

MEDYA ETKİLERİ BAĞLAMINDA OKUL ÖNCESİ DÖNEM ÇOCUKLARININ YENİ MEDYA KULLANIMININ ANALİZİ

Kıvılcım DURMUŞ
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
kivilcimdurmus@stu.aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-3089-803X>

Ayten ÖVÜR
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
aytenovur@aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0003-2497-9703>

Atıf	Durmuş, K. ve Övür, A. (2021) Medya Etkileri Bağlamında Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Yeni Medya Kullanımının Analizi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5 (2), 136-155
-------------	---

ÖZ

Bu araştırmada toplumdaki yeni medyanın varlığının, çocuk ve ailesi tarafından kullanım sıklığının, kullanım amacının, sosyoekonomik düzey ile ilişkisinin, maruz kalma sürelerinin, kullanım sırasında ailenin rolünün araştırılması hedeflenmiştir. Amacımız, bu önemli konuda güvenilir verilerle toplum ve dolayısıyla çocukların günlük yaşamlarında kolayca ulaşılabilen medya araçlarının kullanım alışkanlıklarını tanımlamak ve bu konu hakkında aile bireylerine, sağlık hizmeti veren kişilere ve toplumun diğer kesimlerine öneriler sunabilmektir. Araştırma kapsamında en az 384 kişiye ulaşılmış ve toplamda 414 anne ve babaya ulaşılmıştır. Bu araştırma, 6-60 ay arası çocukların medya kullanma alışkanlıklarının değerlendirilmesi ve bu alışkanlıkları etkileyen etmenlerin belirlenmesi amacı ile yapılmış tanımlayıcı kesitsel bir araştırmadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından ilgili literatür doğrultusunda oluşturulan anket formu kullanılmıştır. Araştırmada verilerin analiz edilmesinde SPSS 16 paket programı kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma istatistiklerinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda 0-60 ay çocukların elektronik cihaz kullanımlarının önemli düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Medya, Okul Öncesi Dönem, Anne Baba Görüşleri

ANALYSIS OF NEW MEDIA USE OF PRESCHOOL CHILDREN IN THE CONTEXT OF MEDIA IMPACTS

ABSTRACT

The aim of this study was to investigate the presence of new media in the society, the frequency of use by the child and his / her family, the purpose of use, its relationship with the socioeconomic level, the duration of exposure, and the role of the family during use. Our aim is to define the habit of using easily accessible media tools in the daily life of the society and therefore children with reliable data on this important issue and to provide suggestions to family members, health care providers and other segments of the society. Within the scope of the research, it was aimed to reach at least 384 people and 414 parents

were reached in total. This study is a descriptive cross-sectional study aimed at evaluating the habits of children using media tools and determining the factors affecting these habits. In the research, a questionnaire form which was formed by the researchers in line with the related literature was used as data collection tool. SPSS 16 package program was used to analyze the data. Frequency, percentage, average and standard deviation statistics were used for data analysis. As a result of the research, it has been found that a significant number of children frequently use new media.

Keywords: *New Media, Preschool, Parental Opinions*

GİRİŞ

Yeni medyadaki gelişmişlik ve toplumdaki bireylerin önemli bir kısmının yeni medyayı yaygın olarak kullanması, yeni medyanın bireyler üzerindeki etkilerini önemli bir hale getirmektedir. Toplumsal yaşamda gelir seviyeleri farklılıklar gösterse bile medya araçlarının genel olarak tüm sosyal yapı içinde sık sık kullanıldığı görülmektedir. Bunu sağlayan en önemli etmenlerden biri teknolojinin artması ile birlikte çeşitliliğin de artmasıdır. Böylelikle bireyler kendilerine uygun seçimlerde bulunabilmektedirler. Özellikle yeni medyanın kullanım düzeylerinin artması, sosyal yapı içinde gençlerin ve çocukların bu mecraları daha çok kullanması ile birlikte olmaktadır. Neredeyse her insan günlük yaşamı kapsamında yeni medya ile belli süreler geçirmektedir. Bu durum özellikle yeni medyanın yaygınlaşmış olmasında etki göstermiştir.

Öncelikli olarak bilgisayar ve sonrasında internetin sosyal hayata dahil olmasıyla yetişkinlerden çok çocuklar bu dijital çarkın içine dahil olmuştur Akçalı (2007:294). Yeni medya yalnızca yetişkinler tarafından değil çocuklar tarafından da kullanılmaktadır. Okul öncesi dönemde ebeveynler tarafından çeşitli nedenlerle çocukların yeni medyaya teşvik edilmeleri, çocuklarda önemli sorunları da beraberinde getirebilmektedir. Yeni medyanın aşırı kullanımının; çocuklarda saldırgan davranışlar, uyku problemleri ve gelişimleri üzerinde olumsuz etkilere sebep olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu araştırmanın amacı yeni medyanın kullanımının çocuklar üzerindeki yaygınlığının tespit edilmesi ve ebeveynlerin bu konudaki düşüncelerinin belirlenmesidir.

Tarihsel süreç içerisinde insanlığın bilişsel gelişiminde çeşitli faktörler etkili olmakla birlikte bilginin kullanımıyla ilgili iki etmenin etkili olduğu ifade edilebilecektir. Bu etmenlerden biri bilginin doğması iken diğeri ise bilginin ulaştırılmasıdır. Söz konusu iki etmen tarihsel süreç boyunca varlığını devam ettirmiştir. Bu etmenlere bağlı olarak insanlık tarihinin üç süreç kapsamında ele alınması mümkündür. İlk süreç avcılık ve toplayıcılığın ön planda olduğu ilkçağdır. Bu süreç içerisinde bilginin açığa çıkması ve bilginin diğer kesimlerle paylaşılması çok yavaş gerçekleşmiştir. İkinci süreçte bilgide hızlı bir gelişim ve ilerleme olmasına rağmen bilginin yayılımı oldukça yavaş gerçekleşmiştir. Bu durum ise medeniyetler arası ilerleme farkının oldukça fazla olduğu bir dönem olmuştur. Üçüncü süreçte ise bilginin doğuşu ve bilginin yayılımı oldukça hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Üçüncü süreç günümüzün şartlarını da kapsamaktadır. Günümüzde bilgi çok hızlı ortaya çıkmakla birlikte çok hızlı bir şekilde yayılım göstermektedir. Bu yayılımda yeni medya araçlarının etkinlikleri oldukça fazla olmaktadır (Arklan, 2008; Özmen, 2012).

Günümüzde bilginin üretimi ile bu bilgilerin kitlelere ulaştırılması oldukça karmaşık bir yapıya kavuşmuştur. Bilginin meydana getirilmesi açısından farklı alanların beraber hareket etmeleri ve icatların farklı alanlara etki edebilmesi doğrultusunda gelişim kaydedilmektedir. Bilginin insanlar, kültürler ve coğrafyalar kapsamında yolculuğa başlaması, ilk insanların mağara duvarlarına çizdikleri resimlerle birlikte başlamıştır (Güngör, 2016). Söz konusu resimlerle birlikte medyanın ilk örnekleri de ortaya çıkmıştır. Roma dönemine gelindiğinde Senato tarafından alınan kararların insanlara duyurulması için bunların yazılı oldukları papirüslerin Senato duvarlarına asılması diğer medya örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Cerci ve Özdemir, 2015). Geçmiş dönemlerde kullanılan feramanlar, yazıtlar, kilden yapılan tabletler, papirüsler, deri üzerine yazılmış iletler birer eski dönem medya örneği olmaktadır (Manning, 2004). Günümüze gelinmeye başlandığında ise yalnızca yazılı öğelere dayalı olan medya, teknolojinin de etkisiyle giderek daha görsel ve daha akıcı olma yolunda ilerlemiştir. Bu gelişimle birlikte medya, mekân ve zaman bağımsızlığına kavuşmaya başlayarak yeni medya halini almaya başlamıştır.

Medya ve medyada ortaya çıkan gelişimlerin temelinde toplumsal yaşamdaki düzen ve işleyiş bulunmaktadır. Bununla birlikte yeni medya düzeni sosyal yaşamın ve kamusal hayatın büyük bir bölümünü biçimlendirmektedir. Günümüzün şartları ve koşulları yeni medya ve yeni medya araçları tarafından çevrilmiş durumdadır (Türkoğlu, 2010). Yeni medya başta eğlence ve hizmet sektörlerinde görünmektedir. Dünyanın farklı bölgelerinde yaşanan olayları takip edebilme, farklı insanlarla sürekli iletişim halinde olabilme imkanı gibi unsurlar yeni medyanın sağladığı olanaklar içerisinde. Bu açıdan yeni medya düzeni ile birlikte mekan ve zaman sınırları ortadan kalkmıştır.

Yeni medyanın bilgi ile bilgi araçları üzerindeki kuvveti, toplumu biçimlendirmesinde önemli bir görev üstlenmektedir. Her geçen gün artış gösteren yeni medya ile farklı olanaklar toplumsal hayatın sürekliliğini temin eden kültüre etki ederek yeni medya kültürünün oluşmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte yeni medya kültürü toplumsal kültüre nazaran baskınlaşarak toplumsal hayatı biçimlendirmeye başlamaktadır (Fuchs, 2016). Bu durum yeni medyanın sosyalizasyon aracı olmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda yeni medya sosyo-kültürel dinamiklerin kişilere iletilmesi ile bunların sosyal olarak yayılmasında önemli bir görev üstlenmektedir. Bu sebeple medya davranışlar, fikirler, tutumlar ve düşünceler üzerinde bir fonksiyona sahip olmaktadır (Arslan, 2004). Yeni medyanın elinde bulundurduğu bu kuvvet ve fonksiyon bilgi ve teknolojiye ortaya çıkan değişimlerle birlikte her geçen gün giderek çeşitlik kazanmaktadır. Haber, bilgi, duygu ve fikir aktarımı aracı olmanın dışına çıkarak toplumsal dinamikleri biçimlendirme aracı haline gelmiştir.

İletişim ortamı dünün geleceği bugünün geçmişi olarak görülmektedir. Yeni iletişim ortamlarında ifade edilen “yeni” kavramının tam olarak neyi ifade ettiğinin nitelendirilmesi önemlidir. Yeni iletişim ortamları, bütün bilinen farklı mecraları bir araya getirme yetisine sahiptir. Dijitalleşmenin bir uzantısı olarak yeni iletişim mecraları veri kaybının önlenmediği ortamları temsil etmektedir (Yengin ve Bayrak, 2018). Yeni iletişim teknolojileri, iletişime hız kazandırmış ve kazandırmaya devam edecektir. Teknolojik gelişmeler iletişim araçlarının sürekli olarak gelişmesini sağlarken, bu durum bireyin iletişim imkânlarını güçlendirmektedir.

ÇOCUK GELİŞİM DÖNEMLERİNDE MEDYANIN ETKİSİ

Çocukların gelişim süreçlerini etkileyen sosyal dinamikler kapsamında medyada bulunan etkenler günümüzde öncelik haline dönüşmüşlerdir (Ertürk, 2011). Çocukların gelişimlerini biçimlendiren dinamiklerin meydana getirdiği yapıda, medya söz konusu dinamiklere etki eden bir etmen haline dönüşmüştür. Söz konusu tüm unsurları etkilemenin dışında bu öğeleri doğrudan farklılaştıran bir etmen haline gelmiştir. Bunun sebebi teknolojinin hızla gelişmesi ve ortaya çıkan gelişimin sosyal süreçleri değiştirmesidir. Teknolojinin hızlı gelişim kaydettiği alanlardan biri de iletişimdir. İletişimin hızlı gelişim kaydetmesi bilginin dağılım hızını ve verimliliğini artırmaktadır. Kitle iletişim araçlarının bilgi aktarımında görev alması sosyal dinamiklerin değişmesine neden olmaktadır (Atabek, 2001).

Medyanın çocuk gelişimi üzerindeki etkileri çevresel etkiler doğrultusunda ele alınmaktadır (Ertürk, 2011). Çocuğun hayatını sürdürdüğü çevre, çocuklara etki eden pek çok farklı etmeni kapsamaktadır. Söz konusu faktörlerden birini de medya oluşturmaktadır. Medyanın etkinliği gün geçtikçe yükselmektedir. Çocukların çevresinin, çocukları biçimlendiren etmenlerden meydana geldiğini ifade etmek mümkündür.

Medya araçları çocukların sosyalleşebilmeleri, öğrenebilmeleri ve gelişebilmeleri açısından önemli çevresel bir etki ortaya koymaktadır. Oyun kurgusu, yeme, içme, sergilenen karakter tipleri, giyim tarzı üzerinde etkili olan çevresel etmenler günümüzde neredeyse medyanın kontrolü altındadır. Medya araçları ilettikleri mesajlar ile birlikte davranış, düşünce ve duygularda değişiklikler meydana getirebilmektedir (Ertürk, 2011).

Çevrenin insanlar üzerinde önemli etkilerinin bulunması, çevrenin toplumdan ayrı olarak değerlendirilememesine neden olmaktadır. Yaşanmışlıklar ile toplumsal bellek çevrenin oluşumuna etki eden en önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte zamanın şartları çevreye etki eden öğelerin etrafa yayılmasına neden olmaktadır. Bulunulan her dönem içinde kamusal alan ve toplumsal yaşamı farklılaştıran araçlar bu sorumluluğu yerine getirmektedir. Günümüz şartlarında kitle iletişim

araçlarının farklı türleri toplumsal çevrenin biçimlenmesine neden olmaktadır. Farklılaşan çevre ile birlikte çocuklardaki gelişim ve büyüme de bazı farklılıkları içermiş olmaktadır.

Çocuklar hayatlarında belli bir çevresel yapı içerisinde basit öğrenimlerle birlikte gelişim göstermektedirler. Çocukların çevresindeki aile fertleri, ebeveynleri, arkadaşları, yaşlıları, kan bağı olmayan diğer yetişkinlerle bazı etkileşimlere girerek gelişim sergilemektedirler. Aile içerisinde gelişim göstermeye başlayan çocuklar, diğer çocuklar, okuldaki öğretmenler ve öğrenciler ile komşularla birlikte gelişimlerini devam ettirmektedirler.

Özellikle küçük çocuklarda düşünce ve duyguların ayrılması söz konusu olmamaktadır. Çocukların gerçeklikleri değerlendirebilme becerileri zamanla gelişim göstermektedir. Tecrübelerinin az olması sebebiyle çevrelerinde medyada olan olayları gerçeklik kapsamında değerlendiremeyen çocuk; medya araçları üzerinden gelen kurgu mesajlarını kendi düşüncelerinde ve hayal dünyasında var olan yapıya göre tekrar kurgulamaktadır. Söz konusu yapının meydana getirdiği mesajları sebep olduğu gerçekleri veya korkuları yetişkin bireye kıyasla daha yoğun hissetmektedirler. Meydana getirilen tecrübesel öğrenme, olayları tüm gerçeklik ve korkuyu daha şiddetli ve hızlı süren duygu durum yaşantısı üzerinden tecrübeye dayalı öğrenmeyi mümkün kılar (Hoffner, 1997).

Medya kapsamında yayınlanan mesajlar genel olarak yetişkin kişilerin beğenileri, algı düzeyleri ve istekleri doğrultusunda hazırlanmaktadır. Bu açıdan kurgulan mesajların sahip oldukları içerikler çocukların algı seviyesinin üzerinde olmaktadır. Mesajların soyut yapısı, akış planları ve kurgusunun çocuklara uygun olmaması; çocukların algı yapılarında ayrı bir alana sahip olmalarına neden olmaktadır (Ertürk, 2011). Günümüzdeki yeni medya düzeninde çocukların ve onların anne babalarının karşı karşıya kaldıkları durumlar şu şekilde ifade edilebilir (Yeni Medya Çalıştayı, 2019):

- Günümüzde ebeveynler ve eğitimciler iyi bir medya okur yazarı olmamakla birlikte teknolojiye de o kadar hakim değildir. Bu nedenle çocukların ve ebeveynlerin sosyal medyayı öğrettikleri bir tablo açığa çıkmaktadır. Bu şartlarda ebeveynlerden önceden çocukların durumu açığa çıkmaktadır.
- Çocuklar dijital ortamlarda cinsel içerik ve şiddetle karşılaşmaktadır. Bu şartlarda çocuklar ne düzeyde bilinçli olursa olsun bilinçli okuryazarlık oyun ve reklamlar kapsamında konu dışında kalmaktadır. Çocuklar oyunlarda yaşananları gerçek gibi yaşıyorlar. Bununla birlikte bu oyunların yorumlandığı bazı video alanlarında çocuklar oldukça fazla argo ile karşı karşıya kalmaktadır.
- İnternet bağımlılığı ile ilgili fazla kriter söz konusu değildir. Ergenlik dönemindeki çocuklar sanal aleme uyum gösteriyor ve onu haz alanına çeviriyorlar. İnternet bağımlılığı çocuklarda kaygı problemi, davranış bozukluğu, dikkat eksikliği gibi problemleri ortaya çıkarmaktadır. Günümüzde çocuklar okula gitmeyi gereksiz olarak nitelendirebilmektedir. Çünkü youtuber veya gamer olabileceklerini düşünmektedir.
- Çocuk ve dijital medya etkileşimi değerlendirildiğinde global olarak pek çok firmanın ortaya çıkışlarında hak temelli görüş olduğu dikkat çekmektedir. Burada katılım hakkını garanti kapsamında almak gerekli olmaktadır. Bu medyada en önemli öğe çocukları koruyabilmektir. Burada okul ve ebeveynler üzerinde belli düzeyde etkili olması gerekmektedir. Hak üzerine kurulu pozitif ebeveynlik görüşünün yaygınlaşması gerekmektedir.
- Yapılan çalışmalar siber zorbalığa maruz kalıp bunu paylaşacağını ifade eden öğrenci sayısının oldukça az olduğunu göstermektedir. Burada öğretmen ve ebeveynlerin bilinçlendirilmesi son derece önemli olacaktır.

- Günümüzde akıllı telefonlar üzerinden cinsel mesajlar gönderilmeye başlamıştır. Cinsel içerikli mesaja maruz kalan pek çok kişi bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar, çocukların büyük bölümünün izin almadan mesaj attığını veya fotoğraflarını iletildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle sosyal ağlar kapsamında çocukların bu tip ilişki kurabilmeleri daha kolay hale gelmiştir. Bu durum çocukların cinsel tacize açık olmalarına sebep olmaktadır.
- Aileler çocuklarıyla ilgilenmek yerine çocuklarının fotoğraflarını internete koymakla meşgul olmakta ve bu durum çocuk ihmalini ortaya çıkarmaktadır. Aile fertlerinin teknolojik öğelerle fazla ilgilenmesi aile fertleri arasında kopukluk yaşanmasına neden olmaktadır. Özellikle genç ebeveynlerin çocuklarla nasıl ilgilenmeleri gerektiğini bilmemeleri aile fonksiyonlarını yitirmeye başlamaktadır.
- Ailelerin teknolojiyi tam olarak bilmemesi ve teknoloji kültürüne yatkın olmaması bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Burada sorunun kökeni ebeveynlerden kaynaklanmaktadır. Hatalı şekilde kişisel bilgilerin paylaşılması ve kişisel verilerin dijital kullanımları ile ilgili düzenlemelerin ve kanunların eksik olması ortaya sorunların çıkmasına sebep olmaktadır.
- Çocuklar farklı kişilerin farklı bilgi ve yorumlarına maruz kalmakta ve bu durum onların kafalarını karıştırmaktadır. Bununla birlikte çocukların büyük bölümü şifrelerin tamamını arkadaşlarıyla paylaşmaktadır.
- Siber zorbalık olarak ele alınan tehlikelerin sayısı oldukça fazladır. Çocuklar çevrimiçi ve çevrimdışı iletişimin farklarından habersizdir.
- Çocuklar sosyal medyaya ya da farklı alanlara kendi fotoğraflarını koymaktadır. Bu fotoğrafları kimlerin gördüğünün de farkında olmamaktadırlar.
- Çocukların medyayla ilgili bilgi düzeyleri pek yeterli olmamaktadır. Bu konuyla ilgili politikalar günümüz şartlarını pek karşılamamaktadır.
- Aile içindeki etkileşim ve iletişimin bozulması, ailenin çocuğun ilişkilerine etki edememesi ve onları denetleyememesi. Bu durumda çocuğun yönlendirilmesi oldukça güç hale gelmektedir. Çocuğun yönlendirilememesi ise çocuğun tehlike ihtiva eden alanlara yönelmesine ve başını derde sokmasına neden olabilmektedir.
- Günümüzde sosyal medya anneciliği kavramının ortaya çıkmış olması. Bu kavramın tüm sorumluluğunun cinsiyetçi olarak annelere yüklenmesi söz konusu olmaktadır. Çocukların fotoğraflarının sık sık babalar tarafından paylaşılmasına rağmen ortaya çıkan bu tablo yalnızca “anne işi” olarak nitelendirilmektedir.

Yeni medya ve çocuk ilişkisinin çocuk hakları açısından değerlendirilmesi de önemli konulardan birini oluşturmaktadır. Dijital çağda çocukların dijital araçlardan tamamen uzaklaştırılmaları, onların dijital haklarından uzaklaştırılmasına neden olabileceği ifade edilmektedir. Bu nedenle özellikle ebeveynler tarafından dijital araçlar ve çocuk arasındaki ilişkinin kurulmasında teknofobiden uzaklaşılması ve sağlıklı bir etkileşimin kurulmasının sağlanması beklenmektedir (Livingstone ve Third, 2017).

Çocukların gelişim dönemlerinde medyanın onları ne biçimde etkilediğini değerlendirmek gerekirse; bu konuya üç açıdan yaklaşabilmek mümkündür. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir (Ertürk, 2011):

- Medyanın davranışsal etkileri: Duyarlılık-duyarsızlık, katarsis ve taklit gibi durumları içermektedir.
- Medyanın duygusal etkileri: Kaygı, korku ve heyecansal geçişleri kapsamaktadır.

- Medyanın bilişsel etkileri: Medyanın aktardığı değerler, düşünceler ve inançları içermektedir.

Çocukların büyüme ve gelişim dönemlerinde duygusal, bilişsel ve davranışsal gelişimlerinde önemli değişiklikler meydana gelmektedir. Bu süreçler kapsamında ortaya çıkan değişimler ve gelişimler ilerleyen dönemlerdeki kazanımlar açısından önceliği meydana getirmektedir. Çocukların gelişim süreçlerindeki basamaklar esnek sınırlara sahip olmakla birlikte yanlışlıklar, eksiklikler çocuğun gelişiminde negatif etkilere sahip olabilecektir.

Çocuklar yetişkin bireylerin bir örneği olmamaktadır. Bu açıdan çocukların farklı görüşleri, düşünce yapıları olmakla birlikte dünyayı da farklı biçimde algılamaktadırlar. Bir diğer ifadeyle çocuklar yetişkinlere kıyasla daha ilkel bir düşünce sistemi olan bireyler olmamaktadır. Çocukların kendilerinin kurgulamış olduğu yaşam biçimleri ile dünya görüşleri bulunmaktadır (Morgan, 1999). Çocukların tutum ve davranışlarının şekillenmesinde çevresel faktörler önem kazanmaktadır. Çocukluk döneminde kurulan etkileşim ve iletişim, çocukların tüm yaşantıları üzerinde etkili olabilmektedir. Günümüzde yeni medya, çocukların tutum ve davranışları üzerinde etkili olan önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir. Bu nedenle yeni medya çocukların tutum ve davranışları üzerindeki etkilerinin belirlenmesi ve kuracakları etkileşimin nasıl olması gerektiğiyle ilgili önemli bilgiler sunacaktır.

ETKİ KURAMI

İnsan yapısal olarak toplumsal yani sosyal bir canlıdır. Bireyler yaşadıkları çevreden etkilemekle birlikte yaşadıkları toplumdan da etkilenmektedir. Bu yönüyle kişilerin sergiledikleri davranışların büyük bölümü yaşanan çevrenin etkisi içinde olmaktadır. Birey toplumda sosyal beklentilerini ön planda tutmayan davranışlar sergilerse, toplum tarafından reddedileceğinin farkında olmaktadır. Bu yönüyle toplumsal değer ve formlarla çatışmak yerine bunlara adapte olma davranışı sergilenmektedir (Güney, 2017)

Bireyin hayatı boyunca süren sosyal etkiden bahsedilebilmesi için birey ya da bireylerin, ilişki içinde olduğu birey veya bireylerin tutum ve davranışlarında direkt veya indirekt olarak bir farklılık ortaya çıkarmalıdır. Sosyal etki kapsamında başta adapte olma davranışı ortaya çıkmakta ve daha sonra sosyal davranış düzenliliği oluşmaktadır (Güngör, 2016). Bireylerin sosyal davranışları küçük yaşlarda şekillenmektedir. Sosyal etki kapsamında birey davranışlarının şekillenmesinde, bireyin tüm yaşantısındaki sosyal çevresi etkili olmaktadır.

Walter Lippmann (1922) yayınlamış olduğu Public Opinion (Kamuoyu) isimli kitabında tanıtım, halkla ilişkiler gibi öğeler üzerinde durulmasında, kamuoyunun meydana getirilmesinde kitle iletişim araçlarının etkileri üzerinde durmuştur. Bu kitapla birlikte gazeteciliğin kamusal yargıyı ne düzeyde şekillendirebileceği veya şekillendirmesi gerektiği ile ilgili kuşkuculuğu yansıtmıştır. Lippman açısından siyasi duruşu ve bilgisi olan bir kamu hayalden başka bir şey değildir. Lippman'a göre çağdaş medyanın kompleksliği sebebiyle kişiler radyo haberler, resimler, gazeteler gibi 2. el bilgi kaynaklarına dayanmak durumundadır. Bu kaynakların ise güvensiz olması veya yüzeysel bilgi sunması söz konusu olabilecektir. Bu nedenle bireyler, fikirlerini şekillendiren yarı bilinçli stereotiplere ve puslu izlenimlere dayandırmaktadır. Buna bağlı olarak, sıradan bir vatandaşın tüm kamusal konularla ilgili güvenilir bir görüşe sahip olması mümkün olamayacaktır. Lippman açısından demokrasi iyi eğitilmiş seçkinlerin yönetimleri kapsamında düzenli faaliyet gösterecektir (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019; Güngör, 2016). Kamu faaliyetlerinin düzenlenmesinde ve uygulamaya koyulmasında kitle iletişim araçlarına başvurulması, kamu faaliyetlerindeki etkinlik adına önemli olarak görülebilir. Kitle iletişim araçları, halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemli parçası olarak görülmektedir.

Lippman'ın açtığı yoldan hareket eden 1927 yılında propaganda ile ilgili yazdığı kitapta gazetelerin rolleri üzerinde durmuştur. Bu çalışmada Laswell I. Dünya Savaşı sırasında gazetelerin yapmış olduğu Amerikan propagandasına ilişkin metinlere nasıl ve hangi düzeyde içerik verildiğini incelemiştir. Bu doğrultuda Laswell kim, kime, hangi kanaldan, hangi etkiyle, ne söyler şeklinde formülünü oluşturmaya yönelmiştir. Laswell kitle iletişim araçlarının propaganda fonksiyonuna odaklandığı çalışmalarında

bunların farklı fonksiyonlarından bahsetmiştir. Buna bağlı olarak ilk sistematik ve bütünsel sınıflandırmayı yapıp bu araçların üç tane temel fonksiyonu olduğunu belirtmiştir. Bunlar; çevrenin gözetilmesi, sosyal yapının parçaları arasında bütünlük tesis edilmesi ve nesiller arası kültür aktarımının yerine getirilmesidir (Güngör, 2016). Gazete yayınları kapsamında yapılan propagandalar, toplumundaki düşüncenin şekillenmesinde önemli olarak görülebilir. Bu nedenle birçok politika kapsamında kitle iletişim araçları propaganda aracı olarak kullanılabilir. Laswell kitabında propaganda faaliyetlerinin insan ve para gücü aktarımı kadar önemli olduğunu ifade etmiştir. Bununla ilgili olarak İngilizlerin ve Amerikalıların propaganda üzerinde kurmuş oldukları güç durumu örnek göstermektedir. Laswell kitle iletişim araçlarının etkilerini değerlendirmeye yönelik somut bir çalışma yapmamış olmasına rağmen gazete içeriklerinden yapmış olduğu ve geliştirmiş olduğu formülle literatüre önemli bir katkı sağlamıştır (Güngör, 2016).

Payne Vakfı 1929 ile 1932 yılları arasında kitle iletişim araçlarının etkileri ile ilgili araştırmalar yapmıştır. Vakıf, sinemanın gençler ve çocuklar üzerindeki etkilerini ölçmek maksatlı 13 araştırma yaptırmıştır. Araştırma kapsamında 1500 film içerik olarak inceler ve bunlar suç, şiddet, macera, porno, gezi gibi temalar açısından değerlendirilir. Neticede farklı faktörler sinemaya dahil olmadığı takdirde, seyirciler üzerinde sinemanın etkisi oldukça kuvvetlidir. Çocukların özellikle duygusal ve davranışsal tutumlarının sinemadan etkilendiği görülmüştür. Bu durum aynı zamanda kitle iletişim araçlarının kuvvetli etkilerine göndermede bulunmaktadır. Bu araştırmalar neticesinde şırınga modelinin geliştirildiği ifade edilebilir. Araştırmaların yapıldığı dönemde kitle iletişim araçlarının sınırlı olması ve gençler ile çocukları sinemadan başka cezbedecek öğelerin bulunmaması elde edilen bulguların tam anlamda güvenilir olmasını sağlamamaktadır. Ancak bir ön görüş oluşturması açısından bu araştırmaların etkisi son derece önemlidir (Güngör, 2016). Payne Vakfı tarafından sinemanın çocuklar üzerindeki duygusal ve davranışsal sonuçları değerlendirilmiş ve önemli sonuçlar elde edilmiştir. Bireylerin duygularının ve davranışlarının şekillendirilmesinde kitle iletişim araçlarının önemli bir yere sahip olduğu bir kez daha kanıtlanmıştır.

Karşılıklı etki kuramı kapsamında medya araçlarında kurulan iletişim sonucunda izleyicilerin tepkilerinin değerlendirilmesi dikkat çekmektedir. İletişim araçları tarafından izleyicilere sunulan çeşitli bilgiler doğrultusunda izleyicilerin tepkileri söz konusu olabilir. Bu tepkilerin değerlendirilmesi ise medya araçlarındaki iletişim becerilerine yönelik öneriler sunmaktadır (Güngör, 2016).

Hovland, Lumsdaine ve Sheffield tarafından tek yanlı ve çift yanlı iletilerle ilgili çalışmalar yürütülmüştür. Yapmış oldukları araştırmalarda çift yanlı iletilerin belirgin bir şekilde tek yanlı iletilere göre üstün olduğunu ortaya koymuşlardır. Aşılama kuramı kapsamında yürütülen bu çalışmalarda çift yanlı iletilerin eğitilmiş, bilgili ve söz konusu tutuma yönelik olumsuz inançları olan kişiler üzerinde etkili olduğunu, tek yanlı iletilerin daha az eğitim seviyesine sahip ve konuyla ilgili olumlu tutum ve tavırları olan kişiler üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur (Yarıcı, 2009).

Lazarsfeld (Halkın Tercihi) teorisi kapsamında insan davranışlarının anlaşılmasında sosyal psikolojiyi ön planda tutulmaktadır ve araştırmalarında izleyicilerin tercihleri üzerinde durmaktadır. 1938 yılında Princeton Radio Projesi sorumluluğunu üstlenmiş ve radyo yayınlarında izleyicilerin genel olarak beğendikleri, beğenmedikleri veya ilgisiz kaldıkları yayınların tespit edilmesine yönelik bir mekanizmayı geliştirmiştir. İzleyiciler üzerinde yapılan gözlemlerde çeşitli deneysel çalışmalar yürütülmüştür. İzleyiciler beğendikleri yayın için yeşil, beğenmedikleri yayın için kırmızı düğmeye basmakta ve ilgisiz kaldıkları yayınlar için düğmeye basmayarak tepkilerini göstermişlerdir. Lazarsfeld tarafından gerçekleştirilen bu deney kapsamında toplumsal olguların açıklanmasına yönelik matematiksel bir açıklama getirilmektedir. 1940 ve 1948 yılları itibarıyla Başkanlık seçimlerini konu alan çalışma “The People’s Choice” (Halkın Tercihi) kitle iletişim araçlarının sınırlı veya pekiştirici etki modelinin temeli olmuştur. Halkın Tercihi araştırmaları kapsamında 600 seçmen üzerinde medyanın etkisine yönelik ölçümler yapılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda dört temel bulgu elde edilmiştir. Bu bulgular şu şekildedir (Lindenberg, 2003):

- Kişisel etki
- İki aşamalı akış- Two step flow
- Kanaat önderleri

- Kanaat önderleri kitle ve iletişim araçlarının ilişkisi

Araştırmalar kapsamında seçmenlerin tercihlerinde etkilerinin belirlenmesinin ve bu yönde seçim kampanyalarının yürütülmesinin önemli olduğu ifade edilmiştir. Halkın Tercih araştırmasında, izleyicilerin medya kanallarından etkilenme durumuna yönelik sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırma kapsamında iletişime yönelik açıklamalara yer verilmiştir.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu araştırmada toplumdaki yeni medyanın varlığının, çocuk ve ailesi tarafından kullanım sıklığının, kullanım amacının, sosyoekonomik düzey ile ilişkisinin, maruz kalma sürelerinin, kullanım sırasında ailenin rolünün araştırılması hedeflenmiştir. Amacımız, bu önemli konuda güvenilir verilerle toplum ve dolayısıyla çocukların günlük yaşamlarında kolayca ulaşılabilen medya araçlarının kullanım alışkanlıklarını tanımlamak ve bu konu hakkında aile bireylerine, sağlık hizmeti veren kişilere ve toplumun diğer kesimlerine öneriler sunabilmektir.

Araştırmanın evrenini Edirne’de 6-60 ay arasındaki çocukların anne ve babaları oluşturmaktadır. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) örneklem hesabı kapsamında 100 milyon evrenin temsil edilmesinde 0.05 ($p=0.5$, $q=0.5$) örneklem hatasında en az 384 kişiye ulaşılması gerektiği hesaplanmıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında en az 384 kişiye ulaşılması hedeflenmiş ve toplamda 414 anne ve babaya ulaşılmıştır.

Araştırmada sormaca tekniği kullanılmıştır. Sormaca tekniği, araştırma sorusunun tespit edilmesine yönelik olarak katılımcılara soru sorulması şeklinde oluşturulan bir yöntem şeklinde ifade edilmektedir. Sormaca tekniği kapsamında özellikle anket uygulamaları sıklıkla tercih edilmektedir. Özellikle iletişim ile ilgili araştırma sorularının tespit edilmesinde sormaca tekniğinin kullanılması faydalı olarak görülmektedir. İletişim ile ilgili araştırma sorularının tespit edilmesinde kullanılan sormaca tekniğinin etkinliğinde, oluşturulan soruların güvenilir olması beklenmektedir. Bunun için karşılıklı araştırmalar kapsamında soruların güvenilirliğinin tespit edilmesi ve örnekleme uygunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Her örneklem için farklı soru kalıpları kullanılabilir ve bu sorular kapsamında farklı değerlendirmeler yapılabilir (Yengin, 2017). Bu araştırma, 6-60 ay arası çocukların medya araçlarını kullanma alışkanlıklarının değerlendirilmesi ve bu alışkanlıkları etkileyen etmenlerin belirlenmesi amacı ile yapılmış tanımlayıcı kesitsel bir araştırmadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından ilgili literatür doğrultusunda oluşturulan anket formu kullanılmıştır. Anket formu kapalı ve açık uçlu sorulardan meydana gelmektedir. Anket formlarının oluşturulmasında demografik özelliklere yönelik sorular, ebeveynlerin görsel medya kullanım alışkanlıkları ve okul öncesi dönemdeki çocukların görsel medya kullanım alışkanlıklarını incelemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket formunun oluşturulmasında Özcan (2018) uzmanlık tezinden faydalanılmıştır. Araştırmada verilerin analiz edilmesinde SPSS 16 paket programı kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma istatistiklerinden faydalanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının % 46,4’ü ($n=192$) kız ve % 53,6’sı ($n=222$) erkektir. Çocukların % 67,4’ünün ($n=279$) kardeşi yokken, % 29,5’inin ($n=122$) 1 kardeşi ve % 3,1’inin ($n=13$) 2 ve üzeri kardeşi bulunmaktadır. Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının yaş ortalamaları değerlendirilmiştir. Buna göre çocukların annelerinin yaş ortalaması $33,28 \pm 5,12$ ve babalarının yaş ortalaması $35,72 \pm 6,18$ olarak tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının eğitim durumları incelendiğinde, çocukların annelerinin % 69,8’i ($n=289$) üniversite / yüksekokul mezunuyken, babalarının %62,6’sı ($n=259$) üniversite yüksekokul mezunudur.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının aylık gelir durumları incelendiğinde, annelerinin % 20,8’inin ($n=86$) ev işlerini yaptığı ve çalışmadığı belirlenmiştir. Bununla beraber babalarının % 39,9’u ($n=165$) 5.000 TL ve üzeri gelire sahiptir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının aile tipi incelendiğinde, çocukların %87,2'sinin (n=361) çekirdek aileye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının tamamının evinde televizyon bulunmaktadır. Bununla beraber %96,6'sının (n=400) evinde akıllı telefon ve %94,2'sinin (n=390) evinde bilgisayar bulunmaktadır.

Tablo 1. Çocuğun Elektronik Cihazla Tanıştığı Ay

	0-6 ay		7-12 ay		13-24 ay		25-36 ay		37-48 ay		49-60 ay	
	f	%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%
Televizyon	103	24,9	132	31,9	120	29,0	29	7,0	6	1,4	-	-
Akıllı telefon	22	5,3	125	30,2	102	24,6	70	16,9	15	3,6	16	3,9
Tablet	-	-	42	10,1	60	14,5	76	18,4	21	5,1	17	4,1
Bilgisayar	5	1,2	9	2,2	66	15,9	53	12,8	16	3,9	37	8,9
Oyun	4	1,0	2	0,5	20	4,8	53	12,8	2	0,5	28	6,8
Konsolu												

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının elektronik cihazla tanışma ayları değerlendirildiğinde çocukların %31,9'u (n=132) televizyonla ve %30,2'si (125) akıllı telefonla 7-12 aylıkken tanışmıştır. Çocukların %18,4'ü (n=76) tabletle 25-36 aylıkken, %15,9'u (n=66) bilgisayarla 13-24 aylıkken ve %12,8'i (n=53) oyun konsoluyla 25-36 aylıkken tanışmıştır.

Tablo 2. Çocuğun Elektronik Cihazda Günde Geçirdiği Zaman

	0-1 saat		1-2 saat		2-3 saat		3-4 saat		4-5 saat		5 saat üzeri	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Televizyon	144	34,8	135	32,6	54	13,0	20	4,8	9	2,0	2	-
Akıllı telefon	137	33,1	106	25,6	36	8,7	6	1,4	4	1,0	-	-
Tablet	84	20,3	43	10,4	21	5,1	2	0,5	4	1,0	-	-
Bilgisayar	63	15,2	23	5,6	21	5,1	-	-	-	-	-	-
Oyun Konsolu	55	13,3	11	2,7	11	2,7	-	-	-	-	-	-

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının elektronik cihazla geçirdiği zaman değerlendirildiğinde, çocukların %34,8'inin (n=144) televizyonla, %33,1'inin (n=137) akıllı telefonla, %20,3'ünün (n=84) tabletle, %15,2'sinin (n=63) bilgisayarla ve %13,3'ünün (n=55) oyun konsoluyla günde 0-1 saat zaman geçirdiği belirlenmiştir. Bir çocuğun farklı elektronik cihazları gün içinde kullanımları düşünüldüğünde, çocukların elektronik cihazlarla geçirdikleri zamanın oldukça fazla olduğu ifade edilebilir.

Tablo 3. Çocuğun Video İzleme Durumunun Değerlendirilmesi

	Frekans	%
Çocuğun İlk Kez Video İzlediği Elektronik Cihaz		
Televizyon	245	59,2
Akıllı Telefon	140	33,8
Tablet	11	2,6
Çocuğun Şu Anda En Çok Video İzlediği Elektronik Cihaz		
Televizyon	120	29,0
Akıllı Telefon	196	47,3
Tablet	66	15,9
Bilgisayar	6	1,4
Çocuğun Video İzlemeye Başlamasındaki Etken Durumlar		
Yemek yesin diye video izletmeye başladım	148	35,7
Onunla ilgilenemediğim zaman oyalansın diye video izletmeye başladım	96	23,2
Uyku öncesi rahatlasın ve gevşesin diye video izletmeye başladım	41	9,9
Sinirlendiğinde ya da ağladığında sakinleşsin diye video izletmeye başladım	23	5,6
Misafir geldiğinde ya da misafirliğe gittiğimizde sohbet edebilelim diye video izletmeye başladım	56	13,5
Yemeğe çıktığımızda masada oyalansın diye video izletmeye başladım	62	15,0
Çocuğun Bir Defada Aralıksız En Fazla İzlediği Video ya da Elektronik Oyun Süresi		
Yarım saat	120	29,0
1 saat	65	15,7
2 saat	20	4,8
3 saat ve daha fazla	11	2,7

Çocuğun video izleme durumunun değerlendirildiğinde, çocukların %59,2'si (n=245) ilk kez televizyondan video izlemiştir. Çocukların %47,3'ü (n=196) ise şu anda en çok akıllı telefon üzerinden video izlemektedir.

Çocuğun video izlemeye başlamasındaki etken durumlar değerlendirildiğinde %35,7'sinin (n=148) yemek yesin diye videoya başlatıldığı ifade edilmiştir. Çocukların %29'unun (n=120) ise bir defada aralıksız en fazla izlediği video ya da elektronik oyun süresi ise yarım saattir.

Tablo 4. Çocuğun Elektronik Cihaz Kullanım Durumuna Yönelik Bulgular

	Frekans	%
Çocuğun Kendisine Ait Elektronik Cihazı		
Yok	306	73,9
Tablet	64	15,5
Akıllı Telefon	4	1,0
Oyun Konsolu	5	1,2
Bilgisayar	4	1,0
Sadece Çocuğun Kullanımı İçin Uygulama İndirme Durumu		
Evet	142	34,3
Hayır	270	65,2
Çocuğun Tablette veya Akıllı Telefonda Kendi Başına Yapabildikleri		
İnternete girme	92	22,2
Fotoğraflara girme	85	20,5
Parmağıyla resim kaydırma	102	24,6
Parmağıyla video oynatma	82	19,8
Video oynatırken reklam atlama	85	20,5
Videoyu durdurma ve yeniden başlatma	74	17,9
Bir aplikasyonu açma ve çalıştırma	68	16,4
Oyun oynama	59	14,3

Çocuğun kendisine ait elektronik cihazı olma durumu değerlendirildiğinde, çocukların %73,9'unun (n=306) kendisine ait elektronik cihazı olmadığı ifade edilmiştir. Sadece çocuğun kullanımı için video indirme durumu ise %34,3 (n=142) oranındadır.

Çocuğun tablette veya akıllı telefonda kendi başına yapabildikleri değerlendirildiğinde, çocukların %24,6'sı (n=102) parmağıyla resim kaydırabilmekte, %22,2'si (n=92) internete girebilmekte, %20,5'i (n=85) fotoğraflara girebilmekte ve %20,5'i (n=85) video oynatırken reklam atlayabilmektedir.

Tablo 5. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Değerlendirmeler

	Frekans	%
Çocuğun Günlük Video İzleme veya Oyun Oynama Sürelerini Takip Etme		
Hiçbir zaman kontrol etmiyorum	6	1,4
Nadiren kontrol ediyorum	11	2,7
Çoğu zaman kontrol ediyorum	150	36,2
Her zaman kontrol ediyorum	228	55,1
Çocuğun Bilgisayar, Tablet, Akıllı Telefon, Oyun Konsolu İle Vakit Geçirmesiyle İlgili Düşünceler		
Belli süreleri aşmamak kaydıyla sakınca görmüyorum, izleyebilirler	258	62,3
Sakıncalı buluyorum ama baş edemediğim için çaresizce izin veriyorum	111	26,8
Çok sakıncalı buluyorum ve izletmiyorum	30	7,2

Çocuğun günlük video izleme veya oyun oynama sürelerini takip etme durumu incelendiğinde, ebeveynlerin %55,1'i (n=228) her zaman kontrol ettiğini ve %36,2'si (n=150) çoğu zaman kontrol ettiğini belirtmiştir. Çocuğun bilgisayar, tablet, akıllı telefon, oyun konsolu ile vakit geçirmesiyle ilgili düşünceler değerlendirildiğinde %62,3'ü (n=258) belli süreleri aşmamak kaydıyla sakınca görmediğini ifade etmiştir.

Tablo 6. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Olumlu ve Olumsuz Değerlendirmeler

	Frekans	%
Olumsuz İfadeler Katılma Durumu		
Sakıncalı bulmuyorum	142	34,3
Bağımlılık yaratmasından korkuyorum	145	35,0
Sosyalleşmesini önlemesinden korkuyorum	90	21,7
Zararlı içeriklere erişmesinden korkuyorum	151	36,5
Şiddete özenmesinden korkuyorum	102	24,6
Bedensel gelişimini kötü etkilemesinden korkuyorum	85	20,5
Gözünü bozmasından korkuyorum	78	18,8
Obez olmasından korkuyorum	62	15,0
Olumlu İfadeler Katılma Durumu		
Öğrenme sürecini olumlu etkiliyor	102	24,6
Yaşına uygun içerikler onun gelişimine katkı sağlıyor	134	32,4
Hayal dünyası genişliyor	110	26,6
Teknolojiye uyum sağlıyor	108	26,1
Arkadaşlarından geri kalmamış oluyor	60	14,5

Çocuğun elektronik cihazla vakit geçirme durumuna yönelik olumlu ve olumsuz değerlendirmeler incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan ebeveynlerin %36,5'i (n=151) "Zararlı içeriklere erişmesinden korkuyorum", %35'i (n=142) "Bağımlılık yaratmasından korkuyorum" cevaplarını vermişlerdir. Bununla beraber %34,3'ü (n=142) sakınca bulmadığını ifade etmiştir. Ebeveynlerin %32,4'ü (n=110) çocukların yaşına uygun içeriklerin onun gelişimine katkı sağladığını ifade etmiştir. Ayrıca %26,6'sı (n=108) hayal dünyasının genişlediğini ifade etmiştir.

Tablo 7. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Çevresel Faktörlerin Değerlendirilmesi

	Frekans	%
Çocuğun Tablet/Akıllı Telefon/ Bilgisayar Veya Oyun Konsolunda Vakit Geçirirken Ona Birinin Eşlik Etme Durumu		
Her zaman	104	25,1
Çoğu zaman	153	27,0
Orta sıklıkta	74	17,9
Nadiren	46	11,1
Hiçbir zaman	20	4,8
Çocuğun Okul Öncesi Aktivitelere Katılma Durumu		
Oyun grubuna gitti	128	30,9
Kreşe gitti	162	39,1
Anaokuluna gitti	104	25,1
Hiçbiri	108	26,1
Evin Yakınında Çocuğun Oynayabileceği veya Spor Yapabileceği Tesislerin Varlığı		
Var ama yeterli değil	262	63,3
Var ama güvenli değil	40	9,7
Var ama götürmeye fırsatım yok	31	7,5
Hayır yok	21	5,1
Çocuğun Arkadaşlarıyla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Düşünceler		
Hiç geçirmiyor	18	4,3
Az	127	30,7
Yeterince	191	46,1
Çok	50	12,1

Çocuğun tablet/akıllı telefon/ bilgisayar veya oyun konsolunda vakit geçirirken ona birinin eşlik etme durumu incelendiğinde %27'si (n=153) çoğu zaman ve %25,1'i (n=104) her zaman cevabını vermiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının %39,1'i (n=162) kreşe gitmiştir. Çocukların %63,3'ünün (n=262) evinin yakınında çocuğun oynayabileceği veya spor yapabileceği tesis vardır ancak yeterli değildir. Çocukların %46,1'inin (n=191) yeterince arkadaşlarıyla vakit geçirdiği ifade edilmiştir.

Tablo 8. Çocuğun Sosyal Hesaplarına Yönelik Bulgular

	Ebeveyn açtı ebeveyn yönetiyor		Ebeveyn açtı kendi yönetiyor		Kendi açtı ebeveyn yönetiyor		Kendi açtı kendi yönetiyor	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Facebook	44	10,6	-	-	5	1,2	-	-
Instagram	49	11,8	6	1,4	5	1,2	-	-
Twitter	23	5,6	-	-	-	-	-	-
Diğer	52	12,6	2	0,5	-	-	4	1,0

Çocukların sosyal hesap kullanma durumları incelendiğinde, %10,6'sının (n=44) ebeveyn tarafından açılan ve yönetilen Facebook hesabı olduğu yine %11,8'inin (n=49) ebeveyn tarafından açılan ve yönetilen Instagram hesabı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 9. Çocuğun Elektronik Cihaz Kullanımında Yaşanan Sorunların Değerlendirilmesi

	Frekans	%
Tablet/Akıllı Telefon/Bilgisayar/Oyun Konsolu Kullanımını Kısıtladığında Çocuğun Verdiği Tepki		
Ağlıyor	362	87,4
Bağırıyor	247	59,7
Yemek yemiyor	15	3,6
Elindekileri fırlatıyor	25	6,0
Müdahale edene vuruyor	26	6,3
Küsüyor	12	2,9
Kötü sözler söylüyor	10	2,4
Kendine zarar vermeye kalkıyor	-	-
Bedeninde titreme başlıyor	-	-
Çocuğun akıllı telefon/tablet/bilgisayar/oyun konsolu kullanımı ile ilişkili Olduğu düşünülen durumlar		
Dikkati çabuk dağılıyor	82	19,8
Konuşurken beni dinlemiyor	78	18,8
Dalgın bir hali var	42	10,1
Robot gibi davranıyor	18	4,3
Konuşmaya isteksiz	24	5,8
Aşırı konuşma isteklisi	8	1,9
İştahı azalıyor	4	1,0
İştahı artıyor	4	1,0
Abur cubur yiyor	9	2,2
Çabuk sinirleniyor	28	6,8
Uyku bozukluğu var	17	4,1

Tablet/akıllı telefon/bilgisayar/oyun konsolu kullanımının kısıtladığında çocuğun verdiği tepki değerlendirildiğinde, çocukların %87,4'ünün (n=362) ağladığı ifade edilmiştir. Çocuğun akıllı telefon/tablet/bilgisayar/oyun konsolu kullanımı ile ilişkili olduğu düşünülen durumlar değerlendirildiğinde ise çocukların %19,8'inin (n=82) dikkat dağınıklığı ile ve %18,8'inin (n=78) konuşurken ebeveynini dinlememesi ile ilişkilendirilmiştir.

Tablo 10. Çocuğun Genel Sağlık Durumunun Değerlendirilmesi

	Frekans	%
Genel Olarak Çocuğun Bedensel Sağlık Durumu		
Çok iyi	154	27,2
İyi	215	57,9
Orta	20	4,8
Kötü	-	-
Çok Kötü	-	-
Genel Olarak Çocuğun Ruhsal Sağlık Durumu		
Çok iyi	132	31,9
İyi	225	54,3
Orta	28	6,8
Kötü	5	1,2
Çok Kötü	-	-
Çocuğun Doktor Tarafından Tanısı Konulmuş Hastalığı		
Görme bozukluğu	33	8,0
Duruş bozukluğu	11	2,7
Dikkat dağınıklığı	19	4,6
Hiperaktivite	17	4,1
Dalgınlık	16	3,9
Odaklanma bozukluğu	18	4,3
Diğer	60	14,5

Araştırmada ebeveynlere çocuklarının sağlık durumuyla ilgili sorular da yöneltilmiştir. Buna göre ebeveynlerin %57,9'u (n=215) çocuklarının bedensel sağlığının iyi, %54,3'ü (n=225) ruhsal sağlığının iyi olduğunu belirtmiştir. Çocuklarının beden sağlığının kötü ya da çok kötü olduğunu düşünen ebeveyn yokken ve ruhsal sağlığının kötü olduğunun düşünen ebeveyn oranı sadece %1,2'yken "Çocuğunuzun doktor tarafından tanısı konulmuş bir rahatsızlığı var mı?" sorusuna verilen yanıtlar görece yüksek oranlara işaret etmekte ve bu veri dikkat çekici bulunmaktadır. Ebeveynlerin %8'i çocuklarının doktor tarafından tanısı konulmuş (n=33) görme bozukluğu ve %4,6'sı (n=19) dikkat dağınıklığı olduğunu belirtmiş, "diğer" seçeneğini işaretleyen ebeveynlerin oranı da %14,5 çıkmıştır.

Tablo 11. Annenin Eğitim Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

		Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günde Geçirdiği Vakit						Kikare	p
		Cevaplamayan	0-1 saat	1-2 saat	2-3 saat	3-4 saat	4-5 saat		
Okuryazar değil	f	0	4	0	0	0	0	198,6	0,000
	%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%		
Herhangi bir eğitim kurumundan mezun değil ama okuryazar,	f	0	0	0	0	6	0		
	%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%		
Ortaokul	f	6	4	0	0	0	0		
	%	60,0%	40,0%	,0%	,0%	,0%	,0%		
Lise	f	6	17	21	2	0	0		
	%	13,0%	37,0%	45,7%	4,3%	,0%	,0%		
Üniversite/Yüksekokul	f	28	99	103	42	12	5		
	%	9,7%	34,3%	35,6%	14,5%	4,2%	1,7%		
Master	f	4	16	11	6	2	4		
	%	9,3%	37,2%	25,6%	14,0%	4,7%	9,3%		
Doktora	f	8	4	0	4	0	0		
	%	50,0%	25,0%	,0%	25,0%	,0%	,0%		

Annenin eğitim durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre lise mezunu annelerin %45,7'si ve üniversite/yüksekokul mezunu annelerin %35,6'sı çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber

master mezunu annelerin %37,2'i çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$).

Tablo 12. Babanın Eğitim Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

		Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günde Geçirdiği Vakit						Kikare	p
		Cevaplamayan	0-1 saat	1-2 saat	2-3 saat	3-4	4-5		
						saat	saat		
Herhangi bir eğitim kurumundan mezun değil ama okuryazar,	f	0	4	0	0	0	0	150,5	0,000
	%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%		
Ortaokul	f	6	14	0	0	0	0		
	%	30,0%	70,0%	,0%	,0%	,0%	,0%		
Lise	f	21	30	21	20	2	0		
	%	22,3%	31,9%	22,3%	21,3%	2,1%	,0%		
Üniversite/Yüksekokul	f	15	81	114	24	16	9		
	%	5,8%	31,3%	44,0%	9,3%	6,2%	3,5%		
Master	f	0	11	0	10	2	0		
	%	,0%	47,8%	,0%	43,5%	8,7%	,0%		
Doktora	f	10	4	0	0	0	0		
	%	71,4%	28,6%	,0%	,0%	,0%	,0%		

Babanın eğitim durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre lise mezunu babaların %31,9'u çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Üniversite/yüksekokul mezunu babaların %44'ü çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini, master mezunu babaların %47,8'i çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$).

Tablo 13. Aile Tipi ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

		Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günde Geçirdiği Vakit						Kikare	p
		Cevaplamayan	0-1 saat	1-2 saat	2-3 saat	3-4	4-5 saat		
						saat	saat		
Çekirdek aile [Anne baba ve çocukların birlikte yaşadığı aile]	f	52	133	103	50	18	5	62,184	0,000
	%	14,4%	36,8%	28,5%	13,9%	5,0%	1,4%		
Geniş aile [Anne babanın yanı sıra dedenin ninenin ve bazı akrabaların da birlikte yaşadığı aile]	f	0	0	26	4	2	4		
	%	,0%	,0%	72,2%	11,1%	5,6%	11,1%		
Parçalanmış aile [Ayrılık veya vefat nedeniyle ebeveynlerin bir arada olamadığı aile]	f	0	11	6	0	0	0		
	%	,0%	64,7%	35,3%	,0%	,0%	,0%		

Aile tipi ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Çekirdek ailede yaşayan çocukların ebeveynlerinin %36,8'i ve parçalanmış ailede yaşayan çocukların ebeveynlerinin %64,7'si çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Buna karşın geniş ailede yaşayan çocukların ebeveynlerinin %72,2'sinin çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$).

SONUÇ

Bilgisayar ve internet teknolojilerindeki hızlı gelişmelerle birlikte bireylerin günlük yaşantılarında elektronik cihazları kullanma ihtiyaçları artmıştır. Özellikle yeni medya kullanımı, hem yetişkinlik hem de çocukluk döneminde önemli bir konuma gelmiştir. Bununla beraber yeni medyanın kullanımının çocuklar üzerindeki yaygınlığının tespit edilmesi ve ebeveynlerin bu konudaki düşüncelerinin belirlenmesi önemlidir.

Medya etkileri bağlamında okul öncesi dönem çocuklarının yeni medya kullanımının analiz edilmesidir. Araştırma Edirne'de yaşayan 6-60 aylık çocukların anne ve babaları ile sınırlıdır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından ilgili literatür doğrultusunda oluşturulan anket formu kullanılmıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının yaş ortalamaları değerlendirilmiştir. Buna göre çocukların annelerinin yaş ortalaması 33,28 ve babalarının yaş ortalaması 35,72 olarak tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının eğitim durumları incelendiğinde, çocukların annelerinin %69,8'i üniversite yüksek okul mezunuyken, babalarının %62,6'sı üniversite yüksek okul mezundur.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının aylık gelir durumları incelendiğinde, annelerinin %20,8'inin ev işlerini yaptığı ve çalışmadığı belirlenmiştir. Bununla beraber babalarının %39,9'u 5.000 TL ve üzeri gelire sahiptir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının aile tipi incelendiğinde, çocukların %87,2'sinin çekirdek aileye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının tamamının evinde televizyon bulunmaktadır. Bununla beraber %96,6'sının evinde akıllı telefon ve %94,2'sinin evinde bilgisayar bulunmaktadır. Kabali vd. (2015) ABD'de 0-8 yaş arasındaki çocukların yeni medyanın kullanım durumlarına ilişkin yürüttükleri çalışmalarında, çocukların %96,6'sının yeni medyaya erişimlerinin olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca araştırmada çocukların evlerinde %97 oranında televizyon, %83 oranında tablet, %77 oranında akıllı cep telefonu ve %58 oranında bilgisayar bulunduğu tespit edilmiştir. Dinleyici vd. (2016) Türkiye'de yaptıkları çalışmalarında ise ailelerin %71 oranında tablet sahibi olduklarını tespit etmiştir. Teknolojik gelişmişlik ve teknolojinin günlük yaşamdaki yerinin artması çocukların tablet sahibi olma durumlarını da her geçen yıl istatistiksel olarak arttırmaktadır. Rideout (2013) yaptıkları çalışmalarında tablet sahibi olan çocukların oranını %15,9 olarak tespit etmiştir. Kabali vd. (2015) çalışmalarında çocuklarda 2011 yılında tablet kullanım oranının %8 olduğunu ve 2013 yılında %40'a yükseldiğini belirtmişlerdir. Bu araştırmada da oran oldukça yüksek olarak tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının elektronik cihazla tanışma yılı değerlendirildiğinde çocukların %31,9'u televizyonla ve %30,2'si akıllı telefonla 7-12 aylıkken tanışmıştır. Çocukların %18,4'ü tabletle 25-36 aylıkken, %15,9'u bilgisayarla 13-24 aylıkken ve %12,8'i oyun konsoluyla 25-36 aylıkken tanışmıştır. Kabali vd. (2015) ABD'de yaptıkları çalışmalarında 12 aydan önce mobil medya kullanan çocukların oranını %92 olarak saptamışlardır. Rideout (2013) araştırmalarında ise 2011 yılında 24 aydan küçük çocukların mobil medya ile tanışma oranlarını %10 olarak ifade etmişken, 2013 yılında bu oranın %38'e kadar çıktığını belirtmişlerdir. Dünyada teknolojinin yaygın bir hale gelmesi her geçen yıl çocukların yeni medya ile tanışma yılını düşürmektedir. Bununla beraber AAP tarafından çocukların 24 aydan önce yeni medya araçlarının kullanımı tavsiye edilmemektedir. Ayrıca 24 aydan sonrada kısıtlı kullanımları öngörülmektedir (AAP, 2013; Christakis, 2014).

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının elektronik cihazla geçirdiği zaman değerlendirildiğinde, çocukların %34,8'inin televizyonla, %33,1'inin akıllı telefonla, %20,3'ünün tabletle, %15,2'sinin bilgisayarla ve %13,3'ünün oyun konsoluyla günde 0-1 saat zaman geçirdiği belirlenmiştir. Bir çocuğun farklı elektronik cihazları gün içinde kullanımları düşünüldüğünde, çocukların elektronik cihazlarla geçirdikleri zamanın oldukça fazla olduğu ifade edilebilir. Duch vd. (2013) ABD'de yaptıkları çalışmalarında 1 yaşında olan çocukların haftada ortalama 10 saat televizyon veya video izlediklerini tespit etmişken, bu oranın 2 yaşında 15 saate çıktığı ifade edilmiştir.

Çocuğun video izleme durumu değerlendirildiğinde, çocukların %59,2'si ilk kez televizyondan video izlemiştir. Çocukların %47,3'ü ise şu anda en çok akıllı telefon üzerinden video izlemektedir.

Çocuğun video izlemeye başlamasındaki etken durumları değerlendirildiğinde %35,7'sinin yemek yesin diye videoya başlatıldığı ifade edilmiştir. Çocukların %29'unun ise bir defada aralıksız en fazla izlediği video ya da elektronik oyun süresi ise yarım saattir.

Çocuğun kendisine ait elektronik cihazı olma durumu değerlendirildiğinde, çocukların %73,9'unun kendisine ait elektronik cihazı olmadığı ifade edilmiştir. Sadece çocuğun kullanımı için video indirme durumu ise %34,3 oranındadır.

Çocuğun tablette veya akıllı telefonda kendi başına yapabildikleri değerlendirildiğinde, çocukların %24,6'sı parmağıyla resim kaydırabilmekte, %22,2'si internete girebilmekte, %20,5'i fotoğraflara girebilmekte ve %20,5'i video oynatırken reklam atlayabilmektedir.

Çocuğun günlük video izleme veya oyun oynama sürelerini takip etme durumu incelendiğinde, ebeveynlerin %55,1'i her zaman kontrol ettiğini ve %36,2'si çoğu zaman kontrol ettiğini belirtmiştir. Çocuğun bilgisayar, tablet, akıllı telefon, oyun konsolu ile vakit geçirmesiyle ilgili düşünceleri değerlendirildiğinde %62,3'ü belli süreleri aşmamak kaydıyla sakınca görmediğini ifade etmiştir.

Çocuğun elektronik cihazla vakit geçirme durumuna yönelik olumlu ve olumsuz değerlendirmeler incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan ebeveynlerin %36,5'i "Zararlı içeriklere erişmesinden korkuyorum", %35'i "Bağımlılık yaratmasından korkuyorum" cevaplarını vermişlerdir. Bununla beraber %34,3'ü sakınca bulmadığını ifade etmiştir.

Ebeveynlerin %32,4'ü çocukların yaşına uygun içeriklerin onun gelişimine katkı sağladığını ifade etmiştir. Ayrıca %26,6'sı hayal dünyasının genişlediğini ifade etmiştir. Tomopoulos ve ark. (2014) Norveç'te 527 çocuk üzerinde yaptıkları araştırmalarında 2 yaşın altındaki çocukların diğer çocuklara göre arka planda kalan televizyon yayınlarından daha fazla etkilendiklerini tespit etmişlerdir. Evde yetişkinler tarafından televizyonda çocuklar için uygun olmayan içeriklerin izlenmesinin, çocukların bilişsel ve psikolojik sağlıklarını olumsuz yönde etkileyebileceği ifade edilmiştir.

Çocuğun tablet/akıllı telefon/ bilgisayar veya oyun konsolunda vakit geçirirken ona birinin eşlik etme durumu incelendiğinde %27'si çoğu zaman ve %25,1'i her zaman cevabını vermiştir.

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının %39,1'i kreşe gitmiştir. Çocukların %63,3'ünün evin yakınında çocuğun oynayabileceği veya spor yapabileceği tesis vardır ancak yeterli değildir. Çocukların %46,1'inin yeterince arkadaşlarıyla vakit geçirdiği ifade edilmiştir.

Çocukların sosyal hesap kullanma durumları incelendiğinde, %10,6'sının ebeveyn tarafından açılan ve yönetilen Facebook hesabı olduğu yine %11,8'inin ebeveyn tarafından açılan ve yönetilen Instagram hesabı olduğu tespit edilmiştir.

Tablet/akıllı telefon/bilgisayar/oyun konsolu kullanımının kısıtladığında çocuğun verdiği tepki değerlendirildiğinde, çocukların %87,4'ünün ağladığı ifade edilmiştir. Çocuğun akıllı telefon/tablet/bilgisayar/oyun konsolu kullanımı ile ilişkili olduğu düşünülen durumlar değerlendirildiğinde ise çocukların %19,8'inin dikkat dağınıklığı ile ve %18,8'inin konuşurken ebeveynini dinlememesi ile ilişkilendirilmiştir.

Çocuğun genel sağlık durumu değerlendirilmiştir. Buna göre çocukların %57,9'unun bedensel sağlığının iyi, %54,3'ünün ruhsal sağlığının iyi olduğu ifade edilmiştir. Bununla beraber çocukların %1,2'sinin ruhsal sağlığının kötü olduğu belirlenmiştir. Çocukların %8'inde görme bozukluğu ve %4,6'sında dikkat dağınıklığı söz konusudur.

Araştırma sonucunda 0-60 ay çocukların elektronik cihaz kullanımlarının önemli düzeyde olduğu görülmektedir. Çocukların önemli bir kısmı 1 yaşını doldurmadan elektronik cihazla tanışmıştır. Ebeveynlerin sıklıkla yemek yemeleri için çocuklarına elektronik cihaz verdikleri görülmüştür. Çocuklar günlük zamanlarının önemli bir kısmını televizyonda veya akıllı telefonda geçirmektedir. Ayrıca çocukların bir kısmının sosyal medya hesapları bulunmakta ve bu hesaplar çoğunlukla ebeveynler tarafından yönetilmektedir.

Annenin eğitim durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre lise mezunu annelerin %45,7'si ve üniversite/yüksekokul mezunu annelerin %35,6'sı çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber master mezunu annelerin %37,2'i çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Babanın eğitim durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre lise mezunu babaların %31,9'u çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Üniversite/yüksekokul mezunu babaların %44'ü çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini, master mezunu babaların %47,8'i çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Benzer şekilde Duch vd.(2013) meta yöntemine dayalı araştırmalarında anne babaların eğitim düzeyleri ile çocukların yeni medya kullanımı arasında kesinlik kazanan bir ilişkinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Annenin gelir durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre çalışmayan annelerin %38,2'si ve ev işlerini yapan annelerin %47,6'sı çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Bununla beraber asgari ücret alan annelerin tamamı, 2020-3000 TL alan annelerin yarısı, 3000-4000 TL alan annelerin %43,4'ü, 4000-5000 TL alan annelerin %39,7'si ve 5000 TL ve üzeri alan annelerin %33,9'u çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Babaların gelir durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre 2020-3000 TL alan babaların %58,8'i, 3000-4000 TL alan babaların %49,2'si, 4000-5000 TL alan babaların %41,2'si çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Buna karşın 5000 TL ve üzeri alan babaların %47,9'u çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Duch vd. (2013) araştırmalarında çocuklarda yeni medyanın kullanım durumu ve aile gelir düzeyi arasında istatistiksel farklılık olmadığını ifade etmişlerdir. Yeni medyaya yönelik kullanımın artması, yeni ürünler ve uygun fiyatların söz konusu olması, her sosyo-ekonomik seviyeden ailenin rahatlıkla yeni medyaya ulaşabilmesini sağlamaktadır (Seyrek vd., 2017).

Aile tipi ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Çekirdek ailede yaşayan çocukların ebeveynlerinin %36,8'i ve parçalanmış ailede yaşayan çocukların ebeveynlerinin %64,7'si çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Buna karşın geniş ailede yaşayan çocukların ebeveynlerinin %72,2'sinin çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.

Çocukların medya araçlarını kullanım alışkanlıklarında, ebeveynlerin medya kullanım alışkanlıkları etkili olmaktadır. Çocuklarda medya kullanım alışkanlıkları, ebeveyn davranışlarından doğrudan etkilenmektedir. Bununla beraber çocuklar ve yetişkinlerin yeni medyayı kullanımları arasındaki farklılıklar önemlidir. Çocuklarda yeni medya kullanımına yönelik mekan, zaman ve içerik kısıtlamalarının dikkate alınması ve ebeveyn kontrolünde kullanımın gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Gentile vd., 2014).

Teknolojik gelişmelere paralel olarak insan yaşamında teknoloji kullanımı günlük yaşamın vazgeçilmezi olarak değerlendirilmektedir. Sadece yetişkinler için değil çocuklar içinde günlük yaşamda teknoloji kullanımı önemli bir hale gelmiştir. Özellikle yeni medya kanalları aracılığıyla birçok bilgiye ve veriye ulaşılmasının mümkün olması, her yaşta bireyin yeni medyayı sıklıkla kullanmasına neden olmaktadır. Çocukluk döneminde yeni medyanın kullanımı üzerinde birçok faktör etkili olabilmektedir. Özellikle çocukların yemek yemesi veya ebeveynlerin kendilerine zaman ayırabilmeleri için çocuklarını yeni medyaya yönlendirmeleri söz konusu olmaktadır. Bununla beraber çocukların yeni medya kullanımlarının denetlenmesi ve sınırlandırılması, günümüzün en önemli sorunlarının başında

yer almaktadır. Çocukların birçok bilgiye ve görsele rahat bir şekilde ulaşabilmesi, onların psikolojik ve fiziksel sağlığını olumsuz yönde etkileyebilecektir. Bu nedenle çocukluk döneminde yeni medyanın kullanımına yönelik olarak çalışmaların artırılması ve ebeveynlerin bu konuda farkındalıklarının yaratılması gerekmektedir.

Araştırma bulguları kapsamında öneriler şu şekildedir:

- Aile sağlık merkezlerinde çocukların yeni medya kullanımı sorgulanmalı ve takip edilmelidir. Her çocuğa ve ebeveyne özel olarak yeni medya kullanımına yönelik planlama yapılmalıdır.
- İki yaşına kadar çocukların yeni medyayı kullanmalarının önüne geçilmelidir. İki yaşından sonra günlük kullanım 1 saatten az olmak koşuluyla yüksek kaliteli ve çocuk gelişimini olumlu yönde destekleyen programlara dikkat edilmelidir.
- Yemek sırasında ve uykudan 1 saat öncesine kadar yeni medyanın kullanımının sınırlandırılması gerekmektedir.
- Çocukların yeni medyaya yönelik alışkanlıklarını doğru şekilde kazanabilmeleri için çocuk hekimleri ve ebeveynlerin işbirliği halinde çalışmaları önemli olarak görülmektedir.

Gelecek dönemde yapılacak olan çalışmalar için şunlar önerilebilir:

- İleride yapılacak olan çalışmalarda kırsal ve kentsel alanlarda çalışmalar yürütülerek, bölgesel farklılıklar karşılaştırılabilir.
- İleride yapılacak olan çalışmalarda çocukların ve anne-babanın yeni medya kullanım durumları incelenerek karşılaştırmalar yapılabilir.
- İleride yapılacak olan çalışmalarda ailelerle görüşmeler yapılarak, nitel veri analizi tekniklerinden faydalanılabilir.

KAYNAKÇA

Akçalı, Selda İçin (2207) *Çocuk ve Medya*. İstanbul: Ebabil Yayınları

Arklan, Ü. (2008). “*Bilgi Toplumu Ve İletişim: Bilginin Yayılması Sürecinde Kitle İletişim Araçları ve İnternet*”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt 5, Sayı 3, ss. 67-80.

Cereci, S. ve Özdemir, H. (2015). “*Medyanın Toplumsal Gelişimi: Medya Toplumlari*”, International Journal of Social Science, Doi number: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2786>. 33.1-10.

Christakis, D. A. (2014). “*Interactive Media Use at Younger Than The Age of 2 Years: Time to Rethink The American Academy of Pediatrics Guideline*”, JAMA pediatrics. Volume 168, No 5, ss. 399-400.

Duch H, Fisher Em, Ensari I, Harrington A. (2013). “*Screen time use in children under 3 years old: a systematic review of correlates*”. The International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity. No 10, s.102.

Ertürk, Y. D. (2011). *Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı*, M. R. Şirin (ed.). Çocuk Hakları ve Medya içinde (ss.49-89), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları

Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*, (çev. İlker Kalaycı-Diyar Saraçoğlu), İstanbul, Notabene Bilişim Yayınları.

Gentile, D. A, Reimer, R. A., Nathanson, A. I., Walsh, D. A., Eisenmann, J. C. (2014). “*Protective Effects of Parental Monitoring of Children's Media Use: A Prospective Study*”, JAMA pediatrics. Volume 168, No 5, ss. 479-484.

Güney, S. (2017). *Sosyal Psikoloji*, 4. Basım. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Güngör, N. (2016). *İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar*, 3. Basım. Ankara: Siyasal Kitapevi.

- HOFFNER, C. (1997). “Children’s Emotional Reactions to a Scary Film: The Role of Prior Outcome Information and Coping Style”. *Human Communication Research*, No 23, ss. 323-341.
- Kabali, H. K., Irigpoyen, M. M., Nunez-Davis, R., Budacki, J. G., *Media Devices by Young Children*”, *Pediatrics*, Volume 136, No 6, ss. 1044-1050.
- Karakulakoğlu, E. S. ve Demir Askeroğlu, E. (2019). *Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik 'Yurttaş Gazeteciliği': Kuşaklar üzerine bir araştırma*. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 7(1): 508-536.
- Lindenberg, S. (2003), “James Coleman”, *The Blackwell Companion to Major Contemporary Social Theorists*,(eds. Ritzer,G.), Malden: Blackwell Pub., 90 – 121.
- Livingstone, S., &Third, A. (2017). Children and young people’s rights in the digital age: *An emerging agenda*. *New Media & Society*. ISSN 1461-4448
- Manning, P. (2004). “Gutenbergre: Electronic Entry To The Historical Professoriate”, *The American Historical Review*, Volume 109, No 5, 1505-1526.
- Morgan, T.C. (1999). *Psikolojiye Giriş*, Çev. H. Arıcı, I. Savaşır, O. İmamoğlu ve Ark., Ankara, Hacettepe Üniversitesi.
- Özmen, M. (2012). “Bilgi Toplumu’nda Yaşamın Getirdiği Sosyal ve Kültürel Değişikliklerin Görsel İletişim Tasarımı Alanındaki Etkileri ve Bilgilendirme Tasarımı”, Accessed June, No 20, 2016.
- Rideout V. (2013). *Zero to eight: children’s media use in America 2013: a Common Sense Media research study*. Common Sense Media.
- Seyrek S, Cop E, Sinir H, Uğurlu M, Senel S. (2017). “Factors associated with Internet addiction: Cross-sectional study of Turkish adolescents”. *Pediatrics International: Official Journal Of The Japan Pediatric Society*. Volume 59, No 2, ss.218-22.
- Tomopoulos S, Cates CB, Dreyer BP, Fierman AH, Berkule SB, Mendelsohn AL. (2014). “Children Under The Age Of Two Are More Likely To Watch Inappropriate Background Media Than Older Children”. *Acta Paediatrica* Volume 103, No 5, ss.546-52.
- Türkoğlu, N. (2010). *Toplumsal İletişim*, İstanbul: Urban Yayınevi.
- Yarıcı, M. (2009). *Lider Markaya Saldıran Rakip Reklamlarının, Lider Markanın Sadık Müşterileri Üzerindeki Aşılama Etkileri*. Bahçeşehir Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yengin, D. (2017). *İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Yengin, D. ve Bayrak, T. (2018). *Yeni Medya ve Sanal Gerçeklik*, 1. Baskı. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları.
- Yeni Medya ve Aile Çalıştayı (2019). *İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları*, I. Baskı.

Atıf için:

Durmuş, K. ve Övür, A. (2021) Medya Etkileri Bağlamında Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Yeni Medya Kullanımının Analizi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5 (2), 136-155