

YouTube ve Dijital Çocukluk: Küresel Düzeyde Koruma Politikaları

Yasemin Cıngı¹

Özet

Bu çalışma, dijitalleşmenin çocukluk kavramını nasıl dönüştürdüğünü ve özellikle YouTube gibi platformlar üzerinden çocukların dijital ortamlardaki varlığının hangi yasal, etik ve sosyokültürel tartışmaları beraberinde getirdiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Dijital medya, çocuklar için yalnızca bir eğlence aracı olmaktan çıkmış; öğrenme, sosyalleşme ve kendini ifade etme alanı haline gelmiştir. Ancak bu yeni dijital çocukluk biçimi, çocuk hakları, kişisel mahremiyet, psikososyal gelişim ve dijital emek gibi birçok açıdan önemli riskleri beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda çalışma, çocukların dijital ortamlarda karşılaştıkları riskleri azaltmak ve onları korumak amacıyla çeşitli ülkelerde uygulanmakta olan yasal düzenlemeleri karşılaştırmalı bir yaklaşımla ele almaktadır. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri, Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya, Güney Kore gibi ülkelerin çocuklara yönelik dijital medya politikaları ve YouTube gibi platformlara yönelik yasal müdahaleleri detaylı şekilde incelenmiştir. Ayrıca, YouTube'un algoritmik yapısının, içerik önerme sistemlerinin ve reklam temelli ekonomik modelinin çocuk kullanıcılar üzerindeki etkileri tartışılmıştır. Elde edilen bulgular, çocukların dijital ortamlarda korunmasının yalnızca ulusal düzeyde değil, aynı zamanda evrensel ölçekte ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Çalışma, çocuk haklarını önceleyen, sürdürülebilir ve etik temellere dayalı dijital düzenlemelerin oluşturulmasının aciliyetini vurgulamaktadır. Bu bağlamda hem yasal hem de toplumsal düzeyde çok boyutlu stratejilere ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

1 Dr., Bağımsız Araştırmacı, e-mail: yasminandac@gmail.com, ORCHID ID: 0000-0002-2016-6900.

Giriş

Dijital teknolojilerin çocukların günlük hayatlarında önemli bir yere sahip olması, geleneksel çocukluk anlayışını da değiştirmeye başlamıştır. Çocuklar günümüzde, dijital içeriklerin yalnızca pasif tüketicileri değil, aynı zamanda aktif birer üreticisi, dağıtıcısı, yayıncısı ve yorumlayıcısı olarak dijital kültürün öznesi haline gelmiştir. Yaşanan bu dönüşümün belirgin olarak görüldüğü platformlardan biri olan YouTube, çocukların eğlendiği, öğrendiği, ürettiği ve sosyalleşme gereksinimlerini sağladığı çok katmanlı bir dijital alandır. Fakat bu yoğun etkileşim bazı riskleri de beraberinde getirmektedir. Bunların başlıcaları arasında; çocuk hakları, mahremiyet, gelişme dayalı riskler ve çocukların dijital emeğinin kullanılması yer almaktadır. Bu konudaki yasal düzenlemeler yetersiz kalmakta fakat etkili adımlar atılması yönünde çalışmalar devam etmektedir. Sosyal ağlar dünyayı küresel bir köy haline getirmekle birlikte kültürlerin yayılmasına ve benimsemesine de zemin hazırlamaktadır. YouTube dünyanın her bölgesinde yaşayan çocukları benzer video içerikleriyle bir araya getirmekte ve bu durum da söz konusu çocuk hakları ihlallerine de kapı aralamaktadır. Bu çalışmanın konusunu, çeşitli ülkelerin bu konudaki yasal düzenlemelerinin neler olduğu oluşturmaktadır.

You Tube'un algoritmik yapısı, içerik oluşturma süreçleri ve reklam odaklı ekonomik modeli, çocuk kullanıcıları ve içerik üreticilerini korumaya yönelik yeni yasal düzenleme arayışlarını da gündeme getirmiştir. Bilhassa kişisel verilerin işlenmesi, yaş doğrulama yöntemleri ve çocukların bizzat içerik üreticisi konumunda olmaları gibi konular birçok ülkenin doğrudan veya dolaylı olarak You Tube'a yönelik yasal müdahalelerde bulunmasına yol açmıştır. Bunun sonucunda, çocukların dijital ortamlarda korunmasına ilişkin düzenleme girişimleri, artık yalnızca ulusal sınırlar içinde değil, evrensel bir perspektifle ele alınması gereken bir alana dönüşmüştür. Bu gereklilik, dijital çocukluğun sürdürülebilir hale gelmesi, adil olması ve çocuk haklarını öncelikli kılan bir zeminde şekillenmesi için gereken yapısal düzenlemelerin oluşturulmasına ve sürdürülmesine önem atfetmektedir.

7. 1. Dijital Yerlilerin Yeni Medya ile İlişkisi

Dünya, tüm insani ve kültürel pratikleri köklü bir şekilde dönüştürme potansiyeline sahip olan 4. Sanayi Devrimi'nin eşliğindedir. Bu süreci mümkün kılan dijital devrim, 1970'li yıllarda başlayan 3. Sanayi Devrimi'yle beraber insanogluunu böylesi büyük bir dönüşüme nispeten yumuşak bir geçişle hazırlamıştır. İçinde bulunduğumuz çağda dikeyden yataya, kapalıdan neredeyse şeffafa, doğrusaldan ağa bağlı olana, kurgulanmış

belirsiz olana, tek görevden çok göreve, özellikle de durağandan akışkana dönüşen farklı bir dünyada yaşamaktayız. Değişimin giderek hızlanmasıyla insanlık bu yeni dijital dünyanın dinamiklerine ayak uydurmak zorunda kalmaktadır. Tarihte ilk kez yetişkinler yerine genç nesiller bu dönüşümün ön saflarında yer almaktadır. Yetişkinlere oranla gençler, dijital teknolojileri kullanma ve internet ortamında yön bulma hususunda daha hızlı ve etkin hareket etmektedir. Böylelikle dijitalleşen dünyada bilgiye erişim ve üretim süreçleri onları daha fazla meşgul etmektedir.

Neil Postman çocukları, göremeyeceğimiz bir zamana gönderilmiş canlı mesajlar olarak nitelendirir. Aries ise, toplumsal bir kurgu olarak görür ve onların modernitenin bir ürünü olduğunu belirtir, ona göre 15. yüzyıla kadar geçen sürede çocukluk olgusundan ziyade çocuk olgusu vardır (İnal, 2015). Çocuğun doğanın bir armağanı olduğunu söyleyen Elkind (2001), çocukluğun toplumsal bir inşa olduğu tezini savunur. Çocukların nasıl tasarlandığından ziyade nasıl algılandığı her zaman belirli bir toplumsal ve tarihsel perspektifi yansıtır. Çocukluğun tamamen yetişkinlikten farklı bir dönem olduğu ve bu şekilde değerlendirilmesi gerektiği düşüncesi, Batı dünyasında ilk defa 17. yüzyılda ortaya atılmıştır. Bu döneme kadar çocuklar genel olarak minyatür birer yetişkin gibi betimlenirken, bu dönemden itibaren çocuklara özgü bir varoluş biçimi olduğu kabul edilmeye başlanmış ve bu anlayış sanatsal temsillere de yansımıştır.

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte yaşanan gelişmelere çocuklar da dahil olmuştur. Yepyeni bir çocukluk dönemini anlatan dijital yerli kavramı, dijital teknolojilerle iç içe büyümüş, bu alanda yetkin ve ilgili birey olarak tanımlanır. Bu kavram, genellikle dijital göçmen ile karşıtık içinde açıklanır. Dijital göçmen, dijital teknolojilerle hayatının ileriki dönemlerinde tanışmış, bu araçlara karşı güvensiz, hatta korkulu bir tutum geliştirmiş ve teknolojiyi etkili biçimde kullanma becerisinden yoksun birey olarak betimlenir. Prensky (2001)'in yaklaşımına göre, kişisel bilgisayarların yaygınlaştığı dönemden sonra doğan tüm gençler dijital yerlidir; buna karşılık, önceki kuşaklar dijital göçmen olarak kabul edilir. Dijital yerlilik fikrinin ilk olarak Barlow (2019)'un “Siber Uzayın Bağımsızlık Bildirgesi” başlıklı makalesinde dile getirildiği görülmektedir. Barlow burada ebeveynlere; “Çocuklarınızdan korkuyorsunuz, çünkü onlar sizin sonsuza dek göçmen kalacağınız bir dünyanın yerlileri” şeklinde seslenmiştir.

Benzer şekilde Papert (1996) da “Bağlantılı Aile” adlı çalışmasında, bilgisayar korkusu yaşayan ve teknik açıdan yetersiz kalan ebeveynler ve öğretmenlerle çocuklar arasında bir uçurum olduğunu vurgulamıştır. Bu söylemler, dijital kuşaklar arasında bir “nesil farkı” söyleminin giderek

yaygınlık kazandığını göstermektedir. Her ne kadar kavramın kökeni tam olarak bu metinlere dayansa da terimi popülerleştiren kişi Prensky olmuştur. 2001 yılında yayımladığı “Dijital Yerliler, Dijital Göçmenler” başlıklı makalesi çokça atıf almış ve kavramı akademi dışındaki çevrelere de taşımıştır. Aynı dönemde Tapscott (1998), benzer bir şekilde “Net Kuşağı” terimini ortaya atmış, sosyal yorumcular ise bu kuşağı “Milenyum Kuşağı” gibi ifadelerle tanımlamıştır (Howe ve Strauss, 2000). Zamanla bu söylem, “Google Kuşağı”, “Nintendo Kuşağı”, “C Kuşağı” gibi başka terimlerle de çeşitlenmiştir.

Dijital çocukluk, yeni iletişim teknolojilerinin egemen olduğu bir dünyaya doğan ve bu teknolojilerle iç içe büyüyen çocukların deneyimlediği özgün çocukluk kültürü olarak tanımlanabilir. Bu kültürel dönüşüm içerisinde yetişen günümüz çocukları, kuramsal literatürde çeşitli kavramlarla anılmaktadır. Prensky (2001), internet ve dijital teknolojilerle çevrili bir dünyaya gözlerini açan bu kuşağı dijital yerli olarak tanımlarken; Tapscott (1999), dijital araçları oksijen kadar yaşamsal gören çocuklara net kuşağı yada net jenerasyonu adını vermektedir. Benzer biçimde Palfrey ve Gasser (2016), Prensky ile paralel bir yaklaşımla bu çocukları dijital yerli olarak nitelendirmektedir. Genel perspektifte söz konusu dijital yerliler, doğdukları andan itibaren dijital araçlarla büyüyen, dijital teknolojilerin diline adeta anadil düzeyinde hakim olan ve dijitalleşmenin yaşamın tüm alanlarına nüfuz ettiği bir çağın çocukları olarak konumlandırılmaktadır. Onlar yalnızca teknolojinin pasif kullanıcıları değil aynı zamanda dijital kültürün aktif aktörleri olarak dijital çocukluk olgusunu biçimlendiren temel figürlerdir.

Bilgisayar teknolojisi kelimelerden görüntülere ve filmlere kadar tüm iletişim biçimlerini simüle etme kapasitesine sahip bir araçtır. Tarihsel olarak ilk kez yaşamımızda iletişim ve anlam üretimine aracılık eden tüm sistemler yani entelektüel teknolojiler bütünleşmiş bir sistem tarafından sunulmaktadır. Bu bağlamda bir çocuk hâlâ film izlemek için sinemaya gidebilir, televizyon kanallarını gezebilir, basılı kitaplara ulaşabilir ya da CD çalardan müzik dinleyebilir. Ancak günümüzde bu tür deneyimler, artık bu geleneksel araçlar aracılığıyla gerçekleştirilmek zorunda değildir. Çünkü dijital çağa doğan çocuklar, internete bağlanabilen bir cihaz aracılığıyla ses, metin ve görsellerden oluşan devasa bir dijital evrene parmaklarının ucundan erişebilmektedir. İster ev ortamında ister başka bir mekânda olsun sınırsız sayıda videoya ulaşabilir, dijital oyunlar oynayabilir veya başkalarıyla çevrimiçi etkileşime geçebilir (Chatfield, 2013).

Bu dönüşüm, çocukluk deneyiminin temel bileşenlerinde önemli bir kırılma meydana getirmiştir. Çocukların oyunları ve oyuncaklarla kurdukları

fiziksel ve üretici etkileşimler ekran ilişkilerine dayalı yüz yüze sosyal ortamlar yerini giderek ekran başında geçirilen uzun ve yalnız saatlere bırakmaktadır. Dijital çağda çocuklar, çevrelerini kuşatan ekran çeşitliliğine uyum sağlamaya çalışmakta ve adeta dijital araçların yön verdiği bir yaşam biçimine entegre olmaktadır. Bu çocukluk, geçmiş kuşakların deneyimlediği çocukluktan belirgin biçimde ayrılmaktadır. Ağaçlara tırmanmak, top oynamak, bisiklet sürmek gibi fiziksel etkinliklerin yerini, ekranlara dokunmak, tıklamak ve kaydırmak gibi dijital edimler almıştır (Goodwin, 2018).

Belirli bir kuşağı tek bir toplumsal grup gibi değerlendirmek, konuyu nispeten daha basit bir perspektiften değerlendirmek olacaktır. Araştırmalar, kuşaklar hakkındaki genel yargıların çoğu zaman yanıltıcı olabileceğini göstermektedir. Yani dijital yerli teriminin bütün bir nesil hakkında genelleme yapmak için kullanılması yerine, kavramın aslında yalnızca belirli bir alt grubun özelliklerini yansıttığı ifade edilmektedir (Bennett, 2012). Örneğin Selwyn (2009), gençlerin dijital teknolojilerle ilişkilerinin çok çeşitli olduğunu ve bunun abartıldığını, popüler dijital yerliler anlatısının gerçeği tam yansıtmadığını vurgulamaktadır. Genç bireylerin tamamının teknolojiyle benzer şekilde ilişki kurmadığı, özellikle sosyoekonomik düzeyi düşük olanların erişim ve kullanım imkânlarının sınırlı olabileceğini belirtmektedir. Diğer yandan bazı çalışmalar, bireylerin teknolojiye aşinalıklarının eski kuşaklarla benzer düzeyde olsa bile, dijital çağda doğmuş olmanın bireylerin düşünme, hareket etme ve iletişim biçimlerini etkilediğini ileri sürmektedir (Lugano ve Peltonen, 2012). Bu bağlamda Prensky (2001)'in dijital yerliler yaklaşımı, hâlâ tartışmaları başlatan bir referans noktası olarak değerlendirilebilir.

Yirmi yıl öncesine kadar çocuklar gün boyu dışarıda oyun oynama imkanı bulur bisiklete biner, spor yapar ve doğayla içi içe hayali dünyalar inşa ederdi. Kendi oyunlarını kurma konusunda son derece başarılıydılar ve bu oyunlar pahalı teknolojik araçlara yada yetişkin denetimine ihtiyaç duymazdı. Çocukların fiziksel olarak aktif olduğu ve doğaya dayalı bir duyuşsal dünyaya sahip oldukları bu dönemi günümüzde yaşama imkanı giderek azalmaktadır (Vandewater vd., 2007). Bugünün çocukluk deneyimi ise köklü biçimde değişmiştir. Medya, televizyonun yanı sıra cep telefonları, tabletler ve sosyal medya platformlarıyla birlikte çocukların hayatlarında baskın bir konuma yerleşmiştir. Çocuklar, neredeyse evrenselleşen televizyon erişimiyle birlikte, medyaya doymun bir çevrede büyümektedir. Medya ve teknolojinin günlük yaşamdaki rolü her geçen gün artmakta ve bu gidişatın önümüzdeki yıllarda da süreceği neredeyse kesindir (Brown, 2011).

Teknolojinin çocuklar için tehdit oluşturabileceğine dair yaygın bir algı olmasına rağmen, bu araçların aynı zamanda üretkenliği geliştirme ve bağımsız hareket etme becerisi kazandırma gibi fırsatlar sunduğu da göz ardı edilmemelidir. Bazı durumlarda teknolojiler ebeveynler ve çocuklar arasındaki sınırları ortadan kaldırırsa da duygusal kopukluklara ve aile içi mesafenin artmasına neden olabilmekte nitekim günümüzde kullanılan birçok dijital cihaz bir istekten ziyade ihtiyaç halini almaktadır (Radesky vd., 2014). Medya, çocukların değer yargılarını şekillendirmekte ve davranış örüntülerini öğrenmelerinde etkili olmaktadır. Ancak medyanın yeni biçimleri, akademik anlamda yeterince incelenmemiştir. Teknoloji kullanımındaki hızlı artış, çocukların sağlığı üzerinde çok boyutlu etkiler meydana getirmekte; eğitim ve sağlık sistemleri bu etkileri yeni yeni tespit etmeye başlamaktadır. Obezite, diyabet, otizm spektrum bozuklukları, motor koordinasyon güçlükleri, gelişimsel gecikmeler, konuşma ve öğrenme problemleri, duysal hassasiyetler, anksiyete, depresyon ve uyku bozuklukları gibi birçok sorun, teknolojinin aşırı kullanımıyla ilişkilendirilmekte ve bu sorunlar endişe verici bir hızla artış göstermektedir (Thompson vd., 2016). Bu noktada ebeveynlerin, öğretmenlerin ve terapistlerin bir araya gelerek toplumun bu konuda farkındalık geliştirmesine katkı sunmaları hayati önem taşımaktadır. Teknolojinin yalnızca çocukların fiziksel ve psikolojik sağlığı değil, aynı zamanda öğrenme süreçleri ve aile ilişkilerini sürdürebilme becerileri üzerindeki etkileri de dikkatle değerlendirilmelidir. Ebeveynler, teknolojinin avantajlarını ve dezavantajlarını göz önünde bulundurarak, çocuklarını yaşamdan keyif almaya yönlendirme sorumluluğunu taşımalıdır (Bremmer ve Fogel, 2009).

Çevrimiçi ortamlarda bilgi akışının ve iletişimin yüksek yoğunluğu düşünüldüğünde, bunların bir çocuğun zihinsel gelişimi ve kişilik oluşumu üzerindeki etkisinin küçümsenmeyecek boyutlarda olduğu aşîkârdır. Kaldı ki bilgi iletişim teknolojilerinin çocukluğun ilk aylarından yetişkinlik sürecine kadar her anında onunla bütünleşmiş bir şekilde ilerlediğine dair bir çok veri ve gözlem mevcuttur. Bu durum eskiden kullanılan geleneksel yöntemler yerine meta analitik, nitel ve nicel yöntemlerle harmanlanmış araştırma tasarımları kullanarak çocukluk olgusuna farklı perspektiflerden bakmayı gerekli kılmaktadır. Çünkü dijital teknoloji dendiğinde akla ilk gelen yaş grubunun çocuklar olmayacağı düşünülürdü. Ancak günümüzdeki duruma baktığımızda, dünya genelindeki milyonlar arasında çocuk YouTuber'ların da yer aldığını görmek mümkün. Annelerin ultrason görüntülerini paylaştıkları bebeklerin henüz hayatlarının ilk aylarında ekranı kaydırmaya başlamaları da görmeye alışık olunan durumlardandır. Hatta Leaver'a göre (2015), ultrason fotoğrafları paylaşılan ve henüz doğmadan sosyal medya

hesaplarına sahip olan çocuklara artık “dijital yeni doğan” yerine “doğmak üzere olan dijital” terimlerinin kullanılması çok daha doğru olacaktır.

Küçük çocuklar dijital teknolojilerle yalnız başlarına değil, genellikle başkalarıyla işbirliği içinde etkileşim kurmaktadır. Son yıllarda nesnelerin interneti, yaşanan bu gelişmelerle oyuncakların internetine kapı aralamıştır. İnternete bağlı akıllı oyuncaklar, Barbie’den LEGO’ya kadar birçok ürün için büyüyen bir pazar haline gelmiştir (Holloway vd.,2016). Bu noktada dikkat çeken konu çocukların küçük yaşta “kullanıcı” olarak tanıştıkları bu teknolojileri kendi kendilerine değil başka birisinden görerek öğrenmeleridir. Günümüzde sınıf içinde kullanılan akıllı tahtalar da geleneksel eğitim modellerinden çok daha farklı öğretim modelleri sunmakta ve çocukların alışkın olduğu teknoloji kullanımına da zemin hazırlamaktadır. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda, ilkokul çağına gelmiş bir çocuğun o güne kadar dijital ortamlara maruz kalmamış olduğu varsayılsa bile anaokulu veya ilkokulun ilk günlerinde akıllı tahta vasıtasıyla bu dünyaya adım attığı ve giderek uyum sağladığı anlaşılmaktadır. Bu noktada devreye, zaten ekrana maruz kalacağı öngörülen çocukların ekranla ve ekranda ne yaptıkları ne ürettikleri ve neyi tükettikleri girmektedir.

Geleneksel çocukluk süreçlerinden farklı bir dönemin yaşandığı aşikârdır. Günümüzdesokaklarda uzun vakitler geçiren çocukların yerini ekran karşısında vakit geçiren çocukların aldığını gözlemlemek zor değildir. Konvansiyonel medyada ekranda çocuklara daha az yer ayrılmış olması, izlenecek çizgi film ve programların belli saatlerde yayınlanması çocukların sosyalleşmesi ve açık havada vakit geçirmesi için uygun zeminleri hazırlamakta idi. Ancak teknolojik gelişmeler ve 2020 yılında yaşanan pandemi süreci çocukların oyun parkını ekran olarak belirlemeye başlamıştır. Medya araçlarının çeşitlenmesi de bu konuda etkili olmuştur. Sonuçta geline nokta 20 yıl öncesinin izleyici çocukları yerini üretici çocuklara bırakmıştır. Günümüzde çocukluk, klasik kalıplardan ayrılan bir yaşama biçimi olmanın ötesinde kendine özgü alışkanlıklar ve dijital deneyimlerle şekillenen yeni bir toplumsal durumdur. Artık çocuklar oyun oynarken, öğrenirken ve arkadaşlarıyla iletişim kurarken çoğunlukla dijital araçları kullanmakta, bu nedenle dijitalleşen toplumun bir parçası olarak dijital çocuklar haline gelmektedir.

Yaşanan teknolojik gelişmeler dijital neslin eğitim süreçlerinde de bazı değişikliklerin gerekliliğine kapı aralamıştır. Dijital yerliler kavramının eğitimle ilişkisi özellikle öğrenme biçimleri, teknolojik yeterlilikler ve öğretim tasarımı bakımından önemlidir. Dijital çağda doğmuş bireylerin yalnızca teknolojiye daha hızlı erişim sağladıkları değil, aynı zamanda bilgiye ulaşma, iletişim kurma ve öğrenme yöntemlerinin de farklılaştığı

iddia edilmektedir. Bu bağlamda, eğitim kurumlarının bu nesle hitap edecek yöntemler geliştirmesi gerektiği öne sürülmüştür. Fakat bu kanaat, tüm gençlerin teknolojiyle aynı şekilde etkileşim kurduğu yönündeki hatalı genellemelere dayanmaktadır.

Prensky'nin (2001) ileri sürdüğü gibi öğrencilerin tamamı dijital yerli ve öğretmenler de dijital göçmenlerse, bu kuşaklar arasında bir kopukluk olduğu varsayılır. Oysa gençlerin dijital yeterlilik düzeyleri arasında ciddi farklılıklar olduğu açıktır. Bu nedenle eğitimde temel sorun yalnızca dijital araçların nasıl kullanılacağı değil, aynı zamanda öğrenci çeşitliliğine uygun, adil ve kapsayıcı pedagojik yaklaşımların nasıl geliştirileceğidir. Ayrıca, eğer bazı öğrenciler sosyoekonomik konumları nedeniyle dijital teknolojilere yeterince erişemiyorsa, kapsayıcı bir eğitim sisteminin bu eşitsizlikleri nasıl ele alacağı önemli bir sorudur. Bu konuda Warschauer (2004), “Dijital uçurum” terimini ilk olarak teknolojiye fiziksel erişimdeki farklılıkları açıklamak amacıyla kullanmıştır. Dijital uçurum, bireyler veya gruplar arasında dijital teknolojilere erişim düzeylerindeki farklılıkları ifade eder. Bu erişim yalnızca fiziksel anlamda değil, aynı zamanda teknolojiyi etkili bir biçimde kullanabilme becerisini de kapsar. Söz konusu eşitsizlikler; yaş, cinsiyet, ırk, etnisite, sosyoekonomik düzey veya coğrafi konum gibi faktörlerden kaynaklanabilmektedir. Zamanla bu odak, bireylerin sahip olduğu dijital bilgi ve becerilerdeki farklılıklara yönelmiştir (Selwyn, 2004).

Teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte, mesele yalnızca erişim sağlamak değil, bu teknolojileri ne derece üretken, bilinçli ve etik bir biçimde kullanılabildiği olmuştur. Bu bağlamda, eğitim kurumları yalnızca teknik becerilerin kazandırılmasına değil, dijital vatandaşlık, eleştirel düşünme ve sorumlu içerik üretimi gibi yetkinliklerin de geliştirilmesine odaklanmıştır. Bu konu bir bütün olarak düşünüldüğünde, eğitim sürecinin tamamlanmasının ardından dijital yerlilerin iş yaşamına ilişkin algılarının da farklılaştığı gözlemlenmektedir. Örneğin, X kuşağı yani 1966-1980 yılları arasında doğan bireylerin yaşamak için çalıştıkları, 1981 ve sonrasında doğan Y kuşağı olarak adlandırılan bireylerin ise anlamlı ve esnek çalışma ortamları aradıkları ifade edilmektedir (McGinnis ve Ng, 2016). Günümüzde dijital kuşağın, fiziksel olarak bir “iş yerine” gitmeden de çalışabilmenin mümkün olduğuna tanıklık ettiği söylenebilir.

7.2. Çocuk ve YouTube Kullanım Profilleri

Dijital teknolojilerin günlük hayatla bütünleştiği çağımızda, çocuklar medya içerikleriyle erken yaşlardan itibaren yoğun bir etkileşim içerisinde. Bu bağlamda, sosyal medya platformları özellikle YouTube platformu,

çocukların dijital medya deneyimlerinin merkezinde yer almakla birlikte, eğitsel içeriklerden eğlence amaçlı videolara kadar geniş bir yelpazede sunulan görsel materyaller aracılığıyla çocukların bilişsel, sosyal ve duygusal gelişim süreçlerini çeşitli şekillerde etkilemektedir. Ancak bu etkileşim, beraberinde hem pedagojik fırsatlar hem de medya okuryazarlığı, içerik denetimi ve dijital güvenlik gibi alanlarda önemli tartışmaları gündeme getirmektedir. Yararları ve zararları sıkça tartışılan bu konuda birçok görüş mevcuttur. Tartışmalara rağmen gün geçtikçe daha fazla çocuk sosyal medyada aktif olmakta ve sayısız içerikler üretmektedir.

YouTube, günümüzde küçük çocukların ekran başında geçirdiği sürenin en büyük kısmını oluşturmaktadır. 0–8 yaş aralığındaki küçük çocuklar, bu video paylaşım platformunda günde bir saatten fazla zaman geçirmektedir (Rideout ve Robb, 2020). 12 yaşın altında çocuğu olan ebeveynlerin %80'inden fazlası, çocuklarının YouTube izlediğini bildirmektedir (Smith, Toor ve Kessel, 2018). Bebekler ve emekleyen çocuklar arasında medya kullanımı ortalama olarak günde 40 dakika ile 3 saat arasında değişmektedir (Rideout, 2017). Bu yaş grubuna yönelik videolar ve uygulamalar oldukça fazladır fakat, erken çocukluk dönemlerinde uzun süreli ve eğitici içeriğe sahip olmayan medya kullanımının gelişimsel gecikmelere sebep olduğu vurgulanmaktadır (Wiltshire vd., 2021). Buna paralel olarak, National Institutes of Health Stratejik Planı (2021–2025), erken çocuklukta ekran temelli medya kullanımını bir araştırma önceliği olarak vurgulamıştır.

Çocuklar arasında ekran temelli medya kullanımının giderek artan bir bölümü YouTube üzerinde gerçekleşmektedir ve 2020 yılı itibariyle iki yaşın altındaki çocukların %17'si çevrim içi videolara erişmektedir (Levine vd., 2019). Bebek ve küçük çocukların medya kullanımı üzerine yapılan önceki araştırmalar, çoğunlukla televizyon ve DVD'lere odaklanmış, çünkü bu araçlar onlara yönelik pazarlanmış ve YouTube bu alanda daha az çalışılmıştır. Zamanla televizyon ve DVD teknolojisinin yerini YouTube'a bırakmasıyla birlikte geleneksel medya araçları bu platformdan pek çok açıdan farklılık göstermeye başlamıştır. Bunlar arasında kullanıcı tarafından oluşturulan videolar, pazarlama içerikleri ve çocukların izleme alışkanlıklarını yönlendirebilecek algoritmalar yer almaktadır (Alruwaily vd., 2020). Bu özellikler, ailelerin bu platformda yüksek kaliteli ve eğitici videolar bulmasını zorlaştırabilmektedir. Bu noktada algoritmaların şeffaf olması önem kazanmaktadır. Ancak her ne kadar bu şeffaflık sağlansa da çok küçük yaşlardaki çocukların anılan sürelerde ekran karşısında vakit geçirmesi olumlu görülmemektedir.

Çocuklar üzerindeki teknolojik etkiler, akademik çevrelerde sıkça ele alınan başlıca tartışma konuları arasında değerlendirilmektedir. Özellikle çocukların internet ortamındaki oyun tercihleri, karşılaştıkları içerikler ve kullandıkları uygulamalar, bu etkinin kapsamlı biçimde analiz edilmesini gerekli kılmaktadır. Aileler, çocuklarının ruhsal, zihinsel sağlıklarını ve kişisel bilgilerinin güvenliğini korumak adına genellikle internet ile teknolojiye erişimlerini sınırlandırma yolunu seçmektedir. Dünyanın önde gelen siber güvenlik kuruluşlarından Kaspersky (2022) tarafından yapılan bir çalışmada, çocukların dijital ilgileri detaylı şekilde incelenmiş ve en sık kullanılan uygulamalar ile içerikler ortaya konmuştur. Ulaşılan bulgular, çocukların teknolojiye olan eğilimlerini kavramak ve dijital dünyadaki yönelimleri belirleyebilmek adına kıymetli veriler sunmaktadır. “Safe Kids” başlıklı çalışmanın verilerine göre; Türkiye’de yaşayan çocukların Android işletim sistemi kullanan cihazlarda en çok tercih ettiği üç uygulama YouTube (%34), WhatsApp (%18) ve Instagram (%12) şeklinde belirlenmiştir. Windows işletim sistemli cihazlarda ise sırasıyla Google Chrome (%51,6), Roblox (%11,6) ve Discord (%11,5) öne çıkan uygulamalar arasında yer almaktadır. Söz konusu sonuçlar, çocukların dijital platformlardaki davranış kalıplarını ve içerik eğilimlerini anlamada önemli bilgiler içermektedir (Kaspersky, 2022).

Find My Kids tarafından gerçekleştirilen diğer bir analiz, çocukların günlük ortalamada 4,5 saat boyunca mobil uygulamaları aktif olarak kullandıklarını ortaya koymaktadır. Bu araştırma, çocukların %49’unun gece saat 23:00 ile 04:00 aralığında mobil oyunlarla vakit geçirdiğini, %60’ının ise bu zaman diliminde sosyal medya mecralarında etkin olduklarını göstermektedir. Bulgular, çocukların gece saatlerinde dahi çevrim içi olduklarını açıkça ortaya koymaktadır. Aynı zamanda araştırma, çocukların %7’sinin yaş sınırı 18 ve üzeri olarak belirlenmiş uygulamaları kullandıklarını da tespit etmiştir. Bu durum, yaşlarına uygun olmayan içeriklerle karşı karşıya kalma ihtimallerini artırmakta ve çeşitli riskler doğurmaktadır. Türkiye’deki çocukların mobil cihazlarında en yoğun kullanılan uygulama kategorisi sosyal medya olurken, ikinci sırada mobil oyunlar yer almaktadır. En çok tercih edilen ilk on uygulama incelendiğinde, çocuklar sosyal medya uygulamalarında günlük ortalama 66 dakika, mobil oyunlarda ise 65 dakika geçirmektedir. Türkiye’de çocukların sıklıkla kullandığı sosyal medya uygulamaları arasında YouTube, Instagram, Facebook ve TikTok ilk sıralarda yer almaktadır. Oyun uygulamaları içerisinde ise Roblox, PUBG Mobile, Brawl Stars, Minecraft ve FIFA Mobile öne çıkmaktadır. Ayrıca film, dizi ve çizgi film gibi görsel içerikleri izlemeyi tercih eden çocukların, Netflix uygulamasını günde yaklaşık 46 dakika kullandıkları gözlemlenmiştir. Bu veriler, Türkiye’deki

çocukların dijital ortamlarda ne kadar zaman geçirdiğini ve hangi içerikleri tercih ettiklerini anlamamıza yardımcı olmaktadır (FindMyKids, 2025).

Küresel veriler, Türkiye'deki eğilimlerle benzerlik göstermektedir. Buna göre, dünya genelinde çocukların en sık kullandığı ilk on uygulamanın ilk sıralarında sosyal medya, bunu takiben de mobil oyunlar yer almaktadır. Sosyal medya alanında çocukların popüler bulduğu uygulamalar arasında YouTube, TikTok, Likee, YouTube Kids ve Wattpad dikkat çekerken; oyun kategorisinde öne çıkan uygulamalar arasında Roblox, Free Fire, PUBG Mobile, Genshin Impact ve Call of Duty bulunmaktadır (FindMyKids, 2025). Bu bulgular, dünyanın farklı bölgelerindeki çocukların dijital platformlarda benzer yönelimler gösterdiğini ve sosyal medya ile mobil oyunların, dijital yaşamlarında merkezi bir konumda olduğunu ortaya koymaktadır.

Gerek Türkiye'de gerekse uluslararası ölçekte yürütülen araştırmalar, 0 ila 18 yaş arasındaki çocukların en sık kullandıkları uygulamanın YouTube olduğunu doğrulamaktadır. Sıfır yaş kulağı her ne kadar tuhaf gelse de çocukların doğmadan önce birer sosyal medya hesabına sahip oldukları ve doğdukları ilk aylardan itibaren videolarla tanışmaları bu algıyı bertaraf etmektedir. We Are Social tarafından 2022 yılının üçüncü çeyreğine ilişkin yayımlanan Temmuz 2022 Küresel İnternet Kullanım Raporu, dünya çapında sosyal medya kullanım süreleri, en çok tercih edilen sosyal medya platformları ve bu platformların takipçi sayılarına dair çeşitli istatistiksel veriler içermektedir. Raporda yer alan bulgulara göre, dünya genelinde bireyler günlük yaşamlarının ortalama 6 saat 49 dakikasını internette geçirmekte, bu sürenin 2 saat 29 dakikalık kısmı ise sosyal medya mecralarında kullanılmaktadır. İnternet kullanıcılarının sayısı, son bir yıl içinde %3,7 oranında artarak 5,03 milyar kişiye ulaşmış; rapor, ayrıca yıllık 178 milyon yeni internet kullanıcısının dijital ekosisteme dahil olduğunu da vurgulamaktadır. Web ortamında en sık ziyaret edilen adreslere bakıldığında, arama motoru olarak Google, video içerikleri için YouTube ve sosyal medya paylaşımları için Facebook ilk sırada yer almaktadır (TRT, 2022).

Benzer doğrultuda yürütülen bir diğer araştırma ise Türkiye genelinde TÜİK tarafından gerçekleştirilmiştir. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2022 verilerine göre, internete erişim imkânına sahip hanelerin oranı %94,1, internet kullanan bireylerin oranı %85, interneti düzenli olarak kullanan bireylerin oranı ise %82,7 olarak ölçülmüştür. Araştırma bulguları, bireylerin en sık kullandıkları mesajlaşma uygulamasının %82 oranla WhatsApp, en yaygın sosyal medya uygulamalarının ise %67,2 ile YouTube ve %57,6 ile Instagram olduğunu göstermektedir. YouTube, en çok tercih edilen video paylaşım platformu olarak öne çıkarken, film veya

dizi izlemek amacıyla dijital içerik platformlarına yapılan aboneliklerin oranı, 2022 yılının ilk çeyreği itibarıyla %26,4 olarak kayıtlara geçmiştir. Aynı araştırma, erkek bireylerin kadınlara kıyasla interneti daha fazla kullandığını da ortaya koymaktadır. Düzenli olarak internet kullanan erkeklerin oranı %86,9 iken, bu oran kadın bireylerde %78,6 olarak belirlenmiştir (TÜİK, 2022).

2024 yılı itibarıyla Türkiye İstatistik Kurumu tarafından bağımsız bir araştırma olarak yürütülen “Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması”, çocukların dijital dünyayla kurduğu ilişkinin güncel bir fotoğrafını sunmaktadır. Bu araştırmanın en çarpıcı bulgularından biri, çocukların dijital medya tüketiminde YouTube platformunun neredeyse evrensel düzeyde benimsenmiş olmasıdır. Araştırmaya göre, sosyal medya kullanan çocukların %96,3’ü YouTube’u aktif olarak kullanmaktadır. Bu oran, YouTube’un çocuklar için yalnızca bir eğlence kanalı değil, aynı zamanda bilgi edinme, eğitsel içeriklere erişme ve dijital sosyalleşme alanı haline geldiğini göstermektedir.

YouTube’un bu derece yaygın kullanımı, video tabanlı içeriklerin çocukların medya alışkanlıklarında merkezî bir rol üstlendiğine işaret etmektedir. 6-15 yaş grubundaki çocukların dijital medya tüketiminde görselliğin ve izlenebilirliğin belirleyici olduğu bu eğilim, özellikle dijital okuryazarlık, dikkat süresi, içerik filtreleme ve ebeveyn denetimi gibi başlıklarda yeni tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Nitekim araştırmada internet kullanan çocukların %83,9’unun interneti öncelikli olarak video izlemek amacıyla kullandığı tespit edilmiştir. Bu veriler, YouTube’un yalnızca bir sosyal medya platformu olarak değil, çocukların dijital deneyiminin temel taşı olarak konumlandığını ortaya koymaktadır. Çocukların genel internet kullanım oranı 2024 yılında %91,3’e ulaşmış ve bu kullanımın büyük bölümü düzenli hale gelmiştir. İnterneti düzenli kullandığını belirten çocukların oranı %97,4 olup, özellikle 11-15 yaş grubunda günde iki saatten fazla internet kullanım oranları dikkat çekici düzeydedir. Video içeriklerin bu denli yaygın izleniyor olması, çocukların zaman yönetimi, dikkat sürekliliği ve medya tüketim alışkanlıkları açısından kritik bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. YouTube üzerinden erişilen içerikler; eğlenceden eğitime, oyun rehberlerinden vloglara kadar geniş bir yelpazeyi kapsamakta ve bu durum, platformun çocukların gündelik dijital yaşamında çok yönlü bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Sosyal medya genelinde çocukların %66,1’i platform kullandığını belirtmiştir. Bu oran 6-10 yaş grubunda %53,5, 11-15 yaş grubunda ise %79,0’dır. Ancak yaş gruplarından bağımsız olarak YouTube her iki grubun

da açık ara en fazla tercih ettiği platform olmuştur. Bu durum, görsel içerik tüketiminin yaşa bağlı değil, dijital kültürle iç içe geçmiş bir alışkanlık haline geldiğini düşündürmektedir. Instagram (%41,5), TikTok (%26,2) ve Snapchat (%21,4) gibi diğer platformların oranları, YouTube'un çocuk dijital kültüründeki ayrıcalıklı konumunu daha da belirginleştirmektedir. Mobil cihazlar üzerinden dijital içeriklere erişimin yaygınlaşması da YouTube kullanımını artıran önemli etkenlerden biridir. 2024 yılında çocukların %76,1'i cep telefonu ya da akıllı telefon kullandığını belirtmiş, bu oran 11-15 yaş grubunda %86,2'ye ulaşmıştır. Telefon kullanımında en sık görülen amaçlardan biri olan video izleme (%75,0), YouTube'un bu cihazlar üzerinden ne denli yoğun bir şekilde tüketildiğini göstermektedir. Ayrıca çocukların %32,6'sı telefonunu her yarım saatte bir kontrol ettiğini belirtmiş, bu da video içeriklere erişimin ne derece sıklaştığını ve alışkanlık düzeyine ulaştığını ortaya koymuştur.

Dijital oyunlar ve sosyal medya dışında da ekran süresine dair bulgular YouTube'un etkisini dolaylı biçimde desteklemektedir. Çocukların %34,4'ü ekran başında daha fazla zaman geçirdiği için daha az kitap okuduğunu, %33,3'ü daha az ders çalıştığını ve %25,5'i ailesiyle daha az vakit geçirdiğini ifade etmiştir. Bu oranlar, YouTube ve benzeri platformların çocukların dikkatini uzun süreler boyunca üzerinde tutabilme gücüne sahip olduğunu ve bu durumun klasik öğrenme, sosyal ilişki ve fiziksel dinlenme pratiklerini etkileyebileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak, 2024 verileri çocukların dijital medya ile kurdukları ilişkinin merkezine açık biçimde YouTube'un yerleştiğini ortaya koymaktadır. Bu platform, yalnızca eğlence değil, aynı zamanda öğrenme, oyun takibi ve kimlik kurma alanlarında da çocuklara hitap etmektedir. Ancak bu yaygınlık, beraberinde medya okuryazarlığı, içerik güvenliği, ekran süresi yönetimi ve dijital refah gibi konuların da yeniden ele alınmasını zorunlu kılmaktadır. Çocukların YouTube kullanımının bu denli baskın hale gelmesi hem aileler hem eğitimciler hem de politika yapıcılar açısından dikkatle değerlendirilmesi gereken yapısal bir dönüşümün habercisidir (TÜİK, 2024).

YouTube'un bu denli yaygın kullanılmasının temel nedenlerinden biri, platforma erişimin son derece kolay olmasıdır. Kullanıcıların video içeriklerine ulaşmak için doğrudan youtube.com adresini ziyaret etmelerine gerek kalmaksızın, uygulamayı akıllı cihazlarına yükleyerek videoları kolaylıkla izleyebilmeleri, yükleyebilmeleri ve paylaşabilmeleri mümkündür (Ergen, 2019). Buna ek olarak, kullanıcılar zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın istedikleri videoları izleyebilir, kendi içeriklerini platforma yükleyebilir, videoları paylaşabilir ve yorum yaparak değerlendirme gerçekleştirebilirler.

YouTube'un uygulama kapsamında sunduğu hizmetler yalnızca bunlarla sınırlı kalmayıp, canlı yayın özelliği ile YouTube TV, YouTube Müzik ve YouTube Kids gibi çeşitli alt kategorileri de içermektedir. Platform, kurulduğu ilk yıllarda kullanıcılarına tamamen ücretsiz hizmet sunarken, zamanla reklamsız içerik izlemek isteyen kullanıcılar için YouTube Premium adlı ayrıcalıklı üyelik sistemini devreye sokmuştur. Bu premium üyelik modeli, kullanıcılarına izledikleri videoları cihazlarına indirebilme ve arka planda video oynatma gibi gelişmiş işlevler sunarak, kullanıcı deneyimini daha kişisel ve kesintisiz hale getirmeyi amaçlamaktadır. Bu tercihte, çocukların içerik üretme ve aynı zamanda izleyici olabilme özgürlüğü, ilgilerini çeken oyuncakları yakından inceleyebilmeleri ve hayranı oldukları YouTuber'lar aracılığıyla görmek istedikleri yerleri izleyebilmeleri gibi faktörlerin büyük bir etkisi bulunmaktadır.

7.3. Uluslararası Hukuki Düzenlemeler ve YouTube

Dijitalleşmenin küresel ölçekte hız kazanmasıyla birlikte, çocukların çevrimiçi ortamlarda daha görünür ve aktif hale gelmeleri, onları hem üretici hem tüketici hem de ekonomik birer aktör olarak konumlandırmaktadır. Yaşanan dönüşüm, çocukların kişisel verilerinin korunması, içerik üretim süreçlerinde yer alma biçimleri, mahremiyet ihlalleri, istismara açık hale gelme ve sürekli reklam stratejilerine maruz kalma gibi çok katmanlı problemleri beraberinde getirmektedir. Bu genel çerçeve, dijital yerlilerin gündelik hayatlarında en sık karşılaştıkları ve en yoğun kullandıkları platformlardan biri olan YouTube olduğu için, bu dijital neslin YouTube ile kurduğu çok yönlü ilişkiye daha yakından bakma zorunluluğumuz bulunmaktadır (Aktaş, Özüpek ve Altunbaş, 2011).

Öncelikle çocukların dijital reşitlik yaşı ve sosyal medyaya katılım hakkı politikasına bakıldığında ülkelere göre farklılık gösterdiği görülmektedir. İngiltere, Belçika, Danimarka, Estonya ve Finlandiya'da bu yaş 13 iken, Romanya, Macaristan, Almanya ve İrlanda gibi ülkelerde, çocuklar için reşitlik yaşı 16 olarak kabul edilmiştir. Bu durumda, devletlerarası kültürel ya da politik sebeplerden dolayı dijital reşitlik yaşının uluslararası seviyede ortak bir standardının olmayışı açıkça görülmektedir (Livingstone, 2020). Türkiye'de bu sınır 2017'de BTK tarafından; Google, Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, Pinterest, Vimeo, Skype, Foursquare, MySpace, Snapchat ve Reddit için 13 yaş, Linked In için 16 yaş, Badoo ve Tinder için ise 18 yaş olarak açıklanırken, Youtube, Flickr ve WeChat için ise 18 yaş üstü olduğu belirtilmiştir (TRT, 2017). Ancak, bebeklikten itibaren her yaştan çocuğun elinde bir YouTube görebildiğimize göre bu yaş sınırlarında olmasalar da çocuklar kolayca YouTube'a erişmektedir.

Dijital reşit kabul edilmeyen yani 13 yaş altı çocukların kontrol edilmesi ve denetlenmesi ilk olarak anne babalarının sorumluluğunda değerlendirilmektedir (Livingstone, 2020). Çocukların dijital dünyaya katılımı ebeveyn denetiminde olsa da bu noktada paylaşımlar başta olmak üzere çocuğun rızasının olup olmadığı sorulması gereken asıl sorudur. Özellikle sosyal medya gibi paylaşım kanallarında çocuklara ait görsellerin ebeveynler tarafından paylaşılması, bireyin özel hayatına müdahale anlamına gelebilmektedir. Fransa’da yürürlükte olan yasal düzenlemelere göre, ebeveynlerin çocuklarının fotoğraflarını onların rızası olmaksızın paylaşması, gizlilik hakkının ihlali olarak değerlendirilmektedir. Bu ihlal durumunda ebeveynler hakkında bir yıl hapis ve 45 bin Euro’ya kadar para cezası gibi ciddi yaptırımlar uygulanabilmektedir. Ayrıca çocukların ailelerini güvenliklerini tehlikeye attıklarına dair suç duyurunda da bulunma haklarının olduğu belirtilmektedir (BBC, 2016). Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü’nde ise çocukların kişisel verilerinin işlenmesine dair özel düzenlemeler getirilmiştir. Tüzüğün 8. maddesine göre, bir çocuğa enformasyon toplumu hizmetlerinin doğrudan sunulması ancak çocuğun en az 16 yaşında olması şartıyla yasal kabul edilmektedir. Çocuğun 16 yaşından küçük olması durumunda ise, ancak yasal velisinin rızasıyla veri işlenmesi mümkün olabilmektedir. Üye devletler bu yaş sınırını, 13 yaşın altına düşmemek kaydıyla, ulusal mevzuatlarında daha düşük olarak belirleyebilmektedir (GDPR, 2025).

Diğer taraftan çocuk YouTuber/etkileyicilerin ortaya çıkması, çocukları dijital platform için ürettikleri içeriklerle adeta tam zamanlı bir çalışan konumuna getirmiştir. Ancak bu yoğun üretim süreçlerine rağmen, çocuk YouTuber/etkileyicilerin çalışma koşullarını sınırlayan ya da düzenleyen herhangi bir yasal çerçevenin bulunmadığı dikkat çekmektedir (Nothingam, 2019). YouTube kanallarında yayınlanan videoların süresi, içerik üretim sıklığı ve çalışma temposu gibi unsurlar dikkate alınarak çocuk içerik üreticilerini koruyacak özel bir mevzuatın oluşturulmamış olması, bu alandaki hukuki boşluğun devam ettiğini göstermektedir (Karakoç ve Ünlü, 2021). Görünür olmak, beğenilmek, takip edilmek, her ne kadar çocuk açısından özgüven veren bir durum gibi görünse de izlenme sayısına paralel olarak ücretli reklam ve sponsorluk gibi maddi konuların devreye girmesi, çocuk etkileyicileri, çocuk işçi statüsünde değerlendirmesine yol açmaktadır. YouTube yasal üyelik yaş sınırını 13 olarak belirlese de bu kurala uyulmadığı videoları ebeveynleri yardımıyla video çeken kanal sahibi olan çocukların yaşlarında da anlaşılmaktadır.

Çocuğun hak ve çıkarlarının gözetilmesi adına küresel anlamda birçok çalışma yapılmaktadır. Yapılan her düzenlemede çalışsın ya da çalışmasın her

çocuğun, hakkının korunması esastır. Ancak dijital çocuk işçiliği bu kapsamın dışında kalmakta ve dijital alanda çocuklar çoğunlukla kullanıcı ya da üretici/tüketici sınıflarıyla korunmaktadır. Getirilen yaş sınırları, kişisel verilerin korunması, dolandırıcılık gibi birçok önlem kullanıcıyı temel almaktadır. Üretici konumunda adeta işçi olarak çalışan çocuk etkileyiciler için yapılan düzenlemeler yeterli seviyede ve dünya genelinde yaygın olmasa da bazı ülkelerde mevcuttur. Dijital çocukluk yalnızca bireysel bir yaşantı değil aynı zamanda içinde bulunulan sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamlara göre biçimlenen evrensel bir olgudur. Farklı ülkelerde çocukların bu teknolojilerle kurdukları ilişkiler, kullanım biçimlerinden aile politikalarına ve eğitim sistemlerine kadar pek çok etkene göre farklılık göstermektedir.

Amerika’da çocukların medya tüketimi büyük ölçüde ticarileşmiş içeriklere dayalıdır. YouTube Kids, Netflix gibi dijital platformlar, çocukların erken yaşlardan itibaren medya tüketimini şekillendirmektedir. COPPA (Çocukların Çevrimiçi Gizliliğini Koruma Yasası) gibi düzenlemelerle çocukların dijital ortamda korunması hedeflense de medya içeriklerinin ticarileşmiş doğası ciddi eleştirilere maruz kalmaktadır (Lyles, Frankel ve Dunsmore, 2024). COPPA, 13 yaş altındaki çocukların çevrimiçi kişisel bilgilerinin toplanmasını ve kullanılmasını düzenleyen bir ABD federal yasasıdır. Bu yasa, çocuklara yönelik web siteleri, uygulamalar ve dijital hizmetlerin, veri toplamadan önce ebeveynlerden doğrulanabilir onay almasını zorunlu kılmıştır. Uygulama, Federal Ticaret Komisyonu (FTC) tarafından denetlenmektedir. YouTube’un COPPA uyum süreci kapsamında gerçekleştirdiği düzenlemeler, çocuklara yönelik içerik üreten kanallarda gelir elde etme olanaklarını önemli ölçüde sınırlandırmıştır. Özellikle çocuklar tarafından üretilen veya çocukları hedef alan içeriklerde kişiselleştirilmiş reklamların kaldırılması, yorum ve kanal etkileşimi gibi gelir artırıcı unsurların devre dışı bırakılması nedeniyle, bu tür kanalların reklam ve etkileşim gelirlerinde ciddi bir azalma yaşanmaktadır (FEDERAL TRADE COMMISSION, 2013).

COPPA gereğince, 13 yaş altı kullanıcıların kişisel verilerinin toplanması ve hedefli reklamcılık faaliyetlerinde kullanılması yasaklandığından, YouTube bu içeriklerde veri toplama ve gelir elde etme mekanizmalarını sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla, çocuklar tarafından üretilen YouTube içeriklerinden para kazanılması teknik olarak mümkün olmakla birlikte, COPPA düzenlemeleri sonrasında bu süreç hem gelir açısından hem de işleyiş bakımından oldukça kısıtlı hale gelmiştir (FEDERAL TRADE COMMISSION, 2013).

Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR), Avrupa Birliği'nde veri koruma ve mahremiyet haklarını düzenleyen kapsamlı bir yasal çerçevedir. Bu düzenlemenin çocuklara yönelik özel hükümleri, GDPR-K olarak adlandırılmakta olup, çevrimiçi hizmet sağlayıcıların çocuklara ait verileri işlemeyen önce ebeveyn rızasını almasını ve bu rızanın doğruluğunu makul yöntemlerle teyit etmesini zorunlu kılmaktadır. GDPR, reşitlik yaşını 16 olarak belirlemekle birlikte, üye devletlere bu sınırı 13 yaşa kadar düşürme esnekliği tanımaktadır. YouTube gibi platformlar Avrupa'da da çocukların verilerini izinsiz kullanamamaktadır. Çocuk içerik üreticileri teknik olarak para kazanabilmekte ancak platformların veri toplaması, kişiselleştirilmiş reklam sunması ciddi sınırlamalara tabi tutulmuştur (GDPR, 2016).

İngiltere, Avrupa Birliği'nden ayrılmasının ardından Genel Veri Koruma Yönetmeliği'ni (GDPR) kendi mevzuatına uyarlayarak UK GDPR adıyla yürürlüğe koymuştur. Bu düzenleme, veri koruma ilkelerini büyük ölçüde korumakla birlikte, İngiltere'nin kendi yasal çerçevesi içinde uygulamaya alınmıştır. Buna ek olarak, 2021 yılında yürürlüğe giren Yaşa Uygun Tasarım Kodu (Age Appropriate Design Code), dijital hizmetlerin çocukların gelişim düzeylerine uygun şekilde tasarlanmasını ve çocuklara yönelik çevrimiçi veri işleme faaliyetlerinde daha yüksek düzeyde koruma sağlanmasını hedefleyen tamamlayıcı bir düzenleme niteliğindedir. Yaşa Uygun Tasarım Kodu, dijital hizmet sağlayıcıların 18 yaş altı kullanıcılara yönelik tasarım, veri kullanımı ve içerik sunumunu çocukların gelişimsel gereksinimlerine uygun olarak düzenlemelerini yasal açıdan zorunlu kılmaktadır.

Bu düzenleme çerçevesinde YouTube gibi dijital platformlar, 18 yaş altı içerik üreticilerinin kanallarında kişisel veri toplayamamakta ve kişiselleştirilmiş reklamlara yer verememektedir. İngiltere'de çocukların kanal açmasına izin verilmekle birlikte, bu faaliyetlerden elde edilecek gelir modelleri, COPPA'ya benzer şekilde sıkı yasal sınırlamalara tabii tutulmuştur. Ayrıca UK GDPR kapsamında, bir çocuğa doğrudan bilgi toplumu hizmeti sunulması durumunda, kişisel verilerin işlenmesi, eğer çocuk en az 13 yaşındaysa, yasal kabul edilmektedir. 13 yaşın altındaki çocuklar için ise veri işleme ancak ebeveyn ya da yasal vasinin açık rızasıyla mümkün olmaktadır. Veri sorumlusu (örneğin bir dijital platform), bu rızanın gerçekten ebeveyn tarafından verildiğini doğrulamak için makul çaba göstermeli ve mevcut teknolojik imkânları dikkate almalıdır. Burada ebeveyn doğrulama sistemine büyük önem verildiğine vurgu yapıldığı görülmektedir (www.legislation.gov.uk, 2020).

Kanada Hükümeti tarafından 2024 yılında sunulan Bill C-63 (Çevrimiçi Zararlar Yasası), dijital ortamlarda çocukları koruma amacı taşıyan kapsamlı

düzenlemeleri içermektedir. Bu yasa tasarısı, internetin sunduğu riskli içeriklerden çocukları korumayı ve sosyal medya ile dijital platformlara bu hususta somut sorumluluklar yüklemeyi amaç edinmektedir. Yasanın merkezinde çocuklara zarar verme potansiyeline sahip çeşitli türden içerikler yer almaktadır. Bunlar arasında, rıza dışı paylaşılan mahrem görüntüler, çocuklara yönelik cinsel istismar içerikleri, çocukları kendine zarar vermeye yönlendiren veya onları hedef alan zorbalık içerikleri, nefret söylemi, şiddet çağrıları ve terörü teşvik eden paylaşımlar bulunmaktadır. Yasa bu içeriklerin dijital platformlarda barınmasını önlemeyi hedeflemektedir. Yasa kapsamında, sosyal medya platformlarını denetlemek ve gerektiğinde yaptırım uygulamak üzere Kanada Dijital Güvenlik Komisyonu kurulacaktır. Ayrıca, çevrimiçi güvenliği desteklemek amacıyla Dijital Güvenlik Ombudsmanlığı ve Dijital Güvenlik Ofisi oluşturulacaktır. Sosyal medya, yetişkin içerikli siteler ve canlı yayın hizmetleri, kullanıcıları zararlı içeriklerden korumakla yükümlü kılınmakta; çocukların güvenliği için özel tasarım önlemleri uygulamaları ve zararlı içerikleri erişime kapatmaları zorunlu hale getirilmektedir. Bill C-63 yasası, çocukları dijital dünyanın tehlikelerinden korumaya yönelik çok yönlü bir yaklaşım sunmakla birlikte hem içeriklerin kontrol altına alınmasını hem de dijital hizmet sağlayıcılarının daha hesap verebilir hale gelmesini amaçlamaktadır.

Avustralya, 16 yaşından küçük çocuklar için sosyal medya yasağı getirerek yasalaştıran ilk ülke konumundadır. Avustralya Federal Hükümeti, çocuklara yönelik 2024 tarihli Çocukların Çevrimiçi Gizliliği Kodu (Children's Online Privacy Code)'u sunmuştur. 2022 yılında yayımlanan Gizlilik Yasası İnceleme Raporu'nda, çocukların giderek daha fazla verileştirilmesi nedeniyle bu eksikliğin endişe verici olduğunu saptanmış ve olası zararların önüne geçilmesi adına öneriler sunulmuştur. Çocukları internette tamamen soyutlamadan tehlikelerin farkında olarak kullanımı esas alınmıştır. Avustralya Bilgi Komiserliği Ofisi'ne Çocukların Çevrimiçi Gizliliği Kodu'nu geliştirme görevi verilmiştir ve bu kod, uluslararası örneklerden elde edilen bilgiler ışığında, Avustralya'da gizlilik korumalarının odağına çocukları yerleştirmeyi amaç edinmektedir. Kod, çocukların çevrimiçi gizliliğini korumak amacıyla, kuruluşların uyması gereken bir dizi kural niteliğindedir. Uygulamalar, internet siteleri ve çocukların kullanabileceği oyunları işleten kuruluşların; çocuklara ait kişisel bilgileri dikkatli ve özenli biçimde işlemesini zorunlu kılmaktadır.

Ayrıca Avustralya Senatosunda kabul edilen yasa uyarınca küresel sosyal medya platformlarının, önümüzdeki bir yıl içerisinde 16 yaş altı çocukların platformlara erişimini sınırlandırmaya yönelik düzenlemeleri hayata geçirmeleri gerekmektedir. Facebook, TikTok, Snapchat, Reddit, Instagram

ve X gibi önde gelen dijital platformlar, söz konusu yasal yükümlülüklere uymamaları durumunda yaklaşık 33 milyon dolara kadar para cezası alabilecekleri kabul edilmiştir. (Australian Government, 2025; AA, 2024).

Teknolojik alt yapısı en gelişmiş ülkelerden biri olan Güney Kore’de ise, çocuklar çok küçük yaşlardan itibaren dijital cihazlarla tanışmakta ve eğitim süreçleri yoğun biçimde teknolojiye entegre edilmektedir. Okul öncesi yaş grubundaki çocuklara yönelik kodlama eğitimi, dijital oyun tabanlı öğrenme ve artırılmış gerçeklik uygulamaları oldukça yaygındır. Ancak buna karşın dijital bağımlılık oranlarının artması ve çocukların ekran başında geçirdikleri sürelerin yükselmesi nedeniyle hükümet, “dijital detoks kampları” gibi önlemler geliştirmiştir (Cho, 2016). Güney Kore Hükümeti, çocukların internet kullanımına yönelik politikalarını çocukların internet bağımlılığı üzerinden geliştirmektedir. Bunun temel nedeni ise diğer birçok davranışsal bağımlılığın da kökeninde internetin yer aldığı düşüncesidir. Yapılan araştırmalarda 5-54 yaş arası bireylerde internet bağımlılığı riski %7 olarak belirlenmiş; 5-9 yaş grubunda bu oran %6,4, ergenlerde %11,7 olarak saptanmıştır (Park, Kim ve Cho, 2008).

Bu veriler doğrultusunda çeşitli önleyici politikalar yürürlüğe girmiştir. En dikkat çeken uygulamalardan biri, 2011 yılında yürürlüğe giren “Shutdown Law” (Kapatma Yasası) dır. Bu yasa ile altı yaşından küçük çocukların gece 00:00 ile 06:00 saatleri arasında çevrimiçi oyun oynaması yasaklanmıştır. 2007 yılından beri uygulanmakta olan “I Will Center” programı, ilkökul ve ortaokul öğrencileri için internet bağımlılığına karşı yapılandırılmış eğitimler sunmaktadır. Bu program, farkındalık artırmayı, alternatif etkinlikleri teşvik etmeyi ve öz denetimi geliştirmeyi hedeflemektedir (Kim, Nam ve Keum, 2022). Bunun yanında “Jump Up İnternet Kurtarma Okulu”, internet bağımlısı çocuklara yönelik 11-12 günlük rehabilitasyon programları sunmaktadır. Programda açık hava etkinlikleri ile zihinsel ve duygusal eğitimi birleştiren çeşitli eğitim modülleri yer almakta, özellikle bağımlılıkla baş etme becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Güney Kore’de çocukların sosyal medya kullanımlarına yönelik doğrudan bir yasa bulunmasa da sosyal medya hesaplarına erişim yaşının 14 veya 16 olarak belirlenmesi yönünde çalışmalar sürmektedir.

Japonya’da dijital teknolojiler çocuk kültürüyle bütünleşmiş bir yapıda bulunmaktadır. Robotik oyuncaklar, interaktif öğrenme araçları ve animasyon kültürü çocuk yaşamının önemli parçalarıdır. Ancak Japon eğitim sistemi, çocukların ekran başında geçirdikleri zamanı sınırlamak adına geleneksel değerlerle teknolojiyi dengeleme çabası içindedir. Yapılan araştırmalarda internet bağımlılığının yaşla birlikte doğru orantılı şekilde

arttığı görülmüştür. Bu noktada sağlık uzmanları, eğitimciler ve ebeveynlere büyük görevler düştüğü üzerinde durulmaktadır (Kawabe vd., 2016).

Finlandiya, teknolojiyi pedagojik amaçlarla dengeli kullanan ülkelerden biridir. Eğitim sisteminde dijital araçların öğrenmeye entegrasyonu desteklenmekle birlikte, çocukların doğayla ve fiziksel dünyayla bağlarını sürdürmeleri de eğitim politikalarının merkezinde yer almaktadır. Bu yaklaşım, dijital okuryazarlıkla doğa temelli öğrenmeyi bir arada teşvik etmektedir (Burns ve Gottschalk, 2020).

Mevcut sektörel yaklaşımlar, çocukların dijital ortamda korunmasına yönelik olarak ağırlıklı biçimde ebeveyn bilgilendirmesine odaklanmaktadır. İngiltere Parlamentosu'nun "İletişim Seçme Komitesi İnternetle Büyümek" adlı raporunda (2017) bu sınırlı yaklaşımın temelinde, çocukları çevrimiçi risklerden koruma yöntemleri konusunda sektörde ortak bir görüş birliğinin bulunmaması ve sektör aktörlerinin kendilerini yalnızca içerik sağlayıcıları için bir altyapı sunucusu olarak konumlandırarak doğrudan sorumluluktan kaçınmalarının olduğu ifade edilmektedir. Ancak bu anlayışın, çocukların çevrimiçi güvenliğini sağlamak için yetersiz olduğu açıkça ortaya konulmaktadır. Bunun yerine, içerik dağıtıcılarının, dijital platformların ve arama motorlarının, 21. yüzyılın koşullarına uygun biçimde ebeveynler ve çocuklarla yeni bir sözleşme yaparak, reklam verenlerin, veri madencilerinin ve ticari markaların çıkarlarını çocukların ihtiyaçlarının önünde tutmamaları gerektiği savunulmaktadır. Rapora göre çocukların ticari manipülasyona karşı korunması, bu yeni yaklaşımın merkezinde yer almalıdır (UK Parliament, 2017). Nitekim YouTube gibi yüksek etkileşime sahip dijital platformlarda, çocukların hedef kitle haline gelmesi, birçok ülkenin çocuk hakları bağlamında hukuki düzenlemeler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır.

Söz konusu hukuki düzenlemelerin amacı, çocukların sosyal medya katılımında karşılaşılabilecekleri olumsuz durumların önüne geçmektir. Yukarıda verilen ülke örnekleri her ülkenin kendi vatandaşları için yürüttüğü çalışmaları göstermektedir. İlerleyen teknoloji ve bu alanda yaşanan gelişmeler, ülkelerin geleneksel koruma önlemlerine artık dijital yenilikleri de eklemeleri gerektiğini göstermektedir. Yeni dünya düzeninin tam da merkezine doğan dijital yerliler her ne kadar kullanım konusunda yetkin olsalar da tehlikelere karşı savunmasız ve her türlü istismara da açık durumdadır. Bu anlamda alınacak önlemler ve uygulanacak yaptırımlar gelecek kuşakların da refahı açısından büyük önem taşımaktadır. Her ülkenin kendi toplumsal, hukuki ve kültürel dinamiklerine göre özgün stratejiler geliştirmesi diğer ülkeler arasında da örnek teşkil etmektedir.

Sonuç

Çocukların dijital ortamlardaki güvenliğini sağlamak, günümüzde birçok ülkenin ortak önceliği haline gelmiştir. Ancak bu hedefe ulaşmak için izlenen yol ve yöntemler farklılaşmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri COPPA ile özellikle veri toplama ve reklam modelleri üzerinden çocukları korumaya odaklanırken, Avrupa Birliği ve İngiltere veri koruma yönetmelikleri ve yaşa uygun tasarım ilkeleriyle çocukların mahremiyetini ön planda tutmaktadır. Kanada, çevrimiçi içeriklerin zararlılığına karşı çok yönlü kurumsal yapılarla mücadele ederken, Avustralya çocukların gizliliğini merkeze alan düzenlemelerle uluslararası örnekleri kendi sistemine uyarlamakta ve yaş sınırlamalarını açık şekilde ortaya koymaktadır. Güney Kore ise daha çok internet bağımlılığına yönelik rehabilite edici ve önleyici programlarla dikkat çekmekte, özellikle eğitim temelli çözümler sunmaktadır.

Bu farklı yaklaşımlar, çocukları dijital dünyada korumaya yönelik küresel bir çabanın varlığını ortaya koyarken, her ülkenin kendi içinde geliştirdiği politikaların, kültürel bağlam ve teknolojik gelişmişlik düzeyiyle yakından ilişkili olduğunu da göstermektedir. Bu bağlamda, çocukların çevrimiçi ortamda karşılaştığı risklerle başa çıkabilmeleri için sadece yasal düzenlemeler değil aynı zamanda ebeveyn eğitimi, dijital okuryazarlık ve okul temelli farkındalık çalışmalarının da eşgüdüm içinde yürütülmesi büyük önem taşımaktadır. Bazı durumlarda çocuklara ve gençlere internet yasağı getirilmesi konuları gündeme gelmektedir. Bu genel yasaklara başvurmak yerine, bu zararların temel nedenlerini ele alan kapsamlı toplumsal değişikliklere öncelik vermek sorunun çözümünde çok daha etkili olacaktır. Böylelikle gençlerin güvenliğinin teşvik edilebileceği ve çevrimiçi zararlarla yüzleşmesine yardımcı olunabileceği düşünülmektedir.

Yürütülen güncel çalışmalara bakıldığında çıkarılan yasaların yalnızca kullanıcıyı değil sosyal medya sağlayıcılarını da kapsadığı görülmektedir. Burada iki yönlü bir koruma politikası gerçekleştirilmeye çalışılmakta ve bu sayede daha kısa sürede daha etkili önlemlerin alınabileceği öngörülmektedir. Ancak gerek Türkiye’de gerekse dünyanın çoğu ülkesinde bu konuda yapılan çalışmalar ve koruma tedbirleri daha çok reklamlara yöneliktir. Sponsorlu içerikleri, kişiselleştirilmiş reklamları engellenmeye çalışılmakta ve bir anlamda çocukların bu yönde kazanç sağlamaları önlenmeye çalışılmaktadır. Fakat temel sorun çocuk haklarının ihlal edilmesidir ve söz konusu ihlal aile içinde başlayarak genişlemektedir.

Dünya genelinde çocukların YouTube platformundan sağladıkları kazançlar göz önünde bulundurulduğunda büyük bir sosyal medya endüstrisinin varlığından söz etmek mümkündür. Çok eğlenceli ve bol

kazançlı bir dünya yansıtılsa da temele inildiğinde çocuk mahremiyeti ve çocuk olma hakkının ihlal edildiğini; çocukların oyun oynama, dinlenme, ders çalışma kısacası çocukluğun ona verdiği tüm hakların kısıtlandığı görülmektedir. Burada başlıca sorun çocukların birer kazanç kapısı veya gelir sağlayıcısı konumunda yer almasıdır. Maalesef içeriklerin çocuklar tarafından üretildiği ve videolardaki ana karakterlerin çocuklar olduğu bilinse de geri planda bir ebeveyn desteğinin olduğu açıkça görülmektedir. Çok aşamalı ve karmaşık bir yapı bu noktada dikkatimizi çekmektedir.

Kaynakça

- AA. (2024, Aralık 31). *Asya Pasifik ülkeleri sosyal medyanın çocuklara verdiği zararlar karşı önlemler alıyor*. aa.com.tr. <https://www.aa.com.tr/tr/dosya-haber/asya-pasifik-ulkeleri-sosyal-medyanin-cocuklara-verdigi-zararlara-karsi-onlemler-aliyor/3438506>.
- Aktaş, H., Özüpek, M. N., ve Altunbaş, H. (2011). Çocukların marka tercihleri ve medya tüketim alışkanlıkları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(4), s. 115-125.
- Alruwaily, A., Mangold, C., Greene, T., Arshonsky, J., Cassidy, O. ve Pomeranz, J. L. (2020). Child social media influencers and unhealthy food product placement. *Pediatrics*, 146(5). doi:10.1542/peds.2019-4057
- Australian Government. (2025, 19 Şubat). *Children's Online Privacy Code*. www.oaic.gov.au: <https://www.oaic.gov.au/privacy/privacy-registers/privacy-codes/childrens-online-privacy-code> adresinden alındı
- Barlow, J. P. (2019). A Declaration of the Independence of Cyberspace. *Duke Law & Technology Review*, 18(1), s. 5-7.
- BBC. (2016, 2 Mart). *Çocuklar, Facebook'ta fotoğraflarını paylaşan ailelerine 'dava açabilir'*. https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160302_facebook_ebeveynlere_uyari#:~:text=%C3%87ocuklar%2C%20Facebook'ta%20foto%C4%9Faf-lar%C4%B1n%C4%B1%20payla%C5%9Fan%20ailelerine%20'dava%20a%C3%A7abilir',-AFP&text=Frans%C4%B1z%20hukuk%C3%A7ular%2C%20ebeveyn.
- Bennett, S. (2012). Digital natives. Z. Yan içinde, *Encyclopedia of Cyber Behavior* (s. 212-219). IGI Global.
- Bremner, G., ve Fogel, A. (2009). *Blackwell Handbook of Infant Development*. Blackwell Publishing.
- Brown, A. (2011). Media use by children younger than 2 years. *Pediatrics*, 128(5), s. 1040-1045.
- Burns, T. ve Gottschalk, F. (2020). *Education in the digital age: Healthy and happy children, educational research and innovation*. OECD Publishing.
- Chatfield, T. (2013). *Dijital çağa nasıl uyum sağlarız*. (L. Konca, Çev.) Sel Yayıncılık.
- Cho, C. M. (2016). South Korea's efforts to prevent internet addiction. M. Israelashvili ve J. L. Romano içinde, *The Cambridge Handbook of International Prevention Science* (s. 551--573). Cambridge University Press.
- Elkind, D. (2001). Değişen dünyada çocuk yetiştirme ve eğitim. B. Onur içinde, 3. *Ulusal çocuk kültürü kongresi dünyada ve Türkiye'de değişen çocukluk*. (s. 15-25). Ankara Üniversitesi Çocuk Kültürü Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.

- FEDERAL TRADE COMMISSION. Children's Online Privacy Protection Rule. (2013). [www.ecfr.gov: https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-312](https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-312).
- FindMyKids. Revealing the 5-Hour Screen Time: What Kids are Doing on Their Phones. (2025). <https://findmykids.org/blog/en/phone-usage-statistics>.
- GDPR. Conditions applicable to child's consent in relation to information society services. (2016). [https://gdpr-info.eu: https://gdpr-info.eu/art-8-gdpr/](https://gdpr-info.eu/art-8-gdpr/).
- Goodwin, K. (2018). *Dijital dünyada çocuk büyütme*. (T. Er, Çev.) Aganta Kitap Yayınevi.
- Holloway, D. ve Green, L. (2016). The internet of toys. *Communication Research and Practice*, 2(4), s. 506-519.
- Howe, N., ve Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Vintage.
- İnal, K. (2015). Türkiye'de çocukluk: nereye! S. İçin Akçalı içinde, *Çocuk ve medya* (s. 13-51). Nobel Yayın Dağıtım.
- Karakoç, E., ve Ünlü, T. T. Oyun mu, İş mi? YouTube Kidfluencerları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz. *TRT Akademi*, 6(12), s. 468-493.
- Kaspersky. (2022, 22 Aralık). *We know what your kids did this summer*. securelist.com/: <https://securelist.com/kids-summer-threats/87678/>.
- Kawabe, K., Horiuchi, E., Ochi, M., Oka, Y. ve Ueno, S. İ. (2016). Internet addiction: Prevalence and relation with mental states in adolescents. *Psychiatry and clinical neurosciences*, 70(9), s. 405-412.
- Kim, D., Nam, J. K. ve Keum, C. (2022). Adolescent internet gaming addiction and personality characteristics by game genre. *Plos One*, 17(2), s. e0263645.
- Leaver, T. (2015). Born digital? Presence, privacy, and intimate surveillance. J. Hartley ve W. Qu içinde, *Re-orientation* (s. 149-160). Fudan University Press.
- legislation.gov.uk. (2020, 30 Ocak). Conditions applicable to child's consent in relation to information society services. <https://gdpr-info.eu/art-8-gdpr/>.
- Levine, L. E., Waite, B. M., Bowman, L. L., ve Kachinsky, K. (2019). Mobile media use by infants and toddlers. *Computers in Human Behavior*, 94, s. 92-99.
- Livingstone, S. (2020). Çocuklar: Mahremiyet İçin Özel Bir Durum mu? F. Aydoğan içinde, *Yeni Medya Kuramları II* (Ü. Sarı, Çev., s. 51-68). Der Kitabevi.
- Lugano, G., ve Peltonen, P. (2012). Building intergenerational bridges between digital natives and digital immigrants: Attitudes, motivations and appre-

- ciation for old and new media. E. Loos, L. Haddon, ve E. Mante-Meijer içinde, *Generational use of new media* (s. 151-170). Routledge.
- Lyles, L. T., Frankel, L. A., ve Dunsmore, J. C. (2024). YouTube Kids: Understanding gender and emotion through modern media. *Pediatrics*, s. 321-331.
- McGinnis, J., ve Ng, E. S. (2016). money talks or Millennials walk: The effect of compensation on nonprofit millennial workers sector-switching intentions. *Review of Public Personnel Administration*, 36(3), s. 283-305.
- Nothingam, E. (2019). Dad! Cut that part out! J. Murray, B. B. Swadener, ve K. Smith. içinde, *Children's rights to privacy in the age of 'generation tagged': Sharenting, digital kidnapping and the child micro-celebrity'*. (s. 1-14). The Routledge International .
- Palfrey, J. ve Gasset, U. (2016). *Doğuştan dijital*. (N. Aydın, Çev.) İKÜ Yayınevi.
- Papert, S. (1996). *The connected family: Bridging the Digital generation gap*. Longstreet Press.
- Park, S., Kim, J. Y. ve Cho, C. B. (2008). Prevalence of Internet addiction and correlations with family factors among South Korean adolescents. *Adolescence*, 43(172), s. 895-909.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *From On the Horizon*, 9(5), s. 1-6.
- Radesky, J., Silverstein, M., Zuckerman, B. ve Christakis, D. (2014). Infant self-regulation and early childhood media exposure. *Pediatrics*, 133(5), s. 1172-1178.
- Rideout, V. (2017). The common sense census: media use by kids age zero to eight. <https://www.icpsr.umich.edu/web/ICPSR/studies/37491>
- Rideout, V. ve Robb, M. B. (2020). The common sense census: media use by kids age zero to eight.
- Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital. *New Media and Society*, 6(3), s. 341-362.
- Selwyn, N. (2009). The digital native-myth and reality. *ASLIB Proceedings*, 61(4), s. 364-379.
- Smith, A., Toor, S., & Kessel, P. V. (2018). Many turn to YouTube for Children's content, news, how-to lessons.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation*. McGraw-Hill.
- Tapscott, D. (1999). *Growing up digital: The rise of the net generation* . McGraw-Hill Education.
- Thompson, D., Johnson, S., Vanderwater, E., Schmiede, S., Boles, R., Lev, J., ve Tschann, J. (2016). Parenting and Preschooler TV Viewing in Low-Income Mexican Americans: Development of the Parenting Prac-

- tices Regarding TV Viewing (PPRTV) Scale. *Journal of Developmental and Behavioral Pediatrics*, 37(6), s. 465-474.
- TRT. (2017, 20 Kasım). *Sosyal medya kullanım yaşları açıklandı*. <https://www.trthaber.com/>: <https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/sosyal-medya-kullanim-yaslari-aciklandi-341434.html>.
- TRT. (2022, 19 Aralık). *Türkiye, internette ve sosyal medyada ne kadar vakit geçiriyor?* <https://www.trthaber.com>: <https://www.trthaber.com/foto-galeri/turkiye-internette-ve-sosyal-medyada-ne-kadar-vakit-geciriyor/48783/sayfa-1.html>.
- TÜİK. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması (2022). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587#:~:text=%C4%B0nternete%20eri%C5%9Fim%20imkan%C4%B1%20olan%20hane,%92%2C0%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587#:~:text=%C4%B0nternete%20eri%C5%9Fim%20imkan%C4%B1%20olan%20hane,%92%2C0%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti).
- TÜİK. Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, (2024). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2024-53638>.
- UK Parliament. (2017, 2 Mart). Interactions with the digital world. <https://publications.parliament.uk/>: https://publications.parliament.uk/pa/ld201617/ldselect/ldcomuni/130/13007.htm#_idTextAnchor043.
- Vandewater, E., Rideout, V., Wartella, E., Huang, X., Lee, J. H. ve Shim, M. (2007). Digital childhood: electronic media and technology use among infants, toddlers, and preschoolers. *Pediatrics*, 119(5), s. 1006-1015.
- Warschauer, M. (2004). *Technology and social inclusion: Rethinking the digital*. MIT Press.
- Wiltshire, C. A., Troller-Renfree, S. V., Giebler, M. A. ve Noble, K. G. (2021). Associations among average parental educational attainment, maternal stress, and infant screen exposure at 6 months of age. *Infant Behavior and Development*(65), s. 1-9.