

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI**

**DİJİTAL EBEVEYNLİK FARKINDALIĞININ BELİRLENMESİ:
SAKARYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ SGM ÖRNEĞİ**

Metin IŞIKER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Kadriye KOBAK

OCAK - 2025

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DİJİTAL EBEVEYNLIK FARKINDALIĞININ
BELİRLENMESİ: SAKARYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
SGM ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Metin IŞIKER

Enstitü Anabilim Dalı: İletişim Bilimleri

“Bu tez 03/01/2025 tarihinde yüz yüze olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan
jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof. Dr. Ahmet ESKİCUMALI	Başarılı
Doç. Dr. Kadriye KOBAK	Başarılı
Doç. Dr. Serpil Çiğdem YÜCEL	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Metin IŞIKER

03/01/2025

ÖN SÖZ

Çalışmamızda dijital dünyanın bireyler ve aileler üzerindeki etkilerini araştırarak, bu alanda farkındalık yaratmayı amaçladım. “Dijital Ebeveyn Farkındalığı” konusunu ele alarak, Sakarya Büyükşehir Belediyesi’nin Adapazarı ilçesinde yer alan Sosyal Gelişim Merkezi’nde gerçekleştirdiğimiz araştırmamızla dijital ebeveynlerin farkındalıklarını bilimsel veriler ışığında ortaya koymaya çalıştım.

Dijital ebeveyn farkındalığı konusunda araştırma yapmamı tavsiye ederek, fikirleriyle bana ilham veren Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Anabilim Dalı Başkanı Sayın Prof. Dr. Ahmet ESKİCUMALI’ya, her zaman desteğini hissettiğim ve tavsiyeleriyle beni yönlendiren Öğr. Gör. Dr. Gürkan KILIÇ’a, ölçek uygulama aşamasında yardımlarını esirgemeyen Sakarya Büyükşehir Belediyesinin Sosyal Hizmetler Dairesi Başkanlığı idarecileri ve personellerine içten teşekkür ederim.

Araştırmamda ışığıyla beni aydınlatan, sabırla rehberlik edip yolumu çizen, beraber çalışmaktan onur ve gurur duyduğum, tez danışmanım Doç. Dr. Kadriye KOBAK’a şükranlarımı sunarım. Ayrıca çalışma sürem içinde bana sürekli destek olan, moral veren ve saha araştırmalarında yanımda bulunarak beni yalnız bırakmayan sevgili eşim Songül’e teşekkür ederim.

Metin IŞIKER

03/01/2025

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ	vi
GRAFİK LİSTESİ.....	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT	ix

GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: DİJİTAL ÇAĞ.....	3
1.1. İletişim Teknolojileri	3
1.2. Türkiye’de İnternet Kullanım Oranları.....	4
1.3. Yeni Medya Kavramı	5
1.4. Yeni Medya Çeşitleri ve Uygulamaları	6
1.5. Çocukların İnternet Kullanım Amaçları	8
1.5.1. Sosyal Medya	8
1.5.2. İnternette Bilgiye Erişim	10
1.5.3. Dijital Oyunlar.....	11
1.5.4. Mobil Uygulamalar	12
1.6. Yeni Medya Kullanımı	12
1.6.1. Yeni Medyanın Olumlu Yönlerinin İncelenmesi	13
1.6.2. Yeni Medyanın Kullanıcılar Üzerindeki Olumsuz Etkileri.....	14
2. BÖLÜM: DİJİTAL EBEVEYNLİK.....	18
2.1. Dijital Ebeveynlik Kavramı.....	18
2.2. Medya Okuryazarlığı ve Ebeveynlik	20
2.3. Dijital Ebeveynlik Farkındalığı Çalışmaları: Küresel İnceleme.....	21
2.4. Türkiye’de Dijital Ebeveynlik Farkındalığı Çalışmaları	22
2.5. Sakarya’da Dijital Ebeveynlik Farkındalığı Çalışmaları.....	24
3. BÖLÜM: YÖNTEM.....	26
3.1. Araştırmanın Hipotezleri	26
3.2. Araştırmanın Deseni	26
3.3. Araştırmanın Önemi ve Amacı.....	27

3.4. Araştırmanın Yöntemi	28
3.5. Veri Toplama Süreci.....	30
3.6. Veri Toplama Aracı ve Sınırlılıkları.....	31
3.6.1. Demografik Bilgi ve Dijital Kullanım Motivasyonu Formu (Ek3).....	32
3.6.2. (DEFÖ) Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeği (Ek3)	32
3.7. Verilerin Analiz Edilmesi	34
3.8. Etik Kurul Süreci	35
4. BÖLÜM: BULGULAR.....	36
4.1. Alt Boyutların Analizleri	36
4.1.1. Olumsuz Model Olma	36
4.1.2. Dijital İhmal	40
4.1.3. Verimli Kullanım	44
4.1.4. Risklerden Koruma	48
4.1.5. Alt Boyutların Düzey Analiz Sonuçları	52
4.2. Demografik Bilgi ve Dijital Kullanım Motivasyon Analizleri.....	54
4.3. DEFÖ Analiz Sonuçları.....	60
SONUÇ	82
KAYNAKÇA.....	95
EK	111
ÖZ GEÇMİŞ	114

KISALTMALAR

DEFÖ	: Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeği
SPSS	: Sosyal bilimler için istatistik paketi
SGM	: Sosyal Gelişim Merkezi
SBB	: Sakarya Büyükşehir Belediyesi
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TBBM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
BİK	: Basın İlan Kurumu
H	: Hipotez
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
AA	: Anadolu Ajansı
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
YAŞAM	: Yaşlılık Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi
USOM	: Türkiye Ulusal Siber Olaylara Müdahale Merkezi
EGM	: Emniyet Genel Müdürlüğü
AFAD	: Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
BBC	: Britanya Yayın Kuruluşu
UNICEF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
DMM	: Dezenformasyonla Mücadele Merkezi
COVID19	: Koronavirüs hastalığı 2019
www	: World Wide Web
vb	: Ve bunun gibi
vd	: Ve diğerleri

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Yeni Medya Araçları, Tanım ve Özellikleri.....	7
Tablo 2: Adapazarı SGM’de Düzenlenen Etkinlikler ile Katılım Sayıları.....	29
Tablo 3: DEFÖ Alt Boyutları ve Özellikleri	33
Tablo 4: Olumsuz Model Olma Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları..	36
Tablo 5: Dijital İhmal Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları.....	41
Tablo 6: Verimli Kullanım Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları.....	45
Tablo 7: Risklerden Koruma Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları	49
Tablo 8: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları.....	55
Tablo 9: Katılımcıların Akıllı Telefon Kullanım Sürelerine Göre Dağılımları.....	56
Tablo 10: Katılımcıların Sık Kullandığı Sosyal Medya ve Platforma Göre Dağılımları	57
Tablo 11: Katılımcıların SGM’ye Çocuğunu Getirme Sebeplerine Göre Dağılımları.	59
Tablo 12: Kolmogorov-Smirnov Normallik Test Sonuçları.....	61
Tablo 13: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılaşmasına Ait Bağımsız Örneklem T- Testi Sonuçları	62
Tablo 14: Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	64
Tablo 15: Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi	65
Tablo 16: Katılımcıların Sahip Oldukları Çok Sayısına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	67
Tablo 17: Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	69
Tablo 18: Katılımcıların Yaşadıkları İlçeye Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	71
Tablo 19: Katılımcıların Akıllı Telefon Kullanım Süresine Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	72
Tablo 20: Katılımcıların Sık Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Alışkanlıklarının Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	74
Tablo 21: Katılımcıların Dijital Platform Kullanımlarına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları	76

Tablo 22: Katılımcıların Etkinliklere Katılma Sebebine Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları.....	78
Tablo 23: Farkındalık Düzeylerinin Birbirleri Arasındaki İlişki.....	80
Tablo 24: Alt Boyutlar Güvenilirlik Analizleri Güvenilirlik Analizleri.....	81



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Dijital Ebeveyne Ait roller.....	20
---	----



GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları	9
Grafik 2: Ölçeğe Ait 1 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	37
Grafik 3: Ölçeğe Ait 5 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	38
Grafik 4: Ölçeğe Ait 9 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	39
Grafik 5: Ölçeğe Ait 13 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	40
Grafik 6: Ölçeğe Ait 2 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	41
Grafik 7: Ölçeğe Ait 6 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	42
Grafik 8: Ölçeğe Ait 10 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	43
Grafik 9: Ölçeğe Ait 14 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	44
Grafik 10: Ölçeğe Ait 3 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	45
Grafik 11: Ölçeğe Ait 7 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	46
Grafik 12: Ölçeğe Ait 11 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	47
Grafik 13: Ölçeğe Ait 15 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	47
Grafik 14: Ölçeğe Ait 4 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	49
Grafik 15: Ölçeğe Ait 8 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	50
Grafik 16: Ölçeğe Ait 12 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	51
Grafik 17: Ölçeğe Ait 16 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı.....	52
Grafik 18: Araştırmaya Katılan 219 Ebeveynin Cinsiyetleri ve Çocuk Sayıları	56
Grafik 19: Ebeveynlerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Platformları	58
Grafik 20: Ebeveynlerin Çocuklarını Okul Dışı Eğitimlere Dahil Etme Nedenleri	60

ÖZET	
Başlık: Dijital Ebeveyn Farkındalığının Belirlenmesi: Sakarya Büyükşehir Belediyesi SGM Örneği	
Yazar: Metin IŞIKER	
Danışman: Doç. Dr. Kadriye KOBAK	
Kabul Tarihi: 03/01/2025	Sayfa Sayısı: ix (ön kısım) + 111 (ana kısım) + 3 (ek)
Teknolojinin hızlı gelişimi, iletişim süreçlerini dönüştürerek yeni medya araçlarının hayatımıza dahil olmasına ve iletişim alışkanlıklarının farklı bir boyuta taşınmasına neden olmuştur. TÜİK verilerine göre, Türkiye’de evden internet kullanım oranı %95 seviyesine ulaşmış; sosyal medya platformlarında geçirilen süre, Türkiye’yi bu alanda en yoğun kullanım oranına sahip ilk 20 ülke arasına yerleştirmiştir. Ancak dijital dünyanın sunduğu fırsatların yanı sıra, bilinçsiz ve kontrolsüz kullanım özellikle çocuklar açısından ciddi riskler barındırmaktadır. Bu risklerin yönetilmesi ve çocukların dijital dünyaya sağlıklı bir şekilde entegre olmalarının sağlanması, ebeveynlere önemli sorumluluklar yüklemektedir. Bu bağlamda, Sakarya Büyükşehir Belediyesi Adapazarı Sosyal Gelişim Merkezi’nde 219 ebeveynin katılımıyla, “Dijital Ebeveyn Farkındalığı” ölçeği uygulanmıştır. Araştırmada, katılımcılara kişisel bilgi formu ile birlikte, 16 maddeden oluşan 5’li Likert tipi bir ölçek sunulmuş ve dört farklı alt boyut analiz edilmiştir. Nicel araştırma yöntemiyle elde edilen veriler, SPSS programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, ebeveynlerin olumsuz model olma ve dijital ihmal farkındalık düzeylerinin düşük, buna karşılık verimli kullanım ve risklerden koruma düzeylerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Karşılaştırmalı analizlerde, babaların olumsuz model olma ve dijital ihmal düzeylerinin annelere kıyasla daha yüksek, annelerin ise verimli kullanım farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları doğrultusunda, çocukların ilgilerine yönelik sosyal ve kültürel etkinliklerin artırılması ve ebeveynlerin eğitim yoluyla dijital okuryazarlık ve farkındalık düzeylerinin geliştirilmesi gerektiği önerilmektedir.	
Anahtar Kelimeler: Dijital Ebeveynlik, Yeni Medya, Dijital Bağımlılık, Dijital Okur Yazarlık, Sosyal Medya	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Determining Digital Parental Awareness: Sakarya Metropolitan Municipality SGM Example	
Author of Thesis: Metin IŞIKER	
Supervisor: Assoc. Prof. Kadriye KOBAK	
Accepted Date: 03/01/2025	Number of Pages: ix (pre text) + 111 (main body) + 3 (add)
The rapid development of technology has transformed communication processes, leading to the inclusion of new media tools in our lives and taking communication habits to a different dimension. According to TurkStat data, the rate of home internet usage in Turkey has reached 95 per cent, and the time spent on social media platforms has placed Turkey among the top 20 countries with the highest usage rate in this field. However, in addition to the opportunities offered by the digital world, unconscious and uncontrolled use poses serious risks, especially for children. Managing these risks and ensuring that children are integrated into the digital world in a healthy way imposes important responsibilities on parents. In this context, ‘Digital Parental Awareness’ scale was applied with the participation of 219 parents in Sakarya Metropolitan Municipality Adapazarı Social Development Centre. In the study, a 5-point Likert-type scale consisting of 16 items was presented to the participants along with a personal information form and four different sub-dimensions were analysed. The data obtained by quantitative research method were evaluated using SPSS programme. The findings of the study showed that parents had low levels of negative modelling and digital neglect awareness, but high levels of efficient use and protection from risks. In comparative analyses, it was found that fathers had higher levels of negative modelling and digital neglect compared to mothers, while mothers had higher levels of awareness of efficient use. In line with the results of the research, it is suggested that social and cultural activities for children's interests should be increased and parents' digital literacy and awareness levels should be improved through education.	
Keywords: Digital Parenting, New Media, Digital Addiction, Digital Literacy, Social Media	

GİRİŞ

Bu tez giriş bölümü haricinde dört ana bölümden oluşurken, giriş bölümünde araştırma konusu, amacı, önemi ve yöntemi hakkında genel bilgilere yer verilmiştir. Birinci bölümde, dijital teknolojiler ve yeni medya kavramları kapsamlı bir şekilde ele alınmış; ikinci bölümde ise dijital ebeveynlik kavramına ilişkin teorik çerçeve incelenmiştir. Üçüncü bölümde, araştırma yöntemi, deseni ve veri toplama araçları hakkında detaylı bilgiler sunulmuş; son bölümde ise elde edilen bulgulara yer verilerek, bu bulgular ışığında tartışma, sonuç ve öneriler ortaya konulmuştur.

Araştırmanın Konusu

İnternet, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hayatımıza girmiş ve günümüzde artık yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde internet, sadece bir erişim aracı olmanın ötesine geçerek, çalışma, eğitim, sosyalleşme ve alışveriş gibi günlük yaşamın temel unsurlarını oluşturan bir platforma dönüşmüştür (Akay ve Kayılı, 2023). İnternetin sunduğu fırsatlar kadar, bilinçsiz veya kontrolsüz kullanımı da özellikle çocuklar ve genel kullanıcılar için önemli riskler barındırmaktadır. Dijital dünyada çocuklar en savunmasız gruplardan biri olarak öne çıkarken, çocukların çevrimiçi güvenliğini sağlamak adına ebeveynlere önemli bir sorumluluk yüklenmektedir.

Bu çalışma, ebeveynlerin dijital teknolojileri nasıl ve hangi ölçüde kullandıklarını fark etme düzeylerini, bu kullanımı kontrol etme becerilerini ve dijital ortamda olumlu bir rol model olma kapasitelerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, çocukların dijital dünyaya daha güvenli ve bilinçli bir şekilde uyum sağlayabilmeleri için ebeveynlerin rehberlik rollerini değerlendirmeyi ve bu konuya yönelik farkındalık oluşturmaya hedeflemektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, okul dışı eğitim programlarına çocuklarını dahil eden ebeveynlere yönelik uygulanan ölçek aracılığıyla dijital ebeveynlik farkındalığının boyutlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, ebeveynlerin dijital teknolojileri kullanım düzeyleri, bilinç durumları ve dijital medya konusundaki bilgi seviyeleri incelenmiştir. Ayrıca, çocukların dijital teknoloji kullanımının yanı sıra, ebeveynlerinin bu teknolojiyi ne ölçüde

kullandığına dair veriler analiz edilerek, dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığının önemi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Önemi

Dijital ebeveynlik, çocukların internet ve dijital cihazlar aracılığıyla karşılaşabilecekleri potansiyel risklerden korunmalarını sağlamak açısından kritik bir kavram olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, ebeveynlerin dijital teknolojilere yönelik bilgi ve beceri düzeylerinin anlaşılması, çocukların dijital dünyada güvenli ve sağlıklı bir şekilde varlık göstermeleri açısından büyük önem taşımaktadır. Araştırmaya katılan ebeveynlere yönelik uygulanan ölçekten elde edilen bulgular, dijital ebeveynlik uygulamalarının etkinliğini değerlendirmenin yanı sıra, bu alandaki stratejilerin güçlendirilmesi ve çocukların dijital dünyada karşılaştıkları risklerin yönetilmesi noktasında katkı sağlayabilecektir.

Araştırma Yöntemi

Bu çalışma, 2024 yılı yaz dönemi boyunca Adapazarı Sosyal Gelişim Merkezi'nde (SGM) düzenlenen çeşitli kurs ve programlara katılan çocukların ebeveynlerine yönelik olarak uygulanan bir ölçek aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve tanımlayıcı araştırma deseni tercih edilmiştir.

1. BÖLÜM: DİJİTAL ÇAĞ

1.1. İletişim Teknolojileri

İletişim, antik çağlardan itibaren düşünürlerin ilgisini çekerek, toplumsal etkileşimlerin, bilgi aktarımının, kültürlerin oluşumu ve korunmasında her dönem kritik bir rol oynamıştır. Zamanla gelişen kitle iletişim araçları, teknolojiden beslenerek (Uğur, 2019) iletişim ve etkileşim alanında sosyal ağlar ve sosyal medya platformları ile başlayan bir dijital dönüşüm sürecine geçiş yapılmıştır.

Endüstri 4.0 ile birlikte teknolojik inovasyonlar hızlanmış, çipler ve mikroişlemciler küçülmüş, teknolojik maliyetler düşmüş, yüksek performanslı cihazlar bireylerin ceplerine girecek kadar küçülmüştür. Telefon ve tablet gibi mobil akıllı cihazlar günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası olurken, aynı zamanda endüstriyel süreçlerin dijitalleşmesini ve otomasyonunu da mümkün kılmıştır (Aktay, 2023). Manuel Castells, ağ toplumunu anlatırken iletişim teknolojilerinin, global yöntem ve cihazlarla insanlar arasında mesafeleri kaldırdığını ifade etmiştir (Özdemir, 2015).

Teknolojik değişimler yeni iletişim biçimleri geliştirilmesine olanak tanırken, aynı zamanda sosyal ve kültürel etkileşimleri de yeniden şekillendirmektedir. Geleneksel medya olarak bilinen televizyonun izleme yoğunluğu toplumlar üzerinde her zaman etkili olurken, yeni medya ile birlikte (Çağıl ve Kara, 2019) ortaya çıkan dijital platformlar bu alanda rekabetçi bir konuma ulaşmıştır.

Bilgiye erişim, eğitim, ticaret ve sosyal alanda birçok avantaj sağlayan internetin sunduğu bu imkanların yanı sıra kullanıcıların fiziksel, psikolojik ve sosyal sağlığını etkileyen yönler de görülmektedir. İnternetin aşırı veya kontrolsüz kullanımı neticesinde bağımlılık, asosyallık, kişilik sorunları başta olmak üzere sosyal ilişkiler değişebilmekte, fiziksel sağlık sorunları ve obezite riski artmaktadır (Özkaya, 2023).

Yeni medyanın en güçlü yanlarından biri olan sosyal medya, bireyler ve topluluklar arasında hızlı bilgi paylaşımı, anlık haberleşme ve kültürel etkileşim sağlamanın ötesinde, sanal dünyalar, sanal gerçeklik vb. yenilikçi teknolojilerle zenginleştirilmiştir. Diğer yandan dijital teknolojinin internetle birlikte hızlı gelişimi ve oluşan büyük veri (Karataş, 2021), yapay zekâ destekli donanımlar sayesinde sayısız veriye ulaşılmasını sağlamış ve bu da kısmen insan gücünün yerini almasına yol açmıştır.

1.2. Türkiye’de İnternet Kullanım Oranları

Teknolojik ilerlemelerin hız kazanmasıyla internet kullanımı küresel düzeyde yaygınlaşırken, Türkiye’deki kullanım oranlarının istatistiksel verilerle ortaya konması, dijital dönüşümün etkisini açıkça göstermektedir. 2023 yılı Türkiye’de hane halkı bilişim teknolojilerinin kullanımıyla ilgili veriler, internetin gündelik hayat üzerindeki etkisinin her geçen yıl daha da arttığını göstermektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2023) tarafından açık bilgi sisteminden ilan edilen verilere göre, 2022 yılına kıyasla %1,4 artış gösteren evden internet erişimi oranı, Türkiye’de %95,5’e ulaşmıştır. Bu durum, internet altyapısının yaygınlaşmasının ve dijital hizmetlere erişimin artışının bir göstergesi olurken, Türkiye’nin web tabanlı geniş bir erişim ağına sahip olduğunu ve hemen her hanede aktif olarak barındırıldığını göstermektedir. İncelemede 16-74 yaş grubunda internet kullanım oranı %87,1’e çıkarak dikkat çekici bir yükseliş kaydettiği görülmektedir.

Dijital 2024: Küresel Genel Bakış Raporuna (Datareportal, 2024) göre Türkiye’de internet kullanım ortalaması 6 saat 57 dakika ile dünya sıralamasında 20. sırada yer alırken, diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye’deki internet kullanım günlük ortalamasının 17 dakika daha fazla olduğu görülmektedir. Diğer yandan aynı yılı içeren araştırmada internet üzerinden alışveriş yapma oranı %49,5 oranında artış gösterirken, bu yükseliş bize e-ticaretin Türkiye’de giderek yaygınlaştığı bilgisini sunmaktadır.

Yine aynı yılı kapsayan araştırmaya göre internet üzerinden öğrenmenin %18,7’lik artışı, eğitimin giderek dijital platformlara taşındığını ve öğrenmede dijital araçların yoğun bir şekilde tercih edildiği anlaşılmaktadır. Dijital öğrenme oranındaki bu artış internetin bize hayatın her alanında temel oluşturduğunu göstermektedir. Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgınıyla birlikte uzaktan eğitim ve çalışma süreçleri, bireylerin internet ve dijital cihaz kullanım becerisi kazanmasını ve geliştirmesini zorunlu hale getirmiştir (Sönmez ve Yakut, 2022).

Dijital kullanımla alakalı olarak en çok tercih edilen mesajlaşma ve sosyal medya uygulamaları arasında WhatsApp %84,9’luk oranla zirvede yer alırken, bu uygulamayı %69,0 kullanım oranıyla YouTube takip etmektedir. Üçüncü sırada ise %61,4 kullanım oranıyla Instagram yer alırken, bu veriler Türkiye’deki interneti en çok iletişim yoluyla elde etmek, video içeriğini izlemek ve görsel içerikleri paylaşmak amacı taşıdığını göstermektedir (TÜİK, 2023).

Türkiye’de internet kullanım oranıyla eğitim sistemi arasında doğrudan bir ilişki içinde olduğu belirgin bir şekilde görülmektedir. Buna göre bir okulu bitiremeyen bireylerin internet kullanım oranı %39 iken, ilkokul mezunlarında bu oran %77,6’ya, ortaokul mezunlarında %94’e, lise veya meslek lisesi mezunlarında %97,6’ya, lisans, yüksek lisans ve üzeri eğitim almış bireylerde %99,4 yükselmektedir (Veri Portalı, 2023).

Bu veriler bireylerin internet kullanma yeteneklerinin, günlük yaşamlarında etkin bir şekilde kullanım içinde olduklarını gösterirken, araştırmalar internetin insan hayatındaki değişimlerini de ortaya koymaktadır. Öngören’e (2022) göre, internetin ve dijitalin önemi anlaşıldıktan sonra, bilgi teknolojileri insan hayatı ve yaşam tarzları üzerinde derin etkiler yaratmıştır.

1.3. Yeni Medya Kavramı

Gelişen teknolojiyle birlikte etkileşim çeşitliliği artarken, web tabanlı çevrimiçi medya araçlarının kullanım sıklığı, bu alanın önemini gözler önüne sermektedir. Bayer ve Özek (2021), dijital iletişim teknolojilerinin devrimiyle birlikte, yazılımlar ve sistemler aracılığıyla büyük verinin aktarılmasını sağlayarak bilgiyi depolayan sistemlerin hakimiyetine vurgu yapmaktadır.

İkinci Dünya Savaşı’ndan yıllar sonra ekonomik ve toplumsal çalışmalarla araştırmacılar tarafından gündeme getirilen yeni medya, son 20 yılda tüm dünyada önemli bir kavram haline gelmiştir. Dilmen’e (2017) göre bu kavram, sadece teknolojik bir dönüşümü ifade etmekle kalmayıp, aynı zamanda sosyal etkileşimlerin, kültürel üretimin ve ekonomik yapıların da yeniden şekillendiği bir ortamı tanımlamaktadır.

Web 2.0 teknolojisiyle birlikte internet, daha erişilebilir ve sınırları genişleyen bir yapıya evrilirken, günümüzde internet tabanlı yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak izleyici ve okuyucular pasif konumdan çıkarak aktif bir rol yüklemektedir. Kullanıcılar gerektiğinde içerik üretici, yorumcu veya soru soran bir katılımcı haline gelebilmektedir (Kayıhan, 2019).

Geleneksel medya olarak bilinen televizyon, dergi, radyo ve gazeteden farklı olan yeni medya, dijital ve sayısal iletişim ortamlarını ifade ederken, sosyal medya platformları, bloglar, video paylaşım siteleri ve dijital yayıncılık gibi araçlar, bu kavramın temel unsurlarıdır (Binark,2015). Dijital medya, küresel bağlantıları güçlendirerek, farklı kültürler ve toplumlar arasındaki etkileşimi arttırmıştır.

Kullanıcılara sağladığı pratik kullanım olanakları, etkin iletişim imkânları ve ekonomik erişilebilirliği, yeni medyanın tercih edilme nedenleri üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Aydın'a (2022) göre, büyük sermaye kontrolündeki yeni medya, ekonomik yapısı ve tutumları nedeniyle sistemin arzuları doğrultusunda şekillenmiştir. Bu bağlamda, Marx'ın kuram ve yöntemlerinden yararlanan araştırmacıların, medyanın ekonomi-politik yaklaşımı üzerine çeşitli çalışmalar yaptığı literatürde görülmektedir. Diğer yandan dijitalleşme ile birlikte medya sektörü de geniş alanda dönüşüme uğramış, geleneksel medya organları dijital platformlarda yer almak zorunda kalmıştır. Mosco'ya (2009) göre, yeni medya kullanıcıları geleneksel medyanın aksine metaya dönüştürülürken, bu süreç büyük veri ile daha da derinleşmekte ve gelişmektedir. Bu durum teknoloji firmalarının yatırımlarını yönlendirmesi konusunda önemli etken olmaktadır.

Berkman'a (2014) göre, dünyanın önde gelen teknoloji ve yazılım şirketleri, değerini artıran ve umut vaat eden yeni medya platformlarını satın alma eğiliminde olup, bu girişimleri ciddi bir yatırım aracı olarak değerlendirilmektedir. Arama motoru Google'nın gelişmiş pazar payı, 143 milyar dolarlık değeriyle etkinliğini ve ekonomik gücünü gözler önüne sererken, Google'nın dünya çapında en değerli üçüncü marka olarak açıklanması önemli bir faktör olarak dikkat çekmektedir (Fortuneturkey, 2019).

1.4. Yeni Medya Çeşitleri ve Uygulamaları

Yeni medya uygulamaları, dijital teknolojiler ve internetin sunduğu olanaklarla şekillenen, kullanıcılara etkileşimli bir deneyim sunan ve kullanımı teşvik eden platformlardır (Lister vd., 2009). Yeni medyanın sağladığı hız, etkileşim ve erişilebilirlik, küresel bağlantıyı artırmış ve toplumsal yapıları yeniden şekillendirmiştir (Bauerlein, 2011). Aşağıda gösterilen Tablo 1'de yeni medya araçları, tanımı ve özelliklerine yer verilmiştir.

Yeni medya	Tanımı	Özellikleri
Sosyal Medya	Kullanıcılarının kendilerini rahatça ifade edebildiği, fotoğraf ve video paylaşabildiği bir iletişim platformu.	Web tabanlı karşılıklı etkileşim, anlık ve hızlı iletişim.
Mobil Uygulamalar	Bilgi ve eğlence amaçlı kullanıcıya zaman ve mekân fark etmeksizin kullanma imkanı sağlar.	Kişisel isteklere göre şekillenen mobil kullanım.
Online Mecralar	İnternet üzerinden erişilebilen ve kullanıcılarına çeşitli hizmetler sunan platformlar.	Hızlı ve geniş iletişim imkânı, interaktif ve dinamik içerik.
Web 3.0	Daha zeki ve özelleştirilmiş bir web deneyimi sunar.	Yapay zeka, çoklu veri, kişiselleştirilmiş arama.
Arama Motorları	İnternet üzerinden bilgiye erişme.	Kişisel istek ve beklentilere cevap vermesi.
Video Paylaşım Siteleri	Video içeriklerinin yüklenebilip paylaşabildiği online platformlar.	Geniş kitlelere video içerik sunma, kullanıcı etkileşimi, anlık geri bildirim.
Bloglar	Yazı ve bilgi notlarıyla görüşlerin paylaşıldığı alanlar.	İfade özgürlüğü, gündeme getirme ve kitlelere iletme.
Podcastler	Kişiselleştirilmiş içeriklerle seriler halinde sunulduğu mecralar.	Her an dinlenebilir ve indirilebilir.

Tablo 1: Yeni Medya Araçları, Tanım ve Özellikleri

Kaynak: Akademi, 2024

1.5. Çocukların İnternet Kullanım Amaçları

Göksel ve Kobak (2023), iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve kullanım alışkanlıklarının gündelik yaşamın bir parçası haline gelmesinin, özellikle ağ toplumu içerisinde büyüyen çocukların çocukluk kültürlerini dönüştürdüğünü belirtmektedir. Bu dönüşüm sürecinde video oyunları, çocukların yeni sanal dünyayla tanışmalarında önemli bir rol oynamaktadır.

TÜİK'in çocukların internet kullanımıyla alakalı olarak hazırladığı 2024 yılı araştırma raporuna göre (Anadolu Ajansı,2024), Türkiye’de çocukların yüzde 91,3’ünün internet kullandığı belirlendi. İstatistiklere bakıldığında Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması raporuna göre (TÜİK, 2021) eğitim dışında çocukların oyun platformlarını kullandığı, video izlediği, sosyal medyayı kullandığı ve çeşitli mobil uygulamalar hakkında bilgi edinip internette çeşitli konularda aramalar yaptığı belirlendi. İnternete erişim olanaklarının artması, çevrim içi riskleri de beraberinde getirirken, internetin eğlence, iletişim ve eğitim kaynağı olarak işlev görmesi bu teknolojinin kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Çocuklar, internet aracılığıyla dünyayı eğlenerek keşfetme fırsatı bulurken, karşılaşılacakları risklerin varlığı göz ardı edilmemelidir (Çelen, Çelik ve Seferoğlu, 2011). Uyar ve Hasdemir’e (2021) göre çocuklara imkân verildiğinde internet sayesinde birçok konuda araştırma yapıp, görüş bildirebilir, karar verme sürecine etkin katkı sunabilir.

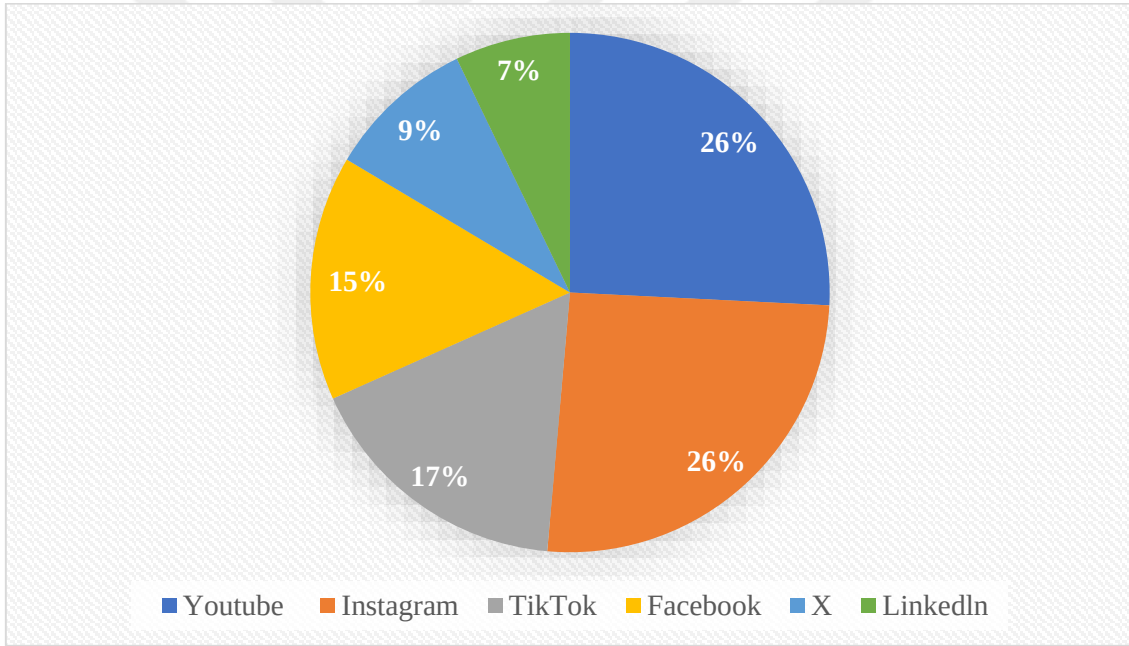
Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, iletişim araçlarının kullanımında aktif ve pasif izleyiciler arasındaki farkı yorumlayan bir yaklaşımdır ve bu yaklaşımın temeli, toplumsal ve psikolojik beklentilere dayanmaktadır. Bu beklentiler, ihtiyaç duyulan doyumlar veya istenmeyen sonuçlarla ilişkilidir ve dolayısıyla günlük yaşamda kitle iletişiminin etkin olduğu söylenebilir (Büyükbaykal ve Temel, 2019). Bu yaklaşım çerçevesinden bakıldığında çocukların internet kullanım nedenleri ve pratikleri kişisel özelliklerine ve ilgi alanlarına göre değişmektedir.

1.5.1. Sosyal Medya

Günümüzde sosyal medya, bireysel, toplumsal ve kurumsal düzeylerde etkili bir iletişim aracı olarak önemli bir rol oynamaktadır. Kullanım oranlarına bakıldığında Dijital Global Genel Bakış ve Türkiye Raporuna göre (2024) dünya genelinde teknoloji ve dijitalleşmenin etkileri oldukça belirgin hale gelmiştir.

Rapora göre, 5,65 milyar kişi mobil teknolojilere sahip iken, 5 milyar kişinin sosyal medya kullanıcısı olduğu, 5,44 milyar insanın çevrim içi olduğu belirtilmiştir. Türkiye, sosyal medya kullanım oranlarında %66,8 ile dünya sıralamasında 43'ncü sırada yer alırken, günlük ortalama kullanım süresi 2 saat 44 dakika olup, global araştırmalarda 14. sırada yer almaktadır.

Raporda tüm yaş gruplarındaki bireyler için sohbet ve mesajlaşma uygulamalarının en popüler kullanım alanı olarak 1. sırada yer almaktadır. Türkiye nüfusunun %93,8'i mobil bağlantı sahibi olup, %67,4'ü sosyal medya kullanıcısı olarak verilere yansırken, Türkiye'nin sosyal medya fenomenlerini takip etme oranı ise diğer ülkelere kıyasla %11,7 ile 49. sırada yer almaktadır. Sosyal medya kullanımı açısından Türkiye'de, öne çıkan platformlar Instagram ve TikTok olurken, Instagram, 21 saat 24 dakika ile birinci sırada yerini almaktadır.



Grafik 1: Türkiye’de Sosyal Medya Kullanım Oranları

Kaynak: Global, 2024

Dijital medya ve sosyal medyanın etkisinin giderek artması, Türkiye’de bu alanlarda işlenen suçların hukuki bir zemine oturtulmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu çerçevede, “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi” hakkındaki kanun Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde kabul edilerek yürürlüğe girmiştir. Söz konusu düzenleme ile sosyal medya platformlarının

daha sorumlu bir şekilde faaliyet göstermesi ve kullanıcı güvenliğinin artırılması hedeflenmiştir (Mevzuat, 2020).

1.5.2. İnternette Bilgiye Erişim

İnternet, günümüzde en etkin ve yaygın araçlardan biri haline gelirken, bilgiye erişim, öğrenme ve kişisel gelişim isteyenler için önemli bir fırsatlar sunmaktadır. Kullanım pratikleri incelediğinde özellikle 1995 sonrası doğanların web tabanlı teknolojilere, dijital ve gelişmelere gösterdiği ilgi, önceki kuşaklardan farklı olarak yorumlanmaktadır (Akkayas, 2021). İnternet merkezli öğrenmeye açık, gelişime yönelik ve değişimleri takip eden bu kesim, “İnternet kuşağı” olarak tanımlanırken, (acikbilim.com, 2013) bu kuşağın teknolojinin getirdiği değişimlerden etkilenecek farklı beklentilere sahip olmuştur.

Araştırma ve öğrenmenin yanı sıra; erişebilirlik ve etkileşim etkisiyle güçlenen yeni medya araçları, iletişim ve bilgiye erişim alanlarında önemli bir dönüm noktası haline gelmiştir. Kullanıcılar sadece pasif tüketiciler olmaktan çıkmış ve karşılıklı etkileşimin olduğu bir döneme girilmiştir. Bu gelişme Kazaz (2007), bilgiye erişim tutumlarını ve kullanıcıların bu alandaki etkileşim biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir.

Web tabanlı yazılımlar sayesinde bilgiye anlık erişim kolaylaşırken, gazetecilik, siyasi ve iktisadi koşulların etkisiyle tutum belirleyen, prensipleri ve sınırları zamanla değişen bir meslek haline dönüşmüştür (Parlak, 2017). Dijital habercilik için internet bağlantısı ve akıllı cihaz gibi unsurların olması yeterli olurken, maliyetin düşük olması üretici ve tüketici açısından avantajlı görülürken, anlık bilgi ve yoğun erişim interneti daha cazip hale getirmiştir (Enstitü, 2024).

İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, yeni medyada oluşturulan içeriklerin mağduriyetlere yol açmasını önlemek amacıyla gerçekleştirilen yasal düzenlemelerin yanı sıra, Basın İlan Kurumu (BİK) 2022 yılında, basın ahlak esaslarını yeni medya eksenli bir değişime tabi tutmuştur.

Bilgiye erişim açısından yeni medyanın önemli bir araç olduğu istatistiklere yansımaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun yazılı medya istatistikleri, gazete tirajlarının azaldığını ve bilgi ile habere erişimde yeni medyanın tercih edildiğini göstermektedir. 2011 yılında yıllık 2 milyar 130 milyon olan gazete tirajı, 2022 yılında 848 milyon 365 bine gerilemiş, bu düşüş, yeni medyanın gücünü ve etkisini derinleştirdiğini ortaya koymuştur.

1.5.3. Dijital Oyunlar

Akçay ve Özcebe'ye (2012) göre dijital oyunlar, günümüzde konsol, bilgisayar ve mobil cihazlar gibi farklı platformlarda oynanabilen geniş bir yelpazeye sahiptir. Bu oyunlar, teknolojinin gelişmesiyle çevrimiçi ve çevrimdışı (offline) olarak oynanabilmektedir. Cep telefonları ve tabletler gibi taşınabilir cihazlar, oyunlara her yerden erişim sağlama imkânı sunarak dijital oyunların geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Artık oyuncular hareket halindeyken, bulundukları her ortamda dijital oyunları oynayabilmektedir (Toran ve diğerleri., 2016).

Dijital oyunlar, özellikle çocuklar üzerinde dezenformasyona maruz kalma riskini büyütürken, eğlence amacıyla geliştirilse de bazı oyunlar, farklı niyetleri içinde barındırabilmektedir. Anadolu Ajansı (AA, 2023) teyit hattına göre; bazı dijital oyunların sohbet odalarında, çocuklar için uygun olmayan içeriklerin paylaşılması, yanlış bilgi ve maksatlı mesajlarla karşı karşıya kalmaları ciddi düzeyde endişe yaratmaktadır. Bu aşamada bağımlılık, dezenformasyon ve olumsuz içeriklerin varlığına karşılık ebeveynlere önemli rol ve görevler düşmekte olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Bilgi Teknolojileri Kurumu (BTK, 2020) verilerine göre, Türkiye'de dijital oyuncu sayısı 36 milyona ulaşırken, sektördeki toplam hasılat 880 milyon dolara yükselmiştir. Oyun sektörünün yıllar içinde ivmesini giderek artırdığı verilerle ortaya konulurken, söz konusu rakamlar Türkiye'yi teknoloji devleri açısından önemli bir pazar haline getirmiştir. Diğer yandan 2021 yılı itibarıyla Türkiye'deki oyuncu sayısının 41 milyon kişiye ulaştığı sonucu ortaya çıkarken, (Gaming InTurkey, 2021) Türkiye sosyal oyun kategorisinde oyuncu başına 38,4 oyun oturumu süresiyle dünyada birinci sırada yer almaktadır. Açıklanan bu veri, teknoloji şirketlerinin bu alandaki önemini ve yatırım çalışmalarını özetleyen önemli bir göstergedir (ankaraka, 2016).

Sağlık Bakanlığı ise açıkladığı Dijital Oyun Bağımlılığı Çalıştayı sonuç raporunda (2019) çocuk ve ergenlerde dijital oyun bağımlılığı sonrasında travma, olumsuz kimlik gelişimi, kişilik ve sosyal bozukluk, yalnızlaşma, yabancılaşma ve duyarsızlaşma yaşanabildiği belirtilmiştir. Raporda, bağımlı çocuklara ve ergenlere yönelik profesyonel destek verilmesi, kamuda internet ve dijital oyun bağımlılığı poliklinikleri oluşturulması önerisi de yerini almıştır.

1.5.4. Mobil Uygulamalar

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de mobil uygulamalar, günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Özellikle sosyal medya, alışveriş, finans, eğitim ve sağlık alanlarında yoğun ilgi gören mobil uygulamaların çeşitliliği ve rekabeti dikkat çekerken, bu alanlar en çok tercih edilen kategoriler arasında öne çıkmaktadır (e-gifder, 2024). Mobil uygulamalar, kullanıcılara avantajlı erişim imkânları ve kolaylıklar sağlamakta olup, (Sarısakal ve Aydın, 2023) her geçen gün yeni ve farklı uygulamalar geliştirilmeye devam etmektedir. Ayrıca kullanıcıların istek ve beklentilerine uygun uygulamalar olması kullanım oranlarını arttırmaktadır. Yaşamı kolaylaştırarak öğrenme süreçlerini etkileyen mobil uygulamalar sadece yazılımcıların değil bilinen birçok işletmenin de ilgi alanına girmektedir (Yıldırım ve Burçin, 2019). Mobil uygulamaların akıllı cihaz destekleriyle, anne ve babaların çocuklarıyla olan bağlarını destekleyerek gelişimlerine katkı sağlayacak imkanlar sunmaktadır.

Livingstone ve arkadaşlarına (2011) göre, teknolojik gelişmelerle birlikte çocuklar birçok faydaya erişim imkânı bulabilmektedir. Ancak ebeveyn denetiminden yoksun kalan çocukların mobil uygulamalarda siber zorbalık, bağımlılık ve cinsel içerikli mesajlar gibi uygunsuz içeriklere maruz kalması (Poitras ve arkadaşları, 2017), cihaz başında geçirdikleri süreyi artırmaktadır.

Bu bağlamda, ebeveynlerin çocuklarının sağlıklı gelişimini desteklemek amacıyla dijital kullanım alışkanlıklarına ilişkin bilinçli, bilgili ve farkındalık sahibi bir yaklaşım benimsemeleri ve davranışlarını dijital gerçekliklere uygun şekilde düzenlemeleri gerekmektedir (Gökçe ve arkadaşları, 2021).

1.6. Yeni Medya Kullanımı

Günümüzde anlık olaylardan haberdar olmamızı sağlayan ve bazen medyadan daha hızlı bilgi aktaran yeni medya platformları, kitleler açısından önemli bir konuma ulaşmıştır. Güvenirliği tartışılrsa da Terzi’ye (2020) göre, yeni medya, dijitalleşen dünya ve iletişim teknolojilerinin vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Yeni medya, bireylerin sadece haber, bilgi ve eğlenceye hızla ulaşmasının yanı sıra küresel bir ağda iletişim kurmalarına da imkân sağlamaktadır. Ancak bu durum, özel alan ile kamusal alan arasındaki sınırları belirsiz hale getirmiştir (Çaha, 2020).

Yeni medyanın sunduğu olanaklar ve olumlu yönleri, iletişim ve bilgi paylaşımı açısından önemli avantajlar sağlamakla birlikte, olumsuz yönleri de giderek daha fazla dikkat çekmekte ve akademik araştırmalara konu olmaktadır. Bu bağlamda, yeni medyanın avantajlarının yanı sıra, yarattığı risklerin anlaşılması ve yönetilmesi hem akademik hem de pratik çalışmalar için kritik bir öneme sahiptir.

1.6.1. Yeni Medyanın Olumlu Yönlerinin İncelenmesi

İnternet tabanlı yazılımlar ve kullanıcı etkileşimleriyle yeni medyada elde edilen tüm veriler, dijital ortamda sayısal hale gelirken, sosyal medya sayesinde istediğimiz anda biriyle anlık mesajlaşabilir, görüntülü arayabilir, duygularımızı paylaşabilir, mutlu anlarımızı, üzüntülerimizi yani duygularımızı ifade edebiliriz (Bayer ve Özek, 2021).

Yeni medya, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte bireyler ve kitleler arasındaki etkileşimi büyük ölçüde değiştirmiştir. Sarı'ya (2014) göre sosyal medya platformları, diğer yeni medya araçlarına kıyasla erişim ağını genişletmekte ve sağladığı iletişim olanakları ile hedef kitlelere daha etkili ve hızlı bir şekilde ulaşılmasını sağlamaktadır.

Karşılıklı etkileşimle çevrimiçi bir araya gelen insanlar (Safko ve Brake, 2009) aralarında çeşitli aktivite ve davranışlar geliştirmektedir. Yeni medya, etkileşimli bir yapı sunarak tek yönlü iletişimi ortadan kaldırırken, Kınık'a göre (2017) kullanıcılar hem içerik üretebilir hem de diğer kullanıcılarla veya içerik sağlayıcılarıyla doğrudan etkileşim kurabilmektedir.

Yeni medya, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırarak iş dünyasında önemli bir dönüşüme de yol açmıştır. İş fikirlerinin gelişmesine önemli derecede katkı sağladığı görülen yeni medya (Chai ve Fan, 2017) araçlarından biri olan sosyal medya platformları işletmeler için müşteri etkileşimini ve istihdam süreçlerini destekleyen güçlü platformlara dönüşmüştür (Alkara , 2021). Sosyal medya ticari açıdan bakıldığında tanıtma, tanınma, ün sağlama, beğenilme ve kazanç sağlama konularında yeni ve geçerli bir mecra halini almıştır (Toksoy , 2023).

Yeni medya toplumsal açıdan sorunların dile getirilmesi adına önemli bir demokratik araca da dönüşmüştür. Dağtaş (2008), internetin giderek yaygınlaşmasını, aktivizm hareketlerinin bu yeni ortama taşınmasının önünü açtığını, dijital uygulamaların hak ve adaletin aranarak kolektif etkilerin yaratıldığı alanlar haline geldiğini ifade etmektedir. Bireylerin görüşlerini bildirmesi, bu görüşünün kısa sürede ilgili mercilere ulaşması

demokratik açıdan önemli görülürken, bu etkileşimlerin toplum aleyhine farklı amaçlar için kullanıldığı da bilinmektedir (Cem ve Vardarlıer, 2019). Yeni medyanın olumlu yönlerinden biri de kamu hizmetlerinin dijital mecraaya taşınmasıdır. Türkiye bu değişim ve dönüşüm kapsamında e-devlet başta olmak üzere dijital uygulamalarda yapay zeka destekli Dijital Devlet projesini içeren eylem planını hazırlamıştır. Bu amaçla Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi (2018) kamu kurum ve kuruluşlarının kurumsal süreçlerini elektronik ortama taşıyarak Dijital Türkiye (e-Devlet) ve siber güvenlik koordinasyonunu aynı çatı altında toplamıştır.

Kamunun bu alanda gerçekleştirdiği yatırımlar arasında, yaygın ve gelişmiş internet altyapısının oluşturulması önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Sanal ortamda bireylerin mahremiyetinin korunması, kişisel verilerin ihlalinin önlenmesi ve bilgiye erişim özgürlüğünün sağlanması, bu doğrultuda atılmış kritik adımlar arasında yer almakta olup, kamu otoritesinin bu süreçte üstlendiği rol büyük bir önem taşımaktadır (Koç, 2014).

Yeni medyanın olumlu yönlerinden biri de şüphesiz iletişimde karşılıklı anlık bilgi akışının kesintisiz sağlanmasıdır. Bu aşamada yeni medyanın özellikle afet iletişiminde artan enformasyon ihtiyacının karşılanmasında önem taşıdığı bilinmektedir. Dijital medyanın etkileşimi özellikle afet dönemlerinde ortaya çıkarken, sağladığı koordinasyon iletişimiyle büyük kolaylıkları getirmiştir.

Türkiye son yıllarda yaşadığı acı felaketlerle afet iletişimi konusunda önemli avantaj ve kapasiteye ulaşarak mağduriyetlerin önlenmesi adına ciddi adımlar atmıştır (AFAD, 2024). Etkili iletişim sağlanması, ekonomik gelir kaynakları yaratması ve kamusal alanda yapılan yatırımları desteklemesi gibi avantajlarıyla yeni medya, afet iletişimi bağlamında da stratejik bir öneme sahiptir.

1.6.2. Yeni Medyanın Kullanıcılar Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Yeni medya, sosyal hayatın akışı içerisinde sağladığı avantajların yanı sıra, kullanıcı kaynaklı birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Sosyal medyada hakaret, zorbalık, tehdit, şiddet ve ırkçılık içeren mesajlar üretilirken, dezenformasyon amaçlı bilgilerin yayılması, güvenlik, kişisel bilgi ve mahremiyet ihlalleri mağduriyetler yaratarak sorun teşkil etmektedir (Terzi, 2020).

Koçyiğit ve Özkul'a (2023) göre internet tabanlı teknolojik cihazlar aracılığıyla, kişisel tercihlerini yansıtan kullanıcılar, yaptıkları her arama ve ilgi duydukları her alanla büyük verilerin işlenmesine farkında olarak ya da olmayarak katkıda bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarından yapılan paylaşım ve beğeniler, ilgi duyulan alanlar ve edinilen bilgilere göre oluşturulan veriler dijital ayak izini oluştururken, bunlar zaman zaman farklı amaçlarla kullanılmaktadır (Önder vd., 2016).

İletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi sonrasında elde edilen veriler; gazetecilik, bankacılık, reklamcılık, pazarlama, güvenlik ve halkla ilişkiler gibi birçok sektörde hedef kitle olarak değerlendirilmektedir. Ortaya çıkan bu durum etik tartışmaları beraberinde getirirken, toplanan hassas bilgilerin kötüye kullanılma potansiyeli sorun olarak görülmektedir (Ergen, 2018). 2014 yılında yaşanan Facebook–Cambridge Analytica veri skandalı somut bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaklaşık 50 milyon kullanıcının kişisel tercihlerine dayalı olarak hazırlanan veriler, dönemin seçim sürecinde etkili bir araç haline getirilmiş; Cambridge Analytica'nın bu etik tartışmalara yol açan ihlali sonrasında Facebook, kamuoyundan özür dilemek zorunda kalmıştır (BBC, 2019).

Yeni medya dijital verilerin kayıt altına alınmasının yanı sıra önemli derecede yönlendirici etkisiyle de ön plana çıkmaktadır. Günümüzde medya, daha fazla izlenmeyi ve daha fazla kar edinmeyi amaçlayan hedefleyen kuruluşlar haline gelirken, Amerika ve Avrupa'ya ait medya egemenliği küresel bir kültür ve bilinç oluşturulmasında etkin bir rol oynamaktadır. Medyanın zihin yönlendirdiğine yönelik çalışmalar yapan Walter Lippmann, "Kamuoyu" (2011) isimli çalışmasıyla bu duruma dikkat çekmiştir.

Medyanın güçlü etkisini hipodermik iğne olarak yorumlayan Harold Lasswell ise, (Çakı, 2019) medyanın kitleleri yönlendirme ve etkilemede son derece güçlü olduğunu ifade etmektedir. Türkiye'de yeni medya alanında bir araştırma yapan STM Teknolojik Düşünce Merkezi (Thinktech, 2013), geleneksel medyanın zayıflayan etkisine vurgu yaparak, sosyal medyanın habere ulaşma, öğrenme ve bilgiyi araştırma konusunda daha önemli olduğunu açıklamıştır.

Toplumun medyaya karşı güven sorunu duyduğunu, özellikle sosyal medyada hızla yayılan dezenformasyon amaçlı bilgilerin bu durumu derinleştirdiği ifade eden Arat ve Aslan'a (2021) göre bilgiyi değerlendirmek farklı boyutlara taşınmıştır. Bu bağlamda, etkin bir yaptırım ve içerik denetimi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

İletişim teknolojilerinin gelişimi medyanın akışını hızlandırmış ve küresel paylaşımı kolaylaştırmış olsa da bu güçlü gelişme aynı zamanda dezenformasyonun (yanlış veya yanıltıcı bilgi yayma) hızla ilerlemesine de zemin sağlamıştır. Dezenformasyonla mücadele yeni medyanın gelişimiyle birlikte önemli bir alan haline gelirken, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı bünyesinde, “Dezenformasyonla Mücadele Merkezi” kurulmuştur (İletişim, 2024). Sosyal medya da kullanıcıları tarafından sehven ya da kasten büyütülen teyit edilmemiş bilgiler, kitleleri hızla manipüle ederken, amaçlanan karmaşanın daha büyük boyutlara taşınmasına yol açmaktadır. Bu alanda doğrulama yani teyit yapılması ciddi önem taşımaktadır (Teyit, 2024).

Özellikle çocuk ve toplumun tüm kesimlerini yanlış bilgiye karşı koruma amacıyla çeşitli rehberler ve eğitim yayınlarını hazırlayarak dezenformasyonla mücadelede önemli bir rol üstlenen TRT, sosyal medyadaki bilgilerin popülerliğine göre öne çıktığına dikkat çekmektedir (TRT, 2020). Yeni medyanın gelişimiyle birlikte dijital platformlarda hızla yayılan içeriklerin denetlenmesi, kullanıcıların haklarının korunması ve yanlış bilgilerin engellenmesi amacıyla Türkiye’de çeşitli yasal düzenlemeler yapılmıştır (Kanun, 2020). Diğer yandan kitle iletişim araçları üzerinden sunulan modeller, çocuk ve ergenler üzerinde yeni davranış kalıplarının öğrenilmesinde ciddi önem taşımaktadır.

Sırf popüler olduğu için şiddete dayalı, cazip hale getirilen rol modeller yanlış öğrenme deneyimlerine yol açabilmektedir. Bu yönüyle internetin hızlı gelişimiyle birlikte, sosyal medya platformları son yıllarda çeşitli sorunlara ve tartışmalara yol açmıştır. Kullanıcılar tarafından paylaşılan içerikler, dijital mahremiyet kavramını önemli bir gündem maddesi haline getirmiştir.

Bu platformlar bağımlılığa dönüştüğünde bireylerin hayattan izole olmasına sebep olabilmekte, aşırı sosyal medya, online oyun ya da diğer dijital uygulamaların kullanımı yalnızlık duygusunu arttırmaktadır (Arslan , 2024). Türkiye’de Güvenli İnternet Merkezi, diğer bir sorun olan mahremiyet konusunda farkındalığı artırmak ve güvenli bir ortamı sağlamak amacıyla rehberler hazırlayarak, özellikle anne ve babalara yönelik çeşitli tavsiyeler sunmakta olduğu görülmektedir (guvenliweb, 2024).

Bu gelişmelerle birlikte modern çağın en yaygın sorunlarından biri olan teknoloji bağımlılığının özellikle çocuklar arasında hızla yayılmakta olduğu Dünya Sağlık Örgütü’nün (2021) raporlarına yansırken, bu durumun ruhsal bozukluklara neden olabileceği belirtilmektedir. Amerikan Psikoloji Derneği (Dijital Kılavuz, 2019) çocuklar

için yaş grubu bazında ekran kullanım süre ve önerilerini tüm kurumlara sunmuştur. Teknoloji bağımlılığıyla mücadele konusunda Milli Eğitim Bakanlığı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlıklarının yanı sıra Yeşilay başta olmak üzere bazı kurum ve kuruluşlarda çalışmalar yapmaktadır (Yeşilay, 2024).

Bağımlılığın yanı sıra son yıllarda siber zorbalık konusu da sıkça gündeme gelmektedir. UNICEF'e (2019) göre siber zorbalık ruhsal, fiziksel ve duygusal olarak bireyleri etkileyerek yaşamlarında ciddi sorunlara yol açarken, zorbalığın durdurulması açısından olayların tespiti ve bildirilmesinin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı da zorbalığın gizli kalmaması gerektiğini ve ivedi tedbir alınması gerektiğini kamu spotları ve görsellerle kamuoyuna sunarak önleyici çalışmalarda etkin rol oynamaktadır (SiberAy, 2024).

Bu sorunlara ilave olarak yeni medyanın içerikleri bakımından incelendiğinde oluşturulan etik ihlallerin son yıllarda artarak devam ettiği görülmektedir. İnsanların davranış ve yargılarını ahlaki temeller üzerinden inceleyen bir felsefe dalı, etik olarak adlandırılmaktadır. Ahlak felsefesi olan etik kavramı son yıllarda çok çeşitli araştırmalara konu olmaktadır.

Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik kitabında (Güven, 2021), etik sorunlar sıralanırken, kitap üzerinde yapılan incelemeye göre, etik problemler arasında özel hayatın ihlali, telif hakları ihlali, kaynak gösterilmemesi, kişisel verilerin korunmaması ve ihlali, dijital gözetim, haber ve reklam arasındaki sınırların kaybolması, yanıltıcı reklamlar, yönlendirme faaliyetleri, etik tartışmalar ve nefret söylemi gibi konular yer almaktadır.

2. BÖLÜM: DİJİTAL EBEVEYNLİK

Bu bölümde, dijital ebeveyn farkındalığı kavramı, ortaya çıkış süreci ve önemi ele alınmış; konuya ilişkin literatürdeki temel yaklaşımlar ile bu alanda yürütülen farkındalık çalışmalarına yer verilmiştir. Ayrıca, dünyada, Türkiye genelinde ve özel olarak Sakarya ilinde gerçekleştirilen dijital ebeveyn farkındalığına yönelik çalışmalar, ilgili raporlar ve açıklamalar ışığında inceleme yapılmıştır. Bu bağlamda, dijital ebeveyn farkındalığının yerel ve küresel boyuttaki yansımaları değerlendirilerek konuya ilişkin mevcut durum ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2.1. Dijital Ebeveynlik Kavramı

Dijital teknolojilerin hızla yaygınlaştığı günümüzde, çocukların çevrim içi ortamlarda güvenli, bilinçli ve sağlıklı bir şekilde etkileşim kurmalarını sağlamak amacıyla ebeveynlerin üstlendiği sorumluluklar giderek artmaktadır. Dijital ebeveynlik kavramı, ebeveynlerin teknolojinin gelişimine paralel olarak bu alandaki bilgi ve becerilerini geliştirmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, dijital ebeveynlik çocukların dijital teknolojilerle etkileşimlerini sağlıklı bir şekilde yönetebilmeleri ve dijital dünyada karşılaşabilecekleri sorunlarla etkili bir biçimde başa çıkabilmeleri için önemli bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Dijital araçları aktif olarak kullanan, dijital kimliklere sahip olan ve bu teknolojilerle etkileşimde bulunan her anne ve baba, dijital ebeveyn olarak tanımlanmaktadır.

Çocukların sosyal ve kültürel yaşamın önemli bir parçası olması, sağlıklı bir gelecek inşa etmeleri ve başarıları açısından ebeveynlerin iyi birer rehber rolü üstlenmelerini zorunlu kılmaktadır (Dijital, 2019). Çocuğun sosyal, kültürel ve fiziksel gelişiminden sorumlu olan ve onu geleceğe hazırlayan kişiler ebeveyn olarak nitelendirilirken, özellikle anne ve babanın dijital ebeveynlik açısından rol model olması ön plana çıkmaktadır (Erden ve Uslupehlivan, 2021).

Çocuklarının korunması ve sağlıklı bir şekilde yetişmesi için özen gösteren anne ve babalar, dijital ortamların potansiyel zararları konusunda ciddi endişeler taşımaktadır (Lampard, Jurkowski ve Davison, 2013). Bununla birlikte, çocukların internette geçirdiği sürenin ebeveyn tutumlarıyla yakından ilişkili olduğu belirlenmiştir (Nikken ve Schols, 2015). Çağın gerekliliklerine uygun çocuk yetiştirmek büyük bir önem taşıırken, bu süreçte medya okuryazarlığı, kontrolcü denetim, etik yaklaşım ve yenilikçilik gibi dijital

ebeveynlik rolleri, çocukların sanal dünyanın risklerinden korunmasında önemli bir aşama olarak görülmektedir (Rehber, 2019).

Farkındalığa dikkat çekmek amacıyla arama motoru Google tarafından 7-14 yaş arasındaki çocukların ebeveynlerine yönelik dijital ebeveynlik eğitimleri verilirken, Türkiye Bilgi Teknolojileri Kurumu tarafından da online eğitimlerde üretim ve tüketim odaklı kullanım, dijital yerli ve göçmen kavramları, ailenin rolü, çocuklar için teknolojinin rolü gibi konular ele alınmaktadır (BTK, 2023). Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar'a (2016) göre çocuk ve ebeveyn arasındaki sıcak bir aile ilişkisi, çocuğun gelişim alanlarında güçlü bir temel oluştururken, bu durum çocuğa özgüven kazandırmakta, bilişsel becerilerini ve sosyal becerilerini olumlu yönde etkilemektedir.

Diğer yandan, çevrimiçi ve çevrimdışı oyunlar, sosyal medya ve çeşitli mobil uygulamaların yanlış kullanımı, çocukların sağlığını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu tür sorunlar, dijital ebeveynlik kavramının ve araştırmaların önemini bir kez daha ortaya koymaktadır (Manap ve Durmuş, 2021). Rode (2009) tarafından ortaya konulan dijital ebeveynlik kavramı, Yurdakul ve arkadaşlarına (2013) göre çeşitli rolleri beraberinde getirirken bazı görevlerini ön plana çıkarmaktadır.

TRT Akademi'de gerçekleştirdiği röportajda bilen, öğrenen, öğreten ve kullandıran ailenin önemine değinen Gökay (2016), anne ve babaların içinde bulunduğumuz çağın şartlarına uyumlu olması gerektiği ifade etmiştir. Güvenli Web adresinde dijital ebeveynlere yönelik rehber yayınlayan Bayzan (2023) ise önerilerini aşağıdaki gibi sıralamıştır;

- Ebeveynler sosyal medyayı kullanmalıdır.
- Anne ve babalar dijital dünyaya uzak olmamalı ve bunu kavramalıdır.
- Sosyal medyada çocukları takip edip, denetlenmelidir.
- Gerçek dünya ile dijital dünya arasında bir fark olmadığı çocuklara anlatılmalıdır.
- Dijital dünyanın sağladığı avantajlarından yararlanılmalıdır.
- Finansal bilgiler çocuklara anlatılmamalı, mahremiyet sınırı aşılmalıdır.
- Tüm tedbirlere rağmen çocuk hata yapabilecektir.

Çocukların interneti genellikle eğitim, eğlence, iletişim, keşfetme ve üretme amacıyla yoğun bir şekilde kullanmakta oldukları görülürken, bu süreçte teknolojinin sunduğu fırsatlardan yararlanabilmeleri, karşılaştıkları riskleri yönetebilmeleri etkin ve yetkin olmaları önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.



Şekil 1: Dijital Ebeveyne Ait Roller

Kaynak: Yurdakul, Dönmez ve Odabaşı, 2013

Dijital dünyanın hızla genişlemesiyle birlikte, çocukların teknoloji destekli gelişim süreçlerinin güvenli bir şekilde izlenmesi, ebeveynlerin dijital medya kullanımına yönelik farkındalıklarının artırılmasını zorunlu kılmaktadır (Aksallı, 2024). Bayzan ve arkadaşlarına (2023) göre, sosyal medya platformlarında dikkatsizce paylaşılan içerikler, çocuklar üzerinde zaman zaman telafisi zor mağduriyetlere yol açabilmektedir.

İçerik analiz çalışması yaparak internet kullanımına bağlı sorunları inceleyen Eroğlu ve arkadaşları (2024), problemlili internet kullanımı, dijital tükenmişlik, teknostres/dijital stres, ekrana maruz kalma, internet bağımlılığı ve uzaktan eğitime bağlı sorunlar gibi temaların bu bağlamda ön plana çıktığına vurgu yapmıştır.

2.2. Medya Okuryazarlığı ve Ebeveynlik

Haliç Üniversitesi'nin (2024) tanımına göre medya okuryazarlığı, medya içeriklerini analiz etme, yorumlama, değerlendirme ve eleştirel bir bakış açısıyla anlama yetisini geliştiren bir süreç olarak tanımlanırken, bireylerin sorgulama ve karşılaştırma kabiliyeti kazanmasını sağlamaktadır. İletişim teknolojilerinde yaşanan değişimle birlikte gazete, dergi, televizyon, bilgisayar ve internet gibi kitle iletişim araçlarını, okuma-yazma becerisinden daha fazlasına ihtiyaç duyulmaktadır (Yıldız ve diğerleri, 2018).

Ebeveynler ve çocukların, günlük yaşamlarında risklerle karşılaşmamaları ve olası sorunları en aza indirmeleri için bilinçli birer medya okuryazarı olmaları gerekmektedir. Okuduğunu anlayan ve sorgulayan bir anlayışla hareket etmek, aynı zamanda güçlü aile içi iletişimde farkındalık yaratılmasına da katkı sağlayacaktır (Karaboğa, 2019).

Bu önemle medya okuryazarlığının eğitim müfredatına dahil edilmesi konusundaki öneri, Türkiye'de 2003 yılında Ankara'da düzenlenen İletişim Şurası'nda gündeme gelmiştir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü ve TRT'nin katkılarıyla düzenlenen bu şura sonrasında medya 2007 yılında Türkiye'de bazı pilot illerde medya okuryazarlığı eğitimi seçmeli ders olarak uygulanmaya başlamıştır (RTÜK, 2004). Türkiye'nin medya okuryazarlığı alanında yaptığı çalışmalar, dijital içeriklerin anlaşılması ve değerlendirmesi açısından önemli görülürken, bu çalışmalar genel olarak farkındalığı arttırmaktadır. Dolayısıyla düzenlenen farkındalık programları ve eğitimler ailelerin dijital dünyadaki riskleri ve fırsatları daha iyi değerlendirmelerini ve çocuklarına bu alanda rehberlik etmelerini mümkün kılmaktadır (Eğitim, 2021).

Anaokulu döneminden itibaren sorgulama yeteneğine sahip bireyler yetiştirmek, çocukların dijital yaşamlarının ebeveynler tarafından bilinçli bir şekilde yönlendirilmesini ve tasarlanmasını gerektirmektedir. Bu süreçte, çocukların fikirlerini ifade etmelerine olanak tanımak ve dijital cihaz kullanım sürelerini dikkatle yönetmek büyük önem taşırken, ebeveynler için destekleyici ve eğitici birçok programın olması da avantaj olarak görülmektedir (Akademi, 2024).

2.3. Dijital Ebeveynlik Farkındalığı Çalışmaları: Küresel İnceleme

Dijital ebeveyn farkındalığı, artan dijitalleşme ile birlikte önemli bir konu haline gelmiştir. Çocukların siber zorbalık, zararlı içeriklere maruz kalma, çevrim içi gizlilik ihlalleri ve dijital bağımlılık gibi risklerle karşılaşması, ebeveynlerin bu alandaki bilinç düzeyini artırma gerekliliğini doğurmuştur.

Bu amaçla EU Kids Online-Avrupa Çevrimiçi Çocuklar çalışma grubu; 25 Avrupa ülkesinde gerçekleştirdiği çalışmayla, internetin çocukların günlük yaşamının ne kadar entegre bir parçası haline geldiğini ortaya koymaktadır. 9-16 yaş arası çocuklar üzerinde yapılan anket çalışmasına göre, internet kullanımının küçük yaşlardaki çocuklar için vazgeçilmez hale geldiği vurgulanmaktadır. EU Kids (2020) araştırmasına göre, ankete katılan çocukların %19'u siber zorbalığa maruz kaldığını belirtirken, %30'u tanımadıkları kişilerle çevrimiçi sohbet etmeyi, diyalog kurmayı riskli bulmalarına rağmen bu durumu motive edici ve zaman geçirmeye yönelik bir etkinlik olarak değerlendirmiştir.

Katılımcıların %68'i, ebeveynlerinin internette yaptıkları faaliyetler hakkında bilgi sahibi olduğunu belirtirken, çocukların güvenlik tavsiyesi almak için en çok ebeveynlerine başvurduğu, bunu öğretmenlerin ve arkadaşların takip ettiği görülmüştür. Küresel ölçekte

gerçekleştirilen bu ve benzer tespitlerin ardından bir dizi farkındalığı arttırıcı tedbirlerin alındığı görülmektedir. Teknoloji devi Google (2019) başta olmak üzere ABD’de bulunan teknoloji devleri Dijital Medya Okuryazarlık çalışmalarına yer verip, bu alanda farkındalık yaratacak çalışmalara imza atmışlardır.

Farkındalık düzeylerini arttıracak adımların ise tarihi gelişimlere baktığımızda çeşitli örnekler karşımıza çıkmaktadır. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen (2005) 1. Uluslararası Medya Okuryazarlığı konferansında, medya okuryazarlığı konusundaki ilk eğitim programının 1932 yılında ABD’li yayın organı New York Times tarafından başlatıldığı vurgulanmıştır. Proje kapsamında, ilk etapta 17 bin okula farklı içeriklere sahip gazeteler gönderilmiş ve bu çalışmaya binlerce öğretmen katılmıştır.

Diğer yandan medya okuryazarlık alanında İngiltere’nin önemli bir rol oynadığı, Leavis ve Thompson’un 1933 yılında yayımlanan, “Culture and Environment” adlı eserine dayandırılmaktadır. Leavis ve Thompson’un bu çalışması, öğrencilerin medya içeriğini daha bilinçli ve eleştirel bir şekilde değerlendirebilmelerini hedeflemiştir (Medya Okuryazarlığı, 2015). Yine başka bir Avrupa ülkesi olan İtalya’da ise 2010 yılından itibaren lise öğrencilerine yönelik dijital medyanın kullanımı konusunda kapsamlı eğitim programları başlatırken, Almanya ve İsviçre gibi ülkelerde medya ve dijital okuryazarlık projeleri kapsamında çeşitli eğitimler sunulmakta, ebeveynlerin dijital dünyada bilinçli rehberler olmaları hedeflenmektedir (teyit.org.tr, 2018).

2.4.Türkiye’de Dijital Ebeveynlik Farkındalığı Çalışmaları

Türkiye’de ebeveynlerin dijital dünyada çocuklarına rehberlik edebilme yeteneklerini geliştirmek ve internetin potansiyel risklerine karşı bilinçli hareket etmelerini sağlamak amacıyla kurumlar ve sivil toplum kuruluşları tarafından çalışmalar yapılmaktadır. Bu kapsamda Milli Eğitim Bakanlığı (MEB, 2024) çocukların dijital dünyada güvenli bir şekilde hareket edebilmeleri için ebeveynlere yönelik çeşitli seminerler ve eğitim programları düzenlerken, ayrıca rehberlik hizmeti verilmektedir.

Sağlık Bakanlığı ise hazırladığı, “Teknoloji Bağımlılığı Ebeveyn Rehberi” ile ebeveynlerin çocuklarının dijital cihaz kullanımını sağlıklı bir şekilde yönetmeleri için rehberlik etmeyi amaçlamaktadır. Rehberde, özellikle doktor tavsiyelerine yer verilmiş ve ebeveynlere yönelik “Yapın, yapmayın!” gibi net ifadelerle pratik öneriler

sunulmuştur (Teknoloji Bağımlılığı Ebeveyn Rehberi, 2023). Sağlık Bakanlığı'nın ifadeleriyle benzerlik gösteren RTÜK'ün kamu spotları yönergesi kapsamında dijital ebeveynlik ve teknoloji bağımlılığı konusunda Türkiye'deki televizyon kanallarında kamu spotları yayınlanmaktadır (Yönerge, 2009).

Milli Eğitim ve Sağlık Bakanlığı ile RTÜK'ün yanı sıra İçişleri Bakanlığı'na bağlı Emniyet Genel Müdürlüğü de dijital dünyanın risklerine karşı çocuklara ve ebeveynlere yönelik dijital güvenlik konusunda farkındalığı artırmayı hedeflemektedir. Kimlik ve banka bilgilerini paylaşmama, güçlü parola, casus yazılımlar ve gizlilik ayarları konularına dikkat çeken güvenlik güçleri, siber suçların önlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (EGM, 2021). Türk Telekom, TÜBİTAK ve Siber Güvenlik Kurumu gibi çeşitli kurumlarla iş birliği yapan Türkiye Ulusal Siber Olaylara Müdahale Merkezi (USOM, 2010), Türkiye'nin siber güvenliğini sağlamak ve olası siber tehditlere karşı etkili bir şekilde mücadele etmektedir.

Dijital ebeveynlik aile kurumu açısından etkileyici bir öneme sahip olurken, ailesinde değer görmeyen çocukların, bu eksikliklerini dijital oyunlar aracılığıyla gidermeye çalıştığı, bunun da çocukların gelişiminde olumsuz etkiler yaratabildiği görüşü savunulmaktadır. Ebeveynlerin dijital medya ve çocuk psikolojisi konusunda eğitim alması, çocuklarının gelişimini daha sağlıklı bir şekilde desteklemeleri açısından ciddi bir gerekliliktir (Yaralı, 2024). Bu bağlamda Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı da dijital çağda ailelerin karşılaştığı zorluklara ve fırsatlara yönelik Dijital Aile projesini hayata geçirmiştir. Dijital Aile projesi, çocukların dijital medya kullanımını güvenli bir şekilde yönetebilmeleri için etik, iletişim, erişim, haklar, sağlık, güvenlik ve kanun gibi birçok önemli konuyu kapsarken ebeveynlere düşen sorumluluklara da vurgu yapılmaktadır (Aile ve İnternet , 2017).

Diğer yandan dijital güvenliğin sağlanması amacıyla Kişisel Verileri Koruma Kurumu (KVKK, 2024) çocuklar ve ebeveynlere yönelik internet, sosyal medya ve dijital oyun platformlarında kişisel verilerini korumaları için almaları gereken tedbirleri belirlemiştir. Alınması gereken tedbirler ve tavsiyeler, "Dijital Çağda Mahremiyet: Çocukların Kişisel Verilerinin Korunması" adlı bültende bilgiler ebeveynlerin kullanımına sunulmaktadır (Bülten ,2024).

Dijital ebeveynlik konusunda yapılan önemli çalışmalardan biri de Avrupa Yetişkin Öğrenimi Gündemi-6 Projesi olmuştur. Ankara Üniversitesi Yaşlılık Çalışmaları

Uygulama ve Araştırma Merkezi (Yaşam, 2023) ortaklığıyla başlayan proje ile birlikte 45-65 arası yetişkinlere dijital becerilerini geliştirmesi kapsamında neler yapılabileceği ele alınmıştır. Diğer yandan yine Türkiye’de ortaokul kademesindeki öğrencilerin dijital ortamda daha bilinçli ve güvenli bir şekilde yer alabilmeleri, “Dijital Vatandaşlık Eğitimi” projesi başlatılmıştır. Bu proje, özellikle çocukların dijital dünyada insan haklarına saygılı, etik kurallara uygun ve güvenli bir şekilde yer alabilmelerini sağlamak amacıyla şekillendirilmiştir (EBA, 2023). Farkındalık düzeylerini arttırmayı amaçlayan bu çalışmaların genelinde ise manipülasyon ve dezenformasyon içerikli yayınlara karşı T.C. İletişim Başkanlığı bünyesinde kurulan Dezenformasyonla Mücadele Merkezi’nin (DMM, 2024) faaliyetlerine yer verilmektedir.

2.5. Sakarya’da Dijital Ebeveynlik Farkındalığı Çalışmaları

Dijital ebeveyn farkındalığına yönelik çalışmalar, çocukların çevrim içi güvenliğinin sağlanması ve dijital okuryazarlık becerilerinin desteklenmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Yerel düzeyde gerçekleştirilen bu çalışmalar, kültürel olarak uyumlu yaklaşımların geliştirilmesine imkân tanırken, aynı zamanda toplumsal düzeyde dijital güvenlik ve eğitim süreçlerinin güçlendirilmesine de katkı sağlamaktadır.

Ebeveynlerin çocuklarıyla aile içi iletişim kurarak, onlarla ilgilenmek yerine, telefon ve tabletlerle oyalamaları, çocuklar için dijital teknolojileri en önemli araçlarından biri haline getirmiştir. Ebeveynlerin farkında olmadığı bu durum çocukların sağlığı ve gelişimi açısından çeşitli riskleri beraberinde getirirken, bu riskler karşısında ebeveynlerin dijital araçların kullanımı noktasında farkında olması ve plan yapmaya teşvik edilmesi önem taşımaktadır (Çeçen vd., 2023).

Uluslararası Eğitim Teknolojileri Topluluğu dijital okuryazarlığın geliştirilmesi için çeşitli kriterler ve standartlar belirleyerek, eğitimde teknoloji kullanımını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu standartlar, dünya çapında dijital okuryazarlık eğitimine yön verirken yaratıcı ve yenilikçi olmak, etik, iletişim, iş birliği ve eleştirel düşünmeye dikkat çekilmektedir (ISTE, 2020).

Ebeveynleri bilinçlendirmeye yönelik yapılan çalışmalar bağlamında Sakarya Büyükşehir Belediyesi’nin 2023 yılında, “Dijital Çağda Anne-Baba Olmak” adlı söyleşi, 2024 yılında ise, “Dijital Bağımlılık” seminerleri düzenlediği görülmektedir (SBB, 2024). Adapazarı İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü Rehberlik Araştırma Merkezi tarafından da

(Adaram, 2023) Sakarya genelinde görev yapan psikolojik danışman ve rehber öğretmenlere yönelik, “Dijital Dünyada Ebeveyn Olmak ve Güvenli İnternet Kullanımı” eğitim programları düzenlendiği görülürken, Sakarya İl Milli Eğitim Müdürlüğü, “Dijital Veli” olmak konulu yayınlarla anne ve babalara ulaşmaktadır.

Dijitalle ilgili olarak Aile ve Sosyal Hizmetler Sakarya İl Müdürlüğü de “Teknolojiye Hâkim Ol, Aile Sahip Ol” temalı çalıştay ile dikkat çekmektedir. Çalıştayda aileyi, destekleyici stratejiler geliştirilmesi hedeflenmiştir (Aile, 2023). Sakarya’da kurumların bu alanda örneklemeye konu olabilecek çalışmaları gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Son yıllarda çocuklara yönelik çevrim içi tehditlerin artarak ciddi boyutlara ulaştığı ve ekran aracılığıyla çocukların dijital dünyada büyük risklerle karşı karşıya kalmakta olduğu görülmektedir (Bostancı, 2023).

İçişleri Bakanlığı tarafından Sakarya dahil 6 şehirde 12 Ağustos 2024 tarihinde gerçekleştirilen operasyon bu tehdidin gerçeğini gözler önüne sermektedir. Bu operasyonda aralarında çocukların da bulunduğu kullanıcıların mahrem görüntülerini depoladığı belirlenen 7 şüphelinin gözaltına alınması, dijital ortamlardaki tehlikenin boyutunu bir kez daha ortaya koymaktadır (İçişleri, 2024).

3. BÖLÜM: YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın hipotezi, deseni, amacı ve önemi ile birlikte kullanılan yöntem, etik kurul onayı, veri toplama süreçleri ve verilerin analizine ilişkin bulgular ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Ebeveynlerin kontrolsüz dijital medya kullanımları, çocukların davranışlarında olumsuz model oluşturma potansiyeline sahiptir.

H2: Ebeveynlerin, çocukların internete erişim sağlayabilecekleri teknolojik cihazların kullanımını kontrol etme konusunda yetersiz kaldıkları ve denetim ile kısıtlama süreçlerinde ihmal sergiledikleri görülmektedir.

H3: Ebeveynler dijital okuryazarlık alanındaki bilgi ve becerilerini çocuklarına aktararak, onların dijital teknolojileri verimli ve bilinçli bir şekilde kullanmalarını desteklemektedir.

H4: Ebeveynler, çocuklarını dijital ortamların zararlı içeriklerinden koruyarak yeterli bilgiye sahiptir.

3.2. Araştırmanın Deseni

Ebeveynlerin dijital farkındalıklarını ve bu farkındalığın düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma, belirli bir olgunun ya da durumun ölçülmesine yönelik olarak sayısal verilerin sistematik bir biçimde toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanmasını esas alan bilimsel bir araştırma yöntemidir (Garip, 2023).

Bu yaklaşım genellikle hipotezlerin test edilmesi, neden-sonuç ilişkilerinin incelenmesi ve genellemelere ulaşılması amacıyla tercih edilmektedir. Nicel araştırmalarda en çok kullanılan tekniklerden biri olarak anketler öne çıkmakta ve bu yöntemin ideal bir seçenek olduğu belirtilmektedir (Gülbüz ve Şahin, 2014, s. 173). Ayrıca, nicel araştırmalarda genellikle olasılıklı örnekleme yöntemleri tercih edilmekte olup, bu yöntemler kapsamında rastgele seçim teknikleri uygulanmaktadır (Geray, 2011, s. 120).

Araştırma sürecinde olgu öncelikli olarak ele alınır; veri toplama ve analiz, kuramsal çerçevenin oluşturulmasına temel oluşturur (Sönmez ve Alacapınar, 2019, s. 41-42). Araştırma türünde genelleme, uygulama, kontrol ve tahmin yapılabilir, veriler sayısallaştırılabilir. Dolayısıyla nicel araştırmaların temel özellikleri arasında bilginin

objektif olarak belirlenebileceği öngörülmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2003, s. 49). Bu amaçla gerçekleştirilen bu çalışmada Manap ve Durmuş (2020) tarafından geliştirilen Dijital Ebeveyn Farkındalık ölçeği kullanılmıştır.

Çalışmada ayrıntılı ve sistematik veriler toplayarak, bu verileri analiz etmek anlamını taşıyan tanımlayıcı araştırma deseni tercih edilmiştir. Tanımlayıcı araştırma ile ebeveynlerin dijital farkındalık düzeyleri, aile içindeki dijital etkileşimleri ve çocukların dijital güvenliği arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlamaktadır. Araştırma ayrıca dijital medya kullanımının etkilerini anlamaya ve dijital ebeveynlik uygulamalarına dair farkındalık oluşturmaya yöneliktir.

Dijital ebeveynlik farkındalığını etkileyen çeşitli demografik ve davranışsal faktörleri incelemeyi amaçlamayan bu araştırma ile (Gökçe, 2018) ebeveynlerin yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, akıllı telefon kullanım süresi, takip ettikleri dijital platformlar ve okul dışı etkinliklerinin tercih edilme nedenleri incelenip, değerlendirilmiştir.

Yeni medyanın kullanımının artması ve internetin yaygınlaşması, dijital ebeveynliği geniş bir kavram haline getirirken (Mascheroni, Ponte ve Jorge, 2018), aileler gündelik yaşam içinde birbirlerini koruyarak güvenli ve sağlıklı bir yaşam sürmeye önem vermektedir (Rode, 2019).

Televizyon izleme sürelerini düzenlenme ve kontrol etme üzerine odaklanmış olan tutum aslında dijital ebeveynliğin kökünü inşa ederken, bu araştırma ile dijital ebeveyn farkındalığının belirlenmesine yönelik katkı sunulması hedeflenmiştir.

3.3. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Manap (2022), dijital ebeveynlik konusunda yürüttüğü çalışmalar kapsamında iyi bir dijital ebeveyn sayesinde çocukların gelişim dönemlerini sağlıklı bir şekilde atlatabilmekte olduğunu, çağın gereksinimlerine uygun donanımlar edinerek sağlıklı bir şekilde geleceğe hazırlandıkları sonucuna varmıştır.

Dijital ebeveynlik, dijital araçların bilinçli kullanımı ve çocukları olumsuz etkilerden koruma gerekliliğinden doğmuş ve bu kavram, çocukların sağlıklı gelişimi açısından kritik bir öneme sahip olmuştur (Sağlam, 2024). Çocukların teknolojiyi sağlıklı bir şekilde kullanmaları noktasında ebeveynlerin rolü son yıllarda büyük önem taşıırken, çocuklarıyla güçlü aile içi ilişkiler kurmaları, onların dijital dünyayla sağlıklı bir ilişki geliştirmelerini desteklemektedir (Manap ve Durmuş, 2021).

Ebeveynlerin sorumlulukları çocukların doğumundan başlayarak ölümüne kadar olan süreci kapsarken (Korkmaz vd., 2023), literatürde anne ve babaların teknoloji kullanımına karşı yaklaşımları, çocukların dijital dünyanın olumlu etkilerinden yararlanması ve kullanım süresinin düzenlenmesinde belirleyici faktör olarak ön plana çıkmaktadır (Teke,2023). Ebeveynlerin sorumluluklarını anlayarak bu konudaki farkındalıklarını artırmaları oldukça değerli görülürken (Konaş, 2021) bu alanda yapılan çalışmalarda elde edilen veriler ve etkileşimler toplumsal düzeyde dijital bilinç ve sorumluluğun artmasına katkı sağlayabilmektedir.

Anne ve babaların televizyona yönelik stratejilerini dijital medyaya adapte edip etmeyeceği 90'lı yıllardan itibaren araştırmalara konu olurken, dijital medya konusunda zorlanma olduğu görülmektedir (Valkenburg vd.,1999). Ebeveynlerin yeni teknolojileri kullanımında zorlandıkları noktaların başında, çocukların yeni teknolojilerle tanışırken oluşabilecek zararlardan onları nasıl koruyabilecekleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle koronavirüs salgını sırasında evde kalma zorunluluğunun teknoloji kullanımını arttırması dikkat çekerken, bu durumun olumsuz yansımaları da görülmektedir (Karpuz ve Keleşoğlu, 2020).

Anne ve babaların teknolojiye duyarlı, öğrenmeye açık ve yeterli beceriye sahip olmaları ile karşılaşılabilir problemler karşısında toleranslı olmaları beklenmektedir. Ebeveynlerin bu alandaki değişim ve dönüşümleri, yenilikçi bakış açıları sayesinde siber güvenlik konularında farkındalıklarını arttıracaktır (Yurdakul vd. , 2013). Bu önemle ebeveynlerin dijital bağımlılık eğilimlerinin değerlendirilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, anne ve babaların çocuklarına dijital ortamlarda rehberlik etme kapasiteleri incelenerek, ebeveynlerin çocuklarına dijital dünyada sağlıklı ve doğru bir şekilde rol model olabilmeleri elde edilen veriler ışığında değerlendirilerek incelenmiştir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Dijital ebeveyn farkındalığının belirlenmesini içeren bu çalışmada, Adapazarı Sosyal Gelişim Merkezi örneğine yer verilmiştir (SGM, 2012). Araştırma için merkezde 7-14 yaş arası çocuklarını çeşitli sosyal ve kültürel etkinliklere dahil eden anne ve babalar katılımcı olarak tercih edilmiştir. Anne ve babaların özellikle okul dışı zamanlarında çocuklarını bu tür etkinliklere katılmaya yönlendirme motivasyonlarının incelenmesi hedeflenmiş, farkındalık düzeyleri analiz edilmiştir.

Dijital Ebeveyn Farkındalığı ölçeği kullanılarak gerçekleştirilen saha çalışmasında, katılımcı olarak destek veren ebeveynlerle görüşmeler sırasında, çalışmanın amacı, içeriği ve verilecek olan katkının önemi hakkında bilgilendirmeler yapılmıştır. Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan 219 anne ve babanın, yeni medya ve iletişim teknolojilerine karşı bilinçli olup olmadıkları incelenmiş ve bu alandaki farkındalık düzeyleri saptanmıştır.

Belirlenen yöntem ve modelle elde edilen veriler doğrultusunda, ailelerin dijital ebeveynlik becerileri kapsamlı bir şekilde analiz edilmiştir. Araştırmanın yapıldığı Adapazarı Sosyal Gelişim Merkezi'nin 2023 yılında dijital, çocuk ve ebeveynlik konularında gerçekleştirdiği faaliyetler, aşağıda gösterilen Tablo 2'deki verilere yansıtılmıştır. Bu tablo, merkezin düzenlediği etkinliklerin sayısını ve etkinliklerin kapsamını gösteren bilgileri içermektedir.

Sıra	Yapılan etkinliklerin konusu	Katılım sayısı
1	Çocukların gelişimine yönelik çok farklı branşlarda düzenlenen atölye ve kulüp etkinlikleri	8.150
2	Misafir okul projesi (70 farklı okuldaki öğrenciler)	4.135
3	Yaşayan sokak projesi etkinliği	500
4	Aile gelişim seminerleri (Medya-Mutlu aile)	700
5	Çocuk-yazar buluşmaları	950
6	Çocuk ve ergen danışmanlığı	1.753

Tablo 2: Adapazarı SGM'de Düzenlenen Etkinlikler ile Katılım Sayıları

Kaynak: SBB, 2023

Yukarıda yer alan verilere göre çocuk gelişimi ve dijital ebeveynliğe katkı sağlayacak, medya okur yazarlığı ve çocukların iletişim kullanım-becerilerini geliştirmeye yönelik düzenlenen etkinliklere 16.688 çocuk ve ebeveyn katılmıştır.

3.5. Veri Toplama Süreci

Araştırma sırasında SGM’de 7-14 yaş arası çocukların anne ve babaları rastlantısal örnekleme yöntemi ile seçilerek toplamda 219 (n=219) ebeveyne ulaşılmış ve onlara yönelik Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeği uygulanmıştır. Katılımcıların izinleriyle elde edilen demografik bilgiler ve dijital konuları kapsayan 16 sorudan oluşan ölçek, iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Verilerin toplanması sürecinde, katılımcılara araştırmacı tarafından katılımcılara bilgilendirme yapılmış, böylece etik ilkelere uygun, şeffaf bir süreç izlenmiştir.

Bu ölçeğin alt boyutları, uygulama yönergesine bağlı kalınarak birbirinden bağımsız olarak değerlendirilmiştir. Her alt boyut, ebeveynlerin dijital farkındalık ve becerilerinin belirli yönlerini analiz etmeye odaklanmıştır. Bu değerlendirme, ebeveynlerin dijital ortamlardaki bilgi, tutum ve davranışlarını ölçmeyi ve bu farkındalığın çocuklarının dijital deneyimlerine nasıl yansıdığını anlamayı hedeflemiştir. Analizler, her alt boyutun ebeveynlerin genel dijital farkındalık düzeyleri üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır.

Dijital Ebeveyn Farkındalık Ölçeğine ek olarak aynı formda, ebeveynlerden demografik ve davranışsal bilgiler toplamak amacıyla açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Yapılan araştırma ile ölçeğe katkı sağlayan ebeveynlerin kişisel bilgi formuna verdikleri cevaplar, verilerin daha geniş bir çerçevede ve kategoriler altında değerlendirilmesine olanak tanımaktadır (Dere, 2024).

Bu sorular arasında ebeveynlerin cinsiyeti, yaşı, mesleği, aile çocuk sayısı, öğrenim durumu ve yaşadığı ilçe gibi demografik bilgiler yer alırken; akıllı telefon kullanım süreleri, en çok hangi sosyal medya platformlarını kullandıkları, sıklıkla zaman geçirdikleri platformlar, bilgi amaçlı takip ettikleri platformlar gibi dijital alışkanlıklarına dair sorular da bulunmaktadır. Ayrıca, ebeveynlere çocuklarını okul dışında eğitim programlarına dahil etme nedenleri de sorulmuştur.

Yüz yüze gerçekleşen görüşme sonucu tamamlanan ölçek formunda, ebeveynlerin akıllı telefon kullanım süreleri ve sosyal medya tercihleri de araştırmaya dahil edilmiştir. Akıllı telefon kullanım süresi, günlük/saat cinsinden 5 seçenekle değerlendirilmiştir. Bu sayede, ebeveynlerin dijital kullanımda harcadıkları sürenin ortaya çıkarılması sağlanmıştır. Ayrıca, en çok kullanılan sosyal medya platformlarına dair sorularda ise

ebeveynlerin tercih ettikleri platformlar belirlenmeye çalışılmış, seçenekler arasında Facebook, X (eski adıyla Twitter), Instagram, Tık Tok ve “hepsi” yer almıştır.

Diğer yandan ebeveynlere yöneltilen, “Sıklıkla bilgi edinme, zaman geçirme veya eğlenme amacıyla hangi platformları izliyor/takip ediyorsunuz?” sorusu, çeşitli medya kullanım alışkanlıklarını anlamak amacıyla değerlendirilmiştir. Bu soruya ebeveynlerden TV, gazete, internet, sosyal medya, Netflix, Disney ve “hepsi” gibi seçenekler arasından tercih yapmaları istenmiştir. Sarı ve Türker’e (2021) göre, dijital platformların sağladığı izleme tercih alışkanlıkları, internetin kullanıcılara sunduğu içerik erişimi ve kişisel tercihlere dayalı seçim imkânlarıyla benzerlik göstermektedir.

Bu yaklaşım, ebeveynlerin hangi medya platformlarını kullandıklarını ve bu platformların hangi amaçlarla tercih edildiğini belirlemeye yardımcı olurken, çoklu tercih belirtme seçeneği dijital medyanın tüketim alışkanlıklarını incelenmesine imkan sağlamaktadır. TRT (Ebeveyn Akademisi, 2023) anne ve babalara yönelik sosyal medya başta olmak üzere dijital platformları nasıl kullanabilecekleri konusunda çeşitli eğitim programları sunarak, uzman görüşlerini geniş kitlelere yaymayı hedeflemektedir.

Ölçek formunun son bölümünde yer alan 5 seçenekli soruda ise, ebeveynlerden “Çocuğunuzu Sosyal Gelişim Merkezinde düzenlenen çeşitli etkinliklere dahil etme nedeninizi belirtir misiniz?” ifadesiyle araştırmanın derinleştirilmesi hedeflenmiştir.

3.6. Veri Toplama Aracı ve Sınırlılıkları

Bu araştırmaya, okuma yazma bilen ve internet ile akıllı cihaz kullanabilen n=125 (kadın) ve n=94 (erkek) ebeveyn katılmıştır. Katılımcılar, yüz yüze görüşmeler yoluyla gönüllü olarak araştırmaya dahil edilmiştir. Adapazarı Sosyal Gelişim Merkezi’nde, 01 Haziran-01 Temmuz 2024 tarihleri arasında yaz dönemi etkinlikleri süresince yapılan bu araştırmada, etkinliklere katılan ebeveynlerden kendilerine sunulan soru formlarını cevaplamaları istenmiştir.

İki bölümden oluşan araştırma formunun birinci bölümünde, katılımcıların demografik bilgileri ve genel teknoloji kullanımı hakkındaki soruları yer almaktadır. İkinci bölüm ise, dijital ebeveynlik farkındalık ölçeğini kapsarken, ebeveynlerin dijital ortamda sergiledikleri farkındalık ve tutumlar ile çocuklarıyla olan dijital etkileşimlerini değerlendirmeye yönelik sorular yer almaktadır.

3.6.1. Demografik Bilgi ve Dijital Kullanım Motivasyonu Formu (Ek3)

Ölçeğin uygulanması esnasında genel tanım yapılarak katılımcıların bilgilendirilmesi bilgi akışının sağlanması adına önemli görülürken, literatür taraması sonucunda (Mustafaoğlu vd., 2018) katılımcı demografik bilgi ve dijital kullanım motivasyon formu hazırlanmıştır.

Formda araştırmaya katılanların sosyodemografik özellikleri (cinsiyet, yaş, meslek, çocuk sayısı, öğrenim durumu ve yaşadığı ilçe) ile dijital ebeveynlik farkındalığında etken olabilecek ve değerlendirmelere katkı sunmayı (mobil cihazları kullanım süresi, en çok hangi sosyal medya platformunu kullandığı, sıklıkla bilgi edinme, zaman geçirme ve eğlenme için hangi platformu kullandığı ve çocuğunu SGM’de etkinliklere dahil etme nedeni) hedefleyen toplamda 10 ayrı soru bulunmaktadır.

3.6.2. (DEFÖ) Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeği (Ek3)

Araştırmada Manap ve Durmuş (2020) tarafından ebeveynlik farkındalığının boyutlarını ve farkındalık düzeyini belirlemek amacıyla geliştirilen Dijital Ebeveyn Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 16 sorudan oluşurken, 5’li likert tipi kullanılarak anne ve babaların dijital ebeveynlik konusundaki farkındalıklarını anlaşılmasına imkan tanımaktadır. Bu ölçek, ebeveynlerin interneti verimli kullanma, riskleri bilme, ihmal gösterme ve çocuklarına nasıl rol model olduklarını inceleyen dört alt boyuttan oluşmaktadır. 5’li likert tipte yer alan (1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Bazen, 4= Sıklıkla ve 5= Her Zaman) sorular verilen cevaplara göre puanlanmaktadır. Ölçeğin alt maddeler ve özellikleri Tablo 3’te gösterilmiştir.

Alt boyutlar	Özellikleri
Olumsuz Model Olma (OMO) 1., 5., 9. ve 13. Maddeler	Düşük puan alınması dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu şeklinde yorumlanır.
Dijital İhmal (Dİ) 2., 6., 10 ve 14. Maddeler	Bu alt boyutta düşük puan alınması dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.
Verimli Kullanım (VK) 3., 7., 11. ve 15. Maddeler	Bu alt boyuttan yüksek puan alınması dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.
Risklerden Koruma (RK) 4., 8., 12. ve 16. Maddeler	Alınan puanların yüksek olması farkındalık düzeyinin yüksekliğini öne çıkarmaktadır.

Tablo 3: DEFÖ Alt Boyutları ve Özellikleri

Kaynak: Manap ve Durmuş (2020)

Geçerli ve güvenilir olan bu ölçekte, uygulama yönergesinde belirtilen ifadelerle göre en az 4, en çok 20 puan verilmektedir. Ölçeğin tamamı için toplam puan hesaplanmamaktadır; bunun yerine her bir boyut için ayrı ayrı puan hesaplaması yapılmaktadır. Her bir alt boyut, ebeveynlerin dijital ebeveynlik konusundaki bireysel tutum ve davranışlarını ölçmeye yönelik olarak tasarlanmıştır.

Risklerden koruma ile ebeveynlerin çocuklarını dijital tehlikelerden koruma konusundaki farkındalıklarını ölçen maddeleri içerirken, verimli kullanım ebeveynlerin teknolojiyi çocukları için nasıl etkili bir şekilde kullanacaklarına dair bilgi ve anlayışlarını değerlendirmektedir. Olumsuz model olma boyutunda ise ebeveynlerin kendi dijital davranışlarının çocukları üzerindeki etkilerine dair bilinç düzeyleri anlaşılırken, dijital

ihmal boyutuyla ebeveynlerin dijital ortamda çocuklarının ihtiyaçlarını göz ardı etme eēilimlerini belirlemektedir.

Araştırmada genel olarak alt boyutlar incelendiēinde, internetin yaratabileceēi sorunlardan çocuklarını koruyabilen ve dijital kullanım sürelerini düzenleyebilen ebeveynlerin farkındalık düzeylerinin yüksek olarak deēerlendirilmektedir. Dijitali kontrol etmeyen ve kullanımıyla çocuklarına olumsuz örnek teşkil eden ebeveynlerin ise farkındalık düzeyleri düşük olduēu sonucuna varılmaktadır.

3.7. Verilerin Analiz Edilmesi

Araştırmanın baēımsız deēiřkeni, ebeveynlerin dijital farkındalık puan ortalamaları olurken, içerik analizleri nicel veriler sonucunda deēerlendirilmiřtir. Nicel bulguların analizinde ise Statistical Package for the Social Sciences (SPSS-v.27) istatistik programı kullanılmıştır. Araştırmada, leēe ait veriler SPSS istatistik programına girilerek referans deēerleri alınmış, ardından normallik testleri, baēımsız örneklem t-testleri, tek yönlü anova ve güvenilirlik analizleri gibi istatistiksel yöntemler kullanılarak sonuca ulaşılmıştır. Program vasıtasıyla dijital ebeveynlik farkındalıēının demografik deēiřkenlerle olan ilişkileri de deēerlendirilmiřtir.

Dijital ebeveynlik farkındalıēı leēinden elde edilen veriler üzerinde kapsamlı istatistiksel testler uygulanmış ve çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

Ölçekte yer alan maddelerin gvenilirliēi cronbach alfa (α) katsayısı ve toplam korelasyonu ile hesaplanırken, verilerin daēımlarının belirlenmesinde merkezi eēilim ölçümlerine yer verilmiştir.

SPSS analizinde anlamlılık düzeyi olarak $p < 0,05$ kabul edilirken, ebeveynlerin dijital farkındalık leēi alt boyut puan ortalamaları betimsel istatistik ve korelasyon analizi ile deēerlendirilmiřtir. Ayrıca kolmogorov-smirnov testi ile farkındalık düzeylerinin normalliēi irdelenmiş, verilerin normal daēılıma uyup uymadıēı kontrol edilmiştir. Baēımsız rneklem t-testi ile katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin cinsiyete göre farklılıkları incelenmiştir.

Katılımcıların meslek grubu, ocuk sayısı, eēitim durumu, yaşadıkları ilçe, çocuklarını eēitim programlarına katma nedenleri, en çok kullandıkları dijital platform, kullanım süreleri ve yaş gibi deēiřkenlere göre farkındalık düzeyleri tek yönlü anova testi ile ele alınmıştır. Pearson korelasyon testiyle de katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık

düzeyleri arasındaki ilişkiler ve doğrusal ilişkilerin yönü değerlendirilmiş, bunun pozitif ya da negatif yönleri ortaya çıkarılmıştır.

Son olarak, çalışmada 5 dereceli Likert ölçeğinden elde edilen verilerin frekans değerleri hesaplanarak, katılımcıların alt boyutlara ilişkin sorulara verdikleri yanıtlar değerlendirilmiştir. Akademik çalışmalarda elde edilen verilerin değerli olabilmesi ve doğru bir şekilde incelenmesi adına uygulanan ölçeğin güvenilir ve geçerli olması, elde edilen verilerin tutarlı ve kararlı analizlere ulaşılmasında yol gösterici olmaktadır. Ercan ve Kan'a (2004) göre, araştırma sonuçlarına ulaşmadan önce uygulanan yöntem ve ölçeğin incelenmesi bilimsel araştırmalarda önem taşımaktadır.

3.8. Etik Kurul Süreci

Uygulanan ölçeğin kullanılması için e-posta aracılığıyla gerekli izinler alınmış, Sakarya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu 17.04.2024 tarihli ve 68 sayılı toplantısında, “18” nolu karar ile yapılan çalışmanın etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiştir (Ek 1 ve Ek 2).

4. BÖLÜM: BULGULAR

Bu bölümde, ebeveynlere yönelik uygulanan ölçekten elde edilen verilerin SPSS ile gerçekleştirilen analiz sonuçları sunulmuştur. İlk olarak, katılımcıların ölçekteki 16 ayrı soruya verdikleri yanıtlar detaylı bir şekilde incelenmiş ve dört alt boyut üzerinden analizler yapılmıştır. Ardından, demografik ve kişisel bilgileri içeren analizler yapılmıştır.

4.1. Alt Boyutların Analizleri

Araştırmada kullanılan Dijital Ebeveyn Farkındalığı Ölçeği, olumsuz model olma, dijital ihmal, verimli kullanım ve risklerden koruma olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan 1, 5, 9 ve 13 numaralı sorular, olumsuz model olma algısı ve farkındalığını incelemekte, 2, 6, 10 ve 14 numaralı sorular dijital ihmal ile ilgili farkındalığı değerlendirmekte, 3, 7, 11 ve 15 numaralı sorular verimli kullanım anlayışını ortaya koymakta, 4, 8, 12 ve 16 numaralı sorular ise risklerden koruma algısı ve farkındalığını belirlemektedir.

4.1.1. Olumsuz Model Olma

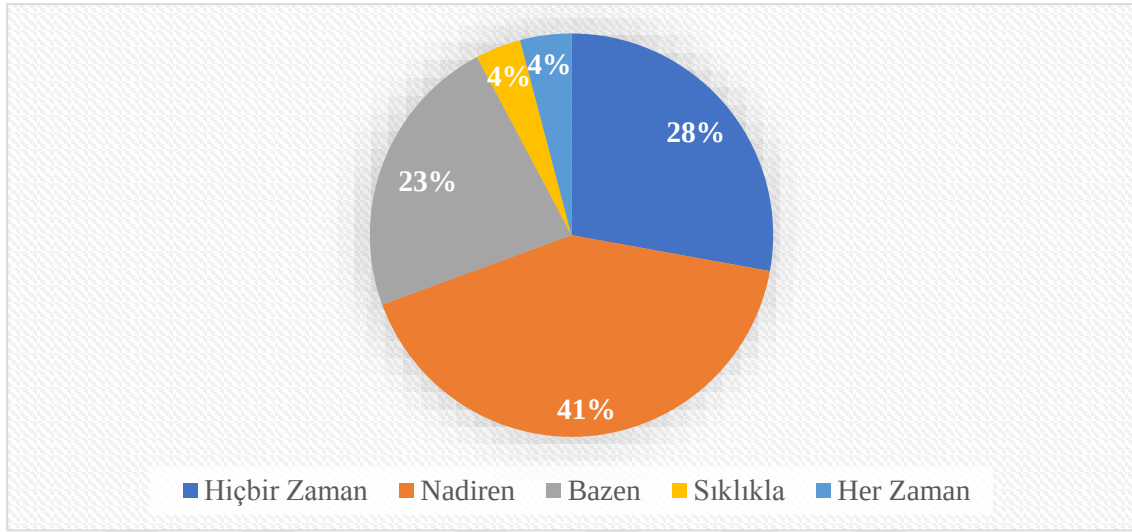
Araştırmanın bu bölümünde çalışmamızın 1 numaralı hipotezi olan, “H-1: Ebeveynlerin kontrolsüz dijital cihaz veya internet kullanımı çocuklar üzerinde olumsuz örnek oluşturmaktadır” önermesine cevap aranmaktadır. Anket formundaki 1, 5, 9 ve 13’üncü sorular hipotez ile ilgili değerlendirme yapabilecek veriler sağlamaktadır.

	1.soru	5. soru	9. soru	13. soru
Hiçbir zaman	61	60	66	150
Nadiren	91	78	76	39
Bazen	50	58	50	18
Sıklıkla	8	15	22	7
Her zaman	9	8	5	5

Tablo 4: Olumsuz Model Olma Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmanın 1.sorusu olan, “Telefonumla uğraşırken çocuğumun söylediklerini dinlemediğim olur” şeklindeki soruya verilen cevaplar Grafik 2’de belirtilmiştir.

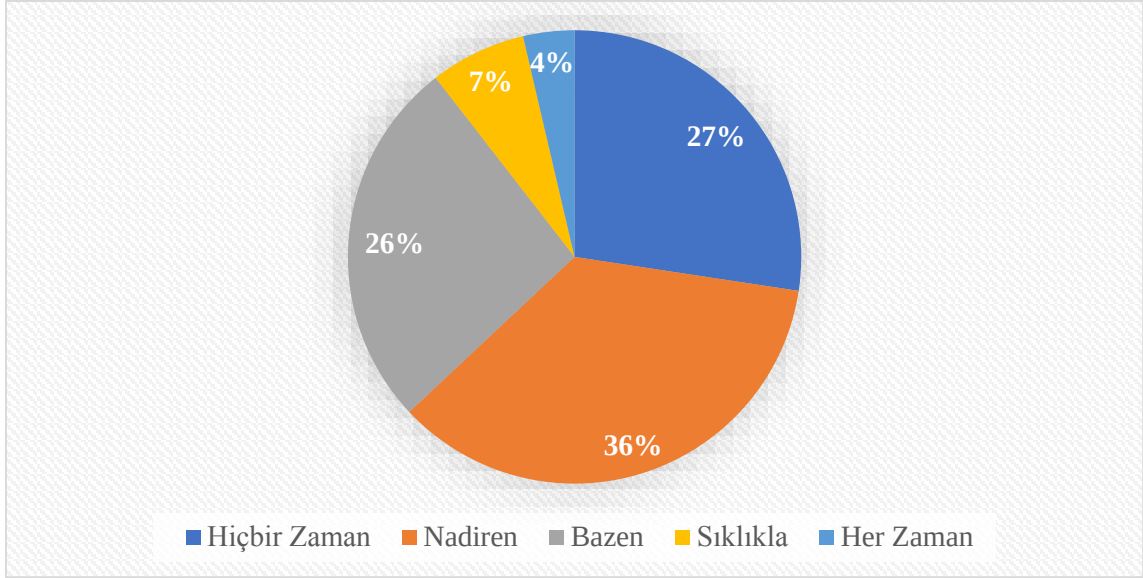


Grafik 2: Ölçeğe Ait 1 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Soruya cevap veren 219 kişiden 61’i (yüzde 28), çocuğu ile konuşurken asla telefonu ile uğraşmadığını beyan etmiştir. Telefonu ile uğraşırken çocuğunu nadiren dinlemeyenlerin sayısı 91, oranı ise yüzde 41’dir. Bu eylemi bazen yapanların sayısı 50 ve oranı yüzde 23’tür. Eylemi sıklıkla yapanların sayısı 8 ve yüzde 4; her zaman yapanların sayısı 9 ve oranı ise yüzde 4’tür. Cevaplar incelendiğinde ebeveynlerin büyük çoğunluğunun bir şekilde telefonu ile uğraşırken çocukları ile iletişimde bazen veya nadiren de olsa aksaklıklar yaşadıkları görülmektedir.

Araştırmanın beşinci sorusunda ise, “Telefon/tablet kullanımında çocuğumda eleştirdiğim davranışları ben de yaparım” sorusuna verilen cevapların dağılımı aşağıdaki grafikte belirtilmiştir.

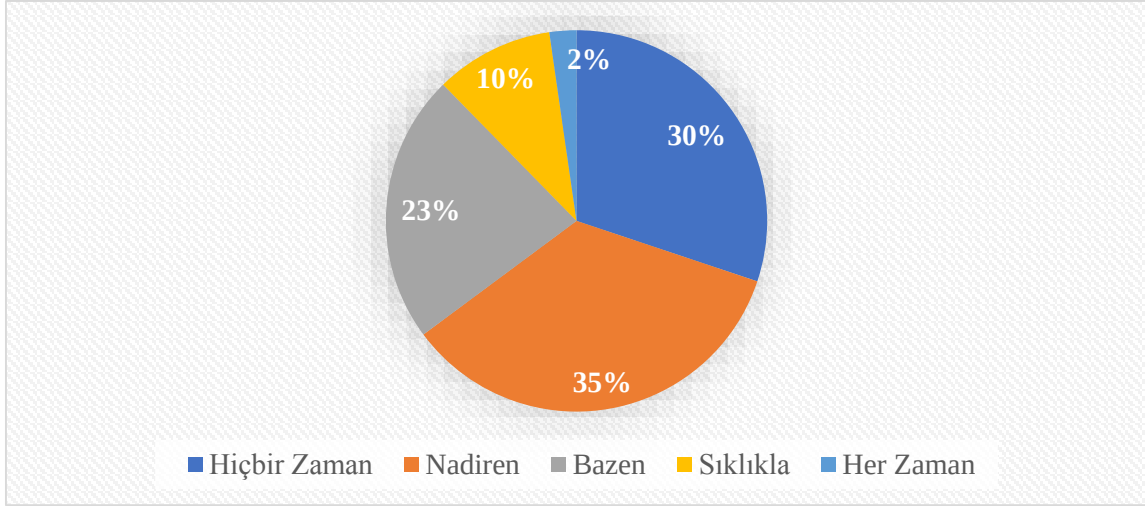


Grafik 3: Ölçeğe Ait 5 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çocuklarının telefon veya tablet kullanırken yaptığı olumsuz davranışları kendilerinin hiçbir zaman yapmadığını belirtilen velilerin sayısı 60, yüzdesi ise yüzde 27'dir. Verilen cevaplara göre velilerin nadiren bu davranışlarda bulunanların sayısı 78 ve yüzdesi ise 36; bazen bu olumsuz davranışlarda bulunanların sayısı 58 ve yüzdesi ise 26'dır. Sıklıkla bu olumsuz örnek olacak davranışta bulunan velilerin oranı yüzde 6,8; her zaman bu davranışta bulunanların oranı ise yüzde 3,7'dir. Çocukların yüzde 73'e yakını bir şekilde tablet ve telefon kullanımı konusunda kendilerinden beklenmeyen davranışları çeşitli sıklıklarda da olsa ebeveynlerinden aksi yönde davranış gördükleri ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın dokuzuncu sorusu da olumsuz model olma alt boyutunda yer almaktadır. Bu soruda ebeveynlerin, "Çocuğum telefonumla çok fazla vakit geçirdiğime tanık olur" ifadesini değerlendirmeleri istemiştir. Verilen cevaplar Grafik 4'te gösterilmiştir.

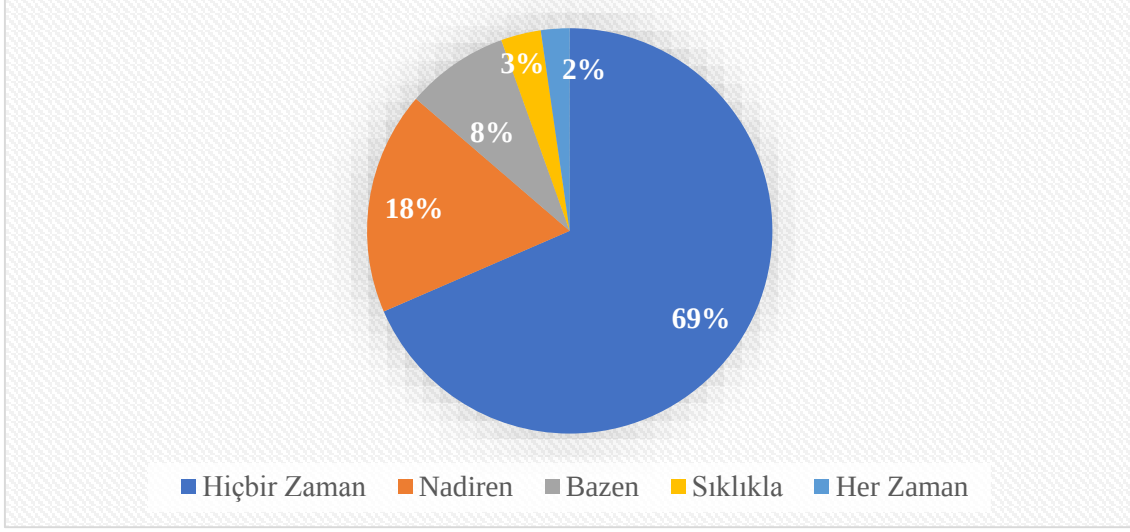


Grafik 4: Ölçeğe Ait 9 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 4'e göre ebeveynlerin yüzde 30'u, çocuklarının telefonla vakit geçirdiklerine şahit olmadıklarını ifade etmişlerdir. Yüzde 35'i nadiren, yüzde 23'ü bazen, yüzde 10'u sıklıkla ve yüzde 2,3'ü ise her zaman kendilerinin çok fazla vakit geçirdiklerini ve buna çocuklarının şahit olduklarını belirtmişlerdir. Çocukların yüzde 70'i, bir şekilde ebeveynlerinin telefonla fazla vakit geçirdiklerine şahit oldukları görülmektedir.

Olumsuz model olma alt boyutunun son sorusundaysa ebeveynlere, "Çocuğum ile iletişime geçmek yerine telefonumla ilgilenirim" ifadesini değerlendirmesi istenmiştir. Ölçeğe ait 13'ncü soruya verilen cevaplar Grafik 5'te belirtilmiştir.



Grafik 5: Ölçeğe Ait 13 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 5'e göre ebeveynlerin yüzde 69 ile büyük çoğunluğu bu eylemi hiçbir zaman yapmadığını belirtmiştir. Fakat buna rağmen nadiren bu eylemi yaptığını söyleyenlerin oranı yüzde 18, bazen yaptıklarını söyleyenlerin oranı ise yüzde 8'dir. Çocukları ile iletişime geçmek yerine sıklıkla veya her zaman telefonla uğraşırım diyenlerin oranı ise yüzde 5 civarındadır. Ebeveynlerin ilk 3 soruda belirtilen konuya göre bu konuda daha hassas oldukları görülmektedir.

Araştırmanın ilk hipotezi olan, "Ebeveynlerin telefon, tablet gibi cihazlarla vakit geçirmelerinin çocukları üzerinde olumsuz örnek olma" şeklinde önermesi ölçeğin ilgili soruları incelendiğinde kısmen de olsa olumsuz bir sonucun olduğu görülmüştür. Olumsuz örnek olabilecek eylemleri hiçbir zaman yapmayan ebeveynlerin oranı ilk üç soruda yüzde 30'u geçmemektedir. Bu da bir şekilde ebeveynlerin dijital araç ve internet kullanım davranışlarının çocukları üzerinde olumsuz model/örnek oluşturdukları sonucunu göstermektedir.

4.1.2. Dijital İhmal

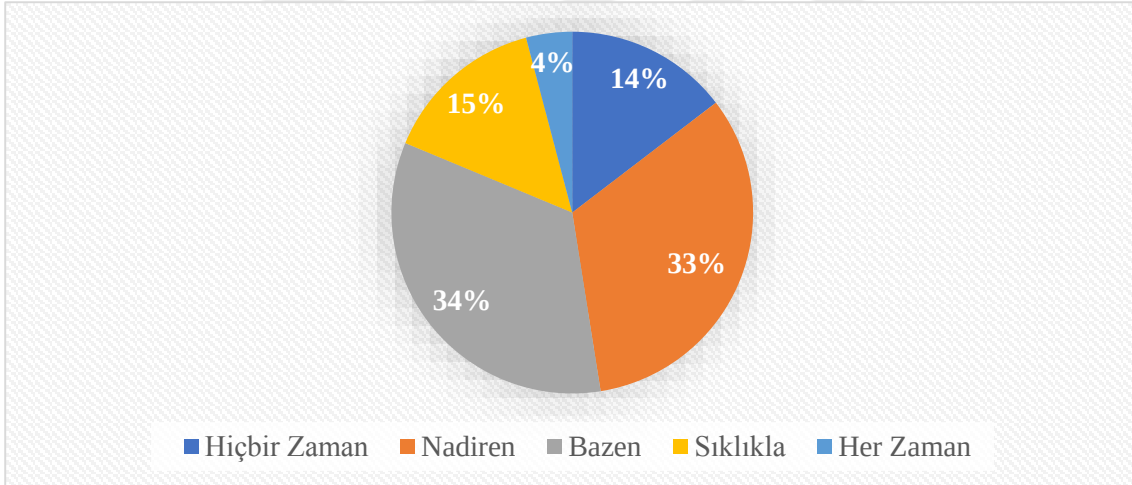
Çalışma kapsamında dijital ihmal alt boyutunda 2, 6, 10 ve 14 numaralı soruların cevapları aranmaktadır. Ebeveynlerin, çocukların internete erişim sağlayabilecekleri teknolojik cihazların kullanımını kontrol etme konusunda yetersiz kaldıkları ve denetim ile kısıtlama süreçlerinde ihmal sergiledikleri görülmekte olduğunu içeren (H2) hipotez elde edilen verilerle değerlendirilecektir.

	2'nci soru	6'ncı soru	10'ncu soru	14'ncü soru
Hiçbir zaman	32	87	55	54
Nadiren	72	69	86	83
Bazen	74	41	54	66
Sıklıkla	32	17	20	11
Her zaman	9	5	4	5

Tablo 5: Dijital İhmal Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dijital ihmal alt boyutunun incelendiği ilk soru, “Çocuğum çok ısrar ediyorsa dayanamayıp, telefon/tablet kullanmasına izin veririm” olarak öne çıkarken, katılımcıların verdiği cevaplar Grafik 6’da gösterilmiştir.



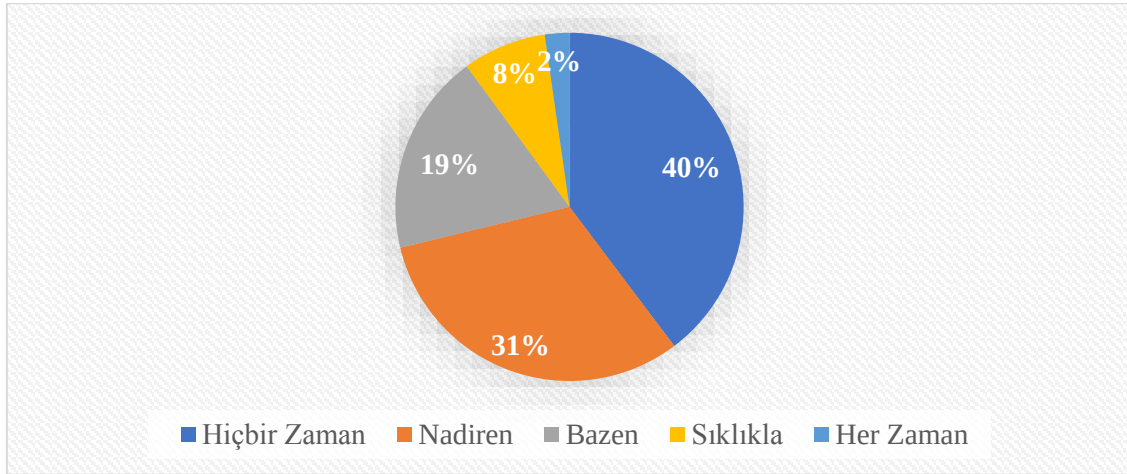
Grafik 6: Ölçeğe Ait 2 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 6’da görüldüğü gibi çalışmada elde edilen verilere göre, ebeveynlerin %34’ü çocuklarının teknolojik cihaz kullanma ısrarına karşı bazen dayanamadığını belirtmiştir. Katılımcıların %33’ü ise bu durumu nadiren yaşadığını ifade etmiştir. Bununla birlikte, ebeveynlerin %15’i çocuklarının ısrarı karşısında sıklıkla dijital araçların kullanımına izin verdiğini belirtirken, %14’ü her zaman bu yöntemi tercih ettiğini dile getirmiştir. Çalışmada, %4’lük bir kesimi temsil eden 9 katılımcı, “her zaman” seçeneğini işaretlemiş ve bu durum, bu bireylerde dijital ihmal düzeyinin yüksek olduğunu göstermiştir.

Araştırma bulgularına göre, ebeveynlerin dijital ihmal konusundaki farkındalık düzeylerinin düşük olduğu ve bu nedenle dijital ihmal düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada, ebeveynlerin dijital ihmal farkındalık düzeylerinin incelendiği alt boyut kapsamında yer alan 6. soru, “Çocuğum huysuz olduğu zamanlarda telefon/tablet ile sakinleştiririm” şeklinde ifade edilmiştir. Anket sorusunun cevapları Grafik 7’de gösterilmiştir.

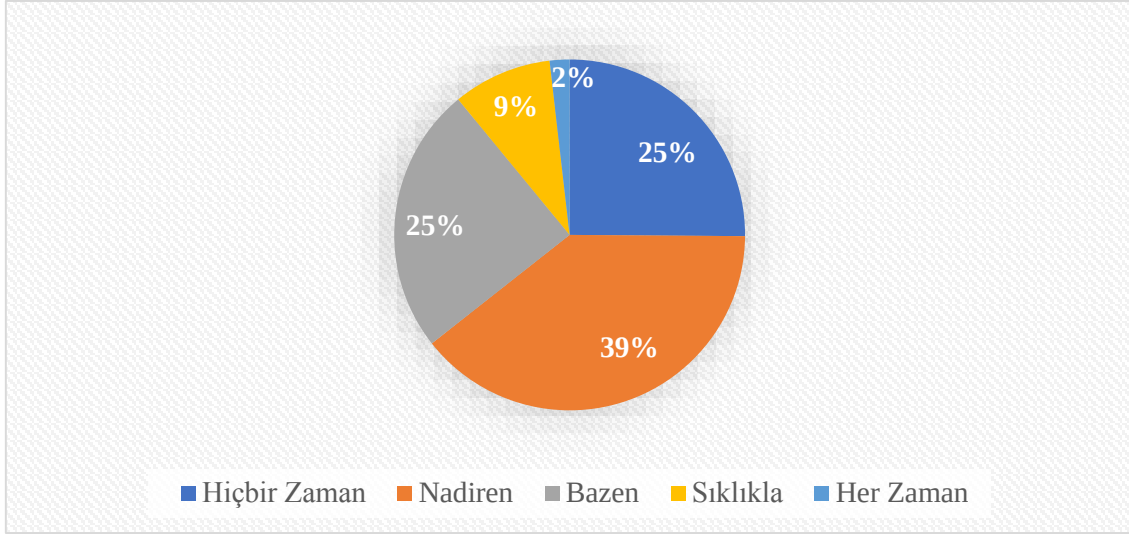


Grafik 7: Ölçeğe Ait 6 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmaya katılanların %40’ı çocuklarını sakinleştirmek amacıyla telefon veya tablet kullanımına hiçbir zaman izin vermediğini ifade etmiştir. Katılımcıların %32’sini oluşturan 69 kişi bu duruma nadiren izin verirken, %19 bazen, %8 sıklıkla ve %2 her zaman yanıtını vermiştir. Toplam 219 katılımcıdan, 87’sinin “hiçbir zaman” yanıtı dışında verilen diğer yanıtlar, ebeveynlerin çocuklarının dijital cihaz kullanımına ilişkin tutumlarının anlık durumlara göre değişebildiğini ortaya koymaktadır. Teknolojik cihazların, çocukları sakinleştirme amacıyla net bir tutum sergilenmeksizin çoğunlukla tercih edilmesi ise dikkat çekici olumsuz bir bulgu olarak öne çıkmaktadır.

Araştırmanın devamında, “Ev dışı ve ev içi ortamda (misafir, alış-veriş, arkadaş ortamı vb.) çocuğumun tableti/telefonu yoğun kullanmasına göz yumarım” sorusuna cevap aranmıştır. 10 numaralı anket sorusunun cevapları Grafik 8’de gösterilmiştir.

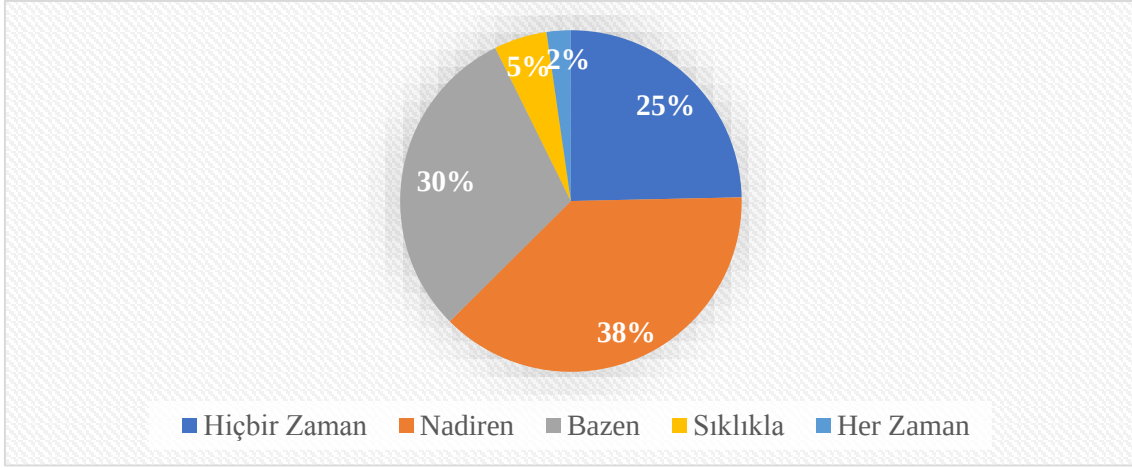


Grafik 8: Ölçeğe Ait 10 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sekiz numaralı grafikte görüldüğü gibi, ebeveynlerin sosyalleşme sırasında ister evde ister ev dışında, çocuklarının telefon veya tablet kullanımına nadiren izin verdiğini belirtenlerin oranı %39’dur. Araştırmaya katılanların %25’i “bazen” yanıtını verirken, %9’u “sıklıkla” ve %2’si “her zaman” yanıtını vermiştir. Buna karşılık, katılımcıların %25’i “hiçbir zaman” yanıtını vererek, sosyalleşme esnasında çocuklarını dijital cihazlarla meşgul etmediklerini ifade etmiştir. Bu bulgular, her ne kadar yoğun bir eğilim göstermese de ebeveynlerin evde veya dışarıda sosyalleşme faaliyetleri sırasında çocuklarını telefon ya da tabletle oyalamaya çalıştığını, dijital ihmalde bulunduklarını ortaya koymaktadır.

Dijital ihmal boyutunun 14’ncü maddesinde ise, “İşlerimle meşgulken, çocuğumun telefon/tablet ile vakit geçirmesine göz yumarım” sorusuna cevap arandı.



Grafik 9: Ölçeğe Ait 14 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu çalışmada, katılımcıların %68'inin “bazen” ve “nadiren” yanıtlarını verdiği görülmüştür. Katılımcıların %25'i “hiçbir zaman” yanıtını belirtirken, %5'i “sıklıkla” ve %2'si “her zaman” ifadelerini kullanmıştır. Dijital ihmal alt boyutuna ilişkin diğer sorularda olduğu gibi, bu soruda da ebeveynlerin işleriyle meşgulken çocuklarını telefon veya tablet kullanımına yönelttikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadan bu bölümünde 4 ayrı sorudan elde edilen analizler, ebeveynlerin çocuklarını teknolojik cihazların kullanımını kontrol etme konusunda yetersiz olduklarını ortaya koymaktadır. Bulgular ebeveynlerin günlük yaşamlarında ve sosyal faaliyetlerinde, telefon ve tablet gibi cihazları çocuklarını sakinleştirme amacıyla kullanmayı tercih ettiklerini göstermektedir. Araştırmanın ikinci önermesiyle (H2) uyumlu sonuçlara ulaşılmış olup, katılımcı ebeveynlerin dijital ihmal düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

4.1.3. Verimli Kullanım

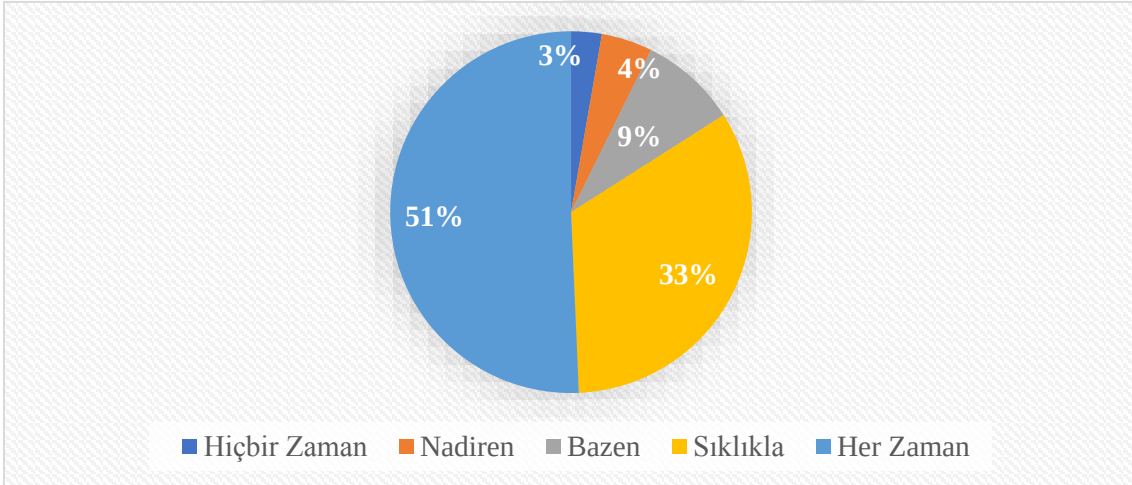
Araştırmanın üçüncü alt boyutunda, “Ebeveynler dijital okuryazarlık alanındaki bilgi ve becerilerini çocuklarına aktararak, onların dijital teknolojileri verimli ve bilinçli bir şekilde kullanmalarını desteklemektedir” önermesi (H3) kapsamında ebeveynlerin verimli kullanım farkındalık düzeyleri incelenmiştir. Bu bağlamda, ölçekte yer alan 3., 7., 11. ve 15. maddelere verilen yanıtlar değerlendirilerek sonuçlara ulaşılmıştır.

	3'ncü soru	7'nci soru	11'nci soru	15'nci soru
Hiçbir zaman	6	4	5	5
Nadiren	10	13	13	18
Bazen	19	35	54	43
Sıklıkla	73	73	69	73
Her zaman	111	94	78	80

Tablo 6: Verimli Kullanım Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Verimli kullanım alt boyutunda incelenen 3.soru, “İnternetin faydalarını, zararlarını ve dikkat edilmesi gereken durumları çocuğuma anlatırım” olmuştur. Araştırma sonuçları 10 numaralı grafikte gösterilmiştir.



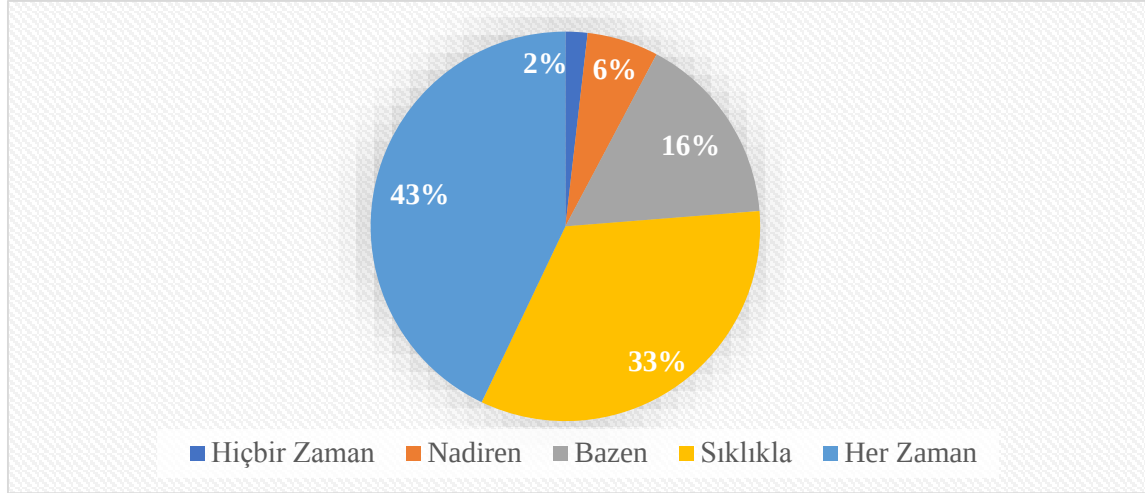
Grafik 10: Ölçeğe Ait 3 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

10 numaralı grafikte ebeveynlerin %51 oranında “her zaman” yanıtını vererek çocuklarını internetin zararları ve faydaları konusunda bilgilendirdiği görülmüştür. Katılımcıların %33’ü “sıklıkla” yanıtını verirken, %9’u çocuklarını “bazen” bilgilendirdiğini, %4’ü ise “nadiren” bilgilendirdiğini belirtmiştir. Araştırmaya katılanların %3’ü ise internetin zararları ve faydaları konusunda çocuklarını “hiçbir zaman” bilgilendirmediklerini ifade etmiştir. 3. soruya ilişkin sonuçlar, ebeveynlerin çocuklarını bilgilendirme konusunda

duyarlı olduklarını ve dijital teknolojilerin verimli kullanımı konusundaki farkındalık düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın diğer bölümünde ise, “Dijital araçların (Akıllı tel., Tablet, Tv vb.), çocuğuma etkilerini (olumlu veya olumsuz) incelerim” başlıklı 7.soruya cevap aranmaktadır. Elde edilen veriler Grafik 11’de gösterilmiştir.

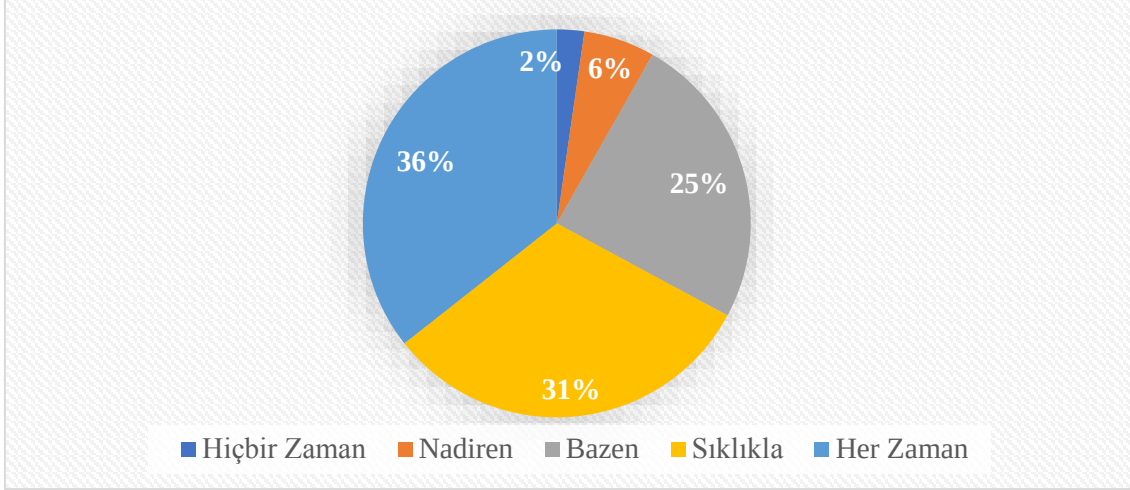


Grafik 11: Ölçeğe Ait 7 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin %43’ünün, çocuklarının telefon ve tablet kullanımına ilişkin olumlu ya da olumsuz etkileri her zaman incelediği sonucuna ulaşılmıştır. “Sıklıkla incelerim” yanıtını verenlerin oranı %33 iken, “bazen” diyenler %16, “nadiren” yanıtını verenler ise %6 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada, %2’lik bir kesimin “hiçbir zaman” yanıtını vermesi dikkat çekmektedir. Bu bulgular, ebeveynlerin dijital araçların çocuklar üzerindeki etkilerini değerlendirme konusunda incelemeler yaptıklarını ve bu bağlamda verimli kullanım düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Verimli kullanım alt boyutunun 11 numaralı maddesinde, “Faydalı olduğunu düşündüğüm yazı, video veya fotoğrafları kendi cihazımdan çocuklarıma gösteririm” sorusu analiz edilmektedir.

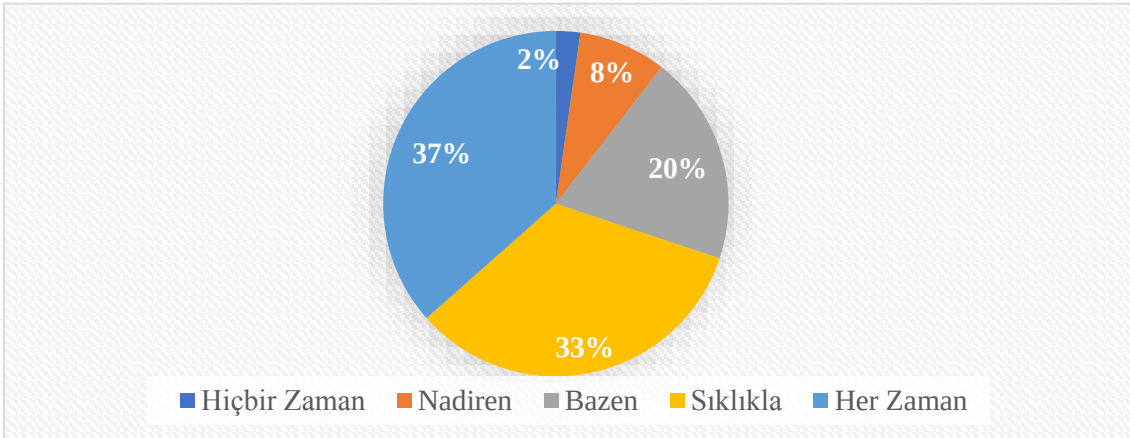


Grafik 12: Ölçeğe Ait 11 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılanların %36'sı her zaman faydalı olduğunu düşündükleri yazı, video veya fotoğrafları çocuklarına gösterdiğini belirtmiştir. Katılımcıların %31'i sıklıkla bu yöntemi kullandığını ifade ederken, %25'i "bazen" yanıtını vermiştir. %6'sı nadiren çocuklarına faydalı bilgileri gösterdiğini, %2'si ise hiçbir zaman çocuklarına bilgilendirmede bulunmadığını belirtmiştir. Araştırma sonuçları, katılımcıların büyük çoğunluğunun çocuklarını dijital okuryazarlık konusunda bilgilendirme eğilimi taşıdığını ortaya koymaktadır.

Alt boyutun son analiz sorusu olan 15. madde kapsamında, "Teknolojik yeniliklerin çocuklarım açısından faydalarını ve risklerini analiz ederim" ifadesine ilişkin yanıtlar incelenmiştir.



Grafik 13: Ölçeğe Ait 15 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 13’de yer alan bilgilere göre; teknolojik yeniliklerin çocukları açısından faydalarını ve risklerini her zaman analiz ederim diyenlerin oranı %37 olarak belirlenmiştir. Bu soruya sıklıkla analiz ederim diyenlerin oranı %33 olurken, %20’lik bir kesim bazen diyerek ne olumlu ne de olumsuz bir yaklaşım sergilediğini ifade etmiştir. Çalışmada yüzde 8 nadiren yaklaşım sergilediği yönünde cevap verirken, yüzde 2 ise hiçbir zaman analiz yapmadığını belirtmiştir.

Araştırmanın bu sorusunda ebeveynlerin yoğunlukla teknolojik yenilikleri konusunda fayda ve risk analizi yapma gayretinde oldukları görülmektedir. Verimli kullanım alt boyutundaki soruların yanıtları incelendiğinde, ebeveynlerin çocukların dijital teknolojileri kullanımında fayda ve riskleri analiz etme, rehberlik etme konusunda hassas oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

İnternet içeriklerinin olumlu ve olumsuz etkilerinin farkında olan ebeveynlerin, yapılan araştırma sonucunda verimli kullanım farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, katılımcıların dijital okuryazarlık alanındaki bilgi ve becerilerini çocuklarına aktararak, onların dijital teknolojileri verimli ve bilinçli bir şekilde kullanmalarını destekledikleri yönündeki hipotez (H3), bu araştırma bulgularıyla desteklenmiştir.

4.1.4. Risklerden Koruma

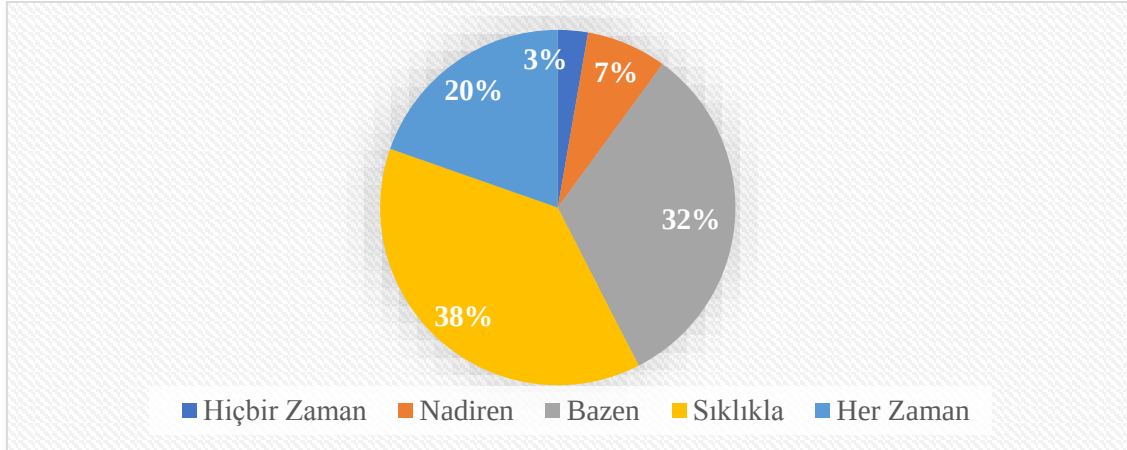
Araştırmanın son alt boyutu olan risklerden koruma boyutunda, 4., 8., 12. ve 16. maddeler analiz edilmiştir. “Ebeveynler, çocuklarını dijital ortamların zararlı içeriklerinden koruyarak yeterli bilgiye sahiptir” önermesi (H4), araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda analiz edilerek değerlendirilmiştir.

	4'ncü soru	8'nci soru	12'nci soru	16'ncı soru
Hiçbir zaman	6	36	8	32
Nadiren	16	43	16	28
Bazen	71	35	36	27
Sıklıkla	83	28	56	46
Her zaman	43	77	103	86

Tablo 7: Risklerden Koruma Boyutunda Katılımcıların Kişi Bazındaki Cevapları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Risklerden koruma alt boyutunu analiz etmeye yönelik soruların ilki olan 4. soruda, “Çocuğumu internetin risklerinden koruyabiliyorum” ifadesine verilen yanıtlar detaylı bir şekilde incelenmiştir.



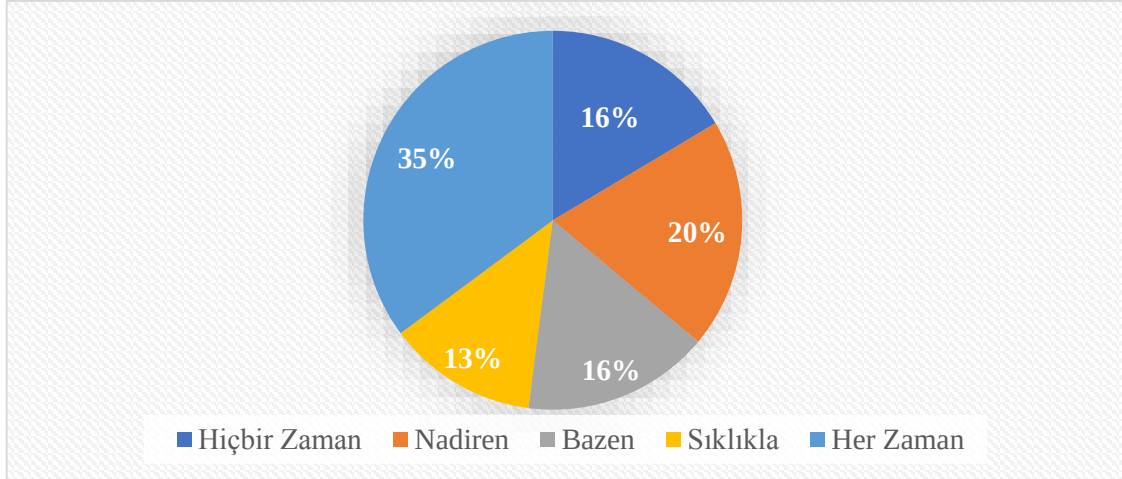
Grafik 14: Ölçeğe Ait 4 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

14 numaralı grafik incelendiğinde, bazen ve sıklıkla yanıtlarını veren katılımcıların yoğunluğu dikkat çekmektedir. “Çocuğumu internetin risklerinden koruyabiliyorum” ifadesine yönelik olarak, katılımcıların %38’i sıklıkla, %32’si ise bazen yanıtını vermiştir. Her zaman diyenlerin oranı %20 iken, %7 nadiren, %3 ise hiçbir zaman yanıtını tercih etmiştir. Araştırma bulguları, katılımcıların büyük çoğunluğunun çocuklarını internetin risklerinden koruyabildiğini ifade ettiğini ve risklerden koruma düzeylerinin

yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, nadiren ve bazen gibi ifadelerin, tek başına olumlu ya da olumsuz bir şekilde değerlendirilemeyeceği anlaşılmaktadır.

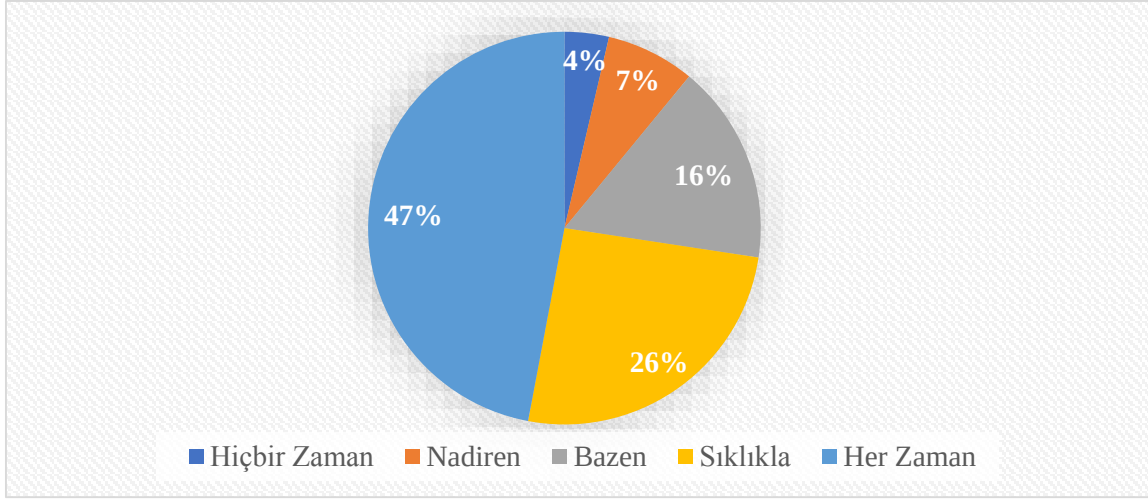
Araştırmanın 8 numaralı sorusuna yönelik olarak, “Çocuğum internette gezinirken ona zarar verebilecek bir içerikle karşılaşsam yasal yollara başvururum” ifadesine verilen yanıtlar, Şekil 16’da analiz edilerek incelenmiştir.



Grafik 15: Ölçeğe Ait 8 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ebeveynlerin, çocuklarının internet ortamında karşılaşabilecekleri zararlara karşı yasal yollara başvurma konusunda farklı tutumlar sergilediği ve yanıtların genellikle birbirine yakın oranlarda dağıldığı görülmüştür. Şekil 16 incelendiğinde, yasal yollara her zaman başvururum diyenlerin oranının %35 olduğu anlaşılmıştır. Katılımcıların %20’si nadiren, %16’sı bazen ve hiçbir zaman, %13’ü ise sıklıkla yanıtını verirken, sonuçlar ebeveynlerin yasal yollara başvurma konusunda farklı yaklaşımlar benimsediğini ortaya koymaktadır. Ölçeğin araştırmasında ise katılımcılardan, “Çocuğum internette video izlerken, rahatsız edici videolarla (cinsel, şiddet içerikli) karşılaşırsa haberim olur” sorusuna cevap vermeleri istenmiştir. 12 numaralı sorunun cevapları aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

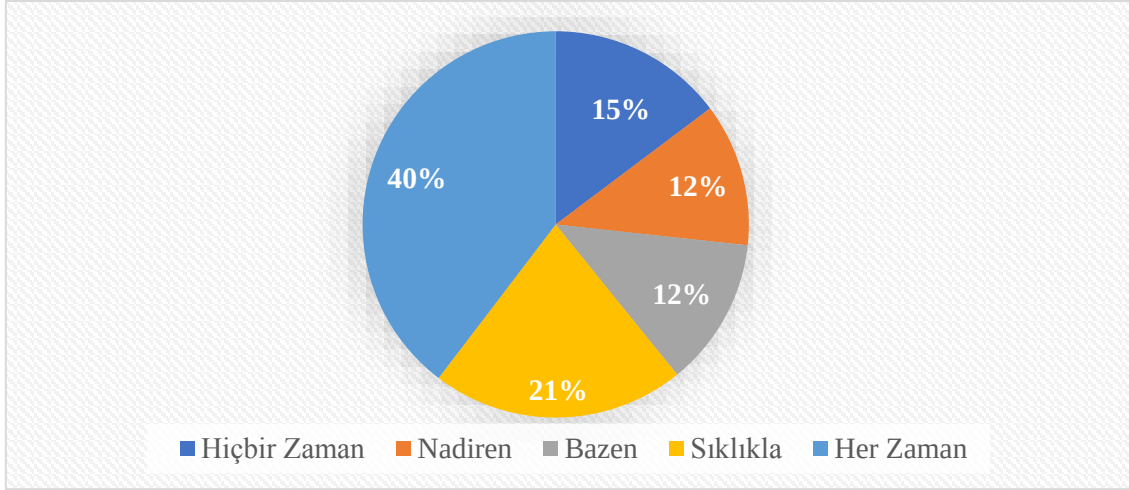


Grafik 16: Ölçeğe Ait 12 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmaya katılanların %47'si, çocuklarının internette karşılaştığı rahatsız edici videolardan her zaman haberdar olduğunu belirtmiştir. %26'sı sıklıkla haberdar olduğunu ifade ederken, %16'sı bazen yanıtını vermiştir. Ebeveynlerin %7'si nadiren çocuklarının karşılaştığı içeriklerden bilgi sahibi olduğunu, %4'ü ise hiçbir zaman içerik takibi yapmadığını belirtmiştir. Araştırma, ebeveynlerin çocuklarının karşılaştığı olumsuz içeriklere karşı farkındalıklarının genelde yüksek düzeyde olduğunu ortaya koyarken, bazen, nadiren ve hiçbir zaman ifadeleriyle cevap verenlerin oranının %27 olarak belirlenmesi önemli bir bulgu olarak öne çıkmaktadır.

Risklerden koruma alt boyutunun son bölümünde, “Çocuğumu internetin risklerinden koruyacak, güvenlik paketi veya antivirüs programları kullanırım” sorusuna cevap aranmıştır. 16 numaralı sorunun analizi Grafik 17’de gösterilmiştir.



Grafik 17: Ölçeğe Ait 16 Numaralı Soruya Verilen Cevapların Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapılan araştırmada, internet kullanımında güvenli paket ve antivirüs programı kullanımı ifadesine “her zaman” yanıtı veren katılımcıların oranı %40 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %21’i bu soruya “sıklıkla” yanıtı verirken, “bazen” ve “nadiren” yanıtlarını verenlerin oranları %12 ile eşit bulunmuştur. “Hiçbir zaman” yanıtı veren katılımcıların oranı ise %15 olarak saptanmış ve bu oran, dikkat çekici bir şekilde yüksek bulunmuştur. Elde edilen bulgular, ebeveynlerin çocuklarının güvenli internet kullanımına genel olarak önem verdiğini ve internette karşılaşılabilecek risklerin boyutunu ciddiye aldıklarını göstermektedir.

Risklerden koruma alt boyut analizinde, “Ebeveynler, çocuklarını dijital ortamların zararlı içeriklerinden koruyacak yeterli bilgiye sahiptir” önermesine (H4) ilişkin sonuçlar değerlendirilmiştir. Çalışmanın dördüncü alt boyutunda yer alan dört soruya yönelik analiz, ebeveynlerin risklerden korunmaya ilişkin farkındalık düzeylerinin genel olarak yüksek olduğunu göstermiştir.

Bununla birlikte, “bazen” ve “nadiren” gibi olumsuz anlam taşıyan yanıtların %10 ila 20 oranında gözlenmesi dikkat çekici bulunmuş ve bu durumun göz ardı edilemeyecek bir düzeydedir. Çalışmanın bulguları, ebeveynlerin çocuklarını dijital ortamların zararlı içeriklerinden koruma konusunda yeterli bilgiye sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

4.1.5. Alt Boyutların Düzey Analiz Sonuçları

Dört alt boyut ve toplam 16 sorudan oluşan “Dijital Ebeveyn Farkındalık Ölçeği,” 219 ebeveynin katılımıyla analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. Ölçeğin 1, 5, 9 ve 13.

maddelerine verilen yanıtlarla Olumsuz Model Olma boyutu, 2, 6, 10 ve 14. maddelerine verilen yanıtlarla Dijital İhmal boyutu, 3, 7, 11 ve 15. maddelerine verilen yanıtlarla Verimli Kullanım boyutu, 4, 8, 12 ve 16. maddelerine verilen yanıtlarla ise Risklerden Koruma boyutu analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular, araştırmanın hipotezlerini değerlendirmek amacıyla ele alınmıştır.

Olumsuz Model: Araştırma sonuçları, ilk hipotezde de öngörüldüğü üzere, ebeveynlerin mobil cihaz ve internet kullanımı aracılığıyla çocuklarına olumsuz bir rol model olduklarını ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, ebeveynlerin farkındalık düzeylerinin düşük olduğunu ve olumsuz model olduklarını göstermiştir.

Dijital İhmal: Çalışmanın bulguları, katılımcı ebeveynlerin dijital ihmal davranışlarında bulunduklarını ortaya koymaktadır. İkinci önermeyi destekler nitelikte, ebeveynlerin çocuklarının kullandığı teknolojik cihazların kullanımını kontrol etme konusunda zayıf davranışlar sergiledikleri görülmüştür. Analizler, ebeveynlerin farkındalık düzeylerinin düşük olduğunu ve dijital ihmalde bulunduklarını göstermektedir.

Verimli Kullanım: Araştırmada, ebeveynlerin dijital teknolojilerin kullanımına ilişkin fayda ve zarar ayırmasına dikkat ettikleri, olumlu ve olumsuz yönleri ayırt etmeye özen gösterdikleri gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, ebeveynlerin çocuklarını dijital okuryazar bireyler olarak yetiştirme çabası içinde oldukları tespit edilmiştir. Üçüncü önermeyi destekleyen bulgular, ebeveynlerin verimli kullanım düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Risklerden Koruma: Bu alt boyutta yer alan dört soruya verilen yanıtların analizleri, ebeveynlerin çocuklarını dijital ortamların zararlı içeriklerinden koruma konusunda yeterli bilgiye sahip olduklarını göstermektedir. Son önermeyi destekleyen bulgular doğrultusunda, ebeveynlerin risklerden koruma farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.2. Demografik Bilgi ve Dijital Kullanım Motivasyon Analizleri

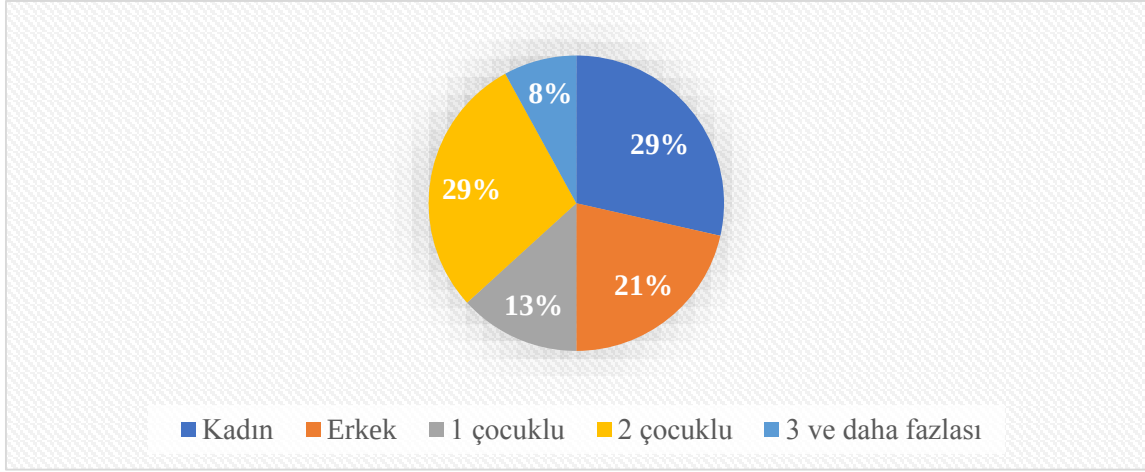
Demografik Özellikler	Grup	n	Yüzde %
Cinsiyet	Kadın	125	57,1
	Erkek	94	42,9
Yaş	25 yaş ve altı	10	4,6
	26-35 yaş	56	25,6
	36-45 yaş	131	59,8
	46 yaş ve üzeri	22	10,0
Meslek	Ev Hanımı	68	31,1
	Eğitimci	27	12,3
	Memur	27	12,3
	Serbest Meslek	24	11,0
	Diğer	73	33,3
Sahip Olunan Çocuk Sayısı	1 çocuk	58	26,5
	2 çocuk	126	57,5
	3 çocuk ve üzeri	35	16,0

Eğitim Durum	İlkokul	14	6,4
	Ortaokul	15	6,8
	Lise	71	32,4
	Lisans	102	46,6
	Yüksek Lisans	17	7,8
Yaşadığı İlçe	Adapazarı	114	52,1
	Serdivan	53	24,2
	Erenler	27	12,3
	Diğer	25	11,4
Toplam		219	100,0

Tablo 8: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapılan araştırmaya katılanların demografik özelliklerine bakıldığında; %57,1'inin kadın, %42,9'unun erkek, %4,6'sının 25 yaş ve altı, %25,6'sının 26-35 yaş, %59,8'inin 36-45 yaş, %10,0'inin 46 yaş ve üzeri, %31,1'inin ev hanımı, %12,3'ünün eğitimci, %12,3'ünün memur, %11,0'inin serbest meslek sahibi, %33,3'ünün diğer mesleklere sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların çoğunluğunu ev hanımı olan kadınlar ve 36-45 yaş aralığındaki ebeveynler oluşturmaktadır. Sakarya'nın Adapazarı ilçesinde yaşayanların daha çok katkı sunduğu araştırmada eğitim durum çoğunluğu lisans olarak öne çıkmaktadır.



Grafik 18: Araştırmaya Katılan 219 Ebeveynin Cinsiyetleri ve Çocuk Sayıları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Üstte yer alan grafikte görüldüğü gibi katılımcıların, %26,5'inin 1 çocuk, %57,5'inin 2 çocuk, %16,0'ının 3 çocuk ve üzeri sahip olduğu, %6,4'ünün ilkokul, %6,8'inin ortaokul, %32,4'ünün lise, %46,6'sının lisans ve %7,8'inin yüksek lisans mezunu, %52,1'inin Adapazarı, %24,2'sinin Serdivan, %12,3'ünün Erenler ve %11,4'ünün diğer ilçelerde yaşadığı belirlenmiştir.

	Grup	n	Yüzde%
Akıllı Telefon Kullanım Süresi	1-2 Saat	139	63,5
	3-5 Saat	67	30,6
	6 Saat ve üzeri	13	5,9
Toplam		219	100,0

Tablo 9: Katılımcıların Akıllı Telefon Kullanım Sürelerine Göre Dağılımları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların akıllı telefon kullanım sürelerine göre dağılımları incelendiğinde; %63,5'inin günde 1-2 saat, %30,6'sının 3-5 saat ve %5,9'unun günde 6 saat ve üzeri akıllı

telefon kullandığı belirlenmiştir. Büyük bir çoğunluk akıllı telefonda günde 1-2 saat süre geçirdiklerini beyan ederken, yüzde 30'luk oran 3-5 saat olarak öne çıkmaktadır.

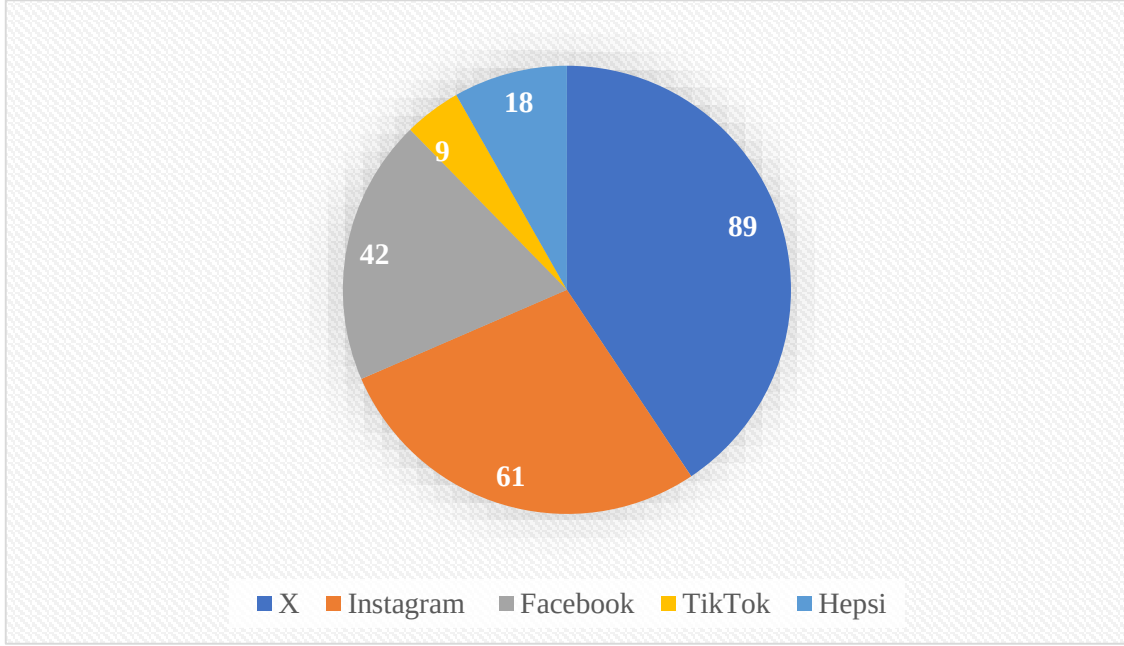
	Grup	n	Yüzde%
Sık Kullanılan Sosyal Medya	Facebook	42	19,2
	Twitter	89	40,6
	Instagram	61	27,9
	Tik tok	9	4,1
	Hepsi	18	8,2
En Sık Kullanılan Platform	TV	33	15,1
	Gazete	31	14,2
	İnternet	43	19,6
	Sosyal Medya	44	20,1
	Netflix	25	11,4
	Disney	11	5,0
	Hepsi	32	14,6
	Toplam	219	100,0

Tablo 10: Katılımcıların Sık Kullandığı Sosyal Medya ve Platforma Göre Dağılımları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 10’da yer alan analize göre ebeveynlerin en sık kullandığı sosyal medyaya göre dağılımları incelendiğinde; %19,2’sinin Facebook, %40,6’sının X, %27,9’unun Instagram, %4,1’inin Tik tok, %8,2’sinin hepsini kullandığı belirlenmiştir.

Katılımcıların en sık kullandığı platforma göre dağılımları incelendiğinde; %15,1’inin TV, %14,2’sinin gazete, %19,6’sının internet, %20,1’inin sosyal medya, %11,4’ünün Netflix, %5,0’inin Disney ve %14,6’sının hepsini kullandığı belirlenmiştir.



Grafik 19: Ebeveynlerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Platformları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

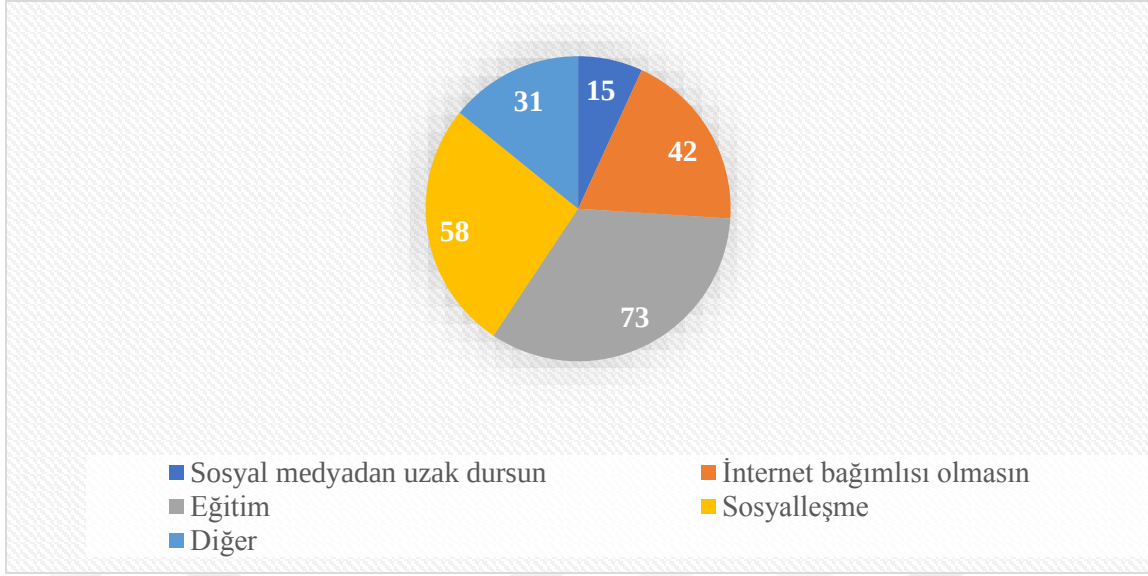
	Grup	n	Yüzde
SGM'ye Çocuğunu Getirme Sebebi	Sosyal medyada çok zaman geçirmesi	15	6,8
	İnternet bağımlısı olmasın diye	42	19,2
	Her alanda eğitimine önem vermesi	73	33,3
	Sosyalleşmesi için	58	26,5
	Diğer/hepsi	31	14,2
Toplam		219	100,0

Tablo 11: Katılımcıların SGM'ye Çocuğunu Getirme Sebeplerine Göre Dağılımları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların sosyal gelişim merkezine çocuğunu getirme sebeplerine göre dağılımları incelendiğinde; %6,8'inin çocuğunun sosyal medyada çok zaman geçirmesi, %19,2'sinin internet bağımlısı olmasın diye, %33,3'ünün her alanda eğitimine önem verdiği için, %26,5'inin sosyalleşmesi için sonuçları elde edilirken, %14,2'sinin diğer/hepsi olarak cevap verdiği belirlenmiştir.

Ebeveynler, bu programlar aracılığıyla çocuklarının sosyalleşmelerine büyük önem verdiklerini, ancak aynı zamanda çocuklarının dijital bağımlılıkla karşı karşıya kalmalarından endişe ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durum, ebeveynlerin, çocuklarının dijital ortamda geçirdikleri zamanı kontrol etme ve yönlendirme konusundaki farkındalıklarını ve kaygılarını ortaya koymaktadır. Veriler dijital bağımlılığın ebeveynler arasında endişe kaynağı olduğunu ve bu endişenin, çocukları için daha dengeli ve sağlıklı bir yaşam tarzı oluşturma çabalarını şekillendirdiğini göstermektedir.



Grafik 20: Ebeveynlerin Çocuklarını Okul Dışı Eğitimlere Dahil Etme Nedenleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.3.DEFÖ Analiz Sonuçları

Çalışmaya destek veren ebeveynlerin demografik özelliklerinin incelenmesinin ardından, araştırmanın diğer kısmında dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerine ait istatistikler ve ilk bulgulara elde edilen farklılıklar üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.

Kolmogorov-Smirnov				Merkezi Eğilim Ölçümleri			
	İstatistik	Sd	p	Ortalama ($\bar{X}$)	Medyan	Çarpıklık	Basıklık
Olumsuz							
Model	0,129	219	0,000	8,10	8,0	0,626	-0,028
Olma							
Dijital							
İhmal	0,092	219	0,000	9,07	9,0	0,267	-0,499
Verimli							
Kullanım	0,152	219	0,000	16,20	16,0	-1,029	1,693
Risklerden							
Koruma	0,107	219	0,000	14,57	15,0	-0,429	-0,592

Tablo 12: Kolmogorov-Smirnov Normallik Test Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Merkezi eğilim ölçümleriyle veri dağılımları incelenirken, Shuman ve Mallery'e (2010) göre medyan ve aritmetik ortalama değerlerinin birbirine yakın olması ile çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 sınırları içinde bulunması, verilerin normalliğini göstermektedir.

		Cinsiyet Grubu	n	$\bar{X}$	s.s	t	sd	p
Olumsuz Model Olma		Kadın	125	7,59	2,54	-3,233	217	0,000*
		Erkek	94	8,80	2,97			
Dijital İhmal		Kadın	125	8,58	2,67	-2,954	217	0,000*
		Erkek	94	9,73	3,07			
Verimli Kullanım		Kadın	125	16,60	2,51	2,462	217	0,002*
		Erkek	94	15,67	3,08			
Risklerden Koruma		Kadın	125	14,76	3,32	0,088	217	0,380
		Erkek	94	14,33	3,90			

Tablo 13: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Farklılaşmasına Ait Bağımsız Örneklem T- Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 13’de görüldüğü gibi dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlılık gösterip göstermediğini belirlenmesi için yapılan t-testi sonucuna göre; olumsuz model olma algıları cinsiyetlerine göre farkı istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir (t değeri=-3,233; p=0,000).

Erkeklerin ($\bar{X}$ =8,80) olumsuz model olma düzeyi kadınlara ($\bar{X}$ =7,59) göre daha yüksek olduğu belirlenirken, dijital ihmal algısının cinsiyetlerine göre farklılıklarının anlamlılık gösterip göstermediğini belirlenmesi için yapılan t-testi sonucuna göre; dijital ihmal algısı cinsiyetlerine göre farkı istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir (t değeri=-2,954; p=0,000).

Erkeklerin ($\bar{X}$ =9,73) dijital ihmal algısı kadınlara ($\bar{X}$ =8,58) göre daha yüksek olduğu belirlenirken, verimli kullanım algısının cinsiyetlerine göre farklılıklarının anlamlılık

gösterip göstermediğini belirlenmesi için yapılan t-testi sonucuna göre; verimli kullanım algısı cinsiyetlerine göre farkı istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir (t değeri=2,462; p=0,002). Kadınların ($\bar{X}$ =16,60) verimli kullanım algısı erkeklere ($\bar{X}$ =15,67) göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. *p değeri ise anlamlı çıkmıştır(p<0.05).

	Meslek	n	$\bar{X}$	s.s	F	p
Olumsuz Model Olma	Ev Hanımı	68	7,74	2,52	1,604	0,174
	Eğitimci	27	7,48	2,31		
	Memur	27	8,67	3,21		
	Serbest Meslek	24	7,75	2,66		
	Diğer	73	8,60	3,01		
Dijital İhmal	Ev Hanımı	68	8,93	2,81	2,078	0,085
	Eğitimci	27	7,96	1,89		
	Memur	27	9,70	3,15		
	Serbest Meslek	24	8,58	2,55		
	Diğer	73	9,56	3,20		
Verimli Kullanım	Ev Hanımı	68	16,51	2,83	1,399	0,235
	Eğitimci	27	16,37	2,27		
	Memur	27	16,04	2,95		

	Serbest Meslek	24	16,96	2,77		
	Diğer	73	15,66	2,86		
	Ev Hanımı	68	14,56	3,28		
	Eğitimci	27	14,63	3,39		
Risklerden Koruma	Memur	27	13,70	3,97	2,242	0,066
	Serbest Meslek	24	16,46	3,34		
	Diğer	73	14,27	3,72		

Tablo 14: Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin meslek gruplarına göre farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre; dijital ebeveynlik farkındalık düzeyleri meslek gruplarına göre farkı istatistiksel olarak anlamlılık göstermediği saptanmıştır ($p>0.05$). Diğer bir ifadeyle ebeveynlerin hangi meslek grubuna dahil oldukları, onların dijital farkındalık seviyelerini önemli ölçüde etkilememektedir. Test, farklı meslek grupları arasında fark olsa bile, bu farkın tesadüfi olma olasılığının yüksek olduğunu ve istatistiksel açıdan anlamlı olmadığını göstermektedir.

	Yaş	N	$\bar{X}$	s.s	F	p	Post-Hoc
Olumsuz	25 yaş ve altı ⁽¹⁾	10	10,40	3,37			
Model	26-35 yaş ⁽²⁾	56	7,73	2,71	4,043	0,008*	(1-2)

Olma	36-45 yaş ⁽³⁾	131	7,92	2,70	3,158	0,026*	(1-2)
	46 yaş ve üzeri ⁽⁴⁾	22	9,18	2,70			
Dijital	25 yaş ve altı ⁽¹⁾	10	10,90	2,85			
	26-35 yaş ⁽²⁾	56	8,43	2,45			
İhmal	36-45 yaş ⁽³⁾	131	9,05	3,02			
	46 yaş ve üzeri ⁽⁴⁾	22	10,05	2,82			
Verimli	25 yaş ve altı ⁽¹⁾	10	13,80	2,86			
	26-35 yaş ⁽²⁾	56	16,77	2,66			
Kullanım	36-45 yaş ⁽³⁾	131	16,21	2,63			
	46 yaş ve üzeri ⁽⁴⁾	22	15,77	3,56			
Risklerden	25 yaş ve altı	10	14,00	4,67	3,134	0,336	
	26-35 yaş	56	15,18	2,62			
Koruma	36-45 yaş	131	14,52	3,70			
	46 yaş ve üzeri	22	13,64	4,36			

Tablo 15: Katılımcıların Yaşlarına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin yaşlarına oranla istatistiksel olarak anlamlılık gösterip göstermediğini belirlenmesi için yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre; olumsuz model olma algıları yaşlarına göre farkı istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir (F değeri= 4,043; p=0,008).

Analize göre 25 yaş ve altı katılımcıların ($\bar{X}$ =10,40) olumsuz model olma algıları 26-35 yaşındaki katılımcılara ($\bar{X}$ =7,73) göre daha yüksektir. Katılımcıların dijital ihmal algılarının yaşlarına göre farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlılık gösterip göstermediğini belirlenmesi için yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre; dijital ihmal algıları yaşlarına göre farkı istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir (F değeri= 3,158; p=0,026).

25 yaş ve altı katılımcıların ($\bar{X}$ =10,90) dijital ihmal algıları 26-35 yaşındaki katılımcılara ($\bar{X}$ =8,43) göre daha yüksektir. Katılımcıların verimli kullanım algılarının yaşlarına göre farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlılık gösterip göstermediğini belirlenmesi için yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre; verimli kullanım algıları yaşlarına göre farkı istatistiksel olarak anlamlılık gösterdiği belirlenmiştir (F değeri= 3,510; p=0,016).

26-35 yaşındaki katılımcıların ($\bar{X}$ =16,77) verimli kullanım algıları 25 yaş ve altındaki katılımcılara ($\bar{X}$ =13,80) göre daha yüksektir. Gruplar arası farkı belirlemek için post hoc testlerinden scheffe testi kullanılmıştır.

	Çocuk Sayısı	n	$\bar{X}$	s.s	F	p
Olumsuz Model Olma	1 çocuk	58	8,07	2,70	0,111	0,895
	2 çocuk	126	8,07	2,70		
	3 çocuk ve üzeri	35	8,31	3,30		
Dijital İhmal	1 çocuk	58	9,21	2,83	0,297	0,743
	2 çocuk	126	9,11	2,95		
	3 çocuk ve üzeri	35	8,74	2,92		
Verimli Kullanım	1 çocuk	58	16,09	2,70	1,840	0,161
	2 çocuk	126	16,46	2,62		
	3 çocuk ve üzeri	35	15,46	3,47		
Risklerden Koruma	1 çocuk	58	14,71	3,32	0,133	0,876
	2 çocuk	126	14,47	3,61		
	3 çocuk ve üzeri	35	14,74	3,95		

Tablo 16: Katılımcıların Sahip Oldukları Çok Sayısına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmaya, destek verenlerin sunduğu bilgilerden elde edilen veriler doğrultusunda tek yönlü gerçekleşen anova testi gruplar arası farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı

sonucuna ulaşmıştır ($p>0,05$). Bu durum çocuk sayısı arttıkça ya da azaldıkça ebeveynlerin dijital farkındalıklarının değişmediğini ifade etmektedir.

İstatistiksel olarak anlamlı fark olmaması, elde edilen verilerin gruplar arasındaki farkların genel bir genelleme yapmaya yetecek kadar önemli olmadığını ve sonuçların büyük olasılıkla rastlantısal olduğunu ifade etmektedir.

	Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	s.s	F	p
Olumsuz Olma	İlkokul	14	9,29	3,89	0,946	0,438
	Ortaokul	15	7,60	1,99		
	Lise	71	8,27	2,93		
	Lisans	102	7,90	2,47		
	Yüksek Lisans	17	8,18	3,52		
Dijital İhmal	İlkokul	14	10,07	2,59	1,310	0,267
	Ortaokul	15	8,27	1,91		
	Lise	71	9,37	3,17		
	Lisans	102	9,01	2,77		
	Yüksek Lisans	17	8,18	3,34		
Verimli Kullanım	İlkokul	14	15,43	3,30	1,017	0,399
	Ortaokul	15	15,73	3,06		

	Lise	71	16,15	3,32		
	Lisans	102	16,53	2,33		
	Yüksek Lisans	17	15,47	2,32		
	İlkokul	14	14,93	3,83		
	Ortaokul	15	15,13	3,72		
Risklerden Koruma	Lise	71	14,62	3,84	0,727	0,574
	Lisans	102	14,64	3,30		
	Yüksek Lisans	17	13,24	3,85		

Tablo 17: Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmanın bu aşamasında ise dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin aldıkları eğitim durumlarına göre irdelenmesi amaçlanmıştır. Bu açıdan bakıldığında yine gerçekleşen tek yönlü anova testi, gruplar arası farklılıkların istatistiksel yönden anlamlı olmadığını bulgusunu bize sunmaktadır ($p>0,05$). Çalışmada yer alan ebeveynlerin eğitim durumunun, dijital farkındalık düzeyleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkide bulunmadığı, eğitim düzeyine göre gruplar arasında bazı farklar saptansa da bu farkların istatistiksel açıdan yeterince güçlü olmadığı saptanmıştır.

Ebeveynlerin dijital farkındalık düzeyleri, eğitim durumlarına göre belirgin şekilde değişmezken; istatistiksel olarak anlamlı farkın olmaması, gruplar arasında farkların genel bir eğilim içinde olmadığını göstermektedir.

		Yaşanılan İlçe	n	$\bar{X}$	s.s	F	p
Olumsuz Olma	Model	Adapazarı	114	8,15	2,77	0,172	0,915
		Serdivan	53	7,89	2,83		
		Erenler	27	8,19	2,97		
		Diğer	25	8,32	2,75		
Dijital İhmal		Adapazarı	114	8,89	2,94	1,177	0,319
		Serdivan	53	9,08	2,74		
		Erenler	27	10,04	3,19		
		Diğer	25	8,92	2,71		
Verimli Kullanım		Adapazarı	114	16,21	2,89	0,455	0,714
		Serdivan	53	16,43	2,42		
		Erenler	27	16,22	3,11		
		Diğer	25	15,64	2,84		
Risklerden Koruma		Adapazarı	114	14,75	3,70	0,384	0,765
		Serdivan	53	14,13	3,47		
		Erenler	27	14,74	3,18		

	Diğer	25	14,52	3,75
--	-------	----	-------	------

Tablo 18: Katılımcıların Yaşadıkları İlçeye Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 18’de dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin bölgesel açıdan etkisinin olup olmadığı incelenmiştir. İlk ve ikinci aşamada elde edilen bulgular üzerinden yapılan testlerde ($p>0,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Araştırma gruplar arasında farklı bilgi ve bulgular ortaya koymuş olsa da bu farklılıkların anlamlı bir sonuç oluşturacak derecede belirgin olmadığı gözlemlenmiştir.

	Akıllı Telefon Kullanım Süresi	n	$\bar{X}$	s.s	F	p	Post- Hoc
Olumsuz Model Olma	1-2 Saat ⁽¹⁾	139	7,75	2,61	3,337	0,037 *	(1-2)
	3-5 Saat ⁽²⁾	67	8,79	2,88			
	6 Saat ve üzeri ⁽³⁾	13	8,46	3,62			
Dijital İhmal	1-2 Saat	139	8,78	2,86	2,141	0,120	
	3-5 Saat	67	9,67	3,02			
	6 Saat ve üzeri	13	9,15	2,38			
Verimli Kullanım	1-2 Saat ⁽¹⁾	139	16,60	2,52	4,142	0,017 *	(1-2)
	3-5 Saat ⁽²⁾	67	15,45	3,21			
	6 Saat ve üzeri ⁽³⁾	13	15,77	2,74			

	1-2 Saat	139	14,55	3,67		
Risklerden						
Koruma	3-5 Saat	67	14,43	3,40	0,524	0,593
	6 Saat ve üzeri	13	15,54	3,67		

Tablo 19: Katılımcıların Akıllı Telefon Kullanım Süresine Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıda yer alan analizde katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin akıllı telefon kullanımları incelenmiş, elde edilen ayrı ayrı bulgular arasındaki anlamlılıklar değerlendirilmeye çalışılmıştır. Test analiz sonuçlarına göre farkındalık düzeyi ile mobil cihaz kullanım süresi arasında bir anlam bulunamamıştır (F değeri= 3,337; p=0,037).

Mobil cihazları kullanım süresi 3-5 saat arasında olan katılımcıların (M = 8,79) olumsuz model olma algılarının, 1-2 saat kullanım süresi belirten katılımcılara (M = 7,75) göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Mobil cihaz kullanan katılımcıların verimli kullanım algısının değerlendirildiği bu bölümde, gerçekleştirilen tek yönlü anova testi, verimli kullanım algıları ile akıllı telefon kullanım süresi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (F = 4,142; p = 0,017).

Mobil cihaz kullanım süresi ile ilgili yapılan değerlendirmeye göre, 1-2 saat olarak cevap veren katılımcıların (M = 16,60) verimli kullanım algılarının, 3 saat ve üzeri kullanım süresi belirten katılımcılara (M = 15,45) kıyasla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmada, post hoc testlerinden Scheffe testi kullanılarak yapılan analizde, gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve *p değeri (p < 0,05) ile doğrulanan farkların belirlendiği anlaşılmıştır.

	Sosyal Medya	n	$\bar{X}$	s.s	F	p
	Facebook	42	7,81	2,92		
Olumsuz Model Olma					0,760	0,552
	Twitter	89	8,24	2,73		

	Instagram	61	7,82	2,60		
	Tik tok	9	8,78	2,11		
	Hepsi	18	8,83	3,67		
	Facebook	42	9,52	2,71		
	Twitter	89	8,99	3,12		
Dijital İhmal	Instagram	61	8,61	2,60	1,060	0,377
	Tik tok	9	9,44	0,88		
	Hepsi	18	9,89	3,68		
	Facebook	42	15,67	3,13		
	Twitter	89	16,35	2,69		
Verimli Kullanım	Instagram	61	16,21	2,75	1,491	0,206
	Tik tok	9	18,00	1,94		
	Hepsi	18	15,78	2,88		
	Facebook	42	14,00	4,36		
Risklerden Koruma	Twitter	89	14,72	3,34	0,400	0,808
	Instagram	61	14,77	3,44		

Tik tok	9	15,00	3,46
Hepsi	18	14,33	3,48

Tablo 20: Katılımcıların Sık Kullandıkları Sosyal Medya Platformu Alışkanlıklarının Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 20’de görüldüğü gibi, katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin en sık kullanılan sosyal medya platformlarına göre gruplar arasında farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü anova testi sonucunda, gruplar arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$).

	Platform	n	$\bar{X}$	s.s	F	p	Post-Hoc
Olumsuz Model Olma	TV ⁽¹⁾	33	8,00	3,00	2,255	0,039 *	(3-5)
	Gazete ⁽²⁾	31	7,74	2,32			
	İnternet ⁽³⁾	43	7,47	2,35			
	Sosyal Medya ⁽⁴⁾	44	8,05	2,99			
	Netflix ⁽⁵⁾	25	9,88	3,28			
	Disney ⁽⁶⁾	11	7,91	2,81			
	Hepsi ⁽⁷⁾	32	8,22	2,49			
Dijital İhmal	TV	33	8,94	3,03	0,858	0,527	

	Gazete	31	8,81	2,26		
	İnternet	43	8,63	3,36		
	Sosyal Medya	44	9,14	2,78		
	Netflix	25	10,20	2,90		
	Disney	11	9,00	3,63		
	Hepsi	32	9,16	2,57		
	TV	33	16,27	3,13		
	Gazete	31	16,55	2,36		
	İnternet	43	16,40	2,76		
Verimli Kullanım	Sosyal Medya	44	16,05	2,65	0,665	0,678
	Netflix	25	15,32	3,12		
	Disney	11	16,91	2,77		
	Hepsi	32	16,19	2,91		
	TV	33	14,79	3,81	1,644	0,136
	Gazete	31	15,81	2,76		

	İnternet	43	14,77	3,88
	Sosyal Medya	44	13,98	3,45
Risklerden	Netflix	25	13,16	3,50
Koruma	Disney	11	14,09	4,59
	Hepsi	32	15,00	3,25

Tablo 21: Katılımcıların Dijital Platform Kullanımlarına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmada, katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya platformları ele alınarak çeşitli istatistiksel analizlere ulaşılmıştır. Gerçekleştirilen tek yönlü anova testi sonucunda, olumsuz model olma algıları en sık kullanılan platforma göre kıyaslandığında anlamlı bir fark bulunmamıştır (F değeri = 2,255; $p = 0,039$).

Ancak, en sık kullandığı platform Netflix olan katılımcıların ($M = 9,88$) olumsuz model olma algılarının, en sık kullandığı platform internet olan katılımcılara ($M = 7,47$) göre daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Gruplar arasındaki farkı belirlemek için post hoc testlerinden Scheffe testi kullanılmış ve *p değeri ($p < 0,05$) olarak alınmıştır.

	SGM'ye nedeni	getirme n	$\bar{X}$	s.s	F	p	Post- Hoc
Olumsuz	Sosyal medyada çok	15	10,60	3,02			(1-3)
Model	zaman geçirmesi ⁽¹⁾				4,211	0,003	(1-4)
Olma	İnternet bağımlısı	42	8,45	3,03		*	(1-5)
	olmasın diye ⁽²⁾						

Dijital İhmal	Her alanda eğitime önem vermesi ⁽³⁾	73	7,78	2,55	2,946	0,021 *	(1-3) (1-4) (1-5)
	Sosyalleşmesi için ⁽⁴⁾	58	8,03	2,47			
	Diğer/hepsi ⁽⁵⁾	31	7,35	2,92			
	Sosyal medyada çok zaman geçirmesi ⁽¹⁾	15	10,87	2,83			
	İnternet bağımlısı olmasının diye ⁽²⁾	42	9,36	2,90			
	Her alanda eğitime önem vermesi ⁽³⁾	73	8,37	2,65	2,764	0,029 *	(1-3) (1-4) (1-5)
	Sosyalleşmesi için ⁽⁴⁾	58	9,03	2,77			
	Diğer/hepsi ⁽⁵⁾	31	9,58	3,37			
	Sosyal medyada çok zaman geçirmesi ⁽¹⁾	15	14,53	3,44			
	İnternet bağımlısı olmasının diye ⁽²⁾	42	15,93	3,08			
	Her alanda eğitime önem vermesi ⁽³⁾	73	16,89	2,49			
	Sosyalleşmesi için ⁽⁴⁾	58	15,93	2,55			

	Diğer/hepsi ⁽⁵⁾	31	16,26	2,91		
	Sosyal medyada çok zaman geçirmesi	15	12,87	4,22		
	İnternet bağımlısı olmasının diye	42	14,95	3,41		
Risklerden					1,735	0,143
Koruma	Her alanda eğitimine önem vermesi	73	14,93	3,35		
	Sosyalleşmesi için	58	14,00	3,68		
	Diğer/hepsi	31	15,13	3,64		

Tablo 22: Katılımcıların Etkinliklere Katılma Sebebine Göre Farklılaşmasına Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebine göre değişkenleri irdelenmiştir. Buna göre yapılan testlerde olumsuz model olma algıları çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebine karşılık veriler bağlamında anlam gösterdiği belirlenmiştir (F değeri= 4,211; p=0,003).

Çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi sosyal medyada çok zaman geçirmesi olan katılımcıların ($\bar{X}$ =10,60) olumsuz model olma algıları, çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi her alanda eğitimine önem vermesi olan katılımcılara ($\bar{X}$ =7,78), çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi sosyalleşmesi için olan katılımcılara ($\bar{X}$ =8,03) ve çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi diğer/hepsi olan katılımcılara ($\bar{X}$ =7,35) göre daha yüksektir çıkmıştır.

Katılımcıların dijital ihmal düzeylerinin çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebine göre farklılıklarının istatistiksel olarak anlamlılık gösterip göstermediğini belirlenmesi için yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre; dijital ihmal algıları

çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebinin farkları bağlamında verilere yansıyan anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır (F değeri= 2,946; p=0,021).

Çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi sosyal medyada çok zaman geçirmesi olan katılımcıların ($\bar{X}$ =10,87) dijital ihmal algıları çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi her alanda eğitimine önem vermesi olan katılımcılara ($\bar{X}$ =8,37), çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi sosyalleşmesi için olan katılımcılara ($\bar{X}$ =9,03) ve çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi diğer/hepsi olan katılımcılara ($\bar{X}$ =9,58) göre daha yüksektir.

Katılımcıların verimli kullanım düzeylerinin, çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebeplerine göre yapılan test sonuçları, verimli kullanım algıları ile çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme amacı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermiştir (F değeri = 2,764; p = 0,029).

Çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi sosyal medyada çok zaman geçirmesi olan katılımcıların ($\bar{X}$ =14,53) verimli kullanım algıları çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi her alanda eğitimine önem vermesi olan katılımcılara ($\bar{X}$ =16,89), çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi sosyalleşmesi için olan katılımcılara ($\bar{X}$ =15,93) ve çocuğunu sosyal gelişim merkezine getirme sebebi diğer/hepsi olan katılımcılara ($\bar{X}$ =16,26) oranla düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İncelemede farkı belirlemek için post hoc testlerinden scheffe testi kullanılmıştır. *p değeri (p<0.05)

Alt Boyutlar	(1)	(2)	(3)	(4)
Olumsuz Model Olma ⁽¹⁾	1	0,548*	-0,497*	-0,347*
Dijital İhmal ⁽²⁾		1	-0,437*	-0,384*
Verimli Kullanım ⁽³⁾			1	0,559*
Risklerden Koruma ⁽⁴⁾				1

Tablo 23: Farkındalık Düzeylerinin Birbirleri Arasındaki İlişki

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıda yer alan tabloda, Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre, olumsuz model olma ile dijital ihmal arasında pozitif, orta seviyede bir ilişki ($r = 0,548$) bulunmuş, verimli kullanım ile negatif, orta seviyede bir ilişki ($r = -0,437$) tespit edilmiştir. Ayrıca, riskli kullanım ile negatif, düşük seviyede bir ilişki ($r = -0,347$) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. *p değeri 0,05'ten küçüktür.

Alt Boyutlar	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Olumsuz Model Olma	0,634	4
Dijital İhmal	0,690	4
Verimli Kullanım	0,636	4
Risklerden Koruma	0,639	4

Tablo 24: Alt Boyutlar Güvenilirlik Analizleri Güvenilirlik Analizleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Geliştirilen 16 maddeden oluşan dijital ebeveynlik farkındalık ölçeği güvenilirlik katsayıları incelendiğinde, olumsuz model olma algısına ait Cronbach's Alpha değeri 0,634 olarak bulunmuş ve bu değer güvenilirliğin kabul edilebilir seviyede olduğunu göstermektedir. Dört maddeden oluşan dijital ihmal algısına yönelik yapılan incelemede ise, Cronbach's Alpha değeri 0,690 olarak hesaplanmış ve bu sonuç da ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Verimli kullanım algısı, 4 maddelik alt boyutta yapılan incelemede Cronbach's Alpha değeri 0,636 olarak tespit edilmiştir. Bu da güvenilirliğin yüksek olduğunu gösteren bir bulgudur. Son olarak, risklerden koruma algısına ait güvenilirlik katsayıları incelendiğinde, bu alt boyutun Cronbach's Alpha değeri 0,639 olarak hesaplanmıştır. Diğer tüm alt boyutlarda olduğu gibi bu da yüksek güvenilirlik seviyesine işaret etmektedir.

SONUÇ

İçinde bulunduğumuz dijital çağda, Türkiye’de evden internete erişim oranı sürekli değişmekte ve gelişmektedir. Bu oran, 1,4 puanlık bir artışla %95,5’e ulaşmış olup, internetin ne derece yaygınlaştığını gözler önüne sermektedir. Türkiye’de TÜİK’in yayımladığı rapora göre en çok tercih edilen dijital platformlar sıralamasında, %84,9’luk kullanım oranıyla WhatsApp ilk sırada yerini alırken, onu %69,0’lık oranla YouTube takip etmektedir. Üçüncü sırada ise %61,4 ile Instagram yer alırken, mesajlaşma, video ve içerik paylaşımı ile sosyal medya etkileşimlerinin yaygın olduğunu ortaya koymaktadır.

İnternet kullanım ortalamasına bakıldığında Türkiye, 6 saat 57 dakika ile dünya sıralamasında 20’nci sırada yer alırken, bu durum bireylerin interneti yoğun bir şekilde kullandığı ve dijital dünyanın günlük yaşamda önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Dijital çağda çocukların sağlıklı ve güvenli bir şekilde teknoloji kullanmalarını sağlamak, ebeveynlerin sorumluluklarını daha da önemli hale getirmiştir.

Teknolojik cihazların doğru ve yerinde kullanımı, aynı zamanda çocukların karşılaşılabileceği riskler ve olumsuz etkilerden korunması ihtiyacı, dijital ebeveynlik kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dijital ebeveynlik, ebeveynlerin çocuklarının internet ve dijital cihaz kullanımını denetleyerek ve yönlendirerek, onların dijital dünyayla sağlıklı bir ilişki geliştirmelerini destekleme süreci olarak adlandırılmaktadır.

Bu süreçte ebeveynlerin rolü, yalnızca çocuklarını denetlemekle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda onlarla güçlü ve destekleyici aile içi ilişkiler kurmayı da içerir. Güçlü aile bağları, çocukların dijital ortamda karşılaşılabilecekleri risklere karşı daha dayanıklı olmalarına ve bilinçli davranışlar geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. Dijital ebeveynlik, çocukların dijital dünyada potansiyel tehlikelere karşı korunmasını sağlayarak, daha güvenli ve bilinçli internet kullanıcıları olmalarını hedeflemektedir.

Günümüzde çocuklar, interneti çok yönlü bir şekilde kullanarak eğitimden eğlenceye, iletişimden üretkenliğe kadar birçok alanda aktif olmaktadır. Ancak bu geniş çaplı kullanımın yanı sıra, dijital dünyada video, fotoğraf ve bilgilerden oluşan bilinçsizce paylaşımlar, çocukların mahremiyetlerinin ihlal edilmesine ve çeşitli mağduriyetlere neden olabilmektedir. Bu durum, ebeveynlerin çocuklarının dijital yaşamlarını daha dikkatli yönetmeleri gerektiğini vurgulamaktadır.

Dijital ebeveynlik kavramının yaygınlaşması ve çocukların korunması adına farklı çalışmalar devam ederken yeni medya teknolojilerinin yararlı ve zararları üzerine incelemeler yapılmaktadır. Olumlu yanları arasında eğitim olanaklarının artması, bilgiye erişimin kolaylaşması ve yaratıcılığın teşvik edilmesi sayılabilir. Öte yandan, kontrolsüz kullanım ve bilinçsiz paylaşımlar gibi olumsuz yönleri, çocukların güvenliği ve sağlıklı gelişimi açısından risk oluşturabilir. Bu bağlamda yapılan araştırmalar, ebeveynlerin bu riskleri tanıyarak çocuklarını doğru bir şekilde yönlendirmelerinin önemini ortaya koymuştur.

Dijital ebeveynlik, çocukları potansiyel dijital tehlikelere karşı korumak, internet ve dijital araçları güvenli ve bilinçli bir şekilde kullanmalarını sağlamak için ebeveynlerin üstlenmesi gereken temel rolleri içermektedir. Ebeveynlerin çocuklarına rehberlik etmeleri, güvenli internet alışkanlıkları kazandırmaları ve onların dijital dünyadaki deneyimlerini aktif bir şekilde takip etmeleri, çocukların sağlıklı ve güvenli bir şekilde büyümelerine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu çalışmada, dijital ebeveyn farkındalığının belirlenmesi amacıyla Adapazarı Sosyal Gelişim Merkezi örneklem olarak belirlenmiştir. Araştırmanın katılımcı kitlesi, 7-14 yaş arası çocuklarını çeşitli sosyal ve kültürel etkinliklere dahil eden 219 anne ve babadan oluşmaktadır.

Manap ve Durmuş'nun geliştirdiği Dijital Ebeveyn Farkındalık Ölçeği (DEFÖ) aracılığıyla, ebeveynlerin dijital farkındalık düzeylerini ölçmek ve aile içindeki dijital etkileşimlerle çocukların dijital güvenliği arasındaki ilişkilerin anlaşılması hedeflenmiştir. 5'li likert tipi bu ölçek, 16 maddeden oluşmasıyla katılımcıların dijital farkındalık düzeylerini anlamak için kapsamlı bir araç olarak değerlendirilmektedir. Elde edilen bulgular, dijital farkındalık seviyelerinin çeşitli demografik özelliklere göre nasıl farklılık gösterdiğini ve aile içi dijital etkileşimlerin ne ölçüde bilinçli olduğunu ortaya koymayı hedeflemektedir. Araştırmada kullanılan nicel yöntem kullanılırken, bu yöntem sayesinde ebeveynlerin dijital farkındalık düzeyleri ile dijital kullanımının aile yapısı ve çocuk güvenliği üzerindeki etkileri daha ayrıntılı bir şekilde anlaşılabilir.

Ölçeğin farklı alt boyutları, uygulama yönergesine uygun şekilde maddeler arası bağımsız olarak değerlendirilmiş, böylece ebeveynlerin dijital farkındalık ve beceri düzeylerinin farklı yönleri detaylı bir biçimde analiz edilmiştir. Bulguların derinlemesine analiz edilmesi ve karşılaştırılarak farklı değerlendirmelere yer verilmesi amacıyla sunulan formda iki ana bölüm bulunmaktadır. Katılımcıların demografik bilgileri ve genel

teknoloji kullanımı hakkındaki sorular yer alırken, böylece ebeveynlerin dijital farkındalık düzeylerini etkileyebilecek demografik değişkenler ile teknoloji kullanım alışkanlıklarına dair bilgiler toplanmaktadır. İkinci bölüm ise ebeveynlerin dijital farkındalık düzeylerini ölçen Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeği (DEFÖ) maddelerini içermektedir.

Araştırmanın bağımsız değişkeninde ebeveynlerin dijital farkındalık puan ortalamaları ele alınmış ve bu veriler, ölçek aracılığıyla toplanan bilgilerle istatistiksel analiz için SPSS versiyon 27 programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışma, ebeveynlerin dijital farkındalık düzeylerinin farklı değişkenlerle olan ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu nicel araştırmada kullanılan ölçek için gerekli izinler elektronik posta aracılığıyla alınmış ve ardından bu çalışma ile ilgili olarak Sakarya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan onay alınmıştır.

Araştırma kapsamında, olumsuz model, dijital ihmal, verimli kullanım ve risklerden koruma alt boyutlarına ilişkin her biri dört sorudan oluşan toplam 16 soruya verilen yanıtlar analiz edilmiştir. Çalışmanın temel varsayımı çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmada, anne ve babaların teknolojik araçlar ve internet kullanımında çocuklarına yönelik olumsuz bir model teşkil ettikleri ve dijital ihmalde bulundukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu iki alt boyutta, ebeveynlerin olumsuz model olma ve dijital ihmal puanlarının yüksek olduğu, farkındalıklarının ise düşük olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer bulguları, anne ve babaların dijital dünyanın tehlikelerine ilişkin endişe taşıdıklarını ve internet içeriklerini olumlu ya da olumsuz olarak ayırt etme çabası içinde olduklarını göstermektedir. Ebeveynlerin verimli kullanım ve risklerden koruma algılarının yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmış; bunun yanı sıra, anne ve babaların özverili ve bilinçli bir yaklaşım sergiledikleri gözlemlenmiştir.

Demografik bilgilerin ve dijital kullanım motivasyonlarının incelendiği çalışmada katılımcıların 125'i kadın, 94'ü erkeklerden oluşurken, 36-45 yaş arası katılımcıların sayısının yoğunluğu oluşturması dikkat çekmektedir. Ayrıca ankete katılan kadınların çoğunluğun ev hanımı olması ve yine katılımcıların büyük çoğunluğunun 2 çocuğunun bulunması, lisans mezunu olmaları ve Adapazarı İlçelerinde yaşıyor olmaları demografik dağılımda öne çıkmaktadır.

Çalışmada, katılımcıların %63,5 gibi büyük bir oranın akıllı telefonlarını günlük 1-2 saat aralığında kullandığını belirtmesi dikkat çekmektedir. Dijital medya tercihleri

arasında %40,6 oranla X (eski adıyla Twitter) öne çıkarken, onu Instagram ve Facebook'un takip etmesi, katılımcıların sosyal medya platformlarını aktif olarak kullandıklarını ortaya koymaktadır. Diğer yandan TV ve gazete olarak adlandırılan geleneksel medyayı takip edenlerin oranının %30'da kalması, dijital medya kullanımının katılımcılar arasında tercihini ortaya koymaktadır.

Dijital ebeveynlik farkındalık düzeyine ait kolmogorov smirnov normallik testine göre; verilerin dağılımının belirlenmesi için merkezi eğilim ölçümlerinde elde edilen değerler benzer çıkmıştır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin de sınırlar içinde olması verilerin normal dağılıma uygun olduğunu doğrulamaktadır. SPSS ile istatistiksel veri analizi çalışması yapan Terzi (2019), normallik varsayımından sapmanın istatistik testlerin gücünü ve sınıflandırma oranını etkileyeceğini, testlerin uygulanabilmesi için verilerin dağılımının normal olması gerekmekte olduğunu belirtmiştir.

Literatür incelediğinde yapılan araştırmalarda sıklıkla kullanılan veri analiz programlarında (SPSS) Kolmogorov-Smirnov ve ShapiroWilk testlerinin yer aldığı görülürken (Pallant, 2016), başka bir çalışmada da Uysal ve Kılıç'a (2022) göre Kolmogorov-Smirnov testinin yerine benzer çalışmalarla yöntem seçimi yapılması önerilmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerine göre değerlendirilen dijital ebeveynlik farkındalık düzeyleri bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre; ebeveynlerin cinsiyetlerine göre farklılıklarının belirlenmesi için yapılan t-testi sonucunda erkeklerin (=8,80) olumsuz model olma düzeyinin kadınlara (=7,59) göre daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Araştırmada erkeklerin (=9,73) dijital ihmal algısının kadınlara (=8,58) göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılrken, verimli kullanımda ise kadınların (=16,60) ile erkeklere göre daha yüksek algıda olduğu belirlenmiştir.

Erkeklerin dijital medya platformlarında veya dijital cihazlarda daha fazla zaman harcaması, onların dijital ihmale yatkınlıklarının artmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, olumsuz model algısının erkeklerde daha yüksek olması, dijital ortamda daha fazla olumsuz içerik tüketilmesiyle ilişkilendirilebilir.

Literatür incelemesi yapıldığında bu alanda çok sayıda araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Akan, Keskin ve Şener (2024), Ağrı ve İstanbul illerinde ebeveynlik rollerini anne ve babalar üzerinden ele aldığı çalışmasında, annelerin babalara oranla çocuklarının dijital dünyada yaptıklarını yakından takip ederek, daha sıkı tutuma sahip olduğu ve daha fazla sorumluluk aldığı ve ebeveynlerin eşit şekilde dijital yeterliliğe

sahip olduğu anlaşıldı. Korkmaz, Demir, Öztürk ve Mutlu (2024) gerçekleştirdikleri başka bir çalışmada ise babaların annelere göre olumsuz model olma alt boyutunun yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bahsedilen araştırmalar bu çalışma ile benzerlik gösterirken, farklı bir araştırmada Bostancı ve Çakır (2022) annelerin çocuklarıyla daha fazla zaman geçirmesini bir etken olarak değerlendirirken, annelerin babalara göre olumsuz model olma ve dijital ihmal düzeylerinin daha yüksek olduğunu, ancak verimli kullanım açısından babaların düzeylerinin daha düşük olduğu sonucuna varmıştır.

Diğer yandan yapılan ilk araştırmalara dikkat çeken Cullen (2001), teknolojiye erişim açısından kadınların dezavantajlı olduklarını, Huang ve arkadaşlarına göre de (2018) cinsiyet eşitsizliğinin dijital ebeveynliğe önemli ölçüde yansıdığını ifade edilmektedir. Anne ve babalar üzerinde dijital oyun bağımlılığın farkındalığı konusunda bir araştırma yapan Söğüt'e (2020) göre de hem anne hem babaların çocuklar üzerinde etkili olduğu sonucuna varmıştır.

Katılımcıların dijital ebeveynlik düzeylerinin mesleklere oranla değişiklik göstermesini içeren anova testi sonuçlarına bakıldığında; ebeveynlerin dijital ebeveynlik farkındalıklarının mesleklere bakılarak anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır. Meslek gruplarının dijital ebeveynlik farkındalığı üzerinde belirgin bir etkisinin olmadığı ve meslekler arasındaki farkların istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı ifade edilirken, ebeveynlerin dijital dünyadaki farkındalık düzeylerinin mesleklerinden bağımsız olarak benzer olduğu değerlendirilebilmektedir.

Demirdöven ve Özyürek (2023), öğretmen veya avukat gibi profesyonel meslek gruplarında çalışan annelerin, çalışmayan ve memur annelere kıyasla çocuklarına kazandırabilecekleri beceriler ve değerler açısından yüksek öz yeterlilik oluşturduğu belirlenmiştir. Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin yaşlarına kıyasla yapılan testler incelediğinde; 25 yaş altı kullanıcıların olumsuz model olma ve dijital ihmal algısı 26-35 yaşındaki katılımcılara oranla daha yüksek çıkarken, 26-35 yaşındaki katılımcıların verimli kullanım algıları 25 yaş ve altındaki katılımcılara göre daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuç genç kuşak ebeveynlerin dijitalle alakalı olarak hassasiyet ve bilgi düzeylerinin yüksek olması şeklinde yorumlanabilir.

Bu çalışmaya benzer bir araştırmaya (Durak A.,2019) göre internet kullanımında ebeveynlerin yaşlarına oranla anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. 31-40 yaş arası anne ve

babaların dijital kullanım farkındalık düzeyleri daha yüksek çıkarken, 20-30 yaş arası ebeveynlerin düzey oranının düşük çıktığı görülmüştür.

Şad ve Durmuş'a (2017) göre, dijital yerli ve dijital göçmen kavramları, aileler ve çocuklar arasında önemli bir ayrım yaratmaktadır. Bunun yanı sıra, dijital teknolojilere olan hâkimiyetin kullanıcının yaşıyla alakalı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Başka bir çalışmada ise 31-40 yaş aralığındaki ebeveynlerin, 41-50 yaş aralığında olan ebeveynlere oranla dijital ihmal düzeyi daha düşük çıkarken, bu durum araştırmada ortaya koyulan bulgularla uyum sağlamaktadır (Tüysüz, 2023).

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin sahip olunan çocuk sayısına göre farklılaşmasına ait tek yönlü anova testi sonuçlarında ise dijital ebeveynlik farkındalık düzeyleri ile sahip oldukları çocuk sayısı arasındaki ilişki incelenmiş ve gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Başka bir deyişle, daha fazla çocuğa sahip olmak dijital ebeveynlik farkındalığını arttırmamış veya azaltmamıştır. Yapılan literatür araştırmasında çocuk sayısına göre yapılan dijital ebeveyn farkındalığı konusunda farklı çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Benzer bulgulara ulaşılan çalışmalarda anne ve babaların dijital ebeveynlik puanları ile sahip oldukları çocuk sayıları arasındaki bir ilişkiye rastlanılmazken (Coşkunalp, 2022), Polat ve Ayaz'a (2021) göre; çocukların olumlu gelişimleri ile kardeş sayısı arasında bir ilişki olmadığına dikkat çekilmiştir.

Ayrıca aile içindeki ebeveyn tutumlarının ve sunulan fırsatların, çocuklar için belirleyici bir rol oynadığı vurgulanmaktadır. Yine bu bulguyu destekleyen başka bir çalışmada çocuğun yaşı ve ebeveynin sahip olduğu çocuk sayısına bağlı olarak, ebeveynlerin farkındalık düzeylerinde herhangi bir farklılık gözlemlenmemektedir (Özdemir H. , 2023). Diğer yandan farklı sonuçların elde edildiği çalışmalarda bulunurken, ebeveynlerin çocuk sayısına göre dijital ihmal ve verimli kullanım alt boyutunun çocuk sayısına göre farklılaştığı sonucuna varılmıştır (Korkmaz vd., 2023).

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin eğitim durumlarına göre incelemesinde, dijital ebeveynlik farkındalık düzeyinde gruplar arası pozitif bir değer bulunamazken, katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeyleri, eğitim durumlarına bağlı olarak önemli bir değişiklik göstermemektedir. Sürsavur, Kanmaz ve Bakır'da (2022) yapmış olduğu çalışmada ebeveynlerin öğrenim durumlarına göre gösterdikleri

ihmal, kullanım şekilleri ve risklere karşı farkındalık alt boyutları arasında anlam bulunurken, araştırmayı destekleyen bulgulara ulaşmıştır.

Ebeveynlerin eğitim durumu ile dijital bağımlılıkların incelendiği başka bir araştırmada çocuk ve aile arasında ilişkisel bir anlama rastlanılmamıştır (Çelikbaş, 2023). Akay'a (2023) göre öğrenim dereceleri ilk okul, ortaokul ve lise olan annelerin ihmal bulgusu kaçınılmaz olurken, Yaylacı'ya (2019) göre anne ve çocukların dijital karşı olan bağımlılığı arasında olumlu ve anlamlı sonuçlara varılmıştır.

Başka bir çalışmada ise ebeveynlerin eğitim düzeylerinin yükselmesiyle birlikte yoğun çalışma tempolarının çocuklarına yeterince vakit ayıramaması, çocuklarda problemleri internet kullanımını arttırmakta olduğunu ortaya çıkarmıştır (Kopuz, Turgut ve Aslan, 2022). Kulaksız ve Toran'da (2023) anne ve babanın öğrenim durumunun dijital ebeveynlik farkındalığı ile bağlantılı olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Yapılan araştırmalar, dijital ebeveynlik farkındalığı ile eğitim düzeyi arasındaki ilişki konusunda farklı sonuçlar ortaya koymaktadır. Bazı araştırmalar ise eğitim düzeyinin farkındalık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını öne sürmektedir. Bu yöndeki çalışmalar araştırmada elde edilen bulguyu destekler niteliktedir (Durak ve Seferoğlu, 2018).

Diğer yandan Redmiles'in (2018) çalışmasına göre eğitim düzeyi yüksek ebeveynlerin dijital teknolojileri kullanım konusunda çocuklarına daha fazla yardımcı olduğu sonucuna varmıştır. Bu alanda yapılan bir diğer çalışmada ise, anne ve babaların eğitim düzeylerine bakılmaksızın, genel olarak çocukların çok küçük yaşlardan itibaren dijital ekranlarla tanıştığı ve bu ekran kullanımının zamanla artış gösterdiği belirtilmektedir (Eroğlu, Ayaz ve Ayaz, 2024).

Literatür incelemeleri, ailelerin eğitim durumunun ebeveyn tutumları üzerindeki etkisini araştıran çalışmaların genellikle benzer bulgular sunduğunu, ancak bazı araştırmalarda farklı sonuçların ortaya çıktığını göstermektedir. Bu farklılıkların özellikle coğrafi ve demografik özellikler ile ilişkili olduğu görülmektedir.

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin yaşanılan bölge üzerinden yapılan değerlendirmeye göre, çalışmaya destek verenlerin dijital ebeveynlik farkındalıklarının yaşanılan ilçeye kıyasla anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Bu durum, farklı ilçelerde yaşayan ebeveynlerin dijital ebeveynlik farkındalığında önemli bir değişiklik olmadığını göstermektedir.

Dijital ebeveynlik farkındalığının, bölgesel farklardan bağımsız olarak belirli bir düzeyde yaygın olduğu anlamına gelebilir. İlçeler arasında ciddi demografik ve sosyoekonomik farklılıklar olmadığı durumda, dijital ebeveynlik farkındalığı açısından da anlamlı farka rastlanmazken, bu durum dijital erişimin yaygın bir seviyede olduğunu da gösterebilir. Çalışmayı destekleyen Şimşek ve diğerlerine (2023) göre büyükşehirlerin merkezlerinde yaşayanlar ile kırsalda yaşayanlar arasında farkındalık farkı olduğu sonucuna ulaşırken, bunda teknolojiye erişimin önemine değinilerek, eşit erişim hakkına vurgu yapılmıştır.

Yapılan literatür taramasında dijital eşitliğe vurgu yapan çalışmalara yer verilirken, katılımcıların demografik niteliklerinin tanımlanabilmesi betimsel analizlerde cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, ekran kullanım süreleri, çocuk sayıları, çocuklarının yaşları, çocuklarının ekran kullanım süreleri, eğitim ve gelir düzeylerine yer verildiği görülmüştür.

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin mobil cihaz kullanım sürelerine göre yapılan tek yönlü anova testlerinde farklı sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmada, mobil cihazları günde 3-5 saat kullanan ebeveynlerin olumsuz model olma algılarının, 1-2 saat kullananlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, verimli kullanım algısı analizinde ise, 1-2 saat süreyle mobil cihaz kullanan katılımcıların, 3-5 saat süreyle kullananlara göre daha yüksek verimli kullanım algısına sahip oldukları bulunmuştur.

Başka bir çalışmada (Yaman, 2019) ise ebeveynlerin dijital kullanım pratiği arttıkça yeterlik düzeylerinin de arttığı sonucuna ulaşılırken, bu durum önceki bulgularla çelişmektedir. Bostancı ve Çakır (2022) ise günde 4-6 saat arasında internet kullanan anne ve babaların, daha az süre kullanan ebeveynlere göre daha yüksek verimli kullanım farkındalıklarına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bu araştırmada, dijital kullanım süresi ile verimli kullanım farkındalığı arasında zıt sonuçlar elde edilmiştir.

Ebeveynlerin dijital kullanımları konusunda geçirdikleri süre ve içeriklerle alakalı olarak araştırma yapan Kaya'ya göre de (2021) ebeveynlerin bu tutumu çocuklarının dijital medya araçlarına yaklaşımının nasıl olacağını belirlemektedir. Yazıcı'ya (2021) göre eğlenme ve alışveriş amaçlı olarak mobil cihazları yoğun kullanan kadınların ihmal düzeylerinin yüksek çıktığı, çocuklarına bu konuda olumsuz rol model olabilecekleri değerlendirilmiştir. Başka bir çalışmada da teknolojiyi kavrayan anne ve babaların dijital okuryazarlık seviyelerine olumlu manada katkı sağladığı görülürken, dijital güvenlik ve

dijital iletişim anlamlı fark görülmemiştir (Yaman vd., 2019). Akıllı cihaz ve telefon kullanım süresi konusunda özellikle annelere yönelik araştırmaların yaygın olduğu görülürken, bunda annelerin çocuklarıyla daha çok vakit geçirmesinin etken olduğu görüşünün hakim olduğu dikkat çekmektedir. Diğer yandan İngiltere Dijital Farkındalık Kuruluşunca (Awareness UK, 2017) İngiltere’de lise eğitimi öncesinde çocukları kapsayan araştırmada, ebeveynlerin yoğun dijital kullanımının aile yapısına zarar verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin en sık kullandıkları sosyal medya platformuna göre irdelenmesi için yapılan testte, anlamlı bir fark görülmemiştir. Bu doğrultuda elde edilen sonuç katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin, kullandığı sosyal medya platformuna kıyasla değişmediği anlamına gelmektedir. Literatür incelemesinde ebeveynlerin sosyal medya kullanım sıklıkları ve kullanma nedenleri üzerine çalışmaların yapıldığı görülürken, hangi sosyal medya platformlarını kullandıkları ve bunların farkındalık düzeyleri üzerine etkisi konusunda çalışmaya rastlanılmamıştır.

Ebeveynlerin sosyal medya kullanımının incelendiği araştırmada (Ulusoy ve Bostancı, 2014) katılımcıların %71 oranında internet erişimine sahip olduğunu ve neredeyse tamamının sosyal medya kullandığını belirterek, bunların içinde Facebook kullanımı yaygın görülmüştür. Katılımcıların dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin en sık kullanılan platforma göre farklılaşmasına ait tek yönlü anova testi sonuçlarında ise dijital platformlarla alakalı olarak tespiti erişilmiştir.

En sık kullandığı platform Netflix olan katılımcılar, olumsuz model olma algısında daha yüksek bir ortalama puana sahipken, interneti en sık kullanan katılımcılarda bu ortalamanın daha düşük olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar, farklı dijital platformların bireylerin ebeveynlik davranışları ve dijital farkındalıkları üzerinde farklı etkiler oluşturabileceğini göstermektedir.

Netflix kullanıcıların olumsuz model olma algılarının daha yüksek olması, platformdaki içeriklerin karakterleri, hikaye anlatımı ya da temalarıyla ilgili olabilmektedir. İnternet kullanıcıları içinde daha geniş bir içerik çeşitliliğine sahip olduklarını söylemek mümkündür. Yılmaz ve Aytaç (2022) dijital platform olan Netflix ile alakalı olarak, platformun Türkiye’de yaygın ve oldukça popüler olduğunu ifade etmektedir. Başka bir çalışmada ise Netflix ve benzeri küresel dijital platformların içerikleriyle toplumsal

değişimde “olumsuz” bir role sahip olmasına yol açmakta olduğunu vurgulamaktadır (Karşanbaş, 2022).

Diğer bir araştırmada (Ersin, 2023) katılımcıların ayda yaklaşık 12 saat boyunca Netflix’te yayınlanan dizileri takip ettikleri gözlemlenmiştir. Öte yandan, Olgundeniz ve Aydoğan (2023) ise dijital yayın platformlarının, aile hayatı üzerinde gelecekte daha yoğun etkiler yaratacağını ifade etmiştir. Dijital teknolojilerin gelişimi, insanlık tarihindeki medya ve iletişim araçlarının dönüşümünü gözler önüne sermektedir. Netflix gibi dijital yayın platformlarının etkisi yalnızca içeriklerle sınırlı kalmayıp, toplumlar üzerinde kültürel, sosyal ve yapısal bileşenleri de kapsamaktadır. Bu bağlamda, Netflix’in geliştirdiği içerikler zaman zaman Türk izleyicisinin tepkisini çekerken, içeriklerin olumsuz etkileri ise endişe yaratmaktadır (Akova, 2020). Literatür incelediğinde araştırmaya yansıyan bulgularla benzer çalışmaların olduğu görülürken, dijital platformların internete oranla daha fazla riskler barındığı özetlenmektedir.

Katılımcıların çocuğunu Sosyal Gelişim Merkezine getirme sebebine göre farklılaşmasına ait tek yönlü anova testi sonuçlarına bakıldığında; katılımcıların %33,3’ü okul dışı eğitimin önemine dikkat çekerken, %26,5’u sosyalleşme cevabı vermiş, diğer katılımcılar ise çocuklarını dijitalden uzak tutmak istediklerini belirtmiş. Katılımcıların %26,5’inin çocuklarının sosyalleşmesi için bu merkezlere yöneldiklerini ifade etmesi, sosyal becerilerin gelişiminin de ebeveynler için önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

Çocukların okul dışı eğitimler ve çeşitli etkinliklerle kişisel gelişimleri yararlı düzeyde artarken (Ceylan, 2021), dijital dünyada bir yaşam tarzı için alternatif sosyal ve kültürel faaliyetlere önem verilmesi gerekmektedir. Farkındalığı olan bir ebeveynin bu tür alternatiflere yönelmesi, çocuğun hem fiziksel ve zihinsel hem de sosyal gelişimine katkı sunmaktadır (Karaboğa, 2019). Bu araştırmada ebeveynlerin Sosyal Gelişim Merkezini fırsat olarak görüp, çocuklarının yaşıtlarıyla etkileşim kurmasını ve kendilerini geliştirmelerini istemekte olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen ve benzer araştırmalar incelendiğinde ebeveynlerin çocuklarının eğitim, sosyalleşme ve dijitalden uzaklaşma gibi farklı ihtiyaçlarına yönelik bilinçli tercihler yaptıkları görülmektedir.

Çocuğunu sosyal medyadan korumak için Sosyal Gelişim Merkezi’nde düzenlenen etkinliklere dahil eden ebeveynlerin verimli kullanım algıları; katılımcılara arasında eğitime önem veren, sosyalleşme hedefleyen ve diğer cevabı veren tüm katılımcılara göre

daha düşük çıkmıştır. Bu sonuçlar, sosyal medya ve dijital teknolojilerin bireylerin üzerindeki algısının ebeveynin yaklaşımına göre büyük ölçüde şekillendiğini göstermektedir.

Literatürde yapılan araştırmalarda dijital ebeveyn farkındalığının oluşmasıyla medya okuryazarlığı bağlamında gerçekleştirilecek bilinçlendirme çalışmaları sayesinde verimli kullanım algısının pozitif yönde ilerleme kaydettiği görülmektedir (Akbulut, 2013). Dijital ortamların ve sosyal medyanın çocuklar üzerindeki etkileri karşısında ebeveynlere önemli sorumluluklar düşmektedir.

Ebeveynlerin bilinçli hareket etmesi, çocukların dijital dünyada güvenli ve sağlıklı bir şekilde var olmalarını desteklerken, bunun için hem aile içi hem de toplumsal düzeyde bilinçlendirme gerekmektedir (Çalapkulu ve Alp , 2020). Bazı ebeveynlerin aile birliğini önemsemeden tamamen maddi çıkar amaçlı çocuklarının yer aldığı içerikleri sosyal ağda paylaşma arzusu önemli bir sorun haline gelmektedir (Ömür ve Uyar , 2022).

Dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin birbirleri arasındaki ilişki analizi ile olumsuzluk ve ihmal arasında pozitif yönlü orta seviyede ilişki bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda yapılan araştırmalarda bilinçli ve kontrol altındaki dijital dünya davranışının temeli olarak ailede güven, güçlü iletişim ve olumlu ebeveyn-çocuk ilişkisinden geçtiği vurgu yapılmaktadır (Irmak ve Erdoğan, 2016). Ortaya çıkan sonuca karşı zıt bir bulguya erişen Tüysüz (2023), ebeveynlerin dijital yeterliliğini anlamaya yarayan öz yeterlilik kavramı altında yaptığı çalışmada olumsuz model olma ve dijital ihmal eksi yönde zayıf düzeyde ilişkiye rastlanmıştır.

Ebeveynlerin davranışları çocuk için rol model olurken araştırmamızda elde edilen analizlerde verimli kullanım negatif yönde orta seviye olarak belirlenmiştir. Bu, verimli kullanımın istenilen düzeyde gerçekleşmediğini veya bazı sınırlamalara tabi olduğunu gösterebilmektedir. Riskli kullanım araştırmasında ise negatif yönde düşük seviye olarak sonuca ulaşılması, riskli kullanımın nispeten daha az bir sorun olduğunu işaret edebilmektedir. İnternet kullanımı konusunda kontrol sağlamayan ebeveynlerin çocuklarına ait araştırmada tehlikeli tutumlar içinde oldukları anlaşılmıştır (Valcke vd., 2010).

Dijital ebeveynlik farkındalık düzeyleri alt boyutları güvenilirlik analizi ile sonuçların güvenilirliği sağlanmıştır. 16 maddeden oluşan dijital ebeveynlik farkındalık ölçeğinin güvenilirlik analizinde kullanılan Cronbach's Alpha değeri, ölçeğin alt boyutlarının

güvenilir olduğunu göstermektedir. Elde edilen güvenilirlik değerlerinin yüksek olması, bu alt boyutların ölçek kapsamında tutarlı ve geçerli ölçümler sağladığını ifade etmektedir. Cronbach tarafından 1951 yılında geliştirilen alfa katsayısı ölçüm değerlerinin kararlılığının bir göstergesidir. $0.6 \leq \alpha < 0.7$ arası kabul edilebilir olarak yorumlanabilmektedir (Kılıç, 2016).

Araştırma sonucu ortaya çıkan bulgular, ebeveynlerin dijital teknolojileri verimli kullanma ve risklerden koruma konularında algı düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, ebeveynlerin dijital ihmal ve olumsuz rol model olma gibi alanlarda yüksek puan aldığı ve bu bağlamda düşük farkındalık düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucu olarak anne ve babaların, dijital ebeveynlik konusunda eğitime ihtiyaç duyduğu göstermektedir.

Çocukların dijital bağımlılıktan korunması ve dijital dünyaya sağlıklı bir şekilde uyum sağlamaları için öncelikli olarak ebeveynlerin dijital ebeveynlik farkındalığının artırılması önem taşımaktadır. Araştırmanın sonuçları bağlamında ebeveynlere yönelik dijital okuryazarlık eğitim programları düzenlenmesi önerilirken, bu durum çocukların dijital ortamda karşılaşılabileceği riskler hakkında farkındalık yaratabilir. Eğitim ebeveynlerin çocuklarına rol model olma bilinci geliştirmelerine ve teknolojiyi daha verimli bir şekilde kullanmalarına katkı sağlayacaktır.

Bunun yanı sıra, çocukların dijital ekran sürelerini azaltmak amacıyla tiyatro, müzik, doğa yürüyüşleri gibi sosyal ve kültürel etkinliklerin teşvik edilmesi önerilmektedir. Çocukların beklenti ve yeteneklerine uygun sosyal ve kültürel etkinliklerin düzenlenmesi ve bu etkinliklere eşit erişimin sağlanması, onların hem sağlıklı gelişimlerine katkıda bulunacak hem de dijital dünyadan aşırı etkilenmeden kaliteli zaman geçirmelerine olanak tanıyacaktır.

Çocukların ilgi alanlarına yönelerek sosyal beceriler geliştirmesi, ailelerin dijital ebeveynlik konusunda bilinçlenmesi ve çocukların dijital bağımlılık yerine fiziksel ve sosyal aktivitelerle meşgul olmalarını sağlamak amacıyla yapılacak girişimlerin, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından desteklenmesi farkındalık boyutunu etkileyebilecektir.

Çalışmanın, sosyo-ekonomik ve kültürel farklılıklar göz önünde bulundurularak farklı bölgelerde gerçekleştirilmesi, daha geniş kapsamlı analizlerin yapılmasına ve değerlendirmelerin derinleştirilmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Özellikle

dezavantajlı bölgelerin öncelikli olarak ele alınması, dijital ebeveynlik farkındalık ve davranışlarının tespit edilmesine olanak tanıyacaktır.

Yapılması önerilen yeni araştırmalarda elde edilecek bulgular, yerel yönetimlerin stratejik planlama süreçlerinde rehber olarak kullanılabileceği gibi, sosyal ve kültürel etkinliklerin artırılması yönünde farkındalık oluşturulmasına da katkı sunabilir. Ayrıca, farklı bölgelerde gerçekleştirilecek karşılaştırmalı analizler, dijital ebeveynlik pratiklerindeki bölgesel farklılıkları ortaya koyarak, dijital dünyaya yönelik ebeveynlik yaklaşımlarında daha hedefe yönelik politikaların geliştirilmesine olanak sağlayabilir.

Bu ve benzeri çalışmalar, yalnızca bireysel ebeveynlik pratiklerini anlamakla kalmayıp, toplumsal düzeyde dijital dünyaya uyum sağlama süreçlerini destekleyecek eğitim ve farkındalık programlarının geliştirilmesine de zemin hazırlayabilir.

KAYNAKÇA

- AA. (2023,9 Şubat). *Anadolu Ajansı Teyit Hattı* . 5 Mayıs 2024 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/blog/cocuk-dijital-oyunlar-ve-dezenformasyon/1815645> adresinden edinilmiştir.
- Adaram. (2023, 12 Aralık). *Adapazarı Rehberlik ve Araştırma Merkezi*. 20 Ağustos 2024 tarihinde https://adaram.meb.k12.tr/icerikler/dijital-cagda-ebeveyn-olmak-ve-guvenli-internet-kullanimi-seminerimizi-gerceklestirdik_14552475.html adresinden edinilmiştir.
- AFAD. (2024, 2 Mayıs). *Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı* . 20 Ağustos 2024 tarihinde <https://www.afad.gov.tr/asrin-felaketinin-birinci-yilinda-afet-iletisim-sempozyumu> adresinden edinilmiştir.
- Akademi. (2024, 11 Haziran). Dijital ebeveyn farkındalığı konusunda bilinmesi gerekenler. *İstanbul İşletme Enstitüsü*. 15 Ekim 2024 tarihinde <https://www.iienstitu.com/>adresinden edinilmiştir.
- Akan, S., Keskin, S. ve Şener , K. (2024). Ebeveynlerin dijital ebeveynlik yeterlilikleri: Sosyoekonomik farklılıklar ve teknoloji deneyimi bağlamında bir inceleme. *Atatürk Üniversitesi Yayınları*, 53, 40-54.
- Akay, E. (2023). Dijital ebeveynlik tutumları ile ergenlerde internet bağımlılığı ve duyguları yönetme becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Çocuk ve Gelişim Dergisi*, 6 (11), 48-66.
- Akay, E. ve Kayılı, G. (2023). Dijital Ebeveynlik Tutumları ile Ergenlerde İnternet Bağımlılığı ve Duyguları. *Çocuk ve Gelişim Dergisi*. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3146895> adresinden alındı
- Akbulut, Y. (2013). Çocuk ve ergenlerde bilgisayar ve internet kullanımının gelişimsel sonuçları. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 53-68.
- Akçay, D. ve Özcebe, H. (2012). Okul öncesi eğitim alan çocukların ve ailelerinin bilgisayar oyunu. *Çocuk Dergisi*, 12(2), 66-71. <https://doi.org/10.5222/j.child.2012.066>
- Akkaya, M. A. (2021). Bilgi kaynağı ve bilgiye erişim aracı olarak internet algısı: Kuşaklararası yaklaşım farklılığının karşılaştırılması. *Bilgi Yönetimi Dergisi*, 4(2), 222-239. <https://doi.org/10.33721/by.947918>
- Akova, S. (2020). Kültürlerarası iletişim bağlamında ötekileştirme olgusunun dijital taşıyıcılığına dair Netflix dijital televizyonu üzerinden bir bakış: 13 Commandments (13 emir) dizisi üzerinden göstergebilimsel analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(26), 4479-4516. <https://doi.org/10.26466/opus.680136>

- Aksallı ,G. (2024, 6 Haziran). *Dijital dünyada dengeli ebevenlik yaklaşımı*. Güvenli Web. <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/dijital-ebevenlik-dijital-dunyada-dengeli-ebevenlik-yaklasimi>
- Aktay, H. (2023). Yeni Dijital Çağ. *Social Review of Technology and Change*, 1(1), 136-144.
- Alkara , İ. (2021). Sosyal medya kullanımının tüketici davranışları üzerindeki etkisi:Bilecik Bursa Eskişehir örneği. *İBAD Sosyal Bilimler Dergisi*(9), 415-446. <https://doi.org/10.21733/ibad.836638>
- Anadolu Ajansı, (2024, 24 Ekim). *Türkiye'de çocukların yüzde 91,3'ü internet kullanıyor*. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiyede-cocuklarin-yuzde-91-3u-internet-kullaniyor-/3372678>
- Ankaraka. (2016, 5 Mayıs). *Dijital Oyun Sektörü Raporu*. Ankara Kalkınma Ajansı. 27 Temmuz 2024 tarihinde <https://ankaraka.org.tr/> adresinden edinilmiştir.
- APA. (2019) *Dijital yönergeler: Çocuklar için sağlıklı teknoloji kullanımının teşvik edilmesi*. <https://www.apa.org/topics/social-media-internet/technology-use-children>
- Arat, T. ve Aslan , M. M. (2021, 6). Sosyal Medyada Veri Güvenliği ve Kişisel Mahremiyet Sorunu. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (35), 387-401. <https://doi.org/10.31123/akil.886402>
- Arslan , P. (2024, 28 Şubat). *Sosyal İzolasyon ve Yalnızlık Bizi Nasıl Etkiler?* 4 Nisan 2024 tarihinde www.getheltia.com: <https://www.getheltia.com/blog/sosyal-izolasyon-ve-yalnizlik> adresinden edinilmiştir
- Ayas, T. ve Horzum, M. (2013). İlköğretim öğrencilerinin internet bağımlılığı ve aile internet tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 46-57.
- Aydın, A. (2022, 12 26). Yeni meydanın ekonomi politiği. *Pamukkale Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(2), 199- 214.
- Bauerlein, M. (2011). *The digital divide: Arguments for and against facebook, google, texting, and the age of social networking*. Penguin Books.
- Bayer , H. ve Özek, M. B. (2021). Yeni medya yayını ve önemi. *Journal of Communication Science Researches*. 1 (2), 127-138.
- Bayzan, Ş. (2023, 12 Eylül). Çocuklar için dijital tehlikeler: Ebeveynlerin bilmesi gerekenler. *Güvenli Web*. 9 Mayıs 2024 tarihinde <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/cocuklar-icin-dijital-tehlikeler-ebeveynlerin-bilmesi-gerekkenler> adresinden edinilmiştir.
- Bayzan, Ş., Yıldırım, Ö., Yılmaz, T. K., Kurşun, E., Turgut, E. Y., ve Aslan, A. (2023, 12). Türkiye'deki Çocukların İnternet Kullanım Alışkanlıkları ve Dijital Okuryazarlık Becerileri Üzerine Bir Araştırma. *Korkut Ata Türkiyat*

- BBC. (2019, 13 Temmuz). *Facebook'a Cambridge Analytica skandalı nedeniyle 5 milyar dolar ceza kesilecek*. 20 Haziran 2024 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-48974921> adresinden edinilmiştir.
- Berkman, B. (2014). Teknoloji söylemi ve yeni medyanın ekonomi politiği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3),34-44.
- BİK. (2022, 6 Temmuz). *Basın İlan Kurumu Kurul Kararları* . 20 Eylül 2024 tarihinde <https://bik.gov.tr/storage/2022/07/PDF.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Binark, M. (2015). *Yeni medya çalışmalarında araştırma yöntem ve teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.155-173
- Bostancı, M. (2023). Dijital dünyada ebeveynlik. *TRT Akademi*, 8(19), 982-991. <https://doi.org/10.37679/trta.1368107>
- Bostancı, S. ve Çakır, R. (2022). Erken çocukluk çağında çocuğu olan ebeveynlerin, çocuklarına medya kullandırmadaki aracılıkları ve dijital ebeveynlik farkındalıklarının incelenmesi. *Turkish Journal of Primary Education*, 7(2), 86-116. <https://doi:10.52797/tujped.1192163>
- BTK. (2020, 8 Ekim). *Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu*. 27 Kasım 2024 tarihinde <https://internet.btk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- BTK. (2023, 5 Mayıs). *Bilgi Teknolojileri Kurumu*. 20 Ağustos 2024 tarihinde <https://www.btkakademi.gov.tr/portal/course/google-dijital-ebeveynlik-9529> adresinden edinilmiştir.
- Budak, K. S. ve Işıkoğlu, N. (2022). Dijital oyun bağımlılık eğilimi ve ebeveyn rehberlik stratejileri ölçeklerinin geliştirilmesi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 55(3), 693-740. <https://doi.org/10.30964/auebfd.939653>
- Bülten, K. (2024, 4 Nisan). *Kişisel Verileri Koruma Kurumu*. 3 Ekim 2024 tarihinde <https://www.kvkk.gov.tr/SharedFolderServer/CMSFiles/35b708d7-449d-417d-87cb-d52f46dd570f.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Büyükbaykal, A. C. İ. ve Temel, G. (2019). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı ve gençlik. *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 434-447.
- Cem, Z. ve Vardarlier, P. (2019). Toplumsal gürültüden toplumsal hareketlere sosyal medyanın rolü: Arap Baharı ve Gezi Parkı olayları örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 379-390.
- Ceylan, S. ve Kürekli, R. (2021). *Okul dışı eğitim bağlamında sosyal bilgiler ders kitaplarında yer alan etkinliklerin değerlendirilmesi*. [Yüksek lisans tezi,

Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi] Açık Erişim Sistemi.
<https://acikerisim.nevsehir.edu.tr/handle/20.500.11787/5893>

- Chai, J., & Fan, K. (2017). Yaratıcılığı Oluşturma: Tasarım eğitiminde sosyal medya ve yaratıcı ifade. *Avrasya Matematik, Bilim ve Teknoloji Eğitimi Dergisi*, 14 (1), 33-43. <https://doi.org/10.12973/ejmste/79321>
- Coşkunalp, S. (2022). *Dijital ebeveynlik öz yeterliliği ile çocuklarda problemli medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek Lisans tezi, Selçuk Üniversitesi] Selçuk Üniversitesi Kurumsal Akademik arşiv. <https://acikerisim.selcuk.edu.tr/items/b0b03fc0-293c-494b-83a9-0a5fca9360e1>
- Cullen, R. (2001). Dijital uçurumu ele almak. *Online information review*, 25 (5) 311-320. <https://doi.org/10.1108/14684520110410517>
- Cumhurbaşkanlığı. (2024, 20 Mart). *Dezenformasyonla Mücadele Merkezi*. <https://www.dmm.gov.tr>
- Cumhurbaşkanlığı. (2018). Dijital dönüşüm ve dijital devlet çalışmalarının değerlendirilmesi. T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi. <https://cbddo.gov.tr>
- Çağıl, F. ve Kara, F. M. (2019). Dijital dönüşüm bağlamında Türkiye’de dizi sektörü ve geleceği. *Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*(1), 8-18. <https://doi.org/10.46372/arts.570181>
- Çaha, Ö. (2020). *Yeni medya ve değişen toplumsal hareketler*. Bilişim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği. https://tuba.gov.tr/files/yayinlar/bilim-ve-dusun/TUBA-978-605-2249-48-2_Ch16.pdf
- Çakı, C. (2019). Hipodermik iğne modeli bağlamında nazi propagandasının walt disney çizgi filmlerinde eleştirisi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 292-307.
- Çalapkulu, Ç. ve Alp, F. (2020). Dijital ebeveynler ile çocukların sosyal medya kullanımı üzerindeki mahremiyet ilişkisi. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(8), 132-144.
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Dergisi*(50), 254-277.
- Çalıştay. (2023, 22 Eylül). *Aile Çalıştayı: Teknolojiye Hakim Ol, Aile Sahip Ol*. 29 Eylül tarihinde <https://www.aile.gov.tr/sakarya/haberler/aile-calistayi/> adresinden edinilmiştir.
- Çeçen, A. F., Çokluk, N., Bostancı, M. ve Atmaca, S. (2023). Aile kurumuna dijital bir yaklaşım: Dijital aile sözleşmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 66-84. <https://doi.org/10.21547/jss.1206730>

- Çelen, K.F., Çelik, A. ve Seferoğlu, S.S. (2011, 2 Şubat). *Çocukların internet kullanımları ve onları bekleyen çevrim-içi riskler*. [Bildiri sunumu]. XIII. Akademik Bilişim Konferansı, Malatya.
- Çelikbaş, E. (2023). 15-18 yaş çocuğu olan annelerin dijital ebeveynlik farkındalığı ve internet bağımlılığı düzeyi ile çocuğunun internet bağımlılığı düzeyi arasındaki ilişki. [Yüksek Lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi Açık Erişim Sistemi. <https://acikerisim.gelisim.edu.tr/xmlui/handle/11363/6602>
- Datareportal (2024, 10 Ekim). Digital 2024: Global Overview Report. *Küresel İstatistik Raporu*. 10 Kasım 2024 tarihinde <https://datareportal.com/reports/digital-2024-october-global-statshot> adresinden edinilmiştir.
- Demirdöven, B. ve Özyürek, A. (2023). Okul öncesi çocuğa sahip annelerin ebeveyn öz yeterliklerinin incelenmesi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(38), s. 539-554. <https://doi.org/10.35675/befdergi.1276404>.
- Dere, S. (2024, 03 26). Post covid-19 döneminde dijital ebeveynliğin sosyo ekonomik özelliklere göre incelenmesi: İstanbul örneği. *Akademik Platform Eğitim ve Değişim Dergisi*, 7(1), 59-84. <https://doi.org/10.55150/apjec.1255094>.
- Dilmen, N. (2014). Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri-bloglar ve gazeteciliğe yansımaları. *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122.
- DMM. (2024). Dezenformasyonla mücadele yolunda Türkiye'nin çalışmaları. *Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Dezenformasyonla Mücadele Merkezi*. <https://www.dmm.gov.tr>
- Dost, A., Kökcü Doğan, A. ve Aslan, D. (2021). Hemşirelik öğrencilerinde internet bağımlılığı. *Ordu Üniversitesi Hemşirelik Çalışmaları Dergisi*, 4(3), 393-401. <https://doi.org/10.38108/ouhcd.871550>
- Dulkadir-Yaman, N. (2019). Çocukların bakış açısıyla internet kullanımlarına ilişkin ebeveyn arabuluculuğunun incelenmesi. [Doktora tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü] <https://toad.halileksi.net/wp-content/uploads/2022/07/ebeveyn-arabuluculugu-olcegi-toad.pdf>
- Durak, A. (2019). Ebeveyn arabuluculuğunun bazı değişkenlere göre incelenmesi. [Yüksek lisans tezi, Bartın Üniversitesi]. Bartın Üniversitesi Kurumsal Akademik arşivi. <https://acikerisim.bartın.edu.tr/handle/11772/1882>
- Durak, H. ve Seferoğlu, S. (2018). Ortaokul öğrencilerinin akıllı telefon kullanımları ve bağımlılık düzeyleriyle ilgili unsurları. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8(1), s. 1-23. <https://doi.org/10.17943/etku.288822>
- EBA. (2023). Dijital Vatandaşlık Eğitimi. *Dijital Vatandaşlık Eğitimini Destekleyenler Ağı*. <https://dceturkiye.eba.gov.tr>

- e-gifder. (2024). Mobil uygulamalar ve veri gözetimi: Türkiye'deki mobil uygulama kullanıcılarının gizlilik endişeleri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 12(3), s. 1532-1557. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1409185>
- EGM. (2021). Dijital Okur Yazarlık. Emniyet Genel Müdürlüğü Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı. <https://www.siberay.com/dijital-okuryazarlik>
- Enstitü. (2024). İnternet haberciliği nedir? *İİENSTİTÜ*. <https://www.iienstitu.com/>
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlilik ve Geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Erden, M. K. ve Uslupehlivan, E. (2021). Dijital çağda değişen ebeveynlik rolleri teknoloji kullanımında anne babalar rehber mi engel mi olmalı? *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 21(51), s. 447-474. <https://doi:10.21560/spcd.vi.671929>
- Ergen, Y. (2018). Büyük veri, sosyal medya ve etik: Facebook örneğinde bir değerlendirme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*(10), 53-64.
- Bostancı, S. ve Çakır, R. (2022). Erken çocukluk çağında çocuğu olan ebeveynlerin, çocuklarına medya kullandırmadaki aracılıkları ve dijital ebeveynlik farkındalıklarının incelenmesi. *Turkish Journal of Primary Education*, 7(2), 86-116. <https://doi.org/10.52797/tujped.1192163>
- Eroğlu, D. T., Ayaz , F. ve Ayaz, H. (2024). İnternet kullanımı kaynaklı sorunlara ilişkin yayınlara yönelik bir içerik analizi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(36), s. 447,472. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1439511>
- Eroğlu, D. T., Ayaz , F. ve Ayaz, H. (2024, 05). İnternet kullanımı kaynaklı sorunlara ilişkin yayınlara yönelik bir içerik analizi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(36), 447-472. <http://doi:10.54600/igdirsosbilder.1439511>
- Emel B. (2024). *Dijital çağda mahremiyet: çocukların kişisel verilerinin korunması*. Kişisel Verileri Koruma Kurumu. <https://kvkk.gov.tr/SharedFolderServer/CMSFiles/35b708d7-449d-417d-87cb-d52f46dd570f.pdf>
- Ersin, N. (2023). Türkiye'de Netflix dizilerini aşırı izleme [Binge-Watching] motivasyonları üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(61), 41-64.
- Fortuneturkey. (2019). *Dünyanın en değerli markaları açıklandı*. 20 Kasım 2024 tarihinde <https://www.fortuneturkey.com/dunyanin-en-degerli-markalari-aciklandi> adresinden edinilmiştir
- Gaming In Turkey. (2021). *Türkiye oyun sektörü raporu*. 20 Eylül 2024 tarihinde <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/> adresinden edinilmiştir.

- Garip, S. (2023). Sosyal bilimlerde nicel araştırma geleneği üzerine kuramsal bir inceleme. *International Journal of Social Science Research*, 12(1), 1-19.
- Gelişim Merkezi. (2012). Sosyal Gelişim Merkezi etkinlikleri. *Sakarya Büyükşehir Belediyesi*. 10 Ekim 2024 tarihinde <https://sakarya.bel.tr/a/Haberler-Kategori/65/5> adresinden edinilmiştir.
- Geray, H. (2011). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş (İletişim Alanından Örneklerle)* Ankara: Genesis Yayınları
- Global. (2024). Türkiye’de sosyal medya kullanım incelemesi. *Ulaştırma ve Alt Yapı Bakanlığı*. 10 Ağustos 2024 tarihinde <https://sgb.uab.gov.tr/:https://sgb.uab.gov.tr/haberler/nufusumuzun-yuzde-86-5-i-cevrimici-yuzde-93-8-i-mobil> adresinden edinilmiştir.
- Google. (2019). *Google Akademi*. <https://grow.google/intl/tr/courses-and-tools/>
- Göka, E. (2016). Dijital medya ve bireyin psikolojisi. *TRT Akademi*. 1 (2), 682 - 701.
- Gökçe , A., Arslan , İ., Öz, S. Ü., Mete , U., Taşcı, D., ve Tacı, D. Y. (2021). 7 yaş altı çocuklarda mobil ekran maruziyeti. *Ankara Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi*, 54(2), 188-193.
- Gökçe, A. (2018). Geçerlik ve güvenirlik. *Pegem Akademi*, s. 239-269.
- Göksel, N., Kobak, K. (2323). Çocukların 21. yüzyıl becerilerini kazanmalarına yardımcı sanal öğrenme ortamları: Roblox örneği. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 12(4), 969-983. <https://doi.org/10.30703/cije.1265890>
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürel, N. (2011). Kişilik Psikolojisi, önyargının psikolojisi ve kamuoyu: Gordan Allport ve Walter Lippman'ın görüşleri çerçevesinde bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 101-134. https://doi.org/10.1501/sbeder_0000000036
- Güngör, P. (2022). *İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*. Siyasal Kitapevi, (6), 30-42.
- Guvenliweb. (2024). Dijital mahremiyet. *Güvenli İnternet Merkezi* . 15 Ekim 2024 tarihinde <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/hC0ab.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Güven, G. Ö. (2021). Dijital hayat ve etik. *TRT Akademi*, 6(12), 219-225.
- Haliç. (2024). Medya okuryazarlığı nedir? *İstanbul: Haliç Üniversitesi*. 25 Ekim 2024 tarihinde <https://halic.edu.tr/tr/haberler/medya-okuryazarligi-nedir> adresinden edinilmiştir.

- Huang, G., Li, X., Chen, W., ve Straubhaar, J. (2018). Fall-behind parents? The influential factors on digital parenting self efficacy in disadvantaged communities. *American behavioral scientist*, 62(9), 1186-1206.
- İçişleri. (2024). Siber suçlarla mücadele çalışması. *Sakarya Valiliği Basın Bülteni*. 10 Kasım 2024 tarihinde <http://www.sakarya.gov.tr/siberag-5-operasyonlarında-54-supheli-yakaland-merkezicerik> adresinden edinilmiştir.
- Irmak, A. Y. ve Erdoğan, S. (2016). Ergen ve genç erişkinlerde dijital oyun bağımlılığı. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 27(2), 37-128.
- ISTE. (2020). Uluslararası Eğitim Teknolojileri Topluluğu .*UNESCO*. <https://iste.org/>
- Kağıtçıbaşı, Ç. Ve Cemalcılar, C. (2016). *Dünden bugüne insan ve insanlar* (18 b.). İstanbul Evrim Yayınları.
- Kamu. (2009). Televizyonlarda yayınlanacak kamu spotlarına ait kuralları içeren yönerge. *RTÜK*. <https://www.rtuk.gov.tr/kamu-spotlari>
- Karaboğa , M. T. (2019). Dijital medya okuryazarlığında anne ve baba eğitimi. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20), s. 2040-2073. <http://doi:10.26466/opus.601942>
- Karakuş, V., Dicle , İ. ve Kılıç, A. (2024). Ortaokul öğrencilerinin dijital oyun bağımlılıklarının incelenmesi. *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 59-72.
- Karataş, Y. C. (2021). Dijital Etik ve Dijital Çağda, “İnsan Doğası”. *TRT Akademi*, 6(12), 570-579. <https://doi.org/10.37679/trta.945237>
- Karpuz , F. A. ve Keleşoğlu, F. (2020). Covid-19 sürecinde dijital ebeveynlik ile anne-baba stresi arasında yordayıcı ilişkiler. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 7(2), 70-102.
- Karşanbaş, L. (2022). Dijital platformlar ve belgesel sinema. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 152-156.
- Kaya, G. İ. (2021). Dijital çağda çocuk yetiştirme ve eğitim: Değişen roller. *İnsan Ve İnsan*, 8(27), 83-100. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.819184>
- Kayhan, B. (2019). Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi. *Yeni Medya*, (6), 76-80.
- Kazaz, M. (2007). Geleneksel habercilikten internet haberciliğine geçiş sürecinde spor basını. *Selçuk İletişim*, 4(4), 220-229.
- Keleşoğlu, F. ve Adam, F. (2020). Covid-19 sürecinde dijital ebeveynlik ile anne-baba stresi arasında yordayıcı ilişkiler. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 7(2), 70-102.

- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa güvenilirlik katsayısı. *Journal of Mood Disorders (JMOOD)*, 6(1), s. 47-8. <http://doi:10.5455/jmood.20160307122823>
- Kınık , A. K. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: Sosyal paylaşım alanlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230-261. <https://doi.org/10.19145/gumuscomm.300815>
- Koç, K. A. (2014, 5 Şubat). Kamu yararı açısından yeni medya [Bildiri sunumu]. Akademik Bilişim, Mersin.
- Koçyiğit , İ. ve Özkul, A. S. (2023). Bireylerin dijital ayakizi farkındalık ve yönetim düzeylerine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(40), 1290-1310.
- Konaş, Z. Ş. (2021). Dijital hikaye geliştirme etkinliklerinin ebeveynlerin dijital ebeveynlik ve teknoloji kullanım tutumlarına etkisinin incelenmesi [Doktora tezi, Bartın Üniversitesi]. Bartın Üniversitesi Kurumsal Akademik Arşiv. <https://acikerisim.bartın.edu.tr/handle/11772/6872s>
- Konuk. (2013, 5 Mart). *Nesiller ayrılıyor: X, y ve z nesilleri*. 25 Haziran tarihinde <https://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html> adresinden edinilmiştir.
- Kopuz, T., Turgut, Y. E. ve Aslan, S. A. (2022, 12 29). Dijital ebeveynlik tutumu ile çocukların güvenli internet kullanımları arasındaki ilişki üzerine bir inceleme. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, s. 123-153. <http://doi:10.14520/adyusbd.1111996>
- Korkmaz, N., Demir, F., Öztürk, İ. E. ve Mutlu, S. U. (2024). Ortaokul öğrenci velilerinde dijital ebeveynlik farkındalığı ve fiziksel aktivite arasındaki ilişki. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(3), 405-418.
- Kotil, Ç. (2010). Okul öncesi eğitim kurumuna yeni başlayan 5 yaş çocukların sosyal-duygusal uyum düzeylerine annenin ebeveyn öz yeterlik algısı ile okul beklentilerine uyum düzeylerinin incelenmesi. [Doktora tezi, Marmara Üniversitesi]. Marmara Üniversitesi Açık Veri Sistemi. https://toad.halileksi.net/wp-content/uploads/2022/07/ebeveyn-oz-yeterlik-olcegi-toad_2.pdf
- Köse, P. (2020). Dijital dönemde teknolojik determinizm. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*(5), 7-29.
- Kulaksız, T. ve Toran, M. (2023). The examination of demographics influences on the digital parenting awareness of parents with 3-6 years old children. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 550-570. <https://doi.org/10.33711/yyuefd.1286859>
- KVKK, (2024, 16 Ocak). Kişisel Verileri Koruma Kurumu. *Veri sorumlusu kimdir?* 08 Ağustos tarihinde <https://www.kvkk.gov.tr> adresinden edinilmiştir.

- Lampard, A., Jurkowski, J. ve Davison, K. (2013). Social-cognitive predictors of low income parents' restriction of screen time among preschool-aged children. *Health Education ve Behavior*, 526-530.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S. ve Kelly, K. (2009). *Yeni medya ve eleştirilen bir giriş*. Routledge
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. ve Ólafsson, K. (2011). EU kids online: AB'deki çevrimiçi çocuklar: Nihai rapor. *The London School of Economics and Politica*. https://eprints.lse.ac.uk/39351/1/EU_kids_online_final_report_%5BLSERO%5D.pdf
- Manap, A. (2022). Psikoloji perspektifinden dijital ebeveynlik farkındalığı. *Batman Üniversitesi*. <https://dijitalebeveynlik.batman.edu.tr/blog/?p=1>
- Manap, A. ve Durmuş, E. (2020). Dijital ebeveynlik farkındalık ölçeğinin geliştirilmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 21(2), 978-993. <https://doi.org/10.17679/inuefd.711101>
- Manap, D. ve Durmuş, D. (2021). Dijital ebeveynlik farkındalığının çeşitli değişkenler, aile içi roller ve çocukta internet bağımlılığı açısından incelenmesi. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 141-156.
- Mascheroni, M., Ponte, C. ve Jorge, A. (2018). Dijital çağda ailelerin karşılaştığı zorluklar. *Uluslararası Çocuklar, Gençler ve Medya Bilgi Merkezi*. <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1265024/FULLTEXT02.pdf>
- MEB. (2024). Öz Bakış, Özel Eğitim ve Rehberlik Dergisi. *İzmir İl Milli Eğitim Müdürlüğü*. https://izmir.meb.gov.tr/dosyalar/ozbakis/oz_bakis5/ozbakis_sayi5.pdf adresinden alındı
- MedyaTakip. (2024, 18 Kasım). Türkiye tija ve basın takip raporları. *Medya Takip Merkezi* . <https://medyatakkip.com.tr>
- Mehmet, O. (2017). *Aile ve internet konulu rehber*. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı. https://aep.aile.gov.tr/media/y33khvo1/04_04_aile-ve-internet.pdf
- Mevzuat. (2020, 6 Ekim). *Mevzuat bilgi sistemi, kanun metni*. 28 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5651.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. SAGE Publication.
- Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z. ve Özdiñler, A. (2018). The negative effects of digital technology usage on children's development and health. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 5(2), 13-21.
- Nikken, P. ve Schols, M. (2015). How and why parents guide the media use of young children. *Journal of Child and Family Studies*, 24(11), 3423-3435.

- Redmiles, M.E., (2018, 25 Temmuz). *Net benefits: Digital inequities in social capital, privacy preservation, and digital parenting practices of US social media users*. [Bildiri sunumu]. 12.Uluslararası Web ve Sosyal Medya Konferansı, ABD.
- Olgundeniz, S. S. ve Aydoğan, Ü. (2023, 09). Dijital yayın platformlarında ebeveyn denetimi ve çocuk erişimine yönelik bir araştırma: Netflix, Amazon Prime video ve Disney+ örnekleri. *TRT Akademi*, 8(19), 786-813. <http://doi:10.37679/trta.1328932>
- Ömür, S. ve Uyar , M. (2022, 12 26). Sharenting: Türkiye'de ömrün paylaşım eğilimleri üzerine bir değerlendirme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 9, s. 23-45. <http://doi:10.56676/kiad.1162288>
- Önder, İ., Koerbitz, W. ve Hubmann-Haidvogel, A. (2016). Tracing tourists by their digital footprints: The case of Austria. *Journal of Travel Research*, 55(5), 566-573.
- Öngören, H. (2022). Türkiye’de internet kullanım eğilimi ve dijital vatandaşlık algısının insan hakları bağlamında incelenmesi. *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*, 5(9), 47-82.
- Özdemir, M. (2015). Ağ toplumu ve siyasal hareketlilik: Ağ toplumunda siyasal iktidarın konumu. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 127-138.
- Özdemir, H. (2023). Ebeveynlerin bilinçli farkındalıkları ile aile yılmazlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi]. Balıkesir Üniversitesi Kurumsal Akademik Arşiv. <https://dspace.balikesir.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12462/13414>
- Özkan , A. ve Hira, İ. (2017, 09). Dijital medya ve sosyalleşme: 6-12 yaş çocukların sosyalleşmesine dair ebeveyn görüşleri (İstanbul örneği). *Kesit Akademi Dergisi* (9),245-270.
- Özkaya, P. (2023). Dijital dünyada çevrimiçi riskler, bilişim suçları ve mağdur çocuk. *Türkiye Adalet Akademi Dergisi* , (53), 13-42. <https://doi.org/10.54049/taad.1231771>
- Pallant, J. (2016). SPSS hayatta kalma kılavuzu. *McGraw Hill Education*. (7), 250-240. <https://doi.org/10.4324/9781003117452>
- Parlak, M. O. (2017). Yeni Medya ve Haberciliğin Dönüşümü. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7(14), 59-82.
- Poitras , V., Gray , C. ve Janssen , X. (2017). Systematic review of the relationships between sedentary behaviour and health indicators in the early years (0–4 years). *BMC Public Health*,17, 868-870.
- Polat , Ö. ve Ayaz, C. Ö. (2021, 12). Okul öncesi dönem çocuklarının liderlik becerilerinin yordayıcısı olarak ebeveynlerinin bilinçli farkındalık düzeyleri.

Karamanoğlu Mehmetbey Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi, 3(2),113-128. <http://doi:10.47770/ukmead.982016>

- Yaylacı, B. (2019). Okulöncesi çocuklarda ebeveyn çocuk ilişkisinin internet kullanımı üzerine etkisi. [Yüksek lisans tezi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü]
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık. Ankara
- Rode, J. A. (2009). Dijital ebeveynlik: Çocukların güvenliği. In *Proceedings of the 23rd British HCI Group Annual Conference on People and Computers: Celebrating People and Technology* [Bildiri sunumu]. Churchill College Cambridge, İngiltere, 244-251.
- RTÜK. (2004). Medya okur yazarlık çalıştay. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara. <https://www.medyaoakuryazarligi.gov.tr>
- Sağlık Bakanlığı (2023). Teknoloji bağımlılığı ebeveyn rehber. *Sağlık Bakanlığı*. <https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/47018/0/teknoloji-bagimlilik-ebeveyn-rehberipdf.pdf>
- Sağlığın Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü& Sağlık Bakanlığı (2019). *Dijital Oyun Bağımlılığı Çalıştayı*. <https://sggm.saglik.gov.tr/TR-78285/dijital-oyun-bagimlilik-calistayi-sonuc-raporu.html>
- Safko, L.ve Brake, D. (2009). The social media bible. *John Wiley & Sons Inc.* (3), 550-650.
- Sağlam, T. (2024). Çocuklarda teknoloji kullanımı ve dijital ebeveynlik. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler* 14(1), 123-129. <https://doi.org/10.20493/birtop.1496639>
- Sarı, M. (2014). *Sosyal medyanın sosyal hareketler üzerindeki etkisi: gezi parkı platformu örneği*. [Yüksek lisans tezi, Elazığ Fırat Üniversitesi]. Elazığ Fırat Üniversitesi Açık Kaynak Arşivi. <https://openaccess.firat.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11508/15153/364933.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sarı, Ü., & Türker, H. (2021, 03 08). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59-80. <https://doi.org/10.18037/ausbd.902558>
- Sarısakal, M. ve Aydın, M. (2023). E-ticaretin yeni yüzü mobil ticaret. *Journal of Aeronautics and Space Technologies*, 83-90.
- SAÜ. (2022, 18 Ocak). *Çocukların internet kullanımına dikkat*. 10 Mayıs 2024 tarihinde sakarya.edu.tr: <https://haber.sakarya.edu.tr/cocuklarin-internet-kullanimina-dikkat-h102093.html> adresinden edinildi.

- SBB. (2023). *Adapazarı Sosyal Gelişim Merkezi Faaliyet Raporu* . Sakarya Büyükşehir Belediyesi. 10 Ağustos 2024 tarihinde sakarya.bel.tr adresinden edinildi.
- Severin, W. ve Tankard, J. (2021). *İletişim Teorileri* (Anadolu Üniversitesi,1994) 5.baskı Ankara The Kitap (Orginal baskı tarihi 1979).
- Shuman, G. D. ve Mallery, R. M. (2016). *Windows SPSS Kullanma Kılavuzu: SPSS ile Adım Adım Veri Analizi*. Anı Yayıncılık 1. Baskı (6.baskıdan tercüme edilmiştir, 2000)
- SiberAy. (2024). Siber zorbalık ve mücadele yöntemleri. *Emniyet Genel Müdürlüğü* . <https://www.siberay.com/siber-zorbalik>
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S. ve Hasebrink, U. (2020). EU kids online 2020: Survey results from 19 countries. *EU Kids Online*. <http://doi: 10.21953/lse.47fdeqj010fo>
- Söğüt, F. (2020). Dijital ebeveynlerin dijital oyunlar ve şiddet ilişkisine yönelik algıları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 51, 79-100.
- Sönmez, Ö. K. ve Yakut , E. (2022, Kasım 30). Bireylerin İnternet-Dijital Cihaz Kullanım Becerilerini Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2551-2587. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1102997>
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. G. (2019). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı Yay. (7. Baskı).
- Sürsavur, L., Kanmaz , T. ve Bakır, V. (2022, 21 Şubat). Okul öncesi dönemde çocuğu olan ebeveynlerin dijital ebeveynlik farkındalık düzeylerinin incelenmesi. 4. *International Social Sciences and Innovation Congress*. [Bildiri sunumu]. Ankara.
- Şad, S. ve Durmuş, V. (2017). Öğretmenlik mesleği bağlamında dijital yerlilik, dijital göçmenlik ve dijital melezlik. *Electronic Journal of Education Sciences*, 6(11), 11-21.
- Şimşek, Z. C., Canbeldek, M. ve Işıkoğlu, N. (2023). Ebeveynlerin pandemi sürecinde dijital ebeveynliğe yönelik deneyimleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*(55), 250-271. <https://doi.org/10.53444/deubefd.1221315>
- TBMM. (2020). İnternet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar yoluyla işlenen suçlarla mücadele edilmesi. *Mevzuat*. 1 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200731-1.htm> adresinden edinilmiştir.
- Teke , B. (2023). Ebeveynlerin dijital farkındalığının dijital tutum davranışları üzerine etkisi. [Doktora tezi,*Dokuz Eylül Üniversitesi*]. Dokuz Eylül Üniversitesi Akademik Veri Yönetim Sistemi. <https://avesis.deu.edu.tr/yonetilen->

tez/1e9499c6-561e-4188-b3a9-ee671def451c/ebeveynlerin-dijital-farkindaliginin-dijital-tutum-davranislari-uzerine-etkisi

- Terzi, A. Ö. (2020). Yeni medyanın olumlu ve olumsuz yönlerinin farklı kullanım pratikleri açısından değerlendirilmesi: Bir literatür incelemesi. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(02), 33-50.
- Terzi, A. Ö. (2020, 12 1). Yeni meydanın farklı kullanım pratikleri açısından değerlendirilmesi. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 33-50.
- Terzi, Y. (2019). SPSS ile istatistiksel veri analizi. *Samsun 19 Mayıs Üniversitesi*. <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/yukselt/64430/SOS2.pdf>
- Teyit.org.tr. (2018). *Medya okuryazarlığı eğitimleri dünyada yaygınlaşıyor*. 20 Ekim 2024 tarihinde <https://teyit.org/teyitpedia/medya-okuryazarligi-egitimleri-dunyada-yayginlasiyor> adresinden edinildi.
- Thinktech. (2013). Sosyal medyanın geldiği nokta ve kullanımı. *STM Teknolojik Düşünce Merkezi*. 5 Haziran 2024 tarihinde <https://thinktech.stm.com.tr/tr/sosyal-medyanin-kotuye-kullanilmasi-stratejiler-ve-tehditler> adresinden edinildi.
- TOAD. (2020). Türkiye Ölçme Araçları Dizini. *Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeği*. <https://toad.halileksi.net/olcek/dijital-ebeveynlik-farkindalik-olcegi/>.
- Toksoy, B. (2023). Girişimcilik ve sosyal medya. *Kastamonu İnsan ve Toplum Dergisi* 1(2), 183-194. <http://doi:10.5281/zenodo.10283186>
- Toran, M., Ulusoy, Z., Aydın, B., Deveci, T. ve Akbulut, A. (2016). Çocukların dijital oyun kullanımına ilişkin annelerin görüşlerinin değerlendirilmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), 2263-2278.
- TRT (2020, 4 Nisan). Ebeveyn Akademisi. *TRT Çocuk*. <https://ebeveynakademisi.trtcocuk.net.tr/>
- TRT (2023). Ebeveynler için sosyal medya tavsiyeleri. *Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu*. <https://ebeveynakademisi.trtcocuk.net.tr>
- Turgut, Y. ve Aslan, A. (2016). Çocukların karşılaştıkları internet riskleri ve ebeveyn arabuluculuğu. *In 4th International Instructional Technologies Teacher Education Symposium*, 337-344.
- TÜİK. (2021). Çocuklarda bilişim teknolojileri kullanım araştırması. *Türkiye İstatistik Kurumu*. 15 Mayıs 2024 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132> adresinden edinilmiştir.
- TÜİK. (2023). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. Türkiye İstatistik Kurumu. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)

- TÜİK. (2023). *İnternet kullanım araştırması*. <https://www.tuik.gov.tr>
- TÜİK. (2023). *Veri Portalı*. Türkiye İstatistik Kurumu İstatistik Veri Portalı. <https://data.tuik.gov.tr/> adresinden alındı
- Tüysüz, H. (2023). Temel eğitim dönemindeki öğrenci velilerinin dijital ebeveynlik farkındalıkları ile öz yeterlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ulusal Eğitim Dergisi*, 3(6), 951-960. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8146129>
- Uğur, S. (2019). Sosyal ağlar, dijital avatarlar ve teknolojik tekillik. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*. 5(2), 4-6.
- Ulusoy , A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn. *The Journal of Academic Social Science Studies*(28),559-572. <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2233>
- UNICEF. (2019). Siber zorbalık nedir, nasıl önlenir? *Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu*. 11 Temmuz 2024 tarihinde www.unicef.org adresinden edinilmiştir.
- USOM. (2010). Siber olaylara karşı yürütülen çalışmalar ve Türkiye. *Türkiye Ulusal Siber Olaylara Müdahale Merkezi*. <https://www.usom.gov.tr>
- Uyar, M. ve Hasdemir, T. (2021). Çocukların internete erişimleri ve kullanım becerileri: Ankara ili örneği. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(19), 7-38.
- Uysal, İ. ve Kılıç, A. (2022, 01 07). Normal dağılım ikilemi. *Anadolu Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 12(1), 220-248. [Http://doi.org/10.18039/ajesi.962653](http://doi.org/10.18039/ajesi.962653)
- Valcke, M., Bonte, S., De Wever, B., ve Rots, I. (2010). Internet parenting styles and the impact on internet use of primary school children. *Computers & Education*, 55(2), 454- 464.
- Valkenburg, P., Krcmar, M., Peeters, A. ve Marseill. (1999). Üç televizyon aracılığı stilini değerlendirmek için bir ölçek geliştirme: “Eğitici arabuluculuk”, “kısıtlayıcı arabuluculuk” ve “sosyal birlikte izleme.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media* , 43 (1), 52–66. <https://doi.org/10.1080/08838159909364474>
- Yaman, F., Dönmez, O., Akbulut, Y., Yurdakul , I. K., Çoklar, A. N., ve Güyer, T. (2019). Ebeveynlerin dijital ebeveynlik yeterliklerinin çeşitli demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 44(199), 149-172.
- Yaralı, D. T. (2024). Dijital Ebeveynlik. *Ankara, Akademik Akıl Platformu*. 10 Temmuz 2024 tarihinde <https://www.akademikakil.com/dijital-ebeveynlik/kevsertyarali/> adresinden edinilmiştir.
- Yaşam. (2023). Aktif yaşlanma programı. *Ankara Üniversitesi Yaşlılık Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi*. 10 Eylül 2024 tarihinde

<https://yasam.ankara.edu.tr/2023/12/26/aktif-yaslanma-ve-dijital-beceriler-avrupa-yetiskin-ogrenimi-gundemi-6-projesi-ab-projesi-kapanis-toplantisi/adresinden-edinildi>.

- Yazıcı, Z. N. (2021). E-Dünya’da yeni bir rol: Dijital annelik. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 115-132.
- Yeşilay. (2019). Dijital Ebeveynlik rehberi. *Türkiye Yeşilay Cemiyeti*.
<https://yesilaymarket.com/Data/EditorFiles/DijitalEbeveynlik.pdf>
- Yeşilay Cemiyeti. (2024). Teknoloji bağımlılığı rehberi . *Türkiye Yeşilay Cemiyeti*.
<https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/teknoloji-bagimlilik>
- Yıldırım, S. ve Burçin, K. (2019). Mobil uygulama kullanımının benimsenmesi: Teknoloji kabul modeli ile bir çalışma. *KAÜİİBFD*, 10(19), 22-51.
- Yıldız, K., Ada, Ö., Polat, E. ve Yıldız , Y. (2018, 03 31). Medya okuryazarlığı perspektifinden taraftar davranışlarının incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), s. 27-44.
<http://doi:10.18026/cbayarsos.411476>
- Yılmam, B. (2019). *Bilinçli farkındalık ve öz-duyarlılığın öznel iyi oluş üzerindeki etkisi*. [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üsküdar Üniversitesi
- Yılmaz, A. (2015, 5 Ocak). Medya okuryazarlığının tarihsel gelişimi. *Erzurum Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi*.
<https://m.ataaof.edu.tr/pdf.aspx?du=ONjyTAd980BPT8Xv0P4Zqg==>
- Yılmaz, E. S. ve Aytaç , E. (2022). Dijital platform üyeliklerinin devamlılığına etki eden faktörler: Netflix örneği. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 7(17), 47-67. <https://doi.org/10.25204/iktisad.970186>
- Yurdakul , I. K., Dönmez , O., Yaman , F., ve Odabaşı , H. F. (2013). Dijital ebeveynlik ve değişen roller. *Gaziantep Üniversitesi*. 12(4), 883-896.

EK

Ek 1: SAÜ Etik Kurul Onayını Gösterir Belge

Evrak Tarih ve Sayısı: 18.04.2024-E.354087



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-354087
Konu : 68/18 Metin İŞİKER

18.04.2024

Sayın Metin İŞİKER

İlgi : 05.04.2024 tarihli ve E--050.99-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 17.04.2024 tarihli ve 68 sayılı toplantısında alınan "18" nolu karar ile Metin İŞİKER'in başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Selim İNANÇLI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Dijitalizasyon Kodu (BSELAD7U17 Pın Kodu: 61842)

Belge Takip Adresi : <https://sakarya.gov.tr/ebd/ek-5783&eD-BSELAD7U17&eS-354087>

Adres:Esentepe Kampüsü 54187 Söğütözü SAKARYA / KEP Adresi:
sakaryauniversitesi@b091.kep.tr
Telefon No:0264 295 50 00 Faks No:0264 295 50 34
e-Posta:ozelkalim@sakarya.edu.tr Elektronik Ağ:www.sakarya.edu.tr

Bilgi için: Hanife Babacan
Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu



Ek 2: SAÜ Kurul Kararı

KARAR

18. Metin IŞIKER'in " Dijital Bağımlılık ve Ebeveyn Farkındalığının Tespiti " başlıklı çalışması görüşmeye açıldı.

Yapılan görüşmeler sonunda Metin IŞIKER'in " Dijital Bağımlılık ve Ebeveyn Farkındalığının Tespiti " başlıklı çalışmasının Etik açıdan **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verildi.

Ek 3: Katılımcılara Uygulanan DEFÖ

Değerli katılımcı

Sakarya Büyükşehir Belediyesinin destekleriyle Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim - Ana Bilim Dalı Medya Okur Yazarlığı programı kapsamında SGM'de dijital bağımlılıkla alakalı bilimsel bir araştırma gerçekleştirilmektedir. Çalışmaya sunduğunuz katkılar için çok teşekkür ederiz.

Cinsiyeti	Kadın ☐ Erkek ☐	Akıllı telefon kullanım süreniz (Günlük/Saat)	1-2 S. ☐ 3-5 S. ☐ 6-8 S. ☐ 9-11 S. ☐ 12-14 S. ☐
Yaşı		En çok hangi sosyal medyayı kullanıyorsunuz?	Facebook ☐ Twitter ☐ Instagram ☐ Tiktok ☐ Hepsi ☐
Mesleği		Sıklıkla bilgi edinme, zaman geçirme, eğlenme amacıyla hangi platformları izliyor/takip ediyorsunuz?	TV ☐ Gazete ☐ İnternet ☐ Sosyal Medya ☐ Netflix ☐ Disney ☐ Hepsi ☐
Çocuk sayısı		Çocuğunuzu Sosyal Gelişim Merkezinde düzenlenen çeşitli etkinliklere dahil etme nedenizi belirtmişsiniz.	Sosyal medyada çok zaman geçiriyor(Yoube vb.) ☐ İnternet, teknoloji/oyun bağımlısı olmaması için ☐ Çocuğumun her alanda eğitimine önem veriyorum ☐ Sosyalleşmesi için getiriyorum ☐ Diğer:
Öğrenim Durumu	İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Y.Lisans ☐ Diğer:.....		
İlçesi			

Dijital Ebeveynlik Farkındalık Ölçeği

		Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her Zaman
1	Telefonumla uğraşırken, çocuğumun söylediklerini dinlemediğim olur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Çocuğum, çok ısrar ediyorsa, dayanamayıp telefon/tablet kullanmasına izin veririm	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	İnternetin faydalarını, zararlarını ve dikkat edilmesi gereken durumları çocuğuma anlatırım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Çocuğumu İnternetin risklerinden koruyabiliyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Telefon/tablet kullanımında çocuğumda eleştirdiğim davranışları ben de yaparım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Çocuğumun huysuz olduğu zamanlarda, telefon/tablet ile sakinleştiririm	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Dijital araçların (Akıllı Tel., Tablet, Tv vb.), çocuğuma etkilerini (olumlu veya olumsuz) incelerim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Çocuğum İnternette gezinirken ona zarar verebilecek bir içerikle karşılaşsın yasal yollara başvururum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Çocuğum, telefonumla çok fazla vakit harcadığına tanık olur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Ev dışı ve ev içi ortamda (misafir, alış-veriş, arkadaş ortamı vb) çocuğumun telefon/tableti yoğun kullanmasına göz yumarım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Faydalı olduğunu düşündüğüm yazı, video veya fotoğrafları kendi cihazımdan çocuklarıma gösteririm	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Çocuğum İnternette video izlerken, rahatsız edici videolarla (cinsel, şiddet içerikli) karşılaşsın haberim olur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Çocuğumla iletişime geçmek yerine telefonumla ilgilenirim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	İşlerimle meşgulken, çocuğumun telefon/tablet ile vakit geçirmesine göz yumarım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Teknolojik yeniliklerin çocuklarım açısından faydalarını ve risklerini analiz ederim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Çocuğumu İnternetin risklerinden koruyacak, güvenlik paketi veya antivirüs programlarını kullanırım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Metin IŞIKER	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Atatürk Üniversitesi
Fakülte	Uzaktan Eğitim/Açıköğretim
Bölümü	Halkla İlişkiler ve Tanıtım
Makale ve Bildiriler	
1. Işıker, M. (2024,30 Ekim). <i>Yeni Medya Etkisiyle 28 Yıl Sonra Değişen, “Basın Ahlak Esasları” Üzerine Bir İnceleme</i> [Bildiri sunumu]. ICOMS-Uluslararası İletişim Bilimleri Sempozyumu, Sakarya.	