



T. C.

İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ

TIP FAKÜLTESİ

ÇOCUK SAĞLIĞI VE HASTALIKLARI ANABİLİM DALI

**6-60 AY ARASI ÇOCUKLARDA MEDYA
ARAÇLARINI KULLANMA ALIŞKANLIKLARININ
İNCELENMESİ**

UZMANLIK TEZİ

Dr. HAKAN ÖZCAN

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. DERYA DOĞAN

MALATYA 2018

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
İÇİNDEKİLER	i
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLolar DİZİNİ.....	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	ix
1. GİRİŞ VE AMAÇ	1
2. GENEL BİLGİLER	3
2.1. Görsel Medya Araçları.....	3
2.1.1. Görsel Medya Araçlarının Dünyada ve Ülkemizde Kullanım Sıklığı.....	3
2.1.2. Görsel Medya Araçlarının Çocukluk ve Erken Çocukluk Döneminde Kullanım Sıklığı.....	4
2.1.3. Görsel Medya Araçlarına Sahip Olma Durumu	4
2.1.4. Görsel Medya Araçlarına En Erken Maruz Kalma Yaşı	5
2.1.5. Görsel Medya Araçları ile Geçirilen Süre	5
2.1.6. Görsel Medya Araçlarında Tercih Edilen Programlar	6
2.1.7. Görsel Medya Araçları ile İlgili Anne Babaların Tutum ve Davranışları	6
2.1.7.1. Anne ve Babaların Görsel Medya Araçlarına İzin Verme ya da Vermeme Nedenleri	7
2.1.7.2. Anne ve Babaların Görsel Medya Araçları Kullanımı Sırasındaki Tutumu .	8
2.2. Görsel Medya Araçları ve Çocuk Sağlığı Üzerine Etkileri	9
2.2.1. Görsel Medya Araçlarının Çocuk Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri.....	9
2.2.1.1. Görsel Medya Araçlarının Erken Çocukluk Döneminde Fiziksel Etkileri....	9
2.2.1.1.1. Obezite	9
2.2.1.1.2. Uyku Bozuklukları.....	10
2.2.1.1.3. Kas ve İskelet Sistemi Bozuklukları	10
2.2.1.2. Görsel Medya Araçlarının Erken Çocukluk Döneminde Gelişim Üzerine Etkileri	10
2.2.1.2.1. Bilişsel, Dil ve Konuşma Gelişimi	11

2.2.1.2.2. Sosyal ve Duygusal Gelişim	11
2.3. Görsel Medya Araçlarının Çocuk Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkilerini Önleme ve Çocuk Hekimlerinin Rolü	12
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	14
3.1. Araştırmanın Türü.....	14
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	14
3.2.1. Örneklem Giriş Koşulları	14
3.2.2. Örneklemden Dışlanma Koşulları	14
3.3. Örneklem Sayısı.....	14
3.4. Veri Toplama Aracı	15
3.5. Araştırmanın Yapılması Sırasında Yapılan Uygulamalar	16
3.6. Verilerin Analizi	16
3.7. Etik Kurul Onayı.....	16
4. BULGULAR.....	17
4.1. Örneklem Sosyodemografik Özellikleri	17
4.2. Ailelerin Medya Araçlarına (TV, tablet, akıllı telefon, bilgisayar) Sahip Olma Durumu ve Kullanımlarına İlişkin Bilgilerin Dağılımları.....	19
4.3. Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin İlgili Bilgilerin Dağılımı	20
4.4. Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin Yaş ve Süre Dağılımı	22
4.5. Çocuğun Cinsiyeti ve Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı/Maruz Kalma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	22
4.6. Çocuğun Medya Aracı Kullanımına İlişkin Değerlendirme.....	23
4.7. İkamet ve Gelir Düzeyi İle Çocuk Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	24
4.8. Çocuğun Ailenin Kaçınıcı Çocuğu Olması İle Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	25
4.9. Anne Baba Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	25
4.10. Anne Baba Yaş Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	26
4.11. Anne Baba Öğrenim Durumu İle Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	27
4.12. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	27

4.13. Görsel Medya Araçlarını Kullandırma Sebeplerine Göre Anne Baba Eğitim Süresinin Değerlendirilmesi.....	28
4.14. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğitici Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	30
4.15. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğlenceli Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	31
4.16. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile İş Yapmak İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	32
4.17. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Yemek Yedirmek için Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	33
4.18. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Sakinleştirmek için Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	34
4.19. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Uyumak İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	35
5. TARTIŞMA	38
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	48
EKLER.....	55
Ek 1. Anket Formu.....	55
Ek 2. Gönüllü Bilgilendirme ve Onay Formu.....	57
Ek 3. Etik Kurul İzni.....	58

TEŞEKKÜR

Dokuz Eylül Üniversitesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalında başlayıp İnönü Üniversitesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalında birçok zorlu süreçten geçerek sonuna geldiğim asistanlık eğitimini tamamlamış olmaktan gurur ve mutluluk duymaktayım.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, değerli bilgilerini benimle paylaşan, kendisine ne zaman danışsam bana kıymetli zamanını ayırıp sabırla ve büyük bir ilgiyle bana faydalı olabilmek için elinden gelenden fazlasını sunan gelecekteki mesleki hayatımda da bana verdiği değerli bilgilerden faydalanacağımı düşündüğüm danışman hocam Doç. Dr. Derya DOĞAN'a,

Tüm asistanlık süresince bilgi ve tecrübesinden faydalandığım insani değerlerine gıpta ile bakarak örnek aldığım anabilim dalı başkanımız saygıdeğer hocam Prof. Dr. M. Ayşe SELİMOĞLU'na,

Asistanlık eğitimim süresince bilgi ve tecrübelerini sabırla bizlere aktaran, akademik çalışmalarda bize her türlü kolaylık ve yardımı yapan ve gerek hastalar gerekse bizler için yaptıklarına sonsuz saygı duyduğum tüm hocalarıma, branş rotasyon eğitiminde ve akademik çalışmalarda bana yardımcı olan tüm hocalarıma ve ekiplerindeki herkese; birlikte çalışmaktan gurur duyduğum asistan arkadaşlarıma; değerli uzman hekimlere, klinik-poliklinik hemşire ve çalışanlarına,

Bu günlere gelmemde büyük pay sahibi olan, varlıkları ile bana güç veren, desteklerini hep yanı başımda hissettiren annem, babam ve ablama,

Hayatıma anlam katan yegane sebebim, her zor anımda yanı başımda olup, bir ömür paylaşacağım eşim Dr. Kübra Nur ÖZCAN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Dr. Hakan ÖZCAN

2018

ÖZET

6-60 Ay Arası Çocuklarda Medya Araçlarının Kullanım Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi

Amaç: Medya araçlarının kullanımı toplum genelinde oldukça yaygınlaşmıştır. Medya maruziyetinin çok erken yaşlarda başlaması yeni nesillerin sağlığı ve gelişimi açısından önemli riskler taşımaktadır. Çalışmamızda 6-60 ay arası çocukların medya araçlarını kullanım sıklığı, ilk kullanım yaşları, medya araçlarını kullanımda ailelerin tutumu sosyoekonomik ve eğitim düzeyleri ile ilişkisi araştırılarak literatüre katkıda bulunulması amaçlanmıştır.

Gereç ve Yöntem: Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları polikliniklerine Ocak - Haziran 2018 tarihleri arasında 308 ebeveyn çalışmaya dahil edildi. Ebeveynlere 37 sorudan oluşan araştırma formu yüz yüze görüşme tekniği ile uygulandı.

Bulgular: Çalışmadaki çocukların televizyona ilk defa maruz kaldıkları yaş ortalaması 11.93 ± 7.29 ay olarak saptandı. Çocukların son 1 hafta içerisinde ortalama TV izleme süresi ortalama 2.28 ± 1.79 idi. Ailelerin % 82,2'si medya araçlarını çocuklarını eğlendirmek için kullandıklarını belirtmişlerdir. Medya araçlarının kullanımı ile eve giren gelir arasında ilişki saptanmamıştır. Medya araçlarını eğitici olduğunu düşünerek çocuklarına kullandırtan anne-babaların eğitim süreleri anlamlı olarak yüksek saptanmıştır ($p < 0.05$).

Sonuç: İlk 2 yaşta görsel medya araçlarının kullanılmaması, 2 yaşından sonra da süre veya içerik kısıtlaması ile birlikte denetimli olarak kullanılması önerilmektedir. Buna karşın 12 aydan küçük çocuklarda bile, eve giren gelirden ve ebeveynin eğitim süresinden bağımsız olarak, medya araçlarının kullanımının dikkat çekici oranda yüksek olduğu saptanmıştır. Çocukluk döneminde görsel medya araçlarının doğru ve etkin kullanılabilmesi için çocuk hekimleri ebeveynler ile iş birliği içinde olmalıdır.

Anahtar kelimeler: Medya, çocuk, televizyon, tablet, cep telefonu, bilgisayar

ABSTRACT

Aim: The use of media devices has become widespread in the whole society. The introduction of media exposure at an early age carries significant risks for the health and development of new generations. In our study, it was aimed to investigate the frequency of using media devices for children between 6 and 6 months, age of first use, attitude, socioeconomic and educational levels of the family and contribute to the literature.

Material and Method: A total of 308 parents who were admitted to pediatric outpatient clinic between January - June 2018 were included. The questionnaire consisting of 37 questions was applied to the parents by face-to-face interview technique.

Results: The mean age of exposure to television for the first time was 11.93 ± 7.29 months. Average TV viewing time was 2.28 ± 1.79 in the last week. Of the families 82.2% mentioned that they used media to entertain children. There was no relationship between the use of media tools and income. Parents who taught the media tools to be educative had higher education levels ($p < 0.05$).

Conclusion: It is recommended that visual media tools should not be used in the first 2 years and should be used with supervision after the age of 2 with content restriction. Even in children under 12 months, the use of media devices were significantly higher regardless of the income and the duration of the parent's education. Pediatricians should cooperate with parents to establish a correct and effective relationship with visual media tools in childhood.

Key words: Media, child, television, tablet, smartphone, computer

TABLolar DİZİNİ

Tablo 4.1.: Örneklemın Sosyodemografik Özellikleri	18
Tablo 4.2.: Görsel Medya Araçlarına (TV, tablet, akıllı telefon, bilgisayar) Sahip Olma Durumu ve Kullanımlarına İlişkin Bilgilerin Dağılımları.....	20
Tablo 4.3.: Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin İlgili Bilgilerin Dağılımı	21
Tablo 4.4.: Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin Yaş ve Süre Dağılımı	22
Tablo 4.5.: Çocuğun Cinsiyeti ve Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı/Maruz Kalma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	23
Tablo 4.6.: Çocuğun Medya Aracı Kullanımına İlişkin Değerlendirmeler	24
Tablo 4.7.: İkamet ve Gelir Düzeyi ile Çocuk Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	25
Tablo 4.8.: Çocuğun Ailenin Kaçınıcı Çocuğu Olması ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	25
Tablo 4.9.: Anne Baba Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	26
Tablo 4.10.: Anne Baba Yaş Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	27
Tablo 4.11.: Anne Baba Öğrenim Durumu ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	27
Tablo 4.12.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi.....	28
Tablo 4.13.: Görsel Medya Araçlarını Kullandırma Sebeplerine Göre Anne Baba Eğitim Süresinin Değerlendirilmesi	29
Tablo 4.14.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğitici Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	31
Tablo 4.15.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğlenceli Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi ..	32
Tablo 4.16.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile İş Yapmak İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	33
Tablo 4.17.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Yemek Yedirmek İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi ..	34
Tablo 4.18.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Sakinleştirmek İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	35

Tablo 4.19.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Uyumak İçin Medya Araçlarını
Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi 36



SİMGELER VE KISALTMALAR

AAP	:Amerikan Pediatri Akademisi
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
SPSS	:Scientific Package for Social Science
TV	:Televizyon



1. GİRİŞ VE AMAÇ

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de toplumun medya araçlarını kullanma sıklığı gün geçtikçe artmaktadır. Son yıllarda medya araçlarının çocuklar tarafından kullanımı da büyük oranda artmış ve bu durum çocukluk döneminde ekran maruziyetinin sağlık üzerine etkilerini araştırma ihtiyacını doğurmuştur.

Medya araçlarının (televizyon, tablet, akıllı telefon, bilgisayar) kullanım kolaylığı, taşınabilir olması, her gün artan içerik kapasitesi gibi sebeplerle toplum ile beraber çocuklar tarafından da kullanımları giderek artmaktadır (1). Hemen hemen her gün farklı tür ve içerikte medya araçlarının ortaya çıkması toplumun her sosyoekonomik kesimine ulaşmasına imkan sağlamaktadır. Bu durum, toplumun en önemli kesimini oluşturan çocukları da etkisi altına almıştır. Medya araçlarına maruziyet, yaşı küçük olan çocukları yaşı büyük olan çocuklara oranla daha olumsuz şekilde etkilemektedir. Çocuk sağlığı ve hastalıkları ile ilgili kaynaklarda bu konuyla ilişkili yeterli bilgilendirmeler bulunmamaktadır, buna karşın yaşamın ilk 24 aylık döneminde medya araçlarının kullanımı tavsiye edilmemektedir. İki yaşından sonra ise olası etkiler açısından dikkat edilmesi gereken noktaların ortaya çıkarılmasına ve alınabilecek önlemlere ihtiyaç duyulmaktadır (2).

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre sağlıklı olmak; bedensel, psikolojik ve sosyal iyilik durumunun beraber bulunmasıyla mümkün olabilmektedir. Özellikle çocukluk çağının ilk dönemlerinde sağlığa doğrudan etkisi olabilecek durumlardan biri olan ve toplum hayatına yön verebilecek kadar yaygınlaşan medya araçlarının kullanımına etki eden faktörler, kullanım sebepleri, kullanımın sağlık üzerine etkileri ile bilgiler çok fazla değildir(1). Sağlık tanımının içerisinde yer alan bedenen ve ruhen iyilik halinin devamı, çocukların yaşam biçimlerinin, alışkanlıklarının ve içerisinde buldukları ortamın şekillendirmesiyle var olabilmektedir. Tüm bu unsurları tek başına etkileyebilen medya araçlarının kullanımı en güncel konu olarak karşımıza çıkmaktadır (3).

Bebekler, küçük çocuklar ve okul öncesi çocuklar artık giderek artan oranlarda benimsedikleri geleneksel ve yeni teknolojilerle donatılmış ortamlarda yetişmektedirler(4). Amerikan Pediatri Akademisi (AAP) çocuk sağlığı üzerine bir halk sağlığı sorunu haline gelen bu durum nedeniyle 2013 ve 2016 yıllarında rehber yayınlama gerekliliği duymuştur (4, 5). Bu rehberin ilk yayınında çocuk hekimlerine yönelik olarak her muayene sırasında günlük medya aracı kullanım süresinin ve çocuğun uyuduğu odada görsel medya aracı varlığının sorgulanması önerilmiştir. Rehberin ailelere yönelik önerilerinde ise; çocukların

görsel medya araçları ile karşılaşmasının engellenmesi ve evdeki toplam ekran maruziyeti süresinin 1-2 saat olarak kısıtlanması gerektiği belirtilmiştir. Medya araçlarının kullanımı sırasında çocuklara eşlik ederek hem izledikleri programları kontrol etmenin hem de izlenen programı anlatarak ekranın zararlı etkilerini azaltmanın gerekliliği vurgulanmıştır (5). Son rehber; çocuk hekimlerine yönelik olarak, tüm ailenin medya araçları kullanım alışkanlıklarını erken dönemde incelemeye başlaması gerektiğini; 18-24 ay arası çocuk sahibi olup çocuklarını medya araçlarıyla tanıştırmak isteyen ailelere de yüksek kaliteli programları seçmeleri ve bu programları mutlaka çocuk ile beraber kullanmalarını önermektedir (4). İki yaşından büyük çocukların da yüksek kaliteli programları ebeveynleri ile beraber 1 saatten az süreli olarak kullanmalarını önermektedir.

Çalışmamızda toplumdaki medya araçlarının 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.

2. GENEL BİLGİLER

2.1.Görsel Medya Araçları

İlk olarak 1993 yılında ortaya çıkan mobil medya araçları, 2000’li yıllar ile teknolojideki büyük gelişmelerin getirisi sayesinde hızla gelişim ve değişim göstermiştir. Akıllı telefonlar 90’lı yılların sonunda ortaya çıkmış ve dünya, benzer zamanlarda bilgisayarların yerini alacak olan tabletler ile tanışmıştır. Bu hızlı ilerleme tahmin edileceği üzere çok büyük ve güçlü bir sektörün oluşmasına sebebiyet vermiştir. Bu büyük sektörün tüm dünyaya, toplumlara ve dolayısıyla günlük hayatlarımıza etki etmesi kaçınılmazdır.

Günlük yaşantıya her geçen gün daha fazla entegre olan teknoloji ve teknolojinin getirisi medya araçları tüm toplumu olduğu gibi çocukları da birçok konuda etkilemektedir. Çocuklar uzun zamandır televizyon ile etkileşimde olduğundan televizyonun çocuk sağlığına etkilerini araştıran çalışmalar yapılmasına karşın; tablet, akıllı telefon, bilgisayar gibi medya araçlarının çocuk sağlığı üzerine etkilerini araştıran çalışmalar yeterli değildir (6).

2.1.1. Görsel Medya Araçlarının Dünyada ve Ülkemizde Kullanım Sıklığı

Geleneksel medya araçlarından olan televizyondan yeni medya araçlarına (akıllı cep telefonu, tablet ve bilgisayar) doğru gelişim gösteren görsel medya araçları yetişkin ve dolayısıyla çocukların hayatlarında oldukça fazla yer almaktadır.

Digital 2016’nın sunduğu rapora göre; özellikle son yıllarda görsel medya araçlarının kullanımında hızlı bir artış söz konusudur. Haziran 2016’da dünya nüfusu 7.395 milyar olarak saptanmakla birlikte görsel medya araçlarının, nüfusun %50’lik kısmını etkisi altına aldığı görülmektedir. Dünyada 3.42 milyar kişinin internet, 2.31 milyar kişinin sosyal medya, 3.79 milyar kişinin mobil medya aracı, 1.97 milyar kişinin de mobil cihazlarla sosyal medya kullanmakta olduğu saptanmıştır. İnternet kullanımında bir önceki yıla göre %10’luk (332 milyon kişi) artış olduğu görülmüştür. Bu oran sosyal medya kullanımında %10 (219 milyon), mobil akıllı telefon kullanımında %4 (141 milyon), mobil sosyal medya kullanımında %17 (283 milyon) oranında kullanıcı anlamına gelmektedir (7).

Aynı çalışmanın verilerine göre; Türkiye nüfusunun %86’sı en az bir cep telefonu, %56’sı akıllı telefon, %48’i masaüstü ya da dizüstü bilgisayar, %11’i tablet sahibidir. Türkiye’de bilgisayar veya tablet aracılığıyla internet kullanımı yaklaşık olarak günde 4 saat 14 dakika, sosyal medya kullanımı günlük 2 saat 32 dakikadır (7).Türkiye’de nüfusun

%58'inin aktif internet, %53'ünün aktif sosyal medya kullanıcısı, %90'ının mobil bağlantı sahibi ve %45'inin mobil araçlar ile aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu bilinmektedir(7).

2.1.2. Görsel Medya Araçlarının Çocukluk ve Erken Çocukluk Döneminde Kullanım Sıklığı

Çocuklar, özellikle televizyon ve geçmişi daha yakın zamana dayanan görsel mobil medya araçlarının çevrelediği bir alanda büyümektedirler. Rideout ve arkadaşlarının 2013 yılında yaptığı bir çalışmada 0-2 yaş grubu çocukların % 31'i, 2-4 yaş grubu çocukların % 67'si günlük 1 saate yakın en popüler görsel medya aracı olan televizyonu izleyerek geçirmektedirler (8).

Bununla birlikte, çocuklar arasında dokunmatik medya araçlarının kullanımı artmaktadır. 2013 yılında ABD'de, 2 yaşın altındaki çocukların % 6'sı, günde ortalama 2 dakika boyunca dokunmatik medya aracı kullanmaktadırlar (8). 2015'te Fransa'da 2 yaşın altındaki çocukların % 21'inin mobil medya aracı kullandığı saptanmıştır (9).

Kabali ve arkadaşlarının 2015'te ABD'de yaşları 6 ay ila 4 yaş arasında olan 350 çocuğu dahil ederek yaptığı bir çalışmada neredeyse tüm çocukların (%96,6) medya araçlarını kullandığı, bu çocukların büyük bir kısmının 1 yaşından önce bu cihazları kullanmaya başladığı ve 2 yaşına gelene kadar her gün kullandıkları bildirilmiştir (1).

Bu veriler görsel medya araçlarının yıldan yıla çocukluk yaş grubunda artan kullanım oranını göstermektedir.

2.1.3. Görsel Medya Araçlarına Sahip Olma Durumu

Toplumdaki gelir düzeyleri birbirinden çok farklı olsa da medya araçları tüm toplumda sık olarak kullanılmaktadır. Bundaki en önemli faktörün gelişen teknoloji sayesinde çeşitliliğin artması olduğu söylenebilir. Toplumdaki bu medya araçlarının kullanımının artması çocukların kullanımının artması ile doğrudan ilişkilidir. Çünkü hem çevresindeki yetişkinlerin kullanım oranının artması, hem de kendi ile yaşıt çocukların kullanımının artması herhangi bir medya aracı ile karşılaşma olasılığını artırmaktadır.

Türkiye'de Arnas ve ark.'larının 2005 yılında yaptığı bir çalışmada 3-18 yaş grubu çocukların %36'sının evinde bilgisayar ve %22'sinin evinde internet olduğu bildirilmiştir. Aynı araştırmada ebeveynlerin eğitim düzeyi arttıkça evde bulunan görsel medya araçlarının sayısının da arttığı da görülmüştür (10).

2.1.4. Görsel Medya Araçlarına En Erken Maruz Kalma Yaşı

Medya araçlarının kullanımı, santral sinir sisteminin olgunlaşma ve gelişiminin en hızlı olduğu küçük yaşlardan itibaren başlamaktadır (6). Bu erken karşılaşma nedeniyle çocukların beyin gelişimindeki olumsuz etkilenmenin çok daha fazla olabileceği, medya araçlarının haricinde bir dünya olmadığı fikrinin ortaya çıkabileceği ve medya araçlarına olan bağlanmanın çok daha kolay olabileceği öngörülebilir. Medya araçlarının içeriğinin uygun olması, başlama yaşının doğru planlanması, kullanım süresinin düzenlenmesi, kullanım sırasında eşlik durumunun doğru ayarlanması olumlu etkileşim sağlayabilmek için olmazsa olmaz faktörlerdir.

Küçük yaştaki çocukların medya araçlarından herhangi bir şey öğrenebilmeleri büyük oranda yaş ile ilişkilidir. İki yaşın altındaki çocukların medya araçlarının sahip olduğu iki boyutlu ekrandaki görüntülerini anlayabilme ihtimali düşüktür. Ekranda gördüğü nesne veya kişileri benzetme yoluyla algılayabilir ancak bunları kullanarak yeni bilgilere ulaşamaz. Çocuklar için 30 aylıktan önce bakım veren kişi olmadan bu şekilde bir etkileşim ile yeni bir beceri kazanması mümkün değildir (11, 12).

Çocuk sağlığını etkileyen hemen hemen her durumda en önemli faktör yaştır. Farklı yaş gruplarındaki çocukların medya araçlarını kullanımı ile fiziksel ve psikolojik olası etkilenişleri, içerisinde bulunduğu yaş nedeniyle farklılık gösterecektir (6).

İtalya'da 2017 yılında yapılmış olan bir çalışmada; çocukların %20'si yaşamlarının ilk yılında akıllı telefon ile karşılaşmaktadır. Üç ile beş yaş aralığındaki çocukların %80'i ebeveynlerinin akıllı telefonlarını kullanabilmektedir. Üstelik ailelerin %30'u ilk, %70'i de yaşamın ikinci yılında medya araçlarını çocukların sakinleştirmek amacıyla kullandıklarını bildirmiştir(13).

2.1.5. Görsel Medya Araçları ile Geçirilen Süre

Günlük yaşamın önemli bir kısmında yer edinmiş olan medya araçlarının kullanım süresi her geçen gün artmaktadır.

Wartella ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmaya göre gelir düzeyi düşük olan aileler medya araçları ile daha çok ilişkili aileler olarak "medya merkezli aile" kavramı karşımıza çıkmaktadır (14). Bu kavram; aile bireylerinin günün neredeyse yarısını ekran karşısında geçiren, çocuk odasında televizyon bulunduran, çocuğun uyanık olduğu gün içerisindeki zamanlarda televizyonun açık kaldığı, aile bireyleri ile birlikte etkin vakit geçirmenin süre

olarak az olduğu ailelerdir (14). Bu durum çocuk ile bakım veren kişi arasındaki oyun veya benzeri aktivite sürelerini azaltmaktadır. Çocuk ile ailenin beraber vakit geçirmesi oldukça önemlidir. Çocuk ile ailenin beraber geçirdiği vaktin kalitesinin, çocuğun duyu ve düşünce yapısını doğrudan etkilediği unutulmamalıdır. Birlikte geçirilen zamanın kalitesi bu süre zarfındaki faaliyetler ile ilişkilidir.

Kabali ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmada 6 ay ile 4 yaş arasındaki çocukların günlük 45 dakika televizyon izlediği, 27 dakika mobil medya araçlarından videolar seyrettiği, 22 dakika mobil medya araçlarındaki uygulamaları kullandığı ve 15 dakika video oyunları oynadığı saptanmıştır (1).

2.1.6. Görsel Medya Araçlarında Tercih Edilen Programlar

Okul döneminde olan çocukların medya araçlarında oynadıkları oyunların önemli bir kısmı şiddet içeriğine sahip oyunlardır. Savaş, silah, cinayet içerikli oyunların çocukların zihin gelişiminde olumsuz etkiler yarattığına dair çalışmalar mevcuttur (15-17). Okul öncesi dönemde olan çocuklarda soyut düşünme yetisi yetersizdir ve buna bağlı olarak medya araçlarında karşılaştıkları içerik ve görüntülerin algılanamamasına bağlı fiziksel ve zihinsel zarar görebilirler (6).

Şiddet içerikli programlara maruziyet saldırgan davranış sergileme şeklinde karşımıza çıkabilir. Christakis ve arkadaşları okul öncesi dönemdeki çocuklarda şiddet içerikli programlar yerine profesyonel şekilde hazırlanmış eğitici içerikli programların izlenmesiyle, izlenme sürelerinde değişiklik yapmadan davranışlarda belirgin olarak iyilik saptamıştır (18).

2.1.7. Görsel Medya Araçları ile İlgili Anne Babaların Tutum ve Davranışları

Çocukların medya araçlarını kullanma alışkanlıklarını etkileyen en önemli faktör ailesinin medya araçları ile olan ilişkisidir (6). Özellikle erken yaş grubundaki çocuklar rol model olarak anne ve babalarını seçerler. Bu durum nedeniyle erken çocukluk döneminde medya araçlarına maruziyete dikkat etmek açısından önem arz etmektedir. Aile ile çocuk arasındaki etkileşim ve ilişkileri çocukluğun erken döneminde ne kadar sağlıklı olursa çocuğun hayatının ileriki dönemlerinde de o kadar sağlıklı olacaktır. Çocuğun ailesi ile ilişki kuracağı zamanda aile bireylerinin medya araçları ile vakit geçirmesi, hem aile ilişkilerini hem de istenmeyen birrol modeli olması nedeniyle çocuğun sosyal gelişimini olumsuz yönde etkileyecektir (6).

Ev içerisinde ailelerin çocuklara doğrudan izletmediği ancak arka planda açık olan televizyon gibi medya araçlarının kullanımı çocuk ebeveyn ilişkisini, çocuğun oyunlarını etkileyerek çocuğun dikkat ve bilişsel gelişimini etkileyebilir (19, 20). Belirtmek gerekir ki çocukların medya araçlarını kullanma alışkanlıklarını şekillendiren en önemli etken, içinde bulunduğu ailenin medya araçları ile olan ilişkisidir(6). Çocuklar, özellikle de erken yaşlarda, örnek aldıkları anne ve babalarının davranışlarını tıpatıp taklit etmeye yatkındırlar. Bu durum erken çocukluk çağında mobil medya araçlarının kullanımına dikkat etmek adına önem arz eder. Aile ve çocuk arasındaki ilişki ve etkileşim erken çocukluk çağında ne kadar sağlıklı olursa, çocuklar hayatlarının ilerleyen dönemlerinde o kadar sağlıklı olacaktır. Ailenin çocukla geçireceği zamanları medya araçları ile geçirmesi, hem çocuğa olumsuz örnek teşkil edecek hem de çocuğun sahip olduğu sosyal becerilerinin zedelemesine sebebiyet verecektir(6).

Dinleyici ve arkadaşlarının 333 katılımcı ile Türkiye'de yaptığı bir çalışmaya göre; 2 yaşından küçük çocuğa sahip olan ailelerin % 53,4'ü ortalama 2 saat süresince çocuklarının yalnız başlarına, %62,7'si ise birlikte TV izlediklerini belirtmişlerdir. Yine aynı çalışmada ailelerin sadece %3,3'ü çocukların 18 yaşına kadar akıllı telefona sahip olmamaları gerektiğini belirtmişlerdir (21).

Gentile ve arkadaşları çocukların medya araçlarını kullanmalarının ebeveynleri tarafından sağlanacak düzenleme ve kontrol ile çocuğun sosyal, fiziksel ve okul başarısı gibi alanlarda olumsuz etkilenmelerinin önlenebileceğini göstermiştir (22).

2.1.7.1. Anne ve Babaların Görsel Medya Araçlarına İzin Verme ya da Vermeme Nedenleri

Medya araçları çocukları meşgul etmek, oyalanmalarını sağlamak gibi sebeplerle kullanılırsa medya araçlarının olası olumsuz etkileriyle karşılaşmak muhtemeldir (2). Çocukların medya araçlarıyla vakit geçirdikleri süre içerisinde görece daha sessiz ve hareketsiz olmaları, bakım verene çocuk haricindeki işlerini yapabilmeleri için fırsat tanımaktadır. Lakin böylesi bir durum çocuğun medya araçları ile hem süre hem de içerik olarak zararlı etkilere maruz kalmasına neden olabilir.

Dinleyici ve arkadaşlarının yaptığı çalışmaya göre aileler çocuklarına yemek yedirirlerken onları oyalamak ve ağıladıklarında susturmak amacıyla tablet ve akıllı telefonları kullanmaktadırlar. Bu amaçla telefon kullananların %30'u, tablet kullananların %26,6'sı hiçbir medya aracı kullanmaması gereken 2 yaşından küçük çocuklardır (5, 21).

Aileler, çocukları özellikle eğitici olduğunu düşündükleri programları izlerken çocuklarının mobil araçların olumsuz etkilerinden korunduğunu düşünmektedirler (2). Ancak eğitici uygulamaların kullanımı sırasında bile çocukların dikkatinin başka program ve içeriklerine kayması oldukça muhtemeldir. Aileler kimi zaman eğitime yardımcı olması, kimi zaman eğlence, kimi zaman da günlük hayatın yoğunluğu içinde işlerini yetiştirebilmek, çocuklarına güvenli bir fiziki çevre sağlamak amacıyla dijital medyayı araç olarak kullanmaktadır(23).

Barr ve arkadaşlarının 2 yaşından küçük çocuğa sahip 308 ebeveyn ile yaptığı bir çalışmada, ailelerin %75'i (n=231) TV ve video izleme ile ilgili kısıtlamalarının olduğunu, yarısından fazlasının (%56,28) süre kısıtlaması yapmalarına rağmen sadece %8,66'sı hiç TV veya video izletmeme şeklinde kısıtlama yaptığını göstermiştir (24).

2.1.7.2. Anne ve Babaların Görsel Medya Araçları Kullanımı Sırasındaki Tutumu

Çocukların aileleriyle geçirdiği sürenin kalitesi ne kadar önemliyse çocukların medya araçlarıyla geçirdiği zamanın kalitesi de en az onun kadar önemlidir. Medya araçları ile geçirilen sürenin kalitesi de medya araçlarındaki programın içeriği ile ilişkilidir. Bu sebeple medya araçlarının çocuk tarafından kullanımı sırasında aile bireyleri tarafından içeriğin kontrol edilmesi çok önemlidir. Buna karşın çocukların medya aracı kullanımı sırasında içeriğin kontrol edilebilmesi birçok aile tarafından çok zor olduğu belirtilmiştir. Medya araçlarının çoğunlukla mobil ve internet bağlantılı olması içeriklerin kontrol edilebilmesini çok zor hale getirmektedir (6). Özellikle erken çocukluk çağında medya araçlarına maruz kalmak, azaltılamasa da takip mekanizmalarını iyi şekilde düzenlemek, çocukları medya araçlarının olumsuz etkilerinden uzak tutacaktır.

Okul öncesi dönemdeki çocuklar için medya araçlarında kullanılmak üzere hazırlanmış eğitici uygulamalar olsa bile yaygın olarak kullanılan uygulamaların eğitimlikten uzak olduğu görülmektedir. Benzer şekilde ele alınacak olursa oyuncak sektöründe oyuncakların yapıldığı malzeme, hitap ettiği yaş grubu ve boyut gibi standartlar medya araçları için de uygulanmalıdır. Standartizasyonu sağlanmış uygulamalar ile çocuklara olumlu etkileşimler sağlamak mümkündür. Her basamakta olduğu gibi bu işlem için de düzenli bir kontrol mekanizması çok önemlidir. Çocuklara yönelik hazırlanan içeriğin denetiminin yapılmaması ve bu denetimsiz içeriklere kolay ulaşılması çocuklar için yüksek risk taşımaktadır.

Çocukların iki yaşından önce karşılıklı iletişim içeriğine sahip medya aracılığıyla yeni bir şeyler öğrenebilmesi için bakım veren kişinin çocuğun medya araçlarını kullanması sırasında ona eşlik etmesi ve içerik hakkında çocuğu doğru şekilde bilgilendirerek yönlendirmesiyle mümkün olabilir (6). Küçük yaştaki çocuklarda medya araçları ailenin doğru yönlendirmeleri ile kullanıldığında ve belirlenen kurallara uyum gösterildiğinde olumlu anlamda ve çocuğun gelişimine katkıda bulunacak şekilde kullanılabilir. Büyük çocuklar için ise aynı şekilde süre, başlangıç yaşı, iyi etkileşim kurallarına uyularak çocuk için uygun olmayan medya araç kullanımının önüne geçilebilir ve olumsuz etkiler önemli ölçüde azaltılabilir.

2.2. Görsel Medya Araçları ve Çocuk Sağlığı Üzerine Etkileri

Günlük yaşantıya her geçen gün daha fazla dahil olan teknoloji ve teknolojinin getirisi medya araçları, tüm toplumu olduğu gibi çocukları da birçok konuda etkilemektedir. Çocuklar için uzun zamandır televizyon ile etkileşimde olduğundan çocuk sağlığına etkilerini araştıran çalışmalar yapılmasına rağmen tablet, akıllı telefon, bilgisayar gibi medya araçlarının çocuk sağlığı üzerine etkilerini araştıran çalışmalar yeterli değildir (6). Görsel medya araçları büyümeyi ve gelişimin tüm alanlarını olumsuz yönde etkilemektedir.

2.2.1. Görsel Medya Araçlarının Çocuk Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri

Medya araçlarının kullanımı ile çocuklarda ortaya çıkabilecek gelişim üzerine zararlı etkiler, saldırgan davranışlar, kilo fazlalığı, uyku düzenindeki bozukluklar önceden beri tartışılmaktadır(3).

Hinkley ve arkadaşlarının yaptığı çalışmaya göre çocukluğun erken dönemlerinde günde iki saatten fazla medya araçlarının kullanımı davranış, konuşma becerisi ve sosyal ilişkiler ile ilgili sorunlara neden olmaktadır (3).

2.2.1.1. Görsel Medya Araçlarının Erken Çocukluk Döneminde Fiziksel Etkileri

2.2.1.1.1. Obezite

Okul öncesi dönemdeki medya araçlarının kullanımı, vücut kitle indeksindeki (VKİ) küçük ama anlamlı artışlarla ilişkilidir. Bu durum çocuklardaki sınıflandırılmamış obezite risklerini açıklayabilir ve çocukluğun ileri dönemlerindeki kilo artışı için yatkınlık yaratabilir (25). Her ne kadar birçok çalışma obezite riski için 2 saatlik bir süre kullansa da yakın zamanda yapılmış bir çalışma, VKİ'ndeki artışın haftalık bir saat medya aracı

kullanma ile ilişkili olduğu sonucuna varmıştır (26). Yiyecekler ile ilgili görüntülerin ve yemek yeme sırasında televizyon izlemenin (doyurucu ipuçlarına dikkati azaltan) bu duruma neden olduğu söylenebilir (27).

2.2.1.1.2. Uyku Bozuklukları

Medya araçlarını fazla kullanan çocukların uyku düzenlerinin bozulma durumunu daha çok yaşadıkları görülmektedir. Özellikle medya araçları gece saatlerinde kullanıldığında ekranın yaydığı ışık nedeniyle endojen olarak salgılanan melatonin hormonunun salınımının baskılandığı gösterilmiştir (28).

Brockmann ve arkadaşlarına ait bir çalışmada gece uyuduğu odada televizyon bulunan çocukların düşük uyku kalitesi, uyku bozuklukları, gece terörü gibi şikâyetlerin olabileceği belirtilmektedir (29). Buna rağmen çocukların uyuduğu odada tablet, bilgisayar, akıllı telefon gibi medya araçlarının bulunması ile uyku bozukluğu arasında ilişki bulunamamıştır. Yine de bu medya araçlarının bakım veren kişilerden uzak olarak odalarında tek başınayken ve olması gerekenden daha uzun süreli kullanımlarında uyku bozukluklarının ortaya çıkması oldukça olasıdır.

2.2.1.1.3. Kas ve İskelet Sistemi Bozuklukları

Düzenli fiziksel aktivite, çocuklarda daha iyi sağlık durumu ile ilişkilidir. Erken çocukluk döneminde hareket etmeyi sağlayan beceriler; emekleme, yürüme ve oynama sırayla öğrenilerek kazanılır. Sonraki çocukluk ve ergenlik döneminde, egzersizler ve takım sporları fiziksel güç ve koordinasyonun gelişiminde önemli rol oynar.

Dünya Sağlık Örgütü, 5 ile 17 yaş arasındaki bireylerin günde en az 1 saat orta şiddetli fiziksel aktiviteye katılmalarını tavsiye etmektedir.

ABD’de 6 ile 15 yaş arası 1000’den fazla çocuk üzerinde yapılan Ulusal Sağlık ve Beslenme Sınavı Anketleri (NHANES) çalışması ile medya araçlarının kullanımının kas iskelet sistemi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. NHANES çalışması, fiziksel durum ve medya araçlarının süresi arasındaki ilişkiye odaklanmıştır ve TV izlemenin daha düşük fiziksel güç ile ilişkili olduğu gösterilmiştir (30).

2.2.1.2. Görsel Medya Araçlarının Erken Çocukluk Döneminde Gelişim Üzerine Etkileri

Günümüzde medya araçları bilgiye ulaşmada büyük kolaylık sağlamaktadır. Ancak çocukların kendi kontrollerini sağlama, empati kurabilme, sosyal becerilerini geliştirebilme,

sorun çözebilme, çevreyi ve doğayı keşfedebilme, diğer kişilerle iletişim kurabilme, hayali oyunlar üretip kurallar koyabilme becerilerini arttırmadığına dikkat edilmelidir (31). Burada üzerinde durulması gereken en önemli noktalardan bir tanesi medya araçları ile çocuklar arasındaki ilişkinin nasıl gerçekleştiği olmalıdır. Medya araçları, kullananın komutlarını anında hayata geçirmektedir. Bu yüzden ki çocuk ve medya araçları arasındaki ilişki tek yönlü bir ilişkidir. Oysaki gerçek hayattaki insanlarla olan ilişki hiçbir zaman tek yönlü olarak gerçekleşmemektedir.

2.2.1.2.1. Bilişsel, Dil ve Konuşma Gelişimi

Otuz ayın altındaki çocuklar yaşamdan öğreneceklerini televizyon veya diğer görsel medya araçlarından öğrenememektedirler(32). Son yıllarda yapılan çalışmalarda günlük 1-2 saatten fazla televizyon izlemenin okul başarısı üzerine olumsuz etkiler doğuracağı gösterilmiştir. Uzun süre televizyon izleme özellikle okuma ve algılama yeteneğini olumsuz yönde etkilemektedir. Medya araçları özellikle görsel algıya yönelik uyaranlara sahip olduğundan görsel efektler ile çok fazla uyarılan beyin sesli uyaranlara ilgisini sağlayamamakta ve beynin sol lobundaki dil bölgesinin gelişimi yavaşlamaktadır(33).

2.2.1.2.2. Sosyal ve Duygusal Gelişim

Medya araçlarının çocukların yaşamlarında neden olabilecek olumsuzluklardan bir tanesi de aile ile çocuğun beraber geçirmesi gereken süreyi çocuğun medya araçları ile ilgilenerek farklı bir dünyada geçirmesidir. Bu şekilde oluşabilecek zarar yer değiştirme teorisi ile açıklanmaktadır (22, 34). Bu teoride; yapmak gerekenleri yapmamak ve yapmamak gerekenleri yapmak şeklinde iki farklı yolla zararlar oluşmaktadır.

Yapmak gerekenleri yapmamak; uygun olmayan zaman ve yerlerde medya araçları kullanmaktan dolayı ortaya çıkmaktadır. Yaşlıları ile vakit geçirme, ebeveynleri ile birlikte olma, uyuma, ders çalışma zamanlarında çocukların medya araçları ile ilgilenmesi örnek olarak gösterilebilir. Bu durumun medya araçlarıyla zaman geçirerek vakit kaybına yol açmakla birlikte ilerleyen yıllarda yapması gereken işleri veya görevleri öteleme gibi olumsuz alışkanlıklara zemin hazırlayacağı öngörülebilir. Bu durum ilerleyen yıllarda medya araçlarına bağımlı bir nesil yetişmesi gibi sonuçlar doğurabilir.

Yapmamak gerekenleri yapmak; çocukların medya araçlarını kullanımı sırasında içerik veya süre ile bir kısıtlamayla karşılaşmamasına bağlı olarak olumsuz etkilere maruz kalması sonucu ortaya çıkan durumdur. Bu durum daha çok uygunsuz içerik ile ilişkilidir.

Medya araçlarındaki şiddet içerikli oyunlar veya videolardan etkilenecek bunun gerçek hayata yansıtılması en çarpıcı örneklerdir. Bu konuda üzerinde durulması gereken bir başka durum da çocukların medya araçlarıyla oyun oynarken veya TV/video izlerken olsun tam kontrol sağlıyor olmalarıdır (2). Tablet, akıllı telefon, bilgisayar gibi medya araçlarının çocuğun verdiği komutlara aynı anda yanıt veriyor olması, çocuklarda istediği diğer herhangi bir şeyin anında ve eksiksiz şekilde yerine geleceği gibi yanlış bir algıya neden olmaktadır. Bu durum normal yaşama yansıdığına yaşlılarıyla veya büyüklerle kurduğu ilişkilerde çocuğu zorluğa sokabilmektedir. Eğer bu durumun önüne geçilmezse katlanarak artan sosyal ilişkilerdeki başarısızlık erken çocukluk çağında dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğundan ileriki yaşlarda anti sosyal kişilik bozukluğuna kadar geniş olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Bazı çalışmalar, görsel medya araçları ile fazla vakit geçirmenin beynin sosyalleşme ve yaratıcılıkla ilgili bölgelerine zarar verebildiğini göstermiştir. Devamlı ve plansız şekilde televizyon izlemenin organizasyondan sorumlu ön beyin korteksinin tembelleşmesine neden olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur (35, 36).

2.3. Görsel Medya Araçlarının Çocuk Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkilerini Önleme ve Çocuk Hekimlerinin Rolü

Çocuklarda her türlü görsel medya aracı kullanımının aşırıya kaçması sağlık için çok fazla sayıda kaygı oluşturacak faktör barındırmaktadır. Çocukların, sağlık ve gelişimleri için önemli olan diğer etkinliklere katılmaları ve medya araçlarını kullanım alışkanlıklarının sınırlandırılması önemlidir. Çocukların 2 yaşından önce medya araçları ile tanışmaması, 2 ile 5 yaş arasında ise bu araçları günde 1 saatten fazla kullanmaması önerilmelidir. Ek olarak, ebeveynler eğitim içerikli olacak ve sosyal ilişkilerine zarar vermeyecek şekilde çocuklarıyla teknolojik cihaz kullanımı konusunda yönlendirilmelidir. Dijital teknolojilerin gittikçe yaygın kullanılmasıyla birlikte, çocuk hekimlerinin medya araçlarının sadece süre ve içeriğe bağlı zararlı etkilerini belirtmeleri yeterli değildir. Yeni teknolojilerin yaratıcı şekilde kullanımı, uyku, egzersiz yapma ve sosyal iletişim konularında da uygun rehberliği vermelidir. Çocuk hekimlerinin; uygun içeriğe ulaşabilmek için kaynak bulma dijital oyundan ziyade birlikte, akranlarla veya yalnız oyun oynamaya yönelik düşünceler ile medya araçlarının kullanımını sınırlama konularında ebeveynlere nasıl yardım edeceklerini bilmeleri gerekmektedir (4).

Bütün bu verilerin, değerlendirmelerin ve öngörülerin bağlamında medya araçlarının çocukların, özellikle okul öncesi çocukların hayatında neden, ne zaman ve ne kadar yer

kapladığını araştırmak gerekliliği doğmuştur. Hedefimiz, bu konuda güvenilir veriler aracılığıyla çocukların hayatında önemli rol oynayan medya araçlarının kullanımını tanımlamak ve medya kullanımı ile ilgili ailelere, sağlık hizmeti sunanlara ve toplumun geri kalanına etkili önerilerde bulunabilmektir.



3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Türü

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.

Araştırma İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları genel pediatri polikliniğinde yürütülmüştür.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini, İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları genel pediatri polikliniğine aileleri ile başvuran, yaşları 6-60 ay arası olan çocuklar oluşturmaktadır. Örnekleme ise araştırmanın Ocak 2018-Haziran 2018 tarihleri arasında anne ya da babaları ile birlikte başvuran, yaşları 6-60 ay arasında çocuğu olan çocuklar oluşturmaktadır.

3.2.1. Örnekleme Giriş Koşulları

Örnekleme oluşturan çocukların çalışmaya alınması için aşağıdaki belirleyiciler kullanılmıştır.

1. Yaşı 6-60 ay olan ve ikiz olmayan
2. Ayaktan poliklinik başvurusu olan
3. Yatışı gerektirecek bir hastalığı olmayan

3.2.2. Örneklemden Dışlanma Koşulları

1. Yeterli Türkçe bilmeyen aileler
2. Medya araçlarını kullanamayacak kadar kronik, ağır hastalığı olan çocuklar

3.3. Örneklem Sayısı

Yapılan power analizinde alfa: 0,05 1-Beta (güç): 0,8 alındığında medya araçlarını kullanım zamanında geçirilen ortalama sürenin 1.25 saat olması için 6-24 ay ve 25-60 ay aralığındaki her bir grup için minimum hasta sayısının 124'er olmak üzere toplam 248 hastanın çalışmaya dahil edilmesi gerektiği saptanmıştır.

3.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından ilgili literatür doğrultusunda oluşturulan anket formu kullanılmıştır (Ek-1). Anket formu; sorular belirlendikten sonra, maddeler halinde yazılarak taslak form oluşturulmuştur. Anket formu 37 sorudan ve iki bölümden oluşmaktadır.

Bölüm 1- Sosyodemografik Özellikler: Bu bölüm ebeveynlerin yaşı, cinsiyeti, evlilik durumu, eğitim durumu, gelir durumu, çalışma durumları, çocuk sayısı, aile tipi gibi sosyodemografik özelliklerini ve araştırmaya dâhil edilen çocuğun yaşını, cinsiyetini belirlemek amacı ile hazırlanan 22 sorudan oluşmaktadır.

Bölüm 2- Medya araçlarını kullanma alışkanlıkları: Bu bölüm çocuğun medya araçlarını kullanma alışkanlıklarını belirlemeye yönelik durumu ve ebeveynlerin bebeklerine/çocuklarına televizyon/tablet/akıllı telefon/bilgisayar kullanma konusundaki tutum ve uygulamalarını saptamak amacıyla hazırlanan 10 kapalı uçlu, 5 açık uçlu sorudan oluşmaktadır.

Anket formu ile ilgili bilgiler

1. soru: Ailenin evinde medya araçlarının olup olmadığı
2. soru: Çocuğun uyuduğu odada televizyon olup olmadığı
- 3-4. sorularda ebeveynlerin televizyon izleme alışkanlıkları
5. soruda çocuk evdeyken televizyon açık kalma süresi
6. soruda çocuğun televizyon, bilgisayar, tablet ya da akıllı telefon ile vakit geçirip geçirmediği, vakit geçiriyorsa izlediği programlar, vakit geçirmiyorsa nedeni
- 7-8. soruda çocuğun medya araçlarını kullanmaya başlama zamanı ve günlük kullanım süresi
9. soruda çocuğa ait akıllı telefon, tablet ya da bilgisayar olup olmadığı
- 10-11. sorularda ebeveynlerin çocuklarıyla birlikte medya araçlarını kullanıp kullanmadığı ve kullanılıyorsa bu süreyi nasıl değerlendirdikleri
12. soruda çocuğun televizyon izlediği sıradaki davranışları
13. soruda çocuğun uykuya dalmadan önce televizyon, bilgisayar, tablet ya da akıllı telefon ile vakit geçirip geçirmediği
- 14-15. sorularda medya araçlarını kullanım süresi ve içerikleri hakkında kurallar veya kısıtlamalar olup olmadığı sorgulanmıştır.

Anketin sisteminde, 7-8-10-11. soru haricindeki sorularda ailelere yöneltilen soruların cevapları evet ve hayır şeklinde olan cevaplardır. 7-8-10-11. sorularda ise süre ile ilgili olup açık uçlu sorular yer almaktadır.

3.5. Araştırmanın Yapılması Sırasında Yapılan Uygulamalar

Araştırmacı tarafından genel pediatri polikliniğinde ailelerle anket formu yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak uygulanmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 18.0 programı kullanılarak (Statistical Package for Social Sciences) değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için IBM SPSS Statistics 22 (IBM SPSS, Türkiye) programı kullanıldı. Çalışma verileri değerlendirilirken parametrelerin normal dağılıma uygunluğu Shapiro Wilks testi ile değerlendirilmiştir. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metodların (ortalama, standart sapma, frekans) yanı sıra niceliksel verilerin karşılaştırılmasında normal dağılım gösteren parametrelerin iki grup arası karşılaştırmalarında student t test, normal dağılım göstermeyen parametrelerin iki grup arası karşılaştırmalarında Mann Whitney U test kullanıldı. Niteliksel verilerin karşılaştırılmasında ise Ki-Kare testi, Fisher Freeman Halton testi, Fisher's Exact testi ve Continuity (Yates) düzeltmesi kullanıldı.

3.7. Etik Kurul Onayı

Çalışma için Malatya İli Klinik Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 10.04.2018 tarihli 2018/8-19 karar numarası ile gerekli etik kurul onayı alınmıştır. Çalışmaya dahil edilen ailelere detaylı olarak çalışma hakkında bilgi verilmiş olup, çalışmanın sadece bilimsel amaçlı olarak yürütüldüğü ifade edilmiştir. Çalışmadan herhangi bir bilgi vermeden ve kendi rızaları ile ayrılacakları bilgisi de verilmiştir.

4. BULGULAR

Bu bölümde ilk olarak örnekleme oluşturan çocuklar ve aileleri ile ilgili sosyodemografik bilgiler, daha sonra 6- 60 ay arası çocukların medya araçlarını kullanım alışkanlıklarına ait bulgular yer almaktadır. Örnekleme giriş koşullarını sağlayan toplam 308 çocuk ve ailesi araştırmaya alınmıştır. Çalışma için 10 aile katılmayı reddetmiş olup 6 aile zamanı olmadığını, 4 aile de herhangi bir sebep belirtmeksizin katılmak istemediğini belirtmiştir.

4.1. Örneklemin Sosyodemografik Özellikleri

Örnekleme oluşturan çocukların 163'ü (% 52,9) erkek, 145'i (% 47,1) kızdır. Çocukların en küçüğü 6 aylık, en büyüğü ise 60 aylıktır, ortalama yaş $30,22 \pm 17,54$ aydır. Örnekleme oluşturan çocukların annelerinin yaşları en az 19, en fazla 46, ortalama $30,69 \pm 5,54$ yaştır. Baba yaşı en az 21, en fazla 55, ortalama $34,77 \pm 5,82$ yaştır. Anne eğitim süresi 1 ile 22 yıl arasında değişmekte olup, ortalaması $9,39 \pm 4,6$ yıl, medyanı 8 yıldır. Baba eğitim süresi 3 ile 25 yıl arasında değişmekte olup, ortalaması $10,91 \pm 4,19$ yıl, medyanı 12 yıldır. Annelerin % 20,1'i lise ve üniversite mezunudur. Annelerin % 80,8'i ev hanımı, % 19,2'si bir işte çalışmaktadır. Babaların ise tümü bir işte çalışmaktadır. Çocukların 86 (% 28) tanesi ailenin tek çocuğu iken 222 (% 72) çocuğun kardeş sayıları 1 ile 6 arasında değişmekte olup, medyanı 1 kardeştir. Çocukların ailedeki doğum sıraları 1. çocuk ile 7. çocuk arasında değişmekte olup, medyanı 2. çocuktur. Çocukların 108'i (% 35,1) ilk çocuktur. Çocukların % 79,9'u çekirdek aileye sahip iken, % 20,1'i geniş aileye sahiptir. Çocukların % 88,9'una anne, % 9,7'sine anne ve büyükanne birlikte, % 1,3'üne bakıcı bakmaktadır. Çocukların % 68,2'si şehirde, % 16,6'sı ilçede, % 15,3'ü köyde yaşamaktadır. Ailelerin % 45,1'i asgari ücret ile geçiniyorken, % 7,5'inin gelir düzeyi asgari ücretten az, % 47,4'ünün asgari ücretten fazladır. (Tablo 4.1)

Tablo 4.1.: Örneklemin Sosyodemografik Özellikleri

		N	%
Cinsiyet	Erkek	163	52,9
	Kız	145	47,1
Yaş	6-12 ay	69	22,4
	13-24 ay	62	20,1
	25-36 ay	64	20,8
	37-48 ay	48	15,6
	49-60 ay	65	21,1
Anne yaşı	24 ve altı	44	14,3
	25-29	91	29,5
	30-34	100	32,5
	35 ve üstü	73	23,7
Baba yaşı	24 ve altı	3	1
	25-29	53	17,2
	30-34	104	33,8
	35 ve üstü	148	48,1
Annenin eğitim süresi	Okula hiç gitmemiş	10	3,2
	1-5 yıl	91	29,5
	6-8 yıl	71	23,1
	9-11 yıl	74	24
	12 yıl ve üstü	62	20,1
Babanın eğitim süresi	Okula hiç gitmemiş	0	0
	1-5 yıl	56	18,2
	6-8 yıl	66	21,4
	9-11 yıl	98	31,8
	12 yıl ve üstü	88	28,6
Kardeş sayısı	Tek çocuk	86	27,9
	1 kardeş	127	41,2
	2 kardeş	66	21,4
	3 kardeş	20	6,5
	4 üstü kardeş	9	2,9
Gelir düzeyi	Asgari ücretten az	23	7,5
	Asgari ücret	139	45,1
	Asgari ücretten fazla	146	47,4

4.2. Ailelerin Medya Araçlarına (TV, tablet, akıllı telefon, bilgisayar) Sahip Olma Durumu ve Kullanımlarına İlişkin Bilgilerin Dağılımları

Ailelerin 307'sinin (%99,7) evinde görsel medya araçları (TV, tablet, akıllı telefon, bilgisayar) bulunmaktadır. Sadece bir aile ekonomik yetersizlik nedeniyle hiçbir medya aracının olmadığını bildirmiştir. Çocuklardan % 25,3'ünün gece uyuduğu odada TV olduğu saptanmıştır. Ailelerin sahip olduğu TV sayısı 1 ile 4 arasında değişmekte olup, medyanı 1'dir. Sadece 2 aile televizyon sahibi değildir. Bunlardan biri hiçbir medya aracı bulunmayan ailedir, diğer ailenin ise medya aracı olarak 2 adet akıllı telefonu mevcuttur. Ailelerin 273'ünün (% 90,3) bir, 23'ünde (% 7,5) iki, 4'ünde (% 1,3) üç, % 0,3'ünde dört tane TV vardır. Akıllı telefon sahibi olmayan aile sayısı 23'tür. Ailelerin 80'ininde (% 26) bir, 194'ünde (% 63) iki, 7'sinde (% 2,3) üç, 3'ünde (% 1) dört, 1 ailede de beş tane akıllı telefon vardır. Ailelerin 215'i (% 69,8) bilgisayar sahibi değilken, 87'si (% 28,2) 1 bilgisayar, 6'sında (% 1,9) 2 adet bilgisayar vardır. Tablet sahibi olmayan aileler 191 (% 62) iken 1 adet tableti bulunanlar 111 (% 36), 2 adet tableti bulunanlar 6 (% 1,9) ailedir. Annelerin % 89,9'u televizyon izlediğini belirtmiştir. Annelerin belirttikleri günlük TV seyretme süreleri yarım saat ile 16 saat arasında değişmekte olup, ortalaması $2,86 \pm 1,83$ saattir. Babaların % 93,5'i televizyon izlediğini belirtmiştir. Babaların belirttikleri günlük TV seyretme süreleri yarım saat ile 7 saat arasında değişmekte olup, ortalaması $2,58 \pm 1,16$ saattir. Aileler çocuk evde iken gün içerisinde televizyonun toplam açık kalma süresini en az 1 saat, en fazla 16 saat arasında olduğunu belirtmiş olup, ortalama süre $6,38 \pm 4,08$ saattir. (Tablo 4.2.)

Tablo 4.2.: Görsel Medya Araçlarına (TV, tablet, akıllı telefon, bilgisayar) Sahip Olma Durumu ve Kullanımlarına İlişkin Bilgilerin Dağılımları

		N	%
Medya araç varlığı	Var	307	99,7
TV, akıllı telefon, bilgisayar, tabletten herhangi biri)	Yok	1	0,3
Çocuğun gece uyuduğu odada TV varlığı	Var	78	25,3
	Yok	230	74,7
Annenin bir gün içinde TV izleme durumu	İzliyor	277	89,9
	İzlemiyor	31	10,1
Babanın bir gün içinde TV izleme durumu	İzliyor	288	93,5
	İzlemiyor	20	6,5
Annenin bir gün içinde TV izleme süresi (saat) (n=307) <i>Min-Max, Ort±SS</i>		0,5-16	2,86±1,83
Babanın bir gün içinde TV izleme süresi (saat) (n=307) <i>Min-Max, Ort±SS</i>		0,5-7	2,58±1,16
Çocuk evde iken gün içerisinde TV açık kalma süresi		1-16	6,38±4,08

4.3. Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin İlgili Bilgilerin Dağılımı

Çocukların 236'sı (%76,6) medya aracı kullanmaktadır. Çocukların %10,6'sının kendisine ait medya aracı bulunmaktadır. Bu araçların tamamı tablettir. Medya aracı kullanan çocukların %96,6'sı çizgi film, %58,5'i eğitici program, %11,4'ü yetişkin programı izlemektedir. Ailelerin %82,2'si eğlenceli olduğu için, %48,7'si sakinleştirmek için, %32,2'si ev işi yapabilmek için, %30,1'i yemek yedirmek için, %29,7'si eğitici olduğu için ve %8,1'i uyutmak için medya aracı kullandırmaktadır. Medya aracı kullandırmayan ailelerin %95'si zararlı olduğu için, %22,2'si gözünü bozacağı için ve %22,2'si diğer sebeplerden dolayı kullandırmamaktadır. Diğer sebep olarak aileler; çocuklarının beyin gelişiminin kötü yönde etkileneceğini ve çocuklarının yaşının medya aracı kullanmaya uygun olmadığını belirtmişlerdir. Çocuk TV/tablet/akıllı telefon/bilgisayarda vakit geçirirken ebeveynlerin %24,6'sı her zaman, %37,7'si çoğu zaman, %30,5'i ara sıra, %6,8'i nadiren çocuğa eşlik ederken, %0,4'ü ise hiç eşlik etmemektedir. Ebeveynlerin %52,1'i izlerken ekranı anlatırken, %47,5'i sessizce izlerken, %0,4'ü ise diğer cevapları vermiştir. Çocukların %20,4'ü televizyon izlerken tamamen televizyona odaklanırken, %79,6'sı odaklanmamaktadır. Odaklanmayan çocukların %72,2'si konuşuyorken, %31,6'sı karakterleri taklit etmekte, %78,6'sı oyuncakları ile oynamakta, %21,4'ü dans etmekte,

%3,7'si diğer davranışlarda bulunmaktadır. Çocukların %33,5'i uyumadan önce mobil aracı ile vakit geçirmektedir. Ailelerin %56,4'ünde TV/tablet/akıllı telefon/bilgisayar ile geçirilen vakit konusunda kısıtlaması, %65,3'ünde içerik kısıtlaması vardır (Tablo 4.3.).

Tablo 4.3.: Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin İlgili Bilgilerin Dağılımı

		n	%
Çocuk medya aracı kullanıyor mu? (TV, tablet, akıllı telefon, bilgisayar)	Evet	236	76,6
	Hayır	72	23,4
Çocuğa ait medya araç varlığı (n=236) (TV, tablet, akıllı telefon, bilgisayar)	Var	25	10,6
	Yok	211	89,4
Çocuğun izlediği programlar (n=236)	Çizgi film	228	96,6
	Eğitici program	138	58,5
	Yetişkin programı	27	11,4
Kullandırtma sebebi (n=236)	Eğlenceli	194	82,2
	Sakinleştirmek için	115	48,7
	İş yapmak için	76	32,2
	Yemek yedirmek için	71	30,1
	Eğitici	70	29,7
	Uyutmak için	19	8,1
Kullandırtmama sebebi (n=72)	Zararlı	69	95,8
	Gözünü bozar	16	22,2
	Diğer	16	22,2
Ebeveynlerin çocuğa eşlik durumu (n=236)	Her zaman	58	24,6
	Çoğu zaman	89	37,7
	Ara sıra	72	30,5
	Nadiren	16	6,8
Çocuk izlerken yapılan davranış (n=236)	Hiç	1	0,4
	Ekran anlatırım	123	52,1
	Sessizce izlerim	112	47,5
Uyumadan önce mobil aracı ile vakit geçirir mi (n=236)	Diğer	8	0,4
	Evet	79	33,5
	Hayır	157	66,5
Vakit kısıtlaması var mı (n=236)	Evet	133	56,4
	Hayır	103	43,6
Kısıtlama süresi (n=133)	30 dk	5	3,8
	1 saat	14	10,5
	2 saat	10	7,6
	Belirtilmemiş	104	78,2
İçerik kısıtlaması var mı (n=236)	Evet	154	65,3
	Hayır	82	34,7

4.4. Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin Yaş ve Süre Dağılımı

Çocukların ilk TV izleme zamanı doğduğu gün ile 36 ay arasında değişmekte olup, ortalaması $11,93 \pm 7,29$ aydır. İlk tablet izleme yaşları 3 ile 60 ay arasında değişmekte olup, ortalaması $21 \pm 11,81$ aydır. İlk kez telefon ekranına maruz kalmayaşları 3 ile 48 ay arasında değişmekte olup, ortalaması $16,95 \pm 10,47$ aydır. İlk bilgisayar ekranına maruz kalma yaşları 6 ile 40 ay arasında değişmekte olup, ortalaması $27,07 \pm 10,9$ aydır. Çocukların son 1 hafta içerisinde ortalama TV izleme süreleri 10 dakika ile 10 saat arasında değişmekte olup, ortalaması $2,28 \pm 1,79$ saattir. Ortalama tablet kullanma süreleri 0 ile 5 saat arasında değişmekte olup, ortalaması $1,32 \pm 1,04$ saattir. Ortalama telefon kullanma süresi 10 dakika ile 5 saat arasında değişmekte olup, ortalaması $1,09 \pm 0,79$ saattir. Ortalama bilgisayar kullanma süresi 10 dakika ile 3 saat arasında değişmekte olup, ortalaması $0,82 \pm 0,67$ saattir. (Tablo 4.4.)

Tablo 4.4.: Çocukların Medya Araç Kullanımlarına İlişkin Yaş ve Süre Dağılımı

	Yaş (ay)	
	Min-max	Ort±SS
İlk TV izleme yaşı (n=233) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	0-36	11,93±7,29
İlk tablet kullanma yaşı (n=70) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	3-60	21±11,81
İlk akıllı telefon kullanım yaşı (n=154) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	3-48	16,95±10,47
İlk bilgisayar kullanım yaşı (n=15) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	6-40	27,07±10,9
	Süre	Ort.
Ortalama TV izleme süresi (n=235) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	0,2-10	2,28±1,79
Ortalama tablet kullanma süresi (n=235) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	0-5	1,32±1,04
Ortalama akıllı telefon kullanma süresi (n=235) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	0,2-5	1,09±0,79
Ortalama bilgisayar kullanma süresi (n=235) <i>Min-Max, Ort±SS</i>	0,5-3	0,82±0,67

4.5. Çocuğun Cinsiyeti ve Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı/Maruz Kalma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Kızların %76,6'sı ve erkeklerin %76,7'si medya aracı kullanmakta olup aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$). Yaş grupları arasında çocukların medya aracı kullanma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p = 0,000$; $p < 0,05$). Yaşları 6-12 ay arasında olan çocukların medya aracı kullanma/maruz kalma oranı (%44,9), diğer yaş gruplarındaki çocukların oranından düşük

olup, bu istatistiksel olarak anlamlıdır. ($p_1=0,015$; $p_2=0,000$; $p_3=0,000$; $p_4=0,000$; $p<0,05$). Yaşları 13-24 ay arasında olan çocukların medya aracı kullanma/maruz kalma oranı (%66,1), 25-36 ay arasında (%90,6), 37-48 ay arasında (%89,6) ve 40-60 ay arasında (%96,9) olan çocukların oranından düşüktür ve istatistiksel olarak anlamlıdır. ($p_1=0,002$; $p_2=0,008$; $p_3=0,000$; $p<0,05$). Diğer yaş grupları arasında çocukların medya aracı kullanma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.5.)

Tablo 4.5.: Çocuğun Cinsiyeti ve Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı/Maruz Kalma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

		Çocuk medya aracı kullanması		P
		Evett	Hayır	
		n (%)	n (%)	
Cinsiyet	Kız	111 (%76,6)	34 (%23,4)	0,978
	Erkek	125 (%76,7)	38 (%23,3)	
Yaş grup	6-12 ay	31 (%44,9)	38 (%55,1)	0,000*
	13-24 ay	41 (%66,1)	21 (%33,9)	
	25-36 ay	58 (%90,6)	6 (%9,4)	
	37-48 ay	43 (%89,6)	5 (%10,4)	
	49-60 ay	63 (%96,9)	2 (%3,1)	

Ki-Kare Test * $p<0,05$

4.6. Çocuğun Medya Aracı Kullanımına İlişkin Değerlendirme

Şehirde yaşayan çocukların %74,8'i, ilçede yaşayan çocukların %84,3'ü, köylerde yaşayan çocukların %76,6'sı medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Çekirdek ailesi olan çocukların %75,6'sı, geniş ailesi olan çocukların %80,6'sı medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Gelir düzeyi asgari ücretin altında olan ailelerin çocuklarının medya aracı kullanma oranları (%56,5), gelir düzeyi asgari ücret olan (%77,7) ve asgari ücretten fazla olan (%78,8) ailelerin çocuklarının medya aracı kullanma oranlarından daha düşük olmakla birlikte, bu farklılık anlamlılığa yakın ancak istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$). Gece uyuduğu odada televizyon olan çocukların %88,5'i, odada televizyon olmayan çocukların %72,6'sı medya aracı kullanmakta olup, bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p=0,007$; $p<0,05$). Annesi televizyon izlediğini belirten çocukların %78'i, televizyon izlemediğini belirten annelerin çocuklarının %64,5'i medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak

anlamli bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Babası televizyon izlediğini çocukların %76,7'si, televizyon izlemediğini belirten babaların çocukların %75'i medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.6.)

Tablo 4.6.: Çocuğun Medya Aracı Kullanımına İlişkin Değerlendirmeler

		Çocuğun medya aracı kullanması		P
		Evet	Hayır	
		n (%)	n (%)	
İkamet	Şehir	157 (%74,8)	53 (%25,2)	¹ 0,352
	İlçe	43 (%84,3)	8 (%15,7)	
	Köy	36 (%76,6)	11 (%23,4)	
Aile tipi	Çekirdek	186 (%75,6)	60 (%24,4)	² 0,503
	Geniş	50 (%80,6)	12 (%19,4)	
Gelir Düzeyi	Asgari Ücretten Az	13 (%56,5)	10 (%43,5)	¹ 0,059
	Asgari Ücret	108 (%77,7)	31 (%22,3)	
	Asgari Ücretten Fazla	115 (%78,8)	31 (%21,2)	
Gece Uyuduğu Odada TV Varlığı	Var	69 (%88,5)	9 (%11,5)	² 0,007*
	Yok	167 (%72,6)	63 (%27,4)	
Annenin TV İzleme Durumu	Evet	216 (%78)	61 (%22)	² 0,145
	Hayır	20 (%64,5)	11 (%35,5)	
Babanın TV İzleme Durumu	Evet	221 (%76,7)	67 (%23,3)	³ 0,790
	Hayır	15 (%75)	5 (%25)	

¹Ki-kare test

²Continuity (yates) düzeltmesi

³Fisher's Exact Test

* $p<0.05$

4.7. İkamet ve Gelir Düzeyi İle Çocuk Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Aileler şehirde ve ilçe ve köyde yaşama durumlarına göre gruplandırıldığında şehirde yaşayan çocukların %74,8'i, ilçe+köyde yaşayan çocukların %80,6'sı medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Gelir düzeyine göre asgari ücretle ve altında bir gelire geçinen ailelerle (%74,7), gelir düzeyi asgari ücretten fazla olan aileler (%78,8) karşılaştırıldığında aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$) (Tablo 4.7.).

Tablo 4.7.: İkamet ve Gelir Düzeyi ile Çocuk Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

		Çocuk medya aracı kullanması		P
		Evet	Hayır	
		n (%)	n (%)	
İkamet	Şehir	157 (%74,8)	53 (%25,2)	¹ 0,324
	İlçe+köy	79 (%80,6)	19 (%19,4)	
Gelir düzeyi	Asgari ücretten az+asgari ücret	121 (%74,7)	41 (%25,3)	² 0,399
	Asgari ücretten fazla	115 (%78,8)	31 (%21,2)	

¹Continuity (Yates) Düzeltmesi ²Ki-Kare Test

4.8. Çocuğun Ailenin Kaçınıcı Çocuğu Olması İle Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Ailenin 1. çocuğu olanların %77,8'i, 2. çocuğu olanların %74,8'i, 3. çocuğu olanların %82,1'i ve 4. ve üstü çocuğu olanların %69'u medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.8.)

Tablo 4.8.: Çocuğun Ailenin Kaçınıcı Çocuğu Olması ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Kaçınıcı çocuk grup	Çocuk medya aracı kullanması		p
	Evet	Hayır	
	n (%)	n (%)	
1.	84 (%77,8)	24 (%22,2)	0,532
2.	86 (%74,8)	29 (%25,2)	
3.	46 (%82,1)	10 (%17,9)	
4. veya üzeri	20 (%69)	9 (%31)	

Ki-Kare Test

4.9. Anne Baba Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Medya aracı kullanan çocukların anne yaşı ortalamaları, medya aracı kullanmayan çocukların anne yaşı ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p=0,001$; $p<0,05$). Medya aracı kullanan çocukların baba yaşı ortalamaları, medya aracı kullanmayan çocukların baba yaşı ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p=0,001$; $p<0,05$). (Tablo 4.9.)

Tablo 4.9.: Anne Baba Yaşı ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Çocuğun medya aracı kullanması		P
	Evvet	Hayır	
	Ort±SS	Ort±SS	
Anne yaş	31,27±5,47	28,82±5,42	0,001*
Baba yaş	35,4±5,89	32,69±5,13	0,001*

Student t test * $p < 0.05$

4.10. Anne Baba Yaş Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Anne yaş grupları arasında çocukların medya aracı kullanma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,004$; $p<0,05$). Annelerinin yaşları 24 ve altında olan çocukların medya aracı kullanma oranı (%56,8), annelerinin yaşları 30-34 arasında (%82) ve 35 ve üstü (%83,6) olan çocuklardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşüktür ($p_1=0,003$; $p<0,05$). Diğer anne yaş grupları arasında çocukların medya aracı kullanma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Baba yaş grupları arasında çocukların medya aracı kullanma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,004$; $p<0,05$). Babalarının yaşları 35 ve üstünde olan çocukların medya aracı kullanma oranı (%84,5), babalarının yaşları 25-29 arasında (%62,3) ve 30-34 arasında (%73,1) olan çocuklardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p_1=0,001$; $p_2=0,027$; $p<0,05$). Diğer baba yaş grupları arasında çocukların medya aracı kullanma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.10.)

Tablo 4.10.: Anne Baba Yaş Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

		Çocuk medya aracı kullanması		P
		Evet	Hayır	
		n (%)	n (%)	
Anne yaş grup	24 yaş ve altı	25 (%56,8)	19 (%43,2)	¹ 0,004*
	25-29 yaş	68 (%74,7)	23 (%25,3)	
	30-34 yaş	82 (%82)	18 (%18)	
	35 yaş ve üstü	61 (%83,6)	12 (%16,4)	
Baba yaş grup	24 yaş ve altı	2 (%66,7)	1 (%33,3)	² 0,004*
	25-29 yaş	33 (%62,3)	20 (%37,7)	
	30-34 yaş	76 (%73,1)	28 (%26,9)	
	35 yaş ve üstü	125 (%84,5)	23 (%15,5)	

¹Ki-Kare Test

²Fisher Freeman Halton Test

*p<0,05

4.11. Anne Baba Öğrenim Durumu İle Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Çocuğun medya aracı kullanma durumuna göre anne baba öğrenim durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (p>0,05). (Tablo 4.11.)

Tablo 4.11.: Anne Baba Öğrenim Durumu ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Çocuğun medya aracı kullanması		P
	Evet	Hayır	
	Ort±SS (medyan)	Ort±SS (medyan)	
Anne öğrenim durumu	9,38±4,56 (8)	9,44±4,77 (8)	0,703
Baba öğrenim durumu	11±4,23 (12)	10,61±4,06 (12)	0,717

Mann Whitney U Test

4.12. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Annesi okula gitmeyen çocukların %60'ı, annesi 1-5 yıl eğitim alanların %79,1'i, annesi 6-8 yıl eğitim alanların %76,1'i, annesi 9-12 yıl eğitim alanların %79,7'si ve annesi 12 yıl üstünde eğitim alanların %72,6'sı medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır (p>0,05). Babası okula gitmeyen 1-5 yıl eğitim alan çocukların %75'i, babası 6-8 yıl eğitim alanların %71,2'si, babası 9-12

yıl eğitim alanların %82,7'si ve babası 12 yıl üstünde eğitim alanların %75'i medya aracı kullanmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.12.)

Tablo 4.12.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Medya Aracı Kullanımı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Çocuk medya aracı kullanması		P
	Evet	Hayır	
	n (%)	n (%)	
Okula gitmemiş	6 (%60)	4 (%40)	0,586
1-5 yıl	72 (%79,1)	19 (%20,9)	
Anne eğitim süresi grup			
6-8 yıl	54 (%76,1)	17 (%23,9)	
9-12 yıl	59 (%79,7)	15 (%20,3)	
12 üstü	45 (%72,6)	17 (%27,4)	
8 yıl ve altı	132 (%76,7)	40 (%23,3)	0,955
Anne eğitim süresi grup			
8 yıl üstü	104 (%76,5)	32 (%23,5)	
1-5 yıl	42 (%75)	14 (%25)	0,350
Baba eğitim süresi grup			
6-8 yıl	47 (%71,2)	19 (%28,8)	
9-12 yıl	81 (%82,7)	17 (%17,3)	
12 üstü	66 (%75)	22 (%25)	
8 yıl ve altı	89 (%73)	33 (%27)	0,217
Baba eğitim süresi grup			
8 yıl üstü	147 (%79)	39 (%21)	

Ki-Kare Test

4.13. Görsel Medya Araçlarını Kullandırma Sebeplerine Göre Anne Baba Eğitim Süresinin Değerlendirilmesi

Eğitici olduğunu düşündüğü için medya araçlarını kullandıran anne ve babaların eğitim süreleri, kullandırma sebebi olarak eğitici olmasını seçmeyen anne babalardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p=0,000$; $p<0,05$). Eğlenceli olduğunu düşündüğü için medya araçlarını kullandıran anne babaların eğitim süreleri ile kullandırma sebebi olarak eğlenceli olmasını seçmeyen anne babaların eğitim süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Ev işi yapmak amacıyla medya araçlarını kullandıran annelerin eğitim süreleri ile kullandırma sebebi olarak iş yapmak nedenini seçmeyen anne eğitim süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). İş yapmak için medya araçlarını kullandıran ailelerde

babaların eğitim süreleri, kullandırma amacı olarak iş yapmayı seçmeyen ailelerdeki babaların eğitim sürelerinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşüktür ($p=0,041$; $p<0,05$). Yemek yedirmek veya sakinleştirmek için medya araçlarını kullandıran anne babaların eğitim süreleri ile bu seçenekleri işaretlememiş anne babaların eğitim süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Uyutmak için medya araçlarını kullandıran anne ve babaların eğitim süreleri, izletme amaçlarında ‘uyutmak’ olmayan anebabalardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşüktür ($p_1=0,019$; $p_2=0,013$; $p<0,05$). (Tablo 4.13.)

Tablo 4.13.: Görsel Medya Araçlarını Kullandırma Sebeplerine Göre Anne Baba Eğitim Süresinin Değerlendirilmesi

		Anne eğitim süresi	Baba eğitim süresi
		Ort±SS (medyan)	Ort±SS (medyan)
Eğitici	Evet	11,47±4,42 (12)	12,47±3,97 (13)
	Hayır	8,49±4,33 (8)	10,37±4,19 (11,5)
	P	0,000*	0,000*
Eğlenceli	Evet	9,38±4,57 (8)	11,08±4,26 (12)
	Hayır	9,38±4,54 (10)	10,6±4,13 (12)
	P	0,822	0,750
İş yapmak için	Evet	8,99±4,41 (8)	10,3±4,59 (11,5)
	Hayır	9,56±4,63 (8)	11,33±4,02 (12)
	P	0,337	0,041*
Yemek yedirmek için	Evet	8,66±4,28 (8)	10,58±4,06 (12)
	Hayır	9,68±4,65 (8)	11,18±4,3 (12)
	P	0,107	0,664
Sakinleştirmek için	Evet	8,93±3,96 (8)	10,63±3,53 (12)
	Hayır	9,8±5,04 (8)	11,35±4,8 (12)
	P	0,248	0,376
Uyutmak için	Evet	6,84±4,41 (5)	8,63±3,35 (8)
	Hayır	9,6±4,51 (8)	11,2±4,24 (12)
	P	0,019*	0,013*

Mann Whitney U Test

* $p<0,05$

4.14. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğitici Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Anne eğitim süresi grupları arasında annelerin eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,000$; $p<0,05$). Anne eğitim süresi 12 yıl üstü olan çocukların annelerinin eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırma oranı (%53,3), annesi okula gitmemiş (%0), anne eğitim süresi 1-5 yıl arasında (%20,8) ve anne eğitim süresi 6-8 yıl arasında (%11,1) olan çocuklardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p_1=0,024$; $p_2=0,001$; $p_3=0,000$; $p<0,05$). Anne eğitim süresi 9-12 yıl arasında olan çocukların annelerinin eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırma oranı (%42,4), annesi okula gitmemiş (%0), anne eğitim süresi 1-5 yıl arasında (%20,8) ve anne eğitim süresi 6-8 yıl arasında (%11,1) olan çocuklardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p_1=0,046$; $p_2=0,013$; $p_3=0,000$; $p<0,05$). Diğer anne eğitim süresi grupları arasında annelerin eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Anne eğitim süresi 8 yıl ve altında olan çocukların %15,9'unun, anne eğitim süresi 8 yıl üstü olan çocukların %47,1'inin anneleri, eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırmakta olup, bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p=0,000$; $p<0,05$). Baba eğitim süresi grupları arasında eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,000$; $p<0,05$). Baba eğitim süresi 12 yıl üstü olan ailelerdeki çocukların eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırma oranı (%53), baba eğitim süresi 1-5 yıl arasında (%19), 6-8 yıl arasında (%19,1), 9-12 yıl arasında (%22,2) olan çocuklardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p_1=0,001$; $p_2=0,001$; $p_3=0,000$; $p<0,05$). Diğer baba eğitim süresi grupları arasında annelerin eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Baba eğitim süresi 8 yıl ve altında olan ailelerin çocuklarının %19,1'inin, baba eğitim süresi 8 yıl üstü olan ailelerinin çocuklarının %36,1'inin eğitici olduğu için medya araçlarını kullandırmakta olup, bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p=0,006$; $p<0,05$). (Tablo 4.14.)

Tablo 4.14.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğitici Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Eğitici		p	
	Evete	Hayır		
	n (%)	n (%)		
	Okula gitmemiş	0 (%0)	6 (%100)	0,000*
Anne eğitim süresi grup	1-5 yıl	15 (%20,8)	57 (%79,2)	
	6-8 yıl	6 (%11,1)	48 (%88,9)	
	9-12 yıl	25 (%42,4)	34 (%57,6)	
	12 üstü	24 (%53,3)	21 (%46,7)	
		8 yıl ve altı	21 (%15,9)	111 (%84,1)
Anne eğitim süresi grup	8 yıl üstü	49 (%47,1)	55 (%52,9)	
	1-5 yıl	8 (%19)	34 (%81)	0,000*
Baba eğitim süresi grup	6-8 yıl	9 (%19,1)	38 (%80,9)	
	9-12 yıl	18 (%22,2)	63 (%77,8)	
	12 üstü	35 (%53)	31 (%47)	
		8 yıl ve altı	17 (%19,1)	72 (%80,9)
Baba eğitim süresi grup	8 yıl üstü	53 (%36,1)	94 (%70,3)	

Ki-Kare Test * $p < 0,05$

4.15. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğlenceli Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Annesi okula gitmeyen çocukların %66,7'si, annesi 1-5 yıl eğitim alanların %81,9'u, annesi 6-8 yıl eğitim alanların %90,7'si, annesi 9-12 yıl eğitim alanların %78'i ve annesi 12 yıl üstünde eğitim alanların %80'i anneleri eğlenceli olduğu için medya araçlarını kullandırmakta olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$). Babası okula gitmeyen 1-5 yıl eğitim alan çocukların %78,6'sı, babası 6-8 yıl eğitim alanların %78,7'si, babası 9-12 yıl eğitim alanların %88,9'u ve babası 12 yıl üstünde eğitim alanların %78,8'i babaları eğlenceli olduğu için medya araçlarını kullandırması olup, aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p > 0,05$). (Tablo 4.15.)

Tablo 4.15.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Eğlenceli Olduğu İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Eğlenceli		p	
	Evete	Hayır		
	n (%)	n (%)		
	Okula gitmemiş	4 (%66,7)	2 (%33,3)	¹ 0,336
Anne eğitim süresi grup	1-5 yıl	59 (%81,9)	13 (%18,1)	
	6-8 yıl	49 (%90,7)	5 (%9,3)	
	9-12 yıl	46 (%78)	13 (%22)	
	12 üstü	36 (%80)	9 (%20)	
		8 yıl ve altı	112 (%84,8)	20 (%15,2)
	8 yıl üstü	82 (%78,8)	22 (%21,2)	
Baba eğitim süresi grup	1-5 yıl	33 (%78,6)	9 (%21,4)	¹ 0,288
	6-8 yıl	37 (%78,7)	10 (%21,3)	
	9-12 yıl	72 (%88,9)	9 (%11,1)	
	12 üstü	52 (%78,8)	14 (%21,2)	
		8 yıl ve altı	70 (%78,7)	19 (%21,3)
	8 yıl üstü	124 (%84,4)	23 (%15,6)	

¹Ki-Kare Test ²Continuity (Yates) Düzeltmesi

4.16. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile İş Yapmak İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Anne baba eğitim süresi ile ev işlerini yapabilme amacıyla medya araçlarını kullandırma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.16.)

Tablo 4.16.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile İş Yapmak İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

		İş yapmak için		P
		Evete	Hayır	
		n (%)	n (%)	
Anne eğitim süresi grup	Okula gitmemiş	2 (%33,3)	4 (%66,7)	0,765
	1-5 yıl	26 (%36,1)	46 (%63,9)	
	6-8 yıl	17 (%31,5)	37 (%68,5)	
	9-12 yıl	20 (%33,9)	39 (%66,1)	
	12 üstü	11 (%24,4)	34 (%75,6)	
Anne eğitim süresi grup	8 yıl ve altı	45 (%34,1)	87 (%65,9)	0,484
	8 yıl üstü	31 (%29,8)	73 (%70,2)	
Baba eğitim süresi grup	1-5 yıl	20 (%47,6)	22 (%52,4)	0,087
	6-8 yıl	15 (%31,9)	32 (%68,1)	
	9-12 yıl	25 (%30,9)	56 (%69,1)	
	12 üstü	16 (%24,2)	50 (%75,8)	
Baba eğitim süresi grup	8 yıl ve altı	35 (%39,3)	54 (%60,7)	0,068
	8 yıl üstü	41 (%27,9)	106 (%72,1)	

Ki-Kare Test

4.17. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Yemek Yedirmek için Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Anne baba eğitim süresi ile çocuğa yemek yedirme amacıyla medya araçlarını kullandırma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.17.)

Tablo 4.17.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Yemek Yedirmek İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Yemek yedirmek		P	
	Evete	Hayır		
	n (%)	n (%)		
	Okula gitmemiş	1 (%16,7)	5 (%83,3)	0,142
Anne eğitim süresi grup	1-5 yıl	29 (%40,3)	43 (%59,7)	
	6-8 yıl	15 (%27,8)	39 (%72,2)	
	9-12 yıl	12 (%20,3)	47 (%79,7)	
	12 üstü	14 (%31,1)	31 (%38,9)	
		8 yıl ve altı	45 (%34,1)	87 (%65,9)
Anne eğitim süresi grup	8 yıl üstü	26 (%25)	78 (%75)	
Baba eğitim süresi grup	1-5 yıl	17 (%40,5)	25 (%59,5)	0,170
	6-8 yıl	12 (%25,5)	35 (%74,5)	
	9-12 yıl	19 (%23,5)	62 (%76,5)	
	12 üstü	23 (%34,8)	43 (%65,2)	
		8 yıl ve altı	29 (%32,6)	60 (%67,4)
Baba eğitim süresi grup	8 yıl üstü	42 (%28,6)	105 (%71,4)	

Ki-Kare Test

4.18. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Sakinleştirmek için Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Anne baba eğitim süresi ile çocuğa yemek yedirme amacıyla medya araçlarını kullandırma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). (Tablo 4.18.)

Tablo 4.18.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Sakinleştirmek İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

		Sakinleştirmek		P
		Evete	Hayır	
		n (%)	n (%)	
Anne eğitim süresi grup	Okula gitmemiş	3 (%50)	3 (%50)	0,445
	1-5 yıl	37 (%51,4)	35 (%48,6)	
	6-8 yıl	25 (%46,3)	29 (%53,7)	
	9-12 yıl	33 (%55,9)	26 (%44,1)	
	12 üstü	17 (%37,8)	28 (%62,2)	
Anne eğitim süresi grup	8 yıl ve altı	65 (%49,2)	67 (%50,8)	0,859
	8 yıl üstü	50 (%48,1)	54 (%51,9)	
Baba eğitim süresi grup	1-5 yıl	20 (%47,6)	22 (%52,4)	0,282
	6-8 yıl	22 (%46,8)	25 (%53,2)	
	9-12 yıl	46 (%56,8)	35 (%43,2)	
	12 üstü	27 (%40,9)	39 (%59,1)	
	8 yıl ve altı	42 (%47,2)	47 (%52,8)	
8 yıl üstü	73 (%49,7)	74 (%50,3)		

Ki-Kare Test

4.19. Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Uyutmak İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

Anne eğitim süresi grupları arasında annelerin uyutmak için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,020$; $p<0,05$). Annesi okula gitmemiş çocukların annelerinin uyutmak için medya araçlarını kullandırma oranı (%50), anne eğitim süresi 1-5 yıl arasında (%9,7), 6-8 yıl arasında (%7,4), 9-12 yıl arasında (%6,8) ve 12 yıl üstünde (%2,2) olan çocuklardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir ($p_1=0,025$; $p_2=0,017$; $p_3=0,014$; $p_4=0,004$; $p<0,05$). Diğer anne eğitim süresi grupları arasında annelerin uyutmak için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Baba eğitim süresi grupları arasında babaların uyutmak için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,037$; $p<0,05$). Baba eğitim süresi 9-12 yıl arasında olan ailelerde uyutmak için medya araçlarını kullandırma oranı (%3,7), baba eğitim süresi 1-5 yıl arasında (%14,3) ve 6-8 yıl arasında (%14,9) olan çocuklardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşüktür ($p_1=0,041$; $p_2=0,037$; $p<0,05$). Diğer baba eğitim süresi grupları arasında uyutmak için medya araçlarını kullandırma oranları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). Baba

eğitim süresi 8 yıl ve altında olan ailelerin çocuklarının %14,6'sının, baba eğitim süresi 8 yıl üstü olan ailelerin çocuklarının %4,1'inin aileleri uyutmak için medya araçlarını kullandırması olup, bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p=0,008$; $p<0,05$). (Tablo 4.19.)

Tablo 4.19.: Anne Baba Eğitim Süresi Grupları ile Uyutmak İçin Medya Araçlarını Kullandırma Durumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

	Uyutmak		P
	Evett	Hayır	
	n (%)	n (%)	
Anne eğitim süresi grup			
Okula gitmemiş	3 (%50)	3 (%50)	¹ 0,020*
1-5 yıl	7 (%9,7)	65 (%90,3)	
6-8 yıl	4 (%7,4)	50 (%92,6)	
9-12 yıl	4 (%6,8)	55 (%93,2)	
12 üstü	1 (%2,2)	44 (%97,8)	
Baba eğitim süresi grup			
8 yıl ve altı	14 (%10,6)	118 (%89,4)	² 0,166
8 yıl üstü	5 (%4,8)	99 (%95,2)	
Anne eğitim süresi grup			
1-5 yıl	6 (%14,3)	36 (%85,7)	¹ 0,037*
6-8 yıl	7 (%14,9)	40 (%85,1)	
9-12 yıl	3 (%3,7)	78 (%96,3)	
12 üstü	3 (%4,5)	63 (%95,5)	
Baba eğitim süresi grup			
8 yıl ve altı	13 (%14,6)	76 (%85,4)	² 0,008*
8 yıl üstü	6 (%4,1)	141 (%95,9)	

¹Fisher Freeman Halton Test ²Continuity (Yates) Düzeltmesi * $p<0.05$

İstatistiksel İncelemeler

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için IBM SPSS Statistics 22 (IBM SPSS, Türkiye) programı kullanıldı. Çalışma verileri değerlendirilirken parametrelerin normal dağılıma uygunluğu Shapiro Wilks testi ile değerlendirilmiştir. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metodların (Ortalama, Standart sapma, frekans) yanı sıra niceliksel verilerin karşılaştırılmasında normal dağılım gösteren parametrelerin iki grup arası karşılaştırmalarında Student t test, normal dağılım göstermeyen parametrelerin iki grup arası karşılaştırmalarında Mann Whitney U test kullanıldı. Niteliksel verilerin karşılaştırılmasında ise Ki-Kare testi, Fisher Freeman Halton

testi, Fisher's Exact testi ve Continuity (Yates) Düzeltmesi kullanıldı. Anlamlılık $p < 0.05$ düzeyinde değerlendirildi.



5. TARTIŞMA

Bu çalışmada görsel medya araçlarının hemen hemen her evde bulunduğunu, toplumdaki yaygın kullanımın getirisi olarak çocukların çok küçük yaşlardan itibaren bu araçlar ile karşılaştığını gösterdik. Sosyoekonomik ve eğitim seviyelerinden bağımsız olarak tüm toplumdaki kontrolsüz kullanım doğumdan itibaren maruziyeti ortaya çıkarmaktadır. Nörobilişsel gelişimin en dinamik olduğu dönemde çocuk sağlığına zararlı olduğu çok defa gösterilmiş medya araçlarının kullanımının yaygınlığı göze çarpmaktadır ve bu durum bir halk sağlığı sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmamıza katılan çocukların yaklaşık dörtte üçünün görsel medya araçlarını kullandıkları saptanmıştır. Kabali ve ark.'nın 2015 yılında yaptıkları çalışmada 0-8 yaş aralığındaki çocukların %96,6'sının erişimi olduğunu göstermiştir. Bu farklılık çalışmamızda daha düşük yaş grubu ile yapılan bir araştırma olmasına bağlanabilir.

Kabali ve arkadaşlarının 2015 yılında ABD'de yaptıkları bir çalışmada 6-48 ay arasındaki çocuklara sahip ailelerin %97'sinde televizyon, %83'ünün tablet, %77'sinde akıllı cep telefonu, %58'inin bilgisayar bulunan evlerde yaşadığını belirtmiştir (1). Dinleyici ve arkadaşlarının 2016 yılında ülkemizde yaptığı çalışmada ailelerin %71 oranında tablet sahibi olduklarını bildirmiştir (21). Çalışmamızda ise televizyon ve akıllı cep telefonu bulunma sıklığı daha fazlayken bilgisayar ve tablet sahibi olması sıklığı Kabali ve ark.'nın çalışmasından daha düşük bulunmuştur. Aradaki farklılık; sosyoekonomik düzeye ve farklı toplumsal yapılara bağlanabilir.

Çalışmamızda çocukların tablet sahibi olma sıklığı % 8,1 olarak saptandı. Rideout ve ark.'nın 2013 yılında yaptığı çalışmada 0-8 yaşları arasındaki çocuklarda bu oran %15,9 olarak saptanmıştır (8). Kabali ve ark. Çalışmasın da tablet sahibi olma sıklığı 0-8 yaş aralığındaki çocuklarda % 36,2 olarak saptanmıştır (1). Ayrıca ABD'de sırasıyla 2011, 2013, 2015 yıllarındaki çalışmalarda tablet sahibi olma sıklığının zamanla arttığı görülmüştür (1, 8). Sıklık verileri arasındaki fark ülkemiz koşulları ile açıklanabilir. Ülkemizde medya araçlarının yaygınlaşması gelişmiş ülkelere göre daha geçtir. Ayrıca medya araçlarının fiyatlarının ülkemizde ABD'ne göre daha yüksek olması bu sonuçları beraberinde getirmiş olabilir. Çalışmamızda incelediğimiz yaş grubu küçük çocukları kapsadığı için medya araçları sahipliği görece düşük kalmış olabilir. Önümüzdeki yıllarda medya araçlarına sahip olma oranı küçük yaş grubunda da artacağı öngörülebilir. Bu öngörüye Rideout ve ark.'nın yaptığı çalışma destek olarak gösterilebilir (8). Bahse konu olan çalışmaya göre 2011 ve 2013 yıllarında 0-8 yaş grubundaki çocukların tablet sahibi olma oranı % 8'den % 40'a

çıkmiştir. Benzer şekilde Kabali ve ark. 2015 yılında bu oranı 0-8 yaş aralığında % 36 olarak saptamışlardır (1). Çalışmamızda saptadığımız oranın (%8,1) düşüklüğü sosyoekonomik ve yaş grubu farklılığı sebeplerine bağlı olduğu düşünülebilir.

Çalışmamızda çocukların medya araçlarına ilk kez maruz kalma yaşı değerlendirilmiştir. İlk defa televizyon ile karşılaşma zamanını doğduğu gün olarak belirten ailelerin yanı sıra ortalama 12 ay olarak saptanmıştır. Tablet kullanımı ortalaması 21 ay, akıllı cep telefonu kullanımı 17 ay, bilgisayar kullanım yaşı ortalaması 27 ay olarak belirlenmiştir. Yaş gruplarına göre medya araçlarını 6-12 ay arası çocukların yaklaşık yarısına yakını maruz kalırken, 49-60 aylardaki çocukların tamamına yakının maruz kaldığı ortaya çıkmıştır. Kabali ve arkadaşlarının ABD’de 2013 yılında yaptığı çalışmalarında mobil medya araçlarının 12 aydan önce kullanan çocukların oranı % 92 olarak saptanmıştır. Aynı çalışmada 2, 3 ve 4 yaşını tamamlamış çocuklarda sırasıyla % 98,5, % 98,4, % 97,2 sıklığında medya aracı kullanımı söz konusudur (1). Rideout ve ark. 2011 yılında yine ABD’de yaptığı çalışmada bu oran 24 ayın altındaki çocuklar için % 10, 2013 yılında yaptığı çalışmada % 38 olarak belirtilmiştir (8). Çalışmamız ile karşılaştırma yapıldığında ABD’de yapılan çalışmalarda çocuklar tarafından daha erken kullanım yaşı söz konusudur. Bu durum ülkeler arasındaki teknolojik ve ekonomik gelişim farkının ortaya çıkardığı bir etki olabilir. AAP ve diğer araştırmacılar çocuklarda 24 aydan önce medya araçlarının kullanımını tavsiye etmemekte, 24 aydan sonra da kısıtlı kullanımı tavsiye etmektedir (34, 37).

Katılımcı çocukların kendilerine ait bir medya aracı olup olmaması ya da odalarında kullanabilecekleri TV bulunup bulunmaması da çalışmamızda değerlendirilen bir faktör olmuştur. Katılımcı çocukların dörtte birinin uyuduğu odada TV olduğu belirlenirken, araştırmamızın sonuçlarına göre çocukların yalnızca % 8,1’i kendi medya aracına sahip olduğu saptanmıştır. Bu % 8,1’lik kesim olan 25 çocuğun tamamının sahip olduğu medya aracının tablet olduğu belirlenmiştir. Aynı soruya cevap arayan bir diğer araştırma Türkiye’de 2017 yılında yapılmış olup, katılımcıların yaşları 1 ile 4 arasında değişmektedir. Çalışmaya katılan 72 çocuğun hiç birinin cep telefonu sahibi olmadığı saptanmış, %27,8’inin kendisine ait bir bilgisayar veya tableti olduğu belirtilirken, bu oran odasında TV sahibi olmada %12 olarak belirlenmiştir (38). Kabali ve arkadaşlarının çalışmasında, 348 katılımcı çocuğun %32,8’inin kendi odasında TV, %36,2’sinin tablet, %5,5’inin akıllı telefon ve %5,7’sinin ise bilgisayar sahibi olduğu saptanmıştır (1). Rideout ve arkadaşlarının 2013 yılında yaptığı çalışmada ise katılımcı çocuklardan 2 yaşından küçük olanların %16’sının odasında kendilerine ait bir TV bulunduğu, bu rakamın toplam katılımcılar arasındaki oranın %36 olduğu saptanmıştır (8). Aynı çalışmada çocukların %8’inin kendisine ait tableti olduğu

belirlenmiştir (8). Piyasada fiyat ve marka çeşitliliğinin artması fiyatları geriletmiş ve ulaşılabilirliği artırmıştır. Akıllı telefonları ve bilgisayarlara göre tabletlerin daha uygun fiyatlı olması medya aracı tercihinde tabletleri bir adım öne çıkarmaktadır. Sahip olunan medya araçlarından tabletin daha sıklıkla karşılaşılmaması için bu geçerli bir neden olabilir. Rideout ve arkadaşlarının yaptığı bu çalışma 2013 yılına ait olduğundan elde edilen veriler çalışmamızdan ve diğer çalışmalardan düşük çıkması öngörülebilir. Çalışmamızda çocukların herhangi bir medya aracına sahip olma oranı, yaş aralığı diğer iki çalışmadan geniş, üçüncü çalışma ile benzer olmasına karşın, diğer çalışmalardan düşük çıkmıştır.

Çocukluk çağında kendi medya araçlarına sahip çocukların olması kullanım oranlarını ve süresini arttıracakları öngörülebilir. Kullanım oranlarının ve sürelerinin artması kontrolsüz kullanım ihtimalini de beraberinde getirmektedir (6). Erken yaşta medya araçlarının etkilerini belirlemek için kontrollü karşılaştırmalı çalışmalara ihtiyaç vardır. Ancak daha fazla kullanımın denetimsizliği, denetimsizliğin de kötüye kullanımı ve olumsuz etkileri karşımıza çıkaracağı düşünülebilir. Bu nedenle küçük çocuklarla ilgili verilerin titizlikle toplanması ve bunun bir surveyans hassasiyetiyle takip edilmesi alınacak tedbirlerin planlanması için faydalı olabilir.

Bu çalışma göstermiştir ki ebeveyn yaşı ne kadar büyükse çocuğun medya aracı kullanımı daha fazla olmaktadır. Özellikle 24 yaşın altında olan annelerin çocuklarının yarısından çoğunun çocukları, diğer yaş grubundakilere oranla daha az medya aracı kullanmakta oldukları saptandı. Baba yaşına bakıldığında da 35 yaş ve üstü babaya sahip olan ailelerin çocuklarının (%84,5) daha fazla medya aracı kullanmakta olduğu saptanmıştır. Bu ilişki ailenin ileri yaşlarda alım gücünün artması ile bir veya birden çok medya aracına ulaşım imkanının artması düşüncesini akla getirmektedir.

Çalışmamızda ailelerin yarısından fazlası asgari ücret veya daha az gelire sahip oldukları saptanmıştır. Gelir durumu ile medya aracı kullanım ilişkisine bakıldığında gelir düzeyinden bağımsız olarak medya aracı kullanımı ailelerin yaklaşık dörtte üçünde mevcuttu. Kabali ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmada ailelerin gelir düzeylerine dair istatistiksel bir veri bulunmaması da, araştırmanın dar gelirli aileler ile yapılmıştır (1). Rideout ve arkadaşlarının çalışmalarında ise yıllık geliri \$30.000'dan az olan aileler dar gelirli, \$30.000 – \$75.000 arası olan aileler orta gelirli, \$75.000'den fazla olan aileler ise yüksek gelirli olarak tanımlanmıştır (8). Bu katılımcıların %96'lık bir kısmı TV sahibi olup, dar ve yüksek gelirli arasında anlamlı bir fark bulunmaması da, tablet ve telefon kullanımında göze çarpan farklılıklar saptanmıştır. Akıllı telefon kullanıyor olma oranı dar gelirli ailelerde %51

iken, orta gelirli ailelerde %62, yüksek gelirli ailelerde ise %76 olarak saptanmıştır. Tablet sahibi olma oranı ise dar gelirli ailelerden yüksek gelirli ailelere doğru sırasıyla % 20, % 36 ve % 63 olarak belirlenmiştir (8). Bu veriler karşılaştırıldığında ailelerin gelir düzeyinin medya araçlarına sahip olmada öngörülebilir bir farka sebep olduğu söylenebilirken, medya aracı kullanımında diğer faktörlerden daha etkili bir sebep olduğu sonucuna varılamamaktadır. Bu kanıya varmamıza, çalışmamız sonucunda, medya kullanımının aylık geliri asgari ücret ve asgari ücretten yüksek olan ailelerde hemen hemen aynı olması, Kabali ve arkadaşlarının aynı maddi gelir grubuyla çalışmasına rağmen değişkenlik gösteren sonuçlara ulaşması, Rideout ve arkadaşlarının çalışmasında tablet ve akıllı telefon sahibi olma oranı öngörülebilir bir şekilde yüksek gelirli ailelerde daha yüksek çıksa da, TV kullanımında gelir düzeyinin anlamlı bir fark yaratmadığı bulgusu etkili olmaktadır. Ayrıca Duch ve arkadaşlarının 2011 – 2013 yılları arasında yapılmış, 36 ay ve daha küçük çocuklar ve medya araçları arasındaki ilişkinin çeşitli yönlerini araştıran 29 araştırmayı kapsayan çalışması da aile gelir düzeyinin çocuklarda medya aracı kullanımında anlamlı bir fark yaratmadığını saptamıştır (23). Medya araçlarına yönelik teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler sayesinde çok sayıda yeni ve farklı ürünün erişilebilir olması, fiyatların düşmesi ve her sosyoekonomik seviyeden kişinin medya araçlarına kolaylıkla ulaşabilmesi bu durumu açıklayabilir (39).

Çalışmamızda çocukların son 1 hafta içerisinde medya araçlarını kullanım sürelerini de inceledik. Ortalama televizyon izleme süresi ortalama 2.5 saat, tablet 1.5 saat, akıllı cep telefonu 1 saat, bilgisayar kullanımı da yaklaşık 50 dakika olarak saptandı. Çarpıcı olarak medya araçlarından televizyon izleme saatini 10 saat olarak belirten aileler görülmüştür. Bu veriler Kabali ve arkadaşlarının çalışmasında da yer bulmuştur. Sıfır ile sekiz yaş aralığındaki çocukların bir günde ortalama 45 dakikalarını TV izlemeye, 27 dakikalarını mobil araçlardan video izlemeye, 22 dakikalarını da mobil araçlardaki uygulamaları kullanmaya ayırdıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yaş ile televizyon izleme süresi arasında farklılığa rastlanmazken ortalama mobil cihaz kullanım süresi yaşla birlikte artmıştır (1). Duch ve arkadaşlarının 2013 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yaptıkları çalışmada 1 yaşında olanların haftada ortalama 10 saat televizyon veya video izlerken 2 yaşında bu sürenin 15 saate çıktığı gösterilmiştir. Ayrıca aynı çalışmada 2 yaş grubunun % 43'ünün günlük 2 saatten fazla TV/video izlediği saptanmıştır (23). Katılımcıların ortalama TV izleme süresine ayrıca Rideout ve arkadaşlarının çalışmasında da değinilmiştir. 2011 yılında yapılan çalışmada çocukların ortalama TV izleme süresi 1 saat 9 dakika iken bu rakam

2013'e gelindiğinde 57 dakika olarak görülmüştür. Bu süre bilgisayar kullanımında 2011 yılında 17 dakika, 2013 yılında ise 11 dakikadır. Tablet ve akıllı cep telefonu kullanımında ise saptanan süre 2011 yılında 5 dakika iken, 2013 yılında 15 dakikaya yükselmiştir (8). Türkiye'de Aliyeva ve arkadaşları tarafından yapılmış bir çalışmada çocukların haftalık ortalama TV izleme süresi 12,2 saat, bilgisayar ve/veya tablet kullanımı 4,6 saat olarak belirlenirken, akıllı cep telefonu kullanımı 1.2 saat olarak ölçülmüştür (38). Bütün çalışmalar gözden geçirildiğinde, taranılan kaynakların birbirini ve araştırmamızı destekler nitelikte olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmamızda Rideout'un çalışmasına göre zaman içinde azalma gösteriyor olsa da, televizyon ortalama kullanım süresi en yüksek medya aracı olarak belirlenmiştir. Ayrıca Kabali ve Duch çalışmalarında yaş ile birlikte mobil medya cihazlarının kullanımının da arttığı gözlemlenmiştir (1, 23).

Çalışmamızda çocukların evde olduğu sürece televizyonun ortalama kaç saat açık kaldığı araştırılmıştır. Çocuk evde iken gün içerisinde televizyonun toplam açık kalma süresi 16 saate kadar vardığı görülmüştür. Ortalama açık kalma süresi ise 6,5 saattir. Tomopoulos ve ark. 2014 yılında Norveç'te 527 çocuk ile yaptıkları çalışmada 2 yaşın altındaki çocukların diğer yaş gruplarına göre arka planda açık olması nedeniyle uygunsuz içerik barındıran ve yaşına uygun olmayan televizyon programlarına maruziyet yaşadıklarını göstermiştir (40). Yeni verilere göre, çocukların bilişsel ve psikososyal gelişimlerine elektronik ortamda maruz kalmanın etkisinin, program içeriğinin ön planda mı yoksa arka planda mı olduğuna bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Çocuğun anlayabileceği, çocuklara yönelik programlar "ön plan" programları olarak adlandırılır. Çocuklara yönelik olmayan, çocuğun gelişimi göz önünde bulundurulmayan ve çocuk tarafından izlenmeyen programlara "arka plan" denir. Ön plana maruz kalma dikkat, bilişsel ve dil sonuçları ile ters bir şekilde ilişkiliyken, arka plan maruziyeti ebeveyn-çocuk etkileşimlerini ve oyunun süresini ve kalitesini etkilemektedir(40).

Ebeveynlerin eğitim düzeyi ve meslekleri çalışmamızda değinilen bir diğer konudur. Çalışmamızın sonucunda çocuğun medya aracı kullanma durumuna göre, anne baba eğitim süreleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Kabali ve arkadaşlarının çalışmasında da ailenin eğitim düzeyi ile çocuğun medya aracı erişimi, ilk medya aracı kullanım yaşı, medya aracı kullanım sıklığı ve günlük kullanım süresi ile bir ilişkisi olmadığı belirtilmiştir (1). Çalışmada 326 katılımcı ebeveynin %12,6'sı lise mezunu değilken, lise mezunu oranı % 39,6'dır (1). Duch ve arkadaşlarının yaptığı 29 kaynağın tarandığı bir meta analizde ise baba eğitim düzeyinin çocuğun medya kullanımı üzerinde bir etkisi olmadığı saptanırken,

anne eğitim düzeyinin etkisi konusunda bir kesinlik olmadığı ifade edilmiştir (23). Bu sonuçlar karşılaştırıldığında tümünün birbirini ve çalışmamızı destekler nitelikte olduğu gözlemlenmiştir. Farklı ülke, şehir, tarih ve yaş grubu içermelerine rağmen, tüm kaynaklarda aile eğitim düzeyi ile çocuğun medya aracı kullanımını arasında anlamlı bir etki gözlenmemiştir.

Çocukların medya araçlarını kullanım alışkanlıklarını belirleyen en önemli faktör, ebeveynlerin kullanım alışkanlıklarıdır. Çocukların medya kullanım alışkanlıklarını ebeveynlerin davranışlarının birer yansıması olarak görmek mümkündür (41). Bu durum ile ebeveynin çocuğuyla beraber medya araçlarını kullanmasını birbirinden ayırt etmek gereklidir. Çünkü çocuğun medya araçlarını uygunsuz biçimde kullanmasını engellemek hatta uygun zaman, mekan ve içeriği sağlamak bağlamında çocuğu monitorize etmek için eş zamanlı ve beraber kullanım (*coviewing*) faydalı olabilir (22).

Çalışmamızdaki hedef kitle olan 60 aydan küçük çocukların, ebeveynleri eşliğinde medya araçlarını kullanmaları daha doğru bir yaklaşımdır. Bu kontrol mekanizmasının esas unsuru çocukların ne zaman, nerede, ne sıklıkta ve ne kadar süreli medya aracını kullanacağını belirlenmesidir (4, 22). Çalışmamızda katılımcı çocuk ve ailelerinin medya aracı kullanımına ilişkin davranışları incelenmiştir. Çalışmamıza göre çocuk medya araçları (TV/tablet/akıllı telefon/bilgisayar)ile vakit geçirirken ebeveynlerin dörtte biri her zaman, yarıdan fazlası çoğu zaman, ya da ara sıra, yaklaşık %7'si nadiren çocuğuna eşlik etmektedir.

Ebeveynlerin yarısından fazlası medya araçlarını kullanım sırasında çocuklarına eşlik ederken ekrandaki görüntüyü çocuğa anlatırken, yarısından azı da çocukla birlikte sessizce izlediğini belirtmiştir. ABD'de Kabali ve ark. yaptığı çalışmada ‘‘Siz medya araçlarını kullanırken çocuğunuzun dikkatinizi dağıtmaması için onun da medya araçlarını kullanmasına izin veriyor musunuz?’’ sorusuna evet yanıtını veren ebeveyn oranının yüksekliği dikkat çekmektedir (1). Türk toplumunda çocuklara yüksek değer verilmesi nedeniyle aşırı koruyucu davranışlar gösterdiklerini bildiren çalışmalar mevcuttur (42). Çocukların her davranışını ve eylemini kontrol etme çabasında olan aileler medya araçlarını kullanım sırasında da benzer yaklaşımı göstermektedirler. Çalışmamızda çıkan bu sonucun literatür ile benzer olması Türk toplum yapısının koruyucu davranış biçimine bağlanabilir.

Ayrıca nörogelişimsel yetilerin şekillendiği okul öncesi dönemde tek yönlü uyaran olan televizyon ve video seyretmek beyin gelişimini olumsuz etkileyebilir (43, 44). Karşılıklı iletişime dayanan oyun oynamanın nörogelişim açısından önemi çok büyüktür. Arkadaş

veya ebeveynler ile oyun oynama sırasında kural koyma ve bunlara uyma, bu sırada anlaşmazlıklar olduğunda çeşitli çözüm yolları bulma gibi çok yönlü etkileşim içinde olunmaktadır. Ayrıca ebeveyn ile çocuklar arasındaki etkileşimde medya araçları kullanımı çocuk gelişimini olumsuz etkileyebilir. Çocuk ile çocuğun veya ebeveyn ile çocuğun arasındaki iletişimi ve etkileşimi medya araçlarıyla sağlamak oldukça güçtür (4).

Çalışmaya katılan çocukların üçte biri uyumadan önce mobil aracı ile vakit geçirmektedir. Birçok çalışma, medya araçlarıyla geçirilen daha fazla sürenin daha az uyku, daha fazla dikkat problemi ve daha düşük akademik performans ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Brockmann ve arkadaşları Hollanda'da 2016 yılında 100 sağlıklı çocuk üzerinde yaptığı çalışmada; çocuğun yatak odasında televizyonun varlığının, 1 ila 4 yaş arası çocuklar arasında uyku kalitesini önemli ölçüde azalttığı, uyku terörü, kabus ve uyurgezerlik ile ilişkili olduğunu göstermiştir (29).

Çalışmamızda katılımcı çocukların televizyon izleme sırasındaki davranışları da incelenmiştir. Sonuçlarımıza göre çocukların beşte biri medya araçlarından herhangi birini kullanırken tamamen ekrana odaklanıyorken, yaklaşık % 80'i odaklanmamaktadır.

Taranılan kaynaklarda katılımcı çocukların TV izleme sırasındaki davranışları incelenmesine dair bir sonuç bulunamasa da Kabali ve arkadaşlarının çalışmasında da katılımcı çocukların 3'te 1'inin birden çok medya aracını aynı anda kullandığı saptanmıştır (1),

Çalışmamıza göre ailelerin çocuklarına medya araçlarını kullandırmalarının en sık nedeninin eğlence amacıyla olduğu saptandı. Ayrıca ailelerin üçte birinden azı eğitim amacı güdüldüğünü belirttiler. Medya aracı kullandırmayan ailelerin tamamına yakını çocuğun sağlığını olumsuz etkileneceğini düşündüğü için kullandırmadığını belirtmiştir. Kabali ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada ailelerin % 70'inin çocuklarının mobil medya aracı kullanmasına, ev işlerini yapmak, % 65'inin çocukların sakin kalmasını sağlamak, % 58'inin gündelik işlerini yapabilmek, % 28'inin ise çocuklarını uyutabilmek için izin verdiği belirtilmiştir (1). Rideout ve ark. Çalışmasında ailelerin çocuklarına medya araçları kullanması için izin verme sebepleri arasında ilk sırada dışarı çıkıldığında (yemek, fatura yatırma gibi) izin verme, ikinci sırada ev işlerini yaparken izin verme olarak saptanmıştır. Ayrıca Rideout ve arkadaşlarının çalışmasında gündelik işlerini yaparken çocuğunun bir medya aracı kullanmasına izin verilip verilmediği sorulduğunda ebeveynlerin % 31'i bazen cevabı verirken, % 13'ü sıklıkla izin verdiğini dile getirmiştir. Aynı şekilde ev işlerini

yapmak için çocuğun medya aracı kullanmasına ise ebeveynlerin % 42'si bazen, % 13'ü sıklıkla izin vermektedir (8). Ebeveynlerin ev işlerini yaptığı sırada çocuk ile birebir ilgilenememesi, çocuğun mobil cihazla hangi programları kullandığını denetlemesinde aksaklıklara yol açabilir. Ev işleri süresinin uzatılması durumunda çocuğun medya aracısıyla geçireceği sürenin artması ve faydalı kullanım için süre ve uygun zaman şartının gerçekleşmemesi ortaya çıkabilir. Çocuğun, uygunsuz içeriklere maruz kalmasına neden olabilir. Ayrıca küçük yaşlarda uyutmaya çalışmak, yemek yemesini sağlamak gibi temel gereksinimlerin karşılanmasına yardımcı olduğu düşüncesiyle medya araçları kullanılmaktadır (1). Yeni medya araçlarından (tablet, akıllı cep telefonu, bilgisayar) önce televizyon karşısında yemek yedirme davranışları ile ilgili çalışmalar yapılmış ve bunun faydalı olmadığı görülmüştür (45). Benzer sonuçların yeni jenerasyon medya araçlarında da görülmesi kuvvetle muhtemeldir.

Çocuklarına medya araçlarını eğitici olduğunu düşündüğü için kullandıran ebeveynlerin eğitim süreleri, kullandırma sebebi olarak eğitici olduğunu belirtmeyen ebeveynlerden anlamlı düzeyde yüksek saptanmıştır. Özellikle eğitim süresi 9 yıl ve üstü olan annelerin ve eğitim süresi 12 yıl ve üstü olan babaların yarısı eğitici olduğunu düşündüğü için medya araçlarını çocuklarına kullandığını belirtmişlerdir. Bu da eğitim seviyesi yüksek olan ailelerin medya araçlarını eğitim için kullanmaya daha yatkın olduğunu göstermektedir. Medya araçlarını kullandırma sebebi olarak 'eğlence amaçlı' veya 'ev işlerini yapabilmek' seçeneklerini tercih eden veya etmeyen ailelerdeki annelerin eğitim süreleri arasında ilişki bulunamamıştır ($p>0,05$). Ev işlerine zaman ayırmak için medya araçlarını kullandıran ailelerdeki babaların eğitim sürelerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Medya araçlarını kullandırmayı uyutma amacıyla kullanan ebeveynler daha düşük eğitim süresine sahip ebeveynlerdir. Özellikle okula gitmemiş annelerin yarısı uyutma amacıyla medya araçlarını kullandıklarını belirtmiştir. Yemek yedirme sırasında veya çocuğu sakinleştirme aracı olarak kullandıran ailelerin eğitim süreleri ile herhangi bir ilişki saptanamamıştır. Çocuklarına medya kullanım sebebi olarak yemek yedirmeyi veya çocuğun sakinleşmesini belirten ebeveynlerin eğitim süreleri arasında anlamlı bir fark saptanamamıştır ($p>0,05$).

Çalışmamızın ve diğer kaynakların verilerine bakıldığında ebeveynlerin çoğunlukla medya araçlarını çocukları meşgul tutarak kendi işlerini yapabilmek için kullandıkları sonucuna varılabilir.

Medya araçlarının çocuklar için olumlu etkileri sağlaması ihtimali de mutlaka akılda tutulmalıdır. Bu seviyedeki teknolojileri bir araya toplayan bu araçların çocukların faydasına kullanım yolları mutlaka incelenmelidir. Şüphesiz bu olumlu etkilerin ortaya çıkabilmesi için kontrollü kullanım önemlidir. Bu konuda eğitici uygulamalar fayda sağlayabilir (46, 47). Eğitici uygulamalar çocukların gelişim basamaklarında ilerlemelerini desteklemek amacıyla kullanılabilir (47). Bunun için çocukların yaş gruplarına uygun, her yaş grubu için ayrı ayrı çeşitlendirilmiş uygulamalar geliştirilmelidir (46). İsmi eğitici olsa da içeriği, sunuluşu ve hazırlanışı bu amaca hizmet etmeyen uygulamalardan yararlı etki beklenemez. Ek olarak dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta eğitici uygulama veya program kullanımının ebeveynde sahte güvenlik hissini ortaya çıkarmasıdır. Eğitici programlar ile çocukların vakit geçiriyor olması düşüncesiyle denetimden uzak tutulması çocukların zararına olacaktır. Çünkü akış içeriği ve çekiciliğiyle medya araçlarındaki ortamın eğitici olmayan uygulama veya programlar çocuğun ilgisinin o tarafa kaymasına neden olur.

Katılımcı çocukların izledikleri programlarının içeriği çalışmamızda ayrıca incelenmiştir ve en fazla tercih edilen çizgi film olduğu saptanmıştır. Buna göre medya aracı kullanan çocukların %96,6'sı çizgi film, %58,5'i eğitici program, %11,4'ü yetişkin programı izlemektedir. Bu sonuç çalışmaya alınma üst yaşının 60 ay olması ile açıklanabilir. Kabali ve arkadaşlarının çalışmasında video izleme sıklığı %76,6 olduğu ve çocukların en çok Youtube ve Netflix gibi içerik üreten siteleri kullandığı gözlemlenirken, yaş ilerlemesiyle birlikte eğitim amaçlı medya aracı kullanımının arttığı fakat eğlence amaçlı kullanımın her yaş grubunda en yüksek orana sahip olduğu gözlemlenmiştir (1). Rideout ve arkadaşlarının çalışmasında çocukların mobil cihazlarda video izleme sıklığı % 47 olduğu ve katılımcıların % 61'i bazen ya da sıklıkla eğitici programlar izlerken, % 52'si çocuklar için eğlence programlarını aynı sıklıkla izlemektedir. %11'inin genel izleyici programlarını, % 7'sinin ise yetişkin programlarını bazen veya sıklıkla izlediği ifade edilmiştir (8). Bu konuda elde ettiğimiz veriler Kabali ve arkadaşlarının çalışması ile benzerlik gösterse de Rideout ve arkadaşlarının çalışmasıyla ayrılmaktadır. Bu veriler ışığında Rideout ve arkadaşlarının, Kabali'nin ve bizim çalışmamızdan çocukların medya kullanım içerikleri konusunda farklı bir sonuca ulaşmasını eğitim düzeyi ile açıklayabilirdik ancak Rideout ve arkadaşlarının çalışmasında ailelerin eğitim düzeyine ilişkin net bir bilgi olmadığından bu karşılaştırmayı kesin bir şekilde yapmak mümkün değildir.

Çalışmamızda zaman ve içerik izinleri dışında kısıtlamalar da araştırılmıştır. Elde ettiğimiz sonuçlara göre katılımcı ebeveynlerin yarısından fazlası çocuklarına zaman ve

içerik kısıtlaması uygulamaktadır. Çocukların sadece eğitici uygulamalara yönelme şeklinde kısıtlamalarla değil Susam Sokağı (Sesame Street) gibi eğitici videolarla da hem faydalı hem de eğlenceli zaman geçirmesi mümkün olabilir (47). Bu bakımdan profesyonel kişilerce hazırlanan, çocukların gelişim düzeyine uygun çizgi film ve oyunların teşvik edilmelidir (4). Çocukların yaş ilerledikçe kontrolden uzak şekilde medya araçlarını kullanım oranının arttığı tahmin edilebilir. Küçük yaşlarda kullanımın yaygınlaşması bağımsız kullanımı da beraberinde getirecektir. Bağımsız kullanımın kötü yanı denetimden uzak bir ortam sağlamasıdır. Denetimsiz kullanımın özellikle okul öncesi çocuklarda tamamen olumsuz sonuçlar getireceği söylenebilir. AAP ve diğer yazarlar 24 aydan önce medya araçların kullanımını hiç önermezken böyle bir sonucun karşımıza çıkması düşündürücüdür (3, 6, 22, 37). Medya araçlarının hayatımızın her alanında kullanıma geçmesi sonucunda çocukların da bu araçlarla geçirdikleri zaman artmıştır. Medya araçlarıyla geçirilen zamanların kalitesinin artırılması, zararlı etkilerin mümkün olduğunda azaltılıp, yararlı etkilerden en üst düzeyde faydalanılması için ebeveynlere rehberlik edilmesi gerekmektedir (22). Ailelere çocukların sağlığı ile ilgili önemli ve kolay yönlendirmeler doktorlar tarafından yapılmalıdır. Sağlık hizmeti sunucularına bu konunun önemi, tedbirler, olası olumlu ve olumsuz etkilerinin neler olabileceği, yer, zaman ve içerik denetiminin önemi anlaşılmazsa topluma ve en önemlisi ailelere doğru yönlendirmeler yapılamaz. Esas olarak ailelerin çocuklarının sağlığı ile ilgili olarak doktorlar, hemşireler ve diğer sağlık sunucularının bu konuda bilgilendirilmesi elzemdir (4).

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Çocuk sağlığı ile ilgili çalışan tüm akademi ve dernekler yaşamın ilk iki yılında medya araçlarına maruz kalınmamasını, iki yaşından sonra da kontrollü ve denetimli kullanılmasını önerirken, çalışmamızda doğumdan itibaren medya araçlarına maruziyet olduğu saptanmıştır. Medya araçlarının hemen hemen tüm evlere aktif olarak girdiği ve günlük yaşantıda oldukça fazla yer edindiği çarpıcı olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya araçlarına doğrudan temas olmasının yanında arka planda maruz kalmanın 16 saat gibi çok uzun sürelerle ulaştığı görülmektedir. En erken maruz kalınan medya aracı televizyon olmakla birlikte tablet, akıllı cep telefonu, bilgisayar gibi cihazlar aileler tarafından çeşitli amaçlarla çocuklara kullandırılmakta ya da kullanmasına izin verilmektedir. Medya araçlarının kullanmaya başlama yaşı ortalamasının hiç maruz kalmaması gereken ilk 24 ay olarak saptanması dikkat çekici bir veridir. Ailelerin büyük çoğunluğunun kullandırma sebebi olarak eğlenceli olmasını belirtmesi üzerinde durulması gereken bir diğer noktadır. Bununla birlikte ebeveyn eğitim süresinin yüksek olduğu katılımcılarda medya araçlarını eğitim nedeni tercih ettikleri görülmüştür. Ebeveyn eğitim süresi çocukların medya araçlarını kullanım oranlarını etkilememektedir. Uyuduğu odada televizyon bulunması tek başına çeşitli sağlık sorunlarını beraberinde getireceği gibi medya araçlarını kullanım oranlarının bu çocuklarda daha fazla olduğu saptanmıştır. Ebeveyn yaşı arttıkça çocukların medya araçlarını kullanım oranlarını arttığı görülmüştür. Anne babaların yarısından fazlası çocukların medya araçlarını kullanımı sırasında eşlik etseler de yaklaşık üçte biri çeşitli kısıtlamalar uyguladıklarını belirtmişlerdir. Çalışmamız ülkemizde 6-60 ay arası çocuklukların erken yaşlarda medya araçlarına maruz kaldığını ve ailelerin eğitim durumundan bağımsız olarak kullanmalarına izin verdiğini göstermiştir.

Çocuk hekimleri; ailelerin ve çocukların medya araçlarını kullanım alışkanlıklarını erken dönemden itibaren sorgulamalıdır. Her çocuk ve ebeveyn için medya araçlarını kullanım planlanması yapılmalıdır. Beyin gelişiminin en hızlı olduğu erken çocukluk döneminde dil gelişiminin, sosyal ve bilişsel yetilerin kazanıldığı ebeveynlere vurgulanmalıdır. Yaşamın ilk 24 ayında medya araçlarına maruziyetin önüne geçmek için önlemler ve bilgilendirmeler yapılmalıdır. İki yaşından sonra da günlük kullanımın 1 saatten az süreli, yüksek kaliteli programlar ile ve ebeveyn eşliğinde karşılıklı iletişim şeklinde olmasını vurgulanmalıdır. Çocukların medya araçları ile karşılaşmaları mutlaka yaşlarına uygun, iyi tasarlanmış yüksek kaliteli programlar ile sağlanmalıdır. Yemek sırasında ve uyumadan 1 saat öncesine kadar medya araçlarının kullanımı sınırlandırılmalıdır.

Çocukluk döneminde görsel medya araçlarının doğru ve etkin kullanılabilmesi için çocuk hekimleri ebeveynler ile iş birliği içinde olmalıdır.



7. KAYNAKLAR

1. Kabali HK, Irigoyen MM, Nunez-Davis R, Budacki JG, Mohanty SH, Leister KP, et al. Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children. *Pediatrics*. 2015;136(6):1044-50.
2. Radesky JS, Schumacher J, Zuckerman B. Mobile and interactive media use by young children: the good, the bad, and the unknown. *Pediatrics*. 2015;135(1):1-3.
3. Hinkley T, Verbestel V, Ahrens W, Lissner L, Molnar D, Moreno LA, et al. Early childhood electronic media use as a predictor of poorer well-being: a prospective cohort study. *JAMA pediatrics*. 2014;168(5):485-92.
4. Media and Young Minds. *Pediatrics*. 2016;138(5).
5. Children, Adolescents, and the Media. *Pediatrics*. 2013;132(5):958-61.
6. Radesky JS, Christakis DA. Increased Screen Time: Implications for Early Childhood Development and Behavior. *Pediatric clinics of North America*. 2016;63(5):827-39.
7. Kemp S. We are Social. 2016. URL: <http://wearesocial.com/uk/specialreports/digital-in-2016> [accessed 2016-03-27] [WebCite Cache ID 6gKPcmW4x] [Internet].
8. Rideout V. Zero to eight: children's media use in America 2013: a Common Sense Media research study. *Common Sense Media*. 2013.
9. Cristia A, Seidl A. Parental Reports on Touch Screen Use in Early Childhood. *PLoS One*. 2015;10(6):e0128338.
10. ARNAS YA. 3-18 yas grubu çocuk ve gençlerin interaktif iletisim araçlarını kullanma alışkanlıklarının değerlendirilmesi. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*. 2005;4(4).
11. Roseberry S, Hirsh-Pasek K, Golinkoff RM. Skype me! Socially contingent interactions help toddlers learn language. *Child development*. 2014;85(3):956-70.
12. Kirkorian HL, Choi K, Pempek TA. Toddlers' Word Learning From Contingent and Noncontingent Video on Touch Screens. *Child development*. 2016;87(2):405-13.

13. Bozzola E, Spina G, Ruggiero M, Memo L, Agostiniani R, Bozzola M, et al. Media devices in pre-school children: the recommendations of the Italian pediatric society. *Ital J Pediatr.* 2018;44(1):69.
14. Wartella E, Rideout V, Lauricella AR, et al. Parenting in the age of digital technology. Chicago: Northwestern University Press; 2014. [Internet].
15. Anderson CA, Gentile DA, Buckley KE. Violent video game effects on children and adolescents: Theory, research, and public policy: Oxford University Press; 2007.
16. Anderson CA, Bushman BJ. Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: a meta-analytic review of the scientific literature. *Psychol Sci.* 2001;12(5):353-9.
17. Polman H, de Castro BO, van Aken MA. Experimental study of the differential effects of playing versus watching violent video games on children's aggressive behavior. *Aggressive behavior.* 2008;34(3):256-64.
18. Christakis DA, Garrison MM, Herrenkohl T, Haggerty K, Rivara FP, Zhou C, et al. Modifying media content for preschool children: a randomized controlled trial. *Pediatrics.* 2013;131(3):431-8.
19. Schmidt ME, Pempek TA, Kirkorian HL, Lund AF, Anderson DR. The effects of background television on the toy play behavior of very young children. *Child development.* 2008;79(4):1137-51.
20. Kirkorian HL, Pempek TA, Murphy LA, Schmidt ME, Anderson DR. The impact of background television on parent-child interaction. *Child development.* 2009;80(5):1350-9.
21. Dinleyici M, Carman KB. Media Use by Children, and Parents' Views on Children's Media Usage. 2016;5(2):e18.
22. Gentile DA, Reimer RA, Nathanson AI, Walsh DA, Eisenmann JC. Protective effects of parental monitoring of children's media use: a prospective study. *JAMA pediatrics.* 2014;168(5):479-84.
23. Duch H, Fisher EM, Ensari I, Harrington A. Screen time use in children under 3 years old: a systematic review of correlates. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity.* 2013;10:102.

24. Barr R, Danziger C, Hilliard M, Andolina C, Ruskis J. Amount, content and context of infant media exposure: A parental questionnaire and diary analysis. *Int J Early Years Educ.* 2010;18(2):107-22.
25. Suglia SF, Duarte CS, Chambers EC, Boynton-Jarrett R. Social and behavioral risk factors for obesity in early childhood. *Journal of developmental and behavioral pediatrics : JDBP.* 2013;34(8):549-56.
26. Wen LM, Baur LA, Rissel C, Xu H, Simpson JM. Correlates of body mass index and overweight and obesity of children aged 2 years: findings from the healthy beginnings trial. *Obesity (Silver Spring, Md).* 2014;22(7):1723-30.
27. Bellissimo N, Pencharz PB, Thomas SG, Anderson GH. Effect of television viewing at mealtime on food intake after a glucose preload in boys. *Pediatr Res.* 2007;61(6):745-9.
28. Salti R, Tarquini R, Stagi S, Perfetto F, Cornelissen G, Laffi G, et al. Age-dependent association of exposure to television screen with children's urinary melatonin excretion? *Neuro endocrinology letters.* 2006;27(1-2):73-80.
29. Brockmann PE, Diaz B, Damiani F, Villarroel L, Nunez F, Bruni O. Impact of television on the quality of sleep in preschool children. *Sleep medicine.* 2016;20:140-4.
30. Edelson LR, Mathias KC, Fulgoni VL, 3rd, Karagounis LG. Screen-based sedentary behavior and associations with functional strength in 6-15 year-old children in the United States. *BMC Public Health.* 2016;16:116.
31. Hirsh-Pasek K, Zosh JM, Golinkoff RM, Gray JH, Robb MB, Kaufman J. Putting education in "educational" apps: lessons from the science of learning. *Psychological science in the public interest : a journal of the American Psychological Society.* 2015;16(1):3-34.
32. Asamen JK, Ellis ML, Berry GL. *The SAGE handbook of child development, multiculturalism, and media: SAGE Publications; 2008.*
33. Wilke M, Sohn JH, Byars AW, Holland SK. Bright spots: correlations of gray matter volume with IQ in a normal pediatric population. *Neuroimage.* 2003;20(1):202-15.
34. Christakis DA. Interactive media use at younger than the age of 2 years: time to rethink the American Academy of Pediatrics guideline? *JAMA pediatrics.* 2014;168(5):399-400.

35. Wake M, Hesketh K, Waters E. Television, computer use and body mass index in Australian primary school children. *J Paediatr Child Health*. 2003;39(2):130-4.
36. Robinson TN. Television viewing and childhood obesity. *Pediatric clinics of North America*. 2001;48(4):1017-25.
37. American Academy of Pediatrics. Children, adolescents, and the media. *Pediatrics* 2013;132:958-961.
38. Aliyeva N. Aliyeva N. 1-18 Yaş Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıklarını Etkileyen Faktörler. Tıp Fakültesi, Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı. Uzmanlık Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi, 2017. 2017.
39. Seyrek S, Cop E, Sinir H, Ugurlu M, Senel S. Factors associated with Internet addiction: Cross-sectional study of Turkish adolescents. *Pediatrics international : official journal of the Japan Pediatric Society*. 2017;59(2):218-22.
40. Tomopoulos S, Cates CB, Dreyer BP, Fierman AH, Berkule SB, Mendelsohn AL. Children under the age of two are more likely to watch inappropriate background media than older children. *Acta paediatrica (Oslo, Norway : 1992)*. 2014;103(5):546-52.
41. Linebarger DL, Barr R, Lapierre MA, Piotrowski JT. Associations between parenting, media use, cumulative risk, and children's executive functioning. *Journal of developmental and behavioral pediatrics : JDBP*. 2014;35(6):367-77.
42. Araştırması AY. TC Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü. Ankara. 2006;2010:21-41.
43. Jordan AB, Hersey JC, McDivitt JA, Heitzler CD. Reducing children's television-viewing time: a qualitative study of parents and their children. *Pediatrics*. 2006;118(5):e1303-10.
44. Anderson DR, Pempek TA. Television and very young children. *American Behavioral Scientist*. 2005;48(5):505-22.
45. Cox R, Skouteris H, Dell'Aquila D, Hardy LL, Rutherford L. Television viewing behaviour among pre-schoolers: implications for public health recommendations. *J Paediatr Child Health*. 2013;49(2):E108-11.

46. Falbe J, Willett WC, Rosner B, Gortmaker SL, Sonneville KR, Field AE. Longitudinal relations of television, electronic games, and digital versatile discs with changes in diet in adolescents. *Am J Clin Nutr.* 2014;100(4):1173-81.
47. Chiong C, Shuler C, editors. *Learning: Is there an app for that. Investigations of young children's usage and learning with mobile devices and apps* New York: The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop; 2010.



EKLER

Ek 1. Anket Formu

İnönü Üniversitesi Gelişimsel Pediatri Bilim Dalı

Bu çalışmada 6-60 ay arası çocukların medya araçlarını kullanma alışkanlıklarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada verdiğiniz bilgilerde sizin ya da çocuğunuzun ismi kullanılmayacaktır. Cevaplayacağınız sorulardan dolayı size ya da çocuğunuza bir sorumluluk gelmeyecektir. Çalışmamıza destek verdiğiniz için teşekkür ederiz.

Hasta adı-soyadı		Dosya no	
Çocuk hekimi tarafından konulmuş bir hastalık tanısı var mı? Sağlık sorunu ne kadar süredir mevcut?		Evet Tanı: Süre:	Hayır
Görüşme tarihi		Görüşmeyi yapan	
Çocuğun cinsiyeti		Anne eğitim durumu (yıl olarak)	
Çocuğun doğum tarihi		Baba eğitim durumu (yıl olarak)	
Çocuğun yaşı		Annenin mesleği	
Doğum haftası		Babanın mesleği	
Doğum kilosu		Anne yaşı	
Çocuğun kilosu/percentil		Baba yaşı	
Çocuğun boyu/percentil		Kardeş sayısı	
Kaçıncı çocuk		Aile tipi (çekirdek, geniş, tek ebeveyn)	
Nerde oturuyor	a) şehir b) ilçe c) köy		
Temel bakım veren kişi	a) anne b) büyük anne c) bakıcı d) diğer		
Gelir düzeyi	a) asgari ücretten az b) asgari ücret c) asgari ücretten fazla		
1. Evinizde TV/akıllı telefon/bilgisayar/tablet var mı?	Evet TV: Akıllı telefon: Bilgisayar: Tablet:		Hayır
2. Çocuğunuzun gece uyuduğu odada televizyon var mı?	Evet		Hayır
3. Anne TV izliyor mu? 1 gün içerisinde ne kadar televizyon izliyorsunuz?	Evet		Hayır
4. Baba TV izliyor mu? 24 saat içerisinde ne kadar televizyon izliyorsunuz?	Evet		Hayır
5. Çocuğunuz evdeyken televizyonun açık olduğu toplam süre ne kadardır (Çocuğun izleyip izlememesi önemli değil)?			
6. Çocuğunuz televizyon/bilgisayar/tablet/akıllı telefon ile vakit geçiriyor mu? (Yanıt evet ise aşağıdaki sorulara geçin, hayır ise izletmeme nedenini sorup görüşmeyi bitirin.)	Evet İzlediği programlar nelerdir? a.Çizgi film b.Çocuklar için hazırlanmış eğitici programlar c.Yetişkin programları	İzletme sebebiniz nedir? a.Eğitici olduğu için b.Eğlence amacıyla c.Ev işlerini yapmak için d.Yemek yemesi için e.Sakinleşmesi için f.Uyuması için g.Diğer	Hayır a.Zararlı b.Gözünü bozar c.Diğer (Görüşmeyi bitirin.)
7. Çocuğunuz yan sütunda gördüğünüz uğraşları ilk kez kaç aylıkken yapmaya başlamıştır?	TV izlemek:..... Tablet ile uğraşmak:..... Akıllı telefon ile uğraşmak:..... Bilgisayar ile uğraşmak:		

8. Çocuğunuz yan sütunda gördüğünüz uğraşları son 1 hafta içerisinde, günde ortalama ne kadar süre yapmıştır?	TV izlemek:..... Tablet ile uğraşmak:..... Akıllı telefon ile uğraşmak:..... Bilgisayar ile uğraşmak:	
9. Sadece çocuğunuza ait bir TV/tablet/akıllı telefon var mı?	Evet Hangisi veya hangileri vardır? a) TV b) Akıllı telefon c) Tablet d) Bilgisayar	Hayır
10. Çocuğunuz TV/ tablet/akıllı telefon/ bilgisayarda vakit geçirirken siz ya da başka bir ebeveyn ne sıklıkta ona eşlik edersiniz?	a) Her zaman b) Çoğu zaman c) Ara sıra d) Nadiren e) Hiçbir zaman	
11. Birlikte izliyorsanız, izlerken ne yaparsınız?	a. Ekranda olanları anlatırım. b. Birlikte sessizce izlerim. c. Diğer:	
12. Çocuğunuz televizyon izlerken tamamen televizyona mı odaklanır/neler yapar?	Evet (TV'ye odaklanır sadece TV izler.)	Hayır Başka ne yapar örnek veriniz. a) Konuşur b) Karakterleri taklit eder c) Oyuncaklarla oynar d) Dans eder e) Diğer
13. Uyumadan önce TV/tablet/ akıllı telefon/bilgisayar ile vakit geçirir mi?	Evet	Hayır
14. Aile içerisinde TV/tablet/akıllı telefon/ bilgisayar ile geçirilen vakit konusunda kurallarınız/kısıtlamalarınız var mıdır?	Evet	Hayır
15. Aile içerisinde TV/tablet/akıllı telefon/ bilgisayar kullanımında içerik konusunda kurallarınız/kısıtlamalarınız var mıdır?	Evet	Hayır

Ek 2. Gönüllü Bilgilendirme ve Onay Formu

BİLGİLENDİRİLMİŞ ONAM FORMU

Sayın anne ve baba,

Turgut Özal Tıp Merkezi Gelişimsel Pediatri Bilim Dalı öğretim üyesi Doç. Dr. Derya DOĞAN ve Dr. Hakan ÖZCAN tarafından yürütülen araştırmaya sizi davet ediyoruz. Bu araştırmaya katılıp katılmama kararını vermeden önce, araştırmanın neden ve nasıl yapılacağını bilmeniz gerekmektedir. Bu nedenle, bu formun anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Eğer anlayamadığınız ve sizin için açık olmayan kısımlar varsa ya da daha fazla bilgi isterseniz bize sorunuz.

Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmama veya katıldıktan sonra herhangi bir anda çalışmadan çıkmahakkına sahipsiniz. Olumlu yöndeki yanıtınız, araştırmaya katılım için onam verdiğiniz biçiminde yorumlanacaktır. Size okunan formlardaki soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayın. Bu formlardan elde edilecek bilgiler tamamen araştırma amacı ile kullanılacaktır.

Araştırma ile ilgili ulaşabileceğiniz telefon no: 05557412720-Dr. Hakan ÖZCAN

1. Araştırmayla İlgili Bilgiler:

a. Araştırmanın Amacı:

6-60 ay arası çocukların medya araçlarını kullanım alışkanlıklarını belirlemektir.

b. Araştırmanın İçeriği:

Genel pediatri polikliniklerine başvuran çocukların ve ailelerin medya araçlarını kullanım alışkanlıklarını hazırlanmış olan anket aracılığıyla öğrenilecektir.

c. Araştırmanın Nedeni:

Bilimsel araştırma

d. Araştırmanın Yapılacağı Yer:

Genel Pediatri Polikliniği

➤ Bu araştırmanın verileri; bilimsel araştırmalarda, öğrencilerin eğitiminde, ülkemizde ve yurtdışında yapılan eğitimlerde ve konferanslarda kullanılabilir; yayın haline getirilebilir. Sizin ve/veya çocuğunuzun adı ve adresi saklı tutulacaktır.

➤ Bu araştırma sırasında karşılaşılabilecek herhangi bir risk olmayıp, araştırmanın size ve çocuğunuza herhangi bir zararı yoktur. Maddi bir talep olmayacaktır.

2. Çalışmaya Katılım Onayı:

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya verilmesi gereken bilgileri dinledim ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları tamamen anladım. **Çalışma hakkında yazılı ve sözlü açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı tarafından yapıldı, soru sorma ve tartışma imkanı buldum ve tatmin edici yanıtlar aldım.**

Bu çalışmayı istediğim zaman ve herhangi bir neden belirtmek zorunda kalmadan bırakabileceğimi ve bıraktığım takdirde herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşmayacağımı anladım.

Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Tarih:

Katılımcının Adı-Soyadı:

İmza:

Araştırmacının Adı-Soyadı:

İmza:

Ek 3. Etik Kurul İzni

T.C. İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU (Sağlık Bilimleri Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu)			
Oturum Tarihi	Oturum Sayısı	Karar Sayısı	
10.04.2018	8	2018/8-19	
<p>Karar No: 2018/8-19: Sağlık Bilimleri Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu 10.04.2018 tarihinde Tıp Fakültesi Etik Kurul Salonunda toplandı. İnönü Üniversitesi Turgut Özal Merkezi Doç. Dr. Derya DOĞAN'ın sorumlu araştırmacı olduğu; İnönü Üniversitesi Turgut Özal Merkezi Arş.Grv.Dr. Hakan ÖZCAN'ın "İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ TURGUT ÖZAL TIP MERKEZİ ÇOCUK SAĞLIĞI VE HASTALIKLARI POLİKLİNİĞİNE BAŞVURAN 6-60 AY ARASI ÇOCUKLARIN MEDYA ARAÇLARINI KULLANMA ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ" başlıklı çalışması Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi açısından uygun olup-olmadığı hususundaki başvurusuna ilişkin raportör raporu görüşüldü. Çalışma Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi açısından değerlendirildiğinde; çalışmanın <u>etik açıdan uygun olduğuna</u>; oy birliği ile karar verilmiştir.</p>			
Prof. Dr. Kadir ERTEM Etik Kurul Başkan Yrd.			
Prof. Dr. Osman CELBİŞ Etik Kurul Başkanı	KATILMADI	Prof. Dr. Gülsen GÜNEŞ Etik Kurul Üyesi	KATILDI
Prof. Dr. Cemşit KARAKURT Etik Kurul Üyesi	KATILDI	Prof. Dr. Yüksel SEÇKİN Etik Kurul Üyesi	KATILDI
Prof. Dr. Erkan KARATAŞ Etik Kurul Üyesi	KATILDI	Prof. Dr. Yılmaz TABEL Etik Kurul Üyesi	KATILDI