

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**MEDYA ETKİLERİ BAĞLAMINDA OKUL ÖNCESİ DÖNEM
ÇOCUKLARININ YENİ MEDYA KULLANIMININ ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kıvılcım DURMUŞ

Yeni Medya Ana Bilim Dalı

Yeni Medya Yüksek Lisans Programı

Şubat 2020

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



MEDYA ETKİLERİ BAĞLAMINDA OKUL ÖNCESİ DÖNEM
ÇOCUKLARININ YENİ MEDYA KULLANIMININ ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kıvılcım DURMUŞ

Y1712.40012

Yeni Medya Ana Bilim Dalı

Yeni Medya Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Gökmen Hakan Karadağ

Şubat 2020

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ



YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Yeni Medya Anabilim Dalı Yeni Medya Tezli Yüksek Lisans Programı Y1712.400012 numaralı öğrencisi Kıvılcım DURMUŞ'un "Medya Etkileri Bağlamında Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Yeni Medya Kullanımının Analizi" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 31.01.2020 tarihli ve 2020/02 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile Tezli Yüksek Lisans tezi 12.02.2020 tarihinde kabul edilmiştir.

	<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
ASIL ÜYELER				
Danışman	Dr. Öğr. Üyesi	Gökmen Hakan KARADAĞ	İstanbul Aydın Üniversitesi	
1. Üye	Prof. Dr.	Deniz YENGİN	İstanbul Aydın Üniversitesi	
2. Üye	Doç. Dr.	Tolga KARA	Marmara Üniversitesi	
YEDEK ÜYELER				
1. Üye	Doç. Dr.	Okan ORMANLI	İstanbul Aydın Üniversitesi	
2. Üye	Doç. Dr.	Çiğdem AYTEKİN	Marmara Üniversitesi	

ONAY

Prof. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Enstitü Müdürü

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Medya Etkileri Bağlamında Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Yeni Medya Kullanımlarının Analizi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça ’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (.../.../.....)

Kıvılcım Durmuş

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimim ve tez çalışmam süresinde desteğini hep yanımda hissettiğim canım aileme teşekkür ederim. Araştırmanın her aşamasında bilgi ve deneyimleri ile yol göstererek, çok değerli katkılar sağlayan tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Gökmen Hakan Karadağ' a çok teşekkür ederim.

Şubat 2020

Kıvılcım Durmuş



MEDYA ETKİLERİ BAĞLAMINDA OKUL ÖNCESİ DÖNEM ÇOCUKLARININ YENİ MEDYA KULLANIMININ ANALİZİ

ÖZET

Bu araştırmada toplumdaki yeni 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 bireyelerine, sağlık hizmeti veren kişilere ve toplumun diğer kesimlerine öneriler sunabilmektir. Araştırma kapsamında en az 384 kişiye ulaşılması hedeflenmiş ve toplamda 414 anne ve babaya ulaşılmıştır. Bu araştırma, 6-60 ay arası çocukların medya araçlarını kullanma alışkanlıklarının değerlendirilmesi ve bu alışkanlıkları etkileyen etmenlerin belirlenmesi amacı ile yapılmış tanımlayıcı kesitsel bir araştırmadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından ilgili literatür doğrultusunda oluşturulan anket formu kullanılmıştır. Araştırmada verilerin analiz edilmesinde SPSS 16 paket programı kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma istatistiklerinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda çocukların önemli bir kısmının yeni medya araçlarını sıklıkla kullandığı tespit edilmiştir.

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

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

ABSTRACT

The aim of this study was to investigate the presence of new media in the society, the frequency of use by the child and his / her family, the purpose of use, its relationship with the socioeconomic level, the duration of exposure, and the role of the family during use. Our aim is to define the habit of using easily accessible media tools in the daily life of the society and therefore children with reliable data on this important issue and to provide suggestions to family members, health care providers and other segments of the society. Within the scope of the research, it was aimed to reach at least 384 people and 414 parents were reached in total. This study is a descriptive cross-sectional study aimed at evaluating the habits of children using media tools and determining the factors affecting these habits. In the research, a questionnaire form which was formed by the researchers in line with the related literature was used as data collection tool. SPSS 16 package program was used to analyze the data. Frequency, percentage, average and standard deviation statistics were used for data analysis. As a result of the research, it has been found that a significant number of children frequently use new media.

Keywords: *New Media, Preschool, Parental Opinions*

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR	xi
GİRİŞ	1
I. YENİ MEDYA ARAÇLARI KULLANIM DURUMU ve ÇOCUK SAĞLIĞI ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİLERİ	5
A. Yeni Medya Araçlarının Tanımlanması	5
B. Yeni Medya Araçlarının Kullanım Sıklıkları	8
1. Dünyada Kullanım Sıklığı.....	8
2. Türkiye’de Kullanım Sıklığı	10
C. Yeni Medya Araçlarına Sahip Olma İstatistikleri	13
D. Yeni Medya Araçlarında Geçirilen Süre	14
E. Yeni Medya Araçlarının Çocuk Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri	14
1. Fiziki Etkileri	15
a. Uyku Bozuklukları	15
b. Kas İskelet Sistemi Bozuklukları	15
c. Obezite.....	16
2. Bilişsel Etkileri.....	16
1.5.2.1. Konuşma Becerileri Üzerine Etkileri	17
1.5.2.2. Sosyal ve Duygusal Gelişim Üzerine Etkileri.....	17
II. YENİ MEDYA ve ÇOCUK İLİŞKİSİ	19
A. Medya ve Çocuk.....	19
B. Çocuk Gelişim Dönemlerinde Medyanın Etkisi	23
1. Duygusal Gelişim Üzerinde Medyanın Etkisi.....	24
a. 0-3 Yaş Duygusal Gelişimde Medyanın Etkisi	24
b. 3-7 Yaş Duygusal Gelişimde Medyanın Etkisi	25
c. 7-12 Yaş Duygusal Gelişimde Medyanın Etkisi	27
2. Bilişsel Gelişim ve Medya	29
a. 0-2 Yaş Bilişsel Gelişimde Medyanın Etkisi	29
b. 2-7 Yaş Bilişsel Gelişimde Medyanın Etkisi	31
c. 07-12 Yaş Bilişsel Gelişimde Medyanın Etkisi	33
3. Sosyal Gelişim ve Medya.....	35
C. Etki Kuramı	36
III. GEREÇ VE YÖNTEM	40
A. Araştırmanın Amacı	40
B. Evren ve Örneklem.....	40
C. Veri Toplama Aracı.....	41

D. Veri Analizi	41
IV. BULGULAR.....	43
A. Çocukların Demografik Özellikleri ve Anne Baba Özelliklerine Yönelik Bulgular	43
B. 0-60 ay çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıklarına Yönelik Bulgular	46
V. SONUÇ.....	62
VI. KAYNAKÇA.....	69
EKLER.....	76
ÖZGEÇMİŞ.....	82



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Bazı Ülkelere Göre İnternet Kullanıcı Sayısı (milyon) ve Penetrasyon Oranları (%).....	9
Şekil 1.2. Bazı Ülkelerde Yaş Oranlarına Göre Akıllı Telefon Penetrasyonu (%)....	10
Şekil 1.3. Yıllara Göre Türkiye'nin İnternet Kullanıcı Sayısı (Milyon) 2020T: Tahmini Değer.....	11
Şekil 1.4. Yıllara Göre Türkiye'nin İnternet Penetrasyonları 2020T: Tahmini Değer	12
Şekil 1.5. Yıllara Göre Türkiye'nin Akıllı Telefon Penetrasyonları 2016T: Tahmini Değer	13
Şekil 4.1. Anne ve Baba Yaşına Yönelik Bulgular.....	44

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 3.1. $\alpha= 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri	40
Çizelge 4.1. Çocukların Cinsiyeti ve Kardeş Sayısına Yönelik Bulgular.....	43
Çizelge 4.2. Anne ve Baba Eğitim Durumuna Yönelik Bulgular	45
Çizelge 4.3. Anne ve Babanın Aylık Gelirine Yönelik Bulgular	46
Çizelge 4.4. Aile Tipine Yönelik Bulgular	46
Çizelge 4.5. Evde Bulunan Elektronik Cihazlar	47
Çizelge 4.6. Çocuğun Elektronik Cihazla Tanışma Yılı.....	47
Çizelge 4.7. Çocuğun Elektronik Cihazda Günde Geçirdiği Zaman	48
Çizelge 4.8. Çocuğun Video İzleme Durumunun Değerlendirilmesi	48
Çizelge 4.9. Çocuğun Elektronik Cihaz Kullanım Durumuna Yönelik Bulgular.....	49
Çizelge 4.10. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Değerlendirmeler	50
Çizelge 4.11. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Olumlu ve Olumsuz Değerlendirmeler	51
Çizelge 4.12. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Çevresel Faktörlerin Değerlendirilmesi	52
Çizelge 4.13. Çocuğun Sosyal Hesaplarına Yönelik Bulgular	53
Çizelge 4.14. Çocuğun Elektronik Cihaz Kullanımında Yaşanan Sorunların Değerlendirilmesi	54
Çizelge 4.15. Çocuğun Genel Sağlık Durumunun Değerlendirilmesi	55
Çizelge 4.16. Annenin Eğitim Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi	56
Çizelge 4.17. Babanın Eğitim Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi	57
Çizelge 4.18. Annenin Gelir Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi	58
Çizelge 4.19. Babanın Gelir Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi	59
Çizelge 4.20. Aile Tipi ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi	60

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
NHABES	: Ulusal Sağlık ve Beslenme Sınavı Anketleri
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
TV	: Televizyon



GİRİŞ

Gelişen teknolojilerle beraber yeni medya araçlarına ulaşma bireyler açısından daha kolay bir hale gelmiştir. Günlük yaşamda kullanılan elektronik cihazlar aracılığıyla yeni medya araçlarına ulaşabilme ve bilgi edinebilme kolay ve hızlı bir hale gelmiştir. Bu durum yeni medya araçları üzerinden verilen bilgilerin bireylerin yaşantıları üzerinde olumlu veya olumsuz birçok etkiye sebep olmaktadır.

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

Yeni medya araçları yalnızca yetişkinler tarafından değil çocuklar tarafından da kullanılmaktadır. Okul öncesi dönemde ebeveynler tarafından çeşitli nedenlerle çocukların yeni medya araçlarına teşvik edilmeleri, çocuklarda önemli sorunları da beraberinde getirebilmektedir. Yeni medya araçlarının aşırı kullanımının çocuklarda saldırgan davranışlar, uyku problemleri ve gelişim üzerinde negatif etkiler gibi olumsuz etkilere sebep olduğu üzerinde durulmaktadır.

Yeni medya kullanımının yaygınlaşması ile beraber hem yetişkinler hem de çocuklar tarafından yeni medyaya yönelik cihazların kullanımı günlük kullanım alışkanlıklarından biri haline gelmiştir. Yeni medya araçlarına ulaşmada elektronik cihazların günlük yaşamda oldukça sık bir şekilde kullanıldığını söylemek mümkündür. Bununla beraber günümüzde elektronik cihaz kullanma yaşı oldukça düşüktür.

Çocukların küçük yaşlarda elektronik cihaz kullanımları, istenmeyen içerikleri ulaşmalarında olumsuz bir faktör olarak görölmektedir. Çocukların günlük yaşamlarında yoğun bir şekilde elektronik cihaz kullanmaları, olumsuz içeriklere ulaşma sıklığını arttırmaktadır. Çocukların istenmeyen içeriklere ulaşması çocukların fiziki ve bilişsel gelişimi üzerinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Bu nedenle günümüzde çocukların elektronik cihaz kullanımı ve yeni medya araçlarına ulaşmalarına yönelik literatürde yapılan çalışma sayısı sürekli olarak artmaktadır. Küçük yaşlarda elektronik cihaz kullanımına yönelik nedenleri tespit edilmesi ve ailelerin tutumlarının belirlenmesi gelecek dönem yapılacak çalışmalar açısından önem kazanmaktadır.

Bu araştırmanın amacı yeni medya araçlarının kullanımının çocuklar üzerindeki yaygınlığının tespit edilmesi ve ebeveynlerin bu konudaki düşüncelerinin belirlenmesidir.

Araştırma dört bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde yeni medya araçlarının kullanım durumu ve yeni medya araçlarının kullanımının çocuk sağığı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Teknolojik gelişmelerle birlikte Dünyada ve Türkiye'de yeni medya araçlarının kullanım sıklığı sürekli olarak artmaktadır. Günümüzde bireyler için yeni medya araçlarının kullanımı günlük yaşantının önemli bir parçası haline gelmiştir. Bireyler çeşitli sosyal ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla yeni medya araçlarını sıklıkla kullanılmaktadır. İletişim, alışveriş, haber alma, bilgi edinme gibi birçok ihtiyacının karşılanmasında yeni medya araçları üzerinden hızlı ve kolay bir şekilde istenilen bilgiler elde edilmektedir. Bu durum bireylerin yeni medya araçlarını yoğun bir şekilde kullanmalarına neden olmaktadır. Günümüzde yalnızca yetişkinler tarafından değil aynı zamanda çocuklar tarafından da yeni medya araçları kullanılmaktadır. Yeni medya araçlarına ulaşmada kullanılan elektronik cihazlara ulaşımın kolay olması ve günümüzde birçok ailede bu elektronik cihazların bulunması nedeniyle çocuklar tarafından bu cihazlar üzerinden yeni medya araçlarını ulaşma daha kolay bir hale gelmiştir. Çocukların günlük yaşantılarında elektronik cihazla daha fazla zaman geçirmeleri ise bilişsel ve fiziki gelişimleri üzerinde olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Bu nedenle yeni medya araçlarının kullanımının çocuk sağığı üzerindeki olumsuz etkilerinin belirlenmesine yönelik olarak literatür çalışmaları önem kazanmaktadır.

Araştırmanın ikinci bölümünde yeni medya ve çocuk ilişkisine yönelik olarak genel bilgilere yer verilmiştir. Çocuk gelişiminde medya etkisine yönelik olarak duygusal, bilişsel ve sosyal gelişim çerçevesinde incelemeler yapılmıştır. Ayrıca bu bölümde toplum ve medya arasındaki iletişimin daha net bir şekilde anlaşılmasına yönelik olarak etki kuramlarına yer verilmiştir. Toplumu yönlendirilmesinde ve istenilen davranış biçimlerinin oluşturulmasında medya önemli bir kavram olarak ifade edilebilir. Medya tarafından topluma sunulan bilgiler toplum üzerinde davranış değişikliğine neden olabilmektedir. Özellikle medya ve çocuk arasında iletişimin giderek güçlenmesi nedeniyle medya araçları üzerinden verilen çeşitli bilgiler çocuklar üzerinde doğrudan etkili olabilmektedir. Bu durum medya ve çocuk ilişkisini daha önemli bir hale getirmektedir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise saha araştırması kapsamında izlenen gereç ve yöntem ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Araştırmanın evrenini Edirne’de 6-60 ay arasındaki çocukların anne ve babaları oluşturmaktadır. Araştırmada sormaca tekniği kullanılmıştır. Sormaca tekniği, araştırma sorusunun tespit edilmesine yönelik olarak katılımcılara soru sorulması şeklinde oluşturulan bir yöntem şeklinde ifade edilmektedir. Sormaca tekniği kapsamında özellikle anket uygulamaları sıklıkla tercih edilmektedir. 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. Anket formu kapalı ve açık uçlu sorulardan meydana gelmektedir. Anket formlarının oluşturulmasında demografik özelliklere yönelik sorular, ebeveynlerin görsel medya kullanım alışkanlıkları ve okul öncesi dönemdeki çocukların görsel medya kullanım alışkanlıklarını incelemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket formunun oluşturulmasında Özcan (2018) uzmanlık tezinden faydalanılmıştır. Araştırmada verilerin analiz edilmesinde SPSS 16 paket programı kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma istatistiklerinden faydalanılmıştır. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkilerin tespit edilmesine yönelik olarak çapraz tablo analizleri yapılmış ve Kikare istatistiğinden faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulguların değerlendirilmesinde hata payı %5 olarak alınmıştır.

Araştırmanın son bölümü olan dördüncü bölümde ise saha araştırması kapsamında elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Çocuk ve medya ilişkisi

kapsamında elde edilen veriler analiz edilmiş ve elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.



I. YENİ MEDYA ARAÇLARI KULLANIM DURUMU ve ÇOCUK SAĞLIĞI ÜZERİNDEKİ OLUMSUZ ETKİLERİ

A. Yeni Medya Araçlarının Tanımlanması

Gelişen bilgisayar, internet ve mobil teknolojisi ile ortaya çıkan, kullanıcıların zamandan/mekandan bağımsız bir şekilde interaktif olarak etkileşimde buldukları sanal medya ortamı yeni medya olarak ifade edilmektedir (Bulunmaz, 2014). Yeni medya, internet ve mobil ağlar yardımıyla oluşturulan veya kullanılan yeni nesil medya düzenidir. Geleneksel medyanın aksine yeni medyanın yayın organları tümüyle dijital aygıtlar ve ortamlardan oluşmaktadır. Yeni medya, basılı yayın kaynaklarından teknolojiyle ve dijitallikle pekiştirilmemesi durumunda tümüyle uzak bir medya düzenine sahiptir (<https://wmaraci.com/nedir/yeni-medya>). Yeni medya, geleneksel medyada olduğu gibi bir mesaj iletim aracı değil bir ortamdır.

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

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

Medya kavramı ile ilgili olarak farklı tanımlamalara rastlamak mümkündür. Medya kelimesi Latince "ortam, orta, araçlar" anlamlarına gelmektedir. Radyo, gazete, dergi, kitap gibi unsurlar medyayı meydana getiren araçlar iken internet, sosyal medya ve benzeri unsurlar yeni medya araçlarını meydana getirmektedir (Nalçaoğlu, 2003). Bununla birlikte Türkiye'de medya denildiğinde genel olarak ilk akla kitle iletişim araçları gelmektedir. Bu açıdan kavramsal olarak içerisinde reklam, haber, bilgi, mesaj ve reklam bulunduran tüm basılı, yazılı ve görsel araçların olduğu alanlar medya olarak ele alınmaktadır. Medya temelde aktarım sağlamayı hedeflemektedir. Söz konusu aktarımı yaparken, var olan şartlara uyan araçları kullanmaktadır. Bu açıdan yeni medya araçları da günümüzün koşullarına uygun olarak aktarım görevini yerine getirmektedir. Fakat yeni medya araçlarının teknoloji doğrultusunda gelişim göstermesi gün geçtikçe alanlarının genişlemesine neden olmaktadır (Seremetakis, 2009).

Yeni medya araçları, kullanıcılara interaktif bir ortam sunmaktadır. Geleneksel medya araçlarına kıyasla kullanıcıların da katılımlarını sağlayan bir ortam sunmaktadır. Günümüzde özellikle sosyal medya araçları ve çeşitli video siteleri yeni medya araçlarının öncüleri arasında yer almaktadır. Bu araçlar üzerinden interaktif bir

iletişimin söz konusu olması, bireyler sıklıkla bu araçları tercih etmelerine neden olmaktadır (Fuchs, 2016).

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

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

İletişim ortamı dünün geleceği bugünün geçmişi olarak görülmektedir. Yeni iletişim ortamında ifade edilen “yeni” kavramının tam olarak neyi ifade ettiğinin nitelendirilmesi önemlidir. Yeni iletişim ortamı, bütün bilinen farklı mecraları bir araya getirme yetisine sahiptir. Dijitalleşmenin bir uzantısı olarak yeni iletişim mecraları veri kaybının önlendiği ortamları temsil etmektedir (Yengin ve Bayrak, 2018). Yeni iletişim teknolojileri, iletişime hız kazandırmış ve kazandırmaya devam

edecektir. Teknolojik gelişmeler iletişim araçlarının sürekli olarak gelişmesini sağlarken, bu durum bireyin iletişim imkânlarını güçlendirmektedir.

B. Yeni Medya Araçlarının Kullanım Sıklıkları

İlerleyen teknoloji ve değişen yaşam koşulları yeni medya araçlarının kullanımını giderek arttırmaktadır. Bu bağlamda bu bölümde yeni medya araçlarının dünyada ve Türkiye’de kullanım sıklığına yer verilecektir.

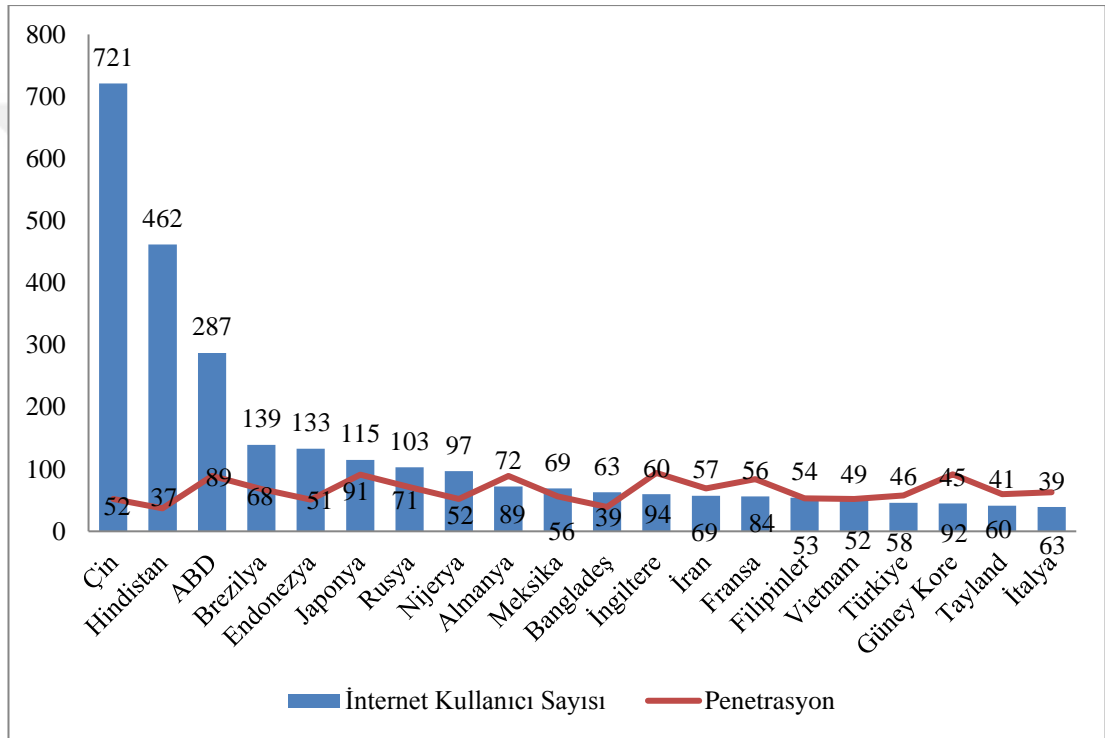
1. Dünyada Kullanım Sıklığı

Dünyada 1970’li yıllarla beraber sanayi alanındaki gelişmeler iletişim alanındaki çalışmaları artırmıştır. İletişim alanında giderek bütüncül bir yaklaşımdan uzaklaşılması ve bireysel iletişim algısının artması iletişim alanında yapılan yatırımları artırmıştır (Yaylagül, 2016). Bu durum dünyada iletişim araçlarının kullanım sıklığını artırmıştır. Küresel ölçekte medya kullanım oranlarının artması ve yeni iletişim araçlarının günlük yaşantının bir parçası haline gelmesi, bireyler arasındaki iletişimi ve etkileşimi daha güncel bir hale getirmektedir. Bu durum bireyler arasında interaktif bir etkileşim yaratmaktadır.

Günümüzde yeni medya araçları kendini internet, mobil telefonlar gibi teknolojik unsurlar üzerinde hissettirmektedir. Bu açıdan bu alan ve mecralar yeni medya araçları kapsamında değerlendirilebilecektir.

Dijital medya ve çevrimiçi iletişim, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki gençlerin günlük yaşamlarının yaygın bir parçası haline gelmiştir. Sosyal ağ siteleri, çevrimiçi oyunlar, video paylaşım siteleri ile iPod ve cep telefonları gibi araçlar artık gençlik kültürünün köklü yapılarıdır; sadece on yıl önce bu teknolojilerin ABD’deki çocukların ve gençlerin yaşamlarında zar zor bulunduğuna inanmak zor olabilir. Bugünün gençleri, bilgi ve kimlik geliştirme, yaşın gelmesi ve selefleri gibi özerklik için mücadele etme konusunda müzakerelerde bulunabilir. Ancak bunu iletişim, arkadaşlık, oyun ve kendini ifade etme bağlamları katılımlarıyla yeniden anlaşılırken yapmaktadırlar. Teknolojik değişimin hızı baş döndürücü gibi görünse de, gençliğin günlük yaşamlarında çeşitli şekillerde yaşadığı esnek sosyal yapısal koşullar ve kültürel kategorilerden büyüyen sosyalleşme, öğrenme, oyun ve kendini ifade etme temel uygulamaları daha yavaş bir evrim geçirmektedir (Ito vd., 2019).

Yeni medya araçlarının kullanım sıklığını değerlendirmek adına yapılan bir çalışmada son zamanlarda görsel medya araçlarının kullanımlarının arttığı ifade edilmektedir. Buna göre 2016 Haziran’ında dünya nüfusunun 7,395 milyar olduğu ifade edilmiş ve nüfusun yaklaşık yarısının görsel medya araçlarından etkilendiği ifade edilmiştir. Dünya çapında 1,97 milyar bireyin mobil cihazlarla, 3,79 milyar bireyin mobil medya araçları ile 2,31 milyar kişinin sosyal medya ile 3,42 milyar kişinin ise internet ile sosyal medya kullandıkları ifade edilmiştir. 2015 yılına göre 2016 yılında internet kullanımının %10 artış gösterdiği görülmüştür (Kemp, 2018). Şekil 1’de dünyada bazı ülkelere göre internet kullanıcı sayısı ile penetrasyon oranları gösterilmektedir.



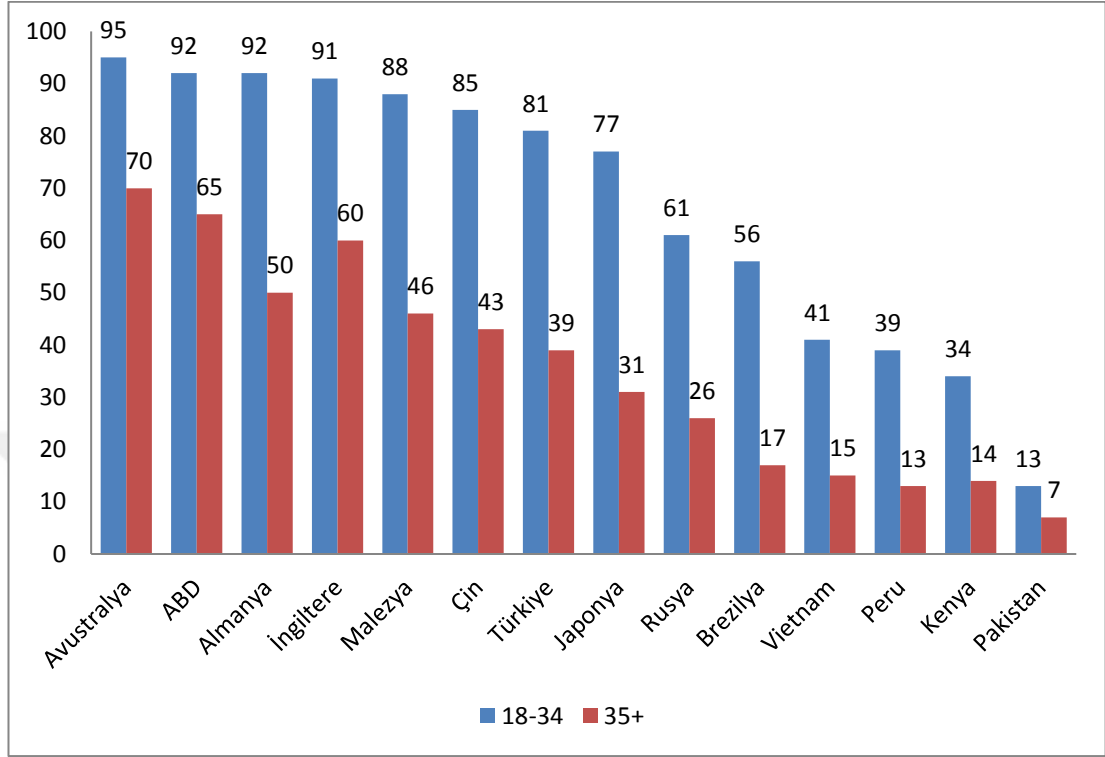
Şekil 1.1. Bazı Ülkelere Göre İnternet Kullanıcı Sayısı (milyon) ve Penetrasyon Oranları (%)

Kaynak: TÜSİAD, Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-ticaret, 2017: 42.

Şekil 1’de görüldüğü gibi Çin nüfusu bakımından oldukça fazla internet kullanıcılarına sahip ülkelerden biridir. Çin’de internete giriş oranı (penetrasyonu) %52 civarındadır. Japonya, İngiltere, Almaya, Fransa, Güney Kore gibi ülkelerde kullanım oranlarının yüksek olduğu görülmektedir.

Dünyada mobil telefonların yaygınlaşması ile birlikte yeni medya araçlarına olan rağbet her geçen gün artmıştır. Özellikle genç bireylerin akıllı telefon kullanım

oranlarının fazla olması yeni medya araçlarının gençler arasında yayılmasını daha kolay hale getirmektedir. Şekil 2’de ise dünyada bazı ülkelerde yaş oranlarına göre akıllı telefon kullanımlarına yer verilmiştir.



Şekil 1.2. Bazı Ülkelerde Yaş Oranlarına Göre Akıllı Telefon Penetrasyonu (%)

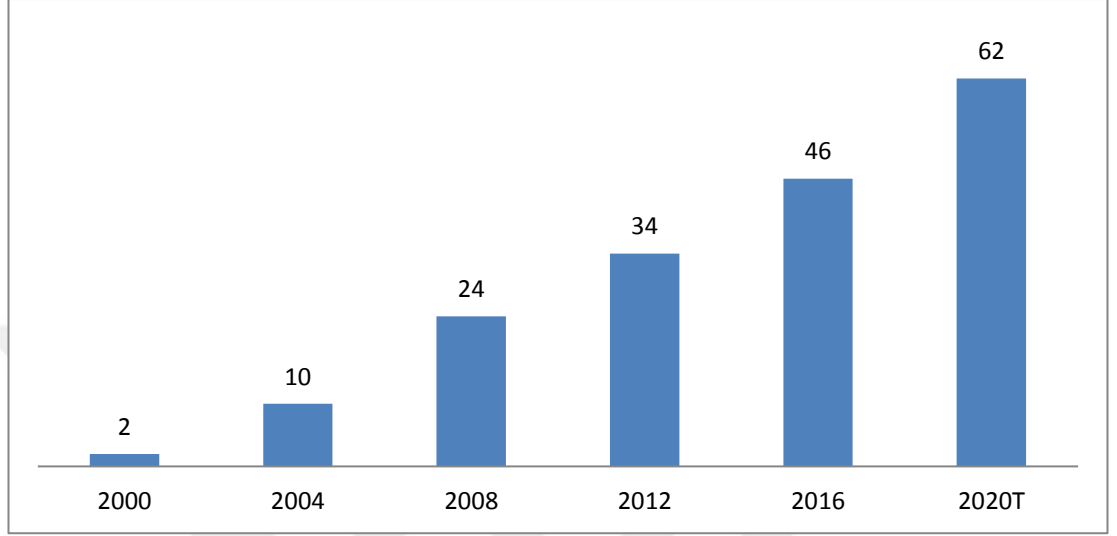
Kaynak: TÜSİAD, 2017: 42.

Şekil 2’de görüldüğü gibi dünyada akıllı telefon penetrasyonunun genel anlamda 18 ile 35 yaş aralığında yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum bu yaş aralığındaki bireylerin yeni medya araçları ile daha çok ilişki içinde olduğunu göstermektedir.

2. Türkiye’de Kullanım Sıklığı

Medya araçlarının Türkiye’de kullanım düzeylerinin ele alındığı bir çalışmaya göre Türkiye’deki nüfusun %11 tablet, %48’i dizüstü veya masaüstü bilgisayar, %56’sı en az bir tane akıllı cep telefonu kullanmaktadır. Ülkemizde tablet ya da bilgisayar üzerinden internet kullanımının gün içinde 4 saat 14 dakika, sosyal medya kullanımının ise gün içinde 2 saat 32 dakika olduğu ifade edilmektedir. Ülke nüfusunun %53’ünün aktif sosyal medya, %58’inin ise aktif internet kullanıcısı olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte %90’ının mobil bağlantı sahibi ve %45’inin mobil araçlar üzerinden aktif sosyal medyayı kullandığı bilinmektedir (Kemp, 2018).

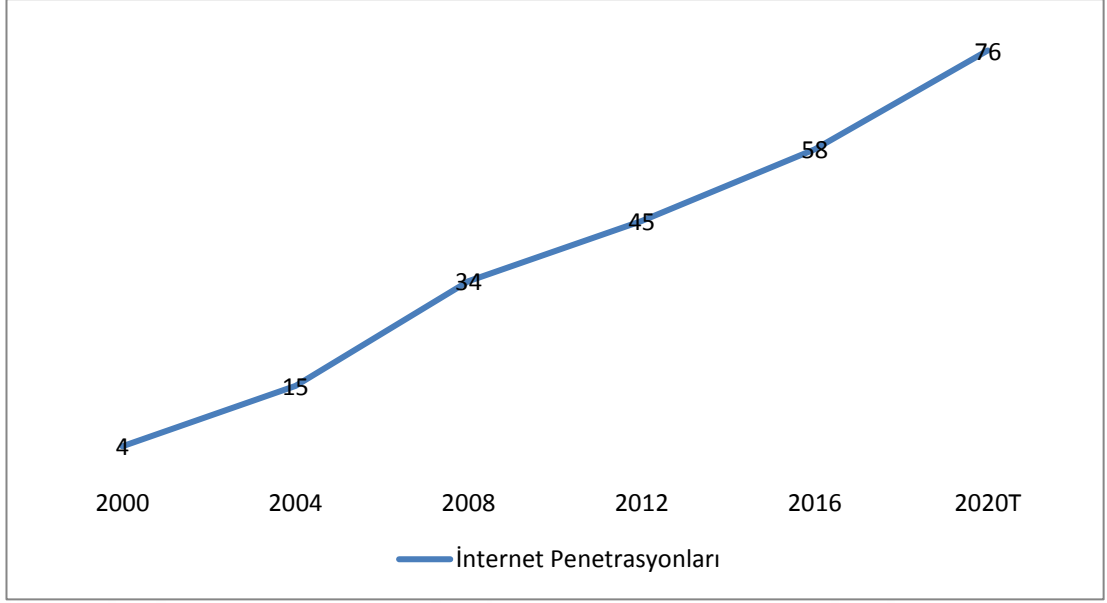
Şekil 3’de ise yıllara göre Türkiye’deki internet kullanıcıları sayıları gösterilmektedir.



Şekil 1.3. Yıllara Göre Türkiye’nin İnternet Kullanıcı Sayısı (Milyon) 2020T:
Tahmini Değer

Kaynak: TÜSİAD, 2017: 41.

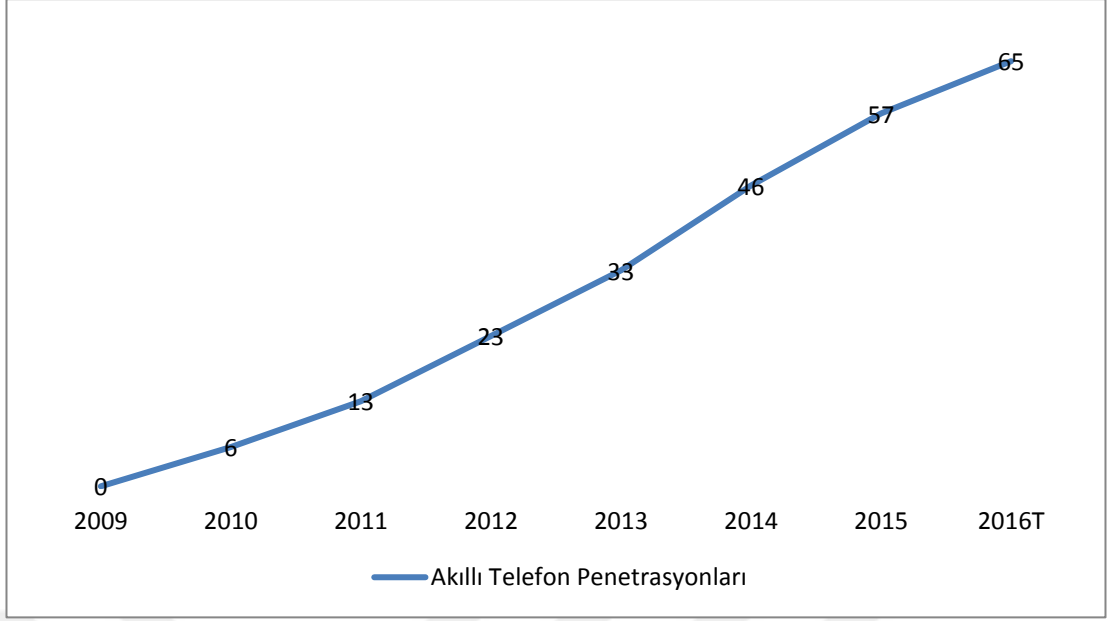
Görüldüğü 2000 yılında 2 milyon olan internet kullanıcı sayısı 2016 yılına gelindiğinde 46 milyona ulaşmıştır. 2020 yılına gelindiğinde bu oranın 62 milyona ulaşması beklenmektedir. Türkiye’de internet kullanıcı sayısının sürekli olarak artması aynı zamanda internet üzerinden yapılan işlem sayısını da arttırmaktadır. Günümüzde bankacılık, finans, alışveriş, iletişim gibi birçok günlük ihtiyacın karşılanmasında internet üzerinden yapılan işlemler önem kazanmaktadır. İnternet aracılığıyla işlemlerin rahat ve hızlı bir şekilde gerçekleşmesi, kullanıcılar tarafından internet kullanımını daha yaygın bir hale getirmektedir. Şekil 4’de ise internet penetrasyonları gösterilmektedir.



Şekil 1.4. Yıllara Göre Türkiye'nin İnternet Penetrasyonları 2020T: Tahmini Değer

Kaynak: TÜSİAD, 2017: 41.

Görüldüğü gibi Türkiye'de yıllara göre internete girme oranları giderek yükselmektedir. Bu tablonun akıllı telefon penetrasyonu açısından da değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Akıllı telefon kullanımının yaygınlaşması, mobil cihazlar üzerinden internet kullanım oranlarını önemli düzeyde yükseltmiştir. Bireyler tarafından akıllı telefonlar üzerinden birçok işlem rahat ve kolay bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Ayrıca ticari faaliyetlerin ve finansal işlemlerin uygulanmasında kurumlar tarafından mobil uygulamaların desteklenmesi, mobil araçlar üzerinden internet kullanım oranlarını oldukça yükseltmektedir. Aşağıdaki Şekil 5'de yıllara göre Türkiye'nin akıllı telefon penetrasyonları ele alınmaktadır.



Şekil 1.5. Yıllara Göre Türkiye'nin Akıllı Telefon Penetrasyonları 2016T: Tahmini Değer

Kaynak: TÜSİAD, 2017: 43.

Görüldüğü gibi internet penetrasyonları ile akıllı telefon penetrasyonları yükselen bir trendi takip etmektedir. Bu durum Türkiye'deki bireylerin internet, sosyal medya, akıllı telefonlar gibi yeni medya araçlarından her geçen gün daha fazla yararlandıklarını ortaya koymaktadır. Özellikle günümüzde sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması ve mobil cihazlar üzerinden sosyal medya kullanımının artması, Türkiye'de yıllar itibariyle akıllı telefon penetrasyon oranlarını yükseltmektedir.

C. Yeni Medya Araçlarına Sahip Olma İstatistikleri

Toplumsal yaşamda gelir seviyeleri farklılıklar gösterse bile medya araçlarının genel olarak tüm sosyal yapı içinde sık sık kullanıldığı görülmektedir. Bunu sağlayan en önemli etmenlerden biri de teknolojinin artması ile çeşitliğin artması ve böylelikle bireylerin kendilerine uygun seçimlerde bulunabilmesidir. Özellikle yeni medya araçlarının kullanım düzeylerinin artması sosyal yapı içinde gençlerin ve çocukların bu mecraları daha çok kullanması ile birlikte ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de bu konu ile ilgili olarak yapılan bir çalışmada 3 ile 18 yaş arasındaki çocukların %22’sinin evinde internet ve %36’sının evinde de bilgisayar olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte ebeveynlerin eğitim seviyeleri yükseldikçe evde yer alan medya araçlarının sayılarında da bir artış olduğu gözlemlenmiştir (ARNAS, 2005). Bunun yanında gelişen sosyal yapı ve teknoloji ile birlikte internet, bilgisayar ve diğer medya unsurlarının kullanımlarının her geçen gün arttığı da bilinen bir gerçektir.

D. Yeni Medya Araçlarında Geçirilen Süre

Neredeyse her insan günlük yaşamında yeni medya araçları ile belli süreler geçirmek durumunda kalmaktadır. Bu durumda özellikle bu araçların yaygınlaşmış olması etkili olmaktadır.

Medya araçlarının kullanımları ile ilgili olarak yürütülen bir çalışmada gelir seviyesi düşük ailelerin medya araçları ile daha çok etkileşim içerisinde oldukları gözlemlenmiştir. Bu açıdan bu ailelere “medya merkezli aile” denilmiştir. Yapısal açıdan bu ailelerin neredeyse günlerinin yarısını ekran başında geçiren, odasında televizyon bulunduran, aile içi iletişimin az olduğu aileler oldukları görülmüştür. Ortaya çıkan bu tablo ise ebeveynler veya bakıcılar ile çocuk arasındaki aktivite ya da oyun süresinin azalmasına sebep olmaktadır. Aile ve çocukların birlikte vakit geçirebilmesi son derece önemlidir. Aile ve çocuk arasında geçirilen vaktin de kaliteli olması bir gereklilik olmaktadır (Wartella vd., 2014). Çocukların ruhsal gelişimlerini olumlu yönde desteklemek adına kaliteli içeriğe sahip videolar önem kazanmaktadır.

Medya araçları kapsamında geçirilen süre ile ilgili yapılan bir çalışmada 6 ay ve 4 yaş arasındaki çocuklar incelenmiştir. Çalışma sonunda çocukların 15 dakika video oyunu oynadıkları, 22 dakika mobil araçlardaki uygulamaları kullandıkları, 27 dakika mobil medya araçlarından video izledikleri ve 45 dakika televizyon izledikleri belirlenmiştir (Kabali vd., 2015). Çocukların vakitlerinin önemli bir kısmını medya araçlarında geçirmeleri, medya araçları üzerinden izledikleri yayınları daha önemli bir hale getirmektedir.

E. Yeni Medya Araçlarının Çocuk Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Yeni medya araçlarının aşırı kullanımının çocuklarda saldırgan davranışlara ve uyku problemlerine yol açtığı ve gelişim üzerinde negatif etkiler gibi olumsuz etkilere sebep

olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu konu ile ilgili olarak yapılan bir çalışmada, çocukluğun erken dönemlerinde iki saatin üzerinde medya araçlarının kullanılmasının çocukların sosyal ilişki ve konuşma becerisi üzerinde problemlere neden olduğu ileri sürülmüştür (Hinkley vd., 2014).

1. Fiziki Etkileri

Medya araçlarının kullanım süresi ve sıklığı, çeşitli fiziki etkilere neden olabilmektedir. Bu etkiler özellikle çocukların sağlıklarını doğrudan olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Bu bölümde yeni medya araçlarının kullanımının fiziki etkileri üzerinde durulmuştur.

a. Uyku Bozuklukları

Yeni medya araçlarını aşırı kullanan çocukların uyku sorunları ile karşı karşıya kalma olasılıklarının daha yüksek olduğu ileri sürülmektedir. Çocukların bu medya araçlarını gece saatlerinde kullanmaları durumunda ekrandan yayılan ışık sebebiyle melatonin hormonunun salgılanmasının daha zor hale geldiği ve bu durumun çocuklarda uyku sorunlarına neden olduğu ifade edilmektedir (Salti vd., 2006).

Uyku bozuklukları ile ilgili olarak yrtlen bir diğer çalışmada, gece uykularında odasında televizyon olan çocukların gece terörü, uyku bozuklukları ve düşük uyku kalitesi gibi sorunlarla karşı karşıya kaldıkları belirtilmektedir (Brockmann vd., 2016). Fakat bilgisayar, akıllı telefon, tablet gibi yeni medya araçları ile aynı odada uyuyan çocukların uyku bozukluğu arasında bir ilişki keşfedilememiştir. Buna rağmen bu araçların kontrolsüz biçimde ve tek başlarına çocuklar tarafından kullanılmasının bazı uyku sorunlarına neden olabileceğini ifade etmek mümkündür.

b. Kas İskelet Sistemi Bozuklukları

Sağlıklı yaşam açısından fiziksel aktivite bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocukların sağlıklı büyüyebilmesi için fiziksel aktivite oldukça önemlidir. Erken ocukluk sürecinde emekleme, oynama ve yürüme gibi aktivitelerle fiziksel aktiviteler yerine getirilmektedir. Çocukluk ve adölesan dönemde takım sporları ve egzersizlerle birlikte fiziksel aktivite süreçleri de yürütülebilmektedir.

Dünya Sağlık rgt'nün verdiği tavsiye doğrultusunda 5 ile 17 yaşları arasındaki kişilerin gün içerisinde en az 1 saatlik orta yoğunluklu aktiviteye katılmaları

gerekmektedir. Bununla birlikte Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) Ulusal Sağlık ve Beslenme Sınavı Anketleri (NHABES) ile 1000 çocuk üzerinde yapılan bir çalışmada medya araç kullanımı ile kas-iskelet sisteminin durumu arasındaki ilişki incelenmiştir. Neticede ise fiziksel güç zayıflığı ile TV izlenimi arasında bir ilişkinin olduğu ortaya konulmuştur (Edelson, vd, 2016).

c. Obezite

Medya araçlarının özellikle okul öncesi dönemde kullanılmasının beden kitle endeksinin az ama anlamsal artmasında etkili olduğu ifade edilmektedir. Bu durum ise çocuklarda rastlanmakta olan obezite riskinin açıklanmasında etkili olmaktadır. Bununla birlikte ilerleyen dönemlerde çocuklarda kilo artışı eğilimine neden olabilecektir (Suglia vd., 2013). Bu konu ile ilgili yapılan bir çalışmada beden kitle artışı ile hafta içinde bir saat medya aracı kullanma arasında bir ilişkinin olduğu gösterilmiştir (Wen vd., 2014). Medya araçlarında yiyeceklerle ilgili görüntülerin var olmasından dolayı yeme sırasında medya araçlarının kullanılmasının bu duruma sebep olduğunu ifade etmek mümkündür (Bellissimo vd., 2007). Günümüzde çocukluk çağındaki en önemli sağlık problemlerden biri obezite olarak görülmektedir. Bununla beraber yeni medya kullanımı obezite üzerinde etkili bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

2. Bilişsel Etkileri

Yeni medya araçları bireylerin bilgiye erişebilmesini oldukça kolaylaştırmaktadır. Fakat çocukların empati kurabilme, kendilerini denetimlerini sağlayabilme, doğa ve çevreyi keşfedebilme, problem çözebilme, toplumsal yeteneklerini geliştirme, farklı insanlarla iletişim kurabilme, yaratıcılıklarını geliştirebilme gibi unsurları temin etmediklerine dikkat etmek gerekmektedir (Hirsh-Pasek vd., 2015). Bu konuyla ilgili olarak üzerinde durulması gereken bir diğer nokta çocuklar ile medya araçları arasındaki ilişkinin ne biçimde kurulacağıdır. Genel anlamda medya araçları kapsamında kullanım komutları ön plana çıkmaktadır. Bu sebepten çocuklar ile medya araçları arasındaki ilişki tek yönlü olmaktadır. Ancak bireyler arasındaki ilişki çift yönlü kurulmak durumundadır. Bu durum çocukların iletişim becerisinin gelişmesini zorlaştırmaktadır.

1.5.2.1. Konuşma Becerileri Üzerine Etkileri

Çocuklarda yapılan bir araştırmaya göre gün içinde çocukların 1-2 saatten fazla televizyon izlemesi akademik başarılarına negatif etki etmektedir. Bunun yanında uzun süre televizyon izlemenin algılama ve okuma yeteneğini negatif etkilediği de belirtilmektedir. Medya araçlarının genel olarak görsel algıya dayalı olarak çalışması sebebiyle beynin sesli uyaranlara yönelik ilgisini azalttığı ve bu nedenle beynin sol lobunda bulunan dil bölgesinin gelişimini yavaşlattığı ileri sürülmektedir (Wilke vd., 2003).

1.5.2.2. Sosyal ve Duygusal Gelişim Üzerine Etkileri

Yeni medya araçlarının çocukların hayatlarında sebep olabileceği önemli negatifliklerinden biri, çocukların aileleri ile geçirmesi gereken zamanları medya araçları ile geçirmesidir. Bu bağlamda ortaya çıkabilecek olumsuzluklar yer değiştirme kuramı doğrultusunda ifade edilmektedir (Gentile vd., 2014; Christakis, 2014). Söz konusu kurama göre negatiflikler, yerine getirilmesi gerekenleri yerine getirmemek veya yerine getirilmemesi gerekenleri yerine getirmek doğrultusunda açığa çıkmaktadır.

Yerine getirilmesi gerekenleri yerine getirmemek, olmaması gereken yer ve zamanlarda medya araçlarının kullanılması sebebiyle görülmektedir. Anne ve babası ile olma, akranlarıyla vakit geçirme, ders çalışılması gereken zamanlarda medya araçlarının kullanılması bu durumla ilgili olmaktadır. Çocuğun medya araçları ile vakit geçirmesi, vakit kayıplarına sebep olmakla birlikte yerine getirilmesi gereken görev ve sorumluluklarının ötelenmesi gibi zararlı alışkanlığın oluşmasına neden olabileceği söylenebilecektir. Zamanla çocukların medya araçlarına bağımlı olması durumu da ortaya çıkabilecektir.

Yerine getirilmemesi gerekenleri yapmak; medya kullanımı sırasında çocuklar içerik uzak durmaları gereken unsurlarla etkileşim kurabilmektedir. Medya araçlarında şiddet içeriği olan videolara veya oyunlara maruz kalınması ve bunların olağan yaşamda etkilerinin gözlemlenmesi mümkün olabilmektedir. Bu durum ile ilgili bir diğer sıkıntılı durum çocukların medya araçları üzerinde tam kontrollerinin olmasıdır (Radesky, Schumacher ve Zuckerman, 2015). Çocukların verilen komutlara yönelik olarak medya araçlarının doğrudan tepki vermesi, çocukların istedikleri her şeyin gerçekleşeceği gibi bir algının oluşmasına neden olabilmektedir. Bu algı ise çocukların

yaşıtları ile yetişkinlerle kurdukları ilişki ve iletişimlerde bazı sorunların açığa çıkmasına neden olabilmektedir. Bu duruma bir çözüm bulunmaması halinde çocuklarda hiperaktivite bozukluğu, dikkat eksikliği ortaya çıkabilmektedir.

Bu konuyla ilgili olarak yapılan bazı çalışmalar özellikle görsel medya araçları ile uzun süre geçirmenin beynin yaratıcılık ve sosyalleşme ilgili bölümlerine zarar verdiğini ortaya koymuştur. Plansız ve sürekli bir biçimde televizyon seyretmenin beynin ön korteksinde yer alan ve organizasyonda görev alan bölümün tembelleşmesine sebep olduğunu ortaya koyan bazı araştırmalar da bulunmaktadır (Wake, Hesketh ve Waters, 2003, Robinson, 2001).

Yeni medya kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber küçük yaşlarda yeni medya kullanım oranları da önemli düzeyde artmıştır. Günümüzde 5 yaşın altında birçok çocuk tarafından yeni medya araçları sıklıkla ve yoğun olarak kullanılmaktadır. Bununla beraber yeni medya araçlarının kullanımının çocuklar üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi, gelecek dönemde oluşabilecek olumsuzlukların önlenmesi açısından önemlidir.

II. YENİ MEDYA ve ÇOCUK İLİŞKİSİ

A. Medya ve Çocuk

Bilgisayarların ve bilgisayar tabanlı medyanın geliştirilmesinin ilk yıllarından farklı olarak, dijital medya artık daha yaygındır, yaşamın her alanında çok çeşitli kişi ve kurumlar tarafından kullanılmaktadır. Dijital medya, mesleki ve resmi uygulamaların ve başlangıçta gelişimlerini teşvik eden akademik, hükümet ve sanayi evlerinin sınırlarından taşmıştır. Şimdi, gençlerin akran faaliyetleri de dahil olmak üzere çeşitli nüfuslar ve kurumsallaşmamış uygulamalar tarafından ele geçirilmiştir. Belirli teknoloji alım biçimleri oldukça çeşitlilik gösterse de, dijital medyanın, öğrenme, oyun ve sosyal iletişim için verilen sosyal ve kültürel dokunun bir parçası olduğu bir çağ olduğunu söylemek mümkündür (Ito vd., 2019).

Günümüzde toplum medya araçlarıyla tam olarak kuşatılmış durumdadır. Sosyal yaşamda büyük bir kolaylık sağlayan bu kuşatma medyanın sahip olduğu etkilerin de artmasını sağlamıştır. Sosyal yapının tamamına etki eden medya mesajları bazı kesimlerin daha fazla etkilenmesine neden olabilmektedir. Bu kesimlerden birini çocuklar meydana getirmektedir. Çocuklar değişim ve gelişimin tam ortasında yer almakla birlikte gelişim sürecinin daha başında olmaları sebebiyle zararlı faktörlere daha açık konumda yer almaktadırlar. Toplumun her noktasında yer alan medya özellik olarak çocukluk döneminin de neredeyse tamamında yer almaktadır. Çocukların öğrenme ve gelişim süreçlerini biçimlendiren etkenler aile, okul ve arkadaş çevresidir. Ancak günümüzde medya araçları bu etkenler kapsamında da çocukları etkilemeye başlamıştır.

Çocukların gelişim süreçlerini etkileyen sosyal dinamikler kapsamında medyada bulunan etkenler günümüzde öncelik haline dönüşmüşlerdir (Ertürk, 2011). Çocukların gelişimlerini biçimlendiren dinamiklerin meydana getirdiği yapıda medya söz konusu dinamiklere etki eden bir etmen haline dönüşmüştür. Söz konusu tüm unsurları etkilemenin dışında bu öğeleri doğrudan farklılaştıran bir etmen haline gelmiştir. Bunun sebebi teknolojinin hızla gelişmesi ve ortaya çıkan gelişimin sosyal

süreçleri değiştirmesidir. Teknolojinin hızlı gelişim kaydettiği alanlardan biri de iletişimdir. İletişimin hızlı gelişim kaydetmesi bilginin dağılım hızını ve verimliliğini artırmaktadır. Kitle iletişim araçlarının bilgi aktarımında görev alması sosyal dinamiklerin değişmesine neden olmaktadır (Atabek, 2001).

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

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

Çevrenin insanlar üzerinde önemli etkilerinin bulunması, çevreninin toplumdan ayrı olarak değerlendirilememesine neden olmaktadır. Yaşanmışlıklar ile toplumsal bellek çevrenin oluşumuna etki eden en önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte zamanın şartları çevreye etki eden öğelerin etrafa yayılmasına neden olmaktadır. Bulunulan her dönem içinde kamusal alan ve toplumsal yaşamı farklılaştıran bu araçlar bu sorumluluğu yerine getirmektedir. Günümüz şartlarında kitle iletişim araçlarının farklı türleri toplumsal çevrenin biçimlenmesine neden olmaktadır. Farklılaşan çevre ile birlikte çocuklardaki gelişim ve büyüme de bazı farklılıkları içermiş olmaktadır.

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

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

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

- Günümüzde ebeveynler ve eğitimciler iyi bir medya okur yazarı olmamakla birlikte teknolojiye de o kadar hakim değildir. Bu neden çocukların ebeveynlerin sosyal medyayı öğrettikleri bir tablo açığa çıkmaktadır. Bu şartlarda ebeveynlerden önceden çocuklar durumu açığa çıkmaktadır.
- Çocuklar dijital ortamlarda cinsel içerik ve şiddetle karşılaşmaktadır. Bu şartlarda çocuklar ne düzeyde bilinçli olursa olsun bilinçli okuryazarlık oyun ve reklamlar kapsamında konu dışında kalmaktadır. Çocuklar oyunlarda yaşananları gerçek gibi yaşıyorlar. Bununla birlikte bu oyunların yorumlandığı bazı video alanlarında çocuklar oldukça fazla argo ile karşı karşıya kalmaktadır.
- İnternet bağımlılığı ile ilgili fazla kriter söz konusu değildir. Ergenlik dönemindeki çocuklar sanal aleme uyum gösteriyor ve onu haz alanına çeviriyorlar. İnternet bağımlılığı çocuklarda kaygı problemi, davranış bozukluğu, dikkat eksikliği gibi problemleri ortaya çıkarmaktadır. Günümüzde çocuklar okula gitmeyi gereksiz olarak nitelendirebilmektedir. Çünkü youtuber veya gamer olabileceklerini düşünmektedir.

- Çocuk v dijital medya etkileşimi değerlendirildiğinde global olarak pek çok firmanın ortaya çıkışlarında hak temelli görüş olduğu dikkat çekmektedir. Burada katılım hakkını garanti kapsamında almak gerekli olmaktadır. Bu medya en önemli öge çocukları koruyabilmektir. Burada okul ve ebeveynler üzerinde belli düzeyde etkili olması gerekmektedir. Hak üzerine kurulu pozitif ebeveynlik görüşünün yaygınlaşması gerekmektedir.
- Yapılan çalışmalar ve çalışmalar siber zorbalığa maruz kalıp bunu paylaşacağını ifade eden öğrenci sayısının oldukça az olduğunu göstermektedir. Burada öğretmen ve ebeveynlerin bilinçlendirilmesi son derece önemli olacaktır.
- Günümüzde akıllı telefonlar üzerinden cinsel mesajlar gönderilmeye başlamıştır. Cinsel içerikli mesaja maruz kalan pek çok kişi bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar, çocukların büyük bölümünün izin almadan mesaj attığı veya fotoğraflarını iletildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle sosyal ağlar kapsamında çocukların bu tip ilişki kurabilmeleri daha kolay hale gelmiştir. Bu durum çocukların cinsel tacize açık olmalarına sebep olmaktadır.
- Aileler çocuklarıyla ilgilenmek yerinde çocuklarının fotoğraflarını internete koymakla meşgul olmakta ve bu durum çocuk ihmalini ortaya çıkarmaktadır. Aile fertlerinin teknolojik öğelerle fazla ilgilenmesi aile fertleri arasında kopukluk yaşanmasına neden olmaktadır. Özellikle genç ebeveynlerin çocuklarla nasıl ilgilenmeleri gerektiğini bilmemeleri sebebiyle aile fonksiyonlarını yitirmeye başlamaktadır.
- Ailelerin teknolojiyi tam olarak bilmemesi ve teknoloji kültürüne yatkın olmaması bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Burada sorunun kökeni ebeveynlerden kaynaklanmaktadır. Hatalı şekilde kişisel bilgilerin paylaşılması ve kişisel verilerin dijital kullanımları ile ilgili düzenlemelerin ve kanunların eksik olması ortaya sorunların çıkmasına sebep olmaktadır.
- Çocuklar farklı kişilerin farklı bilgi ve yorumlarına maruz kalmakta ve bu durum onların kafalarını karıştırmaktadır. Bununla birlikte çocukların büyük bölümü şifrelerin tamamını arkadaşlarıyla paylaşmaktadır.
- Siber zorbalık olarak ele alına tehlikelerin sayısı oldukça fazladır. Çocuklar çevrimiçi ve çevrimdışı iletişimin farklarından habersizdir.

- Çocuklar sosyal medyaya ya da farklı alanlara kendi fotoğraflarını koymaktadır. Bu fotoğrafları kimlerin gördüğünün de farkında olmamaktadırlar.
- Çocukların medyayla ilgili bilgi düzeyleri pek yeterli olmamaktadır. Bu konuyla ilgili politikalar günümüz şartlarını pek karşılamamaktadır.
- Aile içindeki etkileşim ve iletişimin bozulması, ailenin çocuğun ilişkilerine etki edememesi ve onları denetleyememesi. Bu durumda çocuğun yönlendirilmesi oldukça güç hale gelmektedir. Çocuğun yönlendirilememesi ise çocuğun tehlike ihtiva eden alanlara yönelmesine ve başını derde sokmasına neden olabilmektedir.
- Günümüzde sosyal medya anneciliği kavramının ortaya çıkmış olması. Söz konusu kavramın tüm sorumluluğunun cinsiyetçi olarak annelere yüklenmesi söz konusu olmaktadır. Çocukların fotoğraflarının sık sık babalar tarafından paylaşılmasına rağmen ortaya çıkan bu tablo yalnızca “anne işi” olarak nitelendirilmektedir.

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

B. Çocuk Gelişim Dönemlerinde Medyanın Etkisi

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

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

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

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

1. Duygusal Gelişim Üzerinde Medyanın Etkisi

Bu başlık altında çocukların duygusal gelişimlerinde medyanın etkisi 0-3 yaş, 3-7 yaş ve 7-12 yaş grupları kapsamında ele alınacaktır.

a. 0-3 Yaş Duygusal Gelişimde Medyanın Etkisi

Bebeklik dönemi, etraftaki bireylerin, olayların, objelerin tanınması kapsamında ilerleyen bir süreçtir. Bu dönem içerisinde birey iletişim kurmayı da öğrenmektedir. İletişim temelini meydana getiren konuşma da bu dönemde biçimlenmektedir. Çocukların bu dönem kapsamında medya araçlarına maruz kalmaları duygusal ve sosyal gelişimlerinden bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olabilir. Ebeveynlerin bu dönemde çocukların uyutma ve beslenme süreçlerinin televizyon ve diğer medya unsurlarının önünde gerçekleştirmeleri ilerleyen dönemlerde çocukların uyku ve beslenme sorunları ile karşıya kalmalarına neden olabilmektedir.

0-3 yaşları arasındaki bir çocuğun büyüme evresi genel olarak bir ev sınırları içerisinde olmaktadır. Bu nedenle çocuğun ilk gelişim evresini aile oluşturmaktadır. Etkileşim içerisinde bulunan bireyler çocuğun gereksinimlerini temin eden ebeveynler ve diğer kan bağı olan kişiler olmaktadır. Çocuk bu dönemde öğrenme açısından küçük adımlar atmakta ve bu adımlar üzerine yeni öğrenmeler yapılmaktadır. Çocuğun içinde bulunduğu çevre genişledikçe öğrenme süreci de genişlemektedir. Öğrenme süreci ise bir bütün olarak meydana gelmektedir. Öğrenmelerle birlikte sosyal yaşam da biçimlenmektedir. Çocukların bu dönemdeki tüm öğrenmeleri yaşadıkları sosyal ilişkiler kapsamında meydana gelmektedir. Büyüme ile birlikte sosyal öğrenme çevresi de büyümektedir.

Çocukların bu dönemde daha fazla anneleri ile vakit geçirmesi, duygusal yakınlık içinde olması ve sevgiyi geliştirmesi güven duygusunun oluşması açısından son derece önemli olmaktadır. Özellikle bu dönem kapsamında çocukların ve annelerin medya araçları karşısında uzun vakitler geçirmesi, çocuklarda gelişimi olumlu etkileyen bağlanma koşullanmasının oluşmasına engel olmaktadır (Rideout ve Hamel, 2006).

b. 3-7 Yaş Duygusal Gelişimde Medyanın Etkisi

Çocuklarda duygusal gelişim farklı dönemler içerisinde gerçekleşmektedir. Özellikle çocuklar çevre ile ilk temas kurdukları an itibariyle kendi yaşlıları ile kurdukları ilişkilerle sosyal bir gelişim sergilemeye başlamaktadırlar. Kurulan ilişkiler bireyin duygusal gelişimi açısından son derece önemlidir. Çocukların yakın akrabaları ile kurdukları etkileşimler ve ilişkiler yapısal olarak farklı özelliklere sahiptir. Farklı bir öğrenme çevresine kavuşan çocuk, uygulayarak, yaparak ve yaşayarak sosyal ilişkileri tecrübe etme imkanına sahip olmaktadır. Söz konusu tecrübeler çocuğun sosyal ilişkilerini geliştirebilmesi açısından oldukça önemlidir (Hay, Payne ve Chadwick, 2004).

3-7 yaş döneminde çocuklarda yaşlılarına yönelik ilgi de büyük bir artış söz konusu olmaktadır. Bununla birlikte çocuğun ailesi çocuk açısından hala merkez bir konumda yer almaktadır. Öz bakım, bireysel kontrol ve bağımsızlık duyguları bu dönemle birlikte ortaya çıkmaya ve gelişmeye başlamaktadır. Hayallerde kurgu daha ayrıntılı olmakla birlikte oyunlarda yaratıcılık kendini göstermektedir (Bayhan ve Artan, 2004). Çocukların okul öncesinde kurmuş oldukları yaşlılar arası ilişkiler ve arkadaşlık ilişkileri oyun ortamlarında söz konusu olmaktadır. Çocuklar açısından oyun uzak

kalınmaz bir faaliyettir. Yapısal açıdan oyunlar öğrenme sürecinin tek başına gerçekleştirilmesini mümkün kılmaktadır. Çocukların etkin bir biçimde öğrenmelerini ve gelişimlerini etkileyen oyun bilişsel gelişim, sosyal gelişim ve dil gelişimi açısından önemli bir alan meydana getirmektedir. Bununla birlikte oyunlar çocukların kişilik gelişimlerine de pozitif katkılar sağlamaktadır (Hughes, 2010). Oyun çocukların aynı zamanda empati yeteneklerinin gelişebilmesi açısından son derece önemlidir. Oyunla birlikte çocuklar dünyayı farklı açıdan ele almayı ve kendilerini diğer kişilerin yerine koymayı öğrenmektedirler.

Çocuklar yaşlıları ile kurdukları oyun ilişkileri ile sosyal yaşama adımlarını atmaktadır. Çocuklar açısından yaşlılar oyun dünyasının bir elemanı olarak değerlendirilmektedir. Bu durum çocuklar açısından diğer çocukları oldukça değerli ve kıymetli hale getirmektedir. Oyunlarda farklı kazanımlar ve yetenekler edinen çocuk birden fazla yönü bulunan bir ilişki kümesi içinde bulunmaktadır. Yaşlılarla kurulan iletişim, çocuklar açısından diğer bireylerle kurulacak olan iletişimin ufak bir uygulaması görevini üstlenmektedir. Yaşlılarla kurulan iletişimle toplumsal yaşamın gereklilikleri kavranıp, bunlara uygun davranılması ve karşılaşılan problemlerin çözüm yöntemlerini ve diğer bireylerle anlaşabilmeyi denemesi yapılmış olmaktadır. Medya araçları ile çok yakın ilişki kuran çocuklar bu öğelerden uzak kalmakta ve duygusal açıdan gelişim gösterememektedir. Bu durum ise çocuğun ilerleyen dönemde olumsuzluklarla karşı karşıya kalmasına sebep olmaktadır. 3-7 yaş dönemindeki en büyük gelişimler kendilerini kelime ve dildeki gelişimlerde göstermektedir. Bu süreç kapsamında çocukların televizyon izlemelerinin onların kelime ve dil gelişimlerine katkı sağladığı ile ilgili bazı araştırma bulguları bulunmaktadır. Ancak çocukların bu tip medya araçlarına çok fazla maruz kalmalarının ise onların yaşlıları ile ilişki kurabilmesini, sosyalleşebilmelerini ve koşullara uyum sağlayabilmesini olumsuz etkilediği ile ilgili bazı araştırma bulguları da bulunmaktadır (Pasquier, Buzzi ve diğ., 1998).

Çocukların yaşlıları ile kurmuş oldukları oyun ilişkileri farklı yeteneklerin ve öğrenmenin mümkün olduğu şartları meydana getirmektedir. Çocuklar ilişkileri doğrultusunda davranışlarını şekillendirme gayreti içinde olmaktadır. Çocukların kurmuş oldukları arkadaşlık ilişkilerinde bazı durumlarda anlaşmazlıkların ortaya çıkması mümkündür. Söz konusu bu şartlar çocuklara ortaya çıkan anlaşmazlıklara

çözümler bulmak ve ilişkileri devam ettirmek açısından öğrenmeler ve yaratıcılar sağlamaktadır.

Çocuklarda bu dönemde kaygı ve korku duyguları yoğun olarak yaşanmaktadır. Kaygı ve korkuların kaynağı ve oluşumları farklılık gösterebilmektedir. Korkuların temeli bazı durumlarda korku hikâyelerindeki öcüler, masallardaki yaratıklar ya da televizyondaki kurgular kapsamında yer alan korku sahneleri olabilmektedir. Bununla birlikte bazı durumlarda korkunun sebebi çocuğun kendi hayal dünyası olabilir (Bayhan ve Artan, 2004). Çocukların devamlı olarak medya ile etkileşim içerisinde olması, bu unsurlar kapsamındaki negatif öğelerin çocukları kötü etkilemesine neden olmaktadır. Bu alanlardaki en önemli tehlikelerden biri çocukların buralardaki kurgu ve gerçeklik sınırını fark edememeleridir. Medya araçlarındaki korku ve şiddet kurgu olmanın ötesine taşınmış durumdadır. Pek çok görsel ve haber gerçek yaşamdan çocuklarda korkunun ortaya çıkmasına neden olan unsurları içerisinde bulundurmaktadır.

Çocukların özellikle küçük yaşlarla birlikte televizyon izlemeyi alışkanlık haline getirmesi çocukların korkularının artması ve farklı korkuların ortaya çıkması açısından önemli bir sorun haline gelmektedir. Söz konusu sorunlar içerisinde çocuk bilinenin ötesinde korkularının olduğunu düşünerek korkularının büyümesine neden olacaktır. Çok televizyon izlemiş çocukları az izlemiş olan çocuklara kıyasla şiddet, korku ve kaygı duygularının daha fazla olduğu ifade edilmektedir. Bunun nedeninin ise televizyon kurgusunun temelde merak, şiddet ve korku üzerine kurulmuş olduğu söylenmektedir (Wie, 2007).

c. 7-12 Yaş Duygusal Gelişimde Medyanın Etkisi

7 ile 12 yaşları arası çocukların okul yaşamlarının biçimlendiği dönemi ifade etmektedir. Okul çocuklar açısından yaşamlarının yeni bir boyutudur. Okul şartlarına adapte olmaya çalışan çocuk, değişik yetenekler ile becerilerin gerekli olduğunu kavramaya başlamaktadır. Bu süreçte diğer çocuklarla iletişim kurma, kompleks bir düşünce yapısı ve farklı olaylar karşısında davranış sergileme yetenekleri edinirler. Okul yaşamına kadar çocuk genel olarak küçük bir sosyal yapıda olduğu için benmerkezci bir yapıya sahip olmaktadır (Özdoğan, 2009).

7-12 yaş arasındaki dönemde benlik kavramı ve öz saygı gelişmeye başlamaktadır. Çocukta benlik kavramının gelişmesi ile beraber, çocukta güçlü ve zayıf tutum ve davranışlar da ortaya çıkmaya başlamaktadır. Çocuklar yaşlıları ve okulda daha fazla zaman geçirmeye başlayarak etkileşim kurmaya başlarlar (Swann, Chang- Schneider ve McClarty, 2007).

Çocuk, bu dönemde benlik algısını güçlendirmekte ve kendi varlığına anlam katarak tecrübeye dayalı bir öğrenme modeli geliştirmektedir. Kişi kendi yaşlıları ile kurduğu ilişkilerle sosyal açıdan kazandığı tecrübeye göre kendi gerçekliğini ortaya çıkarmaya başlamaktadır. Yaşlılarla, arkadaşlarla ve okul kapsamında geçirilen vakit giderek aile ile geçirilen vaktin önüne geçmeye başlamaktadır. Bunun nedeni kişinin vaktinin büyük bölümünü okulda geçirmesidir. Örnek alınan bireylere özenme eğilimi ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda izlenen film ya dizi karakterlerine özenme eğilimi kendini göstermektedir. Medya burada çocuklara önemli bir kaynak haline gelmektedir. Medya üzerinden edinilen örneklerle birlikte giyim, konuşma, yeme, içme gibi alışkanlıklar üzerinde bazı değişiklikler ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte gerçek yaşamı bilmeleri sebebiyle de bazı korkuların devam etmesine neden olmaktadır. Medya tüketimi sırasında ailenin kaygı ve korkularını algılayıp bu konularla ilgili olarak da kaygılı olmaktadır (Bayhan ve Artan, 2004). Kişi bu süreç içerisinde tam manada bir yaşam tecrübesine sahip olmaması sebebiyle gördüklerinin tesirinde kalabilmektedir. Şiddet, kaygı ve korku görüntüleri ile bunların ifadelerinin olduğu unsurlar kişide güvensizliğin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu güvensizlikle birlikte bireyin kazanmış olduğu becerilerde gerileme görülebilmektedir. Evden çıkma korkusu, ebeveyn bağımlılığı gibi sorunlar ortaya çıkabilmekte ve sorunlar sosyal yaşamda gerilemelerin yaşanmasına sebep olabilmektedir (Valkenburg, Cantor ve Peeters, 2000).

Çocukların aşırı medya kullanımları doğrultusunda eğitim hayatında, sosyal çevrelerinde, kişisel gelişimlerinde, arkadaşlık ilişkilerinde bazı problemler ve aksaklıklar ortaya çıkabilmektedir (Ertürk, 2011). Çocuklarda yeni medya kullanımı, çocukların sosyal gelişimleri üzerinde olumsuz etkiler yaratarak akran ilişkilerini etkileyebilir. Bu nedenle aileler tarafından çocukların sosyal medya kullanımlarının denetlenmesi ve gözlemlenmesi önemli olarak görülebilir.

2. Bilişsel Gelişim ve Medya

Biliş, bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri dünya ve çevreyi anlamlandırmak adına kullandıkları zihinsel becerilerin tamamından meydana gelen bir yapıyı ifade etmektedir. Söz konusu bu yapı farklı süreçler ve zihinsel aktiviteleri kapsamaktadır. Düşünce üzerinden yürütülen tüm faaliyetler biliş kapsamında ele alınmaktadır. Yaratıcılık, akıl yürütme, problem çözme, hafıza faaliyetleri, okuryazarlık gibi faaliyetler bu kapsamda yer almaktadır (Morgan, 1999).

Biliş, biyolojik yapının çevredeki objeler ya da olaylarla ilgili farkındalık veya veri edinmesi ile bunları kavrama ve sorun çözme kullanma süreci olarak kullanmasıdır (Ramachandran, 2016). Bilişsel gelişim, gelişme ve büyüme sürecinde yaşananlar ile ortaya çıkan öğrenmenin zihinsel yapılarla kurduğu ilişkiler sürecini ifade etmektedir (Yavuzer, 2013). Çocuklarda çevrenin ve dünyanın algılanmasını temin eden sistem bilişsel aşamalarıdır. Çocuklar gördükleri, yaşadıkları yani tecrübe ettikleri unsurları anlayabilmektedir. Çocuklarda gelişme ve büyüme süreçleri bir bütün halinde ilerlemektedir. Bu açıdan zihinsel gelişim de gelişme ile büyümenin tam ortasında bulunmaktadır. Bilişsel gelişim çocuktan çocuğa farklılık göstermektedir. Bu gelişim süreçlerinde aile, çevre ve kişisel faktörler etkili olmaktadır (Morgan, 1999). Günümüzde özellikle yeni medya araçları çocukların bilişsel gelişim süreçlerinde önemli bir yere sahiptir. Yeni medya araçlarının çocuklar tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanması, çocukların bilişsel gelişimlerinde yeni medya araçlarının önemli bir çevresel faktör olmasına neden olmaktadır.

a. 0-2 Yaş Bilişsel Gelişimde Medyanın Etkisi

Literatürde önemli bilişsel gelişim kuramcılarında biri olan Piaget'e göre tüm çocuklar etkileşim kurma ve çevrelerini anlamlandırma mekanizmalarına sahip bir biçimde dünyaya gelmektedir. Bununla birlikte çocukların bilişsel sistemlerinde bazı şema adı verilen öğelerin bulunduğu ve bunların düşünce ve tutum ile davranış biçimlerini biçimlendirdiği ifade edilmiştir. Çevre ile kurulan ilişkilerde belli bir görüşe sahip olma açısından bu şemalardan yararlanılmaktadır. Çocuklar da tecrübe ettikleri obje ve olayları bu şemalar üzerinden şekillendirmektedir. Bebekler sahip oldukları şemalara bağlı olarak karşılaştıkları nesnelere sert ya da yumuşak olup olmadığını ya da tadının nasıl olduğunu kavrayabilmek için ısırma, çıkardığı sesi

anlayabilmek için ise sallamayı tercih ederek tanımlamaya çalışmaktadır (Lindberg ve Ahiroğlu, 2011).

0 ile 2 yař arasında bebeđin fiziksel hareketleri ile dűřüncesel yapısı iliřki içinde olmaktadır. Dođum sonrasında dűnyayı açıklamaya ve anlamlandırmaya yűnelik bazı biliřsel řemalar geliřtirilmektedir. Kortekste biçimlenmekte olan řemalar beyindeki bilgi oluřumlarının temelini meydana getirmektedir. Deđiřik tecrűbesel űrenimler farklı řemalarda saklanmakta ve her tecrűbesel űrenme biliřsel yapıda saklanmış olduđu řemaya eklenerek o bűlgenin gűçlenmesini sađlamaktadır. İlerleyen dűnemlerde bebek bu řemalardan faydalanarak yařamını bir bűtűn řeklinde algılayarak sınıflandırmaktadır (Senemođlu, 2003).

űrenme sűreci içerisinde bazı řemaların karřı karřıya kalınan yeni deneyimi tanımlamada yeterli olmadığı gűzlemlenebilmektedir. Bu tűr bir durumla karřı karřıya kalan ocuk yeni tecrűbe ve bilgiler edinerek řemalarını farklılařtırmaya bařlamıř olmaktadır. Uyum řeklinde ifade edilen bu sűre, içerisinde űrenmeyi de bulundurmaktadır. űrenmenin de bu sűrele ortaya çıktıđı ifade edilmektedir. Bazı uyumsuzlukların olduđu evrede űrenme adına yeni olanaklar ortaya çıkmaktadır (Wadsworth, 2004).

Bebeklerin hayatlarının ilk dűnemlerinde, onların yařamları içerisinde olan medya araçları űzellikle bu araçlardan biri olan televizyon, onların geliřimlerini negatif yűnde etkilemektedir. Biliřsel geliřimin zihinde gerçekleřtirildiđi bu dűnemde medya araçları řemaların meydana getiriliřini negatif yűnde etkileyebilmektedir. Bebekler bu sűre içerisinde yavař űrenmekle birlikte etrafında iliřki kurdukları kiřileri ve nesnelere bu dođrultuda belleklerine yerleřtirmektedirler. Televizyon ve diđer medya araçlarında nesnelere ve diđer gűrsel űgelerin oldukça hızlı bir biçimde akması, bebeklerin onları takip etmesini zorlařtırmakla beraber daha yeni yeni oluřmaya bařlayan řemaları da negatif biçimde etkilemektedir. Gűrműř oldukları unsurlarla bir iliřki kuramayan bebeklerin belleklerinde bazı kopukluklar ortaya çıkmaktadır. Sűz konusu kopukluklar aynı zamanda bebeklerin dikkatlerinde de bazı kopuklukların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ařırı medya araçları kullanılması, bebeklerin fiziksel beyin geliřimlerini negatif yűnde etkilemekte ve çocukların ilerleyen yařlarda dikkat dađınıklıđı sorunu ile karřı karřıya kalmalarına neden olabilmektedir (DeGaetano, 2007).

0 ile 2 yaş arasındaki dönemde bebek üç boyutlu yaşamı yavaş bir biçimde deneyimlemelidir. Bu açıdan medyada kurgulanan öğeler buna uygun olmamaktadır. İçerisinde yavaş kurgu öğelerinin olduğu ve içinde tekrarların bulunduğu unsurların algılama ve öğrenmeyi kolaylaştırması sebebiyle kullanılması mümkün olmaktadır. Bu tip kurguların olduğu medya içerikleri bu dönemdeki çocukların daha az olumsuz etkilenmelerine neden olacaktır. Bu sayede çocuklar medya öğelerini daha kolay anlamlandırabileceklerdir (Ertürk, 2011).

Belli bir süre sınırlaması olmadan bebeklerin medya araçlarına maruz kalmaları, cümle kurgusu, ses çıkarma, konuşma ve heceleme yetileri, dil ile anlam oluşumu gibi becerilerin gelişimine engel olabilir, geciktirebilir ya da aksatabilmektedir. Konuşma eylemini yeni yeni tecrübe eden bebeğin televizyona ve diğer medya araçlarına bakması kısaltma riskinin ortaya çıkmasına neden olabilir. Bebeğin kısa zamanda öğrenmesi gereken kelimenin ve öğrenimin üzerinde bir öğrenim gerçekleştirilmesi ilerleyen yıllarda okuma ve yazmayı öğrenme açısından yeterli çabayı göstermemesine neden olabilmektedir (Öztürk, 2006). Yeni medya araçları üzerinden çocuğa aktarılan iletişim türü, çocukların günlük yaşantılarındaki iletişim becerilerini olumsuz yönde etkileyebilir. Yeni medya araçları ve çocuk arasındaki iletişimin tek taraflı olması, çocuğun kendini ifade etmesini olumsuz yönde etkileyebilir.

b. 2-7 Yaş Bilişsel Gelişimde Medyanın Etkisi

2 ile 7 yaş dönemine aynı zamanda işlem öncesi dönem de denilmektedir. Bu yaş aralığı döneminde zihin somut düşünce kalıplarını baskın bir biçimde kullanmaktadır. Bu süreçte soyut düşünce tam olarak gelişmemekle birlikte objenin devamlılığı da zihin içinde gerçekleştirilememektedir. İlerleyen dönemlerde ise obje devamlılığı kazanılmaya başlamaktadır. Simgesel düşünce kalıpları süreçle beraber karmaşık ve gelişkin bir yapıya dönüşmeye başlamaktadır. Bu dönemde mantıksal düşünme yapıları tam olarak gelişemediğinden dolayı bu evreye mantık öncesi dönem de denilmektedir (Morgan, 1999).

Bu süreç içerisinde çocuklar nesnelere temsili sembollerini ile birlikte kullanabilmektedir (Massey, 2008). Kavram ve dil gelişimi hızlı bir biçimde gerçekleşmektedir. Zihinsel açıdan oldukça fazla gelişmeler olmasına rağmen düşünceler ortaya çıkan süreç kapsamında temel seviyede ilerleme kaydetmektedir.

2-7 yaş döneminde zihinsel yapılar daha yeni gelişim göstermeye başlamaktadır. Söz konusu gelişim döneminde aşırı medya kullanımı gelişimin yavaşlamasına, aksamasına ve gerilemesine neden olabilmektedir. Bu yaş döneminde aşırı medya ve televizyon kurgularına maruz kalan çocukta dil ve bilişsel gelişim negatif düzeyde etkilenebilmektedir. Bilişsel gelişimin en temel unsurlarından biri dil gelişimi olmaktadır. Çevre ile kurulan ilişkiler doğrultusunda öğrenilmiş kelimelerin alınarak damıtılması neticesi bilişsel çerçevede ortaya çıkan konuşma becerisi önemli bir gelişim süreci sergilemektedir. Etrafta ortaya çıkan herhangi bir negatif durum konuşma ve dil gelişimi becerisini negatif yönde etkileyerek azalmasına neden olabilmektedir. Çocuklar olağan koşullarda 7 yaşına gelinceye kadar televizyondaki konuşma ve dil yapılarını kolayca kavrayamamaktadır (Ertürk, 2011).

Çocuk gelişimi açısından önem arz eden noktalardan biri dil gelişimidir. Çocukların dil gelişimi kapsamında seslerin sürekli taklit edilmesi ve bunun pratik yapılması söz konusu olmaktadır. Dil gelişimi, kişinin sosyal ve okul yaşamındaki başarısının temelini meydana getirmektedir. Yazma ve okuma becerilerinin yapılandırıldığı süreçlerin ilk basamağını dil becerisinin edinimi meydana getirmektedir. Dil gelişimi çocuğun bilişsel gelişimi açısından son derece önemlidir. Durmaksızın yeni kelimelerin öğrenilmesi ile ilerleme kaydetmektedir. Bu gelişim aynı zamanda düşüncenin de gelişim kaydetmesini mümkün kılmaktadır (Massey, 2008).

Çocukların dil gelişimi sürecinde farklı süreleri takip ettikleri gözlemlenmektedir. Ancak tüm çocukların dil gelişimi benzer nitelikler taşımaktadır. Çocuklar ilk duygu paylaşımlarını anneleri ile gerçekleştirmektedirler. Çevrelerinde olan biteni sesler üzerinden takip eden çocuklar bazı sesleri de taklit etmektedirler. İlerleyen süreçte anne gibi kelimeleri söylemeye başlamaktadırlar. Çoğunlukla bu tip kelimeler çocuklar için önem arz eden obje ya da bireyleri temsil etmektedir. Süreç ilerledikçe çocuklar iki kelimeyi kapsayan sözcükler kullanmaya başlamaktadır. Okul dönemi öncesinde çocuklar aile ve sosyal çevrede kurdukları ilişkilerle hızlı bir kelime haznesine sahip olmaktadır. Yapılan bu pratik daha kompleks içerik ve anlamı kapsayan bir konuşmaya doğru ilerlemektedir. Okula başlanması ile birlikte gramer öğrenilerek okuryazarlık becerisi kazanılmaktadır (Massey, 2008).

Çocuklarda dil gelişiminin ilk adımını sözel dilin kazanılması meydana getirmektedir. Sözel dil gelişimi yalnızca kelime öğreniminden meydana gelmemektedir. Bunun içerisinde anlamı olan cümlelerin kurulması ile kurulan cümlelerin dilbilgisi

düzenlemelerine uygun olması da gerekmektedir. Çocuklar genel olarak dilin yapısı ile anlamlarıyla oynamakta ve böylelikle dil gelişimini sağlamaktadırlar (Gleason, 2005).

Çocuklar dil gelişimleriyle birlikte çevrelerindeki dünyayı daha kolayca keşfetmeye başlamaktadır. 2 ile 7 yaş arası çocuklar için bu dünyayı anlama ve kavrama becerileri açısından oldukça önemli bir dönemdir. Çocuklar söz konusu bu anlamlandırmayı dille gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Gördükleri ve karşılaştıkları olayları devamlı olarak sorularla anlamlı hale getirmeye çalışmaktadırlar. Bu açıdan bu sorulara cevap verecek şartlara gereksinim duymaktadırlar. Bu doğrultuda ebeveynlerin çocuklarıyla konuşmaları ve onların sorularını cevaplandırmaları, çocukların konuşma ve dil becerisi kazanabilmeleri açısından son derece önemli olmaktadır. Bu süreci etkin bir biçimde deneyimleyen çocuklar iyi bir konuşma becerisi ile büyük bir kelime haznesi kazanmaktadır (Gleason, 2005).

Makul şartlar içerisinde çocuklar gelişimlerini başarılı ve problemsiz bir biçimde gerçekleştirmektedirler. Etraflarında onlara destek olacak bir yapının bulunması durumunda tüm gelişim süreçlerini başarılı olarak geçireceklerdir. Bu açıdan buldukları çevrede onların gelişimlerine zarar verebilecek faktörlerin yer almaması gerekmektedir. Çocukların gelişiminde çevresel faktörlerin oldukça etkili olduğu bilinen bir gerçektir. Bu açıdan dikkatli davranılarak çocuğun dil gelişimi için uygun şartların hazırlanması gerekmektedir. Çocukta okuma ve yazma merakını ortaya çıkaracak yazı tahtası, resim, kitap gibi unsurların bulunması önemli olacaktır. Bunun yanı sıra çocuğun söz konusu unsurları kullanmasını sağlayacak kurgunun sağlanması da çocuğun gelişim göstermesi açısından önemli olacaktır. Çocuğun dil gelişiminin sağlanması açısından paylaşımcı şartların yaratılması, çocuğun aklındaki soruları cevaplayabilmesi ve dilini yapılandırabilmesi açısından önemli imkanlar sağlayacaktır (Gleason, 2005). Çocuğun kendisini doğru ve açık bir şekilde ifade edebilmesi için çevresi tarafından bunun desteklenmesi gerekmektedir. Özellikle çocuğun teşvik edilmesi ve dili kullanabilme becerisinin olumlu yönde desteklenmesi önemli olarak görülebilir.

c. 07-12 Yaş Bilişsel Gelişimde Medyanın Etkisi

7-12 yaş döneminin somut işlemler dönemi olarak ifade edilmesinin sebebi, fikirlerin ve düşüncenin büyük ölçüde kavramların, olayların, olgu ve nesnelere görünmekte

olan fiziksel özelliklerine bağlı olarak oluşturulmasıdır. Bu dönem içerisinde çocuklar yetişkinlerdeki kavrama becerisine sahip olmamaktadır (Davies, 2011). Fikir yürütme ve düşünce eylemi seviyesi geçmiş dönemin üzerinde olmasına karşın objelerin ve nesnelerin fiziksel niteliklerine bağlı olarak yorumlama yapılmaktadır. Bu evrede soyut düşünme ile ilgili olarak bazı sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Bu süreç kapsamında çocuklar pratik ve somut çözümlene tutum ve davranışları sergilemektedir (Davies, 2011).

Bu dönemdeki çocuklar somut bilişsel öğeleri gerçekleştirebilirken, zihinde mantıksal sistemleri gelişmeye başlaması sebebiyle olaylarla ilgili sebep sonuç ilişkisi kurabilmeye ve mantıksal çıkarımlar ortaya koyabilmeye başlamaktadır. 7-12 ile yaş aralığının en önemli özelliklerinden bir tanesi, çocukların kendi görüşleri kapsamında bir bakış açısı meydana getirebilen bir mantığa sahip olabilmeleri olmaktadır (Bayhan ve Artan, 2004).

Bu dönemdeki çocuklar televizyon ve diğer medya içeriklerini tıpkı bir yetişkin gibi algılamaya başlamaktadırlar. Medyada yer alan kurgulardaki bireylerin, konuların yaşamdan karakterler olmasına rağmen suni dünyanın fertleri olduğu algılanmaya başlamaktadır. Bunun nedeni ise bilişsel gelişim kapsamındaki deneyimler ve öğrenmelerin mantıksal fikir oluşumunu temin etmesi, medya içerikleri ile ilgili öğrenimler, deneyimlerin zihindeki yapıyı desteklemesi ile bilgiyi işleme becerisindeki gelişmelerdir (Ertürk, 2011).

7-12 yaş aralığında kişi farklı medya araçlarını kullanma olanağına kavuşmuş olmaktadır. Bu süreçte medya araçları ile yoğun ilişki kurabilme olanağını edinen kişi zamanının büyük bir bölümünü medya araçlarıyla beraber geçirebilmektedir. Ortaya çıkan bu tablo ise bağımlılığın ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Bağımlılıkla birlikte ise kişi diğer aktivitelerden uzak durmaya başlamaktadır. Bunun neticesinde ise sağlık ve beden açısından pek çok sorun ortaya çıkabilmektedir. Medya ile kurulan aşırı ilişki sosyal ilişkiler ve okul hayatı açısından da bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Medya ile hazır kurguların çocuklara sunulması onların hayal kurmalarına engel olabilmekte ve bu durum çocukların yaratıcılıklarının azalmasına sebep olabilmektedir. Medya öğeleri çocukları hazır içeriklere yönelttiği için çocukların hem fiziksel hem de düşünsel açıdan pasifleşmesine neden olabilmektedir (Ertürk, 2011).

7-12 yaş döneminin sonlarına doğru ergenlik döneminin başlaması ile birlikte çocuklar tıpkı yetişkinler gibi fikir yapıları meydana getirmeye başlamaktadır. Ergenlikle birlikte giderek soyut düşünce sistemi gelişim kaydetmeye başlamaktadır. Soyut düşünme sistemi ile birlikte olasılıklar ve çıkarımlar dahilinde fikirler meydana getirilebilmektedir. Bu açıdan bu süreçle birlikte birey medyanın kurgu ve soyut temelli yapısını kavrayıp ona sunulan mesajları anlayabilmektedir (Bayhan ve Artan, 2004).

3. Sosyal Gelişim ve Medya

Toplumsallaşma, bireyin hayata geldiği şartlar altında ihtiyaç duyduğu desteği alarak geniş bir öğrenme süreci neticesinde, yaşamını sürdürdüğü kültürün yetenekleri ile bilgilerini toplayarak kendi benliğini meydana getirebildiği öğrenme sürecini ifade etmektedir. Toplumsallaşma sürecinde hayata yeni gelenler, deneyimli olan yaşlılardan deneyim ve bilgiler elde ederek öğrenirler. Böylelikle toplumun devamlılığı sağlanmakla birlikte kültür, kurallar, değerler gelecek nesillere aktarılır. Toplumsallaşma farklı nesillerin birbirlerine bağlanmasını sağlayan bir süreç olmaktadır. Bu açıdan bebeklik ile çocukluk döneminin önemli bir parçası olmaktadır. Bebeklik döneminde yaşanan çeşitli duygu durumları çocukluk döneminde önemli olarak görülmektedir. Ayrıca bebeklik dönemindeki çevresel faktörler, bireylerin çocukluk dönemlerine de yansımaktadır (Giddens, 2013).

Toplumsallaşma sürecini temin eden unsurlardan biri olan medya, çocuğun yapısal açıdan kapsayıcı ve geniş öğrenme gerçekleştirebildiği bir niteliğe sahiptir. Oldukça az bir süre içinde farklı kültürel davranış kalıpları ve farklı tecrübeleri sunan medya araçları çocuğun toplumsallaşmasında önemli bir görev üstlenmiş olmaktadır. Özellikle kitle iletişim araçlarının farklılaşarak farklı nitelikler kazanması toplumsallaşma sürecine etki eden diğer faktörlerin de etkilenmesini sağlamıştır. Medya araçları yaşlılar, aileler ve okulları biçimlendirmektedir. Medya faktörü çocukların tecrübe etmedikleri olayları yaşatan ve bunları içselleştirmelerine olanak sağlayan süreçleri iletişim mecrası içinde bir araya getirmektedir (Singorielli, 2004).

Medya toplumsallaşma sürecinde farklı kültürel unsurlarını sokaklarda, evlerde, iş yerlerinde ve okullarda sergileyerek öğrenilmesine neden olmaktadır. Filmler, oyunlar, çizgi filmler, diziler ve diğer unsurlar üzerinden farklı kültürler insanlara aktarılmaktadır. Bu durum kişilerin herhangi bir film yıldızını komşularından daha iyi

tanımlarına neden olmaktadır. Medya bu açıdan dünyayı küresel köy haline çevirmiş olmaktadır. Bu açıdan çocuklar medyadan kendi kültürlerine ait unsurları öğrenmekle birlikte farklı kültürlerle ait unsurları da öğrenmektedir. Söz konusu bu dönüşümden yalnızca çocuklar değil tüm insanlar etkilenmeye başlamış durumdadır (Giddens, 2013).

C. Etki Kuramı

İnsan yapısal olarak toplumsal yani sosyal bir canlıdır. Bireyler yaşadıkları toplumdan etkilenmektedir. Bu yönüyle kişilerin sergiledikleri davranışların büyük bölümü yaşanılan çevrenin etkisi içinde olmaktadır. Birey toplumun sosyal beklentileri dışında davranışlar sergilerse, toplum tarafından reddedileceğinin farkında olmaktadır. Bu yönüyle toplumsal değer ve formlarla çatışmak yerine bunlara adapte olma davranışı sergilenmektedir (Güney, 2017)

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

Walter Lippmann (1922) yayınlamış olduğu Public Opinion (Kamuoyu) isimli kitabında tanıtım, halkla ilişkiler gibi öğeler üzerinde durulmasında, kamuoyunun meydana getirilmesinde kitle iletişim araçlarının etkileri üzerinde durmuştur. Bu kitapla birlikte gazeteciliğin kamusal yargıyı ne düzeyde şekillendirebileceği veya şekillendirmesi gerektiği ile ilgili kuşkuculuğu yansıtmıştır. Lippman açısından siyasi duruşu ve bilgisi olan bir kamu hayalden başka bir şey değildir. Lippman'a göre çağdaş medyanın kompleksliği sebebiyle kişiler radyo haberler, resimler, gazeteler gibi 2. el bilgi kaynaklarına dayanmak durumundadır. Söz konusu kaynakların ise güvensiz olması veya yüzeysel bilgi sunması söz konusu olabilecektir. Bu nedenle bireyler, fikirlerini şekillendiren yarı bilinçli stereotiplere ve puslu izlenimlere dayandırmaktadır. Buna bağlı olarak, sıradan bir vatandaşın tüm kamusal konularla

ilgili güvenilir bir görüşe sahip olmasını mümkün olamayacaktır. Lippman açısından demokrasi iyi eğitilmiş seçkinlerin yönetimleri kapsamında düzenli faaliyet gösterecektir (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019; Güngör, 2016). Kamu faaliyetlerinin düzenlenmesinde ve uygulamaya koyulmasında kitle iletişim araçlarına başvurulması, kamu faaliyetlerindeki etkinlik adına önemli olarak görülebilir. Kitle iletişim araçları, halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemli parçası olarak görülmektedir.

Lippman'ın açtığı yoldan hareket eden Laswell, 1927 yılında propaganda ile ilgili yazdığı kitapta gazetelerin rolleri üzerinde durmuştur. Bu çalışmada Laswell I. Dünya Savaşı sırasında gazetelerin yapmış olduğu Amerikan propagandasına ilişkin metinlere nasıl ve hangi düzeyde içerik verildiğini incelemiştir. Bu doğrultuda Laswell kim, kime, hangi kanaldan, hangi etkiyle, ne söyler şeklinde formülünü oluşturmaya yönelmiştir. Laswell kitle iletişim araçlarının propaganda fonksiyonuna odaklandığı çalışmalarında bunların farklı fonksiyonlarından bahsetmiştir. Buna bağlı olarak ilk sistematik ve bütünsel sınıflandırmayı yapıp bu araçların üç tane temel fonksiyonu olduğunu belirtmiştir. Bunlar; çevrenin gözetlenmesi, sosyal yapının parçaları arasında bütünlük tesis edilmesi ve nesiller arası kültür aktarımının yerine getirilmesidir (Güngör, 2016). Gazete yayınları kapsamında yapılan propagandalar, toplumundaki düşüncenin şekillenmesinde önemli olarak görülebilir. Bu nedenle birçok politika kapsamında kitle iletişim araçları propaganda aracı olarak kullanılabilir.

Laswell kitabında propaganda faaliyetlerinin insan ve para gücü aktarımı kadar önemli olduğunu ifade etmiştir. Burada İngilizlerin ve Amerikalıların propaganda üzerinden kurmuş oldukları güç, örnek olarak gösterilmektedir. Laswell kitle iletişim araçlarının etkilerini değerlendirmeye yönelik somut bir çalışma yapmamış olmasına rağmen gazete içeriklerinden yapmış olduğu ve geliştirmiş olduğu formülle literatüre önemli bir katkı sağlamıştır (Güngör, 2016).

Payne Vakfı 1929 ile 1932 yılları arasında kitle iletişim araçlarının etkileri ilgili araştırmalar yapmıştır. Vakıf, sinemanın gençler ve çocuklar üzerindeki etkilerini ölçmek maksatlı 13 araştırma yaptırmıştır. Araştırma kapsamında 1500 film içerik olarak incelenir ve bunlar suç, şiddet, macera, porno, gezi gibi temalar açısından değerlendirilir. Neticede farklı faktörler sinemaya dahil olmadığı takdirde, seyirciler üzerinde sinemanın etkisi oldukça kuvvetlidir. Çocukların özellikle duygusal ve davranışsal tutumlarının sinemadan etkilendiği görülmüştür. Bu durum aynı zamanda

kitle iletişim araçlarının kuvvetli etkilerine göndermede bulunmaktadır. Bu araştırmalar neticesinde şınga modelinin geliştirildiği ifade edilebilir. Araştırmaların yapıldığı dönemde kitle iletişim araçlarının sınırlı olması ve gençler ile çocukları sinemadan başka cezbedecek öğelerin bulunmaması elde edilen bulguların tam anlamda güvenilir olmasını sağlamamaktadır. Ancak bir ön görüş oluşturması açısından bu araştırmaların etkisi son derece önemlidir (Güngör, 2016). Payne Vakfı tarafından sinemanın çocuklar üzerindeki duygusal ve davranışsal sonuçları değerlendirilmiş ve önemli sonuçlar elde edilmiştir. Bireylerin duygularının ve davranışlarının şekillendirilmesinde kitle iletişim araçlarının önemli bir yere sahip olduğu bir kez daha kanıtlanmıştır.

Karşılıklı Etki kuramında medya araçlarının izleyiciler üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. İletişim araçları tarafından izleyicilere sunulan çeşitli bilgiler doğrultusunda izleyicilerin tepkileri söz konusu olabilir. Bu tepkilerin değerlendirilmesi ise medya araçlarındaki iletişim becerilerine yönelik öneriler sunmaktadır (Güngör, 2016).

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

Lazarsfeld (Halkın Tercih) teorisi kapsamında insan davranışlarının anlaşılmasında sosyal psikoloji ön planda tutulmaktadır. Lazarsfeld teorisi kapsamında yapılan araştırmalarda izleyicilerin tercihleri üzerinde durulmaktadır. 1938 yılında Princeton Radio Proje sorumluluğunu üstlenmiş ve radyo yayınlarında izleyicilerin genel olarak beğerendikleri, beğermedikleri veya ilgisiz kaldıkları yayınların tespit edilmesine yönelik bir mekanizmayı geliştirir. İzleyiciler üzerinde yapılan çalışmalar çeşitli deneysel çalışmalar yürütülmüştür. İzleyiciler beğerendikleri yayın için yeşil, beğermedikleri yayın için kırmızı düğmeye basmakta ve ilgisiz kaldıkları yayınlar için düğmeye basmayarak tepkisini vermektedir. Lazarsfeld tarafından gerçekleşen bu deney kapsamında toplumsal olguların açıklanmasına yönelik matematiksel bir açıklama getirilmektedir. 1940 ve 1948 yılları itibariyle Başkanlık seçimlerini konu

alan çalışma “The People Choice” (Halkın Tercih) kitle iletişim araçlarının sınırlı veya pekiştirici etki modelinin temeli olmuştur. Halkın Tercih araştırmaları kapsamında 600 seçmen üzerinde medyanın etkisine yönelik ölçümler yapılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda dört temel bulgu elde edilmiştir. Bu bulgular şu şekildedir (Lindenberg, 2003):

- Kişisel etki
- İki aşamalı akış- Two step flow
- Kanaat önderleri
- Kanaat önderleri kitle ve iletişim araçlarının ilişkisi

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

Kuramlar incelendiğinde, medya ve toplum arasındaki iletişimin önemli olduğu görülmektedir. Özellikle toplumun yönlendirilmesinde ve bireyler üzerinde etkili davranış biçimlerinin oluşturulmasında, medya kanalları aracılığıyla sunulan bilgiler etkili ve önemli olmaktadır.

III. GEREÇ VE YÖNTEM

A. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada toplumdaki yeni 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.

B. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Edirne’de 6-60 ay arasındaki çocukların anne ve babaları oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem hesabında aşağıdaki tablodan faydalanılmıştır.

Çizelge 3.1. $\alpha= 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri

Evren Büyüklüğü	± 0.03 örnekleme hatası			± 0.05 örnekleme hatası			± 0.10 örnekleme hatası		
	(d)			(d)			(d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:50.

Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) örneklem hesabı kapsamında 100 milyon evrenin temsil edilmesinde 0.05 ($p=0.5$, $q=0.5$) örneklem hatasında en az 384 kişiye ulaşılması

gerektiği hesaplanmıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında en az 384 kişiye ulaşılması hedeflenmiş ve toplamda 414 anne ve babaya ulaşılmıştır.

Araştırmada sormaca tekniği kullanılmıştır. Sormaca tekniği, araştırma sorusunun tespit edilmesine y6nelik olarak katılımcılara soru sorulması şeklinde oluşturulan bir y6ntem şeklinde ifade edilmektedir. Sormaca tekniği kapsamında 6zellikle anket uygulamaları sıklıkla tercih edilmektedir. 6zellikle iletişim ile ilgili araştırma sorularının tespit edilmesinde sormaca tekniğinin kullanılması faydalı olarak g6r6lmektedir. İletişim ile ilgili araştırma sorularının tespit edilmesinde kullanılan sormaca tekniğinin etkinliğinde, oluşturulan soruların g6venilir olması beklenmektedir. Bunun i6in karşılıklı araştırmalar kapsamında soruların g6venilirliğinin tespit edilmesi ve 6rnekleme uygunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Her 6rnekleme i6in farklı soru kalıpları kullanılabilir ve bu sorular kapsamında farklı değerlendirmeler yapılabilir (Yengin, 2017). Bu araştırmada sormaca tekniği kullanılarak ailelerden sağlıklı cevaplar alınması planlanmıştır.

C. Veri Toplama Aracı

Bu araştırma, 6-60 ay arası 6ocukların medya ara6larını kullanma alışkanlıklarının değerlendirilmesi ve bu alışkanlıkları etkileyen etmenlerin belirlenmesi amacı ile yapılmış tanımlayıcı kesitsel bir araştırmadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından ilgili literat6r doğrultusunda oluşturulan anket formu kullanılmıştır (Ek-1). Anket formu kapalı ve a6ık u6lu sorulardan meydana gelmektedir. Anket formlarının oluşturulmasında demografik 6zelliklere y6nelik sorular, ebeveynlerin g6rsel medya kullanım alışkanlıkları ve okul 6ncesi d6nemdeki 6ocukların g6rsel medya kullanım alışkanlıklarını incelemeye y6nelik sorular yer almaktadır. Anket formunun oluşturulmasında 6zcan (2018) uzmanlık tezinden faydalanılmıştır.

D. Veri Analizi

Araştırmada verilerin analiz edilmesinde SPSS 16 paket programı kullanılmıştır. Verilerin 66z6mlenmesinde frekans, y6zde, ortalama ve standart sapma istatistiklerinden faydalanılmıştır. Ayrıca değerkenler arasındaki ilişkilerin tespit edilmesine y6nelik olarak 6apraz tablo analizleri yapılmış ve Kikare istatistiğinden

faýdalanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen bulguların değerlendirilmesinde hata payı %5 olarak alınmıştır.



IV. BULGULAR

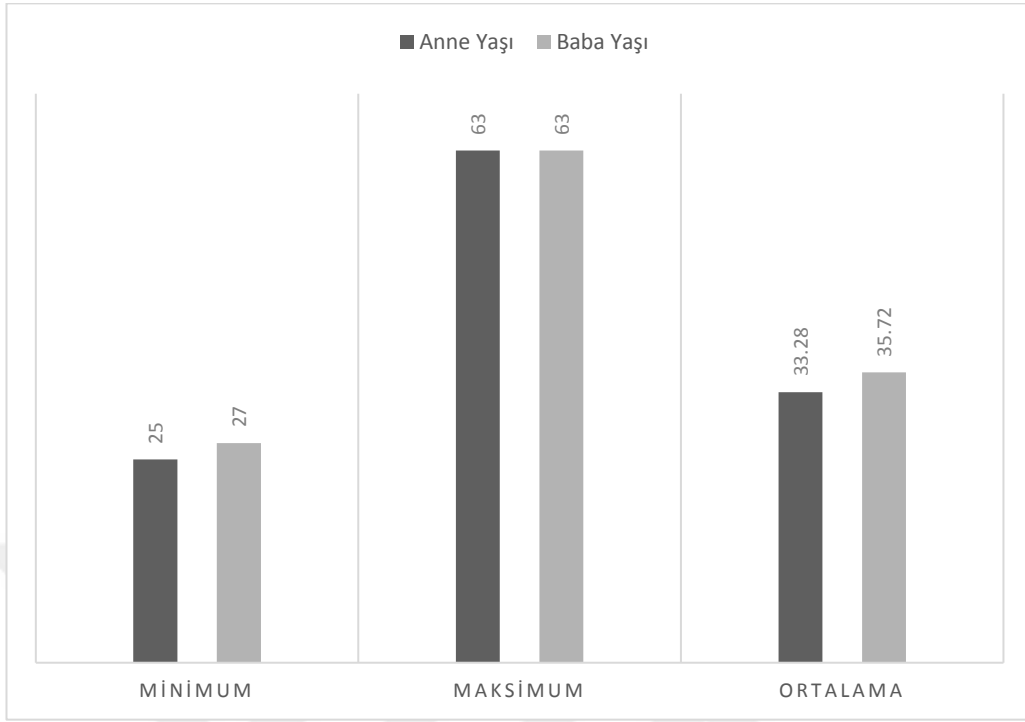
A. Çocukların Demografik Özellikleri ve Anne Baba Özelliklerine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde çocukların demografik özellikleri ile anne baba yaşı, eğitim durumu, aylık geliri ve aile tipine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 4.1. Çocukların Cinsiyeti ve Kardeş Sayısına Yönelik Bulgular

	Frekans	%
Çocuğun Cinsiyeti		
Kız	192	46,4
Erkek	222	53,6
Kardeş Sayısı		
Tek çocuk	279	67,4
1 kardeşi var	122	29,5
2 ve üzeri kardeşi var	13	3,1

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının %46,4'ü (n=192) kız ve %53,6'sı (n=222) erkektir. Çocukların %67,4'ünün (n=279) kardeşi yokken, %29,5'inin (n=122) 1 kardeşi ve %3,1'inin (n=13) 2 ve üzeri kardeşi bulunmaktadır.



Şekil 4.1. Anne ve Baba Yaşına Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının yaş ortalamaları değerlendirilmiştir. Buna göre çocukların annelerinin yaş ortalaması $33,28 \pm 5,12$ ve babalarının yaş ortalaması $35,72 \pm 6,18$ olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 4.2. Anne ve Baba Eğitim Durumuna Yönelik Bulgular

	Frekans	%
Anne Eğitim Durumu		
Herhangi bir eğitim kurumundan mezun değil ama okuryazar	4	1,0
İlkokul	6	1,4
Ortaokul	43	10,4
Lise	46	11,1
Üniversite/Yüksekokul	289	69,8
Master	16	3,9
Doktora	10	2,4
Baba Eğitim Durumu		
İlkokul	4	1,0
Ortaokul	20	4,8
Lise	94	22,7
Üniversite/Yüksekokul	259	62,6
Master	23	5,6
Doktora	14	3,4

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

Çizelge 4.3. Anne ve Babanın Aylık Gelirine Yönelik Bulgular

	Frekans	%
Annenin Aylık Geliri		
Ev işlerini yapıyor geliri yok	86	20,8
Şu an çalışmıyor geliri yok	68	16,4
Asgari ücret [2020 TL]	5	1,2
2020-3000 TL	60	14,5
3000-4000 TL	76	18,4
4000-5000 TL	58	14,0
5000 TL üzeri	59	14,3
Babanın Aylık Geliri		
Şu an çalışmıyor geliri yok	10	2,4
2020-3000 TL	34	8,2
3000-4000 TL	120	29,0
4000-5000 TL	85	20,5
5000 TL üzeri	165	39,9

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

Çizelge 4.4. Aile Tipine Yönelik Bulgular

	Frekans	%
Çekirdek aile [Anne baba ve çocukların birlikte yaşadığı aile]	361	87,2
Geniş aile [Anne babanın yanı sıra dedenin ninenin ve bazı akrabaların da birlikte yaşadığı aile]	36	8,7
Parçalanmış aile [Ayrılık veya vefat nedeniyle ebeveynlerin bir arada olamadığı aile]	17	4,1

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

B. 0-60 ay çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıklarına Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde 0-60 ay çocukların yeni medya kullanım alışkanlıklarına yönelik bulgular incelenmiştir. 0-60 ay dönemi, çocukların hem fiziksel hem de

bilişsel gelişimlerini gösterdikleri önemli bir dönemdir. Bu dönemde çocukların fiziksel ve bilişsel gelişimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi önemlidir.

Çizelge 4.5. Evde Bulunan Elektronik Cihazlar

	Frekans	%
Televizyon	414	100,0
Dijital platform kutuları [Digitürk/DSmart/Tivibu gibi]	210	50,7
Bilgisayar [masaüstü ya da dizüstü]	390	94,2
Tablet	195	47,1
DVD oynatıcı	85	20,5
Ev sinema sistemi	23	5,6
Akıllı telefon [İnternete bağlanabilen, fotoğraf, video oyun gibi imkanlar sunan telefon]	400	96,6
Oyun konsolu [Playstation gibi]	74	17,9

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

Çizelge 4.6. Çocuğun Elektronik Cihazla Tanışma Ayı

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

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

Çizelge 4.7. Çocuğun Elektronik Cihazda Günde Geçirdiği Zaman

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

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

Çizelge 4.8. Çocuğun Video İzleme Durumunun Değerlendirilmesi

	Frekans	%
Çocuğun İlk Kez Video İzlediği Elektronik Cihaz		
Televizyon	245	59,2
Akıllı Telefon	140	33,8
Tablet	11	2,6
Çocuğun Şu Anda En Çok Video İzlediği Elektronik Cihaz		
Televizyon	120	29,0
Akıllı Telefon	196	47,3
Tablet	66	15,9
Bilgisayar	6	1,4
Çocuğun Video İzlemeye Başlamasındaki Etken Durumlar		
Yemek yesin diye video izletmeye başladım	148	35,7
Onunla ilgilenemediğim zaman oyalansın diye video izletmeye başladım	96	23,2
Uyku öncesi rahatlasın ve gevşesin diye video izletmeye başladım	41	9,9

Sinirlendiğinde ya da ağladığında sakinleşsin diye video izletmeye başladım	23	5,6
Misafir geldiğinde ya da misafirlğe gittiğimizde sohbet edebilelim diye video izletmeye başladım	56	13,5
Yemeğe çıktığımızda masada oyalansın diye video izletmeye başladım	62	15,0
Çocuğun Bir Defada Aralıksız En Fazla İzlediği Video ya da Elektronik Oyun Süresi		
Yarım saat	120	29,0
1 saat	65	15,7
2 saat	20	4,8
3 saat ve daha fazla	11	2,7

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

Çocuğun video izlemeye başlamasındaki etken durumlar değerlendirildiğinde %35,7'sinin (n=148) yemek yesin diye videoya başlatıldığı ifade edilmiştir. Bu etkenleri genel olarak değerlendirdiğimizde ise, ebeveynlerin hep bir nedenden dolayı çocuğa video izletmeye başladıklarını görebiliriz. Çocukların %29'unun (n=120) ise bir defada aralıksız en fazla izlediği video ya da elektronik oyun süresi ise yarım saattir.

Çizelge 4.9. Çocuğun Elektronik Cihaz Kullanım Durumuna Yönelik Bulgular

	Frekans	%
Çocuğun Kendisine Ait Elektronik Cihazı		
Yok	306	73,9
Tablet	64	15,5
Akıllı Telefon	4	1,0
Oyun Konsolu	5	1,2
Bilgisayar	4	1,0
Sadece Çocuğun Kullanımı İçin Uygulama İndirme Durumu		
Evet	142	34,3
Hayır	270	65,2
Çocuğun Tablette veya Akıllı Telefonda Kendi Başına Yapabildikleri		
İnternete girme	92	22,2
Fotoğraflara girme	85	20,5

Parmağıyla resim kaydırma	102	24,6
Parmağıyla video oynatma	82	19,8
Video oynatırken reklam atlama	85	20,5
Videoyu durdurma ve yeniden başlatma	74	17,9
Bir aplikasyonu açma ve çalıştırma	68	16,4
Oyun oynama	59	14,3

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

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

Çizelge 4.10. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakıt Geçirme Durumuna Yönelik Değerlendirmeler

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

Çocuğun günlük video izleme veya oyun oynama sürelerini takip etme durumu incelendiğinde, ebeveynlerin %55,1'i (n=228) her zaman kontrol ettiğini ve %36,2'si (n=150) çoğu zaman kontrol ettiğini belirtmiştir. Bu oran ebeveynlerin yarıdan

fazlasının çocuğunun oyun oynama veya video izleme süresini takip ettiğini bize göstermektedir. Çocuğun bilgisayar, tablet, akıllı telefon, oyun konsolu ile vakit geçirmesiyle ilgili düşünceler değerlendirildiğinde %62,3'ü (n=258) belli süreleri aşmamak kaydıyla sakınca görmediğini ifade etmiştir. 7,2' si çok sakıncalı bulduğunu ve izletmediğini belirtmiştir.

Çizelge 4.11. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Olumlu ve Olumsuz Değerlendirmeler

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

Çocuğun elektronik cihazla vakit geçirme durumuna yönelik olumlu ve olumsuz değerlendirmeler incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan ebeveynlerin %36,5'i (n=151) "Zararlı içeriklere erişmesinden korkuyorum", %35'i (n=142) "Bağımlılık yaratmasından korkuyorum" cevaplarını vermişlerdir. Bununla beraber %34,3'ü (n=142) sakınca bulmadığını ifade etmiştir. Sakıncalı bulmayan ebeveyn oranı ile

bağımlılık yaratmasından korkan ebeveyn oranı neredeyse birbirine çok yakındır. Ebeveynler çocuklarının bir yandan yeni medyaya katılmasını isterken diğer yandan da tedirgin olmaktadır.

Ebeveynlerin %32,4'ü (n=110) çocukların yaşına uygun içeriklerin onun gelişimine katkı sağladığını ifade etmiştir. Ayrıca %26,6'sı (n=108) hayal dünyasının genişlediğini ifade etmiştir.

Çizelge 4.12. Çocuğun Elektronik Cihazla Vakit Geçirme Durumuna Yönelik Çevresel Faktörlerin Değerlendirilmesi

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

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

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının %39,1'i (n=162) kreşe gitmiştir. Çocukların %63,3'ünün (n=262) Evin Yakınında Çocuğun Oynayabileceği veya Spor Yapabileceği Tesis vardır ancak yeterli değildir. Çocukların %46,1'inin (n=191) yeterince arkadaşlarıyla vakit geçirdiği ifade edilmiştir.

Çizelge 4.13. Çocuğun Sosyal Hesaplarına Yönelik Bulgular

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

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

Çizelge 4.14. Çocuğun Elektronik Cihaz Kullanımında Yaşanan Sorunların Değerlendirilmesi

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

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

Çizelge 4.15. Çocuğun Genel Sağlık Durumunun Değerlendirilmesi

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

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

Çizelge 4.16. Annenin Eğitim Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

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

Annenin eğitim durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre lise mezunu annelerin %45,7'si ve üniversite/yüksekokul mezunu annelerin %35,6'sı çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber master mezunu annelerin %37,2'i çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$).

Çizelge 4.17. Babanın Eğitim Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

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

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

Çizelge 4.18. Annenin Gelir Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

		Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günde Geçirdiği Vakit					Kikare	p
		0-1	1-2	2-3	3-4	4-5		
		Cevaplamayan	saat	saat	saat	saat	saat	
Şu an	f	14	26	22	2	4	0	179,9 0,000
çalışmıyor	%	20,6%	38,2%	32,4%	2,9%	5,9%	,0%	
geliri yok								
Ev işlerini	f	16	39	22	5	6	0	
yapıyor	%	19,5%	47,6%	19,5%	6,1%	7,3%	,0%	
geliri yok								
Asgari	f	0	0	5	0	0	0	
ücret	%	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	
[2020 TL]								
2020-	f	0	19	30	9	2	0	
3000 TL	%	,0%	31,7%	50,0%	15,0%	3,3%	,0%	
3000-	f	4	25	33	14	0	0	
4000 TL	%	5,3%	32,9%	43,4%	18,4%	,0%	,0%	
4000-	f	5	19	23	0	2	9	
5000 TL	%	8,6%	32,8%	39,7%	,0%	3,4%	15,5%	
5000 TL	f	13	16	20	4	6	0	
üzeri	%	22,0%	27,1%	33,9%	6,8%	10,2%	,0%	

Annenin gelir durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre çalışmayan annelerin %38,2'si ve ev işlerini yapan annelerin %47,6'sı çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Bununla beraber asgari ücret alan annelerin tamamı, 2020-3000 TL alan annelerin yarısı, 3000-4000 TL alan annelerin %43,4'ü, 4000-5000 TL alan annelerin %39,7'si ve 5000 TL ve üzeri alan annelerin %33,9'u çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$).

Çizelge 4.19. Babanın Gelir Durumu ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

		Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günde Geçirdiği Vakit						Kikare	p
		0-1	1-2	2-3	3-4	4-5			
		Cevaplamayan	saat	saat	saat	saat	saat		
Asgari ücret [2020 TL]	f %	0	2	0	0	0	0	1470,0	0,000
		,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%		
2020-3000 TL	f %	7	5	20	2	0	0		
		20,6%	14,7%	58,8%	5,9%	,0%	,0%		
3000-4000 TL	f %	11	29	59	19	2	0		
		9,2%	24,2%	49,2%	15,8%	1,7%	,0%		
4000-5000 TL	f %	9	29	35	10	2	0		
		10,6%	34,1%	41,2%	11,8%	2,4%	,0%		
5000 TL üzeri	f %	25	79	21	15	16	9		
		15,2%	47,9%	12,7%	9,1%	9,7%	5,5%		

Babaların gelir durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre 2020-3000 TL alan babaların %58,8'i, 3000-4000 TL alan babaların %49,2'si, 4000-5000 TL alan babaların %41,2'si çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Buna karşın 5000 TL ve üzeri alan babaların %47,9'u çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır ($p < 0,05$).

Çizelge 4.20. Aile Tipi ile Çocuğun Elektronik Cihazlarla Günlük Olarak Geçirdiği Vakit Durumu İlişkisi

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

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

Araştırmadan elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, çocukların önemli bir kısmı yeni medya araçlarını günlük yaşamlarında yoğun olarak kullanmaktadır. Aileler genellikle çocuklarına yemek yedirebilmek için yeni medya araçlarını çocuklarına tanıştırmışlardır. Bununla beraber birçok aile çocuklarının yeni medya araçlarını kullanmaları sonucunda çocuklarında oluşabilecek sağlık problemlere yönelik endişe duymaktadırlar. Ancak ailelerin önemli bir kısmı

çocukların belirli bir zaman yeni medya araçlarında vakit geçirmelerini bir sorun olarak algılamamaktadır.



V. SONUÇ

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

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

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

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının anne ve babalarının eğitim durumları incelendiğinde, çocukların annelerinin %69,8’i üniversite yüksekokul mezunuyken, babalarının %62,6’sı üniversite yüksekokul mezunudur.

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

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

Araştırmaya katılan ebeveynlerin çocuklarının tamamının evinde televizyon bulunmaktadır. Bununla beraber %96,6’sının evinde akıllı telefon ve %94,2’sinin evinde bilgisayar bulunmaktadır. Kabali vd. (2015) ABD’de 0-8 yaş arasındaki çocukların yeni medya araçlarını kullanım durumlarına ilişkin yürüttükleri çalışmalarında, çocukların %96,6’sının yeni medya araçlarına erişimlerinin olduğunu

tespit etmiştir. Ayrıca araştırmada çocukların evlerinde %97 oranında televizyon, %83 oranında tablet, %77 oranında akıllı cep telefonu ve %58 oranında bilgisayar bulunduğu tespit edilmiştir. Dinleyici vd. (2016) Türkiye’de yaptıkları çalışmalarında ise ailelerin %71 oranında tablet sahibi olduklarını tespit etmiştir. Teknolojik gelişmişlik ve teknolojinin günlük yaşamdaki yerinin artması çocukların tablet sahibi olma durumlarını da her geçen yıl istatistiksel olarak arttırmaktadır. Rideout (2013) yaptıkları çalışmalarında tablet sahibi olan çocukların oranını %15,9 olarak tespit etmiştir. Kabali vd. (2015) çalışmalarında çocuklarda 2011 yılında tablet kullanım oranının %8 olduğunu ve 2013 yılında %40’a yükseldiğini belirtmişlerdir. Bu araştırmada da oran oldukça yüksek olarak tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Annenin eğitim durumu ile çocuğun elektronik cihazlarla günde geçirdiği vakit durumu incelenmiştir. Buna göre lise mezunu annelerin %45,7'si ve üniversite/yüksekokul mezunu annelerin %35,6'sı çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Bununla beraber master mezunu annelerin %37,2'i çocuklarının günde 0-1 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini

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

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

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

ebeveynlerinin %72,2'sinin çocuklarının günde 1-2 saat elektronik cihazda vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır.

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

Teknolojik gelişmelere paralel olarak insan yaşamında teknoloji kullanımı günlük yaşamın vazgeçilmezi olarak değerlendirilmektedir. Sadece yetişkinler için değil çocuklar içinde günlük yaşamda teknoloji kullanımı önemli bir hale gelmiştir. Özellikle yeni medya kanalları aracılığıyla birçok bilgiye ve veriye ulaşılmasının mümkün olması, her yaşta bireyin yeni medya araçlarını sıklıkla kullanmasına neden olmaktadır. Çocukluk döneminde yeni medya araçlarının kullanımı üzerinde birçok faktör etkili olabilmektedir. Özellikle çocukların yemek yemesi veya ebeveynlerin kendilerine zaman ayırabilmeleri için çocuklarını yeni medya araçlarına yönlendirmeleri söz konusu olmaktadır. Bununla beraber çocukların yeni medya araçlarını kullanımlarının denetlenmesi ve sınırlandırılması, günümüzün en önemli sorunlarının başında yer almaktadır. Çocukların birçok bilgiye ve görsele rahat bir şekilde ulaşabilmesi, onların psikolojik ve fiziksel sağlığını olumsuz yönde etkileyebilecektir. Bu nedenle çocukluk döneminde yeni medya araçlarının kullanımına yönelik olarak çalışmaların artırılması ve ebeveynlerin bu konuda farkındalıklarının artırılması gerekmektedir.

Araştırma bulguları kapsamında öneriler şu şekildedir:

- Aile sağlık merkezlerinde çocukların yeni medya araçlarının kullanımı sorgulanmalı ve takip edilmelidir. Her çocuğa ve ebeveyne özel olarak yeni medya araçlarının kullanımına yönelik planlama yapılmalıdır.
- İki yaşına kadar çocukların yeni medya araçlarını kullanmalarının önüne geçilmelidir. İki yaşından sonra günlük kullanım 1 saatten az olmak koşuluyla yüksek kaliteli ve çocuk gelişimini olumlu yönde destekleyen programlara dikkat edilmelidir.

- Yemek sırasında ve uykudan 1 saat öncesine kadar yeni medya araçlarının kullanımının sınırlandırılması gerekmektedir.
- Çocukların yeni medya araçlarına yönelik alışkanlıkları doğru şekilde kazanabilmeleri için çocuk hekimleri ve ebeveynlerin işbirliği halinde çalışmaları önemli olarak görülmektedir.

Gelecek dönemde yapılacak olan çalışmalar için şunlar önerilebilir:

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

VI. KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- BAYHAN, P. S. ve ARTAN, İ. (2004). **Çocuk Gelişimi ve Eğitimi**, İstanbul, Morpa Yayıncılık.
- CÜCELOĞLU, D. (2006). **İnsan ve Davranışı**, İstanbul: Remzi Kitabevi, 15. Basım.
- DAVIES, D. (2011). **Child Development: A practitioner's Guide**, New York, The Guilford Press.
- DEGAETANO, G. (2007). **Medya Çağında İyi Anne Baba Olmak**, (Çev. N. P. Öcel). Ankara, Nobel Yayıncılık.
- ERTÜRK, Y. D. (2011). **Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı**, M. R. Şirin (ed.). Çocuk Hakları ve Medya içinde (ss.49-89), İstanbul, Çocuk Vakfı Yayınları
- FUCHS, C. (2016). **Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş**, (çev. İlker Kalaycı-Diyar Saraçoğlu), İstanbul, Notabene Bilişim Yayınları.
- GIDDENS, A. (2013). **Sosyoloji**, (Çev. Cemal Güzel). İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- GLEASON, J. B. (2005). **The Development Of Language**, Boston, Pearson Education.
- GÜNEY, S. (2017). **Sosyal Psikoloji**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 4. Basım.
- GÜNGÖR, N. (2016). **İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitapevi 3. Baskı.
- HUGHES, F. (2010). **Children, Play And Development**. US, SAGE Publications.
- ITO, M., BAUMER, S., BITTANTI, M., CODY, R., STEPHENSON, B. H., HORST, H. A., & PERKEL, D. (2019). **Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media**. MIT press.

- LINDENBERG, S. (2003), “James Coleman”, **The Blackwell Companion to Major Contemporary Social Theorists**,(eds. Ritzer,G.), Malden: Blackwell Pub., 90 – 121
- MORGAN, T.C. (1999). **Psikolojiye Giriş**, Çev. H. Arıcı, I. Savaşır, O. İmamoğlu vd., Ankara, Hacettepe Üniversitesi.
- NALÇAOĞLU, H. (2003). **Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve**, Ed. S. Alankuş, Medya ve Toplum içinde (ss. 43-57). İstanbul, İletişim Vakfı Yayınları.
- ÖZDOĞAN, B. (2009). **Çocuk ve Oyun (çocuğa oyunla yardım)**, Ankara, Anı Yayıncılık.
- RAMACHANDRAN, V.S. (2016) **Öykücü Beyin**, Çev. Cansız Çevik, İstanbul, Alfa Bilim.
- RIDEOUT V. (2013). **Zero to eight: children’s media use in America 2013: a Common Sense Media research study**. Common Sense Media.
- SENEMOĞLU, N. (2003). **Gelişim, Öğrenme ve Öğretme: Kuramdan Uygulamaya**, Ankara, Gönül Yayıncılık.
- TÜRKOĞLU, N. (2010). **Toplumsal İletişim**, İstanbul: Urban
- WADSWORTH, B. J. (2004). **Piaget’s theory of cognitive and affective development**, Barry J. Wadsworth; with new foreword by William M. Gray: Boston: Pearson.
- WARTELLA, E., RIDEOUT, V., LAURICELLA, A. R., et al. (2014). **Parenting in The Age of Digital Technology**, .Chicago: Northwestern University Press.
- YAVUZER, H. (2013). **Resimleriyle Çocuk**, İstanbul, Remzi Kitapevi.
- YAYLAGÜL, L. (2016). **Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**, Ankara, Dipnot Yayınları, 7. Baskı.
- YAZICIOĞLU, Y. ve ERDOĞAN, S. (2004). **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**. Ankara, Detay Yayıncılık.
- YENGİN, D. (2017). **İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları**. İstanbul, Der Yayınları

YENGİN, D. VE BAYRAK, T. (2018). **Yeni Medya ve Sanal Gerçeklik**, İstanbul, İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları. 1. Baskı.

MAKALELER

AAP, American Academy of Pediatrics (2013). "Children, adolescents, and the media". **Pediatrics** No 132, ss. 958-961.

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

ARNAS Y. A. (2005). "3-18 Yaş Grubu Çocuk ve Gençlerin İnteraktif İletişim Araçlarını Kullanma Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi", **TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology**. Volume 4 No 4, ss. 59-66.

ARSLAN, A. (2004). "Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri", **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, No 1, ss. 1-12.

BELLISSIMO, N., PENCHARZ, P. B., THOMAS S. G., ANDERSON G. H. (2007). "Effect of Television Viewing At Mealtime On Food Intake After A Glucose Preload İn Boys", **Pediatr Res**. Volume 61, No 6, ss. 745-749.

BROCKMANN, P.E., DIAZ, B., DAMIANI, F., VILLARROEL, L., NUNEZ, F., BRUNI, O. (2016). "Impact of television on the quality of sleep in preschool children", **Sleep medicine**, No 20, ss. 140-144.

BULUNMAZ, B. (2014). "Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak?". **Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi**, Cilt 4, No.1, ss. 22-29.

CERECİ, S., ÖZDEMİR, H. (2015). "Medyanın Toplumsal Gelişimi: Medya Toplumlari", **International Journal of Social Science**, No. 33.1-10.

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

- DİNLEYİCİ M, CARMAN KB. (2016). “Media Use by Children, and Parents” **Views on Children's Media Usage**. Volume 5, No 2, ss.e18.
- DUCH H, FISHER EM, ENSARI I, HARRINGTON A. (2013). “Screen time use in children under 3 years old: a systematic review of correlates”. **The International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity**. No 10, s.102.
- EDELSON, L. R., MATHIAS, K. C., FULGONI, V. L., 3RD, KARAGOUNIS, L. G. (2016). “Screen-Based Sedentary Behavior And Associations With Functional Strength in 6-15 Year-Old Children in The United States”, **BMC Public Health**, No 16, ss. 116.
- GENTILE, D. A., REIMER, R. A., NATHANSON, A. I., WALSH, D. A., EISENMANN, J. C. (2014). “Protective Effects of Parental Monitoring of Children's Media Use: A Prospective Study”, **JAMA pediatrics**. Volume 168, No 5, ss. 479-484.
- HAY, D.F., PAYNE, A., VE CHADWICK, A. (2004). “Peer Relations in Childhood”, **Journal of Child Psychology and Psychiatry**, Volume 45, No 1, ss. 84-108.
- HINKLEY, T., VERBESTEL, V., AHRENS, W., LISSNER, L., MOLNAR, D., MORENO, L. A., ET AL. (2014). “Early Childhood Electronic Media Use As A Predictor of Poorer Well-Being: A Prospective Cohort Study”, **JAMA pediatrics**. Volume 168, No 5, ss. 485-492.
- HIRSH-PASEK, K., ZOSH, JM., GOLINKOFF, R. M., GRAY, J. H., ROBB, M. B., KAUFMAN, J. (2015). “Putting Education in "Educational" Apps: Lessons From The Science of Learning”, **Psychological science in the public interest: a journal of the American Psychological Society**. Volume 16, No 1, ss. 3-34.
- HOFFNER, C. (1997). “Children’s Emotional Reactions to a Scary Film: The Role of Prior Outcome Information and Coping Style”. **Human Communication Research**, No 23, ss. 323-341.
- KABALI, H. K., IRIGOYEN, M. M., NUNEZ-DAVIS, R., BUDACKI, J. G., MOHANTY, S. H., LEISTER, K. P., et al. “Exposure and Use of Mobile

- Media Devices by Young Children”, **Pediatrics**, Volume 136, No 6, ss. 1044-1050.
- KARAKULAKOĞLU, E. S., & DEMİR ASKEROĞLU, E. (2019). “Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik 'yurttaş Gazeteciliği': Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma”. **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**. Cilt 7, Sayı 1, ss. 508-536.
- LINDBERG-AHIOĞLU, E. N. (2011). “Payet ve Ergenlikte Bilişsel Gelişim”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, Cilt 19, Sayı 1, ss. 1-10.
- LIVINGSTONE, S., & THIRD, A. (2017). Children and young people’s rights in the digital age: **An emerging agenda. New Media & Society**. ISSN 1461-4448
- MANNING, P. (2004). “Gutenbergre: Electronic Entry To The Historical Professoriate”, **The American Historical Review**, Volume 109, No 5, 1505-1526.
- ÖZMEN, M. (2012). “Bilgi Toplumu’nda Yaşamın Getirdiği Sosyal ve Kültürel Değişikliklerin Görsel İletişim Tasarımı Alanındaki Etkileri ve Bilgilendirme Tasarımı”, **Accessed June**, No 20, ss.1-10.
- PASQUIER, D., BUZZI, C, D'HAENENS, L., AND SJ BERG, U. (1998). “Family Lifestyles And Media Use Patterns: An Analysis of Domestic Media Among Flemish, French, Italian and Swedish Children and Teenagers. European” **Journal of Communication**, Volume 13, No 4, ss. 503 519.
- RADESKY JS, SCHUMACHER J, ZUCKERMAN B. (2015). “Mobile and interactive media use by young children: the good, the bad, and the unknown”, **Pediatrics**, Volume 135, No 1, ss. 1-3.
- ROBINSON, T. N. (2001). “Television viewing and childhood obesity”, **Pediatric clinics of North America**. Volume, 48, No 4, ss. 1017-1025.
- SALTIR, TARQUINIR, STAGIS, PERFETTOF, CORNELISSENG, LAFFIG, ET Al. (2006). “Age-dependent association of exposure to television screen with children's urinary melatonin excretion?”, **Neuro endocrinology letters**, Volume 27, No 1-2, ss. 73-80.
- SEREMETAKIS, C. N. (2009). “Divination, Media, And The Networked Body Of Modernity”, **American Ethnologist**. Volume 36, No 2, ss. 336-350.

- SEYREK S, COP E, SINIR H, UGURLU M, SENEL S. (2017). "Factors associated with Internet addiction: Cross-sectional study of Turkish adolescents". **Pediatrics International: Official Journal Of The Japan Pediatric Society**. Volume 59, No 2, ss.218-22.
- SIGNORIELLI, N. (2004). "Aging On Television: Message Relating To Gender, Race And Occupation in Prime Time", **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, Volume 48, No 2, ss. 279-301.
- SUGLIA S. F., DUARTE, C. S., CHAMBERS, E. C., BOYNTON-JARRETT, R. (2013). "Social and behavioral risk factors for obesity in early childhood", **Journal of developmental and behavioral pediatrics : JDBP**. Volume 34, No, 8, ss. 549-56.
- SWANN, W. B., CHANG-SCHNEIDER, C., and MCCLARTY, K. L. (2007). "Do People's Self- Views Matter? Self-Concept And Self-Esteem in Everyday Life", **American Psychologist**, No 62, ss. 84– 94. Doi:10.1037/0003-066X.62.2.84
- TOMOPOULOS S, CATES CB, DREYER BP, FIERMAN AH, BERKULE SB, MENDELSON AL. (2014). "Children Under The Age Of Two Are More Likely To Watch Inappropriate Background Media Than Older Children". **Acta Paediatrica** Volume 103, No 5, ss.546-52.
- VALKENBURG, P.. M., CANTOR, J., PEETERS, A. (2000). "Fright Reactions to Television: A Child Survey", **Communication Research**, No 27, ss. 82-99.
- WAKE, M., HESKETH, K., and WATERS, E. (2003). "Television, Computer Use and Body Mass Index in Australian Primary School Children", **J Paediatr Child Health**, Volume 39, No 2, ss. 130-134.
- WEN, L. M., BAUR, L. A., RISSEL, C., XU, H., SIMPSON, J. M. (2014). "Correlates of Body Mass Index and Overweight And Obesity of Children Aged 2 Years: Findings From The Healthy Beginnings Trial", **Obesity (Silver Spring, Md)**. Volume 22, No 7, ss. 1723-1730.
- WILKE, M., SOHN, J. H., BYARS, A. W., HOLLAND, S. K. (2003). "Bright Spots: Correlations of Gray Matter Volume with IQ in A Normal Pediatric Population", **Neuroimage**. Volume 20, No 1, ss. 202-215.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

KEMP, S. (2018). We are Social. 2018. URL: <http://wearesocial.com/uk/specialreports/digital-in-2016>, (Erişim Tarihi: 11.09.2019).

TEZLER

MASSEY, S. R., (2008). “Effects Of Variations Of Text Previews On The Oral Reading Of Second Grade Students”.(Unpublished Doctoral Dissertation), Miami University, Florida, US

YARICI, M. (2009). Lider Markaya Saldıran Rakip Reklamlarının, Lider Markanın Sadık Müşterileri Üzerindeki Aşılmalı Etkileri. Bahçeşehir Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.

DiĞER KAYNAKLAR

ÖZTÜRK, Ş. (2006). “Televizyonda Şiddet İçerikli Yayınlar Karşısında Çocuğun Durumu”, II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi, ss. 3-22.

RIDEOUT, V. J. VE HAMEL, E. (2006). “The Media Family: Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers, Preschoolers, and Their Parents”, Menlo Park, Calif.: The Henry J. Kaiser Family Foundation.

TÜSİAD. (2017). “Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-ticaret”.

YENİ MEDYA ve AİLE ÇALIŞTAYI (2019). İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları, I. Baskı.

<https://wmaraci.com/nedir/yeni-medya>

EKLER

Ek.1 Anket Formu

Ek.2 Etik Onayı



EKLER

Ek.1 Anket Formu

OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLARIN YENİ MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI EBEVEYN ANKETİ

Anket sorularını 0-60 ay arasındaki çocuğunuz için doldurun. Eğer 0-60 ay arasında birden fazla çocuğunuz varsa, her çocuk için ayrı anket formu doldurabilirsiniz.

BİRİNCİ BÖLÜM: GENEL BİLGİLER

1. Çocuğunuzun cinsiyeti:

2. Çocuğunuzun a) Yaşı: (ay olarak) b) Boyu: cm c) Kilosu: kg

3. Çocuğunuzun kaç kardeşi var?

() Tek çocuk () 1 kardeşi var (Yaşı:.....) () 2 kardeşi var (Yaşları:.....)

() 3 kardeşi ve üzeri var (Yaşları:.....)

4. Annenin yaşı:

5. Babanın yaşı:.....

6. Annenin eğitim durumu:

() Okuryazar değil () Herhangi bir eğitim kurumundan mezun değil ama okuryazar

() İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite/Yüksekokul () Master () Doktora

7. Babanın eğitim durumu:

() Okuryazar değil () Herhangi bir eğitim kurumundan mezun değil ama okuryazar

() İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite/Yüksekokul () Master () Doktora

8. Annenin aylık geliri:

() Ev işlerini yapıyor geliri yok () Şu an çalışmıyor geliri yok () Asgari ücretten [2020 TL] az

() Asgari ücret [2020 TL] () 2020-3000 TL () 3000-4000 TL () 4000-5000 TL () 5000 TL

üzeri

9. Babanın aylık geliri:

() Ev işlerini yapıyor geliri yok () Şu an çalışmıyor geliri yok () Asgari ücretten [2020 TL] az

() Asgari ücret [2020 TL] () 2020-3000 TL () 3000-4000 TL () 4000-5000 TL () 5000 TL

üzeri

10. Ailenizin tipi hangi sınıflandırmaya girmektedir?

() Çekirdek aile [Anne baba ve çocukların birlikte yaşadığı aile]

() Geniş aile [Anne babanın yanı sıra dedenin ninenin ve bazı akrabaların da birlikte yaşadığı aile]

() Parçalanmış aile [Ayrılık veya vefat nedeniyle ebeveynlerin bir arada olamadığı aile]

İKİNCİ BÖLÜM: 0-60 ay çocukların YENİ MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI

1. Evinizde aşağıdaki elektronik cihazlardan hangisi/hangileri bulunmaktadır?

- Televizyon Dijital platform kutuları [*Digitürk/DSmart/Tivibu gibi*]
 Bilgisayar [*masaüstü ya da dizüstü*] Tablet DVD oynatıcı Ev sinema sistemi
 Akıllı telefon [*İnternete bağlanabilen, fotoğraf, video oyun gibi imkanlar sunan telefon*]
 Oyun konsolu [*Playstation gibi*]

2. Çocuğunuz aşağıdaki elektronik cihazlarla hangi yaşta tanıştı? [“Tanışma”: Kendi başına kullanamasa bile o cihazla ilişki kurdu ve bunun devamı geldi]

	0-6 ay	7-12 ay	13-24 ay	25-36 ay	37-48 ay	49-60 ay
Televizyon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Akıllı telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tablet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bilgisayar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oyun Konsolu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Çocuğunuz aşağıdaki elektronik cihazlarla bir günde ne kadar vakit geçiriyor?

	0-1 saat	1-2 saat	2-3 saat	3-4 saat	4-5 saat	5 saat üzeri
Televizyon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Akıllı telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tablet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bilgisayar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oyun Konsolu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Çocuğunuz ilk kez hangi elektronik cihazla bir video izledi?

- Televizyon Akıllı telefon Tablet Bilgisayar

5. Çocuğunuz şu anda videoları en çok hangi elektronik cihazla izlemeyi tercih ediyor?

- Televizyon Akıllı telefon Tablet Bilgisayar

6. Çocuğunuzun video izlemeye başlaması ile aşağıdaki hangi durum ya da durumlar arasında ilişki bulunmaktadır?

- Yemek yesin diye video izletmeye başladım
 Onunla ilgilenemediğim zaman oyalansın diye video izletmeye başladım
 Uyku öncesi rahatlasın ve gevşesin diye video izletmeye başladım
 Sinirlendiğinde ya da ağladığında sakinleşsin diye video izletmeye başladım
 Misafir geldiğinde ya da misafirlğe gittiğimizde sohbet edebilelim diye video izletmeye başladım
 Yemeğe çıktığımızda masada oyalansın diye video izletmeye başladım
 Diğer

7. Çocuğunuz bir defada aralıksız olarak en fazla hangi süreyle video izliyor ya da elektronik oyun oynuyor?

- Yarım saat 1 saat 2 saat 3 saat 3'ten fazla

8. Sadece çocuğunuza özel (onun kullanması için) aldığımız elektronik cihazlar var mı? Hangileri?

- Yok Tablet Akıllı telefon Oyun konsolu Bilgisayar

9. Sadece çocuğunuz için (izlemesi veya oynaması için) akıllı telefonunuza, tabletinize ya da bilgisayarınıza indirdiğiniz bir uygulama var mı?

Hayır

Evet (Hangi uygulamalar?:

10. Çocuğunuz tablette ya da akıllı telefonda aşağıdakilerden hangisini ya da hangilerini kendi başına yapabiliyor?

İnternete girme Fotoğraflara girme Parmağıyla resim kaydırma Parmağıyla video oynatma

Video oynatırken reklam atlama Videoyu durdurma ve yeniden başlatma

Bir aplikasyonu açma ve çalıştırma Oyun oynama

Diğer

11. Çocuğunuzun günlük video izleme veya oyun oynama sürelerini kontrol ediyor musunuz?

Hiçbir zaman kontrol etmiyorum Nadiren kontrol ediyorum

Çoğu zaman kontrol ediyorum Her zaman kontrol ediyorum

12. Çocuğunuzun bilgisayar, tablet, akıllı telefon, oyun konsolu ile vakit geçirmesiyle ilgili ne düşünöyorsunuz?

Sakınca görmüyorum dilediklerince izleyebilirler

Belli süreleri aşmamak kaydıyla sakınca görmüyorum, izleyebilirler

Sakıncalı buluyorum ama baş edemediğim için çaresizce izin veriyorum

Çok sakıncalı buluyorum ve izletmiyorum

13. Çocuğunuzun bilgisayar, tablet, akıllı telefon, oyun konsolu ile vakit geçirmesiyle ilgili aşağıdaki olumsuz ifadelerden hangisine veya hangilerine katılırsınız?

Sakıncalı bulmuyorum Bağımlılık yaratmasından korkuyorum

Sosyalleşmesini önlemesinden korkuyorum Zararlı içeriklere erişmesinden korkuyorum

Şiddete özenmesinden korkuyorum Bedensel gelişimini kötü etkilemesinden korkuyorum

Gözünü bozmasından korkuyorum Obez olmasından korkuyorum

()

Diğer

14. Çocuğunuzun bilgisayar, tablet, akıllı telefon, oyun konsolu ile vakit geçirmesiyle ilgili aşağıdaki olumlu ifadelerden hangisine veya hangilerine katılırsınız?

Öğrenme sürecini olumlu etkiliyor Yaşına uygun içerikler onun gelişimine katkı sağlıyor

Hayal dünyası genişliyor Teknolojiye uyum sağlıyor Arkadaşlarından geri kalmamış oluyor

()

Diğer

15. Çocuğunuz tablet/akıllı telefon/ bilgisayar veya oyun konsolunda vakit geçirirken siz ya da başka bir ebeveyn ya da bakıcı ona eşlik ediyor mu?

Her zaman Çoğu zaman Orta sıklıkta Nadiren Hiçbir zaman

16. Çocuğunuzu aşağıdaki okul öncesi aktivitelerden hangisine/hangilerine gönderdiniz?

Oyun grubuna gitti

Kreşe gitti

Anaokuluna gitti

Hiçbiri

17. Evinizin yakınında çocuğunuzun oynayabileceği veya spor yapabileceği alan ya da tesisler var mı? Hangisi ya da hangileri?

Var ama yeterli değil Var ama güvenli değil Var ama götürmeye fırsatım yok Hayır yok

18. Çocuğunuzun arkadaşlarıyla vakit geçirmesi konusunda ne düşünüyorsunuz?

Hiç geçirmiyor Az Yeterince Çok

19. Eğer varsa, çocuğunuzun sosyal medya hesaplarıyla ilgili hangi seçenekler sizin durumunuza uyuyor?

	Ebeveyn açtı ebeveyn yönetiyor	Ebeveyn açtı kendi yönetiyor	Kendi açtı ebeveyn yönetiyor	Kendi açtı kendi yönetiyor
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diğer:				

20. Tablet/akıllı telefon/bilgisayar/oyun konsolu kullanımını kısıtladığınızda çocuğunuz hangi tepkiyi veya tepkileri veriyor?

Ağlıyor Bağırıyor Yemek yemiyor Elindekileri fırlatıyor Müdahale edene vuruyor
 Küssüyor Kötü sözler söylüyor Kendine zarar vermeye kalkıyor Bedeninde titreme başlıyor
(.....) Diğer

21. Çocuğunuzda akıllı telefon/tablet/bilgisayar/oyun konsolu kullanımı ile aşağıdaki hangi durum ya da durumlar arasında ilişki kuruyorsunuz?

Dikkati çabuk dağılıyor Konuşurken beni dinlemiyor Dalgın bir hali var
 Robot gibi davranıyor Konuşmaya isteksiz Aşırı konuşma isteklisi İştahı azalıyor
 İştahı artıyor Abur cubur yiyor Çabuk sinirleniyor Uyku bozukluğu var
 Diğer

22. Genel olarak çocuğunuzun bedensel sağlık durumunu nasıl buluyorsunuz?

Çok İyi İyi Orta Kötü Çok Kötü

23. Genel olarak çocuğunuzun ruhsal sağlık durumunu nasıl buluyorsunuz?

Çok İyi İyi Orta Kötü Çok Kötü

24. Çocuğunuzun doktor tarafından tanısı konulmuş bir hastalığı var mı? Hangisi ya da hangileri?

Görme bozukluğu Duruş bozukluğu Obezite Çocuk şekeri (diyabet)
 Dikkat dağınıklığı Hiperaktivite Dalgınlık Odaklanma bozukluğu

Diğer:

.....
Ankete yanıt verdiğiniz için çok teşekkür ederiz

Ek.2 Etik Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 12/12/2019-6862



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 88083623-020
Konu : Etik Onay hk.

Sayın Kıvılcım DURMUŞ

Tez çalışmanızda kullanmak üzere yapmayı talep ettiğiniz anketiniz İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 29.11.2019 tarihli ve 2019/19 sayılı kararıyla uygun bulunmuştur.
Bilgilerinize rica ederim.

e-İmzalıdır
Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin KAZAN
Müdür Yardımcısı

Evrakı Doğrulamak İçin : <https://evrakdogrula.aydin.edu.tr/en/Vision.Dogrula/BelgeDogrulama.aspx?V=BEL536M14>

Adres:Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38 Sefaköy , 34295 Küçükçekmece / İSTANBUL
Telefon:444 1 428
Elektronik A&E:http://www.aydin.edu.tr/

Bilgi için: Tuğba SÜNNETÇİ
Unvanı: Enstitü Sekreteri



ÖZGEÇMİŞ

Kıvılcım DURMUŞ

1988/Uzunköprü

kivilcimdurmus@gmail.com

Eğitim Bilgileri:

Ön Lisans 2011, İstanbul Aydın Üniversitesi, Gümrük İşletme(MYO)

Lisans 2016, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi, İktisat

Yüksek Lisans, halen devam, İstanbul Aydın Üniversitesi, Yeni Medya

Lisans, halen devam, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, Çocuk Gelişimi (Sınavsız İkinci Üniversite Kapsamında)

İş Deneyimleri:

Türk Telekom Anonim Şirketi

09.2011-05.2011 Türk Telekom Çağrı Merkezi Müşteri Temsilcisi

05.2012-05.2014 Corporate Loyalty Agent (SME – Large Account)

05.2014- halen devam Finans Sektörü Özel Kurumsal Müşteri Temsilcisi

Dil:

İngilizce Orta

Beceriler:

Bilgisayar Bilgileri

MS Office programları (Word, Excel, Powerpoint, Outlook) SIEBEL

Seminerler ve Kurslar

Türk Telekom

-4.5G Eğitimi

-Wrong Case Eğitimi

-İleri Düzey Word,Excel,Powerpoint Eğitimi

-Problem Çözme Teknikleri

-Stresle Başa Çıkma Yöntemleri

-İletişim Anlayarak Başlar Eğitimi

-Fatura Ve Yükleme Operasyonları

-Kampanya Yürütme

-Portföy Yönetme Teknikleri

-Raporlama

-Eşsiz Müşteri Deneyimi Eğitimi

-Yazılı İletişim Becerileri

-Müşteri Memnuniyeti Eğitimi

-UNIQ Yazılı ve Sözlü İletişim Teknikleri

-İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi