

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



YENİ MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA TEKNOLOJİ
BAĞIMLILIĞININ İNCELENMESİ: İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİ VE
EBEVEYNLERİNİN DAVRANIŞAL BAĞIMLILIK ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nimet ÖZSEVİNÇ

Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı
Yeni Medya Bilim Dalı

HAZİRAN, 2021

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**YENİ MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA TEKNOLOJİ
BAĞIMLILIĞININ İNCELENMESİ: İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİ VE
EBEVEYNLERİNİN DAVRANIŞSAL BAĞIMLILIK ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nimet ÖZSEVİNÇ
(Y1912.400004)

Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı
Yeni Medya Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Deniz YENGİN

HAZİRAN, 2021

ONAY FORMU

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Yeni Medya Okuryazarlığı Bağlamında Teknoloji Bağımlılığının İncelenmesi: İlköğretim Öğrencileri ve Ebeveynlerinin Davranışsal Bağımlılık Analizi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’ da gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (.../.../20..)

Nimet ÖZSEVİNÇ

ÖNSÖZ

Tez çalışmasında, yeni medya okuryazarlığı ve teknoloji bağımlılığı arasındaki ilişki baz alınarak farkındalık oluşturmak amacıyla bireylerin davranışsal bağımlılık analizi yapılmıştır. Çalışma kapsamında yeni medya ile değişen ve dönüşen sosyolojik, psikolojik, fizyolojik alanların zarar verici etkilerinin en aza indirilebilmesi için özellikle eğitim alanında öneriler sunulmuş ve bireysel teknolojik kontrolün öneminin altı çizilmiştir.

Yüksek Lisans eğitimim ve tez çalışmam sürecinde yaşamış olduğum maddi ve manevi sorunlara rağmen amacımdan vazgeçmediğim için öncelikle kendi irademe, destek olan aileme ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Eğitim hayatımda her daim yön gösterici olan Dr. Özgül YAMAN hocama, bilgi ve birikimleri ile tez sürecine hazırlanmamı sağlayan Yeni Medya bölüm hocalarıma teşekkür ederim. Tez çalışmamın her aşamasında bilgi ve deneyimleri ile yol göstererek, çok değerli katkılar sağlayan tez danışmanım Prof. Dr. Deniz YENGİN'e çok teşekkür ederim.

Haziran, 2020

Nimet ÖZSEVİNÇ

YENİ MEDYA OKURYAZARLIĞI BAĞLAMINDA TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞININ İNCELENMESİ: İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİ VE EBEVEYNLERİNİN DAVRANIŞSAL BAĞIMLILIK ANALİZİ

ÖZET

Tekno yaşama adapte olduğumuz döngünün içerisinde yenilik, gelişim, dönüşüm kavramları teknolojiyle birlikte bireyi ve toplumları da baz almaktadır. Bu kapsamda gelişen medya okuryazarlığı, bireyin bilinçli bir şekilde kitle iletişim araç kullanımını amaçlarken, yeni medya okuryazarlığı yeni teknolojilerin bilinçli kullanımının yanı sıra eleştirel farkındalığı yüksek, dijital hak ve politikaların önemini algılayabilen, dijital okuryazar vatandaşları topluma kazandırabilmeyi amaç edinmektedir. Teknolojik devrimin beraberinde getirdikleri kullanım ve ihtiyaçlarımızı evriltirken, davranışsal olarak alışkanlıklarımızı da biçimlendirebilmektedir. Manipüle gücü yüksek olan etkileşimsel ve hızlı olan bu yeni teknolojik ortam bizleri teknoloji bağımlılığı ile mücadelenin ortasında bırakabilmektedir. Yeniliklerin farklı boyutlarda yayıldığı ve etki oranı yüksek olan insan yapımı teknolojiler, yarar ve zararların neler olabileceğinin tespitini de yine kullanıcılara bırakmaktadır. Kullanıcıların aşırı oranda çevrimiçi ortamda bulunması zararlı etkiler altında değerlendirdiğimiz bağımlılık türü olan davranışsal bağımlılık sürecini beraberinde getirmektedir. Belli bir davranışı yaparak rahatlama ve huzur hissedilmesi ödül alma olarak tanımlanarak davranışın ödüllendirici özelliğinin zamanla bu davranışa bağımlılık geliştirilmesine zemin hazırlanmasıyla sonuçlanmaktadır. Kullanıcıların teknolojiye olan bağlılığı davranışsal bağımlılık türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Teknolojik bağımlılık doğrultusunda bakıldığında dijital ebeveyn olabilmek, yeni nesil için büyük önem taşımaktadır. Araştırma yöntemi olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmelerde, ebeveynlerin ve çocukların yeni medya araçlarının kullanımı ve yeni medya okuryazarlığı ile ilgili bilinç düzeylerini tespit etmek, aynı zamanda davranış biçimlerini saptamak amaçlanmaktadır. Teknoloji bağımlılığına yatkınlık durumunun sorgulanacağı bu

araştırma kapsamında ebeveyn ve öğrencilerin tutum ve davranış verilerine yer verilmektedir. Dijitalizm sürecinde teknolojik kontrolün giderek azaldığı ve teknoloji bağımlılığı ile mücadelenin artış gösterdiğinin altının çizildiği bu araştırmada yeni medya okuryazarlığı ile zararın en aza indirilebileceğine vurgu yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Yeni Medya Okuryazarlığı, Dijital Okuryazarlık, Davranışsal Bağımlılık, Teknoloji Bağımlılığı.

**INVESTIGATION OF TECHNOLOGY ADDICTION IN THE CONTEXT OF
NEW MEDIA LITERACY: PRIMARY STUDENTS AND BEHAVIORAL
DEPENDENCY ANALYSIS OF THEIR PARENTS**

ABSTRACT

Innovation, development, conversion concepts in the cycle we are adapting to technology are also based on the individual and societies with technology. In this context, the developing media literacy aims to use the new media literacy of the individual's consciously mass communication vehicle, as well as the conscious use of new technologies, as well as critical awareness of new technologies, will perceive the importance of digital rights and policies, and to give the importance of digital literate citizens. While the use and needs of the technological revolution is evolved, it can form behaviorally formatting our habits. This new technological environment, which is highly high-manipulated, can leave us in the middle of technology dependence. Human-made technologies, which are spread in different sizes of innovations and the impact rate, the benefits and damages can be determined to the users. The use of users in extreme online environment brings the behavioral dependency process, which is the addictive type we evaluate under harmful effects. Feeling relaxation and serenity by making a certain behavior, it is defined as a reward acquisition, resulting in the development of the behavior of the rewarding feature of behavior to the development of dependence on this behavior over time. The commitment to technology to technology is the type of behavioral dependency.

In line with the technological addiction, it is of great importance to be the new generation of the new generation. The semi-structured-in-depth interview technique was used as a method of research. In the interviews, the use of the new media tools of parents and children and to determine the levels of consciousness related to new media literacy, it is also aimed to determine the forms of behavior. In this study, the attitudes and behavioral data of parents and students are included in the scope of this research. In this study, the technological control in the digitalism process is

increasingly reduced and the fact that the struggle with the technology dependence is drawn in this study, it is emphasized that the loss can be minimized with the new media literacy.

Keywords: New Media, New Media Literacy, Digital Literacy, Behavioral Addiction, Technology Addiction.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	v
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	iiix
İÇİNDEKİLER	xi
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xv
ŞEKİL LİSTESİ.....	xHata! Yer işareti tanımlanmamış.i
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xix
I. GİRİŞ.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
II. DİJİTAL DÜNYADA YENİ MEDYA OLGUSU	5
A. Analogdan Dijitale Geçiş	5
1. İletişim Teknolojileri ve Kitle İletişim Araçları	6
2. Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş	7
3. Dijitalleşme Süreçleri.....	11
4. Covid-19 ile Değişen Teknoloji	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.3
B. Teknoloji Bağlamındaki Yaklaşım Çeşitleri	15
1. Teknoloji Bağlantısı Olan İyimser Yaklaşımlar	15
2. Teknoloji Temelli Eleştirel Yaklaşımlar ...	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
C. Yeni Medya Yaklaşımları.....	18
1. Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri	18
2. Yeni Medya Yaklaşım ve Kuramları	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.9
3. Yeni Medyada Avantajlar ve Dezavantajlar	26
III. DİJİTALLEŞME VE TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI	33
A. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı İle Bağımlılık Kuramı Bağlantısı.....	33
B. Dijital Çağda Sanallık ve Gerçeklik Algısı	35
1. Dijital Yerli ve Dijital Göçmen Kavramları	35
2. Yeni Medyada Manipülasyon	37
3. Yeni Medyada Enformasyonun Dönüşümü	38
4. Yeni Dünya Düzeninde Reellik ve Sanallık Olgusu	39
C. Yeni Dünya Düzeninde Davranışsal Bağımlılık	40

1. Bağımlılık Kavramı.....	40
2. Dijital Hastalıklar ve Teknoloji Bağımlılığı.....	42
3. Psikoterapide Teknoloji Bağımlılığının Süreçleri.....	44
3.1. İnternet Bağımlılığı.....	46
3.2. Dijital Oyun Bağımlılığı.....	47
3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	49
IV. BİLİŞİM ÇAĞINDA TEKNOLOJİ KULLANIMI VE YENİ MEDYA	
OKURYAZARLIĞI.....	53
A. Teknoloji Kullanım Alışkanlıkları.....	53
1. İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları.....	53
2. Siber Zorbalık.....	57
2.1. Siber Zorbalık Faktörleri ve Yaygınlık Durumu.....	58
2.2. Ebeveynler ve Öğretmenlerin Teknolojinin Zararları Karşısındaki Görevleri.....	59
B. Yeni Medya Okuryazarlığı.....	63
1. Kavramsal Çerçeve de Yeni Medya Okuryazarlığı.....	63
1.1. Dijital Okuryazarlık.....	65
1.2. İnternet Okuryazarlığı.....	66
1.3. Dijital Ebeveynlik.....	67
C. Yeni Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....	68
1. Dünyada ve Türkiye’de Yeni Medya Okuryazarlığı Çalışmaları.....	68
2. Yasal Düzenleme ve Kanunlar.....	73
3. Eleştirel Pedagoji ve Yeni Medya Okuryazarlığı.....	75
4. Medya ve Teknoloji Kullanım Verisi.....	76
V. İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİ VE EBEVEYNLERİNİN DAVRANIŞSAL BAĞIMLILIK ANALİZİ.....	81
A. Araştırma Süreci.....	81
1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	81
2. Araştırma Soruları ve Çalışmanın Hipotezleri.....	82
3. Araştırma Yöntemi.....	75
4. Evren-Örneklem ve Sınırlılıklar.....	83
5. Veri Toplama.....	83
6. Veri Analizi.....	89
7. Araştırma Bulguları.....	89

B. Bulguların Değerlendirmesi ve Öneriler	103
VI. SONUÇ	109
VII. KAYNAKÇA	115
EKLER.....	123
ÖZGEÇMİŞ.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1 Türkiye'nin İnternet Haritası	9
Çizelge 2 Bağımlılık Türleri	41
Çizelge 3 Çocukların Çevrimiçi Ortamlarda Karşılaştığı Riskler.....	55
Çizelge 4 Siber Zorbalık Karşısında Yapılması Gerekenler	61
Çizelge 5 Uygun İçeriği En Aza İndirmek İçin İpuçları	61
Çizelge 6 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri Genel Çizelge.....	77
Çizelge 7 Dünya İnternet Kullanım ve Sürelerinin İstatistik Çizelgesi (We Are Social, 2021).....	77
Çizelge 8 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri Genel Çizelgesi	79
Çizelge 9 Katılımcı Ebeveynlerin Demografik Özellikleri.....	84
Çizelge 10 Katılımcı Öğrencilerin Demografik Özellikleri.....	85
Çizelge 11 Katılımcıların Yaş Aralığı Cinsiyet Oranı ve İkamet Yerleri.....	87
Çizelge 12 Katılımcı Ebeveynlerin Teknoloji Kullanım Süresi ve Nedenleri.....	89
Çizelge 13 Katılımcı Ebeveynlerin En Çok Kullandıkları Araç Yüzdeleri Oranı	91
Çizelge 14 Ebeveynlerin Teknoloji Kullanım Süre Oranları.....	92
Çizelge 15 Katılımcı Ebeveynlerin Sıklıkla Kullandığı Uygulama Yüzdeleri	92
Çizelge 16 Teknoloji için Ertelenen İhtiyaç/Sorumluluk Cevap Oranı	92
Çizelge 17 Teknolojiyi Kontrollü Kullanma Durumu Yüzdeleri Oranları	93
Çizelge 18 Teknoloji Kullanımında Yaşanan Sorunların Yüzdeleri Oranı.....	93
Çizelge 19 Teknolojiden Uzaklaşma Sürecindeki Davranış Durum Oranları	94
Çizelge 20 Çocukların İnternet Ortamında Yaptıklarını Kontrol Etme Durum Oranları.....	94
Çizelge 21 Siber Zorbalık Bilinç Düzeyi Oranları.....	95
Çizelge 22 Dijital Ebeveynlik Kavramının Farkındalık Oranı	95
Çizelge 23 Dijital Ebeveyn Olma ve Uygulayabilme Oranı.....	96
Çizelge 24 Yeni Medya Okuryazarlığı, Dijital Ebeveynlik, Teknoloji Bağımlılığı Bilgilendirilme Yüzdesi	96

Çizelge 25 Katılımcı Öğrencilerin Teknoloji Kullanım Durumları ve Nedenleri	98
Çizelge 26 Katılımcı Öğrencilerin En Çok Kullandığı Teknolojik Araç Oranları	99
Çizelge 27 Yeni Medya Araçlarının En Çok Kullanım Nedeni Oranları	99
Çizelge 28 Katılımcı Öğrencilerin Teknoloji Kullanırken Ertelenen İhtiyaç/Sorumluluk Cevaplarının Oranı	100
Çizelge 29 Katılımcı Öğrencilerin Teknolojinin Yarar ve Zarar Cevap Oranları....	100
Çizelge 30 Katılımcı Öğrencilerin Teknoloji Kullanımında Sorun Yaşama Yüzdelik Oranı	101
Çizelge 31 Katılımcı Öğrencilerin Arkadaş-Bilgisayar Tercih Oranı.....	101
Çizelge 32 Katılımcı Öğrencilere Teknoloji Kullanımında Ebeveyn Tepki Oranı..	101
Çizelge 33 Önemli Görülen Konunun Duyurulmasında Tercih Edilen Yol Yüzdelik Oranı	102
Çizelge 34 Katılımcı Öğrencilerin Araştırma Yöntemlerinin Oranları.....	102
Çizelge 35 Katılımcı Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı Dersini Alma Durumu ...	103
Çizelge 36 Dijital Okuryazarlık Nedir Sorusunun Cevap Oranları.....	103

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Laswell'in Çizgisel Modeli.....	6
Şekil 2 Yeni Medya Kümesi	19
Şekil 3 Teknoloji Bağımlılığı Süreci	44
Şekil 4 Teknoloji Kullanım Süreleri	45
Şekil 5 Gerçek ve Fantazya Dünya Bağlantısı.....	48
Şekil 6 Hane halkı bilişim teknolojileri kullanımına ilişkin temel göstergeler, 2009-2020	54

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
AI	: Yapay zeka
APA	: Amerika Psikiyatri Birliği
ARPANET	: Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı
BM	: Birleşmiş Milletler
BT	: Bilişim Teknolojileri
DSM- IV- TR	: Mental Bozuklukların Tanı ve Sayımsal Ölçütleri
GSM	: Mobil İletişim İçin Küresel Sistem
IoT	: Nesnelerin İnterneti
ISEA	: Uluslararası Elektronik Sanat Sempozyumu
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MOD	: Medya Okuryazarlığı Derneği
MOF	: Medya Okuryazarlığı Forumu
RTÜK	: Radyo Televizyon Üst Kurulu
TCP/ IP	: İletim Kontrol Protokolü / İnternet Protokol
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
YOUTH IGF TURKEY	: Türkiye Gençlik İnternet Yönetişimi Forumu
ZKM	: Sanat ve Medya Merkezi

I. GİRİŞ

Dijitalizm sürecinin hayatımıza girmesinin ardından birçok alanda dönüşümler meydana gelmiştir. Psikolojik, fizyolojik ve sosyolojik anlamda insan yapısının dönüm noktalarını ele alan bir diğer ifadeyle ele geçiren güce artık *teknoloji* demekteyiz. Yaşamsal döngünün bütünlüğüne yerleşen yeni kavramı her geçen gün yenilenen, dönüşen ve değişen teknolojiyle var olmayı bizlere aşlamaktadır. Sınırını bulmaya çalıştığımız evren karmaşasına, artık sınırını çizemediğimiz teknoloji kavramı da eşlik etmektedir.

Teknoloji insanlık tarihinde önemli bir devrimin simgesi haline gelmektedir. Toplumun dinamiklerini değiştirme gücüne sahip bu olgu bizlerin zaman içerisindeki dönüşümümüzün de bir sembolü haline gelmiştir. Birey mekanikleşmekte, makinalar ise bireyselleşmektedir. Bizlerin bağ duygusunu bile ele geçiren teknoloji, internetin hayatımıza girmesiyle bağımlı olmanın da önünü açmıştır. Kişi internet ile bağlarını gün geçtikçe kuvvetlendirmekte aynı zamanda onsuz yaşamsal fonksiyonlarını yerine getirememeye duygusunu taşımaktadır. Bağılıklarımızın bile değiştiği bu döngüsel süreçte internet bizleri kendisine bağımlı duruma getirebilmektedir. İnternete bağımlılık teknolojiyi kullanım toleransımızdaki değişimle, duygu durumlarımızı kontrol etme noktasında içinden çıkamadığımız durumların gelişmesiyle, bilinç dışımızda kaçmak için, daha iyi hissetmek için veya kendimizi başka bir ortamda var etme duygusuyla ya da başka birçok sebeple gelişebilmektedir. Bu noktada bireye (kendimize) doğru soruları sorarak bir cevap, yol haritası çizmek gerekmektedir.

Bağımlılık ile mücadelede bireylerin teknoloji okuryazarlığının öneminin farkına varabilmesi, teknoloji bağımlılığı ile ortaya çıkabilecek sosyolojik, fizyolojik, biyolojik sorunların çözümüne yol gösterici niteliğe sahip olması araştırmanın en değerli gerekçelerinin başında gelmektedir. Gelecek nesle şimdiden bir iz bırakmak ve yol haritası sunmak adına araştırmanın konusu en geniş literatürle ele alınarak uygulamaya döküldüğü takdirde hedeflenen davranışsal bağımlı kitlede farkındalık oluşturabilmek beklenen çıktılar arasında yer almaktadır. Teknoloji bağımlılığının getirmiş olduklarının bilincinde olunmaması nedeniyle, çalışma kapsamında

farkındalık oluşturmak ve hayatımıza giren teknolojinin bağımlılığa dönüşme sürecindeki aşamalarda dikkat edilmesi gerekenlerin detaylandırılması hedeflenmektedir.

Teknolojik kontrolün giderek zorlaştığı dijitalizm sürecinde teknoloji bağımlılığının yeni medya okuryazarlığı ile en aza indirilebileceğine vurgu yapmak ve davranışsal bağımlılık sürecinin bireysel teknolojik kontrol ile mümkün olabileceğinin altını çizmek araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Aile içi ilişkilerin teknoloji bağımlılığındaki rolünün araştırılması, bağımlılık ve medya ilişkisinin incelenmesi gibi araştırma alanına yer verilmesi yeni medya ve iletişim alanına katkı sunacak niteliktedir.

Araştırma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde geçmişten günümüze hayatımızın merkezi haline gelen teknolojinin gelişim süreci ve etkileri üzerinde durulmaktadır. Aynı zamanda yeni teknolojiler bağlamında gelişen yaklaşımlar üzerinde durularak, iyimser ve eleştirel bakış açıları üzerinde durulmaktadır. Yeni kavramını güncelleyen bu teknolojik yapının yaklaşım ve kuramlarla desteklendiği bu bölümde, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Bağımlılık Kuramı ve Simülasyon Kuramına değinilerek yeni medya kavramı şekillendirilmektedir. Yeni medyanın avantaj ve dezavantajlarına da değinilerek konumlandığımız teknolojik yapı ile ilgili olarak farkındalık oluşturulmak amaçlanmaktadır.

Araştırmanın ikinci bölümünde, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı ile Bağımlılık Kuramı arasındaki bağıntıya değinilerek özdeşleşen teknolojik kuramın önemli bir boyutuna dikkat çekilmektedir. Yeni teknolojik düzende değişen birey, enformasyon ve manipülasyon algısına değinilerek, dönüşen sanallık ve gerçeklik kavramları tanımlanmaktadır. Davranışsal bağımlılık olarak tanımladığımız, teknoloji bağımlılığının kavramsal ve anlamsal boyutta tanımlanması yapılarak psikoterapi açısından teknoloji bağımlılığının gelişim süreci aktarılmaktadır. İnternet bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı başlıkları üzerinde durulmaktadır.

Araştırmanın üçüncü bölümü kapsamında, teknoloji kullanım alışkanlığı değişen birey ve toplum üzerinde durularak, yaşamış olduğumuz siber uzam şekillendirilmektedir. Dijital okuryazarlığın önemine dikkat çekilerek, dijital ebeveyn olabilmenin değerinin altı çizilmektedir. Dünyada ve Türkiye’de Yeni Medya Okuryazarlığı Çalışmaları kapsamında örneklere yer verilerek sürecin yönetiminde nasıl düzenleme ve kanunların yer aldığına vurgu yapılmaktadır. Aynı zamanda

eleştirel pedagojinin öneminin arttığı bu yeni siber yaşantıda, yeni medya okuryazarlığı ile kesişen yönlerine ışık tutan bir eğitim öğretim anlayışına yer verilmektedir. Medya ve teknolojik araç kullanımındaki 2021 yılına ait istatistikî verilerle güncel bir literatüre ulaşmak hedeflenmektedir.

Araştırmanın dördüncü bölümünde yöntem olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmenin bulgularına ve değerlendirmesine yer verilmiştir. Araştırma evrenini ilköğretim sürecinde olan öğrenciler ve ebeveynleri oluşturmaktadır. Örneklemi ise İstanbul, Ankara ve İzmir’de ikamet eden 9-14 yaş arasındaki öğrenciler ve ebeveynler kapsamaktadır. Araştırma sınırlılığı olarak yaş grubu ve Medya Okuryazarlığı dersinin alınıp alınmama durumu baz alınmıştır. Araştırma soruları çalışmanın hipotezler doğrultusunda belirlenerek rastgele yöntemle seçilen 50 ilköğretim öğrencisi ve 50 ebeveynin cevaplarının analiz edilmesiyle sonuçlanmıştır. Zoom uygulaması üzerinden yapılan görüşmelerin değerlendirmesinde katılımcıların davranışsal bağımlılıkları, yeni medya okuryazarlığı, dijital ebeveynlik, dijital vatandaş, siber zorbalık gibi kavramlar hakkındaki farkındalık düzeyleri analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında çalışmanın amaç ve önemi doğrultusunda çıkarımlar yapılarak; teknoloji bağımlılığı ile mücadelede yeni medya okuryazarlığının etkisinin neler olabileceği, dijital vatandaşlık ile davranışsal bağımlılık arasında nasıl bir bağıntının olduğu, ebeveynler ve çocukların teknoloji bağımlılığı ve dijital okuryazarlıkla ilgili yeterli bilince sahip olup olunmadığının yanıtları aranarak analize entegre edilmiştir. Çalışmayı destekleyecek nitelikte öneriler sunularak ebeveynlere, eğitimcilere ve kişisel olarak teknolojik kontrolün nasıl sağlanacağına altı çizilmektedir. Sosyolojik bağlamda kişisel bilincin farkındalığı, kontrol mekanizmasının aile ve okul ile birlikte sağlanabilmesinin temelini oluşturacak bir araştırma olduğunu söylemek mümkündür.

Tez çalışması kapsamında dijital dünyada farkındalık oluşturmak hedeflenerek, analiz edilen teknoloji bağımlılığı kavramının birey üzerindeki olumsuz etkisinin yeni medya okuryazarlığı ile en aza indirilebileceğinin önemli bir yol haritası niteliği taşıdığına da altını çizmek gerekmektedir. Bireyin yaşarken kendi değerlerinden ve fonksiyonlarından uzaklaşmaması gerektiği, sadece teknolojilere verilen bir yaşamsal değer dijital dünyada bireyi gerçeklikten uzaklaştırdığı unutulmamalıdır.

II. DİJİTAL DÜNYADA YENİ MEDYA OLGUSU

A. Analogdan Dijitale Geçiş

Yaşamsal döngümüzde değişimin ve gelişimin her zaman öznesi olan insan, teknoloji kavramının yaşam biçimi olarak karşımıza çıkacağını düşünmediği bir süreçten geçmektedir. Dünya evrilmeye devam ederken, birey de evrilmekte ve karar mekanizmaları da bilinç dışında dönüşebilmektedir. McLuhan'a göre, bir toplum iletişim içeriğinin yerine, iletişim kurma aracımız olan medya ile biçimlenir. Medya alanının nasıl çalıştığını tam anlamıyla kavrayamadan, toplum içerisindeki sosyal ve kültürel değişimlerin farkına varmak ve anlamlandırmak olanaksızdır (Baldini, 2000: 5). Bireylerin oluşturduğu toplum ile alfabenin oluşturduğu cümlelerin arasındaki kullanım bağının dönüştüğü medya ortamı anlamlandırıldığı noktada değerini arttırmaktadır.

İnsanlığın sözlü kültür sürecine baktığımızda, birey yıllarca iletişimlerini kendi seslerini kullanarak sağlamaktadır. Zamanla kavramlaşan bilgi, yazısı olmayan bir ortamdaki insanın belleğinde şekillenmektedir. Birey bu iletişim aşamasında salt anımsar aynı zamanda kendisine yol gösterecek bazı formüllere de başvurmak durumunda kalır. Ong'un vurguladığı gibi aslında *kavramlar söz dizimini kuran bellek çalıştırıcı sistemlerle sıkı sıkıya bağlantılıdır* (Akt. Baldini, 2000: 9-10). Sesin oluşturduğu ritim, fizyolojik olarak belleğin algılamasında bir pusula olmaktadır. Chirografik kültürle değişen kavramsallaştırma sürecimiz, yaşamsal faaliyetlerimiz doğrultusunda bireyin bellek ile arasındaki bağı kimi zaman zayıflatmış kimi zaman güçlendirmiştir. Değişen ve gelişen dünyada elektronik kültür olarak da adlandırdığımız medya kültürünün başlangıcı ise telgraf ile karşımıza çıkmaktadır. Evrensel olarak baktığımızda telgraf, radyo, telefon, televizyon, bilgisayar ve internet ile başka bir zaman ve mekanda bulunan bireyin de sınırı bulanıklaşan bir sistemin içerisine girdiğini göstermektedir. Zamanla küreselleşmenin etkisiyle iletişim kurarken kullandığımız araçlar şekil değiştirmiş ve değiştirmeye de devam etmektedir.

1. İletişim Teknolojileri ve Kitle İletişim Araçları

Latince *communicare* sözcüğünden türeyerek kullanılan *communication* kavramı dilimize iletişim olarak çevrilmiştir. Haberleşme terimini temel alan bu kavram kelime karşılığını tam anlamıyla yansıtabilmek adına iletişim olarak kullanılarak yaygınlık kazanmıştır. Günümüze kadar iletişim teriminin anlamı birçok iletişim bilimcisi tarafından farklı değerlerle aktarılmaktadır. Fiske (2011: 2), *iletişim iletiler boyunca sosyal etkileşimdir* ifadesini kullanırken; Chayko (2018: 17), *iletişim bir teknolojik aracılık eyleminden veya yazma ve konuşma sürecinden çok daha fazlası* olarak tanımlama yapmaktadır.

İletişim, sosyal sistemler içerisinde anlamayı ve anlaşılabilirliği sağlayan, toplumsal süreçlerde tasarım ve kullanım farklılığı gösteren ilişkinin gücünü temsil eden bir kavramdır. İletilerin etkililiğini vurgulayacak olursak, bireyin vermiş olduğu iletilerin diğer bireyleri etkileyebileceğini savunan Laswell'in doğrusal modelini incelemek gerekmektedir (Yengin, 2014: 30).



Şekil 1 Laswell'in Çizgisel Modeli (McQuail & Windahl, 2010: 27).

Laswell etkinin iletişimdeki önemine vurgu yaparak; kim, neyi, hangi kanalla, kime, hangi etkiyle iletmekte olduğunun algoritmasını oluşturmuştur. Kullandığımız iletilerin hedef üzerinde yaratılan etkisi; bilgi, eğlence, yön gösterme, ikna amacıyla aktarılabilmektedir. Bu aşamada Laswell, iletinin içeriğinin önemini bizlere sorgulatmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının yaşamımıza girmesiyle birlikte *mağaralarda bulunan duvar yazılarından, bugün sinema, televizyon, radyo, bilgisayar ve kullandığımız cep telefonları gibi iletişim teknolojileri ile bilginin yayılması ve aktarılması daha etkin ve katılımlı olarak gerçekleşebilmektedir* (Tuna, 2012: 5). Kitle iletişim araçlarının hayatımızın merkezinde konumlanmasıyla yer/yön değiştiren etki, kişilerarası etkileşimin küresel anlamdaki sürecine de bambaşka bir yön göstermektedir. Teknolojik gelişimin hızlanmasında büyük yeri olan radyo, televizyon ve telefon sınırı görünmeyen elektronik devrimin temelini oluşturmaktadır. Neil Postman, *yeni bir teknoloji ne bir şey ekler ne de bir şeyi ortadan kaldırır, her şeyi değiştirir*

cümlesi ile iletişim dünyasındaki yargılara başka bir boyut yüklemektedir (Akt. Baldini, 2000: 92). Teknolojinin gelişmesiyle değişen sosyolojik, ekonomik, psikolojik hatta fiziksel yapılarımız bizleri başka bir düzenin içerisine götürmektedir. Şekillenen iletişim biçimlerimizdeki en önemli değişim telefonların hayatımızın merkezine girmesiyle olduğunu söylemek mümkündür. Küçük cep telefonlarına sığdırdıklarımız bizlerin hayatını kontrol edebilecek gücü onlara vermemizle şekillenerek dönüşümü başlatmıştır. Bu sayede birçok yapımız değişikliğe uğramaktadır aynı zamanda ihtiyaçlarımız da bu doğrultuda yön değiştirmektedir. Bizleri uyandıran bir çalar saatin yerine telefon alarlarımız geçmektedir, ne kadar yürüdüğümüz, kimlerle iletişime geçtiğimiz, gün içerisindeki anılarımız, satın aldıklarımız, kiminle nerede bulduğumuz, engellediklerimiz hepsi bir algoritmik sistemin içerisinde şekillenerek bizleri yönlendiren bir güce dönüşebilmektedir. Kitle ile iletişimi sağlayan tüm araçlar gücü eline alarak kaçamadığımız bir teknolojik dünyanın temelini atan önemli araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Radyo, televizyon, gazete, dergi reaksiyonu devam eden ancak popülerliğini yeni medyaya veren kavramlara dönüşmektedir.

2. Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş

Tek yönlü iletişim olarak kodladığımız geleneksel medya zamanla yerini interaktif bir buluşla şekillenen dijital medyaya bırakmaktadır. Chayko (2018: 7), teknolojinin hayatımızın şekli ve dokusuna çok fazla katkı yaptığına değinerek, teknoloji kullanıcıları tarafından tasarlanıp, icat edildiğine de vurgu yapmaktadır. Aynı zamanda yine teknolojiyi yaratanlar tarafından şekillendirilmeye devam edildiğinin altını çizmektedir. Teknolojinin hızla benimsenmesinin temelinde; bireyin okumaktan daha kolay olan izlemeyi tercih etmesi ve bundan bir keyif, doyum almasının olduğunu söylemek mümkündür.

Konuşma, yazı, matbaa, görsel-işitsel medyalar ve internet teknik olarak şekillenerek günümüze kadar bir döngüsel süreçte taşınarak sosyal, siyasal, ekonomik, psikolojik, fizyolojik tüm değerlerimize doğrudan etki eder bir konuma gelmiştir. Etrafımızda olup bitenleri hızlı bir şekilde izleyebilme, takip edebilme özelliğinden dolayı akıllı teknolojiler, etkileşimli olarak medyayı takip etme aynı zamanda haberleşme noktasında da değerli olanaklar sunmaktadır. 15. yüzyıl ortalarında kitleli iletişimin temelini atan matbaa ile toplum okuma kültürüne başlamıştır. Gazeteler ve süreli yayınların çıkmaya başlamasıyla birlikte matbaa ile başlayan bu serüven geniş

kitlelere yayılmıştır. 19. yüzyıl sanayi devrimi ile birlikte toplumsal yaşamın dinamiklerine etki eden gazeteler, birçok alanda bireylerin bilgi edinme haklarını kavramsallaştıran bir temele imza atmıştır. Bu dönüşümle birlikte reklam ve ilan yayınlarının hızla artması işletmelerin pazar payında daha çok yer edinme tutkusunu karşımıza çıkarmaktadır. Reklamın tutundurma amaçlı bir strateji olduğunu varsaydığımızda sebebinin, makineleşmeyle değişen ve daha çok ürün ortaya koyan üretim anlayışından kaynaklanmakta olduğunu görebiliriz. *Morse 1844'te telgrafi keşfederken, sonrasında Bell 1876'da telefonu, 1896'da ise Marconi telsiz radyoyu keşfetmiştir* (Aydoğdu, 2015: 8). Teknolojik keşifler, her dönemin sosyolojik, siyasal, ekonomik ve kültürel olgularında iz bırakma gücüne sahip olmuştur. Bilim ve teknolojiadaki gelişimleri irdelediğimizde I. Dünya Savaşı ile birlikte Batılı toplumlarda teknik anlamda geliştirilen iletişim teknolojileri savaş sonrası süreçte de yaşamı şekillendirecek düzeyde planlanarak teknoloji devriminin temellerinin atılmasında rol oynamıştır.

Göker'in tanımına göre, bilimsel araştırma yapmadan teknoloji geliştirmek ve teknolojiyi yararlanabileceğimiz ürünlere dönüştürmek mümkün değildir (Akt. Aydoğdu, 2015: 9). Bu doğrultuda özellikle internetin hayatımıza girme evresinde bilimsel anlamda teknik bir ağ sisteminin geliştirilerek uygulamaya dökülmesinin ardından teknolojik yaşantımıza entegre edildiğini söylemek mümkündür.

1969 yılında ABD Savunma Bakanlığı'nda ARPANET'in kurulmasıyla internet serüvenimiz başlamıştır. Ünaldı (2019) interneti; *kablolarla birbirine bağlı bilgisayarların TCP/IP protokolüyle haberleştikleri 'sanal' bir medya değildir. İnternet dünyanın en büyük beyinlerinin haberleştiği ve tarih boyunca oluşturulmuş en büyük siber zekadır* sözleriyle tanımlamaktadır. Yeni dünyada hızlı olanların hayatta kalacağına vurgu yapan Ünaldı İnternet Manifestosu başlığı altında; zekanın anlamını hız, internette hızın anlamını ise hayatta kalmak olarak betimlemektedir. Teknolojik süreç içerisinde birikimlerimizin rehberi olan internetin küresel bazda önemli bir buluş olduğunun altını çizmek gerekmektedir.

Yıl	Türkiye'de İnternet Gelişimi
1991	<p>ODTÜ ve TÜBİTAK, İnternet teknolojilerini kullanan yeni bir ağın tesis edilmesi yönünde bir proje başlattı. NFS ve CREN'e başvurdu.</p> <p>ODTÜ, Tübitak'a (Türkiye İnternet Proje Grubu) projesini sundu.</p> <p>ICANN & ODTÜ "tr" alan adı dağıtımını başlandı.</p>
1992	<p>ODTÜ, CREN ve NFS'den onay aldı.</p> <p>ODTÜ Mayıs ayında NFS'e bağlanma kararı aldı.</p> <p>Temmuz ayında PTT'ye 65 KB'lık hat başvurusu yapıldı.</p> <p>Ağustos ayında Hollanda'ya (RIPE) X.25/XP başvurusu yapıldı.</p> <p>Eylül ayında cihaz alımı ve kurulumu gerçekleştirildi.</p> <p>Ekim ayında ilk deneysel bağlantı X.25 üzerinden Hollanda üzerinden gerçekleştirildi.</p>
1993	<p>5 Nisan 1993'te PTT'nin 64 Kb'lık hattı sağlandı.</p> <p>12 Nisan 1993 tarihinde Ankara-Washington arasında 64 Kbps kapasiteli kiralık hat IP protokolü üzerinden Türkiye'nin ilk internet bağlantısı</p> <p>ODTÜ ve Bilkent Üniversiteleri ilk Türk web sitelerini yayına verdi.</p> <p>İlk internet servis sağlayıcı Tr.Net faaliyete başladı.</p>
1995	<p>Eylül ayında Türkiye'nin yurt dışına çıkış hat kapasitesi 128 Kbps'a çıkarıldı.</p>
1996	<p>Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi ile ODTÜ işbirliğinde ÖSS-ÖYS ve TUS sınav sonuçları tüm Türkiye'de ODTÜ ana sayfası üzerinden duyuruldu.</p>
1998	<p>Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde internet üst kurulu oluşturuldu.</p>
2000	<p>27 Ocak'ta Telekomünikasyon Kurumu 4502 Sayılı Yasa ile kuruldu.</p> <p>15 Ağustos'ta Telekomünikasyon Kurumu faaliyetlerine başladı.</p>
2006	<p>04 Aralık'ta Türkçe karakterli alan adları tahsisi başladı.</p>
2007	<p>23 Mayıs'ta Resmi Gazete'de İnternet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar yolu ile işlenen suçlarla mücadele edilmesi hakkında kanun yayımlandı.</p>
2008	<p>17 Kasım'da biz.tr-info.tr ve tv.tr uzantılı belgesiz olarak tahsis edilmeye başlandı.</p>
2009	<p>30 Mart'ta internet alan adları tahsisine ilişkin Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'na verildi.</p>
2010	<p>09 Şubat tarihinde ilk kez Türkiye'de güvenli internet günü kutlandı.</p>

Teknolojik gelişimin tarihsel sürecine baktığımızda süper akıllı bir toplum aşamasına gelinme noktasındaki aşamaları Büyükuslu, (2020: 15-16), şu şekilde özetlemektedir:

Toplum 1.0: Var olmaya, yaşamını temel ihtiyaçlarını karşılayarak ve birlikte birbirine tutunarak, korunarak ve her şeyden önemlisi avlanarak bir harmoni içerisinde yaşayan ilkel toplum evresidir.

Toplum 2.0: İlkel toplumdaki insanlık topraktan beslenmeyi ve tarımsal ürünler yetiştirerek avlanma dışında beslenme seçeneği yaratarak daha yerleşik ve organize bir düzene geçerek tarım toplumuna ulaşmıştır.

Toplum 3.0: Tarım ürünleri yetiştirmek için yapılan ilk tarım aletlerinin icadı ve sonrasında buhar gücüyle çalışan makinelerin ilk sanayi devrimine neden olması ve sonrasında makine-elektrik-elektronik alanında gerçekleşen buluşlar üretim bandı üzerinde toprağın ve metalin hammaddelerinin bitmiş ürüne dönüşmesi ve kitlesel sanayi üretimine geçişle kırsaldan sanayi kentlerine göç, toplum yaşamı örgütleyen evleşme, okullaşma, fabrika işçisi örgütlenme, dayanışma kültürünün ve birlikte kolektif yaşam kodlarının oluştuğu sanayi toplumuna geçiş evresidir.

Toplum 4.0: İnsanlık tarihinin en önemli buluşlarından birisi bilgisayardır. Bilgisayarın icadı üretim, finans, hızla gelişen hizmet sektörünün gelişmesi, bilgi üretimini ve bilgi ağlarının oluşması ile yaratılan enformasyon akışı ve ekonomik değer toplumu hızla değiştirerek bilgi toplumuna doğru evrilmeye neden olmuştur.

Toplum 5.0: Bilgisayarın keşfi ve yaygınlaşan kullanım alanının IOT-nesnelerin interneti, yapay zeka (AI), robotik, büyük veri (big data), 3D printing, drones, akıllı cihazlar, siber alanlar ve siber güvenlik gibi büyük teknoloji devriminin neden olduğu dijital teknolojilerin belirleyici olduğu Endüstri 4.0 üretim modelinin ortaya çıkan dijitalleşen tüketici tercihleri ve değişen sosyal yapı nedeniyle bilgi toplumundan daha ideal bir form olan geleceğin toplum modeli süper akıllı toplum modeline geçişi tanımlamaktadır.

Toplumsal açıdan baktığımızda teknolojik devrimlerin şekillendirdiği yaşam biçimlerimiz küresel düzeydeki etkileriyle de dönüşümü beraberinde getirmektedir. Teknik bazda 3G teknolojisi ile bireyin telefon ile yaklaşması ve internetin tam

anlamıyla yaşamımıza entegre edilmesinde önem taşıdığını belirtmek mümkündür. Yüksek hızlı veri iletişimi olarak tanımlayabileceğimiz 3G teknolojisi bizleri kablosuz internet ortamında özgür bırakan teknolojinin adıdır. GSM operatörleri tarafından görüntülü telefon görüşmesi sağlayan bir sistem olarak algılansa da notebook ve netbook'lar için de son derece önemli bir atılım olarak tanımlanabilmektedir (Ünaldı, 2019: 35). Günümüzde mobilleşmenin giderek artması ile teknolojik güncellemeler devreye girmiş aynı zamanda internet kullanımları da bu doğrultuda artış göstermiştir. Eylül 2020 sonu itibari ile Türkiye mobil abone sayılarına baktığımızda; yaklaşık %99,6 yaygınlık oranına karşılık gelen, makineler arası iletişim (M2M) aboneleri de dahil olarak toplamda 82.795.04312 mobil abone sayısı karşımıza çıkmaktadır. 2020 Eylül ayı sonunda 3G abone sayısı 4.441.941'e düşerken, 4.5G abone sayısı 76.464.852'ye çıkmıştır (btk.gov.tr. Erişim Tarihi: 27.01.2021). Mobilleşme ile doğru orantıda artış gösteren internet kullanımı, bireyin normatif koşullarda ihtiyaç listesindeki yerini almaktadır.

Yeni kavramı ile birlikte eskinin sürekli güncellendiği teknolojik yapı, bireyi de teknolaştırmakta ve evrimsel bazda akışkan (aktif) bir tekno-toplumu oluşturmaktadır. Yeninin hayatımıza katmış olduğu: hız, kolaylık, bireysellik, etkileşim ve anında iletişim kavramları bireyi yeni medya araçları içerisinde sınırı belirgin olmayan bir döngüye girmesinin temelini oluşturmaktadır. Yeni medya olgusu, bu doğrultuda sosyal yaşamı cep telefonlarına sığdırabilecek güce sahip olarak bizleri sosyal medya içerisinde ve internet ağlarında bir yaşama götürmüştür.

3. Dijitalleşme Süreçleri

Teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte 0 ve 1'leri temsil eden dijitalleşme (sayısallaşma) sürecinin ortaya çıkması, sosyal yaşantımızdan iş yaşantımıza kadar farklı alanlarda kullandığımız bilginin ulaşılabilir, taşınabilir, kopyalanabilir duruma gelmesine olanak sunmuştur. Dijitalleşme; kullandığımız dokümanlar, dosyalar vb. bilgisayar aracılığıyla dijital bir ortama aktarılabilme, okunabilme özelliğini kapsamakta ve önemli bir süreci temsil etmektedir.

Dijitalleşme evrelerine baktığımızda kitle iletişiminde telgraf, telefon, gazete, radyo, televizyon, uydu yayıncılığı, sayısal (dijital) yayıncılık, bilgisayar (laptop, notebook vb.) sırasıyla yaşantılarımıza girmiş ve dijital çağa doğru geçmemizin temellerini atmıştır. Çalışma ve eğitim yaşamına büyük kolaylıklar getiren bilgisayar, internetin keşfiyle vazgeçilmez bir iletişim aracına dönüşmüştür. Bilgisayarın 1960'larla

birlikte hayatımıza girmesi toplumun gelişmesi noktasında yön verici bir nitelik taşımaktadır. Tokgöz (2012: 82), çağdaş bir insanda olması gereken özellikler arasına bilgisayar okuryazarlığının dahil olduğunu vurgulamaktadır. Günümüz teknolojilerinin kullanımıyla birlikte yeni teknolojiler, bilgisayar okuryazarlığı kavramının yerini medya okuryazarlığı teriminin almasına neden olmuştur. Çevrimiçi ağların kullanım oranlarının artması ile internet okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı gibi kavramların da eğitim literatüründe yer edindiğini görmekteyiz.

Kablo ağlarıyla bilginin protokoller üzerinden belirlenen ağ (web) sistemi aracılığıyla yayılım göstermesi internetin oluşan yeni sistemdeki ihtiyaçları da değiştirmiş ve şekillendirmiştir. Web gelişim süreci olarak ele aldığımız Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 internetin kullanım amaç ve ihtiyaçlarını sınıflandırdığımız dijitalleşme süreçlerini kapsamaktadır. Web 1.0 internet ortamında kişisel eğlenceye bilgiye ulaşma ve dosya indirmenin ön planda olduğu bir süreci kapsamaktadır. Web 2.0’da bu süreç kişisel yayıncılıkla devam etmiştir. Kullanıcılar içeriğin bir parçası olarak güncelleme yapabilmekte ve yeni içerikler oluşturabilmektedir. Web 3.0 ise çevrimiçi çalışmakta olup dijital ortamdaki verilerin anlamsal olarak birbirleriyle ilişkili olmak durumlarını kapsayan bir süreci temsil etmektedir (Yengin, 2014: 118). Sistematik olarak işlenmesi amaçlanan bilgi dijital teknolojiyle yeni arayüzleri ve yeniden yapılandırma olgusunu karşımıza çıkarmaktadır.

Bilginin belleklerde depolandığı ve algoritmaların sistemlere entegre edilmesiyle paylaşılan ve çoğaltılan bir bilgi teknolojisi çağını yaşamaktayız. Yazılım geliştiricilerinin keşfiyle hayatımıza giren uygulamalar ve çevrimiçi ağlar bizlerin toplumsal niteliğini dönüştürmektedir. Teknoloji ile yapılan faaliyetler kapsamında bakıldığında, kullanıcıların internete girdiklerinde yaptıkları ilk faaliyetlerden biri *sosyal ağları* tercih etmektir. 1990’larla beraber web büyüme kaydettikçe genişbant kapasitesine yapılan yatırımlar da artmıştır. Hedeflenen bilgi kapasitesiyle, özellikle Microsoft, Google ve Amazon gibi şirketler bilgisayar gücüne, sunuculara ve çevrimiçi depolama alanlarına ihtiyaç duymuştur. Bulut bilişimi ile birlikte dijital etkinlikler ve depolama donanımsız bir şekilde var olabilmekte aynı zamanda bir bilgisayardan veya aygıtla erişilebilen bir alanda bulunmasına olanak sunmaktadır (Chayko, 2018: 39). Bu doğrultuda verilerin dijital ortamda tutulması ve toplanması ciddi boyutta güvenlik açığı oluşmasının önünü açmaktadır. Bilgilerin üretim ve yayılma sirkülasyonunda başrolde yer alan *büyük veri* kritikliğini korurken, bilgi ağından faydalanan bireyler de ağ toplumuna dönüşmektedir.

İletişim teknolojilerinin yanı sıra dönüşen e-yayıncılık, e-bülten, e-ticaret, e-kitap gibi değerlerimiz yaşamsal fonksiyonlarını internetle bağdaştıran bireyin e-topluma dönüşmesinin de yansımalarını taşımaktadır. Küresel anlamda kapitalizmle doğru orantıda gelişme gösteren teknolojik sistemler bireye etki ettiği kadar tüketim kültüründe de değişikliklere neden olmaktadır. Özellikle internetle birlikte, sosyal medyanın hayatımıza girmesi ve mobilleşmenin artış göstermesiyle tüketim alışkanlıklarımız da başka bir boyutta değerlendirilmelidir. Yaşamın gerekliliği olarak görülen tüketim dijital alışverişe evrilerek, sosyal medya kültürü ile istenileni yönlendirme ve algı yönetme noktasında bambaşka boyutlara taşınmaktadır.

Tekno bireylere evrildiğimiz bir süreci yaşarken, kişisel kararlarımız, kaygılarımız ve hayallerimiz de uygulamalarla yönlendirilebilir hale gelmektedir. Düşünmeden indirdiğimiz uygulamalar ve dayatılan sözleşmeleri okumadan onaylarken, sistem sağlayıcılar bizlerin tercih ettiklerini ve etmediklerini kodlamakta aynı zamanda bireyi mekanik bir araç gibi yönlendirerek manipüle edebilmektedir. Bu noktada teknolojiyi bizlerin ürettiği, ortaya çıkardığı ve çoğalttığı unutulmaması gereken bir değerdir. Teknoloji, insan tarafından kullanılırken yararlı bir araç niteliği taşımaktadır. Ancak zararlarının dezavantajlarının da yeterince sorgulanması gerekmektedir. Teknoloji dünyasının içerisine doğan birey kullanım alışkanlıklarını bu doğrultuda öğrenmekte ve yaşamsal fonksiyonlarını ihtiyaçlarını bulunduğu dijital yapıda belirlemektedir. Günümüzde taklit ederek büyüyen birey, dokunmatik araçlarımıza daha hızlı adapte olmaktadır. Dijital süreçlere hakim olma noktasında, yaş skalasının giderek düştüğünü belirtmek yerinde bir tespit olacaktır.

4. Covid-19 ve Değişen Teknoloji

Teknoloji alışkanlıklarımızı yönlendirecek ve dönüştürecek güce sahipken, dijitalleşmenin önemini de bizlere hissettirmektedir. Özellikle Covid-19 ile mücadele kapsamında alınan kararlar çoğu kişinin (çalışanın & eğitim görenin) ev ortamında dijital platformlar üzerinden işlerini yapmasına neden olmuştur. Bu süreçte teknolojinin ne kadar önemli olduğunu ve artık gelmiş olduğumuz dijitalizm süreciyle reddedilemez bir yapı ile karşı karşıya kaldığımızı da gözler önüne sermektedir.

Üniversite kapsamında alınan kararlar online eğitimi yüzde yüz dilime çıkarmış, iş yerlerinin eve taşınması da mümkün bir duruma gelmiştir. Bu süreç iş alanında da büyük değişimi ve farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya ve dijital

pazarlama neredeyse tüm sektörlerde başvurulan, olmazsa olmaz bir branşa evrilmiştir. Çevrimiçi ortamların zamanla arttığı ve artmaya devam ettiği bu süreç krizi fırsata çevirme noktasında değerli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Teknolojinin son keşifleri olarak tanımlayabileceğimiz yapay zeka ve robotik sistemlerin hayatın her alanına girmesine neden olan özellikleri arasında medikal teknolojide insandan daha *hızlı, kusursuz, kaliteli ve düşük maliyetli olması* yer almaktadır (Büyüksu, 2020: 87). Dünya düzeni değişirken, etkisini doğrudan hissettiğimiz pandemi sürecinde teknolojinin hız, kalite ve düşük maliyetli olma özeliğinden beslenen birçok şirket ve yönetim organizasyonlarını, çalışma koşullarını revize etmek durumunda kalmıştır. Ürün hizmet sağlayıcılardan eğitime, ekonomiden siyasete birçok alanda hedefler de dijital bazda güncellenmeye devam etmektedir. Uzun vadeli bir hedef olarak baktığımızda, dijital teknolojinin 2020'de büyük, küresel bir halk sağlığı sorunuyla başa çıkmak için hemen kullanılması ve başarılı bir şekilde uygulanması, muhtemelen gelecekte kronik hastalıklar da dahil olmak üzere sağlık hizmetlerinin diğer alanları için bu tür teknolojilerin kamuoyu ve hükümet tarafından kabulünü artıracaktır. *'Kriz bir fırsat sağlar'* sözünü baz alırsak, 2020'nin büyük krizi olarak adlandırdığımız bu süreç dijital teknoloji için büyük bir fırsat sunmaktadır (Wei Ting, Carin, Dzau, Wong, 2020: 461).

2010'lu yıllarla birlikte *Dijital Dönüşüm ve Endüstri 4.0* ile çalışma hayatından sosyal yaşantıya kadar radikal değişiklikler meydana gelmiş iş gücü piyasaları akıllı sistemlerin üretiminde, yönetiminde, yapay zeka, makine öğrenimi, büyük veri, robotlar ve IoT sistemlerinin bilgi kapasitesini temsil edebilecek insan gücüne ihtiyaç duymaktadır (Büyüksu, 2020: 89-90). Bu noktada özellikle ilkökul çağında kodlama sisteminin merkeze alınması önem taşımaktadır. Eko sistemin eşitlik ve devamlılığı açısından bakıldığında değişen çalışma hayatına adapte olabilmek gerekmektedir. Burada eleştirilmesi gereken nokta yapay zeka ve robotik sistemlerin hayata entegre edilirken bireyin yerini almasıdır.

B. Teknoloji Bağlamındaki Yaklaşım Çeşitleri

Dijitalin yaşamımıza girmesiyle dönüşüm ve teknolojik inovasyon sosyal, ekonomik, çalışma hayatı ve üretim-tüketim ilişkilerimize kadar köklü bir değişikliği karşımıza çıkarmaktadır. Yaşanan bu değişim kimilerine göre, toplumsal açıdan son derece yararlı ve gereklidir. Toplumsal gelişim açısından her alanda teknoloji kullanım

gerekliliğini savunanların aksine daha çok zararları üzerine yoğunlaşanlar da bulunmaktadır. Eleştirel yaklaşımın temelinde iletişim teknolojilerinin iktidara hizmet etmesi yer almaktadır. Bu doğrultuda bakıldığında iletişim teknolojileri değişime değil, kurulu düzenin varlığına hizmet etmektedir (Aydoğdu, 2015: 25). Hizmet aracılığı ile teknoloji varlığının toplumsal düzen içerisindeki yerinin sorgulanmasını kapsayan eleştirel yaklaşım bireyin aldığı zararlara daha çok dikkat çekmektedir.

1. Teknoloji Bağıntısı Olan İyimser Yaklaşımlar

İletişim araçlarına ilişkin teknolojik görüşlerin temelini atan Harold Innis, iletişim teknolojilerini tarihini, uygarlık tarihinin merkezi olarak konumlandırmaktadır. Teknolojik belirleyicilik görüşünün öncülerinden biri olarak bilinen Innis (2008), iletişim araçlarının belli örgütlerin büyümesinde destekleyici olduğunu vurgularken, bu örgütlerin kültürel özelliklerinin egemenliğini sağladığının da altını çizmektedir.

Teknolojinin gelişimi ve kullanımı ile ilgili olarak Marshall McLuhan (2001: 174), *her şey bir anda olmayacak, geçiş aşamalı ama karşı konulmaz olacaktır* sözleriyle içerisinde bulunduğumuz simülasyonu anlamak gerektiğini vurgulamaktadır. Teknolojik determinizm diğer bir adıyla teknolojik belirleyicilik yaklaşımını merkeze alan McLuhan, olup bitenden kaçamayacağımızın altını çizerken; *araç mesajdır* sözüyle kültür aktarımı ve kültür karakterinde araçların insan uzantısı olarak betimlenebileceğini de ifade etmektedir. McLuhan arabaların, giysilerin, telefon hatta yol gibi araçların insanın bir uzantısı olduğunu belirtmektedir (Aydoğdu, 2015: 28).

Modern dünyaya baktığımızda, teknolojiyi sahiplenen ve kullanan toplumlarda bilgiye erişme eşitsizliğinin ortadan kalkacağını düşünen McLuhan, kitle iletişim araçlarının gücünü her daim vurgulamaktadır. Baban'ın aktarımıyla (2012: 59-60), McLuhan yeni iletişim teknolojilerinin yeni bir çevre oluşturduğuna inanarak hayatın ritminin değişmesinde rol oynadığını ifade etmektedir. Gücü elinde tutan kitle iletişim araçları özerk ve aktifliğini korurken *kendi iktidar alanını oluşturmaktadır*. Williams ve Güngör, McLuhan'ı teknoloji ve toplumun birbirinden soyutlaştırılarak ayrıştırılamayacağını savunarak eleştirmektedir.

Katz ve Foulkes (1962) yaptıkları araştırma sonucunda kullanıcıların medyayı çoğunlukla *bilinçli olarak kaçış amacıyla* kullandıkları saptamıştır. Bireyler gündelik yaşamdaki kaygılarından, sorunlarından, koşturmacadan yorgun düşerek, *kitle*

iletişim araçlarının fantazyalarla donatılmış dünyasını kaçış olarak görmektedir. Klapper (1963) ise 1950 e 60'lı yılları kapsayan araştırmalar bazında medyanın izleyiciyi değil, izleyicinin medyayı kullandığı sonucuna dikkat çekmektedir (Güngör, 2020: 129). Teknolojik araçların iyimser yönüne dikkat çeken araştırmalar teknolojinin etkileşim özelliğinin yanı aktif izleyiciliğe doğru evrilmenin önemine dikkat çekmektedir. Aktif izleyicilik yaklaşımı günümüzde yeni medya ile birlikte aktif katılımcılık sürecinin başlamasına olanak tanımıştır.

Markedly, Geiger ve Newhagen (1993) gibi isimler teknik anlamda pragmatik değişime uğrayan kitle iletişim sürecini *bilişsel devrim* olarak nitelemektedir (Güngör, 2020: 120). McQuail, Blumler ve Brown ise bireyin gereksinimlerini doyuma ulaştırma noktasında medyayı kullandıklarını saptamıştır. Birey toplum içerisinde iletişim kurmak, takdir görmek, heyecan duymak ve eğlenmek gibi ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmak için teknolojiye yönelmektedir. Aynı zamanda kişi toplumsal olaylardan haberdar olmak için, fikir almak gibi bilgi ihtiyaçlarını da teknolojik araçlarla karşılamaktadır.

2. Teknoloji Temelli Eleştirel Yaklaşımlar

Teknolojik bağlamda toplumsal yapıların, düşünce yapılarının ve yaşam biçimlerinin köklü değişimi kimi kuramcı veya düşünürün de eleştirel açıdan bakmasının temelini oluşturan unsur arasında yer almaktadır. Dijital devrimci George Gilder'e göre, bilgisayar kitle kültürünü değiştirmeye değil onu yok etmeye gelmiştir (Jenkins, 2006: 23). Kitlelerin kurduğu iletişim biçimlerine etki eden yeni teknolojiler, bireysel olarak herkesin her şeye her an ulaşabilir olmasının önünü açarak kitlesizleştirme özelliğinin yayılmasına neden olmaktadır. Özellikle izleyiciden kullanıcıya dönen etkileşim biçimi sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle iletişimi dijital ortamlara taşımıştır.

Küresel boyutta toplumların kutuplaştığına dikkat çeken Nazife Güngör, teknolojinin açtığı eşitsizlik boyuna eleştiri getirmektedir. Güngör (2020: 163), küreselleşmenin etkisiyle bütün dünya toplumlarının birbirine yakınlaştırdığını savunanlara karşı bir eleştiri getirerek, yoksullar ve zenginler arasında giderek açılan mesafeyi öne sürerek küresel düzlemde yoksulun daha da yoksullaştığına vurgu yapmaktadır. *McLuhan'ın (2001), 'evrensel köy' kuramının ütopyik geçerliliğini çoktan yitirdiği gözlemlenmektedir.* Elektronik iletişimin yaygınlık kazanmasıyla dünyanın farklı yerlerinde insanların eşit şartlarda aynı program ve haberleri izleyeceğine atıfta

bulunarak *global köy* kavramını ortaya atan McLuhan, evrensel kapitalizmin güçlenmesiyle artan eşitsizlik bazında eleştirilmektedir. Raymond Williams da, teknoloji kapsamında yaptığı çalışmalar doğrultusunda McLuhan gibi teknolojik deterministleri eleştirmekte ve teknolojiyi fikir olarak tek yönlü uyarılma şeklinde betimlemektedir. Teknolojiyi sosyal sistemin bir ürünü olarak tanımlayan Williams'a göre (2003: 108), *teknolojik determinizm gerçek sosyal, siyasal ve ekonomik amaç yerine; ya icadın rastlantısal otonomisini ya da soyut bir insani özü koyduğu için savunulamaz bir fikirdir*. Sosyal düzendeki amaçlar bazında eleştiri yapanlardan biri olan Williams, bireyin önemsiz bir varlık niteliğinde olmasına karşı çıkmaktadır.

Teknum olarak adlandırdığı modern kültür ve teknoloji sisteminin yeni sosyal organizasyonlar geliştirirken yeni olanaksızlıklar yarattığını belirten Kevin Kelly de teknolojik sistemin sorgulanması gerektiğine dikkat çekmektedir. Yeni teknolojilerin yepyeni yalancılık, dolandırıcılık, çalma, casusluk ve terör yaratma yollarının önünü açacağını belirtmektedir. Kelly (2017: 309), insanlara zarar verebilecek nitelikte olmayan kötü niyetlerle kullanılmayacak icadın olmadığına vurgu yaparak *en masum teknoloji bile silaha dönüştürülebilir ve dönüştürülecektir* sözlerine yer vermektedir. Kelly'nin bu betimlemesini aslında günümüzde, siber saldırılar adı altında uygulamalı olarak yaşamaktayız. Bireylerin kullandığı teknoloji gün geçtikçe güçlenmekte ve kullanan mı yoksa kullanılan tarafın mı yönlendirildiğini tespit etmek zorlaşmaktadır.

Eleştirel yaklaşımların temelinde olması gereken unsura değinen Mark Andrejevic (2014: 73): *eleştirel yaklaşımın özellikle ekonomik ve siyasi alanlarda, ticari ve araçsal bilgi ismarlamaya bir cevap olarak kolektif anlamlandırma pratiğini harekete geçirmesi gerektiğinin altını çizmektedir*. Bu noktada bilginin paylaşılan şekillerini geliştirmek ve enformasyonun anlam kazanmasında rasyonel bir yola başvurmak gerektiği de önem taşımaktadır.

C. Yeni Medya Yaklaşımları

Küresel anlamda geçmişten günümüze gelişmeye devam eden teknoloji, içerisine almış olduğu kitle iletişim araçlarını başka bir ortama uyarlamaktadır. Sosyal algıların ve toplumsal gelişim algoritmasının dönüşümüne neden olan bu ortamı 'yeni medya' olarak tanımlayabiliriz. Kişiler arası iletişimi farklı bir boyuta taşıyan bu ortamda bireyin düşünceleri davranışları ve kararları da bu doğrultuda

etkilenmektedir. Toplumun yönetilmesinde yasama, yürütme ve yargıdan sonra gelen dördüncü kuvvet olarak tanımladığımız medya kavramı, yeni medya ifadesiyle içeriğin dönüşümünü ve farklılaşma sürecini yansıtmaktadır.

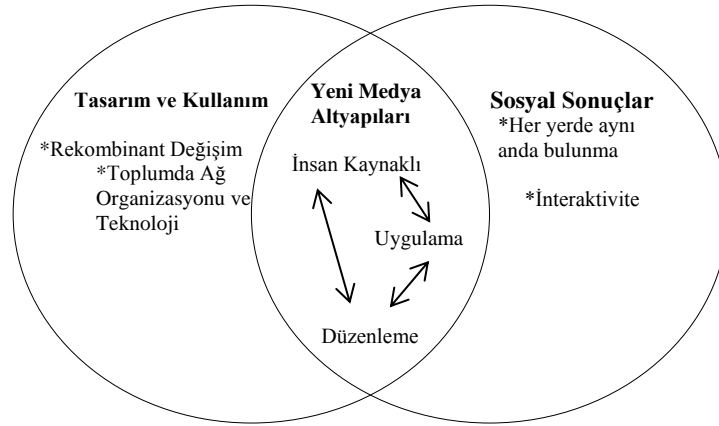
Yeni medya ortamını daha iyi kavrayabilmek adına kavramın temelini nasıl oluştuğunu hangi olgulara dayandığını irdelemek gerekmektedir. Yaklaşımların ve kuramların yeni medya çerçevesinde olduğu düşünürlere de alt başlıkta değinilecektir.

1. Yeni Medya Kavramı ve Özellikleri

1990'larla birlikte küresel anlamda daha çok kullanılmaya başlanan yeni medya kavramı, bilgisayar temelli sürecin başlamasıyla sınırını aşarak internetin hayatımıza girmesiyle yaygınlık kazanmıştır. Avrupa'da kurulan yeni enstitüler; Karlsruhe'de bulunan ZKM (1989), Frankfurt'ta bulunan Yeni Medya Enstitüsü (1990) ve Hollanda'da bulunan ISEA (1990) gibi yeni medya sanatının üretimine ve gelişimine destek olmuştur. *1990'larda Tokyo'da bulunan İletişim Merkezi yeni medya sanatı ile ilgili etkinliklerde bulunmuştur. 90'lar boyunca Avrupa ve Japonya yeni medya çalışmalarının görülebileceği ve bu alana dair tartışmaların izlenebileceği en önemli yerler haline gelmiştir* (Manovich, 2014: 158). 1995'li yıllarda Amerika üniversitelere yeni medya sanatı ve tasarım gibi programlar koymaya başlayarak alanın gelişiminde öncü olmuş, özellikle Batı bölgelerindeki üniversite ve sanat okullarında hem lisans hem de yüksek lisans eğitimi veren yeni medya bölümleri açılmıştır. Peki bu denli yayılan ve önem kazanan yeni medya tam olarak ne demektir? Literatürü taradığımızda yeni medyaya birçok kişi farklı tanımlar getirmektedir.

Lievrouw'a (2011: 214) göre, dijital çağda medya kültürü çeşitlenerek kişisel, şüphe dolu, kendine özgü, kimi zaman dayanışmacı, kısa ömürlü ve ironik olabilmektedir. Bu çeşitlilikle birlikte endüstri veya kurumlar izleyicilerini kontrol altında tutmak için çalışmakta, iş modellerini de online sistemler üzerinden genişletmeye çalışmaktadır.

Kapitalizmle birlikte değişen kültür, reklama ve ticarete dayalı bir politika sergileyerek, ticari reklama dayalı yeni medya içeriklerinin kısıtlı olmasına rağmen bu alanın sahiplenilmesinde ve deneyimlenmesinde daha etkili ve ileri bir rol oynadığını söylemek mümkündür. *Reklam kültürü olmasaydı, yapay zekayı kullanabilen bilgisayar oyunlarımız, ağ tabanlı çoklu ortamlar (müzik, hareketli görüntü ve üç boyutlu ortamların tüm web üzerinde dağıtımını sağlayan yazılımlar da dahil), ileri üç boyutlu modelleme, animasyonlar, CD-ROM'lar, DVD'ler ve diğer depolama formatları, birçok yeni medya teknolojisi ve formuna sahip olamayacaktık* (Manovich, 2014: 159). Küresel anlamda gelişen reklam stratejileri teknolojinin gelişimiyle doğru orantıda ilerleme kaydederek, toplumun gelişmeleri takip edebilmesi noktasında ve teknoloji şirketlerinin inovasyon sahibi olmasında büyük bir yere sahip olmaktadır.



şekil 2 Yeni Medya Kümesi (Lievrouw, 2011: 6)

Lievrouw, yeni medya kümesini oluştururken teknolojik tasarım ve kullanımla sosyal sonuçların kesişim noktasını yeni medya altyapıları başlığı altında toplamaktadır. Aynı andalık ve interaktif olabilmekle birlikte değişimin ve toplum içerisindeki ağ organizasyonunun temelinde insan kaynaklı bir yapının düzenlemesi ve uygulama sürecinin bağlantılı olması yer almaktadır.

2. Yeni Medya Yaklaşım ve Kuramları

Yeni Medya ilkelerini sayısal gösterim, modülerlik, otomasyon, değişkenlik, kod dönüştürme olarak 5 başlıkta toplayan Manovich (2001: 43), matbaanın kültürel iletişimin yalnızca bir kısmını etkilediğini, bilgisayar medyası olarak tanımladığımız bu devriminse iletişimin tüm aşamalarını etkilediğinin altını çizmektedir. Böylece işleme, depolama ve dağıtıma kadar her türlü birimde değişimler ve yenilikler

meydana gelmektedir. Metin, hareketli-hareketsiz görüntüler, sesler ve mekansal yapılar bu yeni ortamda şekillenebilme imkanı bulabilmektedir.

Yeni medya ortamıyla tekrar gündeme gelen bilgi edinme hakkı ve ifade özgürlüğü kavramları, internetin hayatımıza girmesiyle bilgiyi kamusal bir alana taşıma noktasında etkili olmuştur. Uçkan'ın (2011: 63) ifadesiyle;

Medya başlangıçta bağımsız girişimcilerin, bağımsız kalmayı erdem sayacak bir etik sistem içinde, doğrudan haber verme eylemi üzerine kuruluydu. Medya, şeffaflık, bilgi edinme hakkı, ifade özgürlüğü kavramlarını geliştirerek “haber alma özgürlüğü” dediğimiz bir hak ve özgürlük platformu oluşturdu. Bilgiyi kamusal bir mülkiyete taşıdı. Daha sonra, gerek sanayi devriminin yarattığı ve farklı sektörlerin iç içe girdiği sermaye birikim düzeni, gerekse sömürgeci miras üzerine yükselen küreselleşme odaklı aşırı kar odaklılık, medyanın sermaye ve sahiplik yapılarını değiştirdi. Bilgi giderek ekonomik bir silaha dönüştü. Endüstriyel medya ortaya çıktı ve medya sahipliği oligopollerin, büyük grupların eline geçerek tekelleşti. Bu gruplar medya dışında ciddi hacimli işlerle meşgul oldu ve medya uzantılarını çıkarlarını korumanın, istedikleri siyasal yapıyı yaratmanın bir aracı kıldılar. “Kitle iletişim araçları” dediğimiz teknolojik sıçrama da bu düzeni sağlamlaştırdı ve etkisini arttırdı. Şimdi bu düzen yıkılıyor...

Yeni medya ve sosyal medya çalışmalarının üretici ve aktif isimlerinden olan Christian Fuchs ise, etik değerlere daha çok dikkat çekmekte ve enformasyon toplumu kavramının eksikliklerine alternatif bir tanım önermektedir. Fuchs'a göre, *yeni teknolojilerin toplum üzerindeki etkisi tek boyutlu olmayıp, çok yönlü, karmaşık, doğrusal olmayan, her biri diğeri ile çatışan, işbirliğine de rekabete de yer veren bir potansiyele sahiptir* (Çakır, 2014: 91). Enformasyon toplumunda ise, işbirliğinin desteklenmesi, rekabetin önlenmesi gerektiğini savunan Fuchs-Bichler-Raffl (2009), enformasyon kapitalizminin son noktaya ulaştırdığı sosyal sorunların çözümüne ihtiyaç olduğunu belirterek ancak bu koşulda toplumun varoluşunun süreceğini savunmaktadır. Kapitalizmle birlikte metalaşan bilgiler, Fuchs'un dikkat çektiği diğer bir sorundur. Bu sorunsal bağlamında, büyük yeni medya şirketlerinin ve güç sahiplerinin özel bilgilerinin koruma altında olduğunu belirten Fuchs, *asıl sorunun normal yurttaşların, kullanıcıların, özel bilgilerinin korunmasında olduğuna* değinmektedir. Kullanıcıların bilgilerinin yeni medya şirketleri tarafından özel

şirketler kapsamında reklamcılık amacıyla kullanılması hatta satılması, kişileri tamamen savunmasız bırakmaktadır. Fuchs'a göre, çözüm kullanımın sınırlandırılmasında değil, *yeni medya şirketlerinin elindeki bu büyük gücün kontrol edilebilmesi, gerektiğinde buna engel olunabilmesinde* yatmaktadır (Çakır, 2014: 94). Özellikle Web 2.0'ın getirilerine baktığımızda ticari olmayan kullanımlar da karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya ile gözetim sorunu taşıdığı tehlike ve risk açısından eleştirilmektedir. Bireyin davranışlarının kontrol edilmesi ve nüfusun yönetilmesi gözetime bağlı olmaktadır. Fuchs'un eleştirdiği nokta ise, toplanan dataların sermaye sahiplerine satılması bu datalar doğrultusunda uzun veya kısa dönemli projelerin belirleniyor olmasıdır. Kapitalist ilişkilerin yeniden üretiminde, bireylerin neyi satın aldıkları ve neyi ürettikleri karı en yükseğe çıkarmak ve artık-değer miktarını artırmak için gözlemlenmektedir. Bu durum gözetimin temelinde şekillenen birey ve gruplara uygulanan bir şiddete dönüşmektedir (Çakır, 2014: 128). Bu bağlamda yeni teknolojiler, kapitalizmin meşrulaştırıcı niteliğini ve bireyin değil aracın temel alındığı teknoloji merkezli bir anlayışı popülerleştirmektedir.

Neil Postman'a (2016: 24) göre, yeni teknolojiler, ilgilerimizi, hakkında düşündüklerimizi değiştirme gücüne sahiptir. Düşünce vasıtalarımızı bile değiştiren bu teknolojiler, toplumun doğasını da beraberinde değiştirmektedir. Dünyamızda olan ve olmaya devam eden tuhaf ve tehlikeli şeylerin çok az farkındayız, sebebi ise bu olanların bir isminin olmamasıdır. Postman bu olan biten şeylere Teknopoli ismini vermektedir.

Toplumbilimlerinin ana akım yaklaşımı olarak bilinen kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, yeni teknolojilerin hayatımıza girmesiyle bireylerin medyayı neden kullandığıyla ilgilenerek önemli bir süreci konu edinmektedir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı okuyucu, dinleyici, izleyici ve artık katılımcı kişilerin *hangi iletişim araçlarını ya da içeriklerini hangi gereksinimlerle kullandıklarını ve ne gibi doyumlar sağladıklarını* açıklamakla ilgilenmektedir. Kişinin mesajı nasıl okuduğu ve anlamlandırdığı noktasında ortaya konulmak istenen esas fikir, izleyici olan tarafın her verilen içeriği sadece pasif alıcı olarak değil, mesajı kendilerine uygun şekilde yorumlama durumlarının olduğudur (Uzun, 2013: 85). Kitle iletişim araçlarının hayatımıza girmesiyle kişiler doyum sağladıkları bu araçlar aracılığıyla kendilerine özgü bazı anlamlar çıkartabilmektedir.

Katz, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının üç hedefi olduğunu şu maddelerle sıralamaktadır: *Kitle iletişim araçlarının, bireyler tarafından gereksinimlerini*

gidermek amacıyla nasıl kullanıldığını açıklamak, medya davranışının güdülerini anlamak, iletişim davranışını, güdülerini ve gereksinimleri izleyen işlevleri ve sonuçları belirlemek (Uzun, 2013: 86). Bu durumda belirtmek gerekir ki yaklaşımın kuramsal metodolojisinde psikolojide yer alan gereksinim ve güdü kavramları oluşturmaktadır.

DeFleur ve Ball-Rokeach tarafından geliştirilen bağımlılık modeli ise, *kitle iletişim kuramlarının mikro düzeyde çözümlenmelerle kısıtlı kalması ve insanların kitle iletişim araçlarına makro düzeydeki bağımlılıkları üzerinde durmamasına seçenek olarak geliştirilmiştir* (Uzun, 2013: 97). İletişim araçlarına bağımlılıkların belirleyicisi olarak toplum, iletişim araçları ve izleyici kitlesi arasındaki üçlü ilişkiyi vurgulamaktadır. McQualil ve Windahl, bağımlılık kuramını ele alarak, bireyin toplumsal ve bireysel ihtiyaçları, medya sistemi ve sosyo-ekonomik ve politik sistemin karşılıklı etkileşiminin bağlantısı olduğunu belirterek, medyanın da bireyler üzerinde etkisinin var olduğuna değinmiştir (Yaylagül, 2010: 84). Günümüz koşullarında mobilleşmenin artmasıyla, iç içe geçen teknoloji ile birey bağıllığının şekillendiği davranışsal bağımlılık sürecinin önemli iki kavramı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu aşamada kişi gereksinimleri karşısında bir doyum sağlamak amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanmakta ve ihtiyaçları doğrultusunda (bilgi edinme, eğlence, keyif alma, düşünme gibi), kullandıkları bu teknolojik araçlara bağlı duruma gelmektedir. Duygusal ve düşünsel yapıları yönlendiren bu araçlar zamanla bireyin bağımlı hale gelmesinin temelini oluşturmaktadır.

Teknolojik belirleyicilik tezinin öncülüğünü Harold Innis yapmaktadır. Toplumsal değişimin gücünün teknoloji olduğunu savunan Innis, teknolojiyi insanın fiziksel yetilerinin iletişim teknolojisini ise insan bilincini uzantısı olarak ele almaktadır (Güngör, 2020: 184). Marshall McLuhan ise, teknolojinin belirleyici olması noktasındaki düşüncelerini *araç iletidir* ifadesiyle önemli olanın araç yani teknoloji olduğuna vurgu yapmaktadır. Teknolojik belirleyiciliğin devamı niteliğinde olan modernleşme ve yeniliklerin yayılımı yaklaşımları ise, iletişim alanına farklı bir boyut kazandırmıştır. Modernleşme kuramcıları az gelişmiş, gelişmekte olan ülkelerin toplumsal, siyasal ve ekonomik kurumların sorunlarını aynı zamanda teknoloji ve insan ilişkisine yönelik sorunların çözümünü *insanı modernleştirme* noktasında değerlendirir. Kitle iletişiminin modernleşme ve kalkınma aşamasında büyük rol oynadığını savunan bu kuramcılar, kitle iletişim araçlarını modernleşme ve kalkınmanın hem ölçüsü hem de itici gücü olduğunu öne sürmektedirler (Uzun,

2013: 114). Everett M. Rogers, yayılım araştırmalarıyla en fazla tanınan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. Rogers'a göre *kalkınma, kişi başına daha yüksek gelir ve yaşama düzeyine ulaşabilmek amacıyla, bir toplumsal sisteme yeni fikirlerin sokularak daha modern üretim yöntemlerine ve toplumsal örgütlenmeye geçilmesidir* (Uzun, 2013: 115). Betimlenen bu süreç toplumsal boyutta modernleşme olarak ele alınmaktadır. Yeniliklerin toplumsal sisteme entegre edilmesiyle kalkınma gerçekleşmektedir. Yenilikler toplumsal sisteme iletilir ve zamanla yayılır aslında yeniliklerin yayılması ile ilgili araştırmalar iletişim araştırmaları olarak literatürde yer alabilmektedir.

Yeni medyanın beraberinde ortaya çıkan bir diğer kuram ise enformasyon toplumu kuramıdır. Enformasyon toplumu kuramcıları, bilgi teknolojilerindeki gelişmeleri ve bu süreci yeni çağa devrim niteliğinde geçiş sağlayacak çarpıcı gelişmeler olarak ele almaktadır. İletişim alanında ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler, endüstri toplumunun eksikliklerinin giderileceği yeni toplumsal yapının kurucusu olacak ögeleri kapsamaktadır. Yeni teknolojilerle şekillenen yeni toplum farklı özellik ve nitelikleri barındırmaktadır. Bunlardan en önemlilerini sıralayacak olursak; *enformasyon ekonomisinin gelişmesi (enformasyonun ekonomik bir değer haline gelmesi), enformasyon teknolojilerinin yaygınlaşması, mesaj ve bu mesajları taşıyan kanal sayısındaki artış, karşılıklı bağımlılık, enformasyon alanında çalışan işgücünün artışı, bilimsel bilginin özel konumu* maddelerini belirtebiliriz (Uzun, 2013: 121-122). Modernizmin teknoloji ile i içe olduğu bu kuramda, gelişmişlik düzeyleri arasındaki fark olan ülkelerin aradaki açığı kapatmasında iletişim teknolojilerinin başrolde olduğu olgusu esas alınmaktadır. Aynı zamanda bireyler arasındaki eşitliğin sağlanması noktasında da enformasyonun ve iletişim teknolojilerinin önemli bir gereksinim (ihtiyaç) olduğu enformasyon kuramı içerisinde yer almaktadır.

Manuel Castells yeni ortamdaki bireylerin *ağ toplumu* olarak ifade edilmesi gerektiğini belirterek teknolojik toplumsal bir boyutun ortaya çıktına vurgu yapmaktadır. Castells, bilginin çağın en yüksek değere sahip olduğunu kabul etmekte ve bilginin üretimi, taşınması, saklanması, dağıtımının dijital iletişim teknolojileri olmadan mümkün olmayacağının altını çizmektedir (Güngör, 2020: 213).

Yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla ilk kez 1970 yılında Tichenor, Dnohue ve Olien imzalı bir makalede ileri sürülen bilgi açığı yaklaşımına da değinmek gerekmektedir. *Kitle İletişim Araçları Akışı ve Bilgide Farklı Büyüme adlı makalede*

yazarlar, bilgi açığına şöyle tanımladılar: “Kitle iletişim araçları yoluyla sosyal sistem içinde bilgi verisi arttıkça, yüksek sosyo-ekonomik statü katmanları, düşük sosyo-ekonomik statüdeki katmanlara oranla, verilen bilgiyi daha hızlı alma eğilimi gösterirler. Böylece bu katmanlar arasındaki bilgi açığı azalma değil çoğalma gösterir” (Uzun, 2013: 125). Bilgi açığı kelime anlamı ile doğru orantılı olarak bilgi kaynaklarının eşit olmayan bir ortamda dengesiz dağılması ile ilgilidir. Yeni teknolojiler ile tartışılan teknolojinin avantaj ve dezavantajlarının önemli bir boyutuna dikkat çekilmektedir. Bu yaklaşıma göre, teknoloji kullanım olanağı eşit dağılırsa bilgi açığı da bu orantıda az olur. Yeni teknolojiler topluma entegre edildiğinde ve yayıldığında demokratik bir ortam oluşturmayı ve bilgiye erişimi kolaylaştırmayı amaç edinmektedir. Ancak birbirini takip eden sürekli yenisinin ortaya çıktığı teknolojiler avantajı olmayan bireyleri geri planda bırakabilmektedir. Buna verilecek en önemli örnek internetin hayatımıza girmesiyle ortaya çıkmıştır. İnternet çıktığında herkes bilgisayara ve internet bağlantısına sahip olamadığından bilgi açığı ortaya çıkarak zamanla bu açık artacaktır (Uzun, 2013: 125). Burada dikkat çekilmesi bir diğer nokta ise, toplumların sosyolojik, ekonomik, psikolojik anlamda giderek yer kaplayan sayısal eşitsizlik, bilgiye ulaşmaya sahip olamayanların yeni teknolojiler aracılığıyla yürütülecek işlerde (e-devlet, sağlık, eğitim hizmetleri) katılım sağlayamayacağı ve geri planda kalacağı gerçeğidir.

Kültürel çalışmalar yaklaşımının ortaya atmış olduğu etken izleyici ve çoklu okuma kavramları medya metinlerinin tüketimi kapsamında yer almaktadır. Kültürel Çalışmalar temsilcisi olan Stuart Hall çoklu okuma kavramını ortaya atmıştır. *Yine “Kodlama Kodaçma” makalesinde Hall, anlamın gönderen tarafından kodlandığı biçimde açılabilmesi gibi, kodlandığından daha farklı anlam oluşumlarıyla açılabilmesini öne sürmüştür. Dağtaş’ın ifadesiyle (2013: 142);*

Hall’un tartışmalı ve karşıt okuma yapabilen etken izleyici kavramları, karşı-hegemonya ve iktidara karşı gösterilebilecek direnç kavramlarından hareketle oluşturulmuştur. Hall’a göre toplumun hakim değerlerinden hareketle kodlanan metinlerin, toplumun çoğunluğu tarafından hakim okumayla, yani kodlayıcıların niyetleri doğrultusunda okuyacağını fakat bu alanın hegemonya ve karşı-hegemonyanın ve dolayısıyla mücadelenin alanıdır. Hall’un kavramsallaştırdığı bu okuma biçimleri izleyicinin etken okumalarıdır. Hall’un medya metinlerinin çoklu okunması kavramı,

izleyici merkezli odak grup ve etnografik çalışmalar için de bir başlangıç noktası olmuştur.

David Morley'in etken izleyici yaklaşımı da Stuart Hall'un "kodlama-kodaçma" çalışmasına dayanmaktadır. Morley çalışmalarında televizyon izleyicisinin, izlediklerini yorumlama kapasitesi ve yorumlama bağlamlarına yoğunlaşmaktadır. Homojen bir kitleden uzak olarak kendine özgü tarihsel ve kültürel geleneği olan pek çok alt kültüre sahip grupları izleyici olarak betimlemektedir.

Marley'in etken izleyici yaklaşımından etkilenen John Fiske çalışmalarını izleyicinin medya metinleri karşısında etken bir konumda olduğunu varsaymaktadır. Fiske'ye göre popüler basın, haber ile eğlence arasındaki karşıtlığı yıkmakta aynı zamanda haberi okumak daha eğlenceli, üretken bir etkinlik haline dönüşmektedir. Bu durumda okuyucu ya da izleyici daha *etken* hale gelmektedir. Fiske'nin tartışılan ve eleştirilen boyutları arasında, izleyicinin etkenliği ve hakim sisteme popüler kültürle direnme konusundaki iyimserliği yer almaktadır (Dağtaş, 2013: 145).

Jean Baudrillard simülasyon kuramıyla teknolojik boyuta bambaşka bir bakış açısı getirmiştir. Baudrillard, teknolojiyi araç olarak görmez, hipergerçekliğin kendisi olarak ele alır. İmgeler artık gerçekliği temsil etmemektedir, kendileri gerçekliğin yerini almıştır. Baudrillard'ın gerçeklikle gerçekliğin temsil edilmesi arasındaki ilişki anlayışının merkezinde "simülakrum" ve "hipergerçeklik" kavramları yer alır. Simülakrum bir imgedir ya da bir şeyin temsilidir. Simülakrum üç ayrı evresinin her birinde temsil etme niyetinde olduğu şeye biraz daha yabancılaşır (Hitchcock, 2020: 129). Medya bizlere gerçek üstü bir dünya sunmaktadır. *Burada geçmiş ve gelecek yoktur. İletişimde kodlayıcı kodaçıcı yoktur. İletilerin simülasyon ortamı vardır ve medya gerçeklikten daha gerçek bir hiper gerçeklik sunmaktadır. Simülakra gerçeği yutmuş ve gerçekliğin önüne geçmiştir* (Güngör, 2020: 209). Simülasyon kuramının temelinde baktığımızda reel dünyanın pratiklerine, ilişkisel biçimlerine rastlanmaz. McLuhan'ın araç iletidir görüşüne katılan ancak iletişimsiz aracın ömrünün fazla uzun olmayacağına vurgu yapan Baudrillard, görüş ve analizlerini teknoloji temelli şekillendirmiş aynı zamanda teknoloji aşkın bir kuram geliştirmiştir. İlerleme sonlandığında devinim durarak insanlık tıkanma noktasına gelecek, dünya içine çökmeye başlayacak (içe patlayacaktır). Bu noktada *Baudrillard insanlığın çaresizliğini ve insanal dünyanın sonunu ilan etmektedir* (Güngör, 2020: 211). Sanal dünyanın hipergerçekliği ile reel yaşamın gerçeklikleri iç içe girmeye başlamış ve fonksiyonel olarak birey bağlılıklarının bilincinde olmadan teknolojiyi kullanmaya

başlamıştır bile. Tıkanma noktasının henüz belirgin olmadığı bu süreçte birey teknoloji okuryazarı olunmasının değerinin bilincinde olmalı ve bu doğrultuda yaşamını sürdürmelidir.

3. Yeni Medyada Avantajlar ve Dezavantajlar

Küresel bazda bakıldığında yenileşme kavramının kullanımının artmasıyla teknolojik temelli kavramlar da güncellenmekte ve bu yeni ortama bireyin adapte olması beklenmektedir. Yeni medya ortamı olarak tanımlanan bu düzende; bireyin akılcı, bilimsel ve teknolojik yeterliliğinin en üst seviyede olması istenen aynı zamanda hayatına kaliteli olarak devam edebilme noktasında da gerekli olduğunu söylemek mümkündür.

Teknoloji avantajlarının en önemlisi arasında sağlık sistemindeki görüntüleme cihazlarının olduğunu belirtmek mümkündür. Görüntüleme cihazlarının keşfiyle hastalığın teşhis oranı daha çok netleşmekte ve teknolojik cihazlar en doğru tedavinin uygulanmasının da önünü açmaktadır. Teknoloji ile gelişen iletişim ağları ve telekomünikasyon, anıdalık özelliği ile bizlerin en uzak noktadaki kişiye ulaşmamızın değerini ve bu yapının avantajını gözler önüne sermektedir. Ulaşılabilirlik avantajıyla bizlerin yaşamını kolaylaştıran teknoloji; eğitim, sağlık, ekonomi ve sosyolojik alanlarda birçok noktada bizlerin vazgeçemeyeceği bir yapıya bürünmüştür.

Dijital teknolojilerle birlikte meslek hayatımız, özel hayatımız keza toplumdaki rolümüz bile değişmektedir. Teknolojinin iş yaşamındaki avantajlarına baktığımızda en önemlisi yeni mesleklerin ve istihdam alanlarının ortaya çıkarmasına zemin oluşturmuştur. Teknolojik aletlerin kullanımının artmasıyla çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, televizyon vb. eşyaların teknik servisinde önemli derecede istihdam sağlanmıştır. Daha güncel kapsamda bilgi işlem departmanı başta olmak üzere günümüzde sosyal medya, dijital pazarlama, dijital strateji gibi departmanların istihdam alanına girmesi ile teknoloji hayatımızın iş bazındaki avantajları arasında yer almaktadır. Özellikle Covid-19 salgını sürecinde eğitim ve iş hayatı teknolojik ortamlara taşınmış ve olası sürecin aksamaması noktasında büyük bir rol oynamıştır.

Kevin Kelly (2017: 69), 2050 yılında en çok para kazanan mesleklerin henüz icat edilmemiş olan otomasyon ve makinelere bağlı olacağına hiç çekinmeden bahse girebiliriz. Onları olanaklı kılacak olan makineleri ve teknolojileri henüz göremediğimiz için, bu işleri bugünden öngöremiyoruz. Robotlar istediğimizi bile

bilmediğimiz işler yaratıyor sözleriyle dijital teknolojinin gelebileceği noktayı bizlere betimlemektedir. Hayles'e göre, (1993b: 69-91), internetin sorunu sadece teknolojik temelli değil para mekaniktir. İnsan ile insanı teknolojiye çeken, teknolojiyi kullanılmış eşyaya, insanı ise makinelerle iç içe geçen bir *cyborg'a dönüştüren* makine arasında bir sınır oluşturmaktır.

Harvey'in (2008: 86-140), betimlemesiyle bireyler ekonominin oyuncaklarıyla biçimlenerek, ekonomik temeller üzerine kurulu olan *parmak ucu toplumuna* dönüşmektedir. Dijital teknolojinin temelini oluşturduğu ve yeni medyanın hayatımıza girmesiyle oluşan bu toplum, iletişime bambaşka bir boyut kazandırmış aynı zamanda dijital kodlarla bilgisayar temelli ortamlarda kültür aktarımını gerçekleştirilmeye başlamıştır. Rushkoff'a (2010: 13) göre, bilişim kuramı kapsamında *verinin enformasyona, enformasyonun bilgiye ve bilginin de bilgeliğe dönüşmesiyle* iletişim süreci gerçekleşmektedir. Bilişim çağında yaşayan bireyler, elektronik ortamdaki programları kolaylıkla öğrenebilmektedir aynı zamanda programlar da güncellenebilme özelliğini taşımaktadır. Yeninin güncellenmesiyle şekillenen ekosistem, bireyin yaşam döngüsünde teknolojiyle bütünleştiğini bizlere yansıtır niteliktedir.

Yaşamsal sirkülasyonda vazgeçemediğimiz olgular arasında ilk sırada tanımlayabileceğimiz teknolojik araçlarımız (özellikle cep telefonu, sosyal medya uygulamaları vb.) bireyin bağlı olma durumunu her geçen gün artırır niteliktedir. Tekno-yaşama adapte olma noktasında birey; kültürel yapısını, ekonomik yapısını, ideolojisini bu doğrultuda belirleyerek başka bir hegemonik yapıyı temsil eder konuma gelmektedir. Güç ilişkilerinin örtük bir biçimde işlediği alan olarak betimleyebileceğimiz hegemonya kavramını ortaya atan Gramsci'ye göre, devrimsel süreç ideolojik mücadele olarak tanımlanabilir aynı zamanda bu süreç hegemonik ilişki temelinde hayata geçmektedir. Bu doğrultuda araç ve kurumlar temelinde eğitim, hukuk, kültür, medya gibi ideolojik kurumlar teknolojik devrimle birlikte güçlü bir forma dönüşmektedir. Mevcut sisteme karşı yeni bir hegemonya düzeninin ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Toplumda belli rollere sahip olan birey, sosyal medya kullanım hakları kapsamında fikir ve düşüncelerini beyan etme aşamasında kendisini daha özgür hissetmekte ve gündemi belirlemede ciddi anlamda önemli bir etkiye sahip olmaktadır. İletişim alanının yoğunlaştığı ve kamusal söyleme katılma imkanı veren sosyal medya politik hareketleri koordine edebilme gücüyle de karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada sosyal mecralarda birey olmak değerli

bir prensibi temsil etmekte ve araçsal teknolojinin kamusal anlamdaki değeriyle ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Kamusal alanın siber dönüşümünü irdelediğimizde, Kalathil ve Boas'ın (2003) deyimiyle *internetin geliştirici ve yıkıcı rolü küçümsenemez bir gerçek* olarak karşımıza çıkmaktadır (Akt. Dahlgren, 2018: 179). Yeni medya sistemlerinin zayıf ve güçlü yönlerini en gerçek yönüyle analiz etmek ve evrim geçiren bu teknolojik yapının inşa ettiği ve yıktığı olguları tespit edebilmek gerekmektedir.

Akış halinde bir dünya tasavvur edin diyen Kelly (2017: 97), akışa yeni başladığımızı, maddesizleşme ve desantralizasyon yönündeki kayışla yeni akışların kaçınılmaz olduğunu ve zamanla bilginin atomlara hükmedeceğini belirtmektedir. Peki tasvir edilen bu akışın temelinde ne yatmaktadır? Bilişim çağıyla birlikte ilk ticari bilgisayarlar, web düzenleyici ilkeleri, dosyalardan sayfalara geçiş, hiper bağlantılı sayfalar ve her türlü sayfaya bakabildiğimiz tek biçimli bir pencere olan browser teknolojideki akışı temsil etmektedir. Bilişimin sayfalar ve tarayıcılar kısmını kapsayan dönemin yerini başlıca akışlar ve akımlar almıştır (Kelly, 2017: 75). Günümüzde devamlı olarak Twitter, Facebook, Instagram akışlarını izliyoruz. Youtube akışlarına abone olarak sürekli bildirim ve güncellemelerin peşimizi bırakmadığı bir süreci yaşıyoruz. Etiketlerle zamanda gösterdiğimiz faaliyetler akışın kendisini ve yönünü de değiştirmektedir. Bu değişim ve yön değiştirme devamlılığı dijital akış olarak betimlenebilmektedir.

Dijitalleşmenin bu denli hızlanması, kullanıcıların modunu değiştirmekte ve beklentilerimizin farklılaşmasına neden olmaktadır. WhatsApp vb. uygulamalar üzerinden iletişim kurduğumuzda, mesajımızı görüp görmediğini merak ediyor ve mesajlarımıza anında dönüş yapılmasını bekliyoruz. Bir şey satın aldığımızda, ödeme gönderdiğimizde yaptığımız işlemlerin hesabımıza yansıdığını hemen görmek istemekteyiz. Sağlık alanında tıbbi bir tanı konması için verdiğimiz tahlillerin sonucu hemen öğrenmek veya girdiğimiz bir sınavın sonucunu anında öğrenmek isteriz. Haberlerde bile bir saat önce değil, şu anda neler olduğunu öğrenmek daha cazip gelmektedir. Eğer bir olay gerçek zamanlı meydana gelmiyorsa, yok demektir. Bunun doğal sonucu olarak gerçek zamanlı bir işleyişe kavuşabilmek için her şey akış halinde olmak zorundadır (Kelly, 2017: 76). Akış halinde olmak dediğimiz olgu, günümüzde anındalığın daha cazip geldiğini etkileşimin en hızlı olanını tercih ettiğimizi gözler önüne sermektedir. Teknolojinin bizlere sağlamış olduğu kolaylıklar

zamanla sabırsız kişiliğe bürünmemizin önünü açarak ciddi bir dezavantaj olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kapitalizm anlayışının teknoloji kullanımıyla popüler kültüre evrilmesinde toplumun bakış açısının değişmesi ve tüketim odaklı bir manipüle sürecinin gerçekleştiğini de söylemek mümkün hale gelmektedir. Özellikle sosyal mecralarda trend olan en ideal yiyecek kültürü, en güzel giyim kuşam ve makyaj stili, en ideal arkadaş ilişkisi gibi içerikler bizlerin ne yapıp ne yapmamamız gerektiğine karar verir niteliktedir. Özellikle ergen yaş grubundaki bireylerde büyük bir sorun teşkil edebilecek bu algı tüketim kültürümüzü bambaşka bir boyuta taşıyarak teknolojinin dezavantajlarıyla yüzleşmemizin önünü açmaktadır. Son zamanların dijital pazarlamasında vazgeçilmez olan influencer kavramı da etkileyici pazarlama tekniği olarak karşımıza çıkmakta ve alışveriş süreçlerimizi doğrudan kanallar aracılığıyla yönlendirmektedir. Sosyal medya pazarlaması olan bu teknik ile, nasıl zayıflarız, hangi elbiseyi giymeliyiz, hangi takıyı takmalıyız gibi soruların cevaplarını idealize eden bir tüketim anlayışının ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Takip ettiğimiz ünlülerin veya youtuber, vlogger olan kişiler aracılığıyla hedefleme yapılan bu sosyal medya pazarlaması hazırlanılmış bir içeriği temsil ettiğini ve alışveriş odaklı bir reklam amaçlı ticaretin temelinde yattığını takipçi veya katılımcılara unutturmaktadır. İhtiyaçların gerekli olup olmaması durumuna bakmaksızın “mutlaka denemenizi tavsiye ederim” kalıp cümleleriyle akıllarda yer eden bu pazarlama sürecinde, birey sevdiği veya sempati duyduğu influenciara karşı kendisini sorumlu hissederek yerine getirilmesi gereken bir görev algısıyla kendisini alışverişin ortasında bulabilmektedir. Bu doğrultuda yeni medya ortamı, toplumsal ve ekonomik açıdan meta ilişkilerini kuvvetlendirmesi noktasında önemli bir araç olduğunu da gözler önüne sermektedir. Küresel ekonomide daha çok duymaya başladığımız dijital emek ve metalaşma süreci tüketim kültürü anlayışının yayılmasıyla birlikte tartıştığımız konular arasında yerini almaktadır. Şirketler kapsamında bu süreci irdelediğimizde, *hızlı birleşme ve ayrılmalar, stratejik ortaklıklar, şirket kimliğini belirlemede markaların egemenliği, büyük ölçekli taşeronluk, sözleşmeli istihdam biçimlerinin çeşitlenerek artması ile belirlenen bir dönemde, herhangi bir şirketin sınırlarının ne olduğunu tanımlamak gitgide işlevsizleşiyor* (Huws, 2018: 93). Yeni medya ortamında emeğin küreselleşmesi ile, dijital iletişim teknolojileri kapsamında değişim gösteren şirketler, işçilerin yeni teknolojik ve kurumsal yenilik dalgasına karşılık becerilerini değiştirmelerini beklemektedir. Bu durum meslek kategorisinin giderek istikrarsız

hale geldiğini göstermektedir. Tüketim odaklı bir anlayışla şekillenen dijital işletmeler, kapitalist bir fırsat olarak dijital emek sürecini ilerletmektedir. Örnek verecek olursak Google'ın hizmetleri meta değildir ve ücretsizdir. Ancak *Google'ın meta olarak sattığı Google hizmetleri (arama motoru gibi) değil, kullanıcılar ve onların verileridir* (Fuchs, 2018: 76). Bu noktada bizlerin üzerinde durması gereken, kullandığımız dijital platformların ve bu mecralarda ürettiğimiz içeriklerin bile bir değeri olduğunun bilincinde olmak ve kişisel verilerimizin biz tüketmeye odaklanırken kayıt altına alındığını bilmektir. Kullandığımız teknolojilere adapte hızımıza hız katarken bağlılığımız giderek arttığı bu süreçte, tüketim yaptığımız mecraların bizlerden istediği bilgilerin neler olduğuna, kişisel verilerimizin korunması noktasında gösterdiği hassasiyete de dikkat etmemiz gerekmektedir. Bu noktada, dijital okuryazarlığın önemini altını çizmek gerekmektedir.

Norveçli Tarihçi Christian Lous Lange'nin ifadesiyle; "Teknoloji yararlı bir hizmetçi ama tehlikeli bir usta" sözünü irdelediğimizde teknolojiden faydalanırken verdiği zararların farkındalığının önemini de altını çizmek gerekmektedir. Tehlikeli bir usta olarak betimleyebileceğimiz mobil cihazları örnek vermek mümkündür. Cep telefonları hayatımızı kolaylaştırmanın yanında tembelliğimize de katkıda bulundu (Gürsakar, 2018: 63). Beklentilerimizi şekillendiren bu teknoloji: iletişim kurmanın yanı sıra zamanı, saati, mekanı bize gösteren bir araç olarak kaçta uyanacağımızı belirlediğimiz, parasal aktarım yapabildiğimiz, oturduğumuz yerden işlerimizi halledebildiğimiz bir yapıya dönüşmüştür. Bu noktada kaçırduğumuz kısma dikkat çekmek gerekmektedir. Hayatı bu denli kolaylaştıran teknoloji nasıl zararlı olabilir? Kullanım amacının dışına çıkıldığını varsaydığımızda bu araç bizleri bağımlılığa, tembelliğe sürükleyebilmektedir. Sosyal çevremizle yüz yüze kurduğumuz etkili iletişim cep telefonlarıyla kısıtlı kalabilmektedir ve yanlış bir iletişime neden olabilmektedir. Aynı zamanda uygulamalar aracılığıyla tıklamadan duramadığımız birçok görsel ve video da bağlılığın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bizi tembelleştiren bu yapıda bireylerin yaklaşık yarım saat konuşma yapacağı arkadaşıyla yüz yüze görüşmek yerine cep telefonu ile görüntülü konuşmayı tercih ettiği bir dönemi yaşamaktayız. Bu noktada asıl sorgulanması gereken, kişilerin değer yapılarındaki dönüşümün farkına varıp varmadığı veya bu durumun günümüz koşullarında artık bir önemini olup olmadığıdır.

Teknolojik kullanımın artışıyla yeni medya ortamını küçük yaşlarda tanımaya başlayan birey, teknolojik kullanımın yarar ve zararları ayırt edemeyecek düzeydedir.

Bu durum küçük yaş gruplarındaki bireyin hatta ebeveynlerin bile teknolojik kontrolsüzlüğü nedeniyle problemlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Teknolojiyi sorgulamadan kullanan bireyin düşünce ve davranışları manipüle edilebilir ve yönlendirilebilir insan olması nedeniyle teknoloji-beyinlerin sistem içerisinde isteyerek ya da istemeyerek zarar görmesi veya zarar vermesi ile sonuçlanabilmektedir. Bu istenmeyen sonuçlarla mücadele etme noktasında devreye eğitim literatüründe güncelliğe açık bir kavram olarak yeni medya okuryazarlığı veya teknoloji okuryazarlığı eğitimleri girmektedir. Sosyal bir yaşamda teknolojiyi kullanan ve bağ kuran her bireyin, yarar ve zararların bilincinde olarak yeni medya ortamını kullanacak düzeyde olması gerekmektedir.

III. DİJİTALLEŞME VE TEKNOLOJİ BAĞIMLILIĞI

A. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı İle Bağımlılık Kuramı İlişkisi

Teknolojik gelişim süreci doğrusal bir işleyişle birlikte toplumdaki bireyin aktif katılımını sağlamaktadır. Bu doğrultuda baktığımızda, birey toplum içerisindeki etkinliğini artırarak, özellikle medyayı kullanırken izleyici olmaktan çıkarak katılımcılığa doğru evrilmiştir. 1980'lerle belirginleşmeye başlayan katılımcı kültürü, kitle iletişim araçlarından gereksinimlerini karşılamaya çalışan kişilerin artmasıyla daha çok yaygınlık kazanmıştır.

Psikolog Elihu Katz'ın araştırma ve çalışmalarına dayanan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının temelinde insanların toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyaçları yer almaktadır. İhtiyaçlar bazında bireyler, medyadan ve benzeri kaynaklardan bu ihtiyaçlarını karşılayacak beklentiye girmektedir (Yaylagül, 2010: 70). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı kapsamında geliştirilen yöntembilimsel teknikler kullanılarak yapılan araştırmaların temelinde, insanların gereksinimlerinin karşılanmasında kitle iletişim araç kullanımının ne oranda etkili olduğunu sorgulamak amaçlanmıştır (Güngör, 2020: 130). Bu yaklaşıma göre, bireyler medyayı gereksinimleri doğrultusunda kullanmaktadır. Karl Erik Rosengren (2000: 21), bireyin farklı gereksinimler doğrultusunda ne gibi doyumlar sağladığına ilişkin olarak medyanın kullanıldığını tespit etmek adına, küçük gruplarla görüşme yapılabileceğini, anket uygulamak veya klinik ortamlarda araştırma yapılarak verilere ulaşılabileceğini ileri sürmektedir.

Laughey (2007: 26), kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının *söylem* kapsamına 'medya aracılı gereksinimi' koyarak, aktif izleyici kavramının iletişim biliminin geleneksel kuramı içerisinde yer alan *etki söyleminden gereksinim söylemine* doğru kaydığını belirtmektedir. İnsan ihtiyaçlarına baktığımızda birey toplum tarafından değer görmek, takdir edilmek, sosyal medyada veya oyun oynarken keyif almak, interaktif bir ilişki kurmak, eğlenmek kimi zaman heyecan duymak adına aksiyon, korku veya romantik içerikli dizi-film izleyerek medyayı ve yeni medya ortamını kullanma gerekliliği hissedebilmektedir.

Güngör'e (2020: 133) göre, kullanıcıların gereksinimlerini karşılamak adına medyaya yönelmeleri ile sosyoekonomik ve sosyokültürel özellikleri arasında oldukça yakın bir ilişki bulunmaktadır. Gereksinimlerini yaşamlarında sahip oldukları olanaklar doğrultusunda karşılayan kullanıcıların medyanın dolayımı gereksinim karşılama ortamına başvurma eğilimleri daha düşük olabilmektedir. Olanaksızlıklar ve kısıtlarla uğraşan bireyin, birtakım gereksinimlerini dolaylı yoldan medya aracılığı ile doyuma ulaştırma yönelimi daha fazla olabilmektedir. Burada irdelenmesi gerek nokta ise, kurmaca bir yapıda yapay tatminin farkında olan birey bilinçli olarak bu yönelimi gösterebilmektedir.

Sürekli güncellenen sosyal medya uygulamaları ve küçük yaştan büyük yaş grubuna kadar kullanılan oyunlar bireyin ihtiyaçlarını farklı doyumlara ulaştırma noktasında rağbeti fazla olan yeni medya ortamları arasında yer almaktadır. Birey bu yapılar içerisinde bir doyum sağlarken, bilinçsizce bağımlı duruma da gelebilmektedir. Bu noktada kullanımlar ve doyumlar kuramının bağımlılık kuramı ile bağıntısı ortaya çıkmaktadır. *Bilişsel duylara hitap eder konuma gelen medya, popüler kültür ile birlikte içerisinde kaybolmaktan keyif aldığımız araçlara dönüşmektedir* (Özsevinç ve Yengin, 2021: 38). Sosyokültürel veya sosyopsikolojik dengesizlikle sonuçlanabilecek olan bu yeni ortam (sosyal medya, sanal gerçeklik, dijital oyunlar vs.) bizlerin algılarını şekillendirebilecek güce sahiptir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına yöneltilen eleştirilerden biri, toplumsal etkenleri bir yana bırakıp yalnızca bireysel etkenlere eğilmesidir. Teknolojiye olan bağıllıkla ilgili çalışan Ball-Rokeach ve De Fleur'un geliştirdikleri bağımlılık kuramı kapsamında; insanların toplumda neler olup bittiğini öğrenme aşamasında kendilerine yön tayin etmek için kitle iletişim araçları gibi bilgi kaynaklarına bağımlı hale geldikleri yer almaktadır. Rubin ve Windahl kullanımlar ve doyumlara toplumsal yapısal koşulları da ekleyerek bağımlılık modeliyle birleştirerek, kullanımlar ve bağımlılık modelini geliştirmişlerdir. Bu modele göre, kişi gereksinimlerini gidermek için medyaya daha çok bağlandıkça, medyanın o kişi için önemi de o kadar artacaktır. Bağımlılık modeli, kitle iletişimini sosyal sisteme bağlar. Bu modele göre, çağdaş toplumlar gelişip karmaşılaştıkça halk toplumsal örgütlerle ilişkilerinde kitle iletişimine daha çok dayanmaya başlar. İletişim araçlarının etkisi sosyal sistem, iletişim sistemi ve izleyici arasındaki ilişkilere dayanır (Uzun, 2013: 98). Bizler doyuma ulaşmak için kullandığımız kitle iletişim araçlarının üzerimizdeki etkilerini çoğu zaman fark etmeden kullanmakta ve bağılı olma durumunun neleri beraberinde getireceğini ya da

götüreceğini analiz edebilecek farkındalıkta olamamaktayız. Temel ihtiyaçları bile unutturan, kimileri için ihtiyaçların yerine geçen potansiyeldeki bu teknolojik yapı kullanım noktasında algısı yüksek ve farkındalığı olan teknoloji okuryazarı olmayı gerektirmektedir.

B. Dijital Çağda Sanallık ve Gerçeklik Algısı

Dijital çağın bambaşka bir boyuta taşındığı bu dünya düzeninde birey sanallaşan yapılar içerisinde gerçeklik algısını yitirmektedir. Her geçen gün güncellenen bu teknolojik yapıda kişiler sanal dünya düzenine adapte olmaya çalışmaktadır. Enformasyona ulaşma şekillerinin giderek değiştiği bu manipüle ortamında birey dijitalleşme olgularını hayatlarına entegre etmek durumunda kalmaktadır. Sanallık ve reelite arasındaki çizginin bulanıklaştığı bu yeni medya ortamında sanal ve gerçek kavramları iç içe girmektedir.

Yeni nesil olarak adlandırdığımız dijital yerliler, dijital göçmenlerin sanal veya gerçek ayrımından farklı olarak gerçekliği tanımlamaktadır. Algıların bile farklılaştığı bu düzen içerisinde dönüşen kavramları derinlemesine irdelemek farkındalık oluşturma noktasında önem taşımaktadır.

1. Dijital Yerli ve Dijital Göçmen Kavramları

Dijital süreçler gelişmeye devam ettikçe toplumun yapısı ait olduğu kültürel kavramlar da dönüşüme uğramaktadır. Bireyleri yaşamış olduğu teknolojik süreçteki gelişim, teknoloji kullanma düzeyindeki rollerine göre kuşaklara ayırarak gruplandırmaktayız. Akdemir ve Con'un ifadesiyle, *iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim 'dijital yerliler' ve 'dijital göçmenler' olarak adlandırılan kuşaklar arasında oldukça büyük bir fark yaratmıştır* (Akt. Aydoğdu, 2015: 52). Prensky (2001: 3), günümüz ağ ortamında büyüyen genç kuşağın ifade edilmesinde kullanılabilecek kavramın betimlenmesinde zorluk yaşandığını ifade etmektedir. Bu konuda derinlemesine çalışmalar yapan Prensky, en uygun isimlendirmenin, dijital dilin bu kuşak tarafından ana dil (native speaker) olarak konuşulmasından hareketle "dijital yerli" (digital native) olmasının uygun olduğunu düşündüğünün altını çizmektedir. Prensky'nin yeni teknolojilerle büyüyen bu kuşak için kullandığı "dijital yerli" kavramı günümüzde bu kuşağı nitelemek üzere yaygın olarak kabul görmüş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Prensky (2001: 5), dijital göçmenlik kavramını ise yirmili yaş ve sonrasında teknoloji, internet ve web ile tanışan, teknolojik

araçların kullanımı ve teknoloji tabanlı öğrenmede güçlükler veya çeşitli uyum sorunlarıyla karşılaşabilen, teknoloji okuryazarlığı dijital yerlilere oranla daha düşük düzeydeki bireyler olarak tanımlanmaktadır.

1965-1979 yılları arasında doğan kişiler, genellikle teknolojiye adapte olmakta sorun yaşamakta, değişimi kabul etmekte zorlanarak kendilerine özgü disiplin ortamında daha kuralcı bir kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır. 1980-1999 yılları arasında doğan kişiler ise Y kuşağını oluşturmaktadır. Y kuşağı, özgürlük alanlarının daha çok farkında olmakta ve bağımsızlığa düşkün grup olarak tanımlanır. Televizyonun hayatımıza girme evresini kapsayan bu kuşaklar değişen ve gelişen teknolojiye kolay adapte olma özelliği taşımaktadır. Yeni medya teknolojilerine sahip olmanın kolaylaşması ve yaygın bir şekilde kullanılması insanların yaşam biçimlerini dahi değiştirebilecek şekilde *akıllı telefon, bilgisayar, ipod ve benzeri dijital teknolojileri* kullanmalarında etkili olmaktadır (Aydoğdu, 2015: 52). 2000 yılları ile beraber gelişmiş teknolojinin içerisine dolan bu kuşak diğer bir ifadeyle internet kuşağı olarak tanımlanmaktadır. Z kuşağı teknolojiden uzak ve bağımsız bir ortama karşı daha çok önyargılı olabilmektedir. Bilgiye erişim noktasında daha avantajlı olan Z kuşağı, hızlı erişime alışkındır ve değişen teknolojiyi kullanmakta zorluk çekmemektedir. Alfa kuşağı ifadesi 2010 yılından sonra doğan kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır. Girişimcilik farkıyla öne çıkan bu teknolojik kuşak, online ortamda vakit geçirmeyi olağan dışı karşılamamaktadır. Çevrim içi öğrenme ortamının hayatımıza entegre edilmesiyle farklı bir sistemde kendilerini geliştirmektedirler. Gelecek neslin keşiflerini yapma noktasında en girişimci kuşak olarak betimlenebilmektedir.

Dijitalin kullanım durumu ve beceri kriterine göre şekillenen bu kuşaklarda teknolojiyi kullanmakta zorluk çeken veya daha sonraki süreçte adapte olmaya çalışan bireyler dijital göçmenler olarak ifade edilir. Özellikle 2000’li yıllar itibariyle dünyaya gelmiş ve teknolojinin içerisine doğan kuşak ise dijital yerliler olarak tanımlanmaktadır. Pensky’in ifadesiyle (2001) dijital yerliler, dijital göçmenlerden farklı düşünmekte ve bilgiyi tamamen farklı bir biçimde işlemektedirler. Bilgisayarlarla büyüyen çocuklar düşünme biçimleri de farklılık göstermektedir. “Hipermetin zihinler” geliştirdiklerini söylemek mümkündür. Daldan dala atlayan bu neslin bilişsel yapıları sanki sıralı değil paraleldir. Prensky (2001), “nöroplastisite” (beynin çeşitli uyarıcılara karşı kendi kendini şekillendirebilme yeteneği) araştırmalarının bulguları doğrultusunda farklı türdeki deneyimlerin farklı beyin

yapılarına yol açtığını ve beynin değişim göstererek aldığı girdilere göre kendini farklı bir biçimde düzenlediğine vurgu yapmaktadır. Türkoğlu'na göre ise (2010: 17), *dijital yerliler bilginin hızlı bir şekilde aynı anda birden fazla çoklu ortamdan ekrana gelmesini tercih ederken, dijital göçmenler bilginin yavaş ve kontrollü bir şekilde ve sınırlı kaynaklardan akmasını beklemektedir*. Göçmenler için İnternet güvenilirlikten uzak bir *bilgi kirliliği* olarak tanımlanmaktadır. Dijital göçmenler teknoloji kullanımına daha geç adapte olurken, dijital yerliler dokunmatik sistemleri daha hızlı kavrayabilme potansiyeline sahip olmaktadır. Bu durumda dijital yerliler teknolojiyle daha çok iç içe olmakta ve vakitlerini daha çok dijital mecralarda geçirmektedir. Yeni medya ortamında özellikle sosyal medya ve dijital oyunlarla gününü geçiren dijital yerlilerde teknolojik bağımlılığının yüksek olma ihtimalini ortaya çıkarmaktadır.

2. Yeni Medyada Manipülasyon

Geçmişten günümüze teknolojinin her farklı basamağında toplum sosyolojik, ekonomik ve psikolojik anlamda etkilenecek yansımalarını bu doğrultuda göstermeye devam etmektedir. Özellikle de geleneksel medyanın gündemi yaratan, ne konuşacağımıza karar verdiği manipülasyon süreci yeni medya ortamında daha farklı boyutta değerlendirilmesi gerekmektedir. Manipüle gücü yüksek olan medya ortamının dijitalleşmesi kullanıcıların gündem yaratmaya başladığı bir yapıyla karşımıza çıkmaktadır. *Bilgiye erişim bireyin kendi çabasından çıkmaya, medyanın bireyi her yönden kuşatıcı bir rol üstlenmesine yol açmaktadır. Bireye ulaşan bilginin kalitesinin sorgulanmasını beraberinde getirmektedir* (Güneş, 2013: 84). Yeni medya ortamlarının etkileme ve yönlendirme boyutu daha kolektif olmaktadır. Algı, fikir ve davranışların bütününe etkileyen sosyal medya bulunduğumuz dijital ortamın önemli bir boyutunu kapsamaktadır.

İnternet kullanımının artmasıyla bilgi bombardımanına tutulduğumuz bu dönemde internet ortamında bireylere sunulan özgürlük ve kurlsızlık, paylaşılan içeriklerin güvenilirliği konusunda kuşku yaratmaktadır (Aydoğdu, 2015: 56). Güvenilirliğin önemli bir sorun olduğu bu yeni medya ortamında toplumsal etkileri konusunda ciddi bir manipülasyon ortamına zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya platformlarından olan Twitter ve Facebook haberlere ulaşma noktasında kullandığımız araçların başında gelmektedir. Anonim bir sistemi barındıran bu platformlar dezenformasyon yayılımında ve manipülatif içeriklerin bulunduğu bir yapı olarak yanlış bilginin

kontrol edilmesi noktasında sorun teşkil edebilmektedir. Facebook skandalı olarak tanımlanan Cambridge Analytica örneğinde olduğu gibi kullanıcıların verilerinin etik olmayan şekilde toplanarak Facebook'ta manipüle edici ve yönlendirici etkiye sahip bir siyasi politika güdülmesi önemli bir manipülatif içerik taşımaktadır. Günümüz yeni medya ortamlarının kullanımının medya okuryazarlığı ders kapsamına girmesinin önemi bir kez daha karşımıza çıkmaktadır.

3. Yeni Medyada Enformasyonun Dönüşümü

İletişim kurabilmek ve sembolleri anlamlandırmak için kullandığımız bilgi, geçmişten günümüze farklı yollarla aktarılmıştır. Bilgisayar gibi akıllı teknolojilerin yaşamımızda yer almasıyla bilgi de teknolojikleşmiş ve önemi giderek artan yapıyı karşımıza çıkarmıştır. Bilgi teknolojileri olarak adlandırdığımız olgunun temelinde, verinin oluşumundan ulaşımına kadar sistemsel bir teknoloji yer almaktadır. Bilgiyi işleyebilmek ve aktarabilmenin mümkün olmasıyla büyük bir devrim gerçekleşerek enformasyon dönüşümü başlamıştır.

Castells'in ifadesiyle toplum teknolojiyi belirlemese de, büyük ölçüde devlet üzerinden bastırılabilen bir yapı olarak karşımıza çıkar. Büyük ölçüde askeri gücün, ekonomi ve toplumsal refahın kaderini değiştirecek hızlandırılmış bir teknolojik değişim sürecinden de söz etmek mümkündür. Toplumların teknolojide, özellikle de farklı tarihsel dönemlerde stratejik açıdan belirleyici olan teknolojilerde ustalaşma kabiliyeti ya da kabiliyetsizliği, büyük ölçüde, onların kaderini şekillendirmektedir. *Teknolojinin (ya da ondan yoksunluğun) toplumların hep, çatışma dolu bir süreçten geçerek teknolojik potansiyellerini aktarmaya karar verdikleri kullanım biçimleri kadar, toplumların kendilerini dönüştürme becerisini de ihtiva ettiğini söyleyebileceğimiz noktada, tarihsel evrim ve toplumsal değişim üzerindeki belirleyiciliği de başlar* (Castells, 2008: 8). Teknolojik dönüşümün önemli bir boyutunu ele alan Postman, televizyonun bile kültür ölümü yaratmakta olduğunu belirtmiş, bütün kültürü ve yaşam tarzını medya, enformasyon ve iletişim teknolojileri tarafından kuşatılmış bir ulusu eleştirmiştir (Laughey, 2019: 33). Dijitalin enformasyon boyutuna kadar etki eden bu süreçte yenilikleri takip etmek ve uygulamak da gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Enformasyonu tam anlamıyla bilgiye dönüştürenin toplum olduğuna vurgu yapan Fiske (2013: 15); *İletişim ve enformasyon teknolojilerinin çoğalması, mücadele alanını genişletir ve mücadelenin alabileceği biçimleri değiştirir ve hatta insanların*

bu teknolojilerin çoğalmasının sunduğu mücadele fırsatlarını anlamalarını çok daha kaçınılmaz kılar sözüyle yeni teknolojilerin özgülleştirici özelliğini betimlemektedir.

4. Yeni Dünya Düzeninde Reellik ve Sanallık Olgusu

Birey, günümüz dijitalizmin büyüleyici gücüne kapılarak reel olan ile sanal arasındaki ayrımın keskin sınırını bulanıklaştırmaktadır. Peki sanal olan ve gerçek olan bu yeni düzende ne ifade etmektedir?

Geleceği şekillendirme gücüyle hayret etmemize neden olan dijitalizm, bizlere sunduğu sanal dünyada sınırsız bir keşfi karşımıza çıkarmaktadır. Analog yerini tamamen dijital dünyaya bırakırken kaçmak mümkün olmamakta hatta en güncel olana sahip olma dürtüsü de peşimi bırakmamaktadır. Bizler gerçeklik kavramını bir nesnenin veya niteliğe sahip varlığın inkar edilemeyen boyutuna yanı olgu olma durumu olarak açıklamaktayız. Sanallık ise, gerçekte yeri olmayan ancak zihinlerimizde tasarladığımız bir kavram olarak bilinmektedir. Dijitalizmin bu denli boyut atlaması yeni dünya düzeninde sanallığı gerçek hislerle bağdaştırarak aradaki keskin sınırı silikleştirmektedir.

Sanal düzende internetin izdüşümü olan sanal gerçeklik kavramı siber terimini karşımıza çıkarmaktadır. Bilişim sistemleri ile kurduğumuz bağda siber alan farklı boyutlarıyla hayatımızdaki yerini almıştır. Siber güvenlik, siber suç, siber zorbalık, siber güç gibi terimler bireylerin şekillendirdiği sanal alemin çıktılarını bizlere sunmaktadır. Gibson'un, Neuromancer'a yazdığı sözler arasında şu betimlemeye dikkat çekmek isterim: *Çocuklar oyunun içine fiziksel olarak o kadar adapte olmuştu ki sanki makinenin soyut uzayında oyunun içinde olmak istiyorlardı. Gerçek dünya onlar için kaybolmuştu önemini tamamen kaybetmişti. Onlar o soyut uzaydaydılar ve önlerindeki makine cesur yeni dünya idi* (Chayko, 2018: 46). Siber dünyanın etkisine eleştirel yönden bakılan bu yazıda gerçekliğe yakın bir sanal aleme değinilerek teknoloji sosyal yaşamdaki değişiklikler bizlere düşündürülmektedir. Bizler biliyoruz ki gerçek yaşamda veya sanal dünyada verilen zararların başrolünü biz kullanıcılar oynamaktayız. Dijital ortamda veya gerçeklikte yapılan suçların makineler tarafından değil makineleri de yaratan insanlar tarafından yapıldığının bilincinde olmak gerekmektedir.

Baudrillard tarafından bakıldığında televizyon, video, sinema gibi iletişim araçlarından akan simülakrayla birlikte kişi kendi gerçekliğinden uzaklaşarak hipergerçeklik dünyasına adapte olmaktadır. Bu hipergerçeklik dünyasında

bildiğimiz gerçek dünya kurallarının dışında bir durum söz konusu olmaktadır. *Orada gerçekliği yönlendiren karşıtlıklar (iyi-kötü, doğru-yanlış, güzel-çirkin vs.) yoktur. Bu durumda Baudrillard'ın dünyasında karşıtlıkların çatışmacı ortamı, diyalektik, dolayısıyla değişim de yoktur. Burada Marksizmin iflası söz konusudur* (Güngör, 2020: 208). Gerçek ile düş mesafesinin yok olduğu simülasyon kuramında teknoloji yönlendirici olmaktan çıkmış ve asıl gerçekliğin sanal bir dünya üzerinde var olduğu karşımıza çıkmaktadır. Gerçekliğin taklidinin yapılamayacağı çünkü gerçek ya da gerçekliğin yol olduğu, olmayanın da taklidinin yapılmasının mümkün olmadığı bir süreci yaşadığımızın altı çizilmektedir.

Reel ve sanal kavramlarının boyutlarının ve sınırlarının değiştiği bu düzende bireyler davranışlarını kontrol etmekte zorlanmakta hatta duygu düşüncelerine yön verme noktasında da bilincinde olmadığı bir döngünün içerisinde olduklarını unutabilmektedir. Teknolojiyi hayata geçiren birey, yaşamını üretmiş olduğu teknolojik yapıya hapsederken gerçeklik kavramının anlamından, zamansal ve mekansal süzgeçten giderek uzaklaşmaktadır.

C. Yeni Dünya Düzeninde Davranışsal Bağımlılık

Teknolojiyle yaşamının rahatlığına alışan bizler zamanla bağılıklarımızın yön değiştirdiğinin farkında olmadan ilerlemekteyiz. Ödül olarak değerlendirdiğimiz çoğu davranış zamanla bağımlılık sürecinin temelini oluşturabilmektedir. Yeme-içme, alışveriş, kumar oynama gibi davranışlar bağımlılıkla karşımıza çıkabilmekte ve bireysel bir sorun olmanın ötesinde adeta kronik ve karmaşık bir toplumsal soruna doğru evrilebilmektedir (yesilay.org.tr). Yeni dünya düzeninde davranışlarımıza etki eden dijitalleşme toplumsal, ekonomik ve psikolojik bazda bakıldığında ciddi sorunlarla mücadele etmemize neden olabilmektedir. Bu noktada bağımlılık kavramının detayına ve dijitalleşme süreciyle beraber gelişen teknoloji bağımlılığı sürecini detaylı irdelemek gerekmektedir.

1. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılık terimi anlamsal olarak geçmişten günümüze zararlı bir sürecin çıktısı olarak algılanmaktadır. Nevzat Tarhan'ın ifadesiyle (2015: 20), bağımlılık kavramı zararlı sonuçlarına rağmen, dürtüsel olarak madde veya sanal alıştırıcı arayışı ve kullanımı ile karakterize, nüksedici, kronik bir beyin hastalığı olarak

tanımlanmaktadır. Bireylerin beklentileri ve davranışları ödül ihtiyacını bağımlılığa götüren davranış fonksiyonuyla özdeşleştirmektedir.

Bireyin bağımlılık sürecinde dopamin ve haz alma arasında doğrudan bir bağlantı olduğu söz konusudur. İnsan beyni normal şartlarda sabit seviyede dopamin üretmektedir ve dopamin alıcılarının yani reseptörlerin bir kısmı devreye girmektedir. Madde kullanan kişilerde ise, beyinde dopamin üretimi büyük ölçüde artar ve alıcıların tümü devreye girer. New York'taki Brooks Hava Üssü Ulusal Laboratuvarı'nda beyin mekaniği, görüntüleme yöntemleri ile belirlenmeye çalışılmaktadır. Haz alma sürecinde temel güç olarak dopamin kimyasalı üzerinde durulmaktadır ve elde edilen bilgilere göre acı ve hazla ilgili bilginin bir hücreden diğerine sıçraması için bu kimyasal gerekli olmaktadır. Bağımlı kişilerde ise bu kimyasalın beyindeki üretimi ileri derecede artmakta ve kişi maddeyi kullandığında çok zinde hissetmektedir. Ancak beyin burada yanılarak, kendi kendisini korumaya aldığı anda alıcı sayısını azaltır. Kullanıcının ruh durumu da bu sebeple ilacı almadan önceki ruh durumuna göre daha kötü olmaktadır. Dopamin alıcıları devreden çıkararak madde kullanıcısı aynı etkiyi hissedebilmek için dozu arttırarak tolerans geliştirir ve bağımlılığın ilk adımı bu süreçte atılmış olur (Tarhan, 2015: 24-25). Sanal alışkanlıklarımız da madde kullanımıyla aynı etkiyi yaratmaktadır. Madde kullanımı veya sanal alışkanlıklarımız beynin ödül sistemini uyarıcı bir güce sahiptir. Bireyler neşe veren etkinin manipülesiyle tekrar eden davranışlara yönelerek bağımlılık sürecinde bilinçsizce sürüklenebilmektedir. Nevzat Tarhan bağımlılık türlerini dört başlıkta açıklamaktadır. Psikolojik, fiziksel, yoksunluk ve iptila derecesinde bağımlılık türlerinin açıklaması Çizelge 2'de yer almaktadır.

Çizelge 2 Bağımlılık Türleri (Tarhan, 2015: 39-40).

Bağımlılık Türleri	Açıklama
Psikolojik Bağlanma	Sanal alıştırıcı veya maddenin alınmasında direnç artımı (tolerans) oluşmaz . Kişide güçlü ve aşırı olarak maddeyi arama ve yaşadığı etkiyi yeniden yaşama isteği oluşmaktadır.
Fiziksel Bağlanma	Kullanılan sanal alıştırıcı veya maddenin kesilmesi (azaltılması) durumunda yoksunluk ortaya çıkarak direnç artımı gelişir . Kişi normal görevini yapamaz hale gelebilmektedir.

Yoksunluk Belirtileri

Terleme, çarpıntı, titreme, uykusuzluk, bulantı, kusma, saldırganlık, sıkıntı, huzursuzluk, epilepsi nöbetleri, halüsinasyonlar, eklem ağrıları, ishal gibi belirtiler oluşur. **Bilinç kaybetme** yaşanabilir.

İptila Derecesinde Bağımlılık

Tutsaklık, tutkunluk ‘addiction’, yani kişi için **tek amaç** ve beklenti oluşması durumudur.

Kendimizi iyi hissetmek veya olumsuz duygulardan kaçınmak için geliştirdiğimiz bağımlılık süreci kişilik özelliklerimizle de doğrudan ilintilidir. Kendisini yönlendirmekte güçlük çeken birey, biyolojik ve psikolojik anlamda karşısına çıkabilecek olumsuzlukların bilincinde olmadan alışkanlıklarına olan bağımlılıklarını çözümlenmekte zorlanmaktadır.

2. Dijital Hastalıklar ve Teknoloji Bağımlılığı

Bağlı olma durumunun teknolojiyle bütünleşmesi günümüzde çözülmesi gereken ve bilinçlendirilmesi gereken bir toplum sistemini karşımıza çıkartarak dijital hastalıklar gibi kavramların hayatımıza girmesini kaçınılmaz kılmıştır. Dijital hastalık sürecinde telefon bağımlılığı, internet veya bilgisayar bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı karşımıza çıkmaktadır. Çeşitliliğini giderek artıran dijital hastalıklardan bazılarını değinecek olursak:

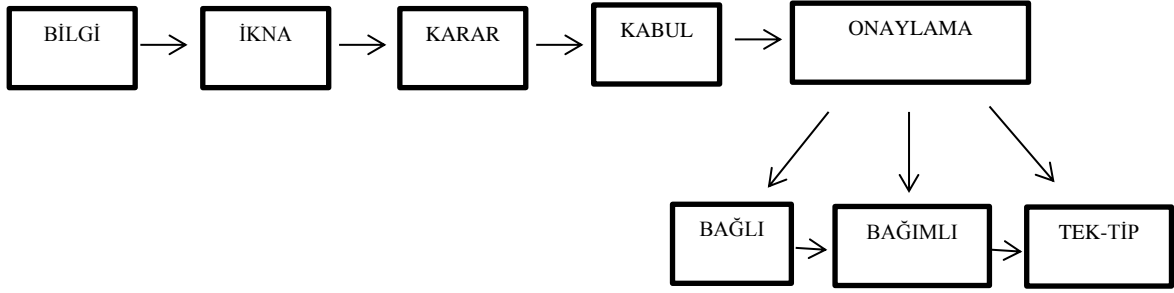
WhatsAppitis, aşırı mesaj atmayla bileklerin kullanılmasından dolayı sinirlerin sıkışması sonucu uyuşma, bazen hareket edememeyle giden hastalık olarak karşımıza çıkmaktadır. Carpal Tunnel Sendromu olarak da adlandırılmaktadır. Hikikomori fenomeni, eve kapanma diye tarif edilen bir dijital hastalıktır. Kişi bu durumda evden çıkmak istememekte ve teknoloji ile vaktini harcamaktadır. Ego sörfü, sosyal medyada sürekli kendini arama olarak karşımıza çıkmaktadır. İleri bir seviyede narsizm boyutuna gelebilmektedir. Google stalker kavramı ise yakın çevresini arama olarak tanımlanmaktadır. Crackberry kavramı sürekli mail kontrolü yapan kişilere konulan dijital hastalık tanısıdır. Siberhondrik, bireylerin hastalığını internette teşhis etmesi durumudur. Fomo hastalığı, gelişmeleri kaçırma korkusu olan kişileri tanımlamaktadır. Selfitis, kişinin aşırı derecede selfie çekmesi olarak ifade edilmektedir. Plagomani, şarjsızlık korkusu olan sürekli şarjının biteceği

tedirginliğini yaşayan kişilerde tanı olarak konmaktadır (Ünivar, 2019). Nomofobi tablet, cep telefonu, bilgisayar gibi sanal haberleşmenin yapıldığı akıllı cihazların yoksunluğundan kaynaklanan, endişe ve huzursuz olma durumu ile ortaya çıkan teknoloji çağının bir hastalığı olarak günümüzde sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Netlessfobi, İngilizcede “Being NetlessFobia” olarak tanımlanan, “İnternetsiz Kalma Korkusu” olarak ifade edilmektedir. Netlessfobi, internetin aşırı kullanımından öte kişinin internetin olmadığı bir ortamda kalamaması ve internet yoksunluğundan endişe duyması olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Kişioğlu, 2018: 476-477). Dijital istifçilik ise kişinin lazım olur düşüncesiyle telefon veya bilgisayar depolama alanlarını görsel, video gibi dijital içeriklerle doldurmak olarak tanımlanabilmektedir. Kavramsal çerçevede teknoloji bağımlılığının farklı boyutlarda dijital hastalıklara yol açtığını söylemek mümkün olmaktadır.

Kevin Kelly (2017: 315), *güdümsüz bağlantılar rotasını izlerken içine girdiğimiz trans havası korkunç bir zaman kaybı olarak- ya da tıpkı hayaller gibi üretken bir zaman kaybı olarak- görülebilir. Belki de web’de dolaşırken kolektif bilinç dışımıza el atıyoruz.. Tıklayarak hayal görmek hepimiz için, neyi tıkladığımızı bakmaksızın, aynı hayali görme yolu olabilir* sözleriyle bağlı olduğumuz teknolojinin hayallerimizin yansıması olduğunu bizlere aktarmaktadır. Dijitalizm sürecinde bağlı duruma geldiğimiz teknoloji bizleri manipüle ederek bilinçli veya bilinçsiz olarak bazı alışkanlıklara itmektedir. Davranışlarımızı şekillendirerek davranışsal bağımlılığın temelini oluşturan teknoloji, bireyi fizyolojik, biyolojik ve psikolojik anlamda doğrudan etkileyen bir yapıya bürünmektedir. Kimi uzman tarafından teknoloji bağımlılığının, klinik psikolojide değerlendirilmesi gereken bir durum olduğu savunulsa da süreç gösteriyor ki dijital olan bağımlılık multidisipliner bir şekilde çözüme ulaştırılması gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

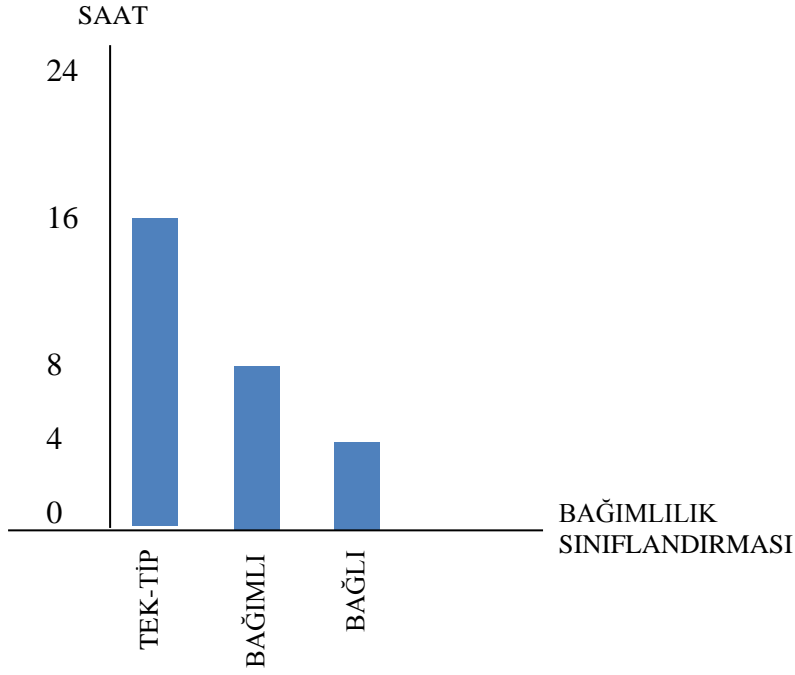
3. Psikoterapide Teknoloji Bağımlılığının Süreçleri

Teknolojinin fizyolojik ve psikolojik boyutunun bağımlılık süreciyle bambaşka bir konuma geldiğini görmekteyiz. Bağımlı kişi dijitalle kendini bağdaştırırken bağlı olma sürecini çoğu zaman kontrol edememekte ve sanala olan bağımlılığını fark edememektedir. Peki teknoloji bağımlılığı süreci nasıl gelişmektedir?



Şekil 3 Teknoloji Bağımlılığı Süreci (Yengin, 2019: 141).

Yeni düzende oluşturduğumuz imgeler doğrultusunda tüketerek yaşamaya devam etmekteyiz. Bu süreçte karşımıza çıkan teknoloji bilinçli veya bilinçsiz kullanırken bağımlılık sürecinin içerisine girdiğimizi unutmaktayız. Yeniliklerin yayılması kuramında adlandırdığımız bilgi, ikna, karar, kabul ve onaylama sürecine bağlı, bağımlı ve tek tip kavramlarını eklediğimizde şematik anlamda sürecin nasıl ilerlediğini özetleyebilmekteyiz. Dijitalizm sürecinde onaylama aşamasındaki bağlı, bağımlı ve tek tip kavramları teknolojinin kullanım süreleriyle ilişkilidir. Birey gündelik ihtiyaçları doğrultusunda teknolojiyi kullanması dijital bağlı olma durumunu tanımlamaktadır. Evde, iş yerinde veya okulda birçok etkinlik internet üzerinden gerçekleşmekte veya ihtiyaçlar teknolojik araçlar aracılığı ile yerine getirilmektedir. Bu bağlamda kişi teknolojiden uzak kalamamakta ve rutin bir şekilde teknolojiyi kullanmakta ve *dijital bağlı* olarak kategorize edilmektedir. Dijital bağımlı olma süreci ise davranışsal bağımlılık sürecinde irdelenmekte ve bireyin eksik hissetme duygusuyla orantılı olarak gelişmektedir. Yengin'in tanımıyla (2019: 142), bağımlı nesil kavramının temelinde internette uzak bir yaşamı olmayan, mobil cihazından uzak kaldığında yalnızlık hissine kapılan, başkalaşmış veya asosyal hissederek gelişmeleri takıntılı bir şekilde takip eden ve çevresiyle sosyal medya üzerinden görüşme yapan aynı zamanda sosyal mecralar üzerinden kimlik oluşturan kişiler olarak nitelendirilmektedir. Yeni medya ortamının içselleştirilmesiyle kontrol edemediğimiz teknoloji kullanımı bizleri dijital bağımlı hale getirmenin de ötesine geçerek tek tip bireylere yani tekno-bireylere dönüştürebilmektedir



Şekil 4 Teknoloji Kullanım Süreleri

Teknoloji bağımlılık sürecinde kullanım sürelerinin bağlı-bağımlı-tektip durumlarının sınıflandırıldığı şekil olarak yer almaktadır. Şekil 4'te belirtildiği üzere 4 saate kadar teknoloji kullanımı bağlı, 4 ila 8 saat arasındaki teknoloji kullanımı bağımlı, 8 ila 16 saat arasındaki kullanım ise tek- tip olarak sınıflandırılmaktadır.

Psikoterapi bireyin duygu durumunun iyileştirilmesi ve davranışsal sorunlarının giderilmesinde kullanılan tekniklerin genel bir adı olarak bilinmektedir. Davranışsal bağımlılığımızın süreç içerisindeki kontrolünün sağlanmasında ve kişinin normal yaşamına dönmesinde psikoterapi süreci önemli bir yer tutmaktadır. Terapistlerin anlatımlarına bakıldığında teknoloji bağımlılığı yaş, cinsiyet ve kişisel profile göre risk farklılığı göstermektedir. Erken yaşta teknolojiye maruz kalan birey sayısı giderek artmakta ve küçük yaşlardaki bireyler ebeveynlerine bağlanmak yerine cihaza bağlanmaktadır. Özellikle internet duygu durum düzenleyici olarak kullanılmakta ve bunda başarılı olmaktadır (Kuss & Griffiths, 2015: 29-30). Günümüzde susturucu olarak kullanılan teknolojiler ebeveynlerin sahte güveninde güç bulmakta aynı zamanda teknoloji kullanımına maruz kalan bireyin bağımlılık adımını başlatmaktadır. Yaş gruplarına göre tehlikenin farklılaştığı bu süreçte, ergen yaş grubunda *patolojik internet kullanımı, kimlik oluşumu, kimlik çatışmaları ve yeterince pekiştirilmemiş olan duygu düzenlemelerindeki kontrol işlevi* sorunlarıyla bütünlük bir tehlikeyle karşı karşıya kalmaktayız.

Terapist anlatımlarına göre, internet bağımlılığı ile ilgili başvuran danışanların daha çok erkekler olduğunu öne sürmektedir. Çevrimiçi oyunlarla daha fazla etkileşimde olma durumu sanal dünyaya karşı savunmasızlıkla sonuçlanabilmektedir. Oğlan çocuklarının daha fazla savunmasız kalmasının önemli bir nedeni istikrarlı olmamaları, yetkin olmamaları ve kolaylık ve sosyal beceri eksikliği ile ilişkilendirilmektedir (Kuss & Griffiths, 2015: 36). Yaşam şekline dönüşen teknoloji tehlikeleri fark etmediğimiz bir ortamda sorunları görmezden gelen bir toplumla karşı karşıya kalmamıza neden olabilmektedir. Bu sebeple psikoterapiden destek almak ve bilinçli teknoloji kullanımını sağlamak ciddi bir önem taşımaktadır. Dijital bağımlılıklarımızın spesifik olarak geliştiği, internet, dijital oyun ve sosyal medya bağımlılıklarını ayrı başlıklarda incelemek yerinde olacaktır.

3.1. İnternet Bağımlılığı

İnternetin yaşantımızdaki yerini sorguladığımızda her alana entegre olmuş ve hayatı kolaylaştırıcı etkisini göz ardı edemeyeceğimiz bir süreci yaşamaktayız. İnternet ağı ile birlikte bilgiyi üretme hızımız, teknolojiyi geliştirme stratejimiz, zaman tüketimimiz, sosyal dokularımız ve gerçeklik algımız değişmektedir. Dijital dönüşümü kabul ederken sürecin bağımlılık boyutunda durum bambaşka olgulara evrilebilmektedir. İnternet bağımlılığı dediğimiz kavram, son on yıl içerisinde davranışsal bağımlılık kategorisinde sınıflandırılmış, bireyin aşırı çevrimiçi ortamda bulunması sonucu zararlı etkileri doğuran bir bağımlılık türü olarak nitelendirilmektedir. Bebeklikten yetişkinliğe kadar yaş skalasının genişlediği internet bağımlılığı dokunmatik toplumun önemli ve çözülmesi gereken bir sorun olduğunuz bizlere yansıtılmaktadır.

Zamanlarının çoğunu internet ortamında geçiren ergenlik dönemindeki birey, dışarı çıkarak sosyal çevre kazanmak gibi gelişimsel görevlerini yerine getiremeyerek sanal dünyasına hapsedilmektedir. Erken yaşlarda aşırı internet kullanımı sonucu olarak gelişimsel gecikmeler çocukluk ve ergenliğin çok ötesine ulaşmakta, bilişsel, davranışsal ve sosyal olarak olgunlaşmamış ve bağımlı kalan genç erişkinler yaratmaktadır (Kuss & Griffiths, 2015: 29-30). İnternet bağımlılığının ciddi boyuta gelmesindeki faktörler arasında yaş, cinsiyet, profil gibi demografik özelliklerin dışında otokontrol ve ebeveyn tutumu gibi durumlar da yer almaktadır. Young 1999 yılında internet bağımlılığı için bazı tanı ölçütlerini sıralamıştır. İnternetle aşırı zihinsel uğraş içerisinde olmak, istenen keyfe ulaşabilmek için giderek internet

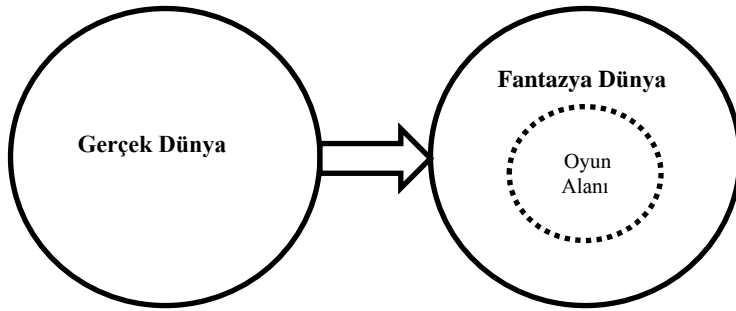
kullanma oranını arttırma, internet kullanımını kontrol etme kararı alarak başarısız girişimlerde bulunmak, internetin az kullanıldığında huzursuzluk, çökkün veya kızgın hissetme durumu, planlanan süreden fazla internette vakit geçirmek, aşırı kullanım sonucu aile ve sosyal çevreyle ya da eğitim-kariyer gibi fırsatları tehlikeye atmak, başkalarına internette kalma süresiyle ilgili yalan söylemek ve interneti problemlerden kaçmak için (çaresizlik, kaygı vb.) kullanmak ölçütler arasında yer almaktadır (Tarhan, 2015: 66-67). Gündelik yaşantımızda kullanmak zorunda kaldığımız dijital araçlar bizleri dolaylı yoldan bağlı yaparken, kopamayacak düzeye geldiğimiz ve yoksunluk hissettiğimiz aşamada bizleri 'bağımlı' durumuna getirmektedir.

İnternet bağımlılığı, madde bağımlılığına benzer olarak yıpratıcı bir sürece girmeye ve psikolojik anlamda bireyde iç huzursuzluk, asabiyet, uzun süreli melankoli gibi duygu durum bozukluklarına neden olabilmektedir. Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından aktarılan DSM-IV-TR'ye göre (2000), mental bozuklukları sorunlu davranışlardan ayıran özellik bir sıkıntı veya engelin mevcudiyeti, yani kişilerin en az bir işlevselliğinde bozulma görülmesidir. APA'nın tanımlaması kapsamında internet bağımlılığı bir psikopatoloji gibi gözükmemektedir (Kuss & Griffiths, 2015: 132). Hem internet bağımlılığı hem de belli komorbid durumlar söz konusu olduğunda izolasyon halinde terapi motivasyonu işlevi görürken diğer mental bozukluklar yalnızca terapi esnasında tespit edilebilmektedir. Aynı zamanda terapistlerin deyimiyle internet bağımlılığının bir tanı kodu olursa tedavi edilmesi noktasında da geçerli ve etkili nedenler olabilecektir. Terapist desteği belli bir sürede davranışı dengelemede önemli olsa da uzun süreli ve kesin çözüm için bireyler teknolojiyi kullanırken bilincini yönlendirme noktasında çok erken yaşlarda farkındalık kazandırılmalıdır.

3.2. Dijital Oyun Bağımlılığı

Hayatın gerçekliği olarak ele aldığımız olumsuz koşullar, düşünceler, kaygılarımız, sorguladıklarımız hatta içinden çıkılmaz olarak adlandırdığımız problemlerimizden uzak kalmak için çocukluktan erişkinliğe sanal dünyada bir kişilik yaratarak çare buluyoruz. Zihnimizi oyaladığımız ve zamanın nasıl geçtiğini anlamadığımız teknolojileri kullanırken sanallığın akışında ve dijitalin manipüle gücüyle bir hayat geçirme durumuyla karşı karşıya kalmaktayız.

İnsanoğlunun geçmişten günümüze eğlence olgusunu oyunlarla ayakta tutmuştur. Belirli bir zaman ve alanda amaca yönelik kuralların gerçekleştirildiği oyun dünyası performansa dayalı bir hareketi temel almaktadır. Roger Caillois (2001: ix). oyun kavramını, serbest oynama, bireysel, ciddi olmayan, üretimsiz ve gerçek olduğun inanılan olarak nitelendirmektedir. Aynı zamanda oyunu sınıflandırırken rekabet, şans, simülasyon ve baş döndüren kavramlarını kullanmaktadır. Ona göre oyun, zaman ve mekanda gerilim ve eğlence duygusunun sürdürüldüğü, gerçek yaşamdan farklı olduğu bilinciyle yapılan gönüllü bir eylem veya faaliyet olarak tanımlanmalıdır (Caillois, 2001: 54). Bilişim sistemlerinin hayatımıza girmesiyle oyunlar dijital ortama taşınarak bizlere bir fantazyaya sunmaktadır. Herz dijital oyunları; aksiyon, yarış, spor, macera, strateji olarak sınıflandırırken; Poole vurma, yarış, galip gelme, spor, bilmece, platform, rol yapma, tanrı oyunları ve gerçek zamanlı strateji oyunları olarak sınıflandırmaktadır (Yengin, 2012: 115).



Şekil 5 Gerçek ve Fantazyaya Dünya Bağlantısı (Juul, 2005: 166).

Dijital ortamda oyun oynayan birey fantazyaya dünyasında yaratmış olduğu oyun alanında gerçek dünyada yapamadıkları ve eksikliğini hissettiği kişisel tatmin, kendini ispatlama veya takdir toplama gibi davranışları yerine getirebilmekte yani eyleme dönebilmektedir (Yengin, 2012: 128). Bu doğrultuda bakıldığında kişi bu kendini gerçekleştirme ihtiyacını oyun alanına taşıyarak bu ortamda daha fazla keyif aldığı için vaktinin çoğunu dijital oyunlarda harcayabilmektedir. Dürtülerin zamanla kontrolden çıkmasıyla kişi dijital oyun bağımlılığı ile mücadele etmek zorunda kalabilmektedir. Beynin gerçek dünyadan uzaklaşarak dijitalin içerisinde oluşturduğu yaşam farkında olmadığımız davranışsal bozukluklara neden olabilmektedir. Özellikle dijital oyunlardaki şiddet ögesi bireyin kişiliğinde, aile ve sosyal çevresiyle iletişimde problemlere, hatta asosyalliğe neden olabilecek güçte karşımıza

çıkabilmektedir. Yeni bir şiddet kavramını literatüre sokan dijital oyun ortamı küçük yaş gruplarından büyük yaş gruplarına kadar geniş bir kitleyi manipüle etmektedir. Sözlü şiddetten pornografik şiddete kadar çeşitliliğin giderek arttığı dijital oyun platformlarında iletilerin kullanıcılar tarafından bilinçsizce uygulanması gerçek yaşantıyı da etkiler güçte karşımıza çıkabilmektedir.

Kuss ve Griffiths'in (2015: 72-73), çalışmasına katkı yapmış olan terapistin söylemiyle eğlence aktivitesi olarak çevrimiçi oyun oynayan ergen bir çocuk, tüm zamanını oyuna harcamakla kalmayıp oyuna dair araştırmalar yaparak, başkalarının oyunlarını Youtube'da izleyerek taktik geliştirmek gibi proxy faaliyetlerinde de bulunacaktır. Uykusundan bile feragat eden birey için aslında bir dizi olumsuz sonuç ve hasar ile baş başa bırakıldığını söylemek mümkündür. Nihai sonuca baktığımızda davranış, duygu, düşünme ve kimlik yelpazesi, giderek ve her zamankinden daha fazla tüketimle sınırlı bir hale gelmektedir. Bu noktada bağımlılığa giden dijital oyun oynama sürecinin risk grubunda olan çocuklar, ergen yaş grubu ve üniversite öğrencilerinin psikopatolojik değerlendirme kapsamına girmeden önlem almaları ve yeterli bilinçlendirme ile gerekli tedbirleri almaları büyük önem taşımaktadır.

3.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Teknolojinin farklı boyutlarıyla yüzleştiğimiz yaşamsal döngüde birçok ihtiyacın yeni medya ortamında (internet, mobil vs.) giderildiğini söylemek mümkündür. Bizler gündelik yaşantımızda kullandığımız teknolojilerin dışında gün geçtikçe normalleştirdiğimiz sosyal medya ortamında vakit geçirme durumunun ortaya çıkartabileceği sorunları görmezden gelmekte çoğu zaman da farkında olmamaktayız. Sosyal medyanın hayatımıza girdi 2000'li yıllara geçişle birlikte hayatımıza giren sosyal medya kavramı, Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, WhatsApp, Youtube gibi uygulamaların iç dünyasına bizleri sokarak çok geniş bir kitlenin sosyal medyada kimlik oluşturmasının önünü açmıştır.

Dijital medya çağında kullanımlar ve doyumlar kapsamında bakıldığında, yeni medya kullanıcıların heyecanlarını tatmin etme olanağı sunmaktadır. Birey zamanla sanal ortamda etkin katılımcı olmakta ve birtakım doyumlarını yerine getirecek kurmaca ortamlar yaratabilmektedir (Güngör, 2020: 133). Kullanıcı sayısının giderek arttığı sosyal medya ortamı reelde istihdam alanı yaratarak ve sosyalleşmenin en önemli basamağını oluşturan günümüz koşullarında büyük bir değere sahiptir. Ancak yararlarının yanı sıra bireyin farkında bile olmadığı bu yeni medya ortamında kişi

sosyal medya bağımlısı olabilmekte olduğu göz ardı edilmemesi gereken önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bağımlılıkların teknolojiyle birlikte çeşitlendiği bu süreçte terapistler kişiliğin, cinsiyetin, ailenin, sosyal veya ekonomik koşulların bağımlılık sürecindeki etkisine vurgu yapmaktadır. Sosyal medyada yaratılan kimlik bazında bireylerde, selfitis (günde en az üç kez selfie çekme) ya da ego sörfü gibi kendini arama motorunda aratma gibi dijital hastalıkların geliştiği bir süreçle karşı karşıya kalmaktayız. Sosyal medyada sürekli aktif olmak, kendi fazlasıyla beğenme dürtüsü, kendiyile ilgili paylaşımlara bakmak ve bu durumdan mutluluk duymak ya da takdir görmek kullanıcılar da birtakım doyumlara sebep olmaktadır. Bu durumla mutlu olan birey yaşadığı sürecin bir dijital hastalık veya dijital davranış bozukluğu olduğunun farkında değildir (Topçu, 2019: 187).

Terapistler haz ve anlam boyutu nedeniyle erkeklerin oyun bağımlılığına yatkınlığı olduğunu, kadınların ise sosyal medyaya bağımlı olduklarını dile getirmişlerdir. Kadınların iletişime ve karşılıklı münasebet kurmasına olanak sağlayan ve aidiyet duygusunu geliştiren internet uygulamalarıyla aşılı meşgul olmaları genellikle bu amaçlar bazında gerçek dünyanın dışlanmasını beraberinde getirebilmektedir. Bu durum sosyalleşmenin yalnızca internet üzerinden gerçekleşmesine neden olmaktadır (Kuss & Griffiths, 2015: 39). Sosyal medya bağımlılığı aile ve sosyal bağlamda aidiyet açısından çok yalnız ve sosyal olarak beslenmemiş kişilerde daha sık görülebilmektedir.

İnternet bağımlılığı kapsamındaki araştırmalar doğrultusunda, sosyal ilişkilerinde yetersiz görülen, narsistik olarak uyumlanmış, gelişimsel olarak özsaygı ve güven eksikliği olan, hayattaki hedeflerini gerçekleştirme noktasında yetersiz kalan bireyler kaçışı dijital oyunlarda veya sosyal medya ortamında bulmaktadır. Dijital oyun bağımlılığı veya sosyal medya bağımlılığının temelinde bu kriterler etkin rol oynamaktadır. İnternetle meşgul olma durumunun temelinde depresyon, yalnızlık duygusu ve hayal kırıklığı gibi duygu durumlarının boşluğunun doldurulmasından kaynaklı güdü yatmaktadır. Bu sebeple terapist desteği alınarak yaşamsal fonksiyonları hatırlatmak ve bireye motivasyon kazandırmak büyük önem taşımaktadır. Bağımlılık noktasında bireylerin benlik değerinin kazandırılması son derece etkili olmaktadır. Sosyal medyanın, idealize ettiği en ideal yiyecek, en ideal kilo, en ideal giyim tarzı gibi manipüle edici içerikler de kişilerdeki ihtiyaçları şekillendirmekte ve yaşamlarını bu doğrultuda güncellerken duygu durumlarını ele geçirebilmektedir. Bu doğrultuda bağımlı olma sürecine girmeden önlem olarak, kişi

kontrollü teknoloji kullanma bilinciyle hareket etmeli ve dijital okuryazarlığını geliştirebilmelidir.

IV. BİLİŞİM ÇAĞINDA TEKNOLOJİ KULLANIMI VE YENİ MEDYA OKURYAZARLIĞI

A. Teknoloji Kullanım Alışkanlıkları

Yeni medyanın Rogers'ın altını çizdiği etkileşim, kitlesizleştirme, eş zamansızlık özellikleriyle teknolojiyi bambaşka bir boyuta taşıdığını söylemek mümkündür. Kişi yeni medya teknolojilerinde etkin katılımcı imkanına sahip olduğu için, isteği doğrultusunda kişiselleştirilmiş içeriklere veya mesajlara ulaşabildiği aynı zamanda kaçırdığı bir içeriği daha sonradan takip etme, izleme fırsatı bulabildiği için yeni teknolojileri daha fazla kullanmaktadır. Geleneksel teknolojiden farklı olarak daha çok özneleşen birey *bilgilenme, haber alma, eğlenme, alışveriş* gibi birçok ihtiyacını yeni teknolojilerle gidermektedir. Kullanım durumlarını doğrudan etkileyen bu ihtiyaçlar doğrultusunda bireyin teknoloji kullanım alışkanlıkları değişime uğramakta veya bazı olumsuz sonuçlarla yüzleşmek kaçınılmaz olmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları konusuna ve bireylerin siber zorbalıkla ilgili sürecine aşağıdaki başlıklarda değinilmiştir.

1. İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Dijital dünyanın yenileşmesi, bireylerin teknoloji kullanımında güncel kalmasını da beraberinde getirebilmektedir. Teknoloji kullanımının yarar ve zararlarının tartışıldığı bu inovasyon sürecinde 'birey teknolojiden uzak mı kalmalı, yoksa yenilikleri kaçırmadan mı ilerlemeli?' sorusunun net bir cevabının olması mümkün değildir. Yaşadığımız dijital çağda bireyin teknolojiden uzaklaşması, zamanın getirilerine adapte olamamasının yanı sıra gelişimsel anlamda sosyolojik ve ekonomik süreci sekteye uğratabilmektedir. Yenilik sürecinde birey için asıl önemli olan teknolojinin entegre edilmesinde kontrollü olunması aynı zamanda getiri ve zararlı sonuçlarının neler olabileceğinin öngörülerek sisteme sokulması büyük önem taşımaktadır.

Teknolojik devrim yaşadığımız toplumlar bazında da devrimsel sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle internet ve sosyal medya kullanıcılarının mobilleşme

süreciyle artması, bizlerin ihtiyaç ve alışkanlıklarını değiştirerek bambaşka bir döngünün içerisinde olmamızı sağlamaktadır. Global etkileşimin söz konusu olduğu dijital platformda tüketim olgusu sadece nesnelere olan etkin bir ilişki biçimi olmaktan çıkıp hem yakın çevremizdeki hem de toplumdaki yerimizi belirleyen bir ilişkilene yaratmaktadır. Bu doğrultuda tüketimi sürekli kılan en önemli faktör medya olmaktadır (Koç, 2019: 146). Televizyon, internet, sosyal medya ve artık dijital dizi platformları yeni akım alışkanlıkların önemli basamaklarını oluşturmaktadır. Bireyin ihtiyaç ve alışkanlıklarının değiştiği bu yeni medya ortamıyla birlikte kapitalizm süreciyle oluşmuş tüketim toplumunun içerisinde, birey tükettikçe kendini ayrıcalıklı hissedebilmekte ve zamanla diğer tüketicilerle özdeşleştiğinin farkında bile olmamaktadır.

Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması'na göre, 2020 yılında internet kullanım oranı 16-74 yaş grubundaki bireylerde %79,0 olmuştur. Verilere göre, internet kullanım oranı cinsiyet bazında erkeklerde %84,7, kadınlarda %73,3 olarak belirtilmektedir. Hanelerin %90,7'sinin evden internete erişim imkanına sahip olduğuna yer verilmektedir.



Şekil 6 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımına İlişkin Temel Göstergeler, 2009-2020 (Kaynak: tüik.gov.tr).

TÜİK verilerine göre, internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi veren ya da satın alan 16-74 yaş grubundaki bireylerin oranı, 2019 yılı Nisan ayı ile 2020 yılı Mart ayını kapsayan on iki aylık dönemde %36,5 olarak belirtilmiştir. Bu oran önceki yıllara kıyaslandığında aynı dönemde %34,1 olarak gözlenmiştir. Cinsiyete göre internet üzerinden mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranına baktığımızda, erkeklerde %40,2 olarak belirtilirken, kadınlarda %32,7 olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda internet üzerinden %60,9 oranıyla en

fazla giyim, ayakkabı ve aksesuar satın alındığı gözlemlenmiştir (Doğan, tük.gov.tr. 2020). İnternet kullanımının mobilleşme süreciyle cep telefonlarımıza girmesi de her an her yerde tüketimi mümkün kılarak dijital tüketim oranına doğrudan etki etmektedir. Özellikle sosyal medya kullanımında oranların giderek arttığı gerçeği karşısında tüketim odaklı alışkanlıklar da dönüşmektedir.

Sosyal medya kavramı 2000’li yıllarla hayatımıza girerek 2010 yılı itibariyle sosyal medya önemli bir dijital evrilmenin önünü açmıştır diyebiliriz. Gündelik hayatımızın vazgeçilmez bir alanını kapsayan sosyal medya, günümüzde küçük yaş gruplarından büyük yaş guruplarına kadar kullanılmaktadır aynı zamanda dijitalizmin başkalaştığı bir versiyonu bizlere sunmaktadır. Sosyal medya, bizlerin kullanım ve doyumlarımızı karşılması noktasında büyük önem taşımaktadır. Çocuk yaş guruplarından büyük yaş guruplarına kadar ciddi boyutta bağlılığın geliştiği bu yeni medya ortamında alışkanlıkların değiştiğini ve riskler karşısında yaşanacak olumsuzlukların bilincinde olunması gerekmektedir. Özellikle yeterli yetkinlik taşımayan ve henüz teknolojik kontrolü sağlaması noktasında bilgisi eksik olan çocuk yaş gurupları için durum daha riskli olabilmektedir. Peki çevrim içi ortamda karşılaşılabilecek olası riskler nelerdir? Livingstone ve Haddon’un 2010’da yaptığı çalışmaya göre, çocuk yaş grubunda çevrim içi ortamlarda karşılaşılan riskler genel olarak 4 kategoride incelenebilmektedir. Davranış, içerik, iletişim ve ticari boyutta ayırt edebildiğimiz risk gurupları bireyin yaşantısını doğrudan etkiler niteliktedir.

Çizelge 3 Çocukların Çevrimiçi Ortamlarda Karşılaştığı Riskler (İlhan & Aydın, 2020: 12).

Davranış Riskleri

İnsanları kasıtlı olarak yanlış bilgilendirme, yalan söyleme, kişisel bilgileri dağıtma, yasa dışı veri indirme uygulamalarını içermektedir.

- Özel bilgilerin farkında olmadan paylaşılması
- Gizli bilgilerin başkaları tarafından ele geçirilmesi

Örnekler

- Kişisel bilgilerin kötüye kullanımı

İçerik Riskleri

İnternet kullanıcılarının web sitelerinde karşı karşıya kaldıkları olumsuz yazılı ve görsel içeriklerdir.

- Örnekler
- Şiddet
 - Cinsellik ya da nefret söylemi içeren potansiyel olarak saldırgan ve zararlı içeriklerdir.
 - İlegal içerikler
 - Yanlış bilgiler
 - Müstehcen/şiddet/ırkçılık/nefret içerikli materyaller
 - Zorlayıcı (intihar, uyuşturucu, vb.) içerik

İletişim Riskleri

Yeni ve pratik bir iletişim biçimi sunan internet, insanlarla iletişim kurmada sorunlar yaşanmasına neden olan online eylemler içermektedir.

- Örnekler
- Taciz
 - Siber zorbalık (rahatsız edici mesajlar atmak, dışlamak, alay etmek, sahte hesap açmak, dedikodu yapmak, ifşa etmek, çevrim içi lakap takmak, tehdit etmek, küçük düşürmek, hakaret etmek)
 - Siber gözetleme
 - Yabancılarla konuşma ya da gizliliğin ihlal edilmesi

Ticari Riskler

İnternet ortamında yapılan her türlü maddi veya manevi alışveriş sonucunda ticari istismara uğrayan insanların maruz kaldığı risk türü olarak tanımlanmaktadır.

- Örnekler
- Teklifi gizlenen veya rızasız satışlar
 - Yanıltıcı ürün reklamı veya rızasız satışlar
 - Reklamcılık (aşırı veya gizli pazarlama)
 - Uygulama içi satın almalar veya dolandırıcılık
 - Yasadışı kumar oynama
 - Korsan yazılım vb.

İletişim ağımızın büyük bir oranını oluşturan çevrim içi ortamlarda özellikle çocuklar siber alanda zorbalıkla karşılaştığında ciddi zararlarla mücadele etmek durumunda kalmaktadır. Dijital dönüşümün bu denli hızlandığı ve dijital yerlilerin zamanını yaşadığımız bu çağda küçükten büyüğe her birey, kullandığı teknolojiyi anlamlandırması ve karşılaşılabileceği tüm boyutlarını göz önünde bulundurmalıdır. Dijital Dönüşüm ve Toplumsal Etkileri Çalıştayı'ndaki konuşmasında Dijital Dönüşüm Derneği Başkanı İsmail Hakkı Polat (2018: 39), dijital dünyayı nasıl anlamlandırmanın gerektiğini sorgulatarak, teknolojinin sosyal bir düzende var

olduğunu, dolayısıyla dijital dönüşümü tam anlamıyla anlamak için sadece teknolojiye, verilere ya da sosyal düzene odaklanmanın sorunu çözmeyeceğini akademik anlamda *interdisiplinerlik* sürecinin önemine vurgu yapmaktadır.

Teknolojinin sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve fizyolojik anlamdaki etkilerinin internet ve sosyal mecraların yaygınlaşmasıyla daha derin ve kalıcı izler bıraktığı gerçeğini göz ardı etmeyerek, toplumsal anlamda yeterli bilince sahip olunması teknolojik kontrolün en önemli basamağını oluşturmaktadır.

2. Siber Zorbalık

İletişim biçimlerimizin değişmesini sağlayan mobilleşme süreci, yeni medyayla birlikte internetin entegre edildiği bir ağı kullanmamızın önünü açmıştır. Yetişkin grubun yanı sıra çocuk yaş gruplarının da kullanmaya başladığı, bir mobil kullanım ve tablet kullanım sürecini yaşamaktayız. Gelişen teknoloji, dijital kullanım yaşını düşürürken, internete hızlı erişim süreci kullanım alışkanlıklarımızı da geliştirmekte ve dönüştürmektedir. Haberleşebilmek, bilgi alabilmek ve sosyal ağları takip edebilmek için kullandığımız dijital mecralar hayatımızı kolaylaştırmanın yanı sıra hazır olmadığımız bir sosyal çevre ve arkadaşlık sürecini de başlatmaktadır. Birçok araştırma gösteriyor ki, hatalı iletişim sürecinin gerçekleşebildiği çevrim içi ortamlarda bilişsel, fiziksel, psiko-sosyal ve özellikle duyu durum noktasında olumsuz sonuçlarla karşılaşılabilir.

Dijital teknolojilerin kontrolsüzce kullanılmasında örneklerine çok sık rastladığımız siber zorbalık kavramıyla karşılaşmaktayız. Sosyal medya, dijital oyun veya mobil alanda mesajlaşma platformlarında görülebilen siber zorbalık kavramının özünde, bireyi korkutma, kızdırma ya da utandırma duygusuyla ilişik olarak tekrarlanan zarar verici bir davranış yatmaktadır. Özellikle çocuk ve ergen yaş grubunda internet kullanım oranıyla arasında bir bağ olan siber zorba davranışının psikolojik boyutta etkileri daha hasarlı olabilmektedir. Siber zorbalık kurbanı veya siber zorbalık faili ne yazık ki zamanla yer değiştiren bir davranış sürecinin de önünü açabilmektedir. Yani siber zorba kurbanı olan birey, başkalarına karşı siber zorba faili olabilmektedir.

Willard (2007), siber zorbalık türlerini yedi başlık altında toplamaktadır. Parlama (flaming) hakaret ve tehdit içeren dil, taciz (harassment) saldırgan-kırıcı mesaj, karalama (denigration) doğru olmayan acımasız paylaşımlar, başkasının kimliğine bürünme (impersonation), ifşa ve düzenbazlık (outing and trickery) mahrem ve

mahcup edici sır, dışlama (exclusion), ısrarlı siber takip (cyberstalking) tehdit içeren korkutucu rahatsız edici mesaj gönderimi siber zorbalık türleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1 Siber Zorbalık Faktörleri ve Yaygınlık Durumu

Dünyanın birçok yerinde mücadelenin yıllardır devam ettiği siber zorbalık süreciyle ilgili literatür taraması yapıldığında nicel verileri içeren araştırmalar yer almaktadır. Patchin ve Hinduja Ocak 2011'e kadar akademik dergilerde yayınlanmış 35 makaleyi tarayarak yaptıkları çalışmada, siber mağduriyet oranlarının %5,5 ile %72 arasında değiştiğini (ortalama %24,4); 27 makale tarayarak yaptıkları çalışmada ise, siber zorbalık yapma oranlarının %3 ile %44,1 arasında değiştiğini (ortalama %18) söylemek mümkündür.

ABD'de yürütülen bir araştırma kapsamında siber zorbalık eylemlerinin en sık *anlık mesajlaşma, sohbet odaları ve e-mail aracılığıyla* gerçekleştiğine yer verilmektedir. Aynı zamanda erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha fazla siber zorbalık mağduru olduğuna ya da siber zorba/siber kurban olduklarına dair bulgulara değinilmektedir (Kowalski ve Limber, 2007). Siber zorbalık durumuyla çocuk yaş grubu internet kullanımında yeterli düzeyde kontrol sağlayamadığı, değerlendirme sürecinden yoksun olduğu için daha çok karşılaşabilmektedir. Mishna, Khoury-Kassabri, Gadalla ve Daciuk (2012) tarafından yapılan Kanada'da ortaokul ve lise dönemindeki öğrencileri kapsayan araştırmada siber zorbalığa dahil olma oranının %50'lere kadar çıktığı belirtilmiştir. Araştırmacılar siber zorbalık oranının yüksek çıkma sebebini ankette zorbalık sözcüğünün tanımının açıkça verilmeden sorulması olarak ifade etmektedir. Bu kapsamda araştırmaya katılan öğrencilere net bir ifadeyle çevrim içi ortamda *zorbalık yapıp yapmadıkları veya zorbalığa maruz kalıp kalmadıkları* sorulduğunda oranlar daha düşük sonuçlanmaktadır (Mishna vd., 2012). Yapılan çalışmalar gösteriyor ki çocuk ve ergen yaş grubundaki internet kullanıcısı her birey siber zorbalıkla karşı karşıya kalabilmekte veya siber zorba faili olabilmektedir. Türkiye'de yapılan çalışmalar doğrultusunda sürece baktığımızda toplumsal cinsiyet rollerinin, şiddet ve zorbalıkla ilgili davranışın bir cesaret göstergesi, güç gösterimi gibi algılanması da erkeklerin siber zorba olma yönündeki davranış sürecini etkileyebilmektedir. Özellikle toplumsal cinsiyet eşitsizliği bazında bakıldığında bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımı kız ve erkek öğrenciler arasında farklılık gösterebilmektedir. 2010 yılı itibariyle internet kafelerin daha çok erkek

kullanıcıların tercih ettiği bir ortam olması, erkek öğrencilerin kız öğrencilerden daha fazla oranda siber zorba faili olma durumunda etken olarak görülmektedir. Aynı zamanda yapılan çalışmalar doğrultusunda, çocuk ve ergenlerin daha küçük yaşlarda *siber zorbalığa maruz kalma* oranlarının daha yüksek olduğuna, daha büyük yaşlarda ise kurban olma oranı düşerken, *siber zorba olma* oranının yükseldiğine yer verilmektedir (Akca & Sayımer, 2017: 10-11). Günümüz internet kullanımının mobil veya taşınabilir cihazlarla artması daha çok vakit geçirdiğimiz siber alanlardaki davranışlarımızı da büyük oranda etkilemektedir. Özellikle günde beş saati aşkın olarak interneti kullanmak bağıllık sürecini bağımlılığa dönüştürme noktasında ince bir çizgiyi barındırmakta ve kişinin zorbalık davranışını gerçekleştirebileceği bir sürece dayanak sunmaktadır. Çevrim içi ortamların kullanılmasında fırsatların ön plana çıkarıldığı ancak zararların göz ardı edildiği veya normalleştirildiği bir süreci yeteri kadar üzerine düşünülmediği bir dönemi yaşamaktayız.

Türkiye’de yapılan çocuk ve ergenlerin siber zorbalık düzeylerinde ailelerinin eğitim düzeyleri, evli veya ayrı olmaları, teknolojiyi kullanım becerileri, çocuklarının internet kullanımlarını takip etme durumları, çalışma ve ekonomik durumları gibi etkenlerin süreçteki etkisi de araştırılmıştır. 2011 yılında araştırma yapan Soydaş, *yüksek düzeyde ebeveyn izlemesi algılayan erkek ergenlerin daha az siber zorbalık uyguladıkları ve daha az zorbalığa maruz kaldıklarını, daha yüksek düzeyde ebeveyn izlemesi algılayan kız ergenlerin ise, daha az zorbalığa maruz kaldıklarını tespit etmiştir*. 2012 yılında çalışma yapan Sarak ise çalışmasında, anne-baba eğitim durumu okur-yazar ve altında olan öğrencilerin siber mağdur ve siber zorba toplam puan ortalamalarına bakıldığında anne-baba eğitim durumunun ilkökul, ortaokul, ortaöğretim, lisans ve yüksek lisans olanlara göre *daha yüksek* olduğuna değinmektedir (Akca & Sayımer, 2017: 12). Araştırmaların etkenlerine baktığımızda ebeveyn kontrolünün sürecin daha sağlıklı yönetilmesindeki önemini görmekteyiz. Teknolojiyi kullanmaktan kaçamayan bizler zararlarıyla mücadele noktasında da sorumluluktan kaçmamalı ve daha sağlıklı bir nesil için görevlerinin bilincinde olmalıdır.

2.2. Ebeveynler ve Öğretmenlerin Teknolojinin Zararları Karşısındaki Görevleri

Teknolojinin karanlık yüzüyle karşı karşıya kaldığımız siber zorbalık sürecini yaşamaya devam etmekteyiz. Henüz kontrol becerisi gelişmemiş küçük yaş

gruplarına karşı özellikle ebeveynlere büyük sorumluluk düşmektedir. Çocuk yaş grubu yaşamış olduğu siber zorbalık karşısında yasaklama içeren tutumlardan dolayı çekimser kalarak okul yöneticileriyle, öğretmenleriyle veya aileleriyle durumu paylaşmamaktadır. İnternet özgürlüğünün elinden alınmasını istemeyen çocuklar yaşadığı zorbalığa karşı sessiz kalabilmektedir.

Dijitalizm sürecinde ebeveynlerin teknolojiyi kullandığı gibi, çocuklar da bu sürecin içerisine artık bebeklik sürecinden itibaren girmektedir. Teknolojik cihaz kullanım noktasında ebeveynlerin yeterli bilinç düzeyinde olması ve kontrollü olması büyük önem taşımaktadır. Ebeveyn bilinçlenme sürecinde en önemli basamak teknolojinin çocuklar üzerindeki yararı ve zararı ayırt edebilmesidir. Ebeveyn bu farkındalıkla kontrol planları yapıp uygulama aşamasına geçmelidir. Teknolojinin çocukların öğrenme ve gelişimine katkı sunduğunu analiz eden önemli çalışmalar bulunmaktadır. National Association for the Education of Young Children (Ulusal Çocuk Eğitimi Derneği) ile ABD'deki Saint Vincent College'da bulunan The Fred Rogers Center for Early Learning and Children's Media'nın (Fred Rogers Erken Öğrenim ve Çocuk Medyası Merkezi) ortak yayımladıkları rapor, teknolojinin bilinçli kullanılması doğrultusunda fayda sağlayan ve gelişime katkı sunan bir ortam olduğunu gösteren araştırmalar olduğunu ortaya kaymaktadır (Goodwin, 2019: 31). Bu sebeple hem evde hem okul sürecinde ebeveynler ve öğretmenler teknolojiden yararlanmakta ve önemli bir iletişimsel gelişimsel ağ başlatmaktadır. Teknolojinin gelişim sürecindeki katkılarını şu şekilde örneklendirebiliriz. Görsel tercih ihtiyacına cevap fırsatı sunması, yeni gelişen becerileri dengelemesi ve desteklemesi, seçim yapmaya imkan tanınması, düzenleme yapmanın kolaylığı, anında geri bildirim ve memnuniyet sağlaması, interaktif öğrenmeye olanak sunması, içerik yaratma imkanı sunması, bilgiye anında erişim sağlanabilmesi ve farklılaşmayı sağlaması çocukların öğrenmesini destekleyen bir ortam olarak olumlu teknolojik yarar maddeleri arasında yer almaktadır. Peki çocukların gelişimsel sürecinde potansiyel tehlikeler nelerdir? Geleneksel gelişim gidişatının sekteye uğraması, temel gelişim deneyimlerinin yerini alması, zararlı içeriğe maruz kalma ve sağlık riskleri gibi durumlar olası olumsuz sonuçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple ebeveynler bu ayrımların bilincinde olarak teknolojileri küçük çocukların öğrenme ve gelişimine orantılı biçimde erişilebilir kılmalı, sağlam rol modeller ortaya koyması gerekmektedir (Goodwin, 2019: 30). Sağlıklı ve sürdürülebilir teknoloji alışkanlıklarını nasıl oluşturmak gerektiğini çocuklara öğretmek gerekmektedir.

Siber zorbalık kavramının daha sık konuşulmaya ve tartışılmaya başlandığı bu süreçte, çocuk yaş grubu zorbalığın kurbanı veya faili olurken duygu durum kontrolünden yoksundur. Bu zorbalık karşısında ebeveynler ve eğitimciler yol gösterici olarak uygun internet davranışının etkili aktarımı aşamasında kendini güncel tutmalı ve bilgilerini aktarabilecek yetkinlikte olmalıdır. Siber zorbalık karşısında *dur, engelle, bildir ve destekle* aşaması çok ciddi değer taşımaktadır.

Çizelge 4 Siber Zorbalık Karşısında Yapılması Gerekenler (Goodwin, 2019: 72).

Siber Zorbalık Karşısında Aşamaların Açıklaması

Yapılacak Basamaklar

Dur	Zorbalık eden kişiye yanıt yazılmaması gerektiği konusunda ısrarcı olunmalıdır.
Engelle	Siber zorbalığı yapan kişiyi engellemek aynı zamanda olayın kanıtlarını tutmak gerekmektedir.
Bildir	Yaşanan olayı internet sitesinin yöneticisine ya da okula bildirmek gerekmektedir.
Destekle	Tüm bu süreç boyunca çocuğun yanında olmak ve desteklemek gerekmektedir.

İnternet kullanımında ebeveynler uygunsuz içerikle karşılaşılmasında ve çocuklarını bunlardan nasıl koruyacağını bilememektedir. Bu noktada teknoloji kullanımında ve teknik beceri anlamında ebeveynin kendisini geliştirmesi gerekmektedir. Çizelge 5'te ebeveynlerin sorumluluk alarak, internet kullanımında önlem alabileceği bazı yöntemler ve uygulama örneklerine değinilmektedir.

Çizelge 5 Uygunsuz İçeriği En Aza İndirmek İçin İpuçları (Goodwin, 2019: 78-79).

İnternet Kullanımında Alınacak Önlemler Önlemlerin İçeriği ve Örnekleri

İnternete Filtreler Yüklenmelidir:	Çocukların erişilmesinin istenmediği siteler filtrelenmeli, belli alan adları engellenebilmektedir. (Örn uygulama: Family Zone)
Bilgisayarlara, akıllı telefonlara ve tabletlere ebeveyn kontrolleri ve filtreler kurulmalıdır:	Ayarlar kısmından kullanıcı hesapları oluşturularak, her kullanıcı için farklı korumalar yüklenebilmektedir.

Google’da Güvenli Arama açılmalıdır:	Cinsel içerikli videoları ve görselleri Google arama sonuçlarından kaldırır ve müstehcen içeriğe yönlendirilebilecek olası linkler filtrelendir.
YouTube kullanılırken Güvenlik Mod’u açılmalıdır:	Pornografi ya da uygunsuz materyalleri engellemektedir. (Kullanıcıların içeriği uygunsuz olarak işaretlemesine bağlı olarak çalışır tek başına yüzde yüz doğru çalışmama durumu mevcuttur.)
Çocuklar için olan internet tarayıcıları kullanılmalıdır:	Özellikle oyun oynayan çocuklar için önceden onaylı internet siteleri, e-posta ve diğer yaşa uygun aktiviteleri içerecek biçimde tasarlanmıştır. (Örn: Zoodles, Kidz ve Kidzui – aylık üyelik ücretleri vardır.)
YouTube’da listeler oluşturulabilir:	Uygunsuz içeriğe erişme ihtimalini azaltmaktadır. (Liste oluşturmak için örn uygulamalar: KidsVideo, Kids Youtube Playlist vb.)
Açık ve net sohbetler edilmelidir:	Çocuklarla internette nelerle meşgul olduğu konusunda sık sık açık ve net sohbetler edilmelidir. (Özellikle davranış ve tutum geliştirmesi noktasında veya cinsellikle ilgili bilgi edinimi noktasında internetteki kaynaklar güvenli kategoride yer almamaktadır.)

Ebeveynler ve eğitimciler olarak bir yan çağı yakalamak ve gelişimsel süreci hızlandırmak amacıyla öğrencilere teknolojik kullanımı aşılarken akademik gelişimini teknolojiden yardım alarak yapmakta, diğer yandan da oluşabilecek zararlar karşısında kontrolü sağlamakta zorluk çekebilmektedir. Dijital çağda risklerin farkında olarak tekno-topluma entegre ettiğimiz öğrencilerin dijital okuryazarlıklarını geliştirmek ve uygulatabilmek büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda ebeveyn ve öğretmenler iletişimde kalarak, teknolojiyi öğrencilerle birlikte kullanmalı, interaktif teknoloji kullanımına yönlendirmeli, özellikle kendi teknolojik alışkanlıkları konusunda dikkatli olmalı ve ebeveyn kontrol-filtrelerini kullanabilmelidir. Ebeveynlere eleştirel yeni medya okuryazarlığının kazandırılarak, ceza yöntemi ile değil yeterli bilinçle sürecin yönetilmesi ve idare edilmesi gerektiği aktarılmalıdır. Medya okuryazarlığının teknolojiyle oluşabilecek zararlar

konusundaki literatürü genişletilerek öğretmenlerin bilgileri güncel tutulmalı, hem ebeveynlere hem öğrencilere planlı bir şekilde farkındalık kazandırılmalıdır.

Uygulamaya dökülen dijital okuryazarlık çalışmaları sürecin zararlarını azaltma noktasında ne yazık ki yetersiz kalmaktadır. Bu sebeple multidisipliner akademinin uzmanları tarafından yeni araştırmalar ve çalışmalar yapılması büyük önem taşımaktadır.

B. Yeni Medya Okuryazarlığı

Dijital çağın getirilerine bakıldığında yenilenen teknolojinin yaygınlaşmasıyla yeni medya olgusunun boyut farklılığıyla da karşı karşıya kalmaktayız. Yeni medya ile geleneksel medyanın yaşamımızda bu denli yer kaplaması birbirlerini besleyen bu yapıların entegrasyon hızına da etki etmektedir. Yeni medya araçlarının kullanımıyla medya okuryazarlık sürecinin kavramsal çerçevesi ve literatürü de dönüşüme uğramaktadır. Yeni okuryazarlıklar olarak tanımladığımız bu süreçte teknolojiyi reel anlamda algılamak ve tanımlamak önemli bir amacı kapsamaktadır. Aynı zamanda farkındalık boyutunu ve bilinçli teknoloji kullanımını kapsayan yeni medya okuryazarlığı olgusu, teknolojinin çeşitlenmesiyle yeni okuryazarlık türlerini de barındıran bir kavram olarak nitelendirilmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve Yeni Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığı fikrinin tarihsel sürecine baktığımızda yaklaşık 100 yıl geriye gitmek gerekmektedir. Son otuz yıl içerisinde ise *medya okuryazarlığı* kavramının içinin doldurulması eğitime dahil edilme sürecini kapsadığını, çalışma ve araştırmaların ise yeni teknolojilerin boyut değiştirmesiyle özellikle son on yılda daha çok tartışılan ve önem kazanan bir kavram olduğunu belirtmek mümkündür.

Araştırmalara göre medya okuryazarlığı eğitimine 1930'lu yıllarda başlanmış, 1932 yılında ise medya eğitim ABD'de New York Times gazetesinin öncülüğünde 17 bin okulda, 48 bin öğretmenin görevlendirilmesiyle gündemdeki yerini almıştır. *Radyo, televizyon ve internetin* yaygınlık sürecine koşut olarak, 'Batı' ülkelerinde medya okuryazarlığı eğitimi ders programlarına girmiştir. Geçmişe yönelik literatürlerde Kuzey Amerika'da ilk kitle iletişim araçlarına yönelik araştırma kapsamında, kitle iletişim araçlarının etkileri yoğun olarak ele alınmaktaydı. Hipodermik İğne Teorisi'nin sahibi Kanadalı araştırmacı Harold Laswell'in bu teorisi üzerinden 1930

ve 1940'lı yıllarda çalışmalar yapıldığını söylemek mümkündür. *Teoriye göre, insanlar medyanın sürekli enjekte etmiş olduğu savunmasız bireyler olarak görülmekteydi.* Etki araştırmaları süreç içerisinde yerini medya takipçileri yani hedef kitle araştırmalarına bıraktı (Sezer, 2019: 72-73). Kitle iletişim araçlarının insanlara ne yaptığı değil, insanların medyaya ne yaptığı ve hangi amaçla kullandığı Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı kapsamında araştırılarak yeni bir paradigma oluşturuldu. Popüler kültürle birlikte dönüşen medya yapısı ve içerikler, 1980'lerde medyanın ideolojik gücünü karşımıza çıkartarak medya okuryazarlığının odak noktasını da değiştirmiştir.

Okuryazarlık türlerinin en geniş kapsamlısı olarak nitelendirdiğimiz medya okuryazarlığı; bilgi okuryazarlığı, bilgisayar okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı gibi alt dalları da kapsamaktadır. Medya okuryazarlığı, *bireylerin medya araçlarını kullanabilmesini, bu araçlar aracılığıyla iletilen enformasyonu değerlendirebilmesini, seçici olabilmesini ve karşılaştığı enformasyona karşı eleştirel bir yaklaşım kazanabilmesini* ön planda tutan bir süreç olarak tanımlanabilir. Centery Media Literacy (Medya Okuryazarlığı Merkezi), medya okuryazarlığının toplumda *medyanın rolünü* anlayabilmek ve bireylerin demokratik açıdan kendilerini ifade edebilmeleri açısından *temel bereçiler* içerdiğinin altını çizmektedir (Aydoğdu, 2015: 123). Değişen ve gelişen toplum yapısı, gelişen teknolojik süreçlerle medya okuryazarlığının içeriğini ve amaçlarının kapsamını her geçen gün genişletmektedir. Radyo, televizyon, internet çocuklardan yetişkin yaş grubuna kadar hayatın merkezinde konumlanmış ve yansıtılan içerikler doğrudan bireysel süzgeçten geçirilmeden bilinçsizce alınan enformasyon ortamını yaratmıştır. Çoklu ortamlılığı kapsayan yeni medya ortamı ile içerikle birlikte hareketlilik yönünü de değiştirmektedir. Etkileşimin arttığı, senkronizasyon ve eş zamansızlığın yanı sıra medya araçlarının ceplerimize girebildiği ve erişimi hızlandıran bir döngüyü kapsayan yeni medya ortamı okuryazarlık sürecine yeni bir boyut eklemiştir. Jenkins (2009), medya okuryazarlığı eğitiminin öğrencilerin yeni medya sürecine katılımları aşamasında yeni yollar oluşturabileceğine değinmektedir. Jenkins, yeni medya okuryazarlık becerilerini 11 aşamada toparlamaktadır:

Oynama: Çevreyle sorun çözme amaçlı deney yapma yetisi.

Performans: Doğaçlama ve keşif amaçlı alternatif kimlikler benimseme yetisi.

Simülasyon: Gerçek dünya süreçlerinin dinamik modellerini yorumlama ve oluşturma.

Sahiplenme: Medya içeriğini anlamlı şekilde örneklendirme ve remiks medya içeriği.

Çoklu görev: Kişinin çevresini tarama ve gerektiğinde odağını çarpıcı ayrıntılara kaydırma.

Dağınık biliş: Zihinsel kapasiteleri genişleten araçlarla anlamlı etkileşimler kurma.

Ortak zekâ: Ortak bir hedef doğrultusunda bilgiyi havuzlama ve notları diğerleriyle karşılaştırma.

Yargılama: Farklı bilgi kaynaklarının güvenilirliğini ve inanılabilirliğini değerlendirme.

Medya arası gezinme: Birçok yaklaşım arasında öykülerin ve bilginin akışını izleme.

Ağ kurma: Bilgi arama, özetleme ve dağıtma.

Uzlaşma: Çeşitli topluluklar arasında gezme, alternatif perspektifleri ayırt ederek saygı gösterme, kavrama ve izleme” (Jenkins, 2009: 105-106).

Günümüz teknolojilerinin hızla hayatımıza girmesi, bilgiye ulaşma noktasında çeşitliliğe sebep olurken diğer yandan doğru olan bilgiye erişim sorununu ortaya çıkarmaktadır. Araştırmalar değerlendirmeler bazında bakıldığında görsel, işitsel ve yazılı medyanın alıcı üzerinde savunmasız bir etki bıraktığı, özellikle çocuk yaş grubunun bilinçli olmasındaki önem ve gereklilik netleşmektedir. Yeni medya ortamına çok küçük yaşlarda adapte olmaya başlayan birey, içerikleri doğru algılamak, kodları yeterli ölçüde açılmak, yeni medya dilini çözebilmek noktasında yeni medya okuryazarı olması gerekmektedir. Yeni medya ile birlikte çocuklar sanal ve gerçek arasındaki ayrım becerisini yeni medya okuryazarlığı ders kapsamında öğrenebilmelidir.

1.1. Dijital Okuryazarlık

Geleneksel sistemin zamanla yerini yeni sistemlere bırakması ve teknolojinin yaygınlaşması sonucu okuryazarlık türüne eklenmiş olan dijital okuryazarlık, dijitali ve dijital içerikleri anlamlandırma, sorgulama, eleştirme ve bu doğrultuda bilinçli algılama sürecini kapsayan bir kavram olarak tanımlanabilmektedir. Yeni hayata

hızla entegre edilen dijitalleşme süreci bizlerin kullanım durumlarımızı ve ihtiyaç giderme yöntemlerimizi bile değiştirirken, kontrolünü sağlayamadığımız bir teknoloji kullanımına itebilmektedir. Bu noktada dijital okuryazarlık eleştirel düşünme becerisi kazanılması aşaması büyük önem taşımaktadır.

Güvenilir enformasyona ulaşım noktasında araştırma ve eleştirel beceriye sahip olabilmek önem taşırken, birey aynı zamanda bilgiyi filtreleyebilirken, bazı kodları da çözebilmelidir. Etkileşimli bir ortamı bizlere sunan dijital çağda bilgiye ulaşabilmek, bilgiyi algılayabilmek ve bilgiyi iletebilmek gerekli ve değerli bir yeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital medya okuryazarlığına ilişkin Buckingham (2007: 48), dört temel bakış açısına değinmektedir:

Temsil, dijital medya diğer mecralar gibi dünyanın yansıması olmaksızın bir sunumunu oluşturmaktadır. Gerçeklik yorumlamasını sunan dijital medya, sunumlarında ideolojilere ve değerlere de yer vermektedir.

Dil, dijital okuryazarlar dijital medya dilini kullanırken, bu dilin nasıl çalıştığını da bilmelidir. İnternet sitelerinin yapısı, görseller, metinler geleneksel medyadan farklı olarak etkileşimli bir dil içermektedir.

Üretim, özellikle gençlerin ve çocukların dijital medyadaki ticari etkinliklerin (markaların ürettiği içerikler vs.) bilincinde olmaları gerekmektedir.

İzleyici, dijital okuryazarlık sürecinde son kavramsal bakış açısı, medya tüketicilerinin kendi konumlarının farkında olmalarıdır. Medyanın izleyicileri nasıl hedeflediği bilgisine dayanmaktadır.

Yeni medya olgusunun hayatımıza girmesiyle ortaya çıkan dijital okuryazarlık kavramı, medya okuryazarlığı ders kapsamında dijital çağ ile özdeşleştirilerek daha geniş amaç ve kazanım içermelidir. Literatürün dijital süreçlerle orantılı olarak geniş tutulması ve günümüz teknolojilerine uyarlanması çocukların gelişimsel sürecine daha fazla katkı sağlayacaktır.

1.2. İnternet Okuryazarlığı

Küresel anlamda geniş bir ağın içerisinde olduğu internet, bireyi ağlarına çekme noktasında hızını arttırmış ve her an her yerde ulaşılabilirliği sunmuştur. Etkileşimi, hızı ve eşzamansızlığıyla karşımıza çıkan internet, mobil cihazların kullanımıyla bireyi *ağ toplumuna* dönüştürmektedir. Enformasyonun bu denli yayıldığı bu ağ sisteminde verimli ve doğru içeriklere ulaşmak giderek zorlaşmaktadır. Özellikle

ticari amaçların (reklam) giderek internet tabanında planlanması gerekli olmayan veya uygunsuz bir tabloyla çocukların karşı karşıya kalmasına neden olabilmektedir. Bu aşamada yeni medya okuryazarlık sürecine internet okuryazarlığı dahil edilmiş ve eleştirel doğrultuda farkındalık kazandırmak amacıyla internet kullanımının teşvik sürecine girilmiştir.

Livingstone (2008: 106-112), bilişim çağının getirisi olarak nitelendirdiği internet sisteminde bireyin sınırsız bilgiye ulaşma fırsatı bulduğunu, çevrimiçi kaynakların arasından doğru bilgiye ulaşmanın aynı zamanda kişisel güvenliğin sağlanabilmesi noktasında internet okuryazarlığı becerisini kazanmasının önemli bir unsur olduğunu altını çizmektedir. İnternet okuryazarlık becerisi kazanan birey, kullanmış olduğu çevrim içi uygulamaları belli süzgeçlerden geçirerek ve olumsuz bir durumda ne yapacağını bilerek önemli bir yol haritasına da sahip olmaktadır.

1.3. Dijital Ebeveynlik

Küreselleşme ile birlikte yaygınlık hızı kazanan dijitalizm, algoritmasını tün dünyaya sunarken tekno-yaşamın temellerini de atmıştır diyebiliriz. Yediden yetmişe kullandığımız dijital araçlar, özellikle internetle birlikte teknolojinin bambaşka fonksiyonlarını bizlere sunmuştur. Özellikle küçük yaş gruplarının teknolojik sürecin direkt olarak içine doğması, bireyin sosyolojik, fizyolojik, psikolojik, ekonomik birçok temelini etkilemekte ve yönlendirmekte olan dijitalizmin sanal ve gerçek arasındaki ayrımı bulanıklaştırdığı bir dönemi içselleştirmesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda ebeveynlere büyük sorumluluk düşmektedir. Teknoloji kullanıcıları olarak dijital vatandaş olduğumuz bu süreçte *dijital ebeveynlik kavramı* teknoloji okuryazarlığına hakim olan ebeveynleri tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır.

Dijital ebeveyn, yaşamış olduğumuz dijital çağda dönemin gereksinimleri doğrultusunda hareket eden, dijital araç kullanımına son derece hakim ve çocuğunu dijital ortamlardaki risklere karşı koruyabilecek bilinç düzeyinde olan bir kavram olarak açıklanabilir. Özellikle dijital ortamdaki haklarının öneminin farkında olan ebeveynler, hem kendi hem çocuklarının sanal ortamlardaki kişisel hak ve politikaları bilinçli bir şekilde takip etmekte ve uygulayabilmektedir.

Ebeveynlerde olduğu gibi çocukların da teknoloji hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak konumlanmaktadır. Bu sürece daha farklı yönden baktığımızda teknolojinin öncelikle ve doğrudan çocuklar üzerindeki etkisini varsayarken, ebeveynlerin de dönüştüğü gerçeği göz ardı edilmemelidir. Ebeveynlik alışkanlıklarına değinen

Goodwin (2019: 26); *sharenting (paylaşan ebeveynlik)* kavramıyla çocukların önemli anlarını internette aşırı paylaşma, *tekno-ihmal* kavramıyla dijital cihazlarımıza kendimizi kapatıp çocuklarımıza yeterli dikkati vermemek, *anıları kaybetme korkusundan (AKK) mustarip olma* durumuyla da çocuğun gelişiminin her anını akıllı telefonlarla çekmek istemek ve bu nedenle anı dolu dolu yaşayamamak olarak sınıflandırma yapmaktadır. Taklit ve izleyerek büyüyen her çocuk, pek çok yönden ebeveyn davranışlarını imgeleyerek kendi davranışlarına entegre etmektedir. Bu sebeple çocukların rol model davranış becerisi dijital çağda ebeveynin teknoloji kullanımıyla doğru orantıda gelişim göstermektedir. Bu sebeple *dijital ebeveynlik* farkındalık kazanma/kazandırma ve yeterli bilinci çocuklara aşılama noktasında büyük önem taşımaktadır.

C. Yeni Medya Okuryazarlığı Çalışmaları

Dijital çağda, gerçek ile sanal dünyanın kesiştiği bir yaşantıyı yaşamaktayız. Kullanırken gelişme sürecini araştırmadığımız ağlar, bizlerin toplumsal olarak da ağ temelinde yaşamaya devam edeceği bir ortamı bizlere sunmaktadır. Bizler bu yapının içerisinde ilerlerken ne olursa yararlı ya da zararlı durumlarla karşılaşabileceğimizi ayırt edebilmeli ve karşılaştığı durumlarda en az zararı almak için mücadele etmeyi bilmelidir. Teknoloşan her toplum, her birey kullandığı ya da kullanacağı teknolojiyi anlama-algılama ve sorgulama noktasında yeni medya okuryazarlığı yetkinliğine sahip olması gerekmektedir. Dünyada ve Türkiye’de yapılan okuryazarlık çalışmalarına, bu süreçte çıkan yasal düzenleme ve kanunlara, eleştirel pedagojinin önemi ve irdelenmesi gereken verilere aşağıdaki başlıklarda yer verilecektir.

1. Dünyada ve Türkiye’de Yeni Medya Okuryazarlığı Çalışmaları

Kitle iletişim araçlarının hayatımıza girmesiyle eğitim literatüründe de önem kazanan medyanın, etkili ve verimliliği açısından doğru okunması gereken bir alan olduğuna dikkat çekmek gerekmektedir. Medya okuryazarlığı kavramına psikologlar, sosyal psikologlar ve sosyologlar duyarlılık göstermektedir. Medya okuryazarlığı çalışmalarının temelini atanlar arasında olan Frederick Elkin, bireyin toplumsallaşma sürecinde kitle iletişim araçlarının etkin araçlar arasında olduğuna dikkat çekerek özellikle çocukların televizyondan izlediklerini gerçek yaşamlarına uygulama eğiliminde olduklarını belirtmektedir. Elkin 1995 yılında yaptığı çalışmasında dolaylı

olarak ebeveynlerin, çocuklarının medya ile olan ilişkisini düzenleyici program yapmalarının altını çizmektedir (Akt. Güngör, 2020: 387). Medya okuryazarlığı ile ilgili ilk çalışmalara baktığımızda olgusal açıdan konunun sorunsallaşması 1980’li yılları kapsamaktadır. Len Masterman ve F. Mariet (1994) medya okuryazarlığı konusundaki ilk kitabın yazarlarıdır. Büyük medya şirketlerinin kapitalist sektörün önemli bir parçası durumuna gelmelerine karşın toplumsal güç ilişkileri bazında varlığını güçlü bir biçimde hissettirmeye başlamalarıyla medya okuryazarlığı konusu da gündemdeki yerini alarak üzerindeki durulması gereken bir konu olarak ele alınmaya başlamıştır (Güngör, 2020: 387). Enformasyon akışının çeşitlenmesi, kültürel alışveriş, eğitimde iletişim araçlarının kullanılmaya başlanması, medyanın verimli okunmasının gerekliliği medya okuryazarlığının kavramsallaşmasını sağlayan ögeler arasında yer almaktadır.

Medya okuryazarlığı kavramının olgusal anlamda eğitime dahil edilmesi 1980’li yılları bulmaktadır. Anlamsal açıdan literatürdeki yerini almasıyla birlikte birçok ülkede medya okuryazarlığının önemine değinen çalışmalara yer verilmiştir. Avrupa Birliği üye devletleri arasında olan İngiltere, İrlanda ve İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı uzun zamandır tartışılmaktadır ancak Avrupa Birliği Komisyonu, medya okuryazarlığı ile ilgili etkinliklere 1990’lı yıllar itibariyle destek vermeye başlamıştır (Pekman, 2006: 18). 2000’li yıllarla birlikte de e-Avrupa programlarında yer verildiğini söylemek mümkündür. Medyanın önemiyle bilinen Kanada’da 1960 sonlarına doğru gelindiğinde medya okuryazarlığı eğitimi başlamıştır diyebiliriz. Danimarka 1970, İsveç 1980, Finlandiya ise 1990’lar itibariyle ders kapsamının içerisinde medya eğitimine de yer vermiştir. Çin ve Japonya ise teknoloji gelişimindeki hızlılığı, medya ile ilgili eğitimlerde gösteremeyen ülkeler arasında yer almaktadır.

Türkiye’de medya okuryazarlığı çalışmaları hem kuramsal hem de uygulama açısından 2000’li yıllar itibariyle başlamıştır. Radyo Televizyon Üst Kurulu tarafından 2000 yılında başlatılan Simge Sistemi çalışması, izleyicinin (özellikle çocuk izleyicilerin) ekrana yansıyan akıllı işaret uyarılarını, program izleme konusundaki yönlendirmesini kapsayan önemli bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. 2005 yılı Mayıs ayında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK işbirliğinde I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı gerçekleştirilmiştir. Bu konferansın öncülüğüyle RTÜK 2006 yılında ilköğretim sürecindeki çocukların televizyon izleme alışkanlıklarını saptayan bir

araştırma yapmıştır. 2007 yılında ise Televizyon Haberlerini İzleme Eğilimleri, Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması, Kadınların Televizyon İzleme Eğilimlerini konu alan araştırma ve yine aynı yıl Almanya’da Yaşayan Türklerin Televizyon İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması ve Özürlülerin Televizyon İzleme-Dinleme Eğilimleri Araştırması yapılmıştır (Güngör, 2020: 389-390). Resmi kapsamda yapılan araştırmalar medya okuryazarlığının gündeme alınmasında önem ifade etmektedir.

Yeni medya sürecinde ise, medya okuryazarlık süreci daha farklı bir boyutta güncellenmektedir. Yeni medyaya kavramsal açıdan baktığımızda, geleneksel medya olarak adlandırdığımız gazete, radyo, televizyon vb. farklı olarak, dijital kodlama sisteminin temelinde olduğu, iletişim sürecinin aktörlerine bakıldığında eş anlı ve çok yoğun kapasitede, yüksek hızda, karşılıklı olarak çok katmanlı bir etkileşimin mümkün olduğu multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçları kastedilmektedir (Dijk, 2004: 146). Bu doğrultuda yeni medya okuryazarlığı çalışmalarının sürecine *yeni medya, İnternet, siber uzam, siber kültür, dijital kültür* vb. kavramları entegre edilmiştir.

UNESCO, 1990’lı yıllar itibariyle *dijital enformasyon* kullanımı konusunda etik ilkeler belirlemeye yönelik çalışmalar yürütmeye başlamıştır. 1997-1998 ve 2000 yıllarında *INFOetik* üzerine konferans düzenleyen UNESCO, 2001 yılında “Enformasyon Toplumu Etiği” konulu bir rapor sunarak, *The World Commission on Ethics of Science and Technology* adlı bir çalışma komisyonu kurarak önemli bir öncü olmuştur. 2003 yılında düzenlenen komisyonda, *İnternet’te ifade özgürlüğü, mahremiyet ve gizlilik ve güvenlik* konularının yanı sıra *dijital erişim eşitsizliği, İnternet ortamında dilsel ve kültürel çeşitlilik* sorunları da ele alınarak yeni medya çalışmalarının değerli bir yansımaları bizlere sunmuştur (Binark, 2007: 8). UNESCO’nun 2005 Tunus Dünya Zirvesinde ise dijital eşitsizlik konusunun yanı sıra çok kültürlü enformasyon toplumunun geliştirilmesi noktasında alınması gereken tedbirlere ışık tutulmuştur.

Değişen iletişim alışkanlıklarımız ve ihtiyaçlarımızı dönüştüren yeni medya süreciyle hayatımıza giren yeni medya okuryazarlığı, Sonia Livingstone, Renee Hobbs, Henry Jenkins, Kellner, gibi isimlerin de çalışmalarında sıklıkla yer almaktadır. Sonia Livingstone (2008), *Internet Literacy, Young Peoples Negotiation of New Online Opportunities* adlı çalışmasında *yeni medya okuryazarlığı* kavramını üç bölümde şekillendirmektedir. Livingstone’ye göre (2008: 105-113), medya okuryazarlığı

sürecinde iletişim sistemleri süreklilik ifade eden basit bir değerlendirme sistemi olarak ele alınırken, yeni medyanın sağladığı internet ortamı sistemleri anlamayı daha karmaşık hale getirebilmektedir. Çeşitli sosyo ekonomik kaynaklar doğrultusunda yeni medya okuryazarlık biçimleri geliştirebilmektedir. Aynı zamanda yeni bir okuryazarlık olan internet okuryazarlığı, diğer okuryazarlıklarla ilişkili olduğu kadar farklı teknik ve becerileri de kapsamaktadır. Medya Etiğim Laboratuvarı kurucusu olan Hobbs (2010: 76), Digital and Media Literacy adlı çalışmasında yeni medya okuryazarlığını; *sürekliliği olan ve yaşam boyu katılım ve üretim sürecinin bütünü* olarak tanımlamaktadır. Aynı zamanda yeni medya okuryazarlığı eğitiminin bu sürekliliğinin inşacı bir eğitim sistemi desteğiyle gerçekleşebileceğinin altını çizmektedir. Hobbs'a göre (2010: 88), eğitimciler medya okuma süreçlerini geleneksel yöntemlerle ele almaktadır, ancak gelişen araçlar incelenmeli ve gerekli analizlerden geçirilerek eğitimciler de yetiştirilmelidir. Dijital çağın dijital araçlarını kullanırken eğitimciler de bilgi ve donanımlarını bu yönde güncelleyebilmelidir.

Yeni medya okuryazarlığı çalışmalarının demokratikleşmek ve bireyin daha güçlü olması noktasında gerekliliğine vurgu yapan Kellner ise (2004), yeni medya teknolojilerini *kentlerimizi, okullarımızı, ekonomiyi, toplumu ve çevreyi* yeniden kuracak şekilde kullanan bireyler yetiştirmenin önemli olduğuna değinmektedir. Henry Jenkins (2009), bu yeni okuryazarlık türünün tüm bireylerin medya içeriği üretmesinde imkan sunan bir ortamı yansıttığı için yeni medya okuryazarlığını katılımcı kültür kapsamında ele almıştır. *Yeni katılımcı kültür ve yakınsama kültürü* kavramlarını çalışmalarında inceleyen Jenkins, eğitim sisteminin her aşamasına yeni medya okuryazarlığının entegre edilmesinin önemine vurgu yapmaktadır.

Kristy Goodwin'in *Dijital Dünyada Çocuk Büyütmek* adlı çalışması ise, ebeveynlerin dijital dünyada nasıl hareket edeceklerine dair ipuçları vererek, teknolojiden uzaklaşmadan kontrollü teknoloji ile gelişimin desteklendiği bir içeriği bizlere sunmaktadır. Ebeveynlerin ve çocukların arasında bir kontrolsüzlüğe neden olan teknolojinin bilinçli bir şekilde kullanıldığında tehlikeyi avantaja çeviren bir rehber olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekran bağımlılığı ve teknoloji yorgunluğu sarmalından kurtulmak için yol haritası niteliği taşıyan Cal Newport'un Dijital Minimalizm çalışması ise yeni medya okuryazarlık sürecine entegre edilmesi gereken önemli bir çalışmadır.

Türkiye’de yapılan çalışmalara baktığımızda, Türkiye Bilişim Vakfı Yürütme ve Yönetim Kurullarının onayı ile Bilişim Etiği Çalışma Grubu tarafından 1998 yılında Bilişim Mesleki Ahlaki İlkeleri Belgesi karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya ortamında çalışan medya profesyonellerinin de etik sorumluluklarının ortamın özellikleri nedeniyle yeniden tanımlanması gerekmektedir. Ruhdan Uzun’un 2007 yılında *İletişim Eğiti* adlı çalışmasında *Sanal Uzay ve Etik* üzerine yapmış olduğu tartışma yol gösterici niteliktedir (Binark, 2007: 9). Mutlu Binark’ın 2007 yılında derlemiş olduğu akademik ve kavramsal bir zemini olan *Yeni Medya Çalışmaları* kapsamında, iletişimin sanal uzamdaki boyutu, dijital oyunlar, hacker olgusu ile sanal uzamda terapiyi kapsayacak şekilde daha geniş bir zeminde ele alınan yeni medya kavramı üzerine mevcut *akademik ve popüler tartışmalara* katkıda bulunduğunu belirtmek mümkündür.

Medya okuryazarlığının neden gerekli olduğu içeriğiyle ilgili olarak ilk bildiri, 2005 yılında Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından Türkiye’de ilk kez düzenlenen Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından sunulmuştur. Medya Okuryazarlığı Derneği, 2017 yılından bu yana siber zorbalıkla mücadele eden, nefret söyleminde bulunmayan dijital vatandaşlar yetiştirmek amacıyla akademi, aile ve öğrencileri farkındalığa ulaştırmak amacıyla çalışmalar yapan sivil toplum kurumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya Okuryazarlığı Derneği (MOD), Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi, Youth IGF Turkey ve Samsung işbirliğiyle ilk defa 2018 yılında *Medya Okuryazarlığı Forumu (MOF)* gerçekleştirilmiştir. 2019 yılında II. Medya Okuryazarlığı Forumu Facebook İstasyon’da, 2020 yılında ise III. Medya Okuryazarlığı Forumu ve 6. Youth IGF Turkey pandemi nedeniyle online platformda yapılmıştır. Teknoloji bağımlılığı, yapay zeka sistemleri ve yeni medya okuryazarlığı süreçlerinin temel alındığı bu forumlarda, “Başka bir online yaşam mümkün mü?” ifadesiyle önemli değerler tartışılmıştır (MOF, 2020). İstanbul Aydın Üniversitesi ve Üsküdar Üniversitesi öncülüğünde 2019’da düzenlenen *Yeni Medya ve Aile Çalıştayı*’nda yeni medya sürecinde karşılaşılan sorunlar tartışılmış ve yapılması gerekenler noktasında çözümler üretilmiştir. Sonuç raporunda, yeni medya ve sosyal medya konusundaki bilinçsizliğe değinilerek, dijital medya okuryazarlığı derslerinin müfredata eklenmesi aynı zamanda sosyal medya okuryazarlığının da sürece entegre edilmesinin altı çizilmiştir (Yeni Medya ve Aile Çalıştayı, Ed. Yengin, 2019: 53). Medya okuryazarlığı dersleri Türkiye’de seçmeli ders olarak oldukça az okulda

verilmektedir. Derslerin zorunlu olması ve iletişim fakültesi mezunu eğitimciler tarafından verilmesi ile ilgili çalışmalar da devam etmektedir.

Nilüfer Sezer ve Nuray Yılmaz Sert'in derlediği 2019'da basılan *Medya Okuryazarlığı Üzerine* adlı çalışmada dijital vatandaşlık, dijitalleşen medya okuryazarlığının çocuk ve gençler için önemi post-truth çağında yeni medya okuryazarlığı gibi farklı çerçevelerdeki bilimsel araştırmaları kapsayan konuları ele alınmaktadır. Çalışmalarda ortak amaç olarak tanımlayabileceğimiz medya okuryazarlığı ders içeriğinin güncellenmesi ve bireyin internet ortamını kullanırken yeterli bilgi ve beceriye sahip olmasının önemine sıklıkla vurgu yapılmaktadır.

2. Yasal Düzenleme ve Kanunlar

Yaşadığımız olduğumuz düzende çocuk haklarının yanı sıra medya-çocuk kavramının da önemini vurgulayan düzenlemelere yer verilmiştir.

193 ülkenin Türkiye'nin de dahil olduğu, BM Çocuk Hakları Sözleşmesi, 14 Ekim 1990'da imzalamış ve sözleşme 27 Ocak 1995'te Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Sözleşme kapsamında 12. madde, çocukların kendileri ile ilgili görüş bildirme hakkına sahip olduklarını, 13. maddede ifade özgürlüğünün istenilen iletişim aracıyla sunulabilmesi hakkı, 17. maddede ise taraf devletlerin çocukların gelişimine yönelik ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesi konusunda sorumluluğu teminat altına alınmaktadır. Kasım 1999'da ise medya projelerine katılan gençler Oslo'da bir araya gelerek, medya profesyonelleri ve çocuk hakları uzmanları, medyanın tüm dünyada çocuk haklarının gelişiminde oynayabileceği rolü tartışmıştır. Hasdemir'in değindiği üzere Oslo Çağrı bildirisindeki temel amaç; çocukların, geleneksel medya yanı sıra yeni medyayı da kapsayacak biçimde iletişim araçlarından yararlanabilme biçimlerinin incelenerek, sonuçlar üzerinden önerilerin sunulması gerektiğidir (Aydoğdu, 2015: 186-187). Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi ise, çocuk yaş grubunu korumaya yönelik olarak, çocukların kullanıldığı reklamlarda çocuklara zarar verilmemesini içeren düzenlemelere yer verilmektedir.

Türkiye'de yapılan Anayasal ve yasal düzenlemeler kapsamında, *ifade özgürlüğü, medyaya katılım ve erişim özgürlüğü* güvence altına alınmıştır. Aynı zamanda kitle iletişim araçlarının içerikleri aracılığıyla çocuklara zarar verilmesi ile ilgili durumların önüne geçilerek, çocuk yaş grubunu zararlı alışkanlıklara yönlendirecek yayınların yapılmasını önlemek amacı taşımaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nda çocuklar dahil tüm bireylerin, temel hak ve özgürlükler bağlamında haberleşme hürriyetine, düşünce-kanaat hürriyetine ve bu düşünce ve kanaatlerini yayma hürriyetine sahip olduğu yer almaktadır.

Anayasanın 10. maddesine 2010 yılında eklenen çocuklar için alınacak tedbirlerin eşitlik ilkesine aykırı sayılmayacağı hükmünü içeren ek fıkra çocuğun temel hakları açısından önem taşımaktadır.

Anayasanın 90. maddesinin 5. fıkrasında, 7.05.2004 tarihinde “Usulüne göre yürürlüğe konulmuş temel hak ve özgürlüklere ilişkin milletlerarası andlaşmalarla kanunların aynı konuda farklı hükümler içermesi nedeniyle çıkabilecek uyuşmazlıklarda milletlerarası andlaşma hükümleri esas alınır” hükmü eklenerek, uluslararası normlar referans olarak kabul edilmektedir.

Anayasanın 41. maddesi ise ailenin korunması ve çocuk haklarına yönelik maddedir. Kanunun ikinci fıkrasında, devlet tarafından ailenin ve özellikle anne ve çocukların korunmasına yönelik tedbirler alınacağına yer verilmektedir. 41. maddenin 3. fıkrası ise 12.9.2010 tarihinde eklenerek, çocuğun korunma ve bakım hakkının altı çizilmektedir. 12.9.2010 tarihinde eklenen kanunun son fıkrası ile de devlete her türlü istismara ve şiddete karşı çocukları koruyucu tedbirleri alma yükümlülüğü getirilmiştir (Aydoğdu, 2015: 188).

Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018 Strateji Belgesi Birinci Taslağı'nda: *TCK'dan farklı bir hukuki düzenleme ile çocuklara özgü kavramlar ve kurumlar üretilerek çocuklar için, onlara özgü, oluşturulacak bir “ceza kanunu” kataloğunda çocukların işledikleri fiiller “suç” olarak düzenlenmekten çıkarılmalı; çocuğu damgalayan ve çocuğu suça iten nedenleri sorgulamayı göz ardı eden bu nitelermelerin yerine “suça itilen ya da sürüklenen çocuk”, “kanunla ihtilafı olan çocuk” ya da çocuk hakları sözleşmesinde belirtildiği gibi “ceza yasasını ihlal ettiği iddia edilen çocuk” ifadelerinin kullanılması gerektiği* belirtilmektedir (2013: 33).

5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu kapsamında ise, özel korunma ihtiyacı olan veya kanunla ihtilafa düşen çocukların korunmasını, haklarının ve esenliklerinin güvence altına alınmasını, toplumun adalet ve güvenlik ihtiyacını karşılamasını hedefleyen çocuk adalet sisteminin esas ve usullerinin düzenlenmesi amaçlanmaktadır.

Çocuk yaş grubunun haberlerin nesnesi haline getirilmesini yasaklayan, 5187 sayılı kanunun 21. maddesince 18 yaşından küçük olan suç faili veya mağdurların yayınlarda kimliğinin açıklanmasını da yasaklamıştır. 15.2.2011 tarihinde kabul edilen ve 3.3.2011 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanan 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkındaki Kanunu’nun 8. Maddesi de çocukları ilgilendiren düzenlemeleri içermektedir. Kanuna göre, yayınlar “Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.” Madde bağlamında, bağımlılık yaratan maddelerin kullanımı, aynı zamanda kumar oynamayı özendirici nitelikte yayın yapılması yasaklanmıştır. Kanunun aynı maddesi uyarınca “radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar çocukların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılmadan yayınlanamaz” ifadesine yer verilmektedir (Aydoğdu, 2015: 190-191). Çocukların ve gençlerin haklarını koruma altına alan kanunların ve düzenlemelerin güvenlik bağlamında çocuk yaş grubunun başka faktörlerden korunması için büyük önem ve gereklilik içerdiğini belirtmek mümkündür.

3. Eleştirel Pedagoji ve Yeni Medya Okuryazarlığı

Günümüz teknolojilerinin kullanımı eğitim sürecinde de alternatifini yaratarak bambaşka bir enformasyon ortamını ve bilgiye erişimi farklı boyutlarda sağlamamızın önünü açmıştır. Yeni teknolojilerin sundukları yeterli süzgeçten geçiremeden bilgi bombardımanı içerisinde sunan bu dijital ortamda özellikle çocuk yaş grubu olumsuz kazanımlar elde edebilmektedir. Bu sebeple yeni medya okuryazarlığının öneminin yanı sıra eleştirel pedagojiden de destek almak büyük önem taşımaktadır.

Eleştirel pedagoji, *sorgulama* temelinde şekillenmiş ve baskısız bir ortamda eğitim ilişkisinin yapılandırılmasını esas alan eğitime entegresi değerli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Eleştirel pedagoji, medya okuryazarlığı sürecinde öğrencinin eleştirel bakış açısı kazanımı amaç edinmektedir. Yeni medya okuryazarlığı, yeni teknolojilerin kullanımında oluşturulan içeriklerden alınan mesajla ilgili olarak aktif sorgulama ve eleştirel düşünmenin gerekliliğini kapsamaktadır. Yeni medya ortamının anlaşılması, medya ve dijital ortamdaki içeriklerin gerçekliğinin sorgulanması, algılama, yorumlayabilme ve uygulamaya dönük bir eğitimin geliştirilmesinde eleştirel medya okuryazarlığı büyük önem taşımaktadır.

Kellner (2014: 417), yeni medya ve teknolojilere karşı olan teknofobik argümanın irdelenerek, pedagojiye, öğretmene ve öğrencinin desteklenmesine yeterli vurgu yapılması gerektiğini, pedagojinin ve eğitim önerilerinin sınırlılıklarının, çok kültürlü demokrasinin geliştirilmesi noktasında eleştirel teori geliştirmiştir. Yaşamış olduğumuz dijital çağda, eğitim uygulamaları yenilikçi olmalı ve eğitim biliminde (pedagoji) yeni medya ve teknolojilerinin kullanımı da pratikliğe sahip bir sürece girilmelidir. Kellner (2014: 420), aynı zamanda kültürel çalışmalar ve eleştirel pedagoji bizlere çağdaş toplumda medya kültürünün her yerde olduğunu, çok kültürlü eğitime yönelik artan eğilimleri ve çok kültürlülükten kaynaklı toplumsal farklılık meselelerini hedefleyen medya okuryazarlığına ihtiyaç olduğuna vurgu yapmaktadır. Eğitimin çok kültürlü bir toplumda medya okuryazarlığını öğretmen, öğrencileri ve kamuları toplumsal cinsiyet, ırk, sınıf eşitsizlikleri ve ayrımcılık, adaletsizlik konusunda duyarlı hale getirmek büyük değer taşımaktadır.

Binark ve Bek (2010: 10), eleştirel medya okuryazarlığının kazanımları arasında *bireyin geleneksel medyada veya popüler kültür metinlerinde dolaşıma sokulan hırsa, merhametsizliğe, hoşgörüsüzlüğe, bir değerinin acısına karşı duyarsızlık ve kayıtsızlığa, savaş çığırkanlığına, ırkçılığa, pasifizme, cinsiyetçiliğe ve homofobiye karşı bir bilinç* geliştirildiğinin altını çizmektedir. Aynı zamanda bu bilincin etken ve müdahil olmaya karşı, kolektif mücadeleye-üretmeye yönlendirdiğine değinmektedir. Popüler kültürle harmanlanan bir eğitim sürecinde bireyin farkındalık kazanarak anladıkları içerikleri, geri dönüştürerek üretime dökebilmesi noktasında yeni medya okuryazarlığı eğitimi gerekmektedir. Medya kültürünün her geçen gün yenilediği dijitalizm sürecinde akıllı teknolojilerin yarar ve zarar ayrımını yapabilen, kendini meta olarak kullanılmadan sürece dahil edebilen bireyler yetiştirebilmek yeni okuryazarlıklarla mümkün olabilmektedir. Yeni medyayı anlamlandırmanın yanı sıra, sosyal hayata yetkin bir vatandaş kazandırabilmek, katılımcı ve sorgulayabilen bireyin bilgi ve becerisinin çağın getirilerine göre güncellenmesi de yeni okuryazarlıkların kazanımları arasında yer almalıdır.

4. Medya ve Teknoloji Kullanım Verisi

Dijital kullanımın yaygınlaşmasıyla değişen toplum yapısı, boş zaman aktivitesi olarak teknolojiyle ilgilenmeyi tercih ederken şimdi mobil kullanımın artması gün boyu sosyal medya veya oyunlarla vakit geçirmemizin önünü açmaktadır. We are Social 2021 verilerine göre; dünyada internet, sosyal medya ve mobil kullanımı

giderek artış göstermektedir. Çizelge 6'da yer alan bilgiler doğrultusunda bakıldığında 4.66 milyar internet kullanıcısı dünya nüfusunun %59'unu, 4.20 milyar sosyal medya kullanıcısı dünya nüfusunun %53'ünü, 5.22 milyar mobil kullanıcı ise dünya nüfusunun %66'sını oluşturmaktadır. We Are Social Digital in 2021 raporuna göre İnternet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistiklerindeki yıllık büyüme oranları; internet kullanıcı sayılarında %7,3 (317 milyon), sosyal medya kullanıcı sayısında %13,2 (490 milyon), mobil kullanıcı sayısında ise %1,8 (93 milyon) artış olduğu tespit edilmiştir. Özellikle mobilleşmenin artmasıyla, geçen yıla oranla sosyal medya kullanıcı sayısında büyük oranda artış söz konusudur.

Çizelge 6 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri Genel Çizelge (Kaynak: We Are Social, 2021)

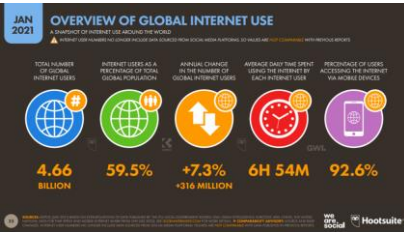
	Kullanıcı Sayısı	Dünya Nüfus Yüzdesi	Yıllık Büyüme Oranı
İnternet Kullanımı	4.66 milyar	%59	%7,3 (317 milyon)
Sosyal Medya Kullanımı	4.20 milyar	%53	%13,2 (490 milyon)
Mobil Kullanımı	5.22 milyar	%66	%1,8 (93 milyon)



Dünya İnternet kullanım istatistiklerine baktığımızda ise, genel kullanıcı sayısı toplamda 4.66 milyar kişi yani dünya nüfusunun %59,5'i olarak tespit edilmiştir. Günde ortalama olarak internet kullanım süresi ise 7 saate yakın bir oranda karşımıza çıkmaktadır. Raporda dünya mobil İnternet kullanıcı sayısı 4,32 milyar olarak belirlenirken, ortalama günlük mobil kullanım süresinin ise 3,5 saat olduğuna yer verilmektedir.

Çizelge 7 Dünya İnternet Kullanım ve Sürelerinin İstatistik Çizelgesi (We Are Social, 2021).

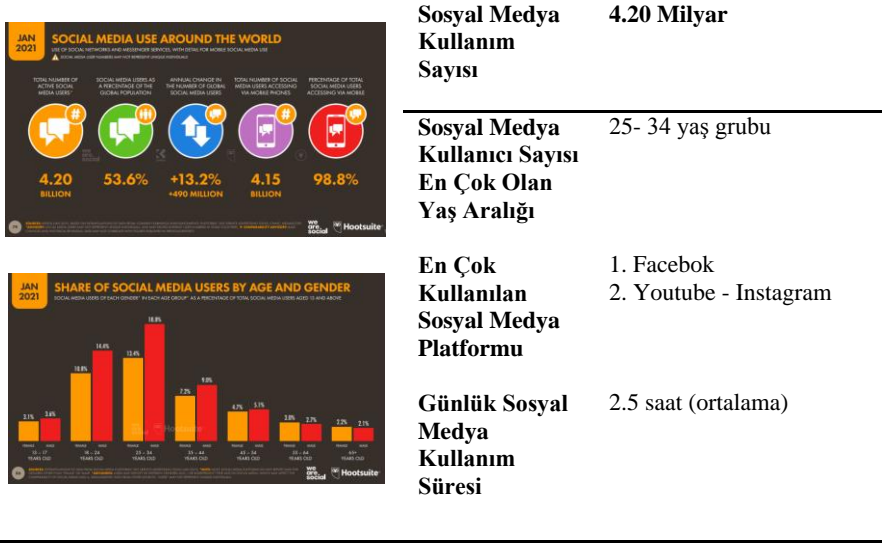
	Dünya İnternet Kullanımı	Sayı/Saat
Kullanıcı Sayısı	4.66 milyar	
Günlük Ortalama Kullanım Süresi	7 saat	
Mobil İnternet Kullanıcı Sayısı	4.32 milyar	
Günlük Mobil Kullanım Süresi	3.5 saat	



Alexa sıralamasına göre, dünya geneline bakıldığında en çok ziyaret edilen site 'Google' olarak karşımıza çıkmaktadır. İkinci sırayı video paylaşım sitesi olan YouTube almıştır. Geçen yıllarda ilk 3'te yerini koruyan Facebook'un ise 7. sıraya kadar gerilediği tespit edilmiştir (We Are Social, 2021). Dijital ortamlarda vakit geçirme süremizin arttığı günümüzde, internet kullanıcılarının %90'ı online video izlemekte, %51'i vlog yayınları ile vakit geçirmekte, %73'ü online müzik dinlemekte, %47'lik bir kesim ise online radyo dinleyicisi olarak internette vakit geçirmektedir. Kullanıcıların İnternet kullanım nedenlerine baktığımızda ise, *içerik aramak, arkadaşlarla iletişimde kalmak, haber takip etmek, bir şeyler aramak ya da izlemek, ilham verici fikirlere göz atmak, ürün veya marka aramak, müzik dinlemek, zaman geçirmek, finans yönetimi, oyun oynama, iş amaçlı ve yeni insanlar ile tanışmak* amacıyla internetin kullanıldığını söylemek mümkündür. Günlük olarak online aktivelere ayırdığımız zaman bakacak olursak, kullanıcıların günlük olarak tüm cihazlardan ortalama 7 saat internet, 3,5 saate yakın TV izlemekte, 2,5 saat sosyal medyayı kullanmakta, 2 saatlik ortalama ile de haber ve medya takibi yapmakta olduğu raporda yer almaktadır.

Dijital ortamlarla çok küçük yaşlarda tanışılmaya başlanması özellikle dijital oyunları kullanım oranlarını etkilemektedir. 16-64 yaş arasındaki kullanıcıların oyun oynama istatistiklerine baktığımızda, akıllı telefonlardan oynanan oyunların pc kullanımına göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum aynı zamanda mobil oyun üreticilerinin artacağı gerçeğini bizlere göstermektedir. We Are Social Digital in 2021 raporuna göre, sosyal medya kullanıcı sayısı 4,20 milyara ulaşarak dünya nüfusunun yarıdan fazlasının sosyal medya kullanıcı konumunda olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. En çok kullanılan sosyal medya platformlarında *ilk sırada Facebook, ikinci sırada Youtube ve Instagram* yer almaktadır. Mesajlaşma platformlarında ise WhatsApp'ın ilk sırada olduğu rapor edilmiştir. Sosyal medya kullanımının mobilleşme süreciyle artması, yaş dağılımında 25-34 yaş grubunun en çok kullanıcı kesimi olarak karşımıza çıkmasına neden olmuştur. Rapora göre, yaş ve sosyal medya kullanımı arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır, yaş arttıkça kullanım oranı düşmektedir. Sosyal medyada geçirilen ortalama sürelerin yaşa göre dağılımına bakıldığında, 16-24 yaş arasındaki gençler sosyal medyada en fazla vakit geçiren kesim olduğunu söylemek mümkündür. 2021 yılında günlük sosyal medya kullanımının ortalama 2,5 saat olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 8 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri Genel Çizelgesi (We Are Social, 2021).



Sosyal medya kullanıcılarının neden ya da hangi amaçlar doğrultusunda sosyal medyayı kullandıklarına dair verdikleri cevaplar yüzdeler olarak hesaplanmıştır. Araştırma verilerine göre; kullanıcıların %36,5'i *güncel haber ve gelişmeleri takip etmek*, %35'i *eğlenceli içeriklere ulaşmak*, %34,4'ü *boş vakitlerini değerlendirmek*, %33'ü *arkadaşları ile iletişimde kalmak ve neler yaptıklarını takip etmek*, %27,9'u *fotoğraf ya da video paylaşmak*, %27,5'i ise *bir ürün aramak için sosyal medyayı kullandıklarını* ifade etmektedir (We Are Social, 2021).

İnternetin hayatımıza girmesiyle teknolojinin bu denli çeşitlenmesi ve hızlı gelişimi, kullanıcı yaş skalasına etki ettiği kadar, teknolojinin kullanım çeşitliliğini de arttırmaktadır. Gündelik yaşantımızın yeni medya teknolojileriyle bütünleştiği bir süreci yaşarken, birey teknoloji kullanım sürelerini kontrol etme noktasında kesinlikle teknoloji okuryazarı olma becerisine sahip olmalıdır.

V. İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİ VE EBEVEYNLERİNİN DAVRANIŞSAL BAĞIMLILIK ANALİZİ

A. Araştırma Süreci

Araştırmanın genelini kapsayan problem unsurunun bilimsel amaçların gerçekleştirilmesi aşamasında, sistematik ve gerçek bilgiye odaklanarak bulguların nesnellik kazanması araştırma sürecinin çerçevesini oluşturmaktadır. Araştırma süreci, genel kapsamda planı temsil ederek, gerekli bilgilerin sınırlandırılmasını ve verilerin araştırılabilmesini sağlamaktadır (Yengin, 2017: 41). Araştırma sorunsalının çözümündeki yol haritası olan bu süreçte, nesnel çıkarımlar yapmak hedeflenmektedir. Araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda belirlenen araştırma soruları, örneklem ve yöntem araştırma sürecinin bütünü oluşturmaktadır. Bu başlığın altında çalışmanın hedeflediği kazanıma ulaşma noktasındaki sürecin detaylarına değinilmiştir. Çalışma kapsamında yapılan araştırmaların hangi aşamalardan geçtiği ve bu aşamaların sonucunda elde edilen verilere, bulguların değerlendirilmesine yer verilmiştir.

1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın sorunsalı, teknoloji bağımlılığı ile mücadelede bireyin (çocukların ve ebeveynlerin) yeterli kontrolü sağlayamadığı ve bu konuda gerekli bilince sahip olmadığı için ne yapması gerektiği hakkında da bilgisi olmadığı gerçeğini kapsamaktadır. Bu doğrultuda ebeveynlerin ve çocukların yeni medya araçlarının kullanımını ve yeni medya okuryazarlığı ile ilgili bilinç düzeylerini tespit etmek, aynı zamanda davranış biçimlerinde bağımlılık olgusunu saptamak çalışmanın amacı arasında yer almaktadır. Teknoloji kullanımında kontrolün giderek zorlaştığı dijitalizm sürecinde teknoloji bağımlılığının yeni medya okuryazarlığı ile en aza indirilebileceğine vurgu yapmak ve davranışsal bağımlılık sürecindeki çözümün bireysel teknolojik kontrol ile mümkün olabileceğinin altını çizmek araştırmanın önemini kapsamaktadır.

2. Araştırma Soruları ve Çalışmanın Hipotezleri

Araştırma kapsamında; *teknoloji bağımlılığı ile mücadelede yeni medya okuryazarlığının etkisi nedir? Dijital okuryazarlık ile davranışsal bağımlılık arasında nasıl bir orantı vardır? Ebeveynler ve çocuklar teknoloji bağımlılığı ve dijital okuryazarlıkla ilgili yeterli bilince sahip midir?* sorularının yanıtı aranmıştır. Çalışmanın genel amaç ve önemine ışık tutan bu sorular doğrultusunda araştırmanın toplumsal ve psikolojik çıkarımlarla insanların farkındalığına ulaşması-ulaştırılması hedeflenmektedir.

- Çalışmanın Hipotezleri:

H1: Çocuk yaş gruplarında teknoloji bağımlılığını, aile içi teknoloji kullanımı etkilemektedir.

H2: Teknoloji bağımlılığı mobil internet kullanımı ile ilişkili olarak artış göstermektedir.

H3: Yeni Medya Okuryazarlığı (medya okuryazarlığı) dersi alan bireyler, kontrollü teknoloji kullanımına daha fazla dikkat etmektedir.

H4: Ebeveynler-çocuklar teknoloji bağımlılığı ve dijital okuryazarlıkla ilgili yeterli bilince sahip değildir.

H.5: Dijital okuryazarlık öneminin farkında olan bireyler davranışsal bağımlılık konusunda bilinçli davranmaktadır.

Araştırma kapsamında hazırlanan soruların oluşturulmasında belirlenen hipotezlerden yararlanılmıştır.

3. Araştırma Yöntemi

Araştırma desenini karma yöntem oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında nitel ve nicel verilerden yararlanılmıştır. Araştırma yöntemi olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemi kullanılarak araştırmanın amacının bilimsellik kazanması sağlanmıştır. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yönteminin seçilme nedeni; araştırmanın sorunsalına bağlı olarak ilköğretim öğrencilerinin yeni medya kullanımında ebeveyn tarafından nasıl yönlendirildiği, öğrencilerin ve ebeveynlerin dijital okuryazarlık bilincini belirlemeye yönelik olmasıdır. Aynı zamanda davranışsal bağımlılık noktasında ebeveynlerin ve çocukların potansiyel bağlı olma durumlarının analizini kavramsal çerçevede yapabilmek amacıyla bu

yöntemden yararlanılmıştır. Yöntemin bulgular aşamasında birincil veriler kullanılmıştır.

Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme soruları araştırmanın amacına ulaşması, araştırma sorularına yeterli yanıtların alınabilmesini ve davranışsal bağımlılık analiz ölçütleri baz alınarak hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme kapsamında yer alan görüşme esnasında soru ekleyebilme, soru sorma sırasında ve soruluş biçiminde esnekliklerin yapılabilmesi olması da çalışmanın niteliğini zenginleştirmiş ve şekillendirmiştir.

4. Evren-Örneklem ve Sınırlılıklar

Araştırma evrenini çocuğu ilköğretim sürecinde olan ebeveynler ve öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem ise farklı şehirlerde yaşayan 9-14 yaş arasındaki öğrenciler ve ebeveynleri olarak belirlenmiştir. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme, 2021 Mayıs ayı boyunca farklı şehirlerde yaşayan ilköğretim öğrencileri ve ebeveynleri ile yapılmıştır. Görüşmeler 50 anne-baba ve 50 ilköğretim öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye katılan ilköğretim sürecindeki çocuk yaş grubu ve ebeveynler *rastlantısal* olarak seçilmiştir.

Bu çalışma kapsamındaki sınırlılığı 2020-2021 eğitim öğretim yılında eğitim alan 9-14 yaş aralığındaki öğrenciler ve ebeveynleri oluşturmaktadır. Ders kapsamında ise Medya Okuryazarlığı dersi sınırlılık olarak belirlenmiştir. 50 anne/baba ve 50 öğrenci çalışmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Kavramsal açıdan bakıldığında yüz yüze derinlemesine görüşme imkanının virüs salgını nedeniyle online ortamda sağlanması etkileşim düzeyi noktasında ve kişilere ulaşabilme/erişebilme durumu araştırmanın sınırlılığını kapsamaktadır.

5. Veri Toplama

Bu çalışma kapsamında veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Ebeveynlerin kendi deneyimleri, çocuklarıyla iletişimleri, yeni medya okuryazarlığı ile ilgili kavram bilgilerinin yanı sıra bu konudaki bilinçli ya da bilinçsiz davranışları konularında konuşmalarına imkan sağlanmıştır. Görüşme esnasında sorulan sorular uzman kişiler tarafından incelenmiş ve onaylanarak uygulamada kullanılmıştır. Teknoloji bağımlılığı, yeni medya

okuryazarlığı, dijital vatandaşlık çerçevesinde sorulan soruların kolay ve anlaşılabilir olmasına dikkat edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme esnasında katılımcıların gözlemlenerek davranış ve mimiklerine de dikkat edilmiştir. Araştırma yönteminin uygulanması, ebeveynler ve çocuklarla gerekli izin prosedürlerinin yapılmasının ardından online platform olan Zoom uygulaması üzerinden gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması aşamasında kişisel verilerin korunması noktasında dilekçe ile onay alınmış Zoom uygulaması üzerinden de katılımcı olmayı kabul ettikleri sözlü beyanla kayıt altına alınmıştır. Mayıs ayı boyunca katılımcıların uygun oldukları zamanlarda yapılan görüşmeler kamera açık olarak gerçekleştirilmiş ve görüntülü-sesli olarak kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler her bir katılımcıyla yaklaşık 20 ila 40 dakika arasında sürmüştür. Çalışmada katılımcılar anonim olarak “K” sembolü ile tanımlanmıştır. Katılımcı ebeveynler “KE”, katılımcı öğrenciler ise “KÖ” olarak ifade edilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri araştırma verilerinde etkili olmuştur.

Çizelge 9 Katılımcı Ebeveynlerin Demografik Özellikleri

Katılımcı Ebeveynler (KE)	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Mesleği
KE.1	50	E	Üniversite	Muhasebe
KE.2	44	K	Lise	Modalist
KE.3	36	K	Üniversite	Tıbbi Sekreter
KE.4	45	K	Üniversite	Medyacı
KE.5	38	K	Lise	Ev Hanımı
KE.6	45	E	İlkokul	Tekstil İşçisi
KE.7	42	K	Lise	Ev Hanımı
KE.8	37	K	Lise	Muhasebe
KE.9	35	K	İlkokul	Çiftçi
KE.10	48	K	İlkokul	Ev Hanımı
KE.11	32	K	Ortaokul	İşçi
KE.12	42	E	Lise	Memur
KE.13	50	K	Üniversite	Hemşire
KE.14	37	K	Lise	Modalist Yardımcısı
KE.15	40	K	Lise	Ev Hanımı
KE.16	41	E	Üniversite	Teknik Eleman
KE.17	39	K	Lise	Serigrafi Operatörü
KE.18	36	K	Lise	Ev Hanımı
KE.19	40	K	Üniversite	İşçi
KE.20	48	E	Lise	İşçi

Çizelge 9 Katılımcı Ebeveynlerin Demografik Özellikleri Devam

KE.21	35	K	Ortaokul	Esnaf
KE.22	44	E	Üniversite	Teknisyen
KE.23	33	K	Ortaokul	Ev Hanımı
KE.24	47	K	Lise	Memur
KE.25	38	K	Lise	Halk Eğitim Öğretmeni
KE.26	35	K	Lise	Ev Hanımı
KE.27	37	E	Üniversite	Güvenlik
KE.28	33	K	Ortaokul	İşçi
KE.29	42	K	Üniversite	Endüstri Mühendisi
KE.30	36	E	Üniversite	Öğretmen
KE.31	39	E	Ortaokul	Serbest Meslek
KE.32	41	K	Üniversite	Laborant
KE.33	35	E	Lise	Teknisyen
KE.34	36	K	Lise	Varyant Uzmanı
KE.35	37	E	Lise	İşçi
KE.36	40	E	Lise	Elektrik
KE.37	35	K	Üniversite	Kimya Teknikeri
KE.38	40	K	Lise	Ev Hanımı
KE.39	35	K	Üniversite	Muhasebe
KE.40	46	K	Üniversite	Hemşire
KE.41	37	E	Yüksek Lisans	Sağlık memuru
KE.42	34	K	Ortaokul	İşçi
KE.43	43	E	Lise	İşçi
KE.44	45	E	Önlisans	İş Güvenliği Uzmanı
KE.45	46	E	Lise	Elektrik Teknisyeni
KE.46	35	K	Ortaokul	İşçi
KE.47	39	E	Lise	Makine Teknisyeni
KE.48	45	E	Lise	Özel Güvenlik
KE.49	35	K	Lise	Ev Hanımı
KE.50	40	K	İlkokul	İşçi

Katılımcı öğrencilerin yaş, cinsiyet ve kaçınıcı sınıfta oldukları Çizelge 10'da gösterilmektedir.

Çizelge 10 Katılımcı Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Katılımcı Öğrenciler (KÖ)	Yaş	Cinsiyet (K: Kız E: Erkek)	Sınıfı
KÖ.1	12	K	6.sınıf
KÖ.2	12	E	6.sınıf
KÖ.3	10	E	3. sınıf
KÖ.4	13	K	6. sınıf
KÖ.5	9	E	3.sınıf
KÖ.6	12	E	6.sınıf
KÖ.7	13	E	8. sınıf

Çizelge 10 (Devam) Katılımcı Öğrencilerin Demografik Özellikleri

KÖ.8	12	E	6. sınıf
KÖ.9	12	E	6. sınıf
KÖ.10	13	K	7. sınıf
KÖ.11	13	K	7. sınıf
KÖ.12	13	K	7. sınıf
KÖ.13	13	K	7. sınıf
KÖ.14	13	K	7. sınıf
KÖ.15	13	K	7. sınıf
KÖ.16	12	K	6. sınıf
KÖ.17	12	K	6. sınıf
KÖ.18	12	K	5. sınıf
KÖ.19	13	K	7. sınıf
KÖ.20	12	K	6. sınıf
KÖ.21	13	K	7.sınıf
KÖ.22	11	E	5. sınıf
KÖ.23	12	K	6. sınıf
KÖ.24	13	K	7. sınıf
KÖ.25	13	K	7. sınıf
KÖ.26	12	E	6. sınıf
KÖ.27	11	K	5. sınıf
KÖ.28	11	K	5. sınıf
KÖ.29	10	E	5. sınıf
KÖ.30	11	E	5. sınıf
KÖ.31	11	K	5. sınıf
KÖ.32	11	E	5. sınıf
KÖ.33	12	K	5.sınıf
KÖ.34	11	K	5. sınıf
KÖ.35	11	K	5. sınıf
KÖ.36	11	K	5. sınıf
KÖ.37	11	K	5. sınıf
KÖ.38	12	E	7. sınıf
KÖ.39	11	K	5. sınıf
KÖ.40	13	E	7. sınıf
KÖ.41	12	K	6. sınıf
KÖ.42	13	E	7. sınıf
KÖ.43	11	K	5. sınıf
KÖ.44	14	K	8.sınıf
KÖ.45	14	K	8.sınıf
KÖ.46	13	K	8. sınıf
KÖ.47	13	K	8. sınıf
KÖ.48	13	K	8. sınıf
KÖ.49	13	E	8. sınıf
KÖ.50	13	E	8. sınıf

Çalışma grubunda yer alan ebeveynlerin 32 si kadın 18 i ise erkektir. Araştırmaya katılımcılar üç büyük şehirden rastgele yöntemle seçilmiştir. Çalışma grubunun 24'ü İstanbul, 12'si İzmir, 14'ü ise Ankara'da ikamet etmektedir. Çalışmanın analizi esnasında cinsiyet, yerleşim yeri, eğitim durumu ve icra edilen mesleklerin durumu etkili olmuştur.

Çizelge 11 Katılımcıların Yaş Aralığı Cinsiyet Oranı ve İkamet Yerleri

KE yaş aralığı (32-50)	Kadın	Erkek	Diğer
KÖ yaş aralığı (9-14)			
KE 50 kişi	32	18	-
KÖ 50 kişi	33	17	
50 kişi İkamet yerleri	İstanbul	İzmir	Ankara
	24	12	14

Araştırma kapsamında hazırlanan soru ölçeğinin kaynağını Adalet Görgülü Aydoğdu'nun *Eleştirel Farkındalık Yaratmada Yeni Medya Okuryazarlığı Ve Yeni Medya Bilinci Üzerine Bir İnceleme* adlı tez çalışmasının yönteminde kullanmış olduğu medya okuryazarlığı ve bağımlılık ölçeği oluşturmaktadır.

Görüşme formundaki ebeveynlere sorulan sorular aşağıda yer almaktadır.

1. İnterneti en çok hangi araçla kullanıyorsunuz?
2. Ebeveyn olarak yeni medya araçlarını (interneti, sosyal medyayı vs.) hangi amaçla kullanıyorsunuz? En fazla vakit geçirdiğiniz uygulamalar nelerdir?
3. Günde kaç saat teknoloji kullanımına vakit ayırıyorsunuz?
4. Teknoloji ile vakit geçirirken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) yapılması gerekenleri ertelediğiniz oldu mu?
5. Teknolojiyi (internet, sosyal medya vs.) kontrollü kullandığınızı düşünüyor musunuz? Bu kontrolün ölçütünü neye göre belirlersiniz?
6. Teknolojik araçları kullanırken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrısı gibi) veya kişisel iletişim sorunları yaşadınız mı?
7. Teknolojiden uzak kaldığınız zamanlarda neler hissedersiniz? Duygu durumunuzu aktarabilir misiniz?
8. Çocuğunuzun internet ortamında yaptıklarına ve içeriklerine dikkat ediyor musunuz?
9. Siber zorbalık karşısında ne yapmanız gerektiğini biliyor musunuz?

10. Dijital ebeveynlik terimini daha önce duydunuz mu? Yeni medya okuryazarlığı hakkındaki bilginiz nedir?

11. Dijital ebeveyn olduğunuzu ve bu doğrultuda çocuğunuzu yeterli düzeyde yönlendirebildiğinizi düşünüyor musunuz?

12. Yeni medya okuryazarlığı, dijital ebeveynlik, teknoloji bağımlılığı hakkında okul tarafından bilgilendirme yapıldı mı?

13. Teknoloji bağımlılığı ile mücadelede dijital okuryazar olmak sizce önemli midir? Bu konuda sizce neler yapılabilir?

Katılımcı öğrencilere sorulan görüşme formundaki sorular ise şu şekildedir:

1. Evde internetin var mı? Ne zamandan beri internet kullanıyorsun?

2. En çok hangi teknolojik aracı kullanıyorsun (telefon, bilgisayar, Ipad vs.)?

3. Teknolojik araçlarla neler yapıyorsun (araştırma, sosyal medya, dijital oyunlar vs.)? En sevdiğin oyun hangisi?

4. Teknoloji ile vakit geçirirken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) yapılması gerekenleri ertelediğin oldu mu? (Ödev yapmak, yemek yemek, uyumak gibi)

5. Teknolojinin yararı ve zararı sence neler olabilir?

6. Teknolojik araçları kullanırken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) başın, ellerin veya gözlerinin ağrıdığı oldu mu?

7. Arkadaşlarıyla birlikte oyun oynamak mı yoksa bilgisayarda oyun oynamak mı daha keyifli geliyor?

8. Annen veya baban teknolojiyle fazla vakit geçirdiğinde nasıl tepkiler verir?

9. Önemli gördüğün bir konuyu insanlara duyurmak için nasıl bir yol izledin? Neden bu yolu izlediğini açıklar mısın?

10. Merak ettiğin bir konuda araştırma yapmak için nasıl bir yol izledin?

11. Medya okuryazarlığı dersi alıyor musun/aldın mı? Yeni medya okuryazarlığı hakkında neler biliyorsun?

12. Dijital okuryazar (dijital çocuk) olmak sence nedir?

6. Veri Analizi

Yarı yapılandırılmış görüşmelerde elde edilen veriler öncelikle dijital ortama aktarılmış, sonrasında yazılı olarak deşifre edilerek doküman haline getirilmiştir. Görüşme sonrası elde edilen veriler çözümlenerek kategorize edilmiştir. Verilen yanıtlarda kodlamalar yapılarak karşılaştırma yapılmış veriler bu doğrultuda araştırmaya entegre edilmiştir.

Toplanan veriler bireylerin teknolojiye olan bağlılık, teknoloji kullanımında ve dijital vatandaş olma noktasındaki farkındalık düzeylerini irdeleyerek, genel bir davranışsal bağımlılık analizi ile üzerinde durulması gereken saptamaları karşımıza çıkarmaktadır. Araştırmanın temeli yeni medya okuryazarlığı ve teknoloji bağımlılığı çatısına dayansa da sorunsallar karşısında yol haritası sunma aşamasında da değerli veriler taşımaktadır.

7. Araştırma Bulguları

Araştırma sorularının temeli davranışsal bağımlılık temasını taşımakta ve yeni medya okuryazarlığı, dijital vatandaşlık kavramları ile de özdeşleşmektedir. Katılımcı ebeveynlere sorulan ilk üç soru verilerin incelenmesiyle çizelgeler halinde gruplandırılmıştır. Araştırma bulgularında birincil verilerden yararlanılarak çizelgeler oluşturulmuştur.

Çizelge 12 Katılımcı Ebeveynlerin Teknoloji Kullanım Süresi ve Nedenleri

Katılımcı Ebeveynler (KE)	İnternetin en çok kullanıldığı araç	Günlük Teknoloji Kullanım Süresi	En çok vakit geçirilen uygulama	Yeni Medya araçlarının en çok kullanım nedeni
KE.1	Cep telefonu	6-7 saat	Youtube	Araştırma-Bilgi Edinme-Haberleşme-Eğlence
KE.2	Cep telefonu	3 saat	Instagram	Yemek tarifleri bakmak
KE.3	Cep telefonu	10 saat	Instagram-Whatsapp	Gündem takibi-iletişim kurmak
KE.4	Cep telefonu	3-4 saat	Twitter	Gündem takibi-iletişim kurmak
KE.5	Cep telefonu	2 saat	Instagram-Whatsapp	Yemek tarifleri bakmak-iletişim kurmak
KE.6	Cep telefonu	2-3 saat	Whatsapp	İletişim kurmak

Çizelge 12 (Devam) Katılımcı Ebeveynlerin Teknoloji Kullanım Süresi ve Nedenleri

KE.7	Cep telefonu	1-2 saat	Twitter	Haber takibi yapmak
KE.8	Cep telefonu	10 saat	Instagram	Eğlence
KE.9	Cep telefonu	3-4 saat	Twitter-Instagram	Gündem takibi-iletişim kurmak
KE.10	Cep telefonu	5-6 saat	Instagram	Zaman geçirmek
KE.11	Cep telefonu	2 saat	Google	Zaman geçirmek
KE.12	Cep telefonu	2 saat	Twitter	Gündem takibi
KE.13	Cep telefonu	3 saat	Twitter	Gündem takibi
KE.14	Cep telefonu	2 saat	Youtube	Bilgi almak
KE.15	Cep telefonu	2 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.16	Cep telefonu	4 saat	Google	İş sebebi
KE.17	Cep telefonu	2 saat	Instagram	Eğlenme
KE.18	Cep telefonu	2 saat	Instagram	Zaman geçirmek
KE.19	Cep telefonu	2 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.20	Cep telefonu	2 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.21	Cep telefonu	1 saat	Google	Araştırma yapmak
KE.22	Cep telefonu	4 saat	Facebook	Zaman geçirmek
KE.23	Cep telefonu	2 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.24	Bilgisayar	5 saat	Instagram	Eğlence
KE.25	Cep telefonu	2 saat	Google	Araştırma yapmak- Bilgi edinmek
KE.26	Cep telefonu	3 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.27	Cep telefonu	2 saat	Google	Araştırma yapmak- araba siteleri
KE.28	Cep telefonu	2 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.29	Bilgisayar	9 saat	Google	Araştırma yapmak
KE.30	Cep telefonu	2 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.31	Cep telefonu	1 saat	Google	Bilgi edinmek
KE.32	Cep telefonu	1 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.33	Cep telefonu	6 saat	Instagram	Eğlence
KE.34	Cep telefonu	3 saat	Instagram	Eğlence

Çizelge 12 (Devam) Katılımcı Ebeveynlerin Teknoloji Kullanım Süresi ve Nedenleri

KE.35	Cep telefonu	2 saat	Instagram	Zaman geçirmek
KE.36	Cep telefonu	2 saat	Google	Bilgi edinmek
KE.37	Cep telefonu	3 saat	Google	Araştırma yapmak
KE.38	Cep telefonu	6 saat	Instagram	Eğlence-zaman geçirmek
KE.39	Cep telefonu	2 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.40	Cep telefonu	3 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.41	Cep telefonu	2 saat	Youtube	Eğlence
KE.42	Cep telefonu	3 saat	Facebook	Zaman geçirmek
KE.43	Cep telefonu	3 saat	Youtube	Bilgi edinmek
KE.44	Bilgisayar	2 saat	Instagram	Zaman geçirmek
KE.45	Bilgisayar	3 saat	Google	Gündem takibi
KE.46	Cep telefonu	3 saat	Whatsapp	İletişim kurmak
KE.47	Laptop	5 saat	Facebook	Zaman geçirmek
KE.48	Cep telefonu	12 saat	Google	Bilgi edinmek
KE.49	Cep telefonu	8-10 saat	Google-Trendyol	Online alışveriş
KE.50	Cep telefonu	3-4 saat	Whatsapp	İletişim kurmak

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusundaki veriler analiz edilerek yüzdeler dilimleri hesaplanmıştır. Verilere bakıldığında katılımcıların %10'u bilgisayar-laptopta vakit geçirirken, %90 kısmı cep telefonu ile daha fazla zaman harcamaktadır. Mobilleşmeyle birlikte interneti daha çok kullanmaya başladığımız ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 13 Katılımcı Ebeveynlerin En Çok Kullandıkları Araç Yüzdeler Oranı

	En çok kullanılan teknolojik araç	Bilgisayar-Laptop	Mobil
Sayı:	50 katılımcı	5	45
Yüzde:	% 100	% 10	% 90

Katılımcı ebeveynlerin %68'i 1 ila 3 saat aralığında teknoloji kullandığını belirtmiştir. %20'si 3-7 saat vakit geçirirken, %12'si 7 saat üzerinde vakit geçirdiğini belirtmiştir. Saptanan bulgulara göre cep telefonu ortamında daha çok vakit geçirilmektedir. Dijitalizmle birlikte yaygınlaşan uygulamalar ise çalışma kapsamında katılımcıların daha çok vakit geçirdiği ortam olarak saptanmıştır.

Çizelge 14 Ebeveynlerin Teknoloji Kullanım Süre Oranları

	Teknoloji kullanım süresi	0-3 saat	3-7 saat	7 saat ve üzeri
Sayı:	50 katılımcı	34	10	6
Yüzde:	%100	% 68	% 20	% 12

Katılımcı ebeveynlerin eşit oranda %26'sı iletişim kurmak amacıyla WhatsApp uygulamasını, eğlence ve vakit geçirmek amacıyla ise Instagram kullandıklarını ifade etmiştir. Kullanım amacına benzer olarak %8 oranında katılımcı vakit geçirmek için Youtube kullanırken, % 6 orasında katılımcı zaman geçirmek için Facebook kullandığını belirtmiştir. Ebeveynlerin %24'si bilgi almak, güncel gelişmeleri takip etmek ve araştırma yapmak için Google'da vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Gündem takibi yapmak amacıyla teknolojiyi kullanan katılımcı oranı ise %10 olarak saptanmıştır.

Çizelge 15 Katılımcı Ebeveynlerin Sıklıkla Kullandığı Uygulama Yüzdeleri

	En çok kullanılan uygulama	Google	Instagram	WhatsApp	Youtube	Facebook	Twitter
Sayı:	50 katılımcı	12	13	13	4	3	5
Yüzde:	%100	% 24	%26	%26	%8	%6	%10

Katılımcı ebeveynlere 4. soru olarak “teknoloji ile vakit geçirirken yapılması gereken ihtiyaç/sorumluklarınızı ertelediğiniz oldu mu?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen cevapların yüzdeler analizi aşağıdaki çizelgede yer almaktadır. Katılımcıların %38'i teknoloji kullanımı nedeniyle sorumluluklarını ertelediğini ifade etmiştir. %62 oranında katılımcı ise ihtiyaç ve sorumluluklarını ertelemediğini ifade etmiştir.

Çizelge 16 Teknoloji için Ertelenen İhtiyaç/Sorumluluk Cevap Oranı

	Teknoloji ile vakit geçirirken yapılması gereken ihtiyaç/sorumluklarınızı ertelediğiniz oldu mu?			
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	19	%38	31	%62

Katılımcı ebeveynlere sorulan 5.soruda ise "Teknolojiyi kontrollü kullandığınızı düşünüyor musunuz? Bu kontrolün ölçütünü neye göre belirlersiniz?" sorusudur. KE.29 “Kontrollü kullandığımızı düşündüğümüzü sanıyoruz, yaşamış olduğumuz teknolojik süreçte kontrol edebilmenin mümkün olduğunu düşünmüyorum” yanıtını

vermiştir. Katılımcının cevabı, teknoloji ile şekillenen bir kontrol algısının ne derecede bir ölçütle sınırlandırılabilceği noktasındaki sorunun saptanmasına olanak sunmuştur. Katılımcı ebeveynlerin verdikleri yanıtlar doğrultusunda yüzdeler oran hesaplanmıştır. Katılımcıların verdiği yanıtlar bazında %86 oranında kontrollü kullanım sağlandığı düşünülmektedir. %14 oranında katılımcı ise teknoloji kullanımında kontrolü sağlayamadığını ifade etmiştir.

Çizelge 17 Teknolojiyi Kontrollü Kullanma Durumu Yüzdeler Oranları

Teknolojiyi kontrollü kullandığınızı düşünüyor musunuz?				
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	43	%86	7	%14

Teknoloji kullanırken fiziksel veya kişisel iletişim sorunları yaşadınız mı? sorusuna verilen yanıtlarda ise daha çok göz ağrısı, boyun ve sırt ağrısı yaşandığı ifade edilmiştir. Ebeveynler iletişimlerini konuşarak veya görüntülü görüşme ile yaptıklarından dolayı kişisel iletişim sorunu yaşanmasının önüne geçildiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların %52'si fiziksel olarak yaşanan sorunlar yaşadıklarını, %48'i ise herhangi bir sorun yaşamadığını teknolojik ortamda dikkat ettiklerinin üzerinde durmuştur.

Çizelge 18 Teknoloji Kullanımında Yaşanan Sorunların Yüzdeler Oranı

Fiziksel veya kişisel iletişim sorunları				
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	26	%52	24	%48

Araştırma sorularının 7. si olan teknolojiden uzak kaldığınızda ne hissedersiniz sorusuna katılımcı ebeveynlerin verdiği cevaplar analiz edilerek tabloya aktarılmıştır. Katılımcıların %22'si teknolojiden uzak kaldıklarında huzursuz hissedeceklerini, sıkılabileceklerini ve kendilerini boşlukta hissedeceklerini belirtmiştir. Katılımcıların %7'si kısmen sorun yaşayacağını %64'ü ise sorun yaşamayacağını ifade etmiştir. KE.4 pandemi sürecinde teknolojiyle daha çok haşır neşir olmak durumunda

kaldıklarını ve bu sebeple teknolojiden uzak kaldığında büyük bir boşluk hissiyle karşı karşıya kalılabileceğine vurgu yapmıştır.

Çizelge 19 Teknolojiden Uzaklaşma Sürecindeki Davranış Durum Oranları

		Huzursuz hisse- dikler sorun yaşarım	Kısmen sorun yaşarım	Sorun yaşamam
50 katılımcı (KE)		11	7	32
Yüzdesi		%22	%14	%64

8. soru olarak yöneltilen “çocuklarınızın internet ortamında yaptıklarını kontrol edebiliyor musunuz? sorusuna” katılımcı ebeveynlerin cevapları analiz edilerek yüzdeler olarak Tablo 20’de belirtilmiştir. Katılımcı ebeveynler %60 oranında çocuklarını kontrol ettiklerini belirtirken, %34 oranında katılımcı kısmen kontrol edebildiğini ifade etmiştir. %6 oranında katılımcı ise kesin bir ifadeyle kontrol edemediğini belirtmiştir.

Çizelge 20 Çocukların İnternet Ortamında Yaptıklarını Kontrol Etme Durum Oranları

Yanıtlar	Çocuğumun internet ortamında yaptıklarını kontrol ederim	Çocuğumun internet ortamında yaptıklarını kısmen kontrol ederim	Çocuğumun internet ortamında yaptıklarını kontrol edemem
Yanıt sayısı	30	17	3
Yüzde oranı	%60	%34	%6

Siber zorbalık karşısında ne yapılması gerektiğinin bilinip bilinmediğini analiz eden 9. soruya katılımcı ebeveynlerden alınan cevapların yüzdeler dilimleri tablolştırılmıştır. Katılımcıların %30’u siber zorbalık karşısında ne yapılması gerektiğini bildiğini ifade etmiştir. Özellikle okul idaresi veya kişisel verilerin korunması noktasında dijital haklarını bildiklerini şikayet edecek mecralara hakim olduklarını dile getirmişlerdir. %36 oranında katılımcı ise, siber zorbalık karşısında

yeterli bilgiye sahip olmadıklarını sadece dijital ortamda şikayet edebilme yetisine sahip olduklarını çocuklarını bu doğrultuda nasıl yönlendirecekleri konusunda eksiklikler olduğunu altını çizmişlerdir. %34 oranında katılımcı ise siber zorbalık teriminin tam karşılığını bilmediklerinin karşılaştıklarında nasıl bir yol izleyecekleri hakkında fikir sahibi olmadıklarını belirtmiştir.

Çizelge 21 Siber Zorbalık Bilinç Düzeyi Oranları

Siber zorbalık karşısında ne yapmanız gerektiğini biliyor musunuz?						
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	KISMEN	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	15	%30	18	%36	17	%34

Dijital ebeveynlik teriminin aşinalığının sorgulandığı 10. soruda ise ebeveynlerin dijital okuryazarlık hakkındaki farkındalıklarının düzeyi tespit edilmek istenmiştir. Yeni medya okuryazarlığı hakkında bilgisinin düşündürüldüğü bu soruda KE.1 yanıtı şu şekilde olmuştur: “Uçsuz bucaksız dijital ortamdan en önemlisi zarar görmemek, risklere karşı korunabilmek, faydalı ve olumlu yanlarından yararlanabilmek” ifadesini kullanmıştır. Katılımcıların %34’ü dijital ebeveynlik hakkında bilgi sahibidir. Soru kapsamında KE.5 dijital ebeveynlik kavramının internetle olan ilişkilerimiz doğrultusunda yaptıklarımızı temsil eden bir olgu olduğunu belirterek, yeni medya okuryazarlığı kazanımıyla teknolojiyi sorgulayan ulaşılan bilgiyi irdeleyen ve analiz ederek karşılaştırma yapmamız doğrultusunda yetkinlik kazandıran bir yapı olarak tanım yapmıştır. Katılımcı ebeveynlerin %12’si dijital ebeveynlik hakkında kısmen bilgi sahibidir. Dijital ebeveynlik teriminden çağrışım yaparak teknolojiyi doğru kullanabilen birey olarak algıladıklarını aktarmışlardır. %54 oranındaki katılımcı ciddi bir oran olarak karşımıza dijital ebeveynlik terimi hakkında fikir sahibi olmadıklarını belirtmiştir.

Çizelge 22 Dijital Ebeveynlik Kavramının Farkındalık Oranı

Dijital ebeveynlik terimini daha önce duydunuz mu?						
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	KISMEN	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	17	%34	6	%12	27	%54

Araştırmanın 11. sorusu olan “Dijital ebeveyn olduğunuzu ve bu doğrultuda çocuğunuzu yeterli düzeyde yönlendirebildiğinizi düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar analiz edilerek Çizelge 23’de belirtilmiştir. Katılımcı ebeveynlerden %38’i dijital ebeveyn olduklarını ve yönlendirme düzeylerini yeterli gördüklerini ifade etmiştir. %30 oranında katılımcı kısmen uygulamaya dökabildiklerini, %32 oranındaki katılımcı ise dijital ebeveyn olmadıklarını ve bu doğrultuda çocuklarını yönlendirecek uygulamaları bilmediklerini belirtmiştir.

Çizelge 23 Dijital Ebeveyn Olma ve Uygulayabilme Oranı

Yanıtlar	Dijital ebeveyn olduğumu düşünüyorum	Kısmen dijital ebeveyn olduğumu düşünüyorum	Dijital ebeveyn olduğumu düşünmüyorum
Yanıt sayısı	19	15	16
Yüzde oranı	%38	%30	%32

Katılımcı ebeveynlerin ciddi bir oran olan %88’i okul tarafından yeni medya okuryazarlığı, dijital ebeveynlik, teknoloji bağımlılığı gibi konularda okul tarafından bilgilendirme yapılmadığını aktarmıştır. %12 oranında katılımcı ise bilgilendirmenin seminer ve bilişim öğretmenleri tarafından yüzeysel olarak anlatıldığını belirtmiştir.

Çizelge 24 Yeni Medya Okuryazarlığı, Dijital Ebeveynlik, Teknoloji Bağımlılığı Bilgilendirilme Yüzdesi

Yanıtlar	Okul tarafından seminer şeklinde bilgilendirme yapıldı	Okul tarafından herhangi bilgilendirme yapılmadı
Yanıt sayısı	6	44
Yüzde oranı	%12	%88

Teknoloji bağımlılığı ile mücadelede dijital okuryazar olmak sizce önemli midir? Bu konuda sizce neler yapılabilir? sorusuna katılımcı ebeveynlerden %16’lık kısmı fikri olmadıklarını beyan etmiş, %84 oranında katılımcı ise dijital okuryazarlığın önemli olduğunu belirtmiştir. KE.4, KE.32, KE.44, KE.45, KE.48, KE.50 dijital okuryazar olunabilmesi için ve dijital ebeveynliğin yaygınlık kazanması için eğitim ve seminerlere ihtiyaç olduğunu bununla ilgili yol haritalarının uzmanlar tarafından

kendilerine aktarılması gerektiğine değinmiştir. Soru kapsamında farklı yanıtlar veren KE.2:

“Dijital okuryazar olmak interneti iyi yönde kullanmak, iyi ve kötü yönlerini ayırt edebilmek için yaşa göre düzenleme yapabilmek önemlidir. Teknik kısıtlama ve şifreleme olarak internet ortamında yetersizlikler olduğunu düşünüyorum. Özellikle çocuğumun girmesini istemediğim videolara ve savaş temalı şiddet içerikli oyunlara ulaşmaması için şifreleme tekniği geliştirilse ve kullanılsa verimli olur” diyerek teknoloji yardımıyla sınırlandırmanın önemli getirileri olabileceğinin altını çizmektedir.

Soruya benzer bir cevap olarak KE.3:

“Dijital okuryazar olmak önemlidir. İçerik ve yaşa uygunluk durumuna yönelik bilgileri ebeveyn olarak bilmek gerekmektedir. İnternet ve Youtube gibi mecralarda her türden içerik olduğu için uygulama olsa hem çocuklar ve hem ebeveynler yüklese ve içeriklerin yaşa göre uygulduğu filtreleme çok iyi olabilir. Yönergelerin daha açık ifade edildiği ve yaşa göre çocuklara yeterli gelebilecek uygun içeriklere ulaşılabilecek bir sistem kurulsa çok iyi olabilir. Ebeveyn ayarları daha detaylı olmalıdır” diyerek filtreleme konusunda eksiklikler olduğuna dikkat çekmiştir.

Çocuk yaş grubunun yaşamış olduğumuz teknoloji ortamında internet, tablet kullanırken aniden elinden almanın veya uyarı ile farkındalık kazandırmanın yeterli olmadığını belirten KE.9:

“Okul öncesi eğitimden başlanarak velilerin bilgi sahibi olması gerektiğini düşünüyorum. Hatta eğitimlerin üniversite sürecine kadar da uzanması gerekiyor. Yaşanan şehir, yaş gibi durumlar da teknoloji kullanımını etkilediği için bu doğrultuda eğitimlerin verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Biz ebeveynler bile bu yeni medya ortamında kendimizi kaybedecek derecede sınırı aşarak internet kullanabiliyoruz. O yüzden toplum olarak sorumluluk almalı bu konuda bilinçlenmek gerektiğini ve uygulamaya dökülebilmek için yol haritası çizmek gerektiğini düşünüyorum. 12 yaş ve üzeri için bazı kullanımları sınırlandırmak ve kontrol etmek zorlaşıyor. Bununla ilgili bilgilendirecek uygulamalar

getirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Uygulama noktasında yeterli davranışlar sergilediğimizi düşünmüyorum.”

Katılımcı ebeveynlere sorulan sorulardan sonra katılımcı öğrencilere sorular yöneltilmiştir. Çalışma kapsamında katılımcı öğrencilerin ilk üç soruya verdiği yanıtlar çizelge şeklinde ifade edilmiştir. Katılımcı öğrencilerin yaş aralıkları 9 ila 14 arasındadır bu sebeple interneti kullanım süreleri 1 ila 10 yıl arasında değişiklik göstermektedir.

Çizelge 25 Katılımcı Öğrencilerin Teknoloji Kullanım Durumları ve Nedenleri

Katılımcı Öğrenciler (KÖ)	İnternet Kullanım Durumu	En çok kullanılan teknolojik araç	Yeni Medya araçlarını en çok kullanım nedeni
KÖ.1	7 yıl	Telefon	Dijital oyunlar- araştırma
KÖ.2	10 yıl	Tablet	Sosyal medya- dijital oyunlar
KÖ.3	5 yıl	Bilgisayar	Dijital oyunlar
KÖ.4	4 yıl	Telefon	Sosyal medya- araştırma
KÖ.5	5 yıl	Bilgisayar	Araştırma
KÖ.6	5 yıl	Bilgisayar	Dijital oyunlar
KÖ.7	6 yıl	Telefon	Dijital oyunlar
KÖ.8	8 yıl	Telefon	Sosyal medya-dijital oyunlar
KÖ.9	2 yıl	Tablet	Dijital oyunlar
KÖ.10	10 yıl	Bilgisayar	Dijital oyunlar-araştırma
KÖ.11	7 yıl	Bilgisayar	Araştırma
KÖ.12	6 yıl	Telefon	Araştırma
KÖ.13	6 yıl	Bilgisayar	Sosyal medya
KÖ.14	5 yıl	Bilgisayar	Araştırma
KÖ.15	5 yıl	Telefon	Araştırma- sosyal medya
KÖ.16	2 yıl	Tablet	Araştırma
KÖ.17	2 yıl	Tablet	Sosyal medya
KÖ.18	4 yıl	Telefon	Sosyal medya
KÖ.19	2 yıl	Telefon	Sosyal medya
KÖ.20	5 yıl	Telefon	Araştırma
KÖ.21	5 yıl	Telefon	Dijital oyunlar
KÖ.22	2 yıl	Bilgisayar	Araştırma
KÖ.23	3 yıl	Telefon	Dijital oyunlar
KÖ.24	5 yıl	Telefon	Dijital oyunlar
KÖ.25	4 yıl	Telefon	Dijital oyunlar
KÖ.26	1 yıl	Telefon	Araştırma
KÖ.27	9 yıl	Tablet	Araştırma-dijital oyunlar
KÖ.28	4 yıl	Tablet	Dijital oyunlar
KÖ.29	3 yıl	Bilgisayar	Araştırma
KÖ.30	6 yıl	Telefon	Araştırma
KÖ.31	4 yıl	Telefon	Araştırma
KÖ.32	4 yıl	Tablet	Dijital oyunlar
KÖ.33	2 yıl	Telefon	Dijital oyunlar
KÖ.34	7 yıl	Bilgisayar	Dijital oyunlar
KÖ.35	1 yıl	Tablet	Araştırma
KÖ.36	2 yıl	Telefon	Sosyal medya
KÖ.37	1 yıl	Telefon	Araştırma-dijital oyunlar
KÖ.38	4 yıl	Telefon	Araştırma-sosyal medya
KÖ.39	2 yıl	Bilgisayar	Araştırma-sosyal medya
KÖ.40	6 yıl	Bilgisayar	Araştırma-dijital oyunlar
KÖ.41	5 yıl	Telefon	Sosyal medya

Çizelge 25 (Devam) Katılımcı Öğrencilerin Teknoloji Kullanım Durumları ve Nedenleri

KÖ.42	9 yıl	Bilgisayar	Dijital oyunlar
KÖ.43	1 yıl	Telefon	Sosyal medya- dijital oyunlar
KÖ.44	7 yıl	Tablet	Sosyal medya
KÖ.45	8 yıl	Telefon	Dijital oyunlar-araştırma-sosyal medya
KÖ.46	4 yıl	Telefon	Araştırma-sosyal medya
KÖ.47	7 yıl	Bilgisayar	Araştırma
KÖ.48	5 yıl	Telefon	Araştırma
KÖ.49	7 yıl	Telefon	Dijital oyunlar
KÖ.50	2 yıl	Telefon	Araştırma-dijital oyunlar

Katılımcı öğrencilerden %28'i bilgisayar ortamında daha çok vakit geçirdiklerini ifade etmiştir. %54 oranında katılımcı ise telefonu da sıklıkla kullandığını ifade ederken, katılımcıların %18'i tableti daha fazla kullandıklarını belirtmiştir.

Çizelge 26 Katılımcı Öğrencilerin En Çok Kullandığı Teknolojik Araç Oranları

	En çok kullanılan teknolojik araç	Bilgisayar	Mobil	Tablet
Sayı:	50 katılımcı	14	27	9
Yüzde:	%100	%28	%54	%18

Katılımcı öğrencilerin verdikleri yanıtlar doğrultusunda en sık verilen cevaplar çizelge halinde gruplanarak yüzdeler halinde hesaplanmıştır. Katılımcı öğrenciler arasında araştırma, dijital oyunlar ve sosyal medya olarak sıralama yapamayanlar da yer almaktadır. Yukarıdaki çizelgede katılımcı öğrencilerin yanıt olarak verdiği sıralama baz alınarak yüzdeler halinde dilim baz alınmıştır. Katılımcı öğrencilerin %44'ü araştırma amaçlı, %36'sı dijital oyunlar ve %20'si sosyal medya kullanmak amaçlı yeni medya araçlarını kullanmaktadır.

Çizelge 27 Yeni Medya Araçlarının En Çok Kullanım Nedeni Oranları

	Yeni Medya araçlarını en çok kullanım nedeni	Araştırma	Dijital Oyunlar	Sosyal Medya
Sayı:	50 katılımcı	22	18	10
Yüzde:	%100	%44	%36	%20

Katılımcı öğrencilerin teknoloji kullanırken yapılması gerekenleri erteleme durumları ile ilgili yanıtları analiz edildiğinde %50 oranında evet, %50 oranında hayır cevabı alınmıştır. Görüşme esnasında KE.2 ve KE.9 çocuklarının verdiği cevabın doğru olmadığını belirterek cevaba yön verme noktasında etkili olmuştur.

Çizelge 28 Katılımcı Öğrencilerin Teknoloji Kullanırken Ertelenen İhtiyaç/Sorumluluk Cevaplarının Oranı

Teknoloji ile vakit geçirirken yapılması gereken ihtiyaç/sorumluklarınızı ertelediğiniz oldu mu?				
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	25	%50	25	%50

Katılımcı öğrencilere sorulan 5. soruda teknolojinin yararı ve zararının neler olabileceğinin cevabı istenmiştir. Öğrencilerin verdiği cevaplar analiz edilerek yüzdeler oranları hesaplanmıştır. Katılımcı öğrencilerin verdiği yanıtlarda teknolojinin zararı noktasında bağımlılık etkisinin olduğunun bilincinde olan öğrenci yüzdesi %66 oranındadır. Teknolojinin hızlı ve kolay erişim sağladığının yanı sıra, zararı noktasında fiziksel sorunlara (baş ağrısı, göz ağrısı, boyun ağrısı vb.) yol açacağını belirten katılımcı öğrenci oranı ise %34 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çizelge 29 Katılımcı Öğrencilerin Teknolojinin Yarar ve Zarar Cevap Oranları

	Teknolojinin yararı ve zararı ne olabilir	Yararı bilgiye hızlı ulaşmak zararı ise oyun bağımlılığı yapması	Yararı hızlı ve kolay erişim sağlamak zararı fiziksel (baş, ağrısı, göz ağrısı vs.) yaşanması
Sayı:	50 katılımcı	33	17
Yüzde:	%100	%66	%34

Katılımcı öğrencilerin %80'i fiziksel olarak baş, göz ve boyun ağrısı yaşadıklarını belirtmiştir. %20 oranındaki katılımcı öğrenci ise herhangi bir sorun yaşamadığını ifade etmiştir.

Çizelge 30 Katılımcı Öğrencilerin Teknoloji Kullanımında Sorun Yaşama Yüzdeler Oranı

Teknoloji kullanımında fiziksel sorun yaşama durumu				
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	40	%80	10	%20

Katılımcı öğrencilerden %11'i tereddüt etmeden bilgisayarda oyun oynamanın daha çok keyif verdiğini belirtmiştir. %78 oranında katılımcı öğrenci ise arkadaşlarıyla oyun oynamanın daha keyifli geldiğini ifade etmiştir.

Çizelge 31 Katılımcı Öğrencilerin Arkadaş-Bilgisayar Tercih Oranı

Arkadaşla mı yoksa bilgisayarda mı oyun oynamak keyifli sorusunun cevapları				
Yanıt	Arkadaşlarımla oyun oynamak	YÜZDE(%)	Bilgisayarda oyun oynamak	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	39	%78	11	%22

Katılımcı öğrencilerden %42'si teknoloji ile fazla vakit geçirdiklerinde ebeveynlerinin kızdıklarını ve kısıtlama getirdiklerini ifade etmiştir. %58 oranında katılımcı öğrenci ise uyarı yaparak yönlendirici başka şeyleri belirttiklerini söylemiştir.

Çizelge 32 Katılımcı Öğrencilere Teknoloji Kullanımında Ebeveyn Tepki Oranı

Teknoloji ile fazla vakit geçirildiğinde ebeveyn tepkisi				
Yanıt	Kızmak-ceza sistemi	YÜZDE(%)	Yönlendirerek uyarı	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	21	%42	29	%58

Önemli olarak tasvir edebileceğimiz bir konunun duyurulmasında katılımcı öğrencilerden %82'si herkese ulaşabilmenin daha kolay olması nedeniyle sosyal medyadan destek alacağını, %18'i ise çevresinden destek alarak duyurmaya çalışacağını belirtmiştir.

Çizelge 33 Önemli Görülen Konunun Duyurulmasında Tercih Edilen Yol Yüzdeler Oranı

Önemli görülen konunun duyurulmasında tercih edilen yol				
Yanıt	Sosyal medya yardımı	YÜZDE(%)	Çevre yardımı	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	41	%82	9	%18

Araştırma kapsamında sorulan 10. Soruda öğrencilere merak ettikleri bir konu hakkında nasıl bir yol izledikleri sorulmuştur. Katılımcı öğrencilerin %80'i Google'dan araştırma yapacaklarını, %14'ü Youtube'dan, %6'sı ise kitaplardan destek alarak araştırma yapacaklarını belirtmiştir. Katılımcı öğrencilere görüşme esnasında araştırma yaparken dikkat ettikleri noktalar da sorulmuş ve yanıtlar analiz edilmiştir. İnternet üzerinden araştırma yapacaklarını belirten katılımcı öğrenciler genelde ilk çıkan siteye girdiklerini bağlantının güvenliğini belirten anahtar sembolüne her zaman dikkat etmediklerini ifade etmişlerdir.

Çizelge 34 Katılımcı Öğrencilerin Araştırma Yöntemlerinin Oranları

Merak edilen bir konu hakkında nasıl yol izlersiniz?			
Yanıt	Google'dan araştırma yaparım	Youtube'dan araştırma yaparım	Kitaplardan yardım alırım
Yanıt sayısı	40	7	3
Yüzde oranı	%80	%14	%6

Araştırma kapsamında sorulan medya okuryazarlığı dersinin alınıp alınmaması durumunda %96 oranındaki ciddi bir katılımcı öğrenci dersi almadıklarını, %4 oranında katılımcı ise aldıklarını belirtmiştir. Öğrencilere aynı zamanda yeni medya okuryazarlığı hakkında neler bildikleri de sorulmuştur. Öğrenciler dersi almadıkları için kelime olarak çağrışım yapamaya gayret göstermiştir. KE. 15 dersi almamasına karşılık, “Televizyonda veya internette yaygın olarak aktarılan bir konuyu sorgulamak ve konu hakkında konuşmak ve eleştiri yapmak” olarak yeni medya okuryazarlığını tanımlamaktadır.

Çizelge 35 Katılımcı Öğrencilerin Medya Okuryazarlığı Dersini Alma Durumu

Medya Okuryazarlığı dersi alınması durumu				
Yanıt	EVET	YÜZDE(%)	HAYIR	YÜZDE(%)
Yanıt sayısı/oranı	2	%4	48	%96

Katılımcı öğrencilere sorulan son soru ise *dijital okuryazar olmak nedir?* sorusudur. Araştırma bulguları kapsamında %86 oranında katılımcı öğrenci dijital okuryazarlık terimini teknolojik ortamda vakit geçirmek olarak tanımlamıştır. %14 oranında katılımcı öğrenci ise dijital ortamda teknolojiyi kullanırken yarar ve zarar ayrımı yapabilmek olarak tanımlama yapmıştır. KÖ.7 dijital okuryazarlık kavramını genişleterek, “Telefonlar, bilgisayarlar ya da tablet gibi akıllı cihazlardan bilgi edinme, öğrenme, araştırma ve paylaşma gibi becerilere sahip olmak” olarak tanımlamıştır.

Çizelge 36 Dijital Okuryazarlık Nedir Sorusunun Cevap Oranları

	Dijital okuryazar olmak nedir?	Dijital ortamın yarar ve zararlarını ayırt edebilmek	Teknoloji ile çok fazla vakit geçiren birey
Sayı:	50 katılımcı	7	43
Yüzde:	%100	%14	%86

B. Bulguların Değerlendirmesi ve Öneriler

Teknolojik gelişmeler doğrultusunda bireylerin yaşamış olduğu bu yeni düzende teknoloji okuryazarlık düzeyleri ve davranışsal bağımlılık süreçleri ile ilgili bulgulara yer verilerek farkındalık oluşturulmak amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında yer alan bulgulara göre %90 oranında katılımcı ebeveyn mobili diğer teknolojik araçlara göre daha fazla kullanmaktadır. Katılımcı ebeveynlerin %68'inin iş dışında günlük hayatta teknoloji kullanım süreleri 1-3 saat arasında değişim göstermektedir. %12 oranındaki katılımcının ise 7 saatten fazla vakit geçirdiği saptanmıştır. Araştırmanın geneline bakıldığında katılımcı ebeveynler daha çok iletişim kurmak ve sosyal medyada vakit geçirmek amaçlı mobil uygulamalar kullanmaktadır. Teknolojiyi

kontrollü kullandığını düşünen %86 oranındaki ebeveyn bu doğrultuda fiziksel veya kişisel iletişim yaşamayan kısmın %52'sini oluşturmaktadır. Bu sebeple sorular arasında doğru orantıda bir cevap verildiği karşımıza çıkmaktadır. Davranışsal bağımlılık boyutunun önemli bir yansıması olan teknolojiden uzak kalındığındaki duygu duruma ise %64 oranında katılımcı sorun yaşamayacağını belirtirken, %22 oranında katılımcı ebeveyn tereddüt etmeden huzursuz ve boşlukta hissedebileceklerine vurgu yapmıştır. Bu durumda teknolojiyi kontrollü kullanan ebeveynin duygu durumunu da kontrol edebildiği saptamalar arasında yerinin almaktadır.

Dijital ebeveynlik kapsamındaki yanıtlar analiz edildiğinde, katılımcı ebeveynlerin %60'ı çocuklarının internet ortamında yaptıklarını kontrol edebildiklerini belirtirken, %34 oranında katılımcı ebeveyn siber zorbalık karşısında ne yapacağını bilememektedir. Yanıt tutarlığı noktasından bakıldığında ebeveynler arasında yeterlilik düzeylerinin tam anlamıyla farkında olmadıkları karşımıza çıkmaktadır. Günümüz teknoloji kullanımındaki yaş oranının düşmesiyle güncellenen dijital haklar her vatandaşın bilmesi gereken bir sorumluluk olarak tanıtılmalıdır. Teknolojinin zararları arasında yer alan psikolojik boyutuyla travmalar yaratabilecek olan siber zorbalık kişisel olarak ve toplumsal olarak mücadele edilmesi gereken, özellikle küçük yaş gruplarını koruyabileceğimiz farkındalıkla beraber siber kalkan da oluşturmak büyük önem taşımaktadır. Araştırma bulguları kapsamında %34 oranında ebeveyn dijital ebeveynlik terimini duyduğunu belirtse de ciddi bir yüzde olan %54 oranında katılımcı ebeveynin terim ve içeriğin farkında olmadığı tespit edilmiştir. Görüşme esnasında dijital ebeveyn hakkında kısa bilgilendirme yaptıktan sonra ebeveynlerin %38'i dijital ebeveyn oldukları, %30'u kısmen uygulamaya dönebildiği, %32'si ise dijital ebeveyn olmadıkları saptanmaktadır.

Çalışmanın önemli bir yüzde oranını da %88 oranıyla katılımcıların medya okuryazarlığı, teknoloji bağımlılığı, dijital ebeveynlik gibi konularda okuldan herhangi bir bilgi almadıklarının tespiti oluşturmaktadır. %12 oranında katılımcı ise seminer şeklinde kısa tanımlarla konu hakkında bilgi verildiği belirtmiştir. Bu doğrultuda Milli Eğitim Bakanlığı'nca ebeveyn bilgilendirme noktasında desteğin eksiklikleri karşımıza çıkmaktadır. Dijital okuryazarlığın öneminin bilincinde olan katılımcı ebeveynler bu konuda eksikliklerini nereden ve nasıl tamamlayacaklarını açık bir ifadeyle bilememektedir. Teknolojiden kendilerinin bile uzak kalamadığını, bu sebeple de çocuklarını yeterli düzeyde yönlendiremeyen katılımcı ebeveynler

eğitim kapsamında yer verilmesi gerektiğine de değinmiştir. Çocukların kontrolü için kullanılan yazılım uygulamalarını ve kullanımı noktasında da eksikliklerin olduğu saptanan bulgular arasında yer almaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilere baktığımızda ise %54 oranında mobil kullanımın olduğu, %28 oranında bilgisayar ve %18 oranında tablet kullanımının yaygın olduğu karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya araçlarının en çok kullanım nedenine ise katılımcıların %44'ü araştırma, %36'sı dijital oyunlar, %20'si sosyal medya yanıtını vermişlerdir. Bu kapsamda öğrencilerin araştırma ve ödevlerini teknoloji yardımıyla yaparken, dijital oyunlar ve sosyal medya gibi keyif amacıyla da teknolojiyi kullandıkları saptanmaktadır. Görüşme sırasında, katılımcı öğrencilerin çoğunluğu PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG) ve Minecraft oyununu sevdiklerini ifade etmiştir. Özellikle dijital oyun oynarken yapılması gereken ihtiyaç sorumlulukların ertelendiği tespit edilmiştir. Katılımcı öğrencilerin teknolojinin yarar ve zararları konusunda bilinçlilik düzeyine baktığımızda teknolojinin yararını bilgiye hızlı ulaşmak zararını ise oyun bağımlılığı olarak belirten katılımcı öğrenci oranı %66 olarak karşımıza çıkmaktadır. Yararının hızlı ve kolay erişim sağlamak, zararının ise fiziksel olarak (baş, göz, boyun ağrısı vb.) tanımlayan katılımcı öğrenci oranı ise %34 olarak tespit edilmiştir. Genel bir ifadeyle öğrenciler soruların çağrışımıyla birlikte bilinçlilik düzeyi yüksek ifadeler kullanmıştır. Ancak uygulama noktasında eksiklikleri olduğunu teknoloji kullanımında %80 oranında katılımcı öğrencinin fiziksel sorunlar yaşadığı ile tespit etmek mümkündür. Katılımcı öğrencilerden yaşı daha büyük olanların bilgisayarda oyun oynarken, arkadaşlarıyla oynamaktan daha fazla keyif aldıkları saptanmıştır. Katılımcı öğrencilerin yeni medya okuryazarlık farkındalıkları ve teknoloji kullanımında dikkat ettiklerini saptamak amacıyla önemli gördükleri konu hakkında tercih ettikleri yol hakkında düşünceleri istenmiştir. Bu soru kapsamında %82 oranında ciddi bir katılımcı öğrenci sosyal medyadan destek alacağını daha fazla kişiye daha hızlı ulaşacağını düşünerek bu yolu seçeceklerini belirtmiştir. Merak ettikleri konuyu araştırırken de akıllarına Google'dan araştırma yapak gelen %80 oranında katılımcı sitelerin her zaman güvenilir olup olmadığına bakmadan linke tıkladıklarını da söylemiştir. Bu durum gösteriyor ki öğrenciler internet kullanımında da yeterli bilinçte değildir. %96 oranında ciddi bir katılımcı oranı medya okuryazarlığı dersini almadıklarını da ifade etmiştir. Eksikliklerin bu ders kapsamında giderileceğinin altının çizildiği bu çalışma kapsamında bulgular da gösteriyor ki dersin alınması acil bir gerekliliği karşımıza çıkarmaktadır. Dijital

okuryazar olmanın tanımının istendiği son soruda ise, %86 oranında katılımcı öğrenci teknolojiyi çok fazla kullanan birey olarak durumu algılamaktadır. %14 oranında az bir katılımcı öğrenci ise dijital ortamın yarar ve zararlarını ayırt edebilmek olarak tanımlama yapmıştır. Bu durumda öğrencilerin dijital ortamda var olurken, içerisinde bulunurken sahip olmaları gereken bilinç ve farkındalık anlamında yeterli düzeyde bilgiye sahip olamadıkları saptanmaktadır. Araştırma kapsamında verilen yanıtlara bakıldığında kontrol edilemeyen teknoloji kullanımında ebeveynler kızarak tepki vermektedir. Uzun süreli boyutta geçerli ve güvenilir bir yöntem olmayan bu ebeveyn davranışı yönlendirici ve iletişimsel boyuta taşındığında daha verimli olacaktır diyebiliriz.

Yeni dünya düzeni, yeni teknolojiler, yeni alışkanlıklar zamanla yeni bağımlılıkları da beraberinde getirmektedir. Çalışmanın amacında yer alan davranışsal bağımlılık analizi boyutunda bakıldığında katılımcı ebeveynler kendilerini kontrol ederek teknoloji kullanmakta ve ortalama 3-4 saatten fazla dijital ortamda bulunmamaktadır. Ancak dijitalizmin beraberinde getirdiği dijitalleşen oyunlar, keyif aracı olarak kullanılması ve boş zaman aktivitesi olarak tercih edilmesi nedeniyle katılımcı öğrenciler risk grubunda yer almaktadır. Katılımcı öğrencilerin %80'i fazla vakit geçirdiğinde fiziksel olarak rahatsızlık hissetmelerine rağmen dijital oyunlardan kopmamaktadır. %50 oranında öğrenci ise özellikle dijital oyunlarla vakit geçirirken yapılması gereken sorumluluklarının yanı sıra kişisel ihtiyaçlarını da erteledikleri için ciddi bir oran olarak risk grubu içerisinde yer almaktadır.

Araştırmanın geneline bakıldığında çalışmanın hipotezlerinin doğrulandığı karşımıza çıkmaktadır. Hipotez 1'de yer alan “Çocuk yaş gruplarında teknoloji bağımlılığını, aile içi teknoloji kullanımı etkilemektedir” cümlesini ele aldığımızda ailesinde teknolojiyle fazla vakit geçiren çocukların da sosyal medya ve dijital oyunlarla daha fazla vakit geçirdiği doğrulanmıştır. Aynı zamanda ebeveynlerin çocuklarla arasındaki iletişim süreciyle ve yönlendirmesiyle doğrudan ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın ikinci hipotezi olan “Teknoloji bağımlılığı mobil internet kullanımı ile ilişkili olarak artış göstermektedir” ifadesi mobil kullanan katılımcıların özellikle sosyal medya ile daha fazla vakit geçirdiği tespitiyle doğrulanmaktadır. Üçüncü hipotezde yer alan “Yeni Medya Okuryazarlığı (medya okuryazarlığı) dersi alan bireyler kontrollü teknoloji kullanımına daha fazla dikkat etmektedir” cümlesi medya okuryazarlığı dersi alan öğrencilerin teknolojinin yarar ve zararlarını ayırt edebilecek düzeyde oldukları ve kontrollü teknoloji kullanımının önemini farkında

oldukları bulgusuyla doğrulanmıştır. Dördüncü hipotez olan “Ebeveynler ve çocuklar teknoloji bağımlılığı ve dijital okuryazarlıkla ilgili yeterli bilince sahip değildir” ifadesi ise teknoloji bağımlılığı ve dijital okuryazarlık tanımlarına bakıldığında katılımcıların içerik hakkında bilgili oldukları ancak uygulama aşamasında yeterli bilince sahip olmadıklarının tespit edilmesiyle kısmen doğrulanmış hipotez olarak karşımıza çıkmaktadır. Hipotez 5’te yer alan “Dijital okuryazarlık önemini farkında olan bireyler davranışsal bağımlılık konusunda bilinçli davranmaktadır” cümlesi dijital okuryazarlık hakkında bilgi sahibi olan katılımcıların davranışsal bağımlılık (teknoloji bağımlılığı) konusunda da hassas olduğu ve davranışsal bağımlılık noktasında farkındalıklarının daha yüksek olduğu saptanarak doğrulanmış bir hipotez olduğunu söylemek mümkündür.

Çalışma kapsamında teknoloji bağımlılığının yeni medya okuryazarlığı ile en aza indirileceği görüşü bazında ebeveynler tarafından da yeni medya okuryazarlığının gereklilik olduğunun altı çizilmiştir ve teknoloji bağımlılığı ile mücadele önemli bir basamak olduğu saptanmıştır. Aile içi iletişimin teknoloji kullanım alışkanlıklarına etkisinin yüksek olduğu bulgular doğrultusunda tespit edilerek iletişim sürecinin ve teknoloji kullanımının arasında doğrusal orantı olduğu saptanmıştır.

- Öneriler

Çalışma kapsamında farkındalığın amaçlandığı teknoloji bağımlılığı ile mücadelede teknoloji okuryazarlığının nasıl kazanılacağı ile ilgili öneriler de önem taşımaktadır. Teknoloji kullanımında ebeveyn önce kendi kontrol mekanizmasını sağlamalı, ebeveyn internet kullanım becerilerini geliştirmeli ve çocuklarına rehberlik edebilecek düzeye gelmelidir. Özellikle siber zorbalık ile mücadelede ebeveynler büyük bir yer tutmaktadır. Çünkü siber zorbalık faili ya da kurbanı çocuk farkındalık ve bilinç sahibi olmayı aile içindeki iletişimle birlikte kazanmaktadır. Ebeveynlerin yaşanan olumsuz durumlara karşı dijital vatandaş olarak nasıl bir yol izleyeceğinin yol haritasını önceden kavrayabilmeli ve uygulayabilecek seviyede olmaları gerekmektedir. Ebeveyn tepkileri uzun vadede çocukları daha fazla davranışsal bağımlı olmaya itebilmektedir. Bu sebeple özgürlük sınırları ile tehdit edilmeden müdahale edilmelidir. Eleştirel medya okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı ve dijital vatandaş olabilme bilincinin ebeveyne kazandırılması bu noktada büyük önem taşımaktadır.

Çalışmanın sorunsalının çözümünde bağlayıcılığı olan Milli Eğitim Bakanlığı ve okul yönetimi de uzmanlarla ortak çalışma yürüterek dijital okuryazar olma

sürecinde desteğinin gerektiği mekanizmalar olarak düşünölmelidir. MEB kapsamlı, nitelikli ve uygulamaya dönük yeni medya okuryazarlığı çalışmalarını hayata geçirmelidir. Medya okuryazarlığı eğitiminin zorunlu ders kapsamına girerek Türkiye’de yaygınlaşması risk grubunda olan çocukların farkındalıkları için önemli bir boyutu kapsamaktadır. Eğitim içeriğinin güncellenerek yeni medya araçlarının kullanımları, sosyal medya ve internet kullanımının detayları, siber zorbalık, teknoloji bağımlılığı, dijital vatandaş, teknoloji okuryazarlığı gibi kavramların literatürde yer alması gerekmektedir. Yeni medya araçlarının kullanım ve kontrolü, sosyal medya ve internet kullanımında dikkat edilmesi gerekenler, siber zorbalıkla mücadele ebeveyne düşen sorumluluklar ve dijital ebeveynlik konularında okullar aracılığıyla her veli düzenli aralıklarla uzmanlar tarafından bilgilendirilmeli ve nitelik-teknik anlamda da seminerler, birebir görüşmeler ile ebeveyn-öğrenci adına portfolyolar oluşturulmalıdır. Rehberlik ve medya okuryazarlığı öğretmenlerinin bu noktada kendi bilgilerini güncel tutmalı ve ebeveyne destek olmak aşamasında iş birliği yapabilmelidir. Yazılım desteği ile kontrol sağlanabilecek uygulamaların kullanımı, ebeveyn denetimleri ile ilgili ayarlar velilere seminer, kamu spotu veya video içerikleriyle anlatılabilecek düzeye getirilmelidir. Halka ulaşımın kolaylığı açısından Halk Eğitim Merkezleri’nde dijital vatandaşlık eğitimleri kurs programı kapsamına girerek kontrollü teknoloji kullanımı yaygınlaştırılmalıdır.

Araştırma kapsamında elde edilen verilere bakıldığında öğrenciler buldukları teknolojik sürecin farkında ve kullanmaktan da keyif almaktadır. Zararları bazından bakıldığında bilinçliliklerinin olduğu ancak yeterli oranda kontrol sağlayamadıkları için davranışsal bağımlılık sınırında olmaları nedeniyle yönlendirilme noktasında desteğe ihtiyaç duyduklarını söylemek mümkündür. Kişisel bilincin sağlanması ve kontrol mekanizmalarının çalışması için aile ve okul ortamı bütünleşik bir temelde birleşerek bilişsel farkındalığın sağlanmasında üzerine düşeni yapmalıdır.

VI. SONUÇ

Yaşamı kaliteli devam ettirmenin bir koşulu haline gelen teknoloji kolaylaştırıcı niteliğiyle birlikte, çözümü ve ihtimali üzerine düşünülmemiş sorunları da beraberinde getirebilmektedir. Küresel boyutta bakıldığında, ciddi bir problem oluşturan iklim değişikliği, göçler, sağlık sorunları, temiz su ve değişen beslenme alışkanlıkları, yoksulluk, işsizlik problemleri bizlerin kurulan bu yeni düzende endüstriyel algoritmayı üretmeye odaklı bir çerçevede analiz ederek, akıllı çözümler bulan topluma doğru evrilmemiz gerektiğini göstermektedir. Bundan 20 yıl sonra nasıl bir teknolojiyle karşı karşıya kalacağımızı hayal bile edemezken, şu an tartışılan teknolojinin yararları ve zararları konusu belki de boyut atlayarak; “Robotum bugün rahatsızlandı, robotumun garantisi bitti mi, değiştirsem yararına mı yoksa zararına mı olur?” konusu tartışılır hale gelecektir.

Dijitalleşmiş birçok yapıyı sorguladığımızda, teknik sürecini insanların düşünerek hayata geçirdiği teknoloji kavramı bizlerin yaratım sürecinden geçerek yaşamlarımıza empoze edilmiştir. Peki yaşadığımız bu tekno-sosyal hayat ile mücadele ettiğimiz teknolojik bağımlılık tam anlamıyla yaşamsal fonksiyonlarımızı nasıl etkilemektedir? İletişimin ve etkileşimin esas alındığı bu teknolojik yaratım süreci içinden çıkılamayan bir döngüye girmemize neden olabilmektedir. Dijitalleşme sürecinin her geçen gün gelişmesi bireylerin yaşamsal alanında da değişikliklere neden olarak dijital toplum yapısını teknolojiye bağlı bir toplumla özdeşleştirmektedir. Küresel salgın sürecinde teknolojiye olan ihtiyaç artmış ve işlerin-sorumlulukların aksamaması noktasındaki önemliliği bir kez daha ortaya çıkmıştır diyebiliriz. Bu noktada kimi araştırmacı/kuramcı tarafından teknolojiye iyimser veya eleştirel bakılarak yenileşen teknolojinin de kuramlaştırılması bilimsel açıdan teknolojinin kavramsal olgusunu nesnelleştirmiştir.

Dijital çağın bu denli gelişimi sanallık ve gerçeklik algılarımızı bulanıklaştırarak, dijital ortamdaki varlığımızı gün geçtikçe içselleştirmemizin de önünü açmaktadır. Kullanımlarımız ve doyuma ulaştırdığımız ihtiyaçlarımız teknoloji kullanımıyla bütünleşmekte ve bizleri tekno-yaşam alanında bu araçlara bağlı duruma

getirmektedir. Dönüşen enformasyonun manipüle gücüyle bütünleşik bu yapıda bizler reel yaşamdaki değerlerimizi sanal ortamlara taşımakta ve çoğu zaman sonuçlarının neler olabileceğini göz ardı ederek teknoloji kullanımına devam etmeyiz. Bu yeni dünya düzeninde düşünce ve davranışlarımız şekillenirken psikolojik ve fizyolojik etkileri de farkında olmadan bizleri bağımlılık sürecine itmektir. İnternet temelinde gelişen davranışsal bağımlılık süreci daha çok dijital oyun bağımlılığı veya sosyal medya bağımlılığı çerçevesinde şekillenmektedir. İnternet ortamında kurduğumuz yaşam alanı kullanım alışkanlıklarımızı evriltirken, dijital okuryazar olmanın gerekliliğini de ortaya çıkarmıştır. Günümüz çocuklarının dijital yerli olması, doğuştan görmeye ve kullanmaya alıştıkları teknolojinin zararlarının farkında olmamaları da bu çalışmanın boyutları arasında yer almaktadır. Özellikle siber zorbalık karşısında fail veya mağdur olan çocuk yaş grubu teknolojik kontrol bilincinin ve dijital hakların farkında olunmamasından kaynaklanabilmektedir. Bu kapsamda çalışmada siber zorbalık karşısında ebeveynlere ve öğretmenlerin neler yapması gerektiğine de vurgu yapılmaktadır.

Dijitalleşen yapının var ettikleriyle bu dijital ortamda kurduğumuz yaşam fonksiyonlarında okuryazarlık süreçlerimiz de değişerek dijital okuryazarlık, internet okuryazarlığı gibi kavramların literatüre eklemesine neden olmuştur. Medya ve teknoloji kullanımının her geçen gün yayıldığı dijital çağda yeni medya okuryazarlığının önemini altını çizmek gerekmektedir. Eleştirel pedagoji ile birleştirilmesi gereken yeni medya okuryazarlığı, teknoloji kullanırken sorgulayan aynı zamanda teknolojinin yazar ve zararlarının neler olabileceğinin farkında olan bireyleri topluma kazandırmaktadır. Dijital ebeveynlikle pekiştirilmesi gereken bu süreçte küçük yaş gruplarından büyük yaş gruplarına kadar teknoloji kullanım kontrolü sağlayabilmek noktasında *yeni medya okuryazarlığı* eğitime entegre edilmelidir.

Çalışmanın yöntem bölümünde bireylerin teknolojiye olan bağlılıkları analiz edilmiş ve çözüm olarak yeni medya okuryazarlığının bireylerin dijital okuryazar kişiler olmasında önemli bir basamak olduğunun altı çizilmiştir. Farkındalık geliştirme noktasında önemli bir çalışma olan bu araştırma, bireylerin yaşamsal alanına doğrudan etki eden teknoloji kullanımının nasıl kontrol edileceği ile ilgili de bilgiler vererek literatüre katkı sağlamaktadır. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği ile 50 öğrenci ve 50 ebeveyne ulaşılarak davranışsal bağımlılık ve farkındalık düzeylerinin analizi yapılmıştır.

Araştırma bulguları kapsamında %90 oranında katılımcı ebeveynin mobil tercih ettiği, %68'inin iş dışında günlük hayatta teknoloji kullanım sürelerinin 1-3 saat arasında olduğu, teknolojiyi kontrollü kullandığını düşünen %86 oranındaki ebeveynin bu doğrultuda fiziksel veya kişisel iletişim yaşamayan kısmın ise %52 oranında olduğu saptanmıştır. %22 oranında katılımcı ebeveyn olan teknolojiden uzak kaldığında huzursuz ve boşlukta hissedebileceklerini ifade etmektedir. Katılımcı ebeveynlerin %60'ı çocuklarının internet ortamında yaptıklarını kontrol edebilirken, %34 oranında katılımcı ebeveyn siber zorbalıkla mücadele yapılması gerekenleri bilmemektedir. Dijital ebeveynlik terimi ile ilgili olarak ciddi bir yüzde olan %54 oranında katılımcı ebeveynin bilgi sahibi olmadığı tespit edilmiştir. %88 oranında katılımcıların medya okuryazarlığı, teknoloji bağımlılığı, dijital ebeveynlik gibi konularda okul tarafından bilgi almaması önemli bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin yanıtlarını incelediğimizde ise %54 oranında mobil kullanımın hakim olduğu görülmektedir. Mobilleşme ile artan internet kullanımı bu noktada doğru orantı göstermektedir. Teknoloji kullanımında %80 oranında katılımcı öğrencinin fiziksel sorunlar yaşadığı yani dijital hastalıklarla mücadele içinde olduğu tespit edilmiştir. Günümüz teknoloji çağının yan etkisi olarak adlandırdığımız bu fiziksel sorunlar uzun vadede kalıcı rahatsızlıklara sebebiyet verebilmektedir. Bu aşamada kontrollü teknoloji kullanımının önemi ve kişisel farkındalığın önemi tekrar karşımıza çıkmaktadır. Yaklaşık %80 ve üzeri oranda katılımcı öğrenci bu yeni medya ortamına adapte olarak yaşamakta ve her konuda fikir almak yol belirlemek için internet ortamında ve sosyal medyadan destek almayı tercih etmektedir. Ancak buradaki sorunsal %96 oranında ciddi bir katılımcının medya okuryazarlığı dersini almamış olması ve tehlikelere açık olarak bu ortamlarda dijital kimlik kullanmalarıdır. Davranışsal bağımlılık noktasında risk grubunda ebeveynlerin değil, öğrencilerin olduğu tespit edilmiştir. Küçük yaş grubundan itibaren bulunan dijital ortamlarda bulunmak teknoloji bağımlılığı ve siber zorbalık gibi olumsuzlukların öğrencilerde daha fazla olacağı öngörülmektedir. Bu noktada ebeveynlerin üzerinde düşen sorumluluklar hakkında denetim ve bilinç eksikliği bulgular arasında yer almaktadır. Gelişen ve değişen teknolojilerden kaçılmayacağına ancak kontrolün sağlanmasında nasıl bir yol haritası sunulacağına önemi çalışmanın sorunsalını destekler niteliktedir. Dijital minimalizmin yani çevrimiçi ortamda kişilerin titizlikle optimize etmesi gerekenlerin farkında olması,

bu bilinçle teknolojiyi kullanması, sorgulayıcı ve eleştirel farkındalıkla teknoloji dünyasında var olması büyük değer taşımaktadır.

MEB, 2018 itibariyle eğitim programı kapsamında medya okuryazarlığı yaşam becerilerine eleştirel düşünme, bilgi okuryazarlığı ve teknoloji okuryazarlığı terimlerini ekleyerek kazanılan bu becerilerin önemini ifade eden bir içeriğe dikkat çekmektedir. Medya okuryazarlığı becerileri arasında yer alan farkındalık, erişim, sorgulama, çevrimiçi güvenlik, çözümlenme, değerlendirme, üretim, paylaşım (bireysel ve profesyonel medya planlaması), etkinlik (aktivizm) öğrencilerin kazandığı beceriler olarak güncellenmiş ve literatürün bu kapsamda yaşamsal verimliliğe doğrudan etki etmesiyle MEB önemli bir adım atmıştır. RTÜK aracılığı ile yapılan güncel çalışmalara baktığımızda, 2019 yılında “Avrupa Medya Okuryazarlığı Haftası” nedeniyle başlatılmış olan öğrencilerin RTÜK’ü ziyaretleri, 2020 yılında COVID-19 nedeniyle gerçekleştirilememiştir. 2021 yılında da COVID-19 salgınının sona ermesi halinde bu ziyaretlerin yeniden başlatılması planlandığını söylemek mümkündür. Ziyaretler sırasında öğrencilere Üst Kurul uzman ve uzman yardımcıları tarafından RTÜK’ü ve medya okuryazarlığı konusunu anlatan eğitimler verilecek, bilmece- bulmaca – kodlama – anket gibi uygulamalar ile konuya ilişkin bilgiler pekiştirilecektir. Medya okuryazarlığı konusunda hazırlanan broşürler bu ziyaretler sırasında öğrencilere dağıtılacaktır. RTÜK ve MEB işbirliğinde, ebeveynlerin de medya okuryazarlığı konusunda bilgi sahibi olmalarını hedefleyen tanıtım faaliyetleri kapsamında yetişkinlere yönelik eğitimler yapılması planlanmaktadır. Bu kapsamda, 2021 yılında COVID-19 salgınının sona ermesi halinde kütüphanelerde yetişkinler için ve ilkökul, ortaokul ve lise öğrencilerine yönelik eğitim verilmesi planlanmaktadır. Aynı zamanda yetişkin grubuna yönelik olarak huzurevlerinde de eğitim verilmesi planlanmaktadır. 2021 yılında Medya Okuryazarlığına ilişkin projeler kapsamında öğretmenlere Medya Okuryazarlığı eğitimi verilmesi planlanmaktadır. (www.rtuk.gov.tr).

Çalışmanın geneli itibariyle üzerinde durulan konular bazında öneride bulunmak gerekmektedir. Araştırma kapsamında görüldüğü üzere öğrenciler medya okuryazarlığı dersini alamayan hatta çoğunun bu ders içeriği hakkında bilgisinin yeterli düzeyde olmadığı saptanmıştır. Bu sebeple internetle yaşamaya devam ettiğimiz bu süreçte, henüz medya kullanımında bile gerekli bilince sahip olmayan öğrencilerle karşı karşıya kalmaktayız. Medya okuryazarlığı dersinin zorunlu olması gerektiğiyle ilgili yapılan çalışma ve araştırmalar doğrultusunda baktığımızda,

yenilenen *teknoloji kullanım ve kontrolünün* de bu ders kapsamına eklenmesi gerekmektedir. Özellikle teknolojinin içerisine doğan kesim dokunmatik bir toplum olarak sistemde var olduğu için dijital okuryazar olmaları ciddi bir değer taşımaktadır. Medya okuryazarlığı derslerinin zorunlu kılınmasının yanı sıra literatürünün genişletilmesi ve teknoloji ile doğru orantıda güncellenmesi gerekmektedir. İçerik anlamında Milli Eğitim Bakanlığı ve uzman eğitimcilerin analiziyle dersin amaç ve kazanımları gözden geçirilerek uygulanabilir düzeye getirilmelidir. Bu sebeple medya okuryazarlığı dersinin kapsamının eleştirel pedagojik açıdan da gözden geçirilmesi gerekmektedir. Formasyon eğitimi almış ve medya alanında eğitim almış olan Gazetecilik, Radyo-Televizyon veya Yeni Medya alanından mezun kesimin bu dersi vermesi yeterlilik anlamında da gereklilik ifade etmektedir. Bu noktada MEB yanı sıra iletişim fakültesi öğretim üyeleri, uzman medyacılar ve medya okuryazarlığı öğretmenlerine farkındalık oluşturma ve bilinçlendirme aşamasında önemli görevler düşmektedir.

Dijital çağın önemli bir kısmını oluşturan yeni medyacılar ise geleneksel medya ile birlikte çalışmalar yaparak dijital okuryazarlık ile ilgili yayınlar ve eğitim programları yapmalı, medya aracılığı ile kitlelerin bilinç düzeyinin artırılması sağlanmalıdır. Dijital vatandaş olmanın önemi ile ilgili çalışmalar ebeveynlerle paylaşılarak kurs programları ile ebeveynler de sürece dahil edilmelidir. Özellikle teknoloji bağımlılığı, dijital haklar, siber zorbalıkla mücadelede *dijital vatandaş* olabilmek önemli bir basamak olarak karşımıza çıkmaktadır.

VII. KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ANDREJEVIĆ, M. (2014). **Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar (Eleştirel Medya Çalışmaları 2.0-Etkileşimli Bir Üst Sürüm)**, (Ed. Mukadder Çakır, Çev. Leyla Keskiner). İstanbul, Doğu Kitabevi. ss. 55-79.

BABAN, E. (2012). **McLuhan ve Baudrillard'ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gizlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu**, (Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen). Sosyal Medya-Akademi. İstanbul, Beta Yayınları.

BALDINI, M. (2000). **İletişim Tarihi**, (Çev. Gül Batuş). İstanbul, Avcıol Basım Yayın.

BAUMAN, Z. (2018). **Küreselleşme Toplumsal Sonuçları**, (Çev. Abdullah Yılmaz). İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

BİNARK, M. (2007). **Yeni Medya Çalışmaları**, Ankara, Dipnot Yayınları. ss. 5-17.

BİNARK, M. & BEK, M.G. (2010). **Eleştirel Medya Okuryazarlığı**, (İkinci Baskı). İstanbul, Kalkedon Yayınları.

BÜYÜKUSLU, A. R. (2020). **Toplum 5.0 Süper Akıllı Toplum**, İstanbul, Der Yayınları.

CAILLOIS, R. (2001). **Man, Play and Game**, (Çev. Meyer Bearash). Amerika Birleşik Devletleri, Glenceo Yayınları.

CASTELLS, M. (2008). **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Ağ Toplumunun Yükselişi**, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

CHAYKO, M. (2018). **Süperbağ(lantı)lı**, (Çev. Berkan Bayındır, Deniz Yenğin, Tamer Bayrak). İstanbul, Der Yayınları.

- ÇAKIR, M. (2014). **Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar (Yeni Medyaya İlişkin Eleştirel Yaklaşımları ve Tespitleri ile Christian Fuchs)**, (Ed. Mukadder Çakır), İstanbul, Doğu Kitabevi. ss. 81-130.
- DAĞTAŞ, B. (2013). **İletişim Kuramları (Dilbilimsel ve Göstergibilimsel Yaklaşımlar)**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2803. ss. 132-155.
- DAHLGREN, P. (2018). **Yeni Medya Kuramları (İnternet, Kamusal Alanlar ve Siyasal İletişim: Dağılma ve Müzakere*)**, (Ed. Filiz Aydoğan), (Çev. Esra Demirci & Gül Dilek Türk). İstanbul, Der Yayınları. ss. 173-196.
- FISKE, J. (2011). **Introduction to Communication Studies**, 3rd Edition. London & New York, Routledge.
- FISKE. J. (2013). **İletişim Çalışmalarına Giriş**, (Çev. Süleyman İrvan). İstanbul, Pharmakon Kitap.
- FUCHS, C. (2018). **Google Kapitalizmi***, (Ed. Filiz Aydoğan), (Çev. Çağla Çavuşoğlu). İstanbul, Der Yayınları. ss. 71-83.
- GOODWIN, K. (2019). **Dijital Dünyada Çocuk Büyütmek**, (Çev. Tülin Er). İstanbul, Aganta Kitap Yayınevi.
- GÜNEŞ, A. (2013). **Medya Pedagojisi, 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı/1**. (Haz: Haluk Yavuzer ve Mustafa Ruhi Şirin). İstanbul, Çocuk Vakfı Yayınları.
- GÜNGÖR, N. (2020). **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- GÜRSAKAL, N. (2018). **Küreselleşme Teknoloji Ağlar ve Güç**, Bursa, Dora Yayıncılık.
- HAYLES, K. (1993). **Virtual Bodies and Flickering Signifiers**, MIT Press, Cilt 66, ss. 69-91.
- HITCHCOCK, L. A. (2020). **Kuramlar ve Kuramcılar: Çağdaş Düşüncede Antik Edebiyat**, (Çev. Seda Pekşen). İstanbul, İletişim Yayınları.

- HOBBS, R. (2010). **Digital and Media Literacy: A Plan of Action**. Washington, The Aspen Institute.
- INNIS, H. (2008). **The Bias of Communication**, University of Toronto Press: 2nd Revised edition.
- İLHAN, V & AYDIN, H. (2020). **Yeni Medya Çağında Popüler Dijital Sorunlar**, (Ed. Hakan Aydın & Fikret Yazıcı). Ankara, Nobel Yayınları.
- JENKINS, H. (2009). **Confronting the Challenges of Participatory Culture**. Media, Education for the 21st Century, England, The MIT Press Cambridge.
- JENKINGS, H. (2016), **Cesur Yeni Medya**, (Çev. Nihan Yeğengil). İstanbul, İletişim Yayınları.
- JENKINS, H. with PURUSHOTMA, R., WEIGEL, M., CLINTON, K. & ROBISON, A. J. (2009). **Confronting the Challenges of Participatory Culture Media Education for the 21st Century**. London, The MIT Press.
- JUUL, J. (2005). **Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds**, Cambridge, The MIT Press.
- KELLNER, D. (2014). **Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar, (Yeni Medya ve Yeni Okuryazarlık: Yeni Binyılda Eğitimin Yeniden Yapılandırılması)**, (Ed. Mukadder Çakır, Çev. M. Akif Barış). İstanbul, Doğu Kitabevi. ss. 413-444.
- KELLY, K. (2017). **Büyük Teknolojik Dönüşüm-Geleceğimizi Şekillendirecek 12 Teknolojik Kuvvet**, (Çev. Ümit Şensoy). İstanbul, Türk Hava Yolları Yayınları.
- KOÇ, N. E. (2019). **Dijital Hastalıklar: Tıkınmalı İzleme**, (Ed. Gökmen Hakan Karadağ). İstanbul, Der Yayınları. ss. 143-168.
- KOWALSKI, R. M. & LIMBER, S. (2007). **Electronic Bullying Among Middle School Students**. Journal of Adolescent Health, 41, ss.22–30.

- KUSS, D. J. & GRIFFITHS, M. D. (2015). **Psikoterapide İnternet Bağımlılığı**, (Çev. Aslı Koruyucu). İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- KUYUCU, M. & KARAHİSAR, T. (2013). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya**, İstanbul, Zinde Yayıncılık.
- LAUGHEY, D. (2019). **Medya Çalışmaları**, (Çev. Ali Toprak). İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- LIEVROUW, L. (2011). **Alternative and Activist New Media**, Malden, Polity Press.
- LIVINGSTONE, S. (2008). **Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online Opportunities**, Digital Youth, Innovation, and the Unexpected. (Ed. Tara McPherson. The John D. and Catherine T.). MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, Cambridge, MIT Press. ss. 101-122.
- MANOVİCH, L. (2001). **The Language of New Media**, Cambridge, MIT Press.
- MCLUHAN, M. & POWER, B. R. (2001). **The Global Village**, (Çev. Bahar Öcal Düzgören). İstanbul, Scala Yayıncılık.
- MCQUAIL, D & WINDAHL, S. (2010). **Kitle İletişim Çalışmalarında Kitle İletişim Modelleri**, (Çev. Konca Yumlu). Ankara, İmge Yayınları.
- MISHNA, F., KHOURY-KASSABRI, M., GADALLA, T. & DACIUK, J. (2012). **Risk factors for involvement in cyber bullying: Victims, bullies and bully-victims**. Children and Youth Services Review, 34, 63-70.
- PEKMAN, C. (2006). **Medya Okuryazarlığı**, İstanbul, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- POE, M. (2015). **İletişim Tarihi: Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum**, (Çev. Umut Yener Kaya). İstanbul, Isık Yayınları.
- POSTMAN, N. (2016). **Teknopoli Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu**, (Çev. Mustafa Emre Yılmaz). Bursa, Sentez Yayıncılık.

- PRENSKY, M. (2001). **Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon**, MCB University Pres, Vol:9, No:5, October.
- ROSENGREN, K.E. (2000). **Communication An Introduction**, Sage Publication.
- RUSHKOFF, D. (2010). **Program or Be Programmed: Ten Commands for a Digital Age**, Berkeley, Soft Skull Press.
- SEZER, N. (2019). **Medya Okuryazarlığı Üzerine: Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimine İlişkin İlk Girişimler ve Sonrası...** (Der. Nilüfer Sezer & Nuray Yılmaz Sert). Konya, Eğitim Yayınevi. ss. 53-144.
- TARHAN, N. & NURMEDOV, S. (2015). **Bağımlılık Sanal veya Gerçek**, İstanbul, Timaş Yayınları.
- TOKGÖZ, O. (2012). **Temel Gazetecilik**, (Dokuzuncu Baskı). İmge Kitabevi Yayınları.
- TOPÇU, Ö. (2019). **Dijital Hastalıklar: Çevrimi İçi Narsizm**, (Ed. Gökmen Hakan Karadağ). İstanbul, Der Yayınları. ss. 167-190.
- TUNA, Y. (2012). **İletişim Kavramı ve İletişim Süreci**, (Ed. İzlem Vural), Ankara, Pegem Akademi Yayınları.
- TÜRKOĞLU, T. (2010). **Dijital Kültür**, İstanbul, Beyaz Yayınları.
- UÇKAN, Ö. (2011). **Cesur Yeni Medya (Bilgi Edinme Hakkı, Yeni Medya Düzeni ve Wikileaks)**, (Der. Mutlu Binark & Işık Barış Fidaner). İstanbul, Alternatif Bilişim. ss. 51-65.
- UZUN, R. (2013), **İletişim Kuramları (İzleyici Merkezli Yaklaşımlar)**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2803. ss. 84-105.
- ÜNALDI, A. (2019). **İnternetin Kısa Tarihi**, <http://www.atifunaldi.com.tr>
- WATTS, D. (2004). **The New Science Of Networks**, Annual Review of Sociology 30. ss. 243-270.

- WILLARD, N. E. (2007). **Cyberbullying and cyberthreats: Responding to the challenge of online social aggression, threats, and distress**. Champaign, IL, Research Press.
- WILLIAMS, R. (2003). **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, (Çev. Ahmet Ulvi Türkbağ). Ankara, Dost Kitabevi.
- VAN DIJK, J. (2004). **Digital Media: The Sage Handbook of Media Studies**, (Der. John D. H. Downing, Denis McQuail, Philip Schlesinger, Ellen Wartella). içinde. London, Sage, 145-163.
- YAYLAGÜL, L. (2010). **Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**, Ankara, Dipnot Yayınları.
- YENGİN, D. (2012). **Dijital Oyunlarda Şiddet**, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- YENGİN, D. (2014). **Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum**, İstanbul, Derin Yayınları.
- YENGİN, D. (2017). **İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları**, İstanbul, Der Yayınları.

MAKALELER

- AKCA, E. & SAYIMER, İ. (2017). **Siber Zorbalık Kavramı, Türleri ve İlişkili Olduğu Faktörler: Mevcut Araştırmalar Üzerinden Bir Değerlendirme**, **Online Academic Journal of Information Technology**, Special Issue/Özel Sayı Vol: 8, Sayı/Num: 30. http://www.ajit-e.org/?menu=pages&p=details_of_article&id=285
- BUCKINGHAM, D. (2007). **Digital media literacies: Rethinking media education in the age of internet**, *Research in Comparative and International Education*, 2 (1), ss. 43-55.
- ÖZSEVİNÇ, N. & YENGİN, D. (2021). **Dijital Dünyada Medya Okuryazarlığı Olgusu: Gelişim Evi Spor Kulübü**, *e-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergi – eJNM*, Volume 5 Issue 1, ss. 35-48.

WEI TING, D. S., CARIN, L., DZAU, V., WONG, T. Y. (2020). **Digital Technology and COVID-19**, Nature Medicine, vol 26, ss. 459-461.

YILDIRIM, S. & KIŞIOĞLU, A. N. (2018). **Teknolojinin Getirdiği Yeni Hastalıklar: Nomofobi, Netlessfobi, FoMO**, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, vol 25(4), ss. 473-480.

YENGİN, D. (2019). **Teknoloji Bağımlılığı Olarak Dijital Bağımlılık**, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC, vol 9, Issue 2, ss. 130-144.

TEZLER

AYDOĞDU, A. (2015), **Eleştirel Farkındalık Yaratmada Yeni Medya Okuryazarlığı ve Yeni Medya Bilinci Üzerine Bir İnceleme**, (Yayınlanmış doktora tezi), Gazetecilik Bölümü, Gazi Üniversitesi.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL-1 “Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü- Üç Aylık Pazar Verileri Raporu”, <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/uc-aylik-pazar-verileri-2020-3-kurumdisi.pdf>, (Erişim Tarihi: 27 Ocak 2021).

URL-2 [yesilay.org.tr](https://www.yesilay.org.tr). “Türkiye Davranışsal Bağımlılık Çalışmaları Bibliyografyası” <https://www.yesilay.org.tr/tr/yesilay-yayinlari/turkiye-davranissal-bagimlilik-calismalari-bibliyografyasi>, (Erişim Tarihi: 9 Nisan 2021).

URL-3 ÜNÜVAR, N. (2019). “Dijital çağın hastalıkları: Selfitis, WhatsAppitis, Siberhondrik”, <https://www.ntv.com.tr/teknoloji/dijital-cagin-hastaliklari-selfitis-whatsappitis-siberhondrik,SVwRsrPxRkGYIVtjdMbzsA>, (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2021).

URL-4 DOĞAN, A. (2020). “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması”, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2020](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020), (Erişim Tarihi: 15 Nisan 2021).

URL-5 We Are Social, (2021). “Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri 2021”, <https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/>, (Erişim Tarihi: 22 Nisan 2021).

URL-6 Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Medya Okuryazarlığı Çalışmaları, https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Birimler/ik/EG%C4%B0T%C4%B0M/egitim_plani2021.pdf, (Erişim Tarihi: 16 Ağustos 2021).

DİĞER KAYNAKLAR

POLAT, İ. H. (2019). **Dijital Dönüşüm ve Toplumsal Etkileri Çalıştay-TARMER Çalıştayı 2**, (Ed. Ayten Çalış). İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları. ss. 33-40.

MOF, (2020). **6. Youth IGF Turkey & 3. Medya Okuryazarlığı Forumu**, <https://www.youthigfturkey.org/>, (Foruma Katılım Tarihi: 10-11-12 Aralık 2020).

Yeni Medya ve Aile Çalıştayı, (2019). **Yeni Medya ve Aile Çalıştayı Sonuç Raporu**, (Ed. Deniz Yengin). İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları.

1. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018 Strateji Belgesi Birinci Taslağı, (2013). (Haz. Şirin, M.R., Oktay N. ve Altun A.). Çocuk Vakfı Yayınları.

EKLER

Ek.1. Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme Formu

EBEVEYNLERE SORULAN YARI YAPILANDIRILMIŞ DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI

Demografik Sorular: Yaşı / Cinsiyet / Eğitim Durumu / Mesleği

Araştırma Soruları

1. İnterneti en çok hangi araçla kullanıyorsunuz?
2. Ebeveyn olarak yeni medya araçlarını (interneti, sosyal medyayı vs.) hangi amaçla kullanıyorsunuz? En fazla vakit geçirdiğiniz uygulamalar nelerdir?
3. Günde kaç saat teknoloji kullanımına vakit ayırıyorsunuz?
4. Teknoloji ile vakit geçirirken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) yapılması gerekenleri ertelediğiniz oldu mu?
5. Teknolojiyi (internet, sosyal medya vs.) kontrollü kullandığınızı düşünüyor musunuz? Bu kontrolün ölçütünü neye göre belirlersiniz?
6. Teknolojik araçları kullanırken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrısı gibi) veya kişisel iletişim sorunları yaşadınız mı?
7. Teknolojiden uzak kaldığımız zamanlarda neler hissedersiniz? Duygu durumunuzu aktarabilir misiniz?
8. Çocuğunuzun internet ortamında yaptıklarına ve içeriklerine dikkat ediyor musunuz?
9. Siber zorbalık karşısında ne yapmanız gerektiğini biliyor musunuz?
10. Dijital ebeveynlik terimini daha önce duydunuz mu? Yeni medya okuryazarlığı hakkındaki bilginiz nedir?
11. Dijital ebeveyn olduğunuzu ve bu doğrultuda çocuğunuzu yeterli düzeyde yönlendirebildiğinizi düşünüyor musunuz?
12. Yeni medya okuryazarlığı, dijital ebeveynlik, teknoloji bağımlılığı hakkında okul tarafından bilgilendirme yapıldı mı?

13. Teknoloji bağımlılığı ile mücadelede dijital okuryazar olmak sizce önemli midir? Bu konuda sizce neler yapılabilir?

ÖĞRENCİLERE SORULAN YARI YAPILANDIRILMIŞ DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI

Demografik Sorular: Yaş / Cinsiyet / Kaçınıcı sınıf

Araştırma Soruları

1. Evde internetin var mı? Ne zamandan beri internet kullanıyorsun?
2. En çok hangi teknolojik aracı kullanıyorsun (telefon, bilgisayar, tablet vs.)?
3. Teknolojik araçlarla neler yapıyorsun (araştırma, sosyal medya, dijital oyunlar vs.)? En sevdiğin oyun hangisi?
4. Teknoloji ile vakit geçirirken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) yapılması gerekenleri ertelediğin oldu mu? (Ödev yapmak, yemek yemek, uyumak gibi)
5. Teknolojinin yararı ve zararı sence neler olabilir?
6. Teknolojik araçları kullanırken (internet, sosyal medya, dijital oyunlar vs.) başın, ellerin veya gözlerinin ağrıdığı oldu mu?
7. Arkadaşlarınla birlikte oyun oynamak mı yoksa bilgisayarda oyun oynamak mı daha keyifli geliyor?
8. Annen veya baban teknolojiyle fazla vakit geçirdiğinde nasıl tepkiler verir?
9. Önemli gördüğün bir konuyu insanlara duyurmak için nasıl bir yol izledin? Neden bu yolu izlediğini açıklar mısın?
10. Merak ettiğin bir konuda araştırma yapmak için nasıl bir yol izledin?
11. Medya okuryazarlığı dersi alıyor musun/aldın mı? Yeni medya okuryazarlığı hakkında neler biliyorsun?
12. Dijital okuryazar (dijital çocuk) olmak sence nedir?

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad : Nimet ÖZSEVİNÇ

ÖĞRENİM DURUMU

- **Lise** : 2013, İMMİB Erkan Avcı Teknik ve Anadolu Lisesi, Bilişim Teknolojileri Web Programcılığı
- **Önlisans** : 2015, İstanbul Aydın Üniversitesi, Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu, Basım ve Yayın Teknolojileri
- **Lisans** : 2018, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik
- **Yüksek Lisans** : 2021, İstanbul Aydın Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim Anabilim Dalı, Yeni Medya Programı

MESLEKİ DENEYİM

Gelişim Evi Spor Kulübü- Eğitim Koordinatörü/Müdür Yardımcısı

Yeniçağ ve Günboyu Gazetesi - İnternet Editörü

İsbul.net- Editör

Yıldız Entegre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi- Gazetecilik Bölümü Stajyer Öğretmen

Kocaeli Üniversitesi Haber Ajansı (KOUHA)- Muhabir / Editör Yardımcılığı

Etkin Ajans - Stajyer Grafik Tasarımcı

Yaren Matbaa Tanıtım ve Reklam Hizmetleri- Stajyer Grafik Tasarımcı

On2 Prodüksiyon - Sağlık & Yaşam Dergisi - Stajyer Editör

Atatürk Havalimanı - Bilgi İşlem Stajyeri

YAYINLAR VE SUNUMLAR

Özsevinç, N. & Yengin, D., 2021. Dijital Dünyada Medya Okuryazarlığı Olgusu: Gelişim Evi Spor Kulübü, e-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergi – eJNM, Volume 5 Issue 1, ss. 35-48. (Makale Örneği)

Özsevinç, N., 2021. Teknolojik Dönüşüm ve Nesnelerin İnterneti: I Robot Film Analizi ve Covid-19 Yapay Zeka Robotlarının İncelemesi, 3rd Communication and Technology Congress (CTC), (Ed. Deniz Yengin). İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye. DOI: 10.17932/CTC.2021/ctc21.033 (Makale ve Sunum Örneği)

KONGRE-SEMİNER VE KURSLAR

Uluslararası İletişim ve Teknoloji Kongresi / 3. Medya Okuryazarlığı Forumu: Dijital Dünyanın Eğiticileri Başka Bir Eğitim Mümkün Mü? / 7. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Çağda İletişim Eğitimi Sempozyumu / Korona Günlerinde Dijital Toplum / Yeni Medya Okuryazarlığı / Diksiyon / Pedagojik Formasyon / 2. Medya Okuryazarlığı Forumu / Haber Dili ve İmaj Eğitimi / Kişisel İmaj Yönetimi / İletişim Teknikleri / Zaman Yönetimi / Liderlik / Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi / Temel Kağıt Eğitimi

BECERİLER

Adobe İllustratör (CS5-CS6) - Adobe Photoshop (CS5-CS6) - Adobe İndesign (CS6) Adobe Flash (CS6)- Corel Draw- QuarkXPress- Microsoft Office (Word-Excel-PowerPoint)