşturduğu yeni tartışmalar; ölüm sonrası itibarın korunmasına yönelik yeni meslekler doğmasına neden olacaktır. Bu şekildeki uç örneklerden öte, iki boyutlu ve üç boyutlu dijital evrenlerde içeriklerin nasıl kurgulanacağı sorunsalı da "içerik üreticiliğini" kıymetli bir geleceğin işi haline dönüştürmektedir.

2015 yılı verilerine göre dünya üzerindeki her 5 bireyden en az 2'si, 2021 yılı itibarıyla her üç bireyden en az biri, sağlığı ile ilgili internete danışmakta ve bulduğu içerikteki tavsiyeleri uygulamaktadır. Bu veriler, sağlık gibi bir alanda içeriğin üretilmesi, yayılması ve denetlenmesinin ne kadar kritik olduğunu ortaya koymaktadır. Bu kritik alana ek olarak, her türlü içeriğin artık internet aracılığı ile sorgulanıyor olması, içeriğe erişmek isteyenle içeriği üreten arasındaki bağı daha da kuvvetlendirmektedir. Bu bağ son dönemde, içeriğin çocuklardan toplumun en yaşlı bireyine kadar manipülasyonu amacıyla kullanılmaktadır. 2022 yılı istatistiklerine göre özellikle 2017 yılından itibaren sosyal ağlar üzerinden paylaşılan manipülatif içerikler, ülkeleri derinden etkilemektedir. Öyle ki 2020 yılı itibarıyla dünya genelinde 81 ülke bu türlü bir manipülasyona maruz kalmıştır. Aynı yılın üçüncü çeyreğinde sadece Facebook üzerinden 1,8 milyar sahte haber paylaşılmıştır. Özellikle yeni ve genç neslin sosyal ağlar üzerinden ve internetle bilgiye erişme isteği düşünülürse, içeriklerin ne kadar hassas ve titizlikle hazırlanması gerektiği bir kez daha anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Web 2.0, Web 3.0, Metaverse, Yapay Zekâ, Geleceğin Meslekleri.

GİRİŞ

İnternetin yaygınlaşması, akıllı telefonların çıkışı ve her yerde her zaman bağlantılı kalmanın mümkün olması ile dijital dünya, en az fiziksel dünya kadar önemli hale gelmiştir. Özellikle bu değişim ve yaygınlaşma yolculuğunu görmeyen, bilgi ve iletişim teknolojilerinin zaten kullanıldığı ve normalleştiği bir döneme ait olan çocuklar için dijital dünya; kimi zaman fiziksel dünyanın önüne geçebilmektedir. Bu durum işlerde/mesleklerde, gündelik alışkanlıklarda, hayal gücü ve inovasyonda, öğrenmede diğer nesillere oranla önemli farklılıklar ve değişimler oluşturmaktadır (Berson ve Berson, 2010; Grizzle vd. 2014; Sundqvist vd., 2021).

Çağın çocuklarında dijital dünya ile olan etkileşim arttıkça, yeni nesil bir gerçeklik ve ihtiyaç algısı ile de karşılaşmaktadır. Nitekim çeşitli raporlar ve istatistikler, 15-24 yaş aralığındaki grubun dijital dünya ile etkileşiminin, dünya geneline kıyasla daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (UNICEF, 2017; ITU, 2022). Bu bireyler, kendi cihazları ile kendi odalarında ailelerinden farklı bir yaşam kurgularcasına dijital dünyada varlıklarını sürdürmektedirler. Smahel vd. (2020) tarafından yapılan araştırmada, Avrupa'da 9-16 yaş aralığındaki çocukların %80'inin her gün akıllı telefon kullandığı belirtilmiştir. Benzer şekilde Statista 2021 verilerine göre Fransa'da 11-18 yaş aralığındaki çocukların yarısından fazlası, aileleri tarafından konulan kurallar olmaksızın internet kullanmakta ve bu kullanımı ağırlıklı olarak odalarında gerçekleştirmektedirler. Yine aynı grubun %30'u gece uykularından uyanarak dijital dünyaya bağlanmayı seçmektedirler (Johnson, 2022). Çocuklar, ebeveynlerine kıyasla her yeni teknolojiye daha kolay ve hızlı adapte olmaktadır. Örneğin 1970'li yıllarda televizyonun yaygınlaşmaya başladığı ülkelerde, düzenli televizyon izleme alışkanlığının 4 yaşına indiği, günümüz dijital medyası ile olan etkileşimin ise 4 aydan itibaren gözlenebildiği bilinmektedir (Reid Chassiakos vd., 2016). Öyle ki Kabali vd. (2015) tarafından yapılan araştırmada Amerika'da 0-4 yaş aralığındaki çocukların yaygın bir biçimde mobil cihazları kullandığı, Youtube gibi dijital içerik platformlarına eriştikleri ortaya konulmuştur.

Youtube, Facebook vb. ortamlardan sunulan içeriklerle verilen mesajlar, dünya genelinde milyarca çocuğa ulaşmaktadır. İçeriğin taşıdığı mesajdan bağımsız olarak, dijital dünya; özellikle oyunlar aracılığıyla çocuğun problem çözme becerisini geliştirmekte (Bruner, 2013) ve yaratıcılığını beslemektedir (Grammenos ve Antona, 2018). Bu olumlu özelliklerin yanı sıra dijital dünya ile yoğun ve kontrolsüz etkileşimi olan çocuklarda depresyon ve kaygı (Hoge vd, 2017), agresyon (Groves ve Anderson, 2015), uyku kalitesinde azalma (Staples vd., 2021) gözlenebilmektedir.

Dijital dünya ile etkileşimin bir diğer yüzü de influencer olarak nitelenen etki-leyicilerdir. Çocuklar; dijital dünyada başka bireylerle etkileşime geçerken, farklı

platformlardan içerik üreten ifluencerları da yoğun bir biçimde takip etmektedirler (De Veirman vd., 2019). Takipçileri üzerinde yoğun bir etkileme gücüne sahip (Hudders vd., 2020) olan bu ifluencerlar; önemli ve kontrolsüz bir pazarı oluşturmaktadırlar (De Jans vd 2021). Bu pazarla ilgili olarak 2018 yılından sonra dünyanın çeşitli ülkeleri vergilendirme, kontrol gibi çeşitli mekanizmalar geliştirmiş ve yaptırımlar uygulamaya başlamışlardır. Ancak tüm bu mekanizmalar Web 2.0 teknolojileri düşünülerek tasarlanmıştır. Söz konusu Web 3.0 ve dijital dünyanın yeni yüzü olarak konuşulan metaverse (meta evren) olduğunda bu denetleme ve yaptırımların ne kadar geçerli olduğu tartışmalıdır. Bu durumu daha iyi anlayabilmek için öncelikle web 1.0'dan web 3.0'a kadar olan dönemi ve vaatleri anlamak gereklidir.

1991 yılında başlayıp 2004 yılına kadar süregelen dijital dünya dönemi, Web 1.0 olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde sadece dijital dünya ile var olan ifluencer bulunmamaktadır ve bireylerin takip ettikleri isimler fiziksel dünyadaki tanınmış isimlerdir. Yine bu dönemdeki içerikler durağan bir yapıda olup sunduğu görsellik ve etkileşim bakımında da oldukça kısıtlıdır (Cormode ve Krishnamurty, 2008). Dijital dünya için 2004 yılı ve sonrası başlayan dönem; genel olarak Web 2.0 olarak adlandırılmaktadır. Bu zaman dilimi artık internetin yaygınlaştığı, sosyal ağların ortaya çıktığı, belli bir süre sonra da akıllı telefonlarla her an her yerde bağlantılı olma kavramının yükseldiği bir dönemdir (Hosch, 2017). İçeriklerin daha dinamik ortamlarla, zengin biçimde sunulduğu bu dönemde hem içerik üreticiliği bir iş olarak ortaya çıkmış hem de ifluencer kavramı doğmuştur. Tam olarak başlangıç yılı belirtilmesi de son beş yıldır Web 3.0 kavramı yükselmektedir. Web 3.0, internetin bir sonraki adımı olarak görülmektedir. Bu adım; kabaca bireylerin dijital dünyadaki 2 boyutlu etkileşimlerinin, 3 boyutlu bir etkileşime evrilmesini tasvir etmektedir. Böylesi bir dijital dünya; fiziksel dünyanın yansıması olan, hatta süregelen yaşamdaki sınırlılıkları (bedensel, kanunsal vb) barındırmaması tarafıyla fiziksel dünyayı da aşan bir dünyadır (Davis vd, 2009; Nield, 2021; Mystakidis, 2022). Web 3.0 teknolojileri ile yükselen bu yeni dijital dünya; sunduğu imkânlar ve etkileşim kapasitesi ile çeşitli zamanlarda farklı biçimlerde isimlendirilmiştir:

- 2002'li yılların başlarında Linden Lab'ın kurucusu ve CEO'su Philip Rosedale tarafından "Second Life (Yeni/Alternatif/İkinci Hayat)" kavramı ile yeni bir dijital dünya tasviri yapılmıştır. Bu tasvirde, bireylerin avatarları vasıtasıyla yeni bir yaşam oluşturabildikleri alternatif bir dünya yer almaktadır (Rymaszewski, vd., 2007; Harris & Rae, 2009)
- Ethereum kurucusu Gavin Wood, 2014 yılında bu yeni nesil interneti; blokzincir tabanlı ve devlet kurgusunun yer almadığı (merkeziyetsiz) bir ekosistem olarak tasvir etmiştir (Nield, 2021).

- Professor Gerhard Fettweis, 2014 yılında Tactile Internet (TI) kavramını ortaya atmıştır. İnternetin yeni yüzü olarak betimlenen TI; duyularımıza hitap eden, etkiye karşı çok hızlı tepki verebilen, bekleme süresinin oldukça az olduğu, güvenli bir dijital dünyadır (ITU, 2014; Sharma, 2020).
- Kökeni 1990'lı yıllara dayanmasına karşın, 2020 yılından itibaren metaverse (meta evren) kavramı; yeni dijital dünya olarak servis edilmeye başlanmıştır. Özellikle son 2 yılda meta evren ortak bir tartışma konusu haline gelmenin yanı sıra, deneyimlenebilir ortamlarla hayata geçmiştir. Meta evrenlerle bireyler, birden fazla ve farklı vaatlerde bulunan, farklı deneyim ortamları sunan dijital dünyalarda, dijital bedenleri aracılığıyla var olabileceklerdir.

Web 2.0 döneminde çocuğun eriştiği içeriklerin izlenebilirliği ile ilgili olarak aşağıdakileri söylemek mümkündür:

- Belli ölçülerde devlet tarafından içeriklerin denetlenebilir olması,
- Uygunsuz içeriklere erişimin merkezi yapılar ve ebeveynler tarafından engellenebilmesi,
- Ebeveynlerin çocuklarının kullandığı telefon, tablet ve bilgisayarda güvenli internet için programlar kurabilmesi, çeşitli ayarlarla kısıtlamalar getirebilmesi,
- Ebeveynin, çocuğun deneyimlediği, etkileşime geçtiği içerikleri ekranını kontrol ederek yönetebilmesi,
- Ebeveynin zararlı, uygunsuz içerikler için şikâyetle bulunabileceği, bir zarar durumunda hukuki süreçler başlatılabileceği merkezi yapıların varlığı

Ancak Web 3.0 teknolojileri ile başlayan yeni dönem, Web 2.0 kadar denetlenebilir ve izlenebilir değildir. Bu durumun ana nedenleri arasında, tek bir dijital dünya kurgusundan, çoklu dijital evren kurgusuna (multiverse) geçiş yapılması; merkeziyetsizliğin (devletin olmaması) metaverse kavramının temel katmanlarından biri olması; yeni nesil internet kavramının kapsamının, sınırlarının ve deneyim yolculuğunun henüz tam olarak bilinmemesi yer almaktadır.

Meta evrenlerde sunulan içeriğe erişim, etkileşim ve deneyim zenginliği, klasik dijital dünyaya kıyasla oldukça hızlı ve yüksek olarak tasarlanmaktadır. Bu durum çocuklar açısından daha cezbedicidir. Bu türlü dijital evrenlere ve evrenlerdeki içeriğe erişim için kask, gözlük, yelek, eldiven gibi giyebilir cihazlar kullanılmaktadır. Web 2.0 teknolojileri döneminde ebeveynin çocuğunun eriştiği içerikleri ekranına bakarak izleyebilmesi gibi basit bir denetleme eylemi, Web 3.0 döneminde mümkün değildir. Çünkü çocuğun giydiği gözlük, kask ve eldiven ile o

anda hangi içeriğe maruz kaldığı ve neyi deneyimlemekte olduğu henüz izlenebilir/denetlenebilir değildir, bilakis oldukça bireyseldir. Erişilen ve deneyimlenen içeriğin yanı sıra çocuğun kimi ya da neyi takip ettiği (influencer) konusu da meta evrenlerle yeni bir boyut kazanmaktadır. Avatarlar aracılığıyla sosyalleşilen meta evrenlerde, çocuğun karşılaştığı ve etkileşime geçtiği avatarın kim olduğuna ek olarak, ne olduğu sorusu da yükselmektedir. Meta evrenlerde etkileşime geçilen avatar, aşağıdakilerden herhangi biri olabilir:

- Gerçek bir insan (Fiziksel dünyada nasıl görünüyorsa o şekilde görünen birey)
- Gerçek bir insan (Fiziksel dünyada olduğundan karakter/cinsiyet/görünüş bakımından farklı olan birey)
- Gerçek bir insan (Fiziksel dünyadaki sınırlardan dolayı mutsuz/uyumsuz olan/hisseden, bu nedenle her meta evrende farklı bir karakter/cinsiyet/görünüşe sahip, ne olacağına karar verememiş birey. Ya da şirket anlaşmaları nedeniyle, şirketin belirlediği şekilde herhangi bir evrende var olmak zorunda olan influencer birey)
- Bir Ad-bot (Bot for Advertisement) (Şirketlerin, sosyal yapıların ya da çeşitli örgütlerin kendi reklamlarını yapmak, ürün ve hizmetlerini tanıtmak, daha fazla takipçi kazanmak için kullandıkları avatarlı makineler)
- Bir Edu-bot (Educational Bot) (Herhangi bir eğitim kurumunun ya da eğitim-öğretim faaliyeti yapan yapının bireyin öğrenme süreçlerini desteklemek amacıyla kurguladığı avatarlı makine)
- Bir In-bot (Bot for Interactivity) (Meta evrenin daha fazla deneyim zenginliği sunması için çeşitli seviyelerde bireylerin sosyalleşme yolculuğunu güçlendiren avatarlı makine)
- Bir AO-bot (Absorptive and Observative Bot)-(Meta evreni oluşturan şirket ve/veya meta evrende faaliyet gösteren herhangi bir şirket, sosyal yapı, topluluk ve/ya örgüt tarafından salt veri toplama amacıyla geliştirilmiş avatarlı makine ya da ortamda ihmal edilebilir/varlığı göz ardı edilebilir düzeyde silik/etkisiz avatarlı makine ya da aynı işleve sahip ortam ögesi)
- Bir deadbot (Fiziksel dünyada ölen bireyin, hayatta iken paylaştığı verilerin analiz edilmesi yoluyla üretilen ve o bireymiş gibi davranan avatarlı makine)
- Bir yapay zekâ (Bir ortamda sosyalleşme, ortamı yönetme veya ortamın etkisiz elemanı olarak meta evrende konumlandırılan, bireyin dijital varlığını etkileşime geçerek ve/veya izleyerek ondan öğrenen avatarlı makine)

Bu yeni dijital dünya, hatta dünyalar kurgusu, bu kurgularda karşılaşılan eski varlıkların yeni versiyonları ve yeni varlıklar, beraberlerinde getirdikleri fırsatlar ve tehditlerle meslekleri etkilemektedir. Bu durum 2016 yılından beri çeşitli kaynaklarda da ifade edildiği gibi geleceğin mesleklerinin/işlerinin doğuşunu, çeşitlenmesini hızlandırmaktadır.

2021 yılının son üç ayında sadece meta evrenlerle alakalı 1000'e yakın iş ilanı paylaşılmıştır. Fiziksel dünya göz önüne alındığında; kapsamı, görev alanı bakımından eski işlerden/mesleklerden oldukça farklı olan bu ilanlar, başta ebeveynler olmak üzere herkesi "klasik meslek anlayışından öte" düşünmeye zorlamaktadır. Çünkü artık fiziksel dünyadaki işlerin 2 boyutlu dijital dünyaya aktarılması, veri ve yapay zekâdan etkilenecek yeni bir çehre kazanması, fiziksel dünyaya paralel ya da onun alternatifi olarak meta evrenlerde icra edilmesi kaçınılmazdır. Bu duruma örnek olarak aşağıdaki olaylar sıralanabilir:

Şubat 2022'de NBA, meta evrende var olması için gerçek bir insan olmayan oyuncu koçu Nate'i devreye almıştır. Shaquille O'Neal tarafından seslendirilen Koç Nate; avatarlı bir makinedir. Temel işlevi NBA'nin yeni yeteneklerini barındıran jenerasyonunu oluşturmak, eğitmek ve bu konuda koçlara yardımcı olmaktır. Buradan yola çıkarak, bu şekilde oyunlar, bu oyunlarda yer alan takımlar ve oyuncular için meta evrenlerde pek çok avatarlı makinenin yer alabileceğini söylemek mümkündür. Sadece İstanbul'da 32 futbol kulübü bulunmaktadır. İstanbul'dan Türkiye'ye, Türkiye'den Dünya'ya yayılacak bir anlayışla düşünülürse, kulüp sayısının kuvvetli bir şekilde artacağı aşikârdır. Her kulübün; oluşan fırsatlar ve taraftarlarının talebi ile meta evrene geçiş için adım atmaları aşağıdaki meslekleri/işleri üretecek, kuvvetlendirecektir:

- Meta evrenlerde bu kulüplerin, futbolcuların varlıklarını oluşturmalarını sağlayacak tasarımcılar
- Bunun bir topluluk ekonomisine (kulüp ve taraftar kitlesinin almaya ve satmaya hazır olduğu değerler) dönüşmesi ile kulübe, futbolculara, tarihi değeri olan olaylara/maçlara yönelik NFT ve token tasarlayacak geliştiriciler/tasarımcılar
- Kulüplerde oluşan veriyi toplama ve organize etme süreçlerine destek olacak donanım, yazılım, veri analiz uzmanları
- Bu veriyi analiz ederek kulübün kullanabileceği bir enformasyona dönüştüren veri bilimciler, veri analistleri, veri görselleştirme uzmanları
- Oluşan enformasyon yığını kullanarak bunu bir yapay zekâ modeline çeviren yapay zekâ programcısı/geliştiricisi

- Geliştirilen yapay zekâ modelini 2 boyutlu dijital dünyada son kullanıcıya hizmet verebilir hale getiren UAIX uzmanı, (kullanıcı deneyimini göz önüne alarak, kolay kullanılabilir ve anlaşılabilir ekran tasarımı yapan birey) ve açıklanabilirlik uzmanı (yapay zekânın ürettiği kararın arkasındaki nedenin açıklanabilir olup olmadığını denetleyen birey)
- Geliştirilen yapay zekâ modelinin herhangi bir din, dil, ırk ve cinsiyet özelinde ayrımcılık yapıp yapmadığını denetleyen bias (önyargı) tespit uzmanı
- Geliştirilen yapay zekâ modelini 3 boyutlu dijital dünyada modelleyerek, kulüp-futbolcu-taraftar üçlüsünün meta varlıkları ile etkileşime geçebilir hale getiren geliştirici.

Burada tanımlanan işler, sadece Koç Nate gibi avatarlı bir makinenin var olması ile doğabileceği/güçlenebileceği tahmin edilen işlerdir. Bunlara ek olarak kulüp-futbolcu-taraftar üçlüsü arasındaki hak-anlaşmazlık gibi durumlardan doğan hukuki sorunlar da yeni alanlar açtığı için klasik yargı, hâkim ve avukatlık anlayışının değişmesine neden olacaktır. Bu da avukat, hâkim, savcı gibi bilindik mesleklerin varlıklarını yeni alanlarla sürdürmeleri demektir. Ek olarak fiziksel dünyadaki spor anlayışı da e-spor kavramının doğuşu ile bir hareket alanı daha kazanmıştır. 2 boyutlu dünyada icra edilen e-spor, kavramın yaygınlaşma hızının artması, 3 boyutlu dünyaya taşınması ile çok daha fazla fırsatı, iş olanağını da üretecektir.

Mart 2022’de Accenture, şirketlerin meta evren yolculuklarına danışmanlık etmek üzere “Accenture Metaverse Continuum” isimli yeni bir birim kurduğunu açıkladı. Bu yeni birim; şirketlerin meta evrenlerde yer alması için gerekli danışmanlığı sağlamayı hedeflemektedir. Ülkemizde 2022 yılının sadece Nisan ayında 10.914 şirket kurulmuştur. Sadece bir ayda kurulan şirket sayısı, daha önceden var olanlar, dünyadaki şirketler ölçeğinde düşünüldüğünde, meta evrenlere geçişte “bu şirketlerin yolculuğuna danışmanlık yapılmasının” istihdamı yüksek bir iş/meslek olabileceğini söylemek mümkündür. Dünya genelinde şirketlerin bu şekilde bir hamlesinin olacağının en temel ispatı, Web 1.0’dan 2.0’a geçilmesi ile her şirketin bir web sitesinin olması, hatta müşterilerine özel mobil uygulamalar sunuyor olmalarıdır.

Mayıs 2022’de Dove markası ebeveynlere özel olarak inşa ettiği Real Moms Village isimli meta evreni duyurmuştur. Ortamın temel işlevi, ebeveynlerin bu ortamda sosyalleşmesi, birbirlerine deneyimleri üzerinden destek olmaları olarak tanımlanmıştır. Whatsap gibi mesajlaşma ortamlarında ödev grupları, sınıf gruplarının kurulması ve ebeveynlerin bu basit mesajlaşma ortamlarından sosyalleşmeleri, 2 boyutlu bir sosyalleşme deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır.

Dolayısıyla bu iki boyutlu deneyimi üç boyuta taşıma hamlesi de – deneyimin kapsamı ve gerektirdiği ortam tasarımı bakımından– kuvvetli bir iş/meslek potansiyeli barındırmaktadır. Benzer şekilde henüz fiziksel dünyada kazanılmamış deneyimlerin meta evrenler aracılığıyla kazandırılması da yeni imkânlar doğurmaktadır. Örneğin yine Mayıs 2022’de Tamagotchi Bebekleri duyurulmuş, henüz çocuk sahibi olmamış çiftlerin çocuk deneyimi yaşamaları için üretilen meta ortam canlıya alınmıştır.

Mayıs 2022’de Dubai meta evrendeki gücünü artırmak üzere 2030 yılına kadar 4 Milyar dolarlık bir yatırım yapacağını açıklamıştır. Bu yatırımla mevcut işlerin 42.000 tanesinin sanallaştırılması hedeflenmektedir. Facebook’un çatı şirketi olan Meta; önümüzdeki 5 yıl içinde kendi meta evreni ile 10.000 yeni işin ortaya çıkmasına neden olacağını duyurmuştur. PwC; yapay zekânın meta evrenle bir araya gelmesi ile 2030 yılına kadar 15.7 Trilyon dolarlık bir ekonominin doğacağını açıklamıştır. Tüm bu hedefler ve açıklamalar, geleceğin meslekleri/işleri anlamında yeniden ve oldukça hızlı bir kırılmanın eşiğinde olduğumuzu göstermektedir. Bu noktada klasik meslek/iş anlayışına yönelme eğiliminde olan her birey, önümüzdeki 5 yıllık süreç içinde istihdam tarafında zorluk yaşayacak, istihdam sorununu aşsa bile klasik işlerdeki ekonominin daralmasından dolayı bir dar boğaza girecektir.

SONUÇ

Web 1.0 döneminde çocuklar için içerik üretimi geri planda kalmış olup o durağan dönemde meslek anlayışı ciddi biçimde bir değişime girmemiştir. Web 2.0 dönemi “her an her yerde bağlantılı kalma ve bilgiye sınırsız erişim” mottosuyla şekillenmiştir. Bu dönemin ortalarından itibaren çocuklar için içerik geliştirmek bir meslek halini almış, hatta çocuklar da içerik geliştiriciler ve influencerlar olarak bu dönemde rol almışlardır. Ek olarak güvenli internet, sağlıklı ve uygun içerik kavramları bu döneme ait olup aileler, bireyler, devletler özelinde denetim mekanizmaları kurgulanarak çocuğun iyi olma hali “olabildiği kadar” korunmaya çalışılmıştır. Ancak yeni neslin Web 2.0 kullanma becerisinin ebeveynlerine göre daha yüksek olması aile içi denetimi zorlaştırırken, resmî yapılarla yürütülen içerik eleme süreçlerinin de zaman zaman aşılabilesine neden olmuştur. Oluşan her yeni durumla beraber, Web 2.0 döneminde pek çok yeni meslek türü ortaya çıkmıştır. Ancak bu mesleklerin eski meslekleri etkilemesi, bazı işlerin ortadan kalkmasına neden olmasının ana kaynağı veriyi analiz etme ve yapay zekâda yaşanan gelişmelerdir. Web 3.0 olarak adlandırılan dönem; ebeveynler ve çocuğun iyi olma halini korumakla mükellef tüm yapılar için yeni ve zorlayıcı sınavdır. Merkeziyetsizlik (devletin var olmaması) anlayışı ile kurgulanan

metaevrenler (metaverse, multiverse); içerikler, içerikleri üretenler, türetenler ve tüketenler bakımından değerlendirildiğinde “insanın insafına kaldığımız” bir ortamı işaret etmektedir. Buradaki insan kavramı; etik, ahlak ve kültürel unsurlar bakımından muazzam bir çeşitliliği barındırmaktadır. Bu çeşitlilik “çocuğun iyi olma halinin” tanımına ve karşılaşılan içeriklerin türü-niteliğine de yansımaktadır. Örneğin iki kardeşin kurdukları aileler, çocukların yetiştirilme biçimi bakımından oldukça farklılaşabilmektedir. Aynı kültür, etik ve ahlak değerleri ile büyümüş iki kardeş bakımından gözlenebilen bu durum, küreselde daha baskın ve kaotik bir şekil alacaktır. “İçerik kiminse” o içeriğe maruz kalan çocuğun maruz kalma sıklığı ve şiddeti ile “çocuk içeriği üretenin” olacaktır. Bu durumu engellemek için bu yeni teknolojilerin karşısında durmak, görmezden gelmek “yel değirmenlerine karşı” savaşı duruma düşürecektir.

Doğadaki her canlı, doğacak yavru için hazırlık yapmakta ve güvenli bir “yuva” hazırlamaktadır. O halde bu yeni dönemde ebeveynler, Web 3.0 dünyasına entegre olacak/bu yeni teknolojilere doğacak çocukları için hazırlık yapmak zorundadırlar. Bu hazırlık sadece çocuğu korumak amaçlı değildir, aynı zamanda gelecek bütün bir nesli bilinçli bir şekilde geleceğin mesleklerine/işlerine adapte etmek için gereklidir.

KAYNAKÇA

- Berson, I. R., & Berson, M. J. (Eds.). (2010). *High-tech tots: Childhood in a digital world*. IAP.
- Bruner, J. (2013). On teaching thinking: An afterthought. In *Thinking and learning skills* (pp. 612-623). Routledge.
- Cormode, G., & Krishnamurty, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972> adresinden alındı
- Davis, A., Murphy, J., Owens, D., Khazanchi, D., & Zigungs, I. (2009). Avatars, People, and Virtual Worlds: Foundations for Research in Metaverses. *Journal of the Association for Information Systems*, 90-117.
- De Jans, S., Spielvogel, I., Naderer, B., & Hudders, L. (2021). Digital food marketing to children: How an influencer's lifestyle can stimulate healthy food choices among children. *Appetite*, 162, 105182.
- De Veirman, M., Hudders, L., & Nelson, M. R. (2019). What is influencer marketing and how does it target children? A review and direction for future research. *Frontiers in psychology*, 10, 2685.
- Grammenos, D., & Antona, M. (2018). Future designers: Introducing creativity, design thinking & design to children. *International journal of child-computer interaction*, 16, 16-24.
- Grizzle, A., Moore, P., Dezuanni, M., Asthana, S., Wilson, C., Banda, F., & Onumah, C. (2014). *Media and information literacy: policy and strategy guidelines*. Unesco.
- Groves, C. L., & Anderson, C. A. (2015). Negative effects of video game play. *Handbook of Digital Games and Entertainment Technologies*, 1297-1322.
- Harris, L., & Rae, A. (2009). Social networks: the future of marketing for small business. *Journal of Business Strategy*, 24-31. doi:10.1108/02756660910987581
- Hoge, E., Bickham, D., & Cantor, J. (2017). Digital media, anxiety, and depression in children. *Pediatrics*, 140(Supplement_2), S76-S80.
- Hosch, W. (2017, Eylül 7). Encyclopedia Britannica. *Web 2.0*. Encyclopedia Britannica.
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The commercialization of social media stars: a literature review and conceptual framework on the strategic use of social media influencers. *Social Media Influencers in Strategic Communication*, 24-67.
- ITU (2014). The Tactile Internet: ITU-T Technology Watch Report. https://www.itu.int/dms_pub/itu-t/oth/23/01/T23010000230001PDFE.pdf

Kabali, H. K., Irigoyen, M. M., Nunez-Davis, R., Budacki, J. G., Mohanty, S. H., Leister, K. P., & Bonner Jr, R. L. (2015). Exposure and use of mobile media devices by young children. *Pediatrics*, 136(6), 1044-1050.

Mystakidis, S. (2022). *Encyclopedia* 2022, 2(1), 486-497; <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031>

Nield, D. (2021, Aralık 13). *Gizmodo*. What Is Web3 and Why Should You Care?: <https://gizmodo.com/what-is-web-3-and-why-should-you-care-1848204799> adresinden alındı

Rymaszewski, M., Au, W. J., Wallace, M., Winters, C., Ondrejka, C., & B., B.-C. (2007). *Second Life: The Official Guide*. New Jersey: Wiley&Sons.

Reid Chassiakos, Y. L., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C., Hill, D., ... & Swanson, W. S. (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 138(5).

Sharma, S. K.; Woungang, I.; Anpalagan, A.; Chatzinotas, S. (2020). Toward Tactile Internet in Beyond 5G Era: Recent Advances, Current Issues, and Future Directions. *IEEE Access*, vol. 8, pp. 56948-56991. doi: 10.1109/ACCESS.2020.2980369.

Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., ... & Hasebrink, U. (2020). EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries.

Staples, A. D., Hoyniak, C., McQuillan, M. E., Molfese, V., & Bates, J. E. (2021). Screen use before bedtime: Consequences for nighttime sleep in young children. *Infant Behavior and Development*, 62, 101522.

Sundqvist, A., Koch, F. S., Birberg Thornberg, U., Barr, R., & Heimann, M. (2021). Growing up in a digital world-digital media and the association with the child's language development at two years of age. *Frontiers in psychology*, 12, 569920.

Cormode, G., & Krishnamurty, B. (2008). Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. *First Monday*. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972> adresinden alındı

ITU. (2022). *Youth Internet use*. ITU: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2021/11/15/youth-internet-use/> adresinden alındı

Johnson, J. (2022, Haziran 1). *Age distribution of internet users worldwide 2021*. Statista: <https://www.statista.com/statistics/272365/age-distribution-of-internet-users-worldwide/> adresinden alındı

Nield, D. (2021, Aralık 13). *Gizmodo*. What Is Web3 and Why Should You Care?: <https://gizmodo.com/what-is-web-3-and-why-should-you-care-1848204799> adresinden alındı

UNICEF. (2017). *Children in a Digital World*. NewYork: UNICEF. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED590013.pdf> adresinden alındı

Human And Digital Learning: Risks And Challenges

Valentin RAUER¹

The current trends in digitalization do not only consider the Internet, but the Metaverse and the Hyperloop. This means that digital actors are no longer tied to screens and keyboards, but take on their own technically created form or movements through spaces. For education, this means that children will not only learn with teachers and computers, but with robots and sensual enhancements. Robotic systems and sensual enhancements are taking over more and more classic human actions and perceptions. Robots not only take on activities such as playing chess, driving a car or flying, but also 'teaching' and interacting, as it was for instance stated at the online trade fair Educa (2016).

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Türk Alman Üniversitesi Kültür ve Sosyal Bilimler Fakültesi Kültür ve İletişim Bilimleri Öğretim Üyesi

This raises the question of how learning is changing in this transformation. For example, what is the role of artificial intelligence (AI) and machine learning (ML) in this future process? What will be the role of human learning in this process? Or what will replace machine learning and what will endure? What risks and what threats to human understanding and meaning making do such transformations imply? Despite the fact that many of these developments are future scenarios, these questions are crucial because they challenge our conceptual understanding of human and social learning and reasoning. The talk will clarify these challenges and risks of digital learning by referring to a sociological study on the consequences of “algorithmic action” for late modern societies.

İnternet Bağımlılığı ve Çocukların Duygu Durumları

Alev ÜSTÜNDAĞ¹

ÖZET

Son yılların en önemli ve vazgeçilmez bilgi ve iletişim kaynağı olan internet, günlük yaşam içerisinde de oldukça önemli bir konuma sahiptir (Yellowlees ve Marks, 2007). İnternet aracılığıyla pek çok şeyin kolaylıkla yapılabilir olması, kullanım amaçlarının da artmasına sebep olmaktadır. Yani internet; boş vakti oyun oynama, bilgi edinme, gündemi takip etme, alışveriş yapma, film-dizi-vi-deo-podcast izleme, bankacılık işleri, toplantı-eğitim-mail gibi pek çok amaçla kullanılabilir. İnternet erişimi; tablet, bilgisayar ve akıllı cep telefonu gibi dijital medya ürünleri aracılığıyla -kolaylıkla- gerçekleştirilmektedir.

İnternet kullanım durumu çocuklar açısından incelendiğinde; tablet, bilgisayar ve akıllı cep telefonu gibi dijital medya araçlarının kullanım yaşının 8'e kadar düştüğü görülmektedir. Çocukların alışkanlıkları erken çocukluk döneminden itibaren başlamaktadır (Ball, 2010). Khalaf (2006) çocukluk döneminin alışkanlıklar, bağımlılıklar, kültürel değerler, bakış açısı, davranış modelleri kazanımı

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, Ankara. alev.ustundag@sbu.edu.tr

açısından önemli olduğunu ve bu kazanımların çocuk ile içinde yaşadığı çevre ve toplumla etkileşimi sonucunda gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Yani çocuğun yakın çevresi bağımlılıkları ve alışkanlıkları için model olabilmektedir.

Çocuklar doğumdan itibaren etraflarını gözlemleyerek öğrenirler. Dünyaya uyum sağlayabilmek için etrafında bulunan insanlar gibi davranma eğilimin- dedirler (Thyssen, 2003). Bu nedenle de farklı kültürlerde yaşayan çocukla- rın davranışları ve alışkanlıkları farklılık göstermektedir. Bir birey olma yolunda çocuğa sunulan modeller özellikle kişilik oluşumuna sosyal, psikolojik, entelektü- el ve ahlaki açıdan önemli katkılar sağlamaktadır (Khalaf, 2006). Bu nedenledir ki çocuk doğduğu andan itibaren internet ve dijital medya araçlarının kullanımı konusunda model olarak atılan temele dikkat edilmelidir.

Türkiye İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri Raporu sonuçları ince- lendiğinde toplam nüfusun %74'ü internet, %64'ü aktif sosyal medya ve %92'si de aktif mobil sosyal medya kullanıcısı olarak raporlanmıştır. İnternet kullanıcı- larının da %88'i cep telefonu, tablet ya da bilgisayar aracılığıyla dijital oyun oyna- maktadır. En çok kullanılan sosyal medya uygulaması YouTube (%90), Instagram (%83), Whatsapp (%81) olarak belirlenmiştir. Üstündağ (2022) 12-15 yaş arasında bulunan 152 ergen ile yaptığı araştırma sonucunda çocukların en fazla cep telefonu ve bilgisayar kullandıklarını belirlemiştir. Araştırmaya katılan kızlar büyük oranda Twitter, erkekler ise Tiktok uygulamasını kullandığını belirtmiştir. Çocuklara ders dışı internet ve ekran kullanım süreleri sorulduğunda ise kızların yarıya yakını (%48) 3-4 saat arası interneti kullandığını ifade ederken, erkekler 7-8 saat arasında kullandıklarını belirtmiştir (%80). Balkın (2020) bu durumu, “çocukların internette geçirdikleri süreyi kontrol edemedikleri” şeklinde ifade etmektedir. Akıllı cep telefonu ve tablet gibi cihazların kolay taşınabilir olmasının ve sınırsız erişim kurabilme olanağının da sonuç üzerinde etkileri bulunmak- tadır. Ayrıca pandemi sürecinde çocukların internet kullanım sürelerinde artış olmuştur (Arı Arat ve Ogelman, 2021).

ÇOCUKLAR İNTERNETİ NEDEN KULLANIYOR?

Çocuklar, interneti cep telefonları aracılığıyla kullanmaktadır. Bu nedenle cep telefonu kullanım oranları da fazladır. Çocukların internet kullanım amaçları arasında arkadaşlarıyla ilişkilerini sürdürme, vakit geçirme, oyun oynama, müzik dinleme, video izleme, ödev yapma, can sıkıntısını giderme, eğlenme ve alışkanlık bulunmaktadır (Bayraktutan, 2005). Çocukların doğdukları andan itibaren inter- netle tanışmış olmaları, vazgeçilmez kullanım sebeplerini de oluşturmaktadır. Çünkü interneti artık “herkes” kullanmaktadır.

Üstündağ, (2020b) araştırmasında çocukların interneti cep telefonları aracılı- ğıyla kullandıklarını ve en fazla fotoğraf paylaşmak (%86), oyun oynamak (%64) için; en az da konuşmak ve araştırma yapmak için kullanmayı tercih ettiklerini

belirlemiştir (%3). Yaş grupları açısından ele alındığında ilköğretim düzeyin- de bulunan çocukların daha çok ödev yapmak ve/veya yeni bir şeyler öğren- mek ve online oyun oynamak amacıyla kullandıkları; lise döneminde bulunan ergenlerin ise sosyal medya amacıyla kullandıkları görülmüştür. Ergenler için sosyal medya, temelde arkadaşlık ilişkilerinin sürdürülmesi anlamını da taşı- maktadır. İnternet, bir anlamda ergenlerin arkadaşlarıyla iletişim halinde olma- ları, günlük deneyimlerini- ilgilerini- düşüncelerini ve arzularını paylaşma olanağı sunmaktadır. Araştırmalar, internetin çocuklarda yabancılaşmaya, ayrımcılığa ve yalnızlığa etkileri bulunduğunu göstermektedir (Radesky ve ark., 2016; Canadian Paediatric Society, 2019).

İNTERNETİN ÇOCUKLARIN DUYGU DURUMLARI ÜZERİNE OLASI ETKİLERİ

Çocuklar interneti erken yaşta kullanmaya başlamaktadır. Yoğun olarak kullanılan internetin, çocukların sağlıklı gelişimleri üzerine olası etkileri birçok araştırmacı için tartışmalı bir konudur. Çünkü hangi davranışın ya da gözlemlenen sonucun çocukların maruz kaldıkları hangi içerik nedeniyle ortaya çıktığını net olarak ifade edebilmek mümkün olmadığı için, internetin çocukların davranışları üzerinde- ki etkisini de net olarak ortaya koyabilmek oldukça zordur (Üstündağ, 2020a). Şunu bilmekteyiz ki internet ve maruz kalınan içerikler çocukların düşünce ve davranışlarında değişikliklere sebep olabilmektedir. Griffiths, (2000) çocukların interneti yoğun kullandıklarında faydalı olma özelliğini kaybetmesine ve sorunlu ya da bağımlılık yapıcı davranışlar da dâhil olmak üzere olumsuz sonuçlara sebep olabileceğine yormaktadır. Özellikle pandemi sürecinde kullanımının artmasıyla internetin çocuklar üzerindeki etkisiyle ilgili çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bazı araştırmacılara göre (Dhyan, 2014; Sugata ve Vivek, 2001) internet, çocukların bilgi edinme ve yeni bilgiyi öğrenmeleri için en etkili araçtır ve ayrıca çocukların sosyalleşmesine de yardımcı olmaktadır. Bu düşüncenin aksine yoğun internet kullanımının çocukların fiziksel, psikolojik ve sosyal gelişimlerini ve iyilik durum- larını olumsuz etkilediğini savunan araştırmacılar da bulunmaktadır (Kalmus, Siibak ve Blinka, 2014; Kawabe vd, 2016). Kısacası internetin çocuklar üzerinde olumlu mu olumsuz mu etkilerinin daha fazla olduğu tartışmalı bir konudur ama olumsuz etkilerinin gözlenebilir olması nedeniyle internet bağımlılığı konusunda yapılan araştırmalar özellikle son yıllarda artış göstermiştir.

İnternetin çocukların duygu durumları üzerindeki etkilerine ilişkin yapılan araş- tırmalardan elde edilen sonuçlar, -etkilerinde olduğu gibi- aslında karışıktır. İnternetin çocukların duygu durumları üzerinde etkileri olduğu bilinmektedir. Burada çocuğun hangi içeriğe maruz kaldığının önemi oldukça fazladır (Davila ve ark., 2012). Çünkü çocuklar arkadaşlarının yaptıkları paylaşımlardan etki- lenmekte; kendilerini eksik, yetersiz, başarısız, sevilmiyor gibi algılayabilmek- tedir. Feinstein ve arkadaşlarının (2013) yaptığı araştırma da benzer şekilde

kendini sürekli diğer arkadaşlarıyla kıyaslayan çocukların yetersizlik hissettiklerini ve depresif belirtiler gösterdiklerini ortaya koymuştur. Donneley ve Kuss (2016) tarafından yapılan araştırmada, sosyal medya uygulamalarının çocuklarda depresyon riskini artırdığını ve sosyal medya bağımlılığının depresyonun yordayıcısı olabileceğini ortaya koymuştur. Özellikle Instagram kullanımı ile sosyal medya bağımlılığı arasında güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu durumun aksine çocukların olumlu duygular geliştirdiklerini ileri süren araştırmacılar da bulunmaktadır (Reinecke ve Trepte, 2014; Grieve ve Watkinson, 2016). İnternetin çocuklar üzerindeki etkileri en fazla ergenlik döneminde görülür hale gelmektedir: Çocuklarda kıyafetlerin değişmesi, argo kullanımı, stil değişikliği yapma gibi davranışları ve genellikle birbirlerine “benzerliğin” meydana gelmesi... Bu benzerliğin – hatta buna “tekillik” bile denilebilir– nedeni internetin hızla yayılmasıdır.

Olumsuz duygular her zaman vardır. Çocukların karşılaştıkları durumlarda yaşadıkları olumsuz duyguları uygun modeller sunularak düzenlemeyi öğrenmeleri gerekmektedir. Ebeveynleri tarafından sağlanacak uygun modellerin yetersiz ya da eksik kalması, çocukların bu açığı internet aracılığıyla gidermesine sebep olabilmektedir. Odacı ve Kalkan (2010) ergenlerle yaptıkları araştırma sonucunda ergenlerdeki utangaçlık, yalnızlık, flört kaygısı ve sosyal kaygı ile internet bağımlılığının arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Araştırma sonuçları göstermektedir ki internet bağımlısı olan ergenler akranlarına göre; aileleriyle daha az vakit geçirmekte, daha fazla depresif ve yalnız hissetmekte, empati düzeyleri düşük, zorbalık davranışları fazla, sosyal ve akademik sorunları mevcut ve hatta yüksek intihar olasılıkları bulunmaktadır (Cao ve Su, 2007; Kılıç, 2019; Morgan ve Cotten, 2003; Shapira vd., 2000). Bu bağlamda değerlendirildiğinde, eğer çocuklara duygularıyla baş edebilme yöntemleri uygun şekilde kazandırılmadıysa depresyon ve yalnızlık gibi durumların aslında internet bağımlılığının sonucu değil sebebi olduğu söylenebilir.

SONUÇ OLARAK NELER YAPILMALIDIR?

Gelecek yıllarda da internet kullanımı muhtemelen azalmayacaktır. Bu nedenle çocukların hayatlarında bulunan tüm yetişkinlerin güvenli internet kullanımı ve dijital medya okuryazarlığı konusunda iyi birer model olma sorumluluğuna sahip olmaları gerektiği düşünülmektedir. Çocukların kendilerini iyi hissetmeleri, bireysel faktörler ve sosyal paylaşım içeriklerini de kapsayan, internet kullanımı ile doğrudan ilgilidir. Çocukların internet içeriklerinden olumsuz etkilenmeleri, interneti uygun, verimli ve sorumlu şekilde kullanabilmeleri için dijital medya okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı eğitim çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Anderson, D. R. & Pempek, T. A. (2005). Television and very young children. *The American Behavioral Scientist*, 48(5), 505-522.
- Arı Arat, C., & Ogelman, H. G. (2021). Küçük çocukların COVID 19 sürecinde teknolojik araç kullanımının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Maarif Mektepleri Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 15-32.
- Balkın, A. (2020). *Lise öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyi ile eleştirel düşünme eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi ve İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Sosyal Bilimler Enstitülerinin Ortak Yürüttüğü Eğitim Programları, İstanbul.
- Ball, J. (2010). *Culture and early childhood education*. Encyclopedia on early childhood development. Retrieved from <http://www.child-encyclopedia.com/culture/accordingexperts/culture-and-early-childhood-education>.
- Bayraktutan, F. (2005). *Aile içi ilişkiler açısından internet kullanımı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Yapı – Sosyal Değişime Bilim Dalı, İstanbul.
- Buckingham, D. (2000). *After the death of childhood: Growing up in the age of electronic media*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Canadian Paediatric Society. (2019). Digital media: Promoting healthy screen use in school-aged children and adolescents. *Paediatrics & Child Health*, 402-408.
- Cao, F., & Su, L. (2007). Internet addiction among Chinese adolescents: Prevalence and psychological features. *Child Care Hlth Dev*, 33(42), 275-281.
- Davila, J., Hershenberg, R., Feinstein, B., Gorman, K., Bhatia, V., & Starr, L. (2012). Frequency and quality of social networking among young adults: associations with depressive symptoms, rumination, and corumination. *Psychol Pop Media Cult*. 1(2), 72-86.
- Dhyan, S. A. (2014). Systematic review of literature on effect of Internet use on students in India. *Online International Interdisciplinary Research Journal*, IV, 180-193.
- Dursun, A., & Eraslan-Çapan, B. E. (2018). Ergenlerde dijital oyun bağımlılığı ve psikolojik ihtiyaçlar. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(2), 128-140.
- Feinstein, B., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: rumination as a mechanism. *Psychol Pop Media Cult*. 2(3), 161-170.

Fisherker, J. (2002). *Growing up with television: Everyday learning among young adolescents*. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Grieve, R., & Watkinson J. (2016). The psychological benefits of being authentic on Facebook. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 19(7), 420-425.

Griffiths, M. D. (2000). Internet addiction – Time to be taken seriously? *J Addict Res*, 8(5): 413-418.

Kalmus, V., Siibak, A., & Blinks L. (2014). *Handbook of child well-being. Internet and child well-being*. Dordrecht, The Netherlands: Springer Editor-Business Media.

Karaca, M. (2007). *Sosyolojik bir olgu olarak internet gençliği: Elazığ örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Elazığ.

Kawabe, K., Horiuchi, F., Ochi, M., Oka, Y., & Ueno, S. (2016). Internet addiction: prevalence and relation with mental states in adolescents. *Psychiatry Clin Neurosci*, 70, 405-412.

Khalaf, S. B. (2006). *Child culture is not education*. Retrieved from http://www.diwanalArab.com/spip.php?page=article&id_article=6464.

Kılıç, K. M. (2019). Ergenlerde dijital oyun bağımlılığı, zorbalık bilişleri ve empati düzeyleri arasındaki ilişkiler. *İlköğretim Online*, 18(43), 549-562.

Morgan, C., & Cotten, S. R. (2003). The relationship between Internet activities and depressive symptoms in a sample of college freshmen. *Cyberpsychol Behav*, 6(41), 133-142.

Odacı, H., & Kalkan, M. (2010). Problematic Internet use, loneliness and dating anxiety among young adult university students. *Comput Educ*, 55, 1091-1097.

Öner, D. (2020). Erken çocukluk döneminde teknoloji kullanımı ve dijital oyunlar: okul öncesi öğretmen görüşlerinin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 138-154

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.

Radesky, J. S., Peacock-Chambers, E., Zuckerman, B., & Silverstein, M. (2016). Use of mobile technology to calm upset children: associations with socialemotional development. *JAMA Pediatr*, 170(4), 397-399

Reinecke, L., & Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: a two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Comput Hum Behav*. 30, 95-102.

Shapira, N. A., Goldsmith, T. D., Keck, P. E., et al. (2000). Psychiatric features of individuals with problematic Internet use. *J Affect Disord*, 57, 267-272.

Steinberg, L. (1990). *Autonomy, conflict, and harmony in the family relationship*. In S. S. Feldman & G. R. Elliott (Eds.), *At the threshold: The developing adolescent* (pp. 255-276). Cambridge, MA: Harvard University Press

Sugata, M., & Vivek, R. (2001). Children and the internet: experiments with minimally invasive education in India. *Br J Educ Technol*, 32, 221-232.

Thyssen, S. (2003). Child culture, play and child development. *Early Child Development and Care*, 173(6), 589-612.

Üstündağ, A. (2020a). *Çocuk ve ekran. Dijital medya ve çocuk gelişimi*. Ankara: Eğiten Kitap

Üstündağ, A. (2020b). Çocukların sosyal medya kullanım durumları ve sosyal medyanın çocukların duygu durumları üzerine etkisi. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 286-302.

Üstündağ, A. (2022). Ergenlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal destek algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(42), 169-190.

We Are Social ve Hootsuite. (2020). *Digital 2020 in Turkey*. Retrieved from <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/turkey>

Yellowlees, P., & Marks, S. (2007). Problematic Internet use or Internet addiction?. *Computers in Human Behavior*, 23.

Değerlerimiz ve Sosyal Medya

Erol ERDOĞAN¹

ÖZET

Çocukları konuşmak, bir ölçüde toplumu konuşmaktır. Nüfusun çoğunluğu çocuklardan oluştuğu gibi geleceğin yetişkinleri de bugünün çocuklarıdır. Bunun yanı sıra çocuklar üzerinden interneti, sosyal medyayı ve dijitali analiz etmek ise dijital dönüşümün temelini konuşmaktır. Günümüzdeki çocuklar ve gençler dijitalin yerlileridir. Dijital kültür, büyük ölçüde çocuklar ve gençlerin üretimleri, eğilimleri, alışkanlıkları ve tanımlarıyla şekillenmektedir.

Teknolojiye çocukların çabuk intibak ettiğini biliyoruz. Dijitalin renkli, hareketli, kendini öğreten özelliklerinin çocuğun merak, heyecan ve dinamik dünyasına hitap etmesinden dolayı çocuk-dijital arasında ilişki hızlı gelişmektedir. Ayrıca çocuk eksikliğini yaşadığı sevgi, oyun, yarış, ilgi, arkadaşlık, sohbet gibi hususları dijital evrende telafi edebileceğini düşünerek oralara yönelmektedir.

¹ Sosyolog, İlahiyatçı ve Yazar , ARGETUS Araştırma Danışmanı, catisizokul@gmail.com

İnsanın nesne ile bağlantısında kıymet verdiği ve sürdürmeyi istediği hâli “değer” olarak tanımlayabiliriz. Dini, ahlaki, sosyal, kültürel, ekonomik değerlerden söz etmek mümkün.

İnsanlar ve toplumların değerlerle ilişkisinde beşli bir döngüden bahsedebiliriz: Bilmek, yaşamak, anlatmak, yeniden üretmek, evrenselleştirmek.

Değerlerin asırlar boyunca yaşanması; dini, sosyal, kültürel ve akademik boyutta tanımlanması sürecidir. Yaşanmakta olan değerler, zaman ve mekân değişkenlerinin etkisiyle yeniden üretilir. Bu süreçte değerler anlatılır, tanıtılır ve eğitim öğretimi yapılır. Süreç kesintisiz ilerlediğinde, değerler sonraki kuşaklara kendiliğinden akar.

Ancak dijital dönüşüm, değerler bakımından çocuklar ve gençlerle üst kuşaklar arasında farklı durumların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Toplumlar, dijitalle yükledikleri anlam ve dijitalle kurdukları ilişkilere bağlı olarak değerlerini dijitalle taşıyabilmiştir. Değerlerini dijitalle taşıyamayan veya dijitalde kendi değerlerini üretemeyen toplumlar ise dijitali veya dijital içeriği üreten toplumların kadim değerlerine veya ürettikleri yeni yaklaşımlara maruz kalmaya başlamıştır.

Bu süreç aynı zamanda kuşaklararası farklılaşmanın değerler, inançlar, gelenekler bakımından artması, zaman zaman da farklılığın çatışmaya dönüşmesi gibi sonuçlarla karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada, çocukların toplumun değerlerini tanıma, kabullenme, beğenme, yaşama gibi tutumları ve davranışları dijital dönüşüm süreci çerçevesinde analiz edilecektir. Yapılacak analizlerde Dijitalleşme Çağında Gençler Araştırması 2021 ve Çocuklarda Kardeşlik, Arkadaşlık ve Akranlık Araştırması 2021’den veriler sunulacaktır.

Ayrıca yirmi yılı yakındır çocuklar ve gençlere dair çalışmalar yapan ve onlarla birlikte oyun, seminer ve sohbet ortamı paylaşan birisi olarak kendi gözlemlerimden kesitler aktaracağım.

Teknolojiyi üretmeden kullanan ve değerler konusunda muhafazakâr tutuma sahip toplumlar, teknolojik dönüşüm sürecinde genelde savunmacı tutumu benimsemektedirler. Bu sebeple, çalışmanın sonunda, çocuk ve dijital ilişkisi çerçevesinde üretimi öne çıkaran ve aktifliği esas alan bazı öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, Değerler, Sosyal medya, Çocuk ve dijital.

TOPLUMU ÇOCUKLA ANLAMAK

Çocuklar üzerine araştırma yapmak ve analizlerde bulunmak, iki açıdan toplumun genelini konuşmak anlamına gelir.

İlki: TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) 2021 sonu verilerine göre Türkiye’nin 84 milyon 680 bin 273 kişiden oluşan nüfusunun 22 milyon 738 bin 300’i yani yüzde 26,9’u çocuklardan oluşuyor.²

İkincisi: Çocuklar büyüyor genç oluyor, sonra yetişkin oluyorlar. Bugünün çocukları yarının belirleyicileridir.

Çocuklar üzerinden interneti, sosyal medyayı ve dijitali konuşmak ise konunun ana gövdesini konuşmaktır. Günümüzdeki çocuklar ve gençler dijitalin yerlileridir. Dijital kültür, büyük ölçüde çocuklar ve gençlerin üretimleri, eğilimleri, alışkanlıkları ve tanımlarıyla şekilleniyor.

Dijital İle Çocuk Arasındaki Tılsımı ya da Çocukluğu Kavramak

Aileler çocuklarının bilgisayar ve cep telefonu gibi teknolojik aletlere ve bunların içeriklerine hızlıca nüfuz ettiklerini ifade ediyorlar. Dijitalin renkli, hareketli, kendini öğreten özelliklerinin çocuğun merak, heyecan ve dinamik dünyasına hitap etmesinden dolayı çocuk-dijital arasında ünsiyetin hızlı geliştiğini söyleyebiliriz. Dijital kendini öğreten bir teknoloji, çocuk ise kendi kendine öğrenen bir canlıdır. Çocuk sorular soran, dijital evren sorulara çabuk cevap verebilen bir mecra. Çocuk keşfedici, meraklı, uyarıcılara duyarlı, oyuna hevesli, hareketlidir; dijital mecralar ise keşfe açık, meraklandırıcı, renkli, hareketli, oyun dolu, etkileşimcidir.

Dijital ve çocuk arasındaki, yukarıda sıraladığım güçlü iletişim ve etkileşim ilişkisini göz önünde bulundurarak, değer öğretilerimiz, eğitim sistemimiz, kültürel faaliyetlerimiz, sanat yaklaşımlarımız, dini hayatımız, aile içi ilişkilerimiz, dernek vakıf etkinliklerimiz ve dijital içeriklerimizin çocukluğa ve çocuklara uygunluğu hakkında sorgulayıcı yaklaşımla düşünersek önemli kanaatlere ve çıkarımlara ulaşabiliriz.

Bu aşamada bazı sorular üzerinde duralım. Mesela aile içi ilişkilerimiz aile bireylerini ve çocukları kuşatıcı mı, oyun ihtiyacını karşılıyor mu, sevgi dolu mu? Eğitim müfredatımız, ders akışlarımız ve öğretmen öğrenci ilişkilerimiz etkileşim, karşılıklı öğrenme, oyunlaştırma içeriyor mu? Kültür ve sosyal ortamlarımız çocuğun renkliliğine ve alternatif arayışlarına, heyecanına, merakına ve katılımına açık mı? Dini eğitimlerimiz ve ibadet ortamlarımız doğal öğrenme sağlayacak iklim özelliğine sahip mi? Çocuklara hizmet veren dernekler ve vakıflar ile çevrimiçi platformlarımız çocuk psikolojisini dikkate alan içerikler üretiyor ve etkinlikler

² <https://data.tuik.gov.tr/> Nüfus ve Demografi, 20 Nisan 2022 tarihli 45633 no.lu bülten

düzenliyor mu? Çocuklara yönelik yayımlanan dergiler ve kitaplar, edebiyatın zarif rehberliğinde mi hazırlanıyor? Din, ahlak, inanç, kültür aktarımı gayesiyle hazırlanan içerikler, ürünler ve mecralar dolaylı öğretime sahip mi yoksa didaktik mi? Hülâsa, dijitalin çocuklarla kurduğu tılsımlı ilişkiye karşı aile, okul, cami, sokak ve toplumun durumu nedir?

Bu ve benzeri sorulara verdiğimiz cevaplar, çocuklar ve gençler başta olmak üzere, toplumun değerleriyle ilişkisini ve sürdürülebilirliğini belli ölçülerde ortaya koyması bakımından önemlidir. Sorulara verilecek cevaplar veya bu soruların cevabı niteliğindeki uygulamalar, bir yönüyle çocukluğun ne derece kavrandığının da göstergesi olacaktır. Çocukluğu ve çocuğun zamanını kavramadan çocukları anlamak ve onlarla ilişki kurmak olanaksızdır.

Çocuk, eksikliğini yaşadığı, sevgi, oyun, yarış, ilgi, dostluk, sohbet, yardımlaşma gibi pek çok hususu dijital evrende telafi edebileceğini düşünerek online mecralara yönelmektedir. Çocuklarla internet ve dijital arasındaki bu aktif ilişki, başka nedenlerin de devreye girmesiyle çoğu kere aidiyet, bazen de bağımlılık aşamasına ulaşmaktadır.

Ancak dijital bağımlıların önemli bir kısmının, vakit geçirsin, ağlamsın ya da oynasın diye ellerine verilen akıllı telefonlarla, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde aileleri tarafından bu sürece dâhil edildikleri unutulmamalıdır. Dolayısıyla yetişkinler, çocuklar ve gençlerin dijital hâllerini konuşurken, kendi sorumlulukları bakımından öz eleştiri yapıcı tarzda da düşünmelidirler.

TOPLUMUN DEĞERLERLE İLİŞKİSİ ve DEĞER YAŞAM DÖNGÜSÜ

TDK Sözlüğünde “değer” felsefî olarak şöyle tanımlanıyor: “Kişinin isteyen, gereksinim duyan bir varlık olarak nesne ile bağlantısında beliren şey.”³

Bu tanımdan yola çıkarak değeri insan ve toplum bağlamında dini, ahlaki, sosyal, kültürel, ekonomik değerler gibi ana kategorilere ayırabiliriz. Alt kategorilerde ise aile değerleri, estetik değerler, meslek değerleri, şehir ve komşuluk değerleri, eğitim değerleri gibi pek çok başlık saymak mümkündür.

İnsanlar ve toplumların değerlerle ilişkisinde beşli pozitif bir döngüden bahsedebiliriz: Bilmek, yaşamak, anlatmak, yeniden üretmek, evrenselleştirmek. Ben bu süreci “Değer Yaşam Döngüsü” olarak tanımlıyorum. Değer Yaşam Döngüsünü şöyle tarif edebiliriz: Bir toplumun kimliğini belirleyen inanç, ahlak, kültür gibi değerlerinin zaman ve mekân boyutunda aktif olarak sürdürülmesidir. Toplum, değer yaşam döngüsünü kurabilmişse, her türlü değişim sürecini kimliği ve

değerleri bakımından kayıpsız atlatır, değişim süreçlerini gelişim dönemi olarak da değerlendirebilir. Şimdi “Değer Yaşam Döngüsü” içinde yer alan beş unsura göz atalım.

Bilmek: Bir tutum, düşünce ve davranışın “değer” olduğunun bilinmesi ve kabullü ile benzerlerinden ayrıştığı ve farklılaştığı noktaların kavranmasıdır.

Yaşamak: Değeri yaşamak, aile ve mahalle, gece ve gündüz, sokak ve okul, iş ve tatil, köy ve şehirde yani zaman ve mekânın bütün boyutlarında olmalıdır. Değerler zaman ve mekân boyutunda yaşandığında kültüre dönüşür, topluma nüfuz eder, değer bu hâli doğal öğrenim sağlar.

Anlatmak: Değerin anlatımı ve tanıtımı çoklu yöntemle olmalıdır. Tek boyutlu anlatımlar insanda ve toplumda karşılık bulmayacağı gibi dominant değerler ve popülerlik karşısında zayıf kalırlar. Sözelimi bir değer, sohbetlerde anlatılır ama sinema filmi, tiyatro oyunu, çizgi film, televizyon dizisi, roman, hikâye, sahne gösterisi, sokak oyunu, dijital oyun, mizah, fotoğraf ve resim sanatında yer almazsa toplumun geneline özellikle çocuklar ve gençlere ulaştırılamamış demektir.

Yeniden Üretmek: Bir inanç veya değer, zaman ve mekân boyutunda yaşanır, doğal ve çoklu yöntemlerle anlatılırsa büyük ölçüde yeniden üretilir. Ancak değişim ve dönüşümün hızlandığı anlarda, değer yeni mecralarda kendine yer edip edinmediğine bakılarak bazı stratejilerin uygulanması gerekir.

Evrenselleştirmek: İnançlar, tutumlar ve davranışlar, semboller ve adetler büyük ölçüde yerelde başlar, bilindikçe, yaşandıkça, anlatıldıkça alanı genişlemeye başlar. Bazı değerler bu süreçte evrenselleşir, yeryüzünün pek çok yerinde varlık gösterir, uluslararası sözleşmelere, belgelere, anlaşmalara girmeye başlar.

Değerlerin asırlar boyunca yaşanması aynı zamanda dini, sosyal, kültürel ve akademide tanımlanması sürecidir. Tanımlanan ve kabul gören değerler aile başta olmak üzere toplumun her biriminde yaşanır. Yaşamakta olan değerler, zaman ve mekân değişkenlerinin etkisiyle yeniden üretilir. Bu süreçte değerler dikey ve yatay olarak anlatılır ve eğitim öğretimi yapılır. Süreç kesintisiz ilerlediğinde değerler sonraki kuşaklara kendiliğinden akar. Ancak dijital dönüşüm, değerler bakımından farklı bir durum ortaya çıkarmıştır. Toplamların dijitalle yükledikleri anlam ve dijitalle aralarında kurdukları ilişkilere bağlı olarak değerleri dijitalle taşıyabilmiştir. Yanı sıra yukarıdaki beş hâlde (değer yaşam döngüsü) kesinti olmuşsa, değer dijitalle akışının olumsuz etkilenmesi söz konusudur.

Bir millet edebiyat, sanat, eğitim, kültürde çağındaki milletlerden ileride olsa ancak zamanın akışına bağlı olarak teknolojisini ve dijitalini oluşturmaz veya muhatap olduğu dijitalleşme sürecini aktif yönetemezse ya da rekabet üstücü bir anlayışla mevcuda karşı yeni bir dönüşüm süreci inşa edemezse sahip olduğu edebiyat, sanat, eğitim ile kültürün ve onların muhtevasında bulunan değerlerin

³ <https://sozluk.gov.tr/“Değer” maddesi>.

korunmasında ve geliştirilmesinde zafiyete uğrar; sahip olduğu değerlerin ulusal ve küresel dolaşımı aksar, kuşaklara aktarımı imkânsızlaşır. Zıt gibi görünse de değişim karşısında reddiyeci muhafazakâr veya toptan kabul edici pragmatist tavır takınmak, sonuçları bakımından benzerlik göstermektedir. Çünkü dönüşümü üretenler ve yönetenler, değerler bakımından da belirleyici olmaktadır.

Bu aşamada çözüm açıktır. Milletler, zamanın akışına bağlı olarak teknoloji ve dijitalini oluşturmali veya muhatap olduğu dijitalleşme sürecini aktif biçimde yönetmeli hatta rekabet üstücü bir anlayışla yeni bir değişim dönüşüm süreci kurgulamalıdır.

ÇOCUKLAR VE GENÇLERİN DİJİTALİ

Dijital süreçleri kavramak ve yönetebilmek için yukarıda yer alan hususların yanı sıra çocukların dijitalde neler yaptıkları, ne kadar vakit geçirdikleri, nelere eğilim gösterdikleri, dijitalin kendisine ve dijital ürünlere ne anlam yüklediklerini bilmek önemlidir.

İnternetin Türkiye'ye ilk gelişinde oluşan eğlence, vakit öldürme ve muzırlık algısı, onun üst yaş kuşaklarınca eksik bilinmesine, muhtevası ve fonksiyonlarının kavranamamasına, doğru politikaların oluşturulamamasına yol açmıştır. Bu algı, yetişkinlerin interneti kullanma biçimlerini belirli ölçülerde olumsuz şekillendirdiği gibi teknolojik dönüşümün eksik analizinden dolayı çocuklar ve gençlerle ilişkileri de olumsuz etkilemiştir. Bu süreç, kuşaklar arası farklılaşmayı artırdığı gibi farklılaşmanın çatışmaya dönüşme oranını da artırmıştır. Dost veya düşman, yeni veya eski, yerli veya yabancı, dini veya kültürel olsun; mahiyetine vakıf olunmayana dair doğru tutum, davranış ve politika geliştirilemez.

Dijital mecralar, dijital içerikler, farklı yaş gruplarının dijitaldeki tutumları ve davranışları hızlı değiştiği için alanın sürekli takibi gerekir. Dolayısıyla genel yaklaşımlar dışında, veriler ve bunlara bağlı analizler periyodik güncellenmeye ve teyide muhtaçtır.

Bu amaçla, yeni yapılmış araştırmalardan konumuza ışık tutacak birkaç veri paylaşmak istiyorum.

Gençler Dijitalde Neler Yapıyor?

Yüz yüze anket yöntemiyle, Eylül-Ekim 2021 döneminde gerçekleştirilmiş Dijitalleşme Çağında Gençler Araştırması 2021'de "İnterneti hangi amaçlar için kullanıyorsunuz?" sorusuna 15-29 yaş aralığındaki İstanbul'da yaşayan 1967 gencin verdiği cevaplar şöyle: %20,7'si iş; %45,4'ü araştırma, okul eğitimi, ders çalışmak, online eğitim; %47,7'si haber takibi; %88'i sosyal medya kullanımı; %72,9'u sohbet etmek; %34,8'i mail yazmak veya haberleşmek; %38,8'i alışveriş;

%57,3'ü eğlence ve oyun; %53,1'i film ve video izlemek; %56'sı müzik dinlemek; %10,2'si iş aramak; %6,8'i forum takibi; %3,2'si siyasi site takibi; %2,3'ü erotik site takibi için.⁴

Aynı araştırmada beşli seçenek verilerek yöneltilen "Sosyal medya mecralarını daha çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplarda ise "her zaman" ve "sıklıkla" toplamı olarak şu cevaplarla karşılaşırız:

Yüzde 60,2: Sohbet ve arkadaşlık.

Yüzde 59,8: Müzik dinlemek, oyun oynamak, eğlence.

Yüzde 55,2: Haber edinmek.

Yüzde 53,3: Film ve dizi izlemek.

Yüzde 43,9: Ödev ve sunum hazırlamak, uzaktan eğitim.

Yüzde 36,1: Stres atmak.

Yüzde 20,1: Alışveriş yapmak.

Yüzde 11,0: Reklam, duyuru, tanıtım, propaganda.

Buradaki veriler ve benzer araştırmaların sonuçlarından, çocuklar ve gençlerin internet ve dijital mecraları çok yönlü, çok amaçlı ve fonksiyonel kullandıklarını anlıyoruz. Yetişkinlerin, dijital kullanımları bu denli çeşitli olmadığı gibi, çocuklar ve gençlerin interneti çok amaçlı ve fonksiyonel kullanmadığına dair kanaate ve olumsuz önyargıya sahip olduğunu da biliyoruz.

Araştırma sonuçlarına bakarak değerler açısından şu iki soruya yoğunlaşmalıyız: Çocuklar ve gençler, internette ve dijital mecralarda çoğunlukla sohbet, arkadaşlık, müzik, film, eğitim, haber, alışveriş amaçlı bulunduğu göre bu alanlardaki küresel ve ulusal içeriklerin durumu nedir? Bizim bu alanda yaptıklarımız, yapacaklarımız, planlarımız, stratejilerimiz nelerdir?

Arkadaşlık ve Sosyal Medya

İstanbul'daki 10-14 yaş arası çocuklarla yapılan bir araştırmada ise çocuklardan yüzde 11,2'sinin arkadaşlarını "sosyal medya arkadaşı" olarak tanımladığı görülüyor.⁵

2021 yılı Ekim ve Kasım aylarında 10-14 yaş aralığında İstanbul'daki 1917 kişiyle gerçekleştirilen yüz yüze anket sonuçlarına göre çocukların arkadaşlarını tanımlamaları ve oranları şöyle:

Yüzde 60,82: Okul arkadaşı.

Yüzde 20,6: Kurs arkadaşı.

Yüzde 13,6: Oyun arkadaşı.

Yüzde 05,6: Oyun veya maç arkadaşı.

Yüzde 04,4: Tatil arkadaşı.

⁴ Dijitalleşme Çağında Gençler Araştırması 2021, İst. ARGETUS Araştırma - Çekmeköy Bld.

⁵ Çocuklarda Kardeşlik, Arkadaşlık ve Akranlık Araştırması, 2021, İst. ARGETUS Araştırma - Üsküdar Bld.

Yüzde 11,2: Sosyal medya arkadaşı.

Yüzde 68,6: Mahalle, sokak, memleket, akraba arkadaşı.

Yüzde 02,7: Yurt arkadaşı.

Yüzde 00,3: Diğer.

Araştırma sonuçları, çocukların ve gençlerin çevrimiçi zamanlarının çoğalmasına rağmen, arkadaş seçiminde veya arkadaşlıkların sürdürülmesinde okul, mahalle, akraba, oyun gibi geleneksel tercihleri devam ettirdiklerini göstermektedir.

Aynı araştırmada “Sosyal medyanın arkadaşlık kurmak için iyi bir ortam olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna ise yine 10-14 yaş aralığında İstanbul’daki 1917 çocuk, büyük oranda “hayır” demiş. Cevaplar ve oranları şöyle:

Yüzde 70,5: Sosyal medyanın arkadaşlık için iyi bir ortam olduğunu düşünmüyorum.

Yüzde 29,5: Sosyal medyanın arkadaşlık için iyi bir ortam olduğunu düşünüyorum.

Sonuçlara bakarak çocukların zihin dünyasının şekillenmesinde arkadaşlık bakımından geleneksel tercihlerin ve etkilerin büyük oranda sürdüğünü düşünebiliriz. Sanıyorum, bağımlı olanlar hariç, çocuklar, dijital evreni her şeyleri olarak düşünmüyorlar, özellikle güven konusunda temkinliler, arkadaşlık seçiminde gerçekçiler. Bunun yanı sıra yüzde 11,2’lik sosyal medya arkadaşlığı oranı ile yüzde 29,5 oranındaki sosyal medyanın arkadaşlık için iyi bir ortam olduğunu düşünme oranları da değer-dijital etkileşiminin önemli oranlara ulaştığını göstermektedir.

Çocuk ve Dijitalde Oyun

Çocuk ve oyun ilişkisinin gücü, oyunun çocuk tasavvurunun gelişimindeki rolü, oyunun çocuğu hayata hazırlamadaki fonksiyonları yeni anlatılara ihtiyaç duyacak kadar açık bir gerçektir. Oyunun çocuk ve genç üzerindeki etkisi dün vardı, bugün var, yarın da olacak. Dün fiziki mekânda oynanan oyunlar, bugün hem fizik mekânda hem de online/dijital evrende oynanıyor. Çocuk-değer ilişkisinde oyunun önemi daha da arttı.

Peki dijital evrendeki oyunlar, çocuklara ve oynayan herkesin diline, benliğine, aklına, muhakemesine, gönlüne ne tür değerler akıtıyor?

“Bugün dijital platformlardaki ‘yeni oyunlar’, o oyunu oluşturan yazılımcıların sokaklarından, inançlarından, geleneklerinden izler, anlamlar, semboller taşıyor. Biz onlara ‘yeni’ diye bakıyoruz ama onlar eskinin yeniden üretimidir.”⁶ İnternet ortamındaki içerikler, bunları üretenlerin dünya görüşleri, inanç ve değerlerinden bağımsız değildir. Sosyal medyadaki zihin ve algıları yönetme algoritmaları dijital oyunlarda da karşımıza çıkmakta, bazı inançlara, değerlere ve kültürlerle yönelik hakaret ve saldırılar ileri boyutlara ulaşmaktadır.

⁶ Saklambosi, Erol Erdoğan Sayfa: İz Yayıncılık. 1997.

2016 yılında Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı ile İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) “Oyunlarda İslamofobi” başlıklı bir rapor yayımlanmıştı. O çalışmada, birçok oyunda şiddet ve İslam düşmanlığı bulunduğu yer almıştı.⁷

Mezkûr oyunlarda, Kâbe kapısının şeytan kulesine girişin sembolü gibi gösterilmesi, Kâbe kapısının patlatılması, Mescidi Nebevî’nin kapısına illuminati sembolünün yerleştirilmesi, kitaplar raflardayken Kur’an’ın yerde gösterilmesi, kirli klozetin üstünde hadis-i şerif bezeli tablonun olması, teröristler yaralanırken ya da ölürken Allahuekber ve Lailaheillallah çığlıkları atması, ağır silahlarla Hz. Ali’nin kabrine saldırılması, Kuran’ın üzerinde dans edilmesi, oyuncudan Hz. Muhammed’in öldürülmesinin istenmesi, minare ve müezzin vurularak puan alınması, çarşafli kadınların toplanmasıyla oyunda ilerlenilmesi gibi hususlar yer alıyordu.

Buradaki sorularımız şunlar olmalıdır:

Kendi değerlerimizin söz, sembol, ritüel olarak yer aldığı fizik mekân oyunları “değer yaşam döngüsü” sağlayacak biçimde oynanıyor mu?

Çocuğun oyun seçim önceliklerini dikkate alarak oluşturulmuş değer, inanç ve kültür bakımından olumlu dijital oyunlar üretiliyor mu?

İçeriğinde şiddet ve cinsellik ile inanç karşıtlığı olan oyunlara karşı toplumsal şuur var mı, aileler ilgili ve bilgili mi, filtre imkânları var mı ve uygulanıyor mu, çocuklar ve gençlerde duyarlılık oluşturulabiliyor mu?

İKİ ÖRNEK SÜREÇ ANALİZİ

Kurban Bayramı ve Dijital Dönüşüm

İnsan, zaman ve mekânda yaşar. Bu iki boyut insanın kimliğini tanımlar ve iradesini belirler. Zaman ve mekândaki unsurlardan biri tabiattır, tabiatın içindeki unsurlardan biri de hayvandır. İnsan, hayvanla hukukunu varlık amacına uygun şekilde oluşturmazsa, tuhaf hâller oluşabilir.

Şehirleşmenin ve metropol yaşamının baş döndürücü artışı, tabiatı ve topraktan uzaklaşma, hızlı gerçekleşen dijital dönüşüm insan ile hayvan arasındaki anlamı, duyguyu, ilişkiyi farklılaştırmıştır. Günümüzde bazı çocuklar ve gençler hayvan, ağaç, çiçek, sebze ve topraktan uzak olmaları sebebiyle tabiata ve içindekilere bazen eksik bazen abartılı anlamlar yüklemektedir. Onlar için bir hayvan bazen yakın bir arkadaş veya oyuncak anlamı taşıırken bazen de tehlikeli ve saldırgan bir varlık anlamına gelebilmektedir. Kurban bayramlarında hayvanların kesilmesine karşı çıkanlardan bazılarının tabiatla yabancılaşması sonucunda böyle bir eğilime sahip olduklarını düşünüyorum.

⁷ Bkz: <https://www.oyunlardaislamofobi.com/>

Kurbanlık hayvanla insan arasındaki anlam değişiminin ve yabancılaşmanın ikinci boyutu, ailenin kurbanını kendi kesmeyip bir kuruma kesmesi için bağışta bulunmasında ortaya çıkmaktadır. Mesela aile, kurbanlarının hepsini uzun yıllar banka havalesi ile bağışladığında ailede ve toplumda kurban iklimi yeterince oluşmuyor. Dolayısıyla “kurban kesmek” bir süre sonra “online bağış” anlamına dönüşebiliyor. Bu dönüşüm bir süre sonra “hayvan kesilmesin” yaklaşımına da evrilebilmektedir.

Sadece çocuklar değil yetişkinler de tabiattan uzaklaştıkça insanın tabiat tasavvurunda sorunlar oluşacak; hayvana, ağaca, çiçeğe, güneşe yüklenilen anlamlarda modern sapmalar baş gösterecektir. Öyleyse toplumun, hayvanlar başta olmak üzere tabiata ve onun içindekilere yönelik tasavvurunu, tutumlarını ve davranışlarını sahil çizgide sürdürmesini sağlamak için yardımcı olmalıyız.

Ayrıca kurban bayramını sadece “online bağış” olarak algılanmasının önüne geçmeliyiz, gerçek bir bayram ortamı sağlamalıyız.

Pek çok ibadet, özellikle oruç ve kurban, çocuklar için eğitici, kaynaştırıcı ortamlar oluşturmaktadır. İyi yaşanan bir Kurban Bayramı onlarca kitaba bedeldir. Bayramların güçlü bir çocuk damarı vardır.”⁸

2006 yılındaki bir yazımda, bu hususa dikkat çekerek özetle şunları kaydetmiştim: “Aileler de, çocukları için özel hatıralara sebep olan kurban sıcaklığını unutturmamalıdır. Hiç değilse kurbanlarından birini kendileri kesmeyi, kesemeseler de kesim ortamında bulunmayı ihmal etmemelidirler Kurban edilecek hayvana dokunmak ve sırtını sıvazlamak, hayvanı beslemek ve sevmek, mini paketler (pay) hazırlayarak komşulara götürmek, mahallemizdeki fakirleri bulmak, kurban eti vesilesi ile sofrada beraber olmak, kapıya gelen çocuklara harçlık vermek... Bunlar sevgimizi ve dostluğumuzu çoğaltan şeyler. Uzaklardaki ihtiyaç sahiplerini düşünürken mahalledeki ihtiyaç sahiplerini bulamayacak körlüğe düşmemeliyiz, kurbanı soğuk bir rutine dönüştürmemeliyiz. Komşumuzun çocuğunu sevin-dirdiğimiz sürece dünyanın öbür ucundaki yoksulu hatırlayacak sevgiyi içimizde hissedimiz.”⁹

Çocuklar ve Gençlerin Mutfak Kültürü

Ailelerin çocuklar ve gençlerden şikâyetçi oldukları konulardan biri de “iki yumurtayı kırmayı bilmiyor” veya “Dolaptaki hazır yemeği bile ısıtamıyor” sözleriyle özetledikleri husustu. Ailelerin üstünü başını kirletmesin, kırıp dökmesin, ders çalışmaya daha çok vakti olsun, yapamazsa malzeme israf olur diye mutfaktan uzak tutmalarının yanı sıra fastfood sektörünün de etkisiyle çocuklar ve

gençlerin yemek yapma becerileri gelişmemişti. Ancak son yıllarda televizyonlarda ve dijital mecralarda yayımlanan yemek programlarının etkisiyle küçük yaşlardan itibaren çocuklar ve gençlerde mutfak kültürünün hızla geliştiğine ve yemek yapmaya ilginin arttığına şahit olmaya başladık.

Bu süreçte üniversitelerin gastronomi bölümlerinin sayıları arttı, yemek ve pasta atölyeleri düzenleyen kurslar çoğaldı, gençlerin katıldığı lezzet yarışmaları yaygınlaştı, gençlerin bizzat kendilerinin anlatıcı olduğu lezzet videoları yüksek izlenirliklere ulaşmaya başladı.

Bu gelişmeler, iki değişimin habercisiydi. Bir: Çocuklar ve gençler, önceki yılların aksine mutfaka girmeye başladılar, yemek başta olmak üzere salata, pasta, tatlı, ekmek gibi pek çok lezzeti yapmayı öğrendiler. İki: Çocuklar ve gençlerin yeni mutfak kültürü, aile içinde üst kuşaktan aktarımla değil, dijital mecralar ve televizyon kaynaklı olduğu için yemek ve sofrada adabı da yeni değerlere sahipti.

SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Çocuk ve değer ilişkisinin doğru kavranabilmesi ve uygulanabilir stratejiler ile politikaların üretilmesi için çocukluk, günümüzdeki çocuklar, dijital dönüşüm, çocukların dijitalle ilişkileri üzerinde sağlıklı verilere ihtiyacımız bulunmaktadır. Aktif ve sürekli değişen dijital evreni, durağan bilgilerle kavrayamayacağımız gibi ön yargılarımızdan kurtulamayız. Eksik kavrama ve önyargı ise yanlış politikaları savunma hatasına düşürecektir. Bu sebeple, alanla ilgili bilgilerimizi güncellemeliyiz, çocuklar ve gençlerle karşılıklı öğrenmeye açık ve etkileşimli ilişkiler geliştirmeliyiz.

Yetişkinler, çocuklarının dünyasını ve çağı anlayabilmeleri için dijital dönüşümü izlemeli ve işlerine yarayacak şekilde kullanmalıdır. Tabii, elli yaş üstünün oran olarak daha fazla internet bağımlısı olduğunu düşünürsek, yetişkinlerin internetle ilişkilerinin riskler barındırdığını da kabul etmek gerekir.

Değerlerin varlığını sürdürmesi için “değer yaşam döngüsü” üzerinde düşünmeliyiz. Bir yönüyle “değer ekosistemi” inşa etmeliyiz. Aktif ve çok yönlü yaşanan değerler, zaman ve mekân değişkenlerinin etkisiyle yeniden üretilir, sonraki kuşaklara kendiliğinden akar.

Bunun yanı sıra dijital dönüşümün, değerler bakımından çocuklar ve gençlerle üst kuşaklar arasında farklı durumların ortaya çıkmasına neden olduğunu bilmeliyiz. Toplumlar, dijitalle yükledikleri anlam ve dijitalle kurdukları ilişkilere bağlı olarak değerlerini dijital mecralara taşıyabilmektedir. Değerlerini dijital taşıyamayan veya dijitalde kendi değerlerini üretemeyen toplumlar, dijital içeriği üreten toplumların değerlerine maruz kalmakta, bir süre sonra başta yabancı gördükleri değerleri içselleştirmektedirler. Teknolojiyi üretmeden kullanan ve

⁸ Erol Erdoğan, söyleşi. <https://www.timeturk.com/erol-erdogan-kurban-gereken-inceliklerle-yasanirsa-bir-bayram-onlarca-kitaba-bedel-olabilir/haber-712782> (Erişim: 14.06.2022)

⁹ Bazı şeyler dağınık kalsa, Erol Erdoğan. Çatısız Okul – Milli Gazete, 21.12.2006

değerler konusunda muhafazakâr tutuma sahip toplumlar, teknolojik dönüşüm sürecinde genelde savunmacı tutumu benimsemektedirler. Burada, “yeni bir teknoloji mümkün mü?” sorusu da önem kazanmaktadır.

İçinde bulunduğumuz teknoloji sürecinin doğru tanımlanması da önemlidir. “Sosyal medya, yeni medya, sanal medya” adlandırmaları “değer” yüklü tanımlamalardır. Doğru tanımlama için anahtar kavramların dijital, online, çevrimiçi olabileceğini düşünüyorum. Dijitalin yasa, hak ve hukuktan muaf olamayacağı gibi Kirâmen Kâtibin’in yazım alanı içinde olduğu da her yaştan insana fark ettirilmelidir.

Yetişkinlerin dijital mecraları kullanım biçimleri de çocuk – değer ilişkisini etkilemektedir. Mesela yetişkin bir kişi veya yardım kuruluşu iftar verdiği, kıyafet giydirdiği, ayakkabı hediye ettiği yetimlere poz verdirerek çektiği fotoğrafları “yetim çocuklar” yazılı metinler ve görsellerle paylaştığında, medeniyetimizdeki yetim muhayyilesi ve tasavvuru zarar görmekte, bu hâller çocukların hayır veya yardım duygusuna zarar vermekte veya bu tür paylaşımlar yetimlik duygusunu kalıcılaştırmaktadır.

Dijital dönemde çocuk – değer ilişkisi bakımından en önemli konu oyunlardır. Günümüzde “dijital oyunlar” o oyunu oluşturan yazılımcıların inançlarından ve geleneklerinden izler taşımaktadır. Öncelikle, kendi değerlerimizin söz, sembol, ritüel olarak yer aldığı fizikî mekânda oynanan oyunları “değer yaşam döngüsü” sağlayacak biçimde oynanmasını sağlamalıyız. Buna eş zamanlı olarak çocuğun oyun seçim önceliklerini dikkate alarak oluşturulmuş değer, inanç ve kültür bakımından olumluluk kriterlerine sahip dijital oyunlar üretilmelidir. Ayrıca içeriğinde şiddet, cinsellik, mahremiyet karşıtlığı, inanç düşmanlığı olan oyunlara karşı toplumda şuur oluşturulmalı, filtreler artırılmalı, çocuklar ve gençlerde duyarlılık oluşturulmalı, hukuki ve yasal mücadeleler ihmal edilmemelidir.

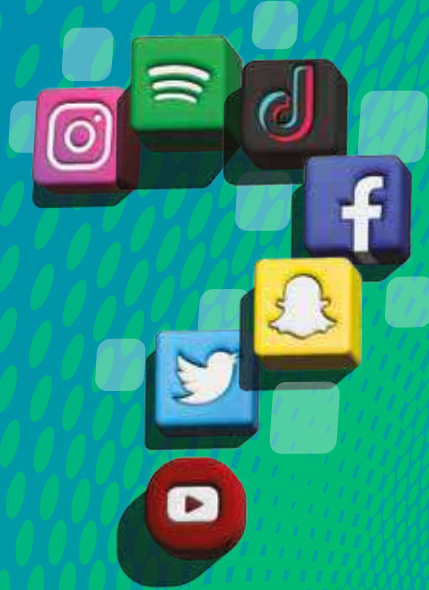
Çocuk değer etkileşiminin verimli olması için aile içi ilişkilerimiz, eğitim müfredatımız, öğretmen öğrenci ilişkilerimiz, dini eğitimlerimiz ve ibadet ortamlarımız, çocuklara hizmet veren dernekler ve vakıflarımız, çevrimiçi platformlarımız, çocuk kitaplarımız ve dergilerimiz, kültür ve sanat etkinliklerimiz, tatil ve seyahat biçimlerimiz çocuk algısı, heyecanı, merakını ve ilgisini çekecek nitelikte olmalıdır. Özellikle dini bakımdan Hazreti Peygamber Muhammed Aleyhisselam’ın hayatında, bu saydıklarımıza örnek gösterilecek uygulamalar fazlasıyla mevcut olduğu gibi tarihte ve günümüzde de zengin örnekler bulunmaktadır.

Bu süreçlerde çocuklar ve gençlerin aktif katılımı sağlanmalıdır. Bu sebeple çocuklar ve gençler belli yaşlardan sonra dijital içerik, mecra, marka ve alternatif teknoloji üretmeye teşvik edilmeli, dijital mevzuatın hazırlanması ile dijital politikaların oluşturulması ve uygulanmasında gençler söz, yetki ve sorumluluk üstlenmelidir.



ÇOCUK ve YENİ MEDYA

ÇALIŞTAY RAPORU



ÇALIŞTAY BİLİM KURULU

Prof. Dr. Ali BÜYÜKARSLAN / İstanbul Medipol Üniversitesi
Prof. Dr. Ayhan TAŞTEKİN / İstanbul Medipol Üniversitesi
Prof. Dr. Burhanettin Aykut ARIKAN / Türk Alman Üniversitesi
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTCÜ / Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Edibe SÖZEN / Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜERDOĞAN / Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Prof. Dr. Güzin ILICAK AYDINALP / İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Hüseyin EKER / Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Prof. Dr. Hür Mahmut YÜCER / Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sezai TÜRK / Manas Üniversitesi (Kırgızistan)
Prof. Dr. Murat ÖZGEN / İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖZTÜRK / Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Prof. Dr. Nail YILMAZ / Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR / Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Selçuk Hünerli / İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa
Prof. Dr. Suat GEZGİN / Yeditepe Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Murat KIRIK / Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Lütfiye SÖĞÜTLÜ / Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Doç. Dr. Nevzat ÖZEL / Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. Pelin VARDARLIER / İstanbul Medipol Üniversitesi
Doç. Dr. Sibel AKOVA / Yalova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin EKİCİ / Medeniyet Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ümmügülüm AYSAN / Sağlık Bilimleri Üniversitesi

GİRİŞ

Beykoz Belediyesi ve HAKEDER Derneğinin öncülüğünde, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Türk Alman Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve TRT Çocuk iş birliği içerisinde 28 Mayıs 2022 tarihinde Çocuk ve Yeni Medya konulu bir sempozyum düzenlenmiştir.

Sempozyumda dijital medyada çocukların karşılaşabileceği tehlikeler ile birlikte dijital medyanın çocuk yararına etkin kullanımına yönelik fikirler ortaya konulmuştur. Bu fikirlerden hareketle dijital medyada çocuk güvenliğinin sağlanması, çocuk yararına dijital içerik üretimi, dijital ebeveynlik, çocuklarda dijital bağımlılık ve sosyal koruma sistemi içerisinde dijitalleşmenin sağlanması konularında 22 Haziran 2022'de Türk Alman Üniversitesinde sempozyumu gerçekleştiren paydaşlar ile birlikte bir çalıştay düzenlenmiştir. Söz konusu çalıştay alanında uzman akademisyenler, hukukçular, psikologlar, sosyal çalışmacılar ve TRT çocuk koordinatörlüğü çalışanlarının katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalıştayda dijital medyada çocukların korunmasına yönelik uygulamaların geliştirilmesi, çocuklara yönelik faydalı içeriklerin neler olacağı, nasıl üretileceği ve üreticilerin nasıl desteklenmesi gerektiği, ebeveynlerin dijital mecralara ilişkin farkındalık ve bilgilerinin artırılmasına yönelik desteklenmeleri, dijital bağımlılığa yönelik farkındalığın artırılması ve bağımlılığın önlenmesi, sosyal koruma sistemi uygulamalarında dijitalleşme yolunda ne tür adımlar atılması gerektiğine yönelik çalıştay çıktıları ışığında program ve politikaların hayata geçirilebilmesi amaçlanmıştır.

MODERATÖRLER

ADI - SOYADI	KURUMU
Prof. Dr. Ali BÜYÜKASLAN	İstanbul Medipol Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail BARIŞ	Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR	Üsküdar Üniversitesi İletişim
Prof. Dr. Filiz AYDOĞAN BOSCHELE	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer PEMBEÇİOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Taner ARTAN	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Şebnem ÖZDEMİR	İstanbul İstinye Üniversitesi
Doç. Dr. Ekmel GEÇER	Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Murat KIRIK	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Burak Hamza ERYİĞİT	Marmara Üniversitesi
Dr. Nurullah YÜCEL	Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Dr. Esra Ercan BİLGİÇ	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Dr. Şerafettin EKİCİ	İstanbul Medipol Üniversitesi

KATILIMCILAR

ADI – SOYADI	KURUMU
Ahmet ÇEKİÇ	Cumhuriyet Savcısı
Ahmet Emin BAYSAL	İstanbul Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü
Ali Fuat KARAMAN	İstanbul Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürü
Arzu Gürcan GÖKSU	KADEM
Asım EKREN	Cumhuriyet Savcısı
Aşkın TOPUZOĞLU	İstanbul 1 No'lu Baro Başkanlığı
Aylin ARICI	İstanbul Üniversitesi
Ayşe AKAY	Sağlıklı Hayatı Teşvik ve Sağlık Politikaları Derneği
Cemal DONAT	Avukat
Ceyda YUNUS	TRT Çocuk
Eren DEDEKLİ	İstanbul Anadolu Adliyesi ADM Müdürlüğü
Esra GÜLTEKİN	Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi
Fadime YÜCEYALTIRIK	TRT Çocuk
Fatma DOYDU AKSU	İstanbul 2 No'lu Baro Başkanlığı
Gülistan DAL	TRT Çocuk
İpek MİSCİOĞLU	Birleşmiş Milletler Yüksek Komiserliği
Kübra TAŞKIRAN	TRT Çocuk
Lale Pınar ÇORAKLI	İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü

ADI – SOYADI	KURUMU
Leman YENİGÜN	HAKEDER Başkanı
Orhan GÜLDİKER	İstanbul 1 No'lu Baro Başkanlığı
Osman BAŞ	İstanbul Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü
Özlem TEMÜR	İstanbul İl Emniyet Müdürlüğü
Pervin TUNA	İstanbul Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü
Rahmet YILMAZ	TRT Çocuk
Selçuk KAPISIZ	İstanbul İl Göç Müdürlüğü
Sevda MAT	Bakırköy Adliyesi ADM Müdürlüğü
Şengül KARSLI	Avukat
Şerife KOÇER	İstanbul Aile ve Sosyal Hizmetler İl Müdürlüğü
Tuncay KARABEL	Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı
Tülay KALAV	Tuzla Belediye Başkan Yardımcısı
Ümit BABAYİĞİT	Hakim
Ümit BAĞIŞ	İstanbul İl Emniyet Müdürlüğü
Yıldız KONAL SÜSLÜ	Psikolog
Yunus TANIŞMAN	Cumhuriyet Savcısı
Yusufhan GÜLER	İstanbul 2 No'lu Baro Başkanlığı
Zafer GENÇ	İstanbul Adliyesi ADM Müdürlüğü

ÇALIŞTAYIN YAPISI

İletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişim göstermesiyle birlikte internet kullanımı çocukların günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası olmuştur. İnternet kullanımıyla beraber dijital medya araçları da çeşitlilik (sosyal medya siteleri, videolar, animasyonlar, oyunlar, sanal gerçeklik, veriler, E-ticaret siteleri, Web siteleri ve mobil uygulamaları, arttırılmış gerçeklik, konum tabanlı hizmetler, etkileşimli hikâyeler, vb.) göstermiştir. İnternet ve dijital medya araçlarının kullanımındaki çeşitliliğin artması, çocuklara yönelik çevrimiçi tehditlerin boyutuna ve çeşitliliğine de etki etmiştir. Hızla büyüyen dijital dünyada çocukların güvenliklerinin ön planda tutularak, faydalı içeriklere erişimlerinin sağlanabilmesi, dijital ebeveynlik ile sosyal hizmet, eğitim ve sağlık alanlarında dijital çağa uygun yeniliklerin geliştirilebilmesi amacıyla konu uzmanlarının görüşlerini almak üzere Beykoz Türk Alman Üniversitesinde 22 Haziran 2022 tarihinde 1 günlük çalıştay gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılardan aşağıda yer alan hedefler ve stratejilere ilişkin olarak hazırlanan sorular doğrultusunda görüş ve önerilerinin alınması amaçlanmıştır. Çalışma yöntemi olarak “Beyin Fırtınası” uygulanmış olup yaklaşık 7’şer kişiden oluşan 5 grupta paralel bir çalışma sürdürülmüştür. Çalışma grupları haricinde düzenleme kurulundan oluşan bir başka grup da diğer gruplarda ele alınan konuları eş zamanlı olarak değerlendirmişlerdir. Her grup için önceden belirlenen birer moderatör ve raportör çalışma gruplarında yer almıştır.

Grup çalışmaları moderatörler tarafından yönetilmiş ve gruplarda yer alan raporörler çalışmalarda ele alınan hususlarının raporlanmasında görev almışlardır.

Çalışma grupları kendi konuları hakkında ele aldıkları hususlara ek olarak toplumsal bir sözleşme oluşturmak amacıyla düzenlenmesi planlanan çocuk ve dijital medya hakkında etik manifestoda yer almasını önerdikleri ifadeleri de görüşmüşlerdir. Manifestoya ilişkin cümleler düzenleme kurulunca toparlanarak manifesto metni oluşturulmuştur.

Çalıştayda önerilen tüm fikir ve görüşler, gerekli durumlarda başvurulacak yasal dayanaklarıyla birlikte uygulanacak stratejiler olarak raporda sunulmuştur. Çalıştayda tüm çalışma gruplarının önerilere ilişkin değerlendirmeleri, belirlenen 5 farklı seviyede derecelendirilmiştir. Çalışma gruplarının öneri metninde yer verdikleri fikir ve görüşler değerlendirildiğinde;

- 5 ayrı çalışma grubunda kabul edilen fikir ve görüşler **A** seviye,
 - 4 ayrı çalışma grubunda kabul edilen fikir ve görüşler **B** seviye,
 - 3 ayrı çalışma grubunda kabul edilen fikir ve görüşler **C** seviye,
 - 2 ayrı çalışma grubunda kabul edilen fikir ve görüşler **D** seviye,
 - 1 ayrı çalışma grubunda kabul edilen fikir ve görüşler **E** seviye,
- olarak belirlenmiştir.

Çocuk ve Yeni Medya Çalıştayında yer alan çalışma gruplarının çalıştayda ele alınan konu başlıklarına göre çalışma programı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

KONU BAŞLIKLARI

1. Grup	Dijital Medyada Çocuk Güvenliği	Çocuk Yararına Dijital İçerik Üretimi	Çocuklarda Dijital Bağımlılıkla Mücadele	Dijital Ebeveynlik	Dijital Sosyal Koruma Sistemi
2. Grup	Çocuk Yararına Dijital İçerik Üretimi	Çocuklarda Dijital Bağımlılıkla Mücadele	Dijital Ebeveynlik	Dijital Sosyal Koruma Sistemi	Dijital Medyada Çocuk Güvenliği
3. Grup	Çocuklarda Dijital Bağımlılıkla Mücadele	Dijital Ebeveynlik	Dijital Sosyal Koruma Sistemi	Dijital Medyada Çocuk Güvenliği	Çocuk Yararına Dijital İçerik Üretimi
4. Grup	Dijital Ebeveynlik	Dijital Sosyal Koruma Sistemi	Dijital Medyada Çocuk Güvenliği	Çocuk Yararına Dijital İçerik Üretimi	Çocuklarda Dijital Bağımlılıkla Mücadele
5. Grup	Dijital Sosyal Koruma Sistemi	Dijital Medyada Çocuk Güvenliği	Çocuk Yararına Dijital İçerik Üretimi	Çocuklarda Dijital Bağımlılıkla Mücadele	Dijital Ebeveynlik

AMAÇ

“Çocuklar İçin
Güvenilir,
Etkin ve Çağa
Uygun
Dijital Medya
Kullanımı
Sağlamak”

HEDEFLER

1. KONU BAŞLIĞI

*Dijital Medyada
Çocuk Güvenliği*

HEDEF: Çocukların
Psikososyal Gelişimlerine
Zarar Verecek Dijital Medya
İçeriklerinin Denetimi ve
Engellenmesi

2. KONU BAŞLIĞI

*Çocuk Yararına
Dijital İçerik Üretimi*

HEDEF: Çocuklar İçin Faydalı
Dijital İçerik Üretiminde
Araştırma, Geliştirme ve
Teşvik Sağlanması

3. KONU BAŞLIĞI

*Çocuk ve Dijital
Medya Bağımlılığı*

HEDEF: Çocuklarda Dijital
Bağımlılıkla Mücadele

4. KONU BAŞLIĞI

Dijital Ebeveynlik

HEDEF: Ebeveynlerin
Dijital Okur Yazarlığını ve
Son Kullanıcı Deneyimlerini
Geliştirmek

5. KONU BAŞLIĞI

*Dijital Sosyal
Koruma Sistemi*

HEDEF: Dijital Sosyal Hizmet,
Eğitim ve Sağlık Platformları
Geliştirmek

6. KONU BAŞLIĞI

Manifesto

HEDEF: Çocuk ve Dijital Medya
Konulu Bir Etik Manifesto
Ortaya Koymak

ÇALIŞMA KONULARI

1.Dijital Medyada Çocuk Güvenliği

HEDEF

Çocukların İyi Oluşlarını Zedeleyecek Dijital Medya İçeriklerinin Denetimi ve Engellenmesi

Strateji 1.1. Tüm medya mecralarında çocukların korunabilmesi için bu alanda hizmet veren BTK, RTÜK, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kurulu ve Siber Suçlar ile Mücadele Daire Başkanlıkları (Emniyet ve Jandarma) üyelerinden oluşan Cumhurbaşkanlığına bağlı bir üst kurul oluşturulmalıdır. Bu üst kurulun görev ve yetkilerini (içeriklerin yasaklanması, erişimlerinin engellenmesi, yayınlarının sınırlandırılması, ekonomik müeyyideler uygulanması, içeriklerin ve veri sağlayıcıların takibinin veya denetiminin sağlanması vb.) belirleyecek yeni mevzuat düzenlemelerinin yapılması gerekmektedir.

Gerekçe: Çocukların dijital mecralarda güvenliklerinin sağlanması ve zararlı medya içeriklerinin engellenmesi için farklı kurumlar farklı alanlarda görev yapmaktadır. Bu kurumların uygulama birliği içerisinde olmaması ve her birinin kendi alanındaki etkinliğinin gelişen dijital medya mecralarının yeni ortaya çıkan tehditlerine karşı yetersiz kalabildiği görülmektedir. Etkin çalışmalar yürütülebilmesi için koordinasyonun en üst düzeyde olması gerekmektedir.

** Bu stratejinin düzeyi A olarak belirlenmiştir.*

Yasal Dayanak:

1117 Sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu

809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu

RTÜK Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik

5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun

Strateji 1.2. Çocuklar için dijital risk unsurlarının ve denetlenmesi gereken içeriklerin neler olduklarına ilişkin (çocukların yaş grubuna uygun olmayan, güvenliğini tehdit eden, suça teşvik edici, her türlü ihmal ve istismarı) standartların belirlenmesi ve derecelendirilmesi gerekmektedir.

Gerekçe: Sürekli değişen ve dönüşen dijital medya dünyasında yer alan, denetlenmesi ve yasal yaptırımlara tabi olması gereken risk unsurlarının standartlarının belirlenmesi, müeyyide ve yaptırımlarda değerlendirme ve uygulama birlikteliğinin sağlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

**Bu stratejinin düzeyi A olarak belirlenmiştir.*

Strateji 1.3. Dijital medyada çocukların güvenliklerinin sağlanmasında adli ve idari uygulayıcılara, kamuoyuna, içerik üreticilerine ve kullanıcılara yol göstermesi ve yapılacak akademik çalışmalar ile yeni politikaların geliştirilmesine rehberlik etmek amacıyla alanda çalışan uzman personel ve akademisyenlerden oluşan bir çocuk ve medya danışma kurulu oluşturulmalıdır.

Gerekçe: Çocukların sağlıklı psikososyal gelişimleri için gerekli formasyon ile medya mecralarının sağlamış olduğu imkan ve fırsatların doğru bir şekilde kullanımı, tehditlerin bertaraf edilmesi amacıyla kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütlerine rehberlik edilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

Strateji 1.4. Dijital medyada içeriklerin izlenmesi ve denetlenebilmesi için Türkiye'nin kendi kültürel havzasına uygun zararlı içeriklerin tespitini gerçekleştiren yapay zeka uygulamasının devreye alınması gerekmektedir.

Gerekçe: Çocukların dijital medyada maruz kalabilecekleri zararlı içeriklerin belirlenebilmesi, çocuklara yönelik dijital suçların yaptırımlarını belirleyen yasal uygulamaların hayata geçirilmesi bakımından önem arz etmektedir. Bu denetimin, dijital mecradaki gelişmelerden faydalanılarak, henüz çocuklara ulaşmadan, zararlı içeriklerin hızlıca tespiti ve engellenmesi şeklinde yapılması gerekmektedir.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

Strateji 1.5. Dijital mecralarda ortaya çıkan siber suçlara ilişkin ihtisas mahkemelerinin kurulması gerekmektedir.

Gerekçe: Siber suçların önlenmesinde veya siber suçlara ilişkin yargı süreçlerinde dijital alanda uzmanlaşmış hakim ve savcılarının ve yargıya bilirkişilik yapacak uzmanların yetiştirilmesi ve sayılarının artırılması sağlanmalıdır.

**Bu stratejinin düzeyi D olarak belirlenmiştir.*

Strateji 1.6. Dijital medyada çevrimiçi istismara ve siber zorbalığa maruz kalan korunma ihtiyacı içerisindeki çocuklarla ilgili davalarda Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına müdahil olunma yetkisi verilmelidir.

Gerekçe: Çocuklara yönelik siber suçlarla yasal düzlemde verilen mücadelede ailelerin veya çocukların hukuki desteğe ihtiyaç duyacaklarından hareketle, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığının davalara müdahil olmasının ve davaların takibinin sağlanmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

Yasal Dayanak: 6284 Sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun

**Bu stratejinin düzeyi D olarak belirlenmiştir.*

Strateji 1.7. Web sitelerinde dijital sertifikalanmanın yerli kaynaklar tarafından yapılmasının sağlanması gerekmektedir.

Gerekçe: Türkiye'de kurulan ve hizmet veren web sitelerinde çocukların kişisel verilerinin korunması ve web sitesi içeriklerinin denetimi için yerli sertifikasyona ihtiyaç duyulmaktadır. Veri güvenliğinin sağlanması ve Türkiye'nin kültürel yapısına ilişkin kullanımların yaygınlaşması için yerli bir sertifikasyon gereklidir.

**Bu stratejinin düzeyi E olarak belirlenmiştir.*

2. Çocuk Yararına Dijital İçerik Üretimi

HEDEF

Çocuklar İçin Faydalı Dijital İçerik Üretiminde
Araştırma, Geliştirme ve Teşvik Sağlanması

Strateji 2.1 Çocukların psikososyal gelişimlerine fayda sağlayacak, eğitim ve eğlenceye yönelik dijital medya içerikleri üretilmelidir. Bu içeriklerde çocukların yaş düzeyine uygun, doğru rol model olacak karakterler yer almalıdır.

Gerekçe: Çocukların dijital mecraları kullanımlarının kaçınılmaz olduğundan hareketle, kullandıkları dijital mecra içeriklerinin, onların psikososyal gelişimlerine katkı sağlayacak şekilde zenginleştirilmesi gerekmektedir. Öğrenme süreçlerinde rol- model alınmasının etkililiği göz önünde bulundurulduğunda, dijital mecralarda yer alan süper kahraman vb. karakterlerin, çocuklara örnek teşkil edecek karakterlerden oluşması sağlanmalıdır.

**Bu stratejinin düzeyi A olarak belirlenmiştir.*

Strateji 2.2. Çocuklara yönelik uygun içerik üretimi için kamu adına Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bünyesinde kurulacak bir ajans marifeti ile kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, gerçek ve tüzel kişiler tarafından üretilen medya içerikleri ile çocuklara yönelik eğitim, psikososyal destek ve sosyal hizmet modellerinin geliştirilmesi teşvik ve finanse edilmelidir.

Gerekçe: Çocuk yararına içerik üretme faaliyetleri yürütebilecek medya organlarının, üniversitelerin, teknoparkların faydalı içerik üretimlerinin teşviki için Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bünyesinde bir fon oluşturulmasının gerekli görülmüştür.

**Bu stratejinin düzeyi A olarak belirlenmiştir.*

Strateji 2.3. Metaverse dünyasında çocuklara yönelik kültürel kodlara uygun bir evren tasarımının sağlanması faydalı olabilecektir.

Gerekçe: Çocuklar için kaçınılmaz bir alan olan sanal Metaverse dünyasında çocukların ortak üretimine katkı sağlayacak, kültürel kodlara uygun bir metaverse evreni oluşturularak, metaverse ile denetimli bir tanışma sağlanması mümkün kılınabilir.

**Bu stratejinin düzeyi E olarak belirlenmiştir.*

3. Çocuk ve Dijital Medya Bağımlılığı

HEDEF

Çocuklarda Dijital Bağımlılıkla Mücadele Etmek

Strateji 3.1 Artan dijital bağımlılığın engellenebilmesi için ilgili kurum ve kuruluşların çocuklara yönelik etkin sosyal program ve projelerini arttırmaları gerekmektedir.

Gerekçe: Çocuklarda dijital medya bağımlılığı, özellikle büyük kentlerde kentin alt ve üst yapısının yetersiz olması ve düşük sosyoekonomik düzeyin de etkisi sebebiyle, dijital alandan uzakta gerçekleştirilebilecek faaliyetlerin sağlanamamasına neden olmaktadır. Bu durum dijital alanda harcanan zamanı arttırıcı etkide olduğundan, dijital alandan uzakta gerçekleştirilecek faaliyetlere ilişkin her kesime hitap edebilecek çalışmalar yürütülmelidir.

**Bu stratejinin düzeyi A olarak belirlenmiştir.*

Strateji 3.2. Çocuklarda dijital bağımlılığa ilişkin tüm açlarıyla ele alınan standartların oluşturulup istatistiklerin tutulacağı organizasyonlar oluşturulmalıdır.

Gerekçe: Verilerin, dijital bağımlılığa ilişkin farkındalığa ve önlenmesine yönelik politikalara ışık tutacak istatistiki araştırmaların yapılarak ortaya konulması sağlanmalıdır.

**Bu stratejinin düzeyi C olarak belirlenmiştir.*

Strateji 3.3. Dijital bağımlılıkla mücadelele dönük tedavi ve rehabilitasyon süreçlerine ilişkin sivil toplum kuruluşlarının uygulayacakları programlar kamu ortaklığında geliştirilmeli ve desteklenmelidir.

Gerekçe: Çocuklarda dijital bağımlılığın önlenmesinde rehabilitasyona ilişkin ilke, yöntem ve teknik anlamda bir standart oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Tedavi ve rehabilitasyon sürecine katkı sağlayan kurum ve kuruluşlar desteklenmelidir.

**Bu stratejinin düzeyi C olarak belirlenmiştir.*

4. Dijital Ebeveynlik

H E D E F

Ebeveynlerin Dijital Okur Yazarlığını ve Son Kullanıcı Deneyimlerini Geliştirmek

Strateji 4.1. Çocukların dijital medyayı etkin kullanımlarında rol model olabilmeleri ve sağlıklı yönlendirmede bulunabilmeleri adına, ebeveynlerin dijital okuryazarlığını geliştirme çalışmaları yapılması sağlanacaktır.

Gerekçe: Dijital dünyaya doğan çocukların ebeveynlerinden daha fazla dijital mecralara hakim olmaları, onların, ebeveynleri tarafından kontrol edilmelerini ve yönlendirilmelerini zorlaştırmaktadır. Bu kapsamda ebeveynlere yönelik eğitim faaliyetleri yürüten Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve Milli Eğitim Bakanlığı gibi kamu mekanizmalarının, dijital okuryazarlığı eğitimlerini arttırmaları gerekmektedir.

**Bu stratejinin düzeyi A olarak belirlenmiştir.*

Strateji 4.2. Dijital medyada yer alan çocuk dostu içeriklere ilişkin ebeveynlere yol gösterebilecek bir platform oluşturulmalıdır. Benzer platformların oluşturulmasına katkı sağlayacak bağımsız kurumların ve Sivil Toplum Kuruluşlarının kamu mekanizmalarınca desteklenmesi gerekmektedir.

Gerekçe: Dijital medyada çocuk yararına olan her türlü içeriğin tespiti ve bu içeriklerin ebeveynlere doğru bir şekilde tanıtımı için dünyada örnekleri bulunan dijital medya tarama ve öneri platformlarının ülkemizde de yaygınlaştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

Strateji 4.3. Dijital mecralarda Sivil Toplum Kuruluşları veya bağımsız kuruluşlarca gerçekleştirilen denetimler ile çocuk dostu olduğu belirlenen medya yayınları, web siteleri ve veri sağlayıcıları için bir sertifikasyon sistemi oluşturulmalıdır. Çocuklar için güvenli içerikler toplumun dikkatini çekecek logo ve amblemler ile işaretlenmeli ve bu sayede kullanıcıların bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi sağlanmalıdır.

Gerekçe: Çocuklar için güvenli medya mecralarının belirlenmesinde bir sertifikasyon sistemine ve çocuklar için uygun olduğu belirlenen mecraların bir güvenlik göstergesi ile işaretlenmelerine ihtiyaç duyulmaktadır.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

Strateji 4.4. Çocuk ve dijital medyaya ilişkin kamu spotları oluşturulmalı ve geniş kitlelere ulaşan programların senaryolarında çocuk dostu yaklaşımlara yer verilerek akılda kalıcı bilgilendirmelerin yapılabilmesi sağlanmalıdır.

Gerekçe: Çocuklara bakım verenlere ve ebeveynlere dijital alana ilişkin yapılacak bilgilendirme faaliyetlerinin daha fazla akılda kalıcı olabilmesi ve daha geniş kitlelere ulaşımı kolaylaştırması açısından kamu spotlarının yaygın kullanımının sağlanması gerekmektedir.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

Strateji 4.5. Dijital okuryazarlığa ilişkin eğitimler Milli Eğitim müfredatında zorunlu bir ders başlığı olarak yer almalı ve eğitim öğretim yılı ilerledikçe güncellenerek devam etmelidir.

Gerekçe: Dijital alana ilişkin bilgileri çocukların kendi kendilerine öğrenmeleri birtakım riskleri beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda Milli Eğitim müfredatına bir zorunlu ders olarak dijital medya okuryazarlığına yer verilmesi gerekmektedir.

**Bu stratejinin düzeyi C olarak belirlenmiştir.*

Strateji 4.6. Ebeveynlerin dijital alana hakim olmalarının ve danışmanlık hizmeti alabilmelerinin sağlanabilmesi amacıyla Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığına bağlı birimlerde iletişim uzmanlarının istihdam edilmesi gereklidir.

Gerekçe: Dijital alana ilişkin olarak ebeveynlere yol gösterecek kişilerin alanında uzman olmaları gerektiğinden hareketle, danışmanlık hizmeti de alabilmeleri için iletişim uzmanı istihdamının önemli olduğu vurgulanmaktadır.

**Bu stratejinin düzeyi E olarak belirlenmiştir.*

5. Dijital Sosyal Koruma Sistemi

HEDEF

Dijital Sosyal Hizmet, Eğitim ve Sağlık Platformları Geliştirmek

Strateji 5.1. Sosyal hizmet uygulamaları kapsamında 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanununda yer alan danışmanlık tedbiri hizmetinin olağanüstü şartlarda (afet, salgın hastalık, geçici ikamet değişikliği, yurtdışında bulunma, tutukluluk vb.) çevrimiçi olarak yürütülebilmesine ilişkin dijital bir platform oluşturulması sağlanmalıdır.

Gerekçe: 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu kapsamında haklarında danışmanlık tedbiri verilen çocuklara ve o çocukların ebeveynlerine yönelik yürütülen danışmanlık uygulamaları, görüşme ve danışmanlık hizmetleri için online platformlar ihtiyaç halinde kullanılabilmesi gerekmektedir.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

Yasal Dayanak: 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu

Strateji 5.2. Okula devamsızlığı bulunan çocukların devamsızlık durumlarında Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Kolluk Kuvvetleri gibi kurumların koordineli çalışmasını sağlamaya yönelik dijital bir takip ve koordinasyon mekanizması gereklidir.

Gerekçe: Okul devamsızlığı çocukların suça sürüklenme ve korunmaya ihtiyacı olma haline zemin hazırlayan en önemli risk faktörüdür. Bu nedenle çocukların okul devamsızlık nedenlerinin anlaşılması, devamsızlığa neden olan sorunlara müdahale ile koordinasyona ilişkin dijital bir takip gerçekleştirilmesine katkı sağlayacak çevrimiçi bir platforma ihtiyaç duyulmaktadır.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

Dayanak: 222 sayılı İlköğretim ve Eğitim Kanunu

Strateji 5.3. Çocuklara yönelik sosyal hizmet sunan tüm kuruluşların (kamu kurumları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları) sosyal inceleme faaliyetlerini yerine getirebilecekleri Kişisel Verilerin Korunması Kanununa uygun bilgi ve belgelerin takip ve denetimini sağlayabilecekleri bir sosyal inceleme modülü Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından geliştirilmelidir. Bu modülün Entegre Sosyal Hizmet Ağı ile bütüncül bir şekilde tüm kurum ve kuruluşlarında çalışan meslek elemanları tarafından ortak kullanımının sağlanması gerekmektedir.

Gerekçe: Çocukların ihmal ve istismarının engellenmesine yönelik olarak okulda, hastanede, adli ve idari birimlerde uygulanacak sosyal hizmet müdahale zincirinde uygulama birlikteliği ve devamlılık sağlanabilmesi için ortak bir dijital sosyal hizmet modülüne ihtiyaç duyulmaktadır.

**Bu stratejinin düzeyi B olarak belirlenmiştir.*

6. Manifesto

- Dijital evrenin, bizim ve çocuklarımızın kullanmaya mecbur olduğu ve yaşamımızın tümüne etki eden bir gerçek olduğunun farkındayız.
- Dijital evren ile gerçek evren arasındaki dengeyi sağlıklı bir şekilde kurmamız gerektiğinin bilincindeyiz.
- Dijital evreni çocuklara yasaklayan değil; anlayan, anlatan, rehberlik eden bir yaklaşımı önemsiyoruz.
- Dijital evreni şekillendiren yetişkinler olarak, bu evreni çocuklarla birlikte kullanmalı ve onlara rol model olmalıyız.
- Zengin bir medeniyet kültürümüz ve manevi değerlerimiz olduğunu biliyor ve tüm bu zenginliklerimizi dijital evrene entegre etmemiz gerektiğini düşünüyoruz.
- Dijital evrenin yapı taşlarının içerik üretimi olduğunu biliyor, çocuk dostu içerik üretimini destekliyoruz.
- Dijital evrende verinin her şey olduğu bilinciyle sağlıklı istatistiki verilerin analiz edilmesini önemsiyoruz.
- Evrensel hukuk normlarına uygun, yasakçı olmayan, fırsatları önceleyen bir dijital düzen kurulması gerektiğine inanıyoruz.
- Dijital evrendeki yönlendiren ve yöneten içeriklere karşı eleştirel bakışa sahip olmalı ve bilinçli kullanma alışkanlıklarını öğrenmeliyiz.
- Dijital evrende, mekânların sınırsız, kapıların kilitli olmasının çok fazla risk barındırdığını görüyor; sadece olumsuz ve önyargılı değil, pozitif ve güçlü yanlarının da olduğunu biliyoruz.
- Dijital evrende çocuklarımız başkalarının eseri olmasın istiyoruz ve bu bildiri imzalıyoruz.



444 666 1



beykoz.bel.tr



BeykozBelediyesi



beykoz_bld



beykozBelediyesi