Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Medya Araçları ile İlk Etkileşim: 11-36 Aylık Çocukların Ev Ortamındaki Medya Deneyimleri

First Interaction with Media Tools: Media Experiences of 11-36 Month-old Children in the Home Environment

Naciye ÖZTÜRK , Dr., Bağımsız Araştırmacı, nacye231@gmail.com

Esma EROĞLU , Araştırma Görevlisi Dr., Hacettepe Üniversitesi, esmaeroglu@hacettepe.edu.tr

Mine Canan DURMUŞOĞLU , Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, sendogdu@hacettepe.edu.tr

Geliş tarihi - *Received:* 1 Ağustos 2025
Kabul tarihi - *Accepted*: 22 Kasım 2025
Yayın tarihi - *Published*: 28 Aralık 2025

Öztürk, N., Eroğlu, E. ve Durmuşoğlu, M.C. (2025). Medya araçları ile ilk etkileşim: 11-36 aylık çocukların ev ortamındaki medya deneyimleri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 16(3), 4551-4572.
DOI. 10.51460/baebd.1756135

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Öz. Araştırmanın amacı, 11-36 aylık çocukların ev medya ortamlarının, ilk medya araçları ile etkileşimleri ve genel kullanım alışkanlıklarını incelemektir. Nicel araştırmalardan tarama modeli ile yürütülen araştırmanın çalışma grubunu, 217 ebeveyn oluşturmuştur. Ebeveynler, araştırmacılar tarafından geliştirilen Bilgi Formu ve Medya Anketinde yer alan soruları yanıtlamışlardır. Veriler, SPSS aracılığı ile betimsel olarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda çocukların tamamının evlerinde en az bir akıllı telefon, tamamına yakınında televizyon, üçte ikisinde bilgisayar ve yaklaşık yarısında da tablet olduğu bulunmuştur. Çocukların medya araçları ile ilk etkileşimlerinin ortalama 13. ayda genellikle televizyon ve akıllı telefon ile gerçekleştiği görülmüştür. Çocukların medya araçları ile ilk etkileşim nedenleri arasında en çok video izlemek yer almaktadır. Mevcut durumda ise çocukların televizyon, tablet, akıllı telefon ve bilgisayar gibi medya araçlarıyla günlük ortalama 96 dakika etkileşime geçtikleri belirlenmiştir. Çocuklar medya araçları ile en çok ebeveynleri başka bir işle uğraşırken etkileşim kurmaktadırlar. Çocuklar medya araçları ile ilgilenirken, çoğunlukla yanlarında ebeveynleri, kardeşleri, akranları veya bir yetişkin bulunmaktadır. Ebeveynler, çocuklarının medya kullanım süresi ve izleyecekleri içeriğe ilişkin kuralları olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlar, küçük çocukların oldukça erken dönemde medya araçları ile etkileşim kurduklarını ve ebeveynlerin medya etkileşim kararlarında etkili olduklarını göstermektedir. Bu sonuçlar temel alınarak, gelecek araştırmalarda, mevcut araştırmanın sonuçlarının derinleştirilerek, ebeveynlerin medya araçlarının kullanımına ilişkin koydukları kurallara dair (tercih etme nedenleri, uygulama durumları/ sıklıkları vb.) araştırmalar yapılabilir. Ayrıca, uygulayıcılar ve politika yapıcılar tarafından erken dönemde ailelerin medya araçlarının kullanımına yönelik farkındalıklarını artırmaya rehberlik edecek uygulamalar ve eğitsel stratejiler geliştirilebilir.
Anahtar Kelimeler: Medya araçları, Ekran kullanımı, Erken çocukluk, İlk etkileşim.

Abstract. The study examines the home media environments of children aged 11-36 months and their first and general interactions with media devices. The research study group, conducted using the survey (screening) method in quantitative research, consisted of 217 parents. The parents completed the Information Form and Media Survey, which the researchers developed. We analyzed the data with descriptive methods in SPSS. We found that all children had at least one smartphone at home, nearly all had a television, two-thirds had a computer, and about half had a tablet. Children's first interactions with media devices typically occur around the average age of 13 months, usually with televisions and smartphones. Watching videos was the most common reason for children's first interactions with media devices. Children spend an average of 96 minutes interacting with various media devices, including TVs, smartphones, tablets, and computers, daily. Children most often interact with media devices while their parents are busy. While engaged with media devices, children are usually accompanied by their parents, siblings, peers, or another adult. Parents indicated they have rules regarding media usage time and the content to watch. These findings show that young children start using media devices early and that parents actively influence decisions about media use. Based on these findings, future research can expand on the current study's results and investigate the rules parents set around media use (including why they prefer certain rules and how often they enforce them). Practitioners and policymakers can also create practices and educational strategies to support families in understanding media use during early childhood.
Keywords: Media devices, Screen time, Early childhood, First interaction.

Öztürk, N., Eroğlu, E. ve Durmuşoğlu, M.C. (2025). Medya araçları ile ilk etkileşim: 11-36 aylık çocukların ev ortamındaki medya deneyimleri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 16(3), 4551-4572.
DOI. 10.51460/baebd.1756135

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Extended Abstract

Introduction. Children can easily access content through various media devices, including television, computers, tablets, and smartphones (Alroqi et al., 2023). These media devices offer various experiences to children, shaping their development, communication skills, learning, and social lives (Durdu, 2018; İnci and Kandır, 2017). The Turkish Statistical Institute (2020) reports that 45.1% of households in Türkiye own computers or laptops, while 99.4% have mobile phones or smartphones. Home media environments have become more diverse, and children start using these devices at a very early age. In Türkiye, children younger than one year spend an average of 54 minutes daily using media devices, which rises to two hours by the age of three (Işıkoğlu Erdoğan, 2017). Early exposure to screens is linked to autism-like behaviors in language and social development during preschool years, and increased daily screen time amplifies this connection (Chen et al 2020). However, certain studies show that when young children engage with media devices with parental verbal support, these devices can be beneficial (Alroqi et al., 2023; Strouse and Ganea, 2021; Walter-Laager et al., 2017; Zimmermann et al., 2017). The study aims to examine how children aged 0-36 months interact with media devices. It will specifically focus on the home media environment of children aged 11-36 months, their initial interactions with media devices, and their current interactions with them. The study is important because early media interactions influence child development, and more detailed studies are needed in this area, especially in Türkiye.

Method. We used a survey research method, a quantitative research approach (Büyüköztürk et al., 2017; Fowler, 20,14; Fraenkel et al., 2012). The study group was chosen through criterion sampling, specifically including typically developing children aged 0-36 months who had interacted with at least a media device and had at least a media device at home (Büyüköztürk et al., 2017; Johnson and Christensen, 2014). 217 children and their parents from various cities across Türkiye participated in the study. Data collection involved an Information Form to gather demographic details and a Media Survey comprising multiple-choice, Likert-type, and multiple-selection questions about the media environment of homes and the media usage of parents and their children. We obtained ethical approval from the Hacettepe University Ethics Committee, and we collected data through interviews with the parents. We analyzed the data with SPSS 22, with a focus on descriptive statistics.

Results and Discussion. The study evaluated the findings in three sections: “the home media environment”, “children’s initial interactions with media devices,” and “children’s overall interactions with media devices.” We found that all participants own at least one smartphone. Additionally, 94.5% have a television, 61.3% possess a laptop, and 48.2% own a tablet. Furthermore, 69.6% of homes have two smartphones, and 25.3% have two televisions. Interestingly, 26.3% of participants reported that the television is on nearly every day, even when not being watched. In comparison, 25.3% reported that it is on a few days a week. In contrast, 24.5% said they never leave the television on when it is not being watched.

Children usually have their first experience with media devices between 0 and 34 months, averaging at around 13 months. Over half of the children (58.5%) had their first interaction within the first 12 months, 81.1% within the first 18 months, and 95.4% within the first 24 months. Moreover, for their first interaction, 49.8% of children used television, 44.2% used a phone, 5.1% used a tablet, and one child interacted with a laptop. Parents reported that children mainly used media devices to

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

watch cartoons and other videos (33.2%), to soothe the child (11.1%), and to keep them occupied (11.1%).

On average, children spend 96 minutes per day with media devices. During weekdays, they spend an average of 47 minutes watching television, 36 minutes engaging with phones, and 14 minutes with tablets. On weekends, they spend an average of 42 minutes watching television, 33 minutes engaging with their phones, and 12 minutes using tablets. Surprisingly, 56.7% of children never use more than one media device simultaneously, according to their parents. Additionally, 66.4% of children interact with media devices when the adult caring for them is busy with tasks like cooking or cleaning, and 50.7% while eating. We found that 58.1% of children interact with media devices in the presence of a parent, indicating that 71% of children have an adult present while interacting with these devices. Regarding rules for interacting with media devices, 84.3% of children have them, and 78.3% require permission from an adult to do so.

A key discovery of this study is that televisions are turned on their televisions at least once a week, even if they don't watch them. This suggests that children are exposed to television, whether intentionally by their parents. The crowding index of homes was calculated as 1.15 in this study, indicating that children interacted with at least one media device in every room, given the number of media devices in homes and the at least one smartphone for each parent. The study showed that children's initial interactions with media devices typically occur around 13 months old, with 58.5% of these interactions taking place within their first year. This result aligns with similar studies (Chang et al., 2018; Durham et al., 2021; Supanitayanon et al., 2020). Almost all parents reported being aware of their child's first media device interaction, but many also observed that this event occurred too early. This challenge in determining the best time for young children to use media devices aligns with findings from other studies. For instance, one study found that parents disagreed on when to introduce their children to phones during infancy (Golden, 2019).

Notably, no parent in this study mentioned using media devices for reading or listening to picture books or stories, which may be related to Turkish parents' habit of reading to their children. It was also concluded that children interact with media devices while eating, despite the potential negative impact of digital technologies on eating behaviors, such as distraction and increased consumption of junk food in children, as suggested by previous research (La Marra et al., 2020; Jusienė et al., 2019). This suggests that parents may not be completely aware of the advantages media devices offer their children. We also found that children's media device interaction times on weekdays and weekends are similar, possibly because most children are not attending any educational institution and are at home both during the week and on weekends. Additionally, the study indicates that parents might not involve their young children in outdoor activities, as reducing media device use and increasing outdoor play can positively affect children's sleep quality and consistency (Xu et al., 2016).

Most parents reported establishing rules for their children's media usage, with children usually requiring permission to use a media device and adhering to rules about the content they can view. The study also revealed that children are most often accompanied by their parents while interacting with media devices, followed by siblings or another adult, which aligns with prior research showing that children are not alone during this period (Coyne et al., 2023; Levine et al., 2019; Rek and Kovačič, 2018). Children tend to use media devices when the adult caring for them is busy eating or to soothe themselves when they are restless or upset. These findings suggest that parents consider being near the child as "being present" during media device use.

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Giriş

Medya ve teknoloji, küçük çocukların günlük yaşamlarının önemli bir parçasıdır (Livingstone ve Blum-Ross, 2017). Çocuklar, televizyon başta olmak üzere ve her geçen gün yaygınlığı artan bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi medya araçları aracılığıyla sunulan içeriklere kolaylıkla erişebilmektedir (Alroqi vd., 2023). Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2024a) verilerine göre Türkiye'deki evlerde laptop, tablet, gibi taşınabilir bilgisayarlara sahip olma oranının %45,2; cep telefonu/akıllı telefona sahip olma oranının ise %99,6; internete erişim oranın ise%96,4' olduğu görülmektedir. TÜİK (2024b) verilerine göre ise, 6-15 yaş aralığındaki çocuklarda internet kullanım oranı %91,3 iken, bu çocukların %97,4'ü interneti düzenli olarak kullanmaktadır. Türkiye'de bir yaşın altındaki çocuklar ise, günlük ortalama 54 dakika medya araçları ile zaman geçirmekte ve üç yaşa geldiklerinde bu süre iki saate çıkmaktadır (Işıkoğlu Erdoğan, 2017). Amerika Birleşik Devletleri'nde ise iki yaş altındaki çocuklar, medya araçları ile günlük ortalama 42 dakika etkileşimde bulunmaktadırlar (Common Sense, 2017). Sosyal-duygusal gelişimde gecikme riski altındaki bebeklerin ise ekrana daha fazla maruz kaldıkları bilinmektedir (Raman vd., 2017; Wan vd., 2021). Ziemer ve diğerleri (2021), bebeklerin 15 aydan itibaren dokunmatik ekranlara uygun davranışlar sergilediklerini ortaya koymuştur. Ekran kullanımına ilişkin riskler göz önünde bulundurularak Amerikan Pediatri Akademisi (AAP), 0-18 aylık çocukların 5-10 dakika görüntülü konuşmayla ilgili programları; 18-24 aylık çocukların yetişkin eşliğinde en fazla 30 dakika eğitici oyun programlarını kullanmalarını önermektedir (AAP, 2016). İki yaş altı çocukların ise televizyona maruz bırakılmamaları belirtilmektedir (Bar-On vd., 2001). İki yaşından büyük çocukların ise medya araçları ile etkileşimlerinin günde bir saat ve yüksek kaliteli programlar ile sınırlanması, bu esnada ebeveyn ve çocuğun birlikteliği önerilmektedir (AAP, 2016).

Medya araçları, çocuklara çeşitli deneyimler sunarak onların sosyal yaşamlarını, gelişimlerini, iletişim becerilerini ve öğrenmelerini şekillendirmektedir (Durdu, 2018; İnci ve Kandır, 2017). Araştırmalar, medya araçlarıyla etkileşim süresi ile çocukların yürütücü işlevler, matematik ve dilde akademik başarı gibi bilişsel özellikleri arasındaki ilişkileri ortaya koymaktadır (Barr vd., 2010; Tomopoulos vd., 2010). Bu araştırmalardan Tomopoulos ve diğerleri (2010), çocuklar altı aylıkken medyaya maruz kalma sürelerinin 14 aylıkken çocuklarda daha düşük düzeyde bilişsel gelişimle ve dil gelişimiyle ilişkisini ortaya koyarken; Barr vd. (2010) çocuklar 1 ve 4 yaşlarındayken yetişkinler için tasarlanan programlara maruz kalmalarının, 4 yaşındayken çocuklarda daha düşük düzeyde yürütücü işlevlerle ilişkisini ortaya koymuştur. Erken dönemde medya araçlarının kullanımının sosyal gelişim ve akademik beceriler üzerindeki etkilerinin uzun vadeli olduğu bilinmektedir (Pagani vd., 2010). Bebeklik döneminde ekrana maruz kalmak, ilerleyen dönemlerde dil ve sosyal gelişim sorunları ile otizm benzeri davranışların ortaya çıkmasıyla ilişkilidir; ayrıca günlük medya araçlarının kullanım süresinin artması, bu ilişkinin gücünü artırmaktadır (Chen vd., 2020). Örneğin, Alroqi ve diğerleri (2023), küçük çocukların medya araç kullanımının erken dönemde başladığını, medya araçları ile etkileşim süresinin fazla olduğunu ve evde arka planda televizyonun açık olmasının çocukların dil gelişimlerini olumsuz etkilediğini ortaya koymuşlardır. Bir başka çalışmada ise erken dönemde özellikle video izlemenin çocukların kelime dağarcığı üzerinde olumsuz etkileri olduğu saptanmıştır (Kucker vd., 2024). Ayrıca erken dönemde medya araçları ile etkileşimin fiziksel aktivite düşüklüğü ile ilişkili olduğu (Nwankwo vd., 2019; Pagani vd., 2010) ve obezite için risk oluşturduğu değerlendirilmektedir (Hu et al., 2019). Öte yandan, bazı araştırmalar, medya araçları ile etkileşim

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

kurma esnasında çocuğun ebeveyni ile birlikte olduğunda ve ebeveyn sözel destek sağladığında bunların olumlu etkileri olabileceğini belirtmektedir (Alroqi vd., 2023; Strouse ve Ganea, 2021; Walter-Laager vd., 2017; Zimmermann vd., 2017). Örneğin, Walter-Laager ve diğerleri (2017), iki yaşındaki çocukların kelime ediniminde, etkileşimli bir kelime öğrenme uygulamasının etkilerini araştırmış; bir yetişkin eşliğinde kelime öğrenme uygulamasını kullanan çocukların, kelime dağarcığında büyük bir artışın olduğunu bulmuşlardır. Buna göre, medya araçları ile etkileşimde çocukların yaşı ve medya araçları ile etkileşime eşlik eden ebeveynin varlığı önem kazanmaktadır. Bu bakımdan erken yıllarda ebeveynler, çocuklarının medya araçları ile etkileşimde bulunmalarında önemli rollere sahiptir (Işıkoğlu ve Ergenekon, 2021).

Türkiye'de çocuklarda medya araçlarının kullanımına yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu araştırmalar; çocuklarda dijital teknoloji kullanımının onların gelişimi ve sağlığı üzerine etkilerini kuramsal olarak incelemiştir (Mustafaoğlu vd., 2018). Çocukların ekran süresinin hafta içi ve sonu genellikle iki saatin üzerinde olduğu, yaşla birlikte sürenin arttığı; ebeveyn öğrenim düzeyi, kuralların eksikliği, çocuğun kendine ait ekranın olmasının bu süreyi artırdığı; ayrıca çocukların ekran kullanımıyla ebeveyn ekran süresi ve aile işlevleri arasında ilişki bulunmuştur (Çelik vd., 2021; Yengil vd., 2019). Bir başka çalışmada ise çoğu çocuğun günlük ortalama ekran maruziyeti yaklaşık üç saate yakın bulunmuş, bir kısmının kendine ait tableti olduğu ve yaş ilerledikçe tablet-telefon kullanımının arttığı görülmüştür. Yemek yerken veya uyanır uyanmaz ekran izleyenlerin süreleri daha uzun ölçülmüş, oyun amaçlı kullanımın da maruziyet süresini artırdığı tespit edilmiştir (Gökçe vd., 2021). Okul öncesi dönem çocuklarında medya araçlarının kullanımına yönelik iki çalışmanın ortak sonuçları; çocukların büyük çoğunluğunun günde en az bir saatten ortalama üç saate kadar teknolojik cihaz kullandığı, kullanımın özellikle yemek saatlerinde ve uyanır uyanmaz arttığı, yaş büyüdükçe cihaz kullanımının yükseldiği, ebeveynlerin olumsuz etkiler konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı, ebeveynlerin eğitim düzeyi ve ekran kullanımıyla erken yaşta kitap tanıtımı ile annenin çalışma durumunun çocukların medya alışkanlıklarını etkilediği yönündedir (Gündoğdu vd., 2016; Kardas vd., 2023). Çocukların büyük çoğunluğunun farklı türde elektronik medya cihazlarının bulunduğu evlerde yaşadığı, bu cihazları önerilenden daha uzun süre ve erken yaşta kullanmaya başladığı, ebeveynlerin ise kullanım sürelerini düzenlemek için kurallar getirmeye çalıştığı bulunmuştur (Merdin ve Şahin, 2023). Ayrıca 0-36 çocukların medya kullanımına ilişkin çeşitli kuramsal yayınlar çalışmalar bulunmaktadır (Işıkoğlu, 2019; Diler, 2021; Kulakci-Altintas, 2020; Mutlu ve Dinleyici, 2024). Ebeveynler, medya araçlarını küçük çocuklarına yemek yedirmek, onları sakinleştirmek, bakımlarını yapmak, uyutmak gibi amaçlar için kullanmaktadır (Günüç ve Atlı, 2018; Işıkoğlu ve Ergenekon, 2021).

Türkiye'de 0-36 aylık çocukların medya araçlarını çeşitli açılardan değerlendiren sınırlı sayıda çalışma olduğu söylenebilir. Oysa medya araçlarının ebeveyn eşliğinde kullanımı, kurallar, amaçlar, medya aracı ile ilk etkileşim zamanı ve bunun niteliği ile evin medya ortamı kritik noktalar arasında yer almaktadır. Çünkü çocukların medya araçlarıyla yaşamın ilk iki yılından sonra tanışması, ekran sürelerinin sınırlandırılması ve çocuklar medya araçlarıyla etkileşim kurarken ebeveyniyle sözel etkileşiminin olması, ilerleyen dönemde çocuklarda daha iyi bilişsel gelişim ile ilişkilendirilmektedir (Supanitayanon vd., 2020). Amerikalı bir çocuk, sıradan bir günde arka planda ortalama 232,2 dakika televizyona maruz kalmaktadır (Lapierre vd., 2012). Kirkorian ve diğerleri (2009), arka planda televizyonun varlığının ebeveyn ve çocuk arasındaki etkileşimin hem niceliğini hem de niteliğini olumsuz etkilediğini belirlemişlerdir. Ayrıca Masur ve diğerleri (2016), anne-çocuk oyun oynarken

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

arka planda televizyonun olmasının hem annenin konuşma miktarını ve sözcük çeşitliliğini hem de 17 aylık bebeklerin kelime dağarcığını olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Erken dönemde medya araçları ile etkileşimin gelişim üzerindeki etkileri ve konuya ilişkin Türkiye'deki araştırmaların sınırlılığı göz önünde bulundurularak, 11-36 aylık çocukların medya araçları ile olan etkileşimlerine yönelik daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çerçevede bu araştırmanın amacı, 11-36 aylık çocukların medya araçları ile etkileşimlerini incelemektir. Çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- 11-36 aylık çocukların evlerinin medya ortamı nasıldır?
- 11-36 aylık çocukların, medya araçları ile ilk etkileşimleri nasıldır?
- 11-36 aylık çocukların, medya araçları ile mevcut etkileşimleri nasıldır?

Yöntem

Araştırmanın deseni

Küçük çocukların medya araçları ile etkileşimlerini incelemek için yapılan bu çalışmada, nicel yöntemlerden tarama deseni kullanılmıştır. Bu desenle yürütülen araştırmalar, katılımcıların görüşlerinin nedenlerinden çok, bu görüşlerin nasıl dağıldığıyla ilgilenilir ve bu araştırmalar anket (survey) araştırmaları olarak da bilinir. (Büyüköztürk vd., 2017; Fowler, 2014; Fraenkel vd., 2012).

Örneklem

Araştırmanın çalışma grubu ölçüt örnekleme ile belirlenmiştir. Ölçüt örneklemenin amacı, belirlenen kriterleri sağlayan ya da özellikleri bulunduran kişiler ya da durumlarla çalışmaktır (Johnson ve Christensen, 2014; Büyüköztürk vd., 2017). Bu araştırmanın çalışma grubunun belirlenme kriterleri arasında; çocuğun 0-36 aylık olması, ebeveynlerin beyanlarına göre tipik gelişim göstermesi, çocuğun en az bir kez herhangi bir medya aracı ile etkileşime geçmiş olması ve evde en az bir medya aracı bulunması yer almaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, 11 aydan küçük çocuğu olan ebeveynlere ulaşmakta ve ebeveynlerle görüşme yapmakta zorluklar yaşanmıştır. Bu nedenle, araştırmanın çalışma grubunu, üç kriteri aynı anda sağlayan Türkiye'nin 48 ilinde yaşayan 11-36 ay aralığındaki 217 çocuk ve onların ebeveynleri oluşturmuştur. Çalışma grubunun özellikleri Tablo 1'dedir.

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Tablo 1.
Çalışma grubunun özellikleri

			f	%
Çocuklar				
Yaş	11-24 Ay		94	43,3
	25-36 Ay		123	56,7
Cinsiyet	Kız		103	47,5
	Erkek		114	52,5
Ebeveynler				
Öğrenim Düzeyi	Anne	İlköğretim	64	29.5
		Ortaöğretim	53	24,4
		Ön Lisans	25	11,5
		Lisans ve üstü	75	34,5
		Okur-Yazar Olmayan	2	0,9
	Baba	İlköğretim	39	18,0
		Ortaöğretim	69	31,8
		Ön Lisans	26	12,0
		Lisans ve üstü	81	37,3
Çalışma Durumu	Anne	Ev Hanımı	144	66,4
		Çalışan	73	33,6
	Baba	Çalışan	217	100,0
Aylık Hane Geliri		1400 TL altı	2	0,9
		1400-4600 TL	91	42,0
		4601-6800 TL	55	25,5
		6801-10000 TL	51	23,8
		10001 TL üstü	17	7,8

Veri toplama araçları

Bilgi formu

Bilgi formu ile çocukların yaşına ve cinsiyetine, ebeveynlerin öğrenim düzeyine, çalışma durumuna ve aylık hane gelir durumuna ilişkin demografik bilgiler (bkz. Tablo 1) öğrenilmiştir. Araştırmanın verilerinin toplandığı tarihte asgari ücret net 4.253,40 TL'dir (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2022).

Medya anketi

Araştırmacılar tarafından geliştirilen Medya Anketinde evin medya ortamı, ebeveynlerin ve çocukların medya kullanımlarına ilişkin likert tipinde, çoktan seçmeli, kısa cevaplı ve açık uçlu sorular yer almaktadır. Medya Anketinin geliştirilme süreci dört aşamadan oluşmuştur (Fowler, 2014). Bunlar:

- Araştırmanın amaçları ve araştırma soruları dikkate alınarak, anket aracılığı ile ölçmek istenilen temalara karar verilmiştir.
- Anket soruları yazılarak 21 sorudan oluşan bir taslak form oluşturulmuştur.

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

- İki erken çocukluk alan uzmanının ve bir ölçme değerlendirme alan uzmanının görüşleriyle kapsam geçerliği sağlanmaya çalışılmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda, tekrar niteliğinde olan veya kapsama uygun olmadığı düşünülen bazı maddeler çıkarılmış ve bazı maddelerin ifadesi düzeltilmiştir. Bu düzenlemeler sonucunda taslak form ön uygulama için hazır hale getirilmiştir.
- Çalışma grubunun özelliklerini taşıyan yedi katılımcı ile ön uygulama (pilot) gerçekleştirilmiştir. Ön uygulama sonucunda, anketin yanıtlanma süresinin uygun olduğu, ancak bazı ifadelerin anlaşılır olması için ufak düzenlemeler yapılması gerektiği belirlenmiştir. Gerekli değişiklikler yapıldıktan sonra 16 soruluk Medya Anketine son hali verilmiştir.

Evde bulunan medya araçlarına ilişkin sorular çoktan seçmelidir. Örneğin, evde bulunan medya araçlarına ilişkin olarak "*Çocuğunuzun yaşadığı evde aşağıdaki medya araçlarından hangilerinin kaç adet bulunduğunu işaretleyiniz*" şeklinde bir soru bulunmaktadır. Çocukların medya sürelerine ilişkin olan sorular ise likert tipinde hazırlanmıştır. Ebeveynler hafta içi ve hafta sonu çocuklarının günlük ortalama medya araçları ile geçirdikleri süreyi likert olarak kodlamışlardır (0, 0-30; 30-60; 60-90; 90-120; 120 dakika ve daha fazlası). Bu çalışmada ortalama ekran süresi ya da medya araçları ile geçirilen süre, benzer çalışmalarda olduğu gibi (Ribner ve McHarg, 2021) hafta içi ve hafta sonu değerlerinin toplanarak yediye bölünmesiyle hesaplanmıştır. Ankette son olarak, *"Çocuğunuzun ilk kez medya aracıyla etkileşimi kaç yaşında gerçekleşti? (Hatırladığınız kadarıyla çocuğunuzun yaşını ay olarak belirtiniz)*" şeklinde kısa cevaplı sorular ile *"Çocuğunuzun medya aracıyla ilk kez etkileşimi hangi amaçla gerçekleşti?"* şeklinde açık uçlu sorular yer almaktadır.

Veri toplama süreci ve analizi

Araştırma Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 22/03/2022 tarihli ve E-35853172-900-00002111764 sayılı kararı ile alınan izinle yürütülmüştür. Ebeveynlere araştırmanın amacına, sürecine ve etik konulara ilişkin bilgiler verilerek gönüllü katılımları istenmiştir. Bilgi Formu ve Medya Anketi aracılığı ile anne ya da babadan biriyle yüz yüze görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır (Fowler, 2014). Görüşmeler, ebeveynlerin talep ettiği, araştırmacı ve ebeveynin yalnız olduğu sessiz bir ortamda gerçekleştirilmiştir. Çocuk ile aynı evde yaşayan anne ya da babaya sorular tek tek sorulmuş ve yanıtı kaydedilmiştir. Veri toplama süreci sona erdikten sonra veriler, SPSS 22 programına işlenmiştir. Verilerdeki kodlama hataları ve eksiklikler incelenerek ilgili hata ve eksiklikler giderilmiştir. Araştırma soruları çerçevesinde verilerin betimsel analizi yapılmıştır. Betimsel analizlerde ya da istatistiklerde amaç verileri tanımlamak, özetlemek ve anlamlandırmaktır (Johnson ve Christensen, 2014). Son olarak analiz sonuçlarının sunumu için uygun tablo ve grafikler hazırlanmıştır.

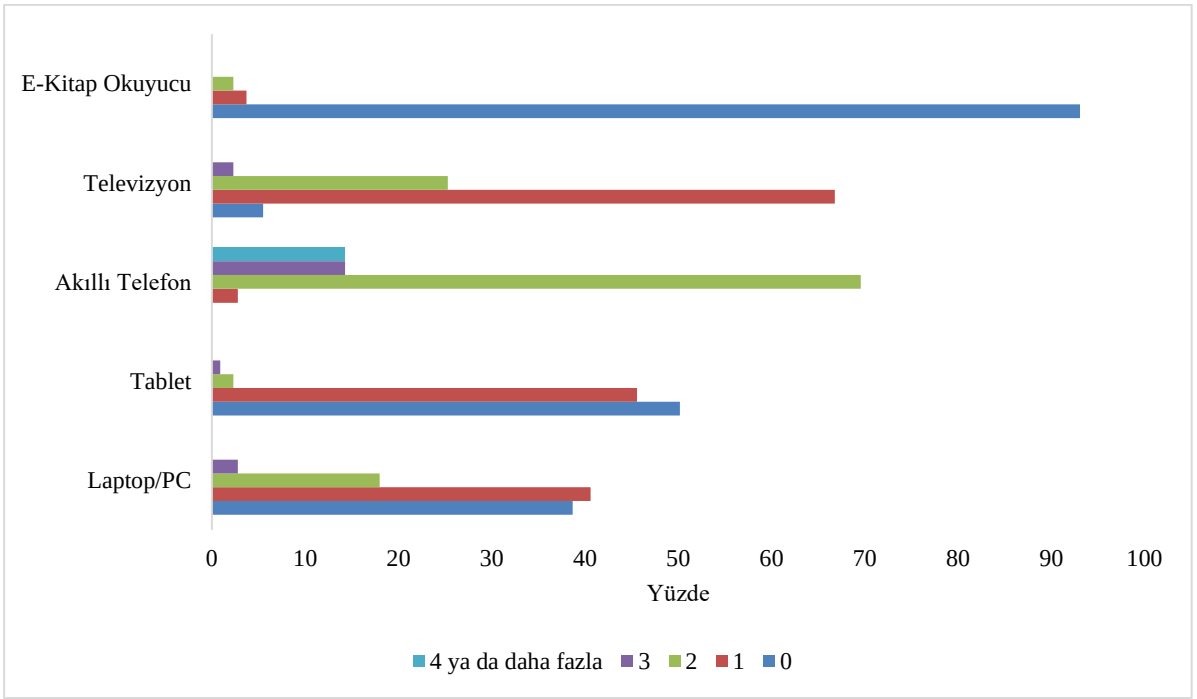
Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Bulgular

Bulgular, araştırma soruları çerçevesinde "ev medya ortamı", "çocukların medya araçları ile ilk etkileşimleri" ve "çocukların medya araçları ile genel etkileşimleri" olmak üzere üç bölümde sunulmuştur.

Ev medya ortamı

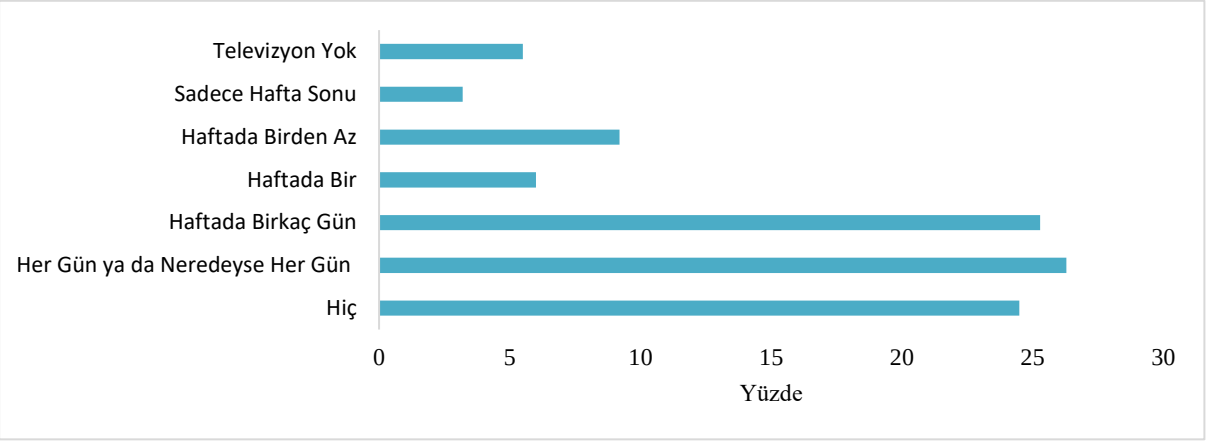
Çocukların yaşadıkları evin medya ortamı; evdeki medya araçlarının sayısı ve evde izlenmediği halde televizyonun açık olma durumu çerçevesinde değerlendirilmiştir. Şekil 1'de evde bulunan medya araçlarının sayısı verilmiştir. Katılımcıların tamamının evinde en az bir akıllı telefon, %94,5'inde en az bir televizyon, %61,3'ünde en az bir laptop/PC ve %48,2'sinde en az bir tablet bulunmaktadır. En az bir e-kitap okuyucu bulunan ev ise %6 oranındadır. İki akıllı telefon %69,6'sının ve iki televizyon %25,3'ünün evinde bulunmaktadır.



Şekil 1. Evdeki medya araçları

Şekil 2'ye göre katılımcıların %26,3'ü her gün ya da neredeyse her gün, %25,3'ü haftada birkaç gün izlenmediği halde televizyonun açık olduğunu belirtmiştir. %24,5'i ise hiçbir zaman izlenmediği halde televizyonu açık bırakılmadığını bildirmiştir. Buna göre, ortalama %70 katılımcının evinde haftada en az bir kez izlenmediği halde televizyon açık bulunmaktadır.

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper



Şekil 2. İzlenmediği halde televizyonun açık olma sıklığı

Çocukların medya araçları ile ilk etkileşimi

Ebeveynlere, çocuklarının ilk kez ne zaman, hangi medya aracı ile etkileşime geçtikleri ve bu etkileşimin içeriği sorulmuştur. Çocuklar bir medya araçları ile 0-34 aylık arasında ilk kez etkileşime geçmekte ve bunun ortaması13 aydır. Çocukların ilk etkileşimlerine ilişkin diğer bulgular Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2.
Çocukların medya araçları ile ilk etkileşimleri

Medya Araçları	İlk Etkileşim	*f*	%
İlk Etkileşimin Zamanı	İlk 12 ay	127	58,5
	İlk 18 Ay	176	81,1
	İlk 24 Ay	207	95,4
İlk etkileşim aracı	Televizyon	108	49,8
	Telefon	96	44,2
	Tablet	11	5,1
	Laptop	1	0,5
	E-okuyucu	1	0,5
İlk Etkileşim Zamanı	Erken	183	84,3
	Uygun	33	15,2
	Geç	1	0,5
İlk etkileşimin amacı	Çizgi film/video izleme	72	33,2
	Çocuğu sakinleştirme	24	11,1
	Çocuğu meşgul etme	24	11,1
	Müzik dinleme	23	10,6
	Görüntülü konuşma	20	9,2
	Çocuğun ilgisini çekme	20	9,2
	Yetişkinde görme	19	8,8
	Yemek yemek	15	6,9

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Tablo 2'de görüldüğü üzere, çocukların %58,5'i ilk 12 ayda, %81,1'i ilk 18 ayda, %95,4'ü ilk 24 ayda ilk kez bir medya araçları ile etkileşim kurmuştur. İlk medya aracı ile etkileşimlerini %49,8'i televizyon; %44,2'si telefon; %5,1'i tablet ile ve %0,5'i laptop ve %0,5'i e-okuyucu ile gerçekleştirmiştir. Ebeveynlerin %94'ü bu etkileşimin bilgileri dahilinde olduğunu belirtirken; %84,3'ü çocuklarının medya aracı ile etkileşimde bulunma zamanlarını "erken" olarak değerlendirmişlerdir. Diğer taraftan ebeveynlerin %15,2'si bu etkileşimin çocuklarının yaşına uygun bir zamanda gerçekleştiğini belirtirken; %0,46'sı bu etkileşimin geç olduğunu belirtmiştir. Ebeveynler, çocuklarının medya araçları ile ilk etkileşimlerindeki amaçlarının, %33,2'si için çizgi film/video izleme, %11,1'i için çocuğun sakinleşmesi, %11,1'i için çocuğu meşgul etme, %10,6'sı için müzik dinleme olarak belirtmişlerdir. Ayrıca ebeveynlerin %9,2'si görüntülü görüşme yapmak, %9,2'si çocuğun ilgisini çekmek, %8,8'inin çocuğun medya aracını yetişkinde görmesi ve %6,9'sının ise yemek zamanı için ilk kez medya aracıyla etkileşime girdiğini belirtmiştir.

Çocukların medya araçları ile genel etkileşimleri

Çocukların medya araçları ile genel etkileşimleri; medya araçları ile geçirdikleri süre, etkileşimde bulunma amaçları ve zamanları, birden fazla medya aracının aynı anda kullanımı, medya araçları ile etkileşimde bulundukları esnada yetişkinin varlığı ve medya araçları ile etkileşime yönelik kurallar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

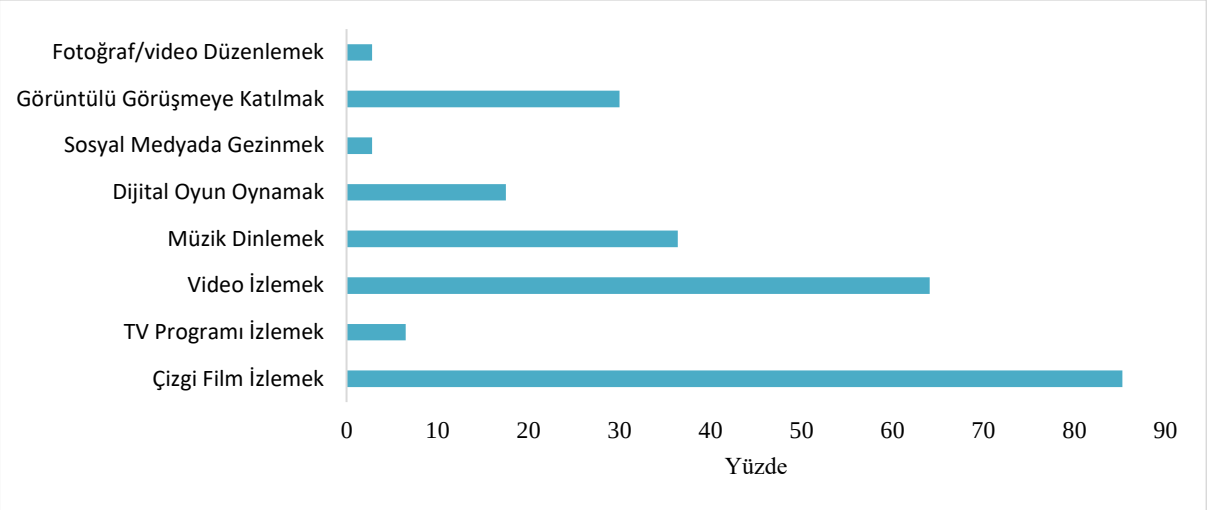
Ebeveynlere çocuklarının hafta içi ve hafta sonu, bir günde, hangi medya aracı ile ne kadar süre etkileşimde bulunduğu sorulmuştur. Tablo 3'e göre çocuklar, günlük ortalama 96 dakika medya araçlarıyla zaman geçirmektedir. Hafta içi çocuklar günde ortalama 47,76 dakika televizyon izledikleri, 35,74 dakika telefonla ilgilendikleri ve 13,95 dakika tabletle zaman geçirdikleri bulunmuştur. Hafta sonu ise günlük ortalama 41,76 dakika televizyon izledikleri, 32,87 dakika telefonla ilgilendikleri, 11,74 dakika ise tabletle zaman geçirdikleri görülmektedir. Hafta içi ve hafta sonu medya araçlarının kullanım sürelerinin birbirine yakın olduğu görülse de çocukların hafta içi günlük ortalama daha fazla medya araçları ile etkileşimde bulundukları değerlendirilebilir.

Tablo 3.
Çocukların günlük ve haftalık ortalama ekran süreleri

	Hafta İçi Günlük Ortalama Süre (dakika)	Hafta Sonu Günlük Ortalama Süre(dakika)	Bir haftalık Günlük Ortalama Süre (dakika)
Televizyon	46,54	41,76	45,39
Akıllı telefon	35,74	32,87	35,38
Tablet	13,95	11,74	13,22
Laptop/Pc	3,45	4,85	3,90
Toplam Günlük Süre	98,43	90,56	96,49

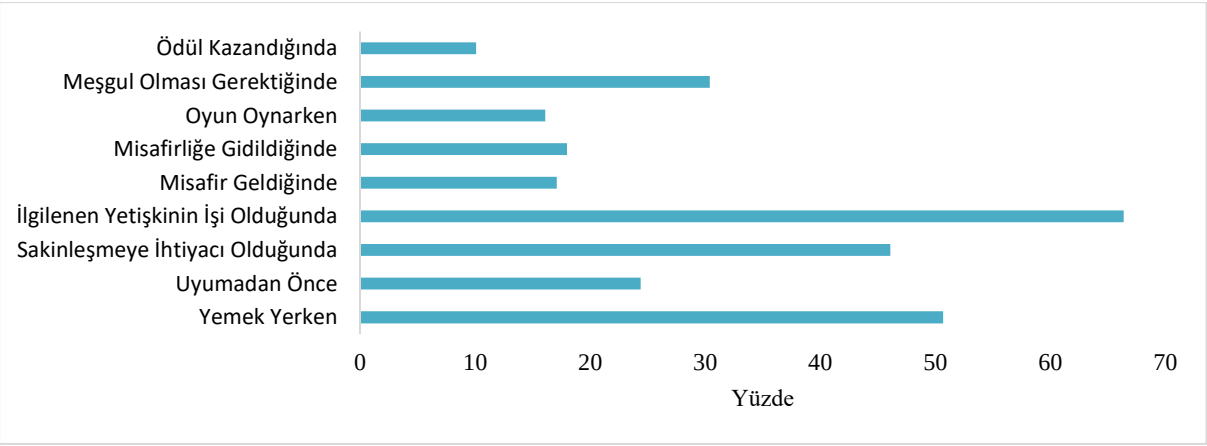
Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Ebeveynler, çocuklarının hangi amaç ya da amaçlarla medya araçları ile etkileşimde bulunduklarını söylemişlerdir. Çocukların birden fazla etkinlik seçebildiği görülmektedir. Örneğin, çocukların %85'i çizgi film izlerken, %64,1'i video izlemekte ve %36,4'ü de müzik dinlemektedir. Diğer taraftan çocukların %2,8'i sosyal medyada gezinmek ve fotoğraf ya da video düzenlemek için etkileşimde bulunmaktadır (bkz. Şekil 3).



Şekil 3. Çocukların medya araçları ile etkileşimde bulunma amaçları

Ebeveynlere, çocuklarının hangi zamanlarda medya araçlarıyla etkileşimde bulundukları sorulmuş ve birden fazla seçeneğin işaretlenmesine izin verilmiştir. Şekil 4'e göre, çocukların %66,4'ü kendileriyle ilgilenen yetişkin meşgul olduğunda (yemek, temizlik vb.), %50,7'si yemek yerken ve %46,1'i huzursuz ya da sinirli olduğunda sakinleşmek amacıyla medya araçlarıyla etkileşime geçmektedir. Ödül kazandığı zaman etkileşim kuran çocukların oranı ise %10,1'dir.



Şekil 4. Çocukların medya araçları ile etkileşimde bulunma zamanı

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Çocukların %58,1'i medya araçları ile etkileşimde bulundukları esnada ebeveynin yanında, %21,7'si kardeş/leri, %12,9'u başka bir yetişkin ile ve %6,9'u yalnızdır. Buna göre, çocukların %71'i medya araçları ile etkileşimde bulunurken yanında bir yetişkin bulunmaktadır. Onların medya araçları ile etkileşimde bulunmalarına ilişkin kural ya da kuralların var olup olmadığı, hangi kuralların var olduğu sorulduğunda ise ebeveynlere göre, çocukların %84,3'ünün medya araçları ile etkileşimde bulunmalarına yönelik kuralları vardır ve %9,7'si medya araçlarını nasıl kullanacağına kendisi (çocuk) karar vermektedir. %78,3'ü medya aracı ile etkileşimde bulunmak için bir yetişkinden izin almakta, %79,3'ünün medya araçları ile etkileşimde süre kısıtlaması bulunmakta ve %86,2'sinin hangi videoları, %81,1'nin hangi çizgi filmleri izleyeceğine yönelik ebeveynlerinin kuralları bulunmaktadır.

Son olarak ebeveynlere, çocuklarının aynı anda birden fazla medya aracı ile etkileşimde bulunma durumları sorulmuştur. Çocukların %56,7'sinin hiçbir zaman iki medya aracını birlikte kullanmadıkları; %25,8'inin nadiren, %12,9'unun ara sıra, %3,7'sinin sık sık ve %1'inin her zaman aynı anda birden fazla medya aracını kullandıkları tespit edilmiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, 11-36 aylık çocukların ev medya ortamları, ilk medya araçları ile etkileşimleri ve genel kullanım alışkanlıkları incelenmiştir. Çocukların evlerindeki medya araçlarının çeşitleri ve miktarları değerlendirilmiş, bu araçlarla ilk temasları, kullanım süreleri ve ebeveynlerin bu etkileşimleri nasıl yönettiği ayrıntılı olarak araştırılmıştır.

Çocukların ev medya ortamlarıyla ilgili araştırma sonuçlarına göre, 11-36 aylık çocukların evlerinde medya araçlarıyla iç içe oldukları değerlendirilebilir. Çünkü tüm evlerde en az bir akıllı telefon ve büyük çoğunluğunda en az bir televizyon bulunmaktadır. Hatta, evlerin yaklaşık dörtte birinde iki televizyon bulunmaktadır. Bu sonuç, hem Türkiye'de hanelerin %96,1'inde cep telefonu/akıllı telefon bulunduğunu ortaya koyan TÜİK (2024a) verileriyle hem de 1-60 aylık çocuklara yönelik 731 ebeveynle yapılan ve çocukların büyük çoğunluğunun televizyon ve cep telefonuna erişimi olduğunu belirten araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir (Mutlu ve Dinleyici, 2024). Evin medya ortamı, çocukların medya kullanım alışkanlıklarını şekillendirmekte ve etkileşim kurma ihtimallerini artırmaktadır (Cillero ve Jago, 2010).

Bu çalışmanın bir diğer çarpıcı bir bulgusu ise evlerin büyük çoğunluğunda haftada en az bir kez izlenmediği halde televizyonun açık olmasıdır. Bu sonuçlar, bebeklerin doğrudan veya dolaylı olarak, ebeveynin isteğiyle ya da isteği dışı, televizyona maruz kaldıklarını düşündürmektedir. Wartella ve diğerleri (2014), Amerika'da 0-8 yaş arası çocuğu olan 2300 ebeveyn ile yürüttükleri çalışmada da benzer şekilde, birçok evde izlenmediği halde televizyonu açık olduğunu belirlemişlerdir. İzlenmediği halde televizyonun açık olmasından yola çıkarak, çocukların medya araçları ile ilk etkileşimlerine yönelik mevcut araştırma sonuçlarında ortaya çıkan, ilk etkileşimlerinin çoğunlukla televizyon veya telefonla olmasının şaşırtıcı bir sonuç olmadığı söylenebilir. Durham ve diğerleri de (2021), çocukların ilk 12 ayda en çok televizyon ve akıllı telefonla etkileşime geçtiklerini belirlemiştir. Bu çalışmada, çocukların ilk kez ortalama 13 aylıkken medya araçlarıyla etkileşime geçtikleri, ilk etkileşim zamanının 0-34 ay aralığında değiştiği ve %58,5'inin ilk 12 ayda olduğu bulunmuştur. Buna göre, küçük çocukların iki yaşından önce medya araçlarıyla etkileşime geçme

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

oranın oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Supanitayanon ve diğerleri (2020), bebeklerin birinci aylarından itibaren medya araçlarına maruz kalmaya başladıklarını belirtmişlerdir. Durham ve diğerleri (2021), çocukların yaklaşık yarısının 12 aydan önce ilk kez medya araçları ile etkileşime geçtiklerini belirlerken; Chang ve diğerleri (2018) ise 12-24 ay arasında medya araçlarının kullanılmaya başlandığını ortaya koymuşlardır. Oysa Amerikan Pediatri Akademisi, bebeklerin 0-18 aylıkken ebeveynleriyle birlikte 5-10 dakika süreyle görüntülü konuşma yapmalarının; 18-24 aylıkken de bir yetişkinin gözetiminde en fazla 30 dakika eğitici içerikli oyunlar oynamalarını tavsiye etmektedir (AAP, 2016).

Çocukların ilk medya aracı ile etkileşim amaçlarının en çok çizgi film ya da video izlemek olduğu bulunmuştur. Bunun yanında çocuğun sakinleşmesi, meşgul olması, müzik dinlemesi, iletişim (görüntülü görüşme yapmak) kurması, ilgisini çekmesi, yetişkinden görmesi ve yemek yemesi diğer ilk kullanım amaçları arasında yer almaktadır. Bu çalışma çocukların üç yaşına kadar medyayı en çok çizgi film ya da video izlemek için kullandığını gösteren çalışmalar ve farklı ülkelerde yayınlanan raporlarla benzerlik göstermektedir (Common Sense, 2017; Kucker vd., 2024; Levine vd., 2019). Örneğin, Amerika'da yayınlanan ulusal bir raporda ebeveynlerin 2 yaşından küçük çocuklarının medya araçlarını kullanma nedeni olarak çoğunlukla çocuklarının bir şeyler öğrenmesini vurguladıkları; bunun yanında mevcut araştırma sonucunda olduğu gibi ebeveynlerin işinin olması, çocuğun rahatlaması, meşgul olması, daha iyi hissetmesi gibi nedenleri de vurguladıkları görülmektedir (Common Sense, 2017). Çocuğu sakinleştirmek, meşgul etmek ve yemek yemesi için medya aracı ile etkileşimde bulunmasını sağlamak, ebeveynin verdiği bir karar gibi görünmektedir. Ebeveynlerin tamamına yakının çocukların ilk medya etkileşiminin bilgileri dahilinde olduğunu belirtmeleri, bu bulguyu destekler niteliktedir. Öte yandan, çocukların sakinleşmesini sağlamak veya meşgul etmek gibi nedenler ebeveynlerin medya araçlarını çocukların davranışlarını düzenlemek veya kendilerine alan ve zaman yaratmak için kullandığına işaret etmektedir. Benzer bir şekilde bazı çalışmalarda ebeveynler, medya araçlarını kullanmanın olumlu yönü veya nedeni olarak kendi işlerini yapabilmeyi vurgulamışlardır (Geurts vd., 2021; Mallawaarachchi vd., 2022). Mallawaarachchi ve diğerlerinin (2022) çalışmasında, medya araçlarını bu amaçla kullanan ebeveynler, bu araçların çocukların dikkatini dağıttığını veya onları eğlendirdiğini; bu araçlar olmadan ebeveynlik yorgunluğundan bunalabileceklerini vurgulamaktadır (Mallawaarachchi vd., 2022). Bu araştırma sonuçları birlikte düşünüldüğünde, ebeveynlerin kendilerine zaman yaratmak ve çocukları meşgul tutmak için medya araçlarına verdikleri "bakım veren rolü" çocukların sağlıkları gelişimleri için risk oluşturabilir.

Öte yandan ebeveynlerin büyük çoğunluğu çocukların medya araçlarıyla ilk etkileşim zamanını erken bulmaktadır. Bu sonuç, ebeveynlerin erken dönemde medya araçlarının kullanımına ilişkin doğru zamanı belirlemekte güçlük yaşamaları ile ilişkili olabilir. Öyle ki bir çalışmada ebeveynler, bebeklik döneminde çocuklarını telefonla tanıştıracakları zaman konusunda fikir birliğine varamamışlardır (Golden, 2019). Diğer taraftan çocukların medyayı iletişim kurmak ve kitap okumak ya da dinlemek için kullandığını ortaya koyan araştırmalar da bulunmaktadır (Durham vd., 2021; Levine vd., 2019). Ancak bu çalışmada hiçbir ebeveyn kitap ya da öykü okuma/dinleme amacından söz etmemiştir; bu sonuç, Türkiye'deki ebeveynlerin çocuklarına kitap okuma alışkanlıkları ile ilişkili olabilir. Çünkü Tezel ve diğerleri (2019), annelerin çocuklarına ortalama üç yaşında kitap okumaya başladıklarını belirlerken; Ersoy ve Bayraktar (2015), öğrenim durumu lisans/lisansüstü olan annelerin bir yaşından önce çocuklarını kitaplar ile tanıştırdıklarını ortaya koymuşlardır. Mevcut çalışmadaki

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

ebeveynlerin eğitim durumları incelendiğinde yalnızca %34,5'inin lisans ya da lisansüstü eğitimi tamamlamıştır. Öte yandan bir araştırmaya göre daha düşük eğitim düzeyine sahip anneler, bebeklerinin ekran kullanımlarına izin verme nedenleri arasında rahatlama sağlamayı diğer gruplara kıyasla daha sık dile getirmektedir (Lammers vd., 2022). Bu bakımdan gelecek çalışmalarda, ebeveynin öğrenim durumu, sosyo-ekonomik düzeyi gibi değişkenler ile çocuklarının medya araçlarını kullanım amaçları kıyaslanabilir.

Diğer taraftan ebeveynler, çocukları yemek yerken medya araçları ile etkileşimde bulunduklarını belirtmişlerdir. Oysa dijital teknolojilerin yemeğe olan dikkati dağıttığı, yeme davranışlarını olumsuz etkileyerek, aşırı enerji alımına neden olduğu (La Marra vd., 2020) ve çocuklarda daha fazla abur cubur tüketmeye neden olduğu bilinmektedir (Jusienė vd., 2019). Ayrıca Falbe ve diğerleri (2014), medya araçları ile daha uzun süre etkileşimde bulunmanın, sebze ve meyve tüketimini azalttığı; tatlı, fast food, tatlandırılmış içecekler ve tuzlu atıştırmalıkların tüketimi ile ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Bu araştırmanın sonuçları ve alan yazın birlikte değerlendirildiğinde ebeveynlerin medya araçlarını çocuklarının yararı için nasıl kullanmaları gerektiğinin farkında olmadıkları düşünülebilir.

Çalışmada küçük çocukların hafta içi ve hafta sonu medya araçlarını kullanım sürelerinin birbirine yakın olduğu ve ortalama 96 dakika medya araçları ile zaman geçirdikleri belirlenmiştir. Bu sonuç, çocukların büyük çoğunluğunun herhangi bir eğitim kurumuna devam etmemesi ve hem hafta içi hem de hafta sonu evde olmalarıyla açıklanabilir. Benzer bir şekilde Zimmerman ve diğerleri (2007), ortalama ekran süresinin 12 aydan küçük çocuklar için günde bir saat, 24 ay itibarıyla günde bir buçuk saatin üzerinde olduğunu ortaya koymuşlardır. Kucker ve diğerleri (2024) ise 17-30 ay arasındaki çocukların her gün ortalama iki saat video izlediğini belirlemiştir. Bir diğer neden ise ebeveynlerin küçük çocukları ile açık alanda vakit geçirmemeleri ve iç mekanlarda kalmaları ile açıklanabilir. Oysa dışarıda oyun oynamanın, medya araçları ile fazla etkileşim kurmayı ve optimal olmayan nöro gelişim arasındaki ilişkiyi azalttığı bilinmektedir (Sugiyama vd., 2023). Ayrıca medya araçları ile geçirilen zamanı azaltmak ve açık alanlarda oyun oynama süresini artırmak, çocukların uyku kalitesini ve düzenini iyileştirmeye destek olabilir (Xu vd., 2016). Her ne kadar bu çalışmada doğrudan ebeveynlerin çocukları ile nasıl etkileşimde bulundukları araştırılmamış olsa da medya araçları ile fazla zaman geçirme, ebeveynlerin çocukları ile nitelikli vakit geçirmelerine ilişkin farkındalık, bilgi ve beceri düzeylerinin sınırlı olması ile de açıklanabilir. Öztürk ve diğerleri (2025), anne ve babaların çocukları ile en fazla alışveriş merkezi ve parka gitme gibi dışarıda zaman geçirerek nitelikli ebeveynlik davranışları gerektirmeyen etkinlikler yaptıklarını; çocukları ile güreşme ve yuvarlanma gibi fiziksel oyunları, sembolik ve nesnelerle oyundan daha fazla oynadıklarını bulmuşlardır. Oysa ebeveynler, çocuklarıyla etkileşimde bulunarak; onlarla oyunlar oynayarak, sohbet ederek, onlara kitap okuyarak ve zenginleştirici materyaller ile öğrenme fırsatları sunarak ev ortamını şekillendirmektedirler (Kumalasari ve Sugito, 2021).

Çalışmada çocukların sıklıkla televizyon ve akıllı telefon ile etkileşimde oldukları bulunmuştur. Supanitayanon ve diğerleri (2020), benzer bir şekilde, çocukların 6-24 ay arasında çoğunlukla her gün televizyon izlediklerini belirtmiştir ve bunu çok daha düşük oranda tablet ve akıllı telefon kullanımı takip etmektedir. Pedrouzo ve diğerleri (2020), 1-4 yaş çocukların günlük en çok televizyonu ve ardından akıllı telefonları kullandıklarını tespit etmiştir. Ayrıca, çocukların yarısının tablet ve bir

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

kısmının da bilgisayar kullandığını belirlemişlerdir. Bu çalışmada çocukların ilk etkileşimlerinde olduğu gibi genel etkileşimlerinde de tablet oranının diğer medya araçlarına göre daha düşük olması, evlerde tabletin az sayıda bulunması ile açıklanabilir. Bu çalışmanın bir diğer çarpıcı bulgusu ise çocukların bir kısmının televizyon izlerken telefonla vakit geçirmek gibi aynı anda birden fazla medya aracı ile etkileşimde bulunmasıdır. Kostyrka-Allchorne ve diğerleri (2016) de 3-6 yaş aralığındaki çocukların ebeveynleriyle yaptıkları çalışmada çocukların yaklaşık %40'ından fazlasının aynı anda birden fazla ekran kullandığını belirlemiştir.

Çocukların büyük çoğunluğunun medya araçları ile etkileşimdeyken yalnız olmadıkları belirlenmiştir. Çocukların yanlarında en çok ebeveynleri, ardından ise kardeşleri veya başka bir yetişkin bulunmaktadır. Bu bulgu, çocukların bu dönemde yalnız olmadıklarını gösteren araştırmalarla tutarlıdır (Coyne vd., 2023; Levine vd., 2019; Rek ve Kovačič, 2018). Levine ve diğerleri (2019), 36 aydan küçük çocukların medya araçlarını en çok ebeveynleriyle, ardından kardeşleri ve diğer çocuklarla birlikte kullandığını; Coyne ve diğerleri (2023) ise çocukların medya araçlarıyla ilgilenirken yanlarında çoğunlukla kardeşler veya akranları olmak üzere başka bir kişi olduğunu ortaya koymuşlardır. Diğer taraftan çocukların medya araçlarını en çok, kendileriyle ilgilenen yetişkinin yemek yapma veya temizlik gibi bir işi olduğunda kullandıkları belirlenmiştir. Bunu, yemek yerken kullanmak ve huzursuz ya da sinirli olduklarında sakinleşmek için kullanmanın izlediği saptanmıştır. Paulus ve diğerleri (2024), 1-4 yaş arası çocukların medya araçlarını, ebeveynlerinin zamanı olmadığında veya çocuğu sakinleştirmek istediklerinde, genellikle çocuğu oyalamak amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. Ayrıca, medya araçlarının uykuya dalmadan önce, bekleme zamanlarında, diğer çocuklarla birlikte ve yemek zamanlarında da kullanıldığını vurgulamışlardır. Ancak, bu bulgular ebeveynlerin çocukları medya araçlarıyla etkileşimdeyken genellikle yanlarında olduklarını belirttikleri bulguyla çelişmektedir. Bu iki bulgu birlikte değerlendirildiğinde, ebeveynlerin çocukların yakınında olmayı "yanında olmak" olarak tanımlamış olabilecekleri değerlendirilmektedir. Ebeveynler, çocukların medya araçlarını kullanımıyla ilgili kitap okuma gibi yetişkin ile yapılan aktivitelerden bahsetmemiş ve daha çok video izlemeyi vurgulamışlardır. Oysa bu dönemde çocuklar medya araçlarıyla etkileşimdeyken ebeveynlerin yanlarında olmaları, onların çocukla sözel iletişim kurmaları olarak değerlendirilmektedir. Araştırmalar, çocuklar medya aracı ile etkileşimdeyken, yanında bir ebeveynin bulunmasının ve etkileşiminin, onların dil gelişimini olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir (Alroqi vd., 2023; Walter-Laager vd., 2017).

Ebeveynlerin çoğu, çocuklarının medya kullanımına yönelik kurallar koyduklarını belirtmiştir. Çocuklar genellikle bir medya aracını kullanmak için ebeveynlerinden izin almakta ve hangi videoları veya çizgi filmleri izleyebileceklerine dair kurallara uymaktadır. Ayrıca, çocukların medya araçları ile etkileşimde bulunacakları süreye ilişkin kısıtlamalar da mevcuttur. Benzer şekilde, Merdin ve Şahin (2023), ebeveynlerin yarısından fazlasının çocuklarının televizyon, tablet ve bilgisayar kullanım süresine ve bu araçlarla neler yapabileceklerine dair kurallar koyduğunu belirtmiştir. Wartella ve diğerleri (2014), 0-8 yaş arasındaki çocukların ebeveynlerinin neredeyse üçte ikisinin, çocuklarının kullanabileceği medya içeriği türleri konusunda kurallar uyguladığını ve yarısının, çocuklarının medyayla ne kadar zaman geçirebileceği konusunda kurallar koyduğunu tespit etmiştir.

11-36 aylık çocukların ekran kullanımına ilişkin yapılan bu araştırmanın sonuçlarının ileri araştırmaları yönlendirecek nitelikte olduğu düşünülmektedir, ancak ortaya çıkan sonuçlar

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde değerlendirilmelidir. Araştırmanın birinci sınırlılığı, bu çalışmada 0-36 aylık çocuklara ulaşılması amaçlanmıştır, ancak 11 aydan küçük çocuğu olan ebeveynlere ulaşmakta ve ebeveynlerle görüşme yapmakta güçlükler yaşanmıştır. Bu nedenle 11 aydan küçük çocukların medya araçları ile olan etkileşimlerine ilişkin bilgi elde edilememiştir. İkinci sınırlılık ise verilerin ebeveynlerin öz bildirimlerine dayalı olmasıdır. Öz bildirime dayalı çalışmalarda sosyal beğenirliğin ortaya çıkabileceği bilinmektedir. Son sınırlılık ise, çocukların medya araçlarında hangi içeriklerle vakit geçirdiklerinin çalışmanın kapsamı dışında olmasıdır.

Araştırmanın sınırlılıklarından yola çıkılarak gelecek araştırmalarda 0-11 aylık çocukları da içerecek şekilde, medya araçlarını kullanım süreçlerine ve alışkanlıklarına ilişkin gözleme veya birden fazla veri kaynağına dayanan araştırmalar ile medya araçlarındaki içeriklerin niteliği ve çocuklara yansımalarına yönelik araştırmalar yapılabilir. Bu araştırmalarda, mevcut araştırmada kullanılmayan; gözlem ve görüşme gibi yöntemler kullanılabilir. Bununla birlikte mevcut araştırma sonuçları da yalnızca ele alınan yaş grubu bağlamında genellenmelidir. Çünkü çocukların medya araçlarını kullanım sıklıkları ve amaçları ele alınırken yaş önemli bir değişkenlik göstergesi olabilmektedir. Öte yandan, bu araştırmada çocukların oldukça erken zamanda medya araçları ile tanıştıkları bulunmuştur. Medya araçları ile daha erken etkileşime giren küçük çocukların ilerleyen dönemdeki kelime dağarcıkları, sözce uzunluğu gibi dil edinim süreçlerine ilişkin beceriler, boylamsal olarak incelenebilir. Bu araştırmanın ilginç bir bulgusu ev ortamında izlenmediği halde televizyonun açık bulunmasının oldukça yüksek olmasıdır. Gelecek araştırmalarda, televizyonun arka planda açık olmasının çocuklara yansımaları ve çocukların ne kadar süreyle bu duruma maruz kaldıkları araştırılabilir. Ayrıca çocukların medya araçlarını daha çok yetişkinler “meşgul” olduğunda kullandıkları görülmüştür. Oysa 18 aydan küçük çocuklar için medya kullanımı önerilmemekte ve ilerleyen dönemde yetişkin etkileşimiyle birlikte kullanılması tavsiye edilmektedir. Her ne kadar bu çalışmada ebeveynler, çocukların medya araçlarını kullanmalarına ilişkin kuralları olduğunu belirtseler de çocukların medya araçlarını kullanım süreleri ve ebeveynin ortamdaki varlığı düşünüldüğünde bu kuralların uygulanma süreci düşündürücüdür. Bu nedenle gelecek araştırmalarda ebeveynlerin medya araçlarının kullanımına ilişkin çocuklarına koyduğu kurallar, neden bu kuralları koydukları, kuralları nasıl uyguladıkları ve uygularken karşılaştıkları güçlükler araştırılabilir. Ayrıca ebeveynlerin 0-36 aylık çocukları için medya araçlarını kullanmayı tercih etmelerinin nedenleri, karma araştırma yöntemi desenlerinde yapılacak araştırmalar ile derinlemesine incelenebilir. Çıkan sonuçlar doğrultusunda, ebeveynler çocukları için medya araçlarını bilinçli kullanmalarına ilişkin farkındalık ve bilgilendirme çalışmaları yürütülebilir.

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Kaynakça

Alroqi, H., Serratrice, L., and Cameron-Faulkner, T. (2023). The association between screen media quantity, content, and context and language development. *Journal of Child Language, 50*(5), 1155-1183. https://doi.org/10.1017/S0305000922000265

Amerikan Pediatri Akademisi [APA; American Academy of Pediatrics]. (2016). Media and young Minds. *Pediatrics,138* (5), e20162591

Bar-On, M. E., Broughton, D. D., Buttross, S., Corrigan, S., Gedissman, A., de Rivas, M. R., et al. (2001). Children, adolescents, and television. *Pediatrics, 107*, 423-6. https://doi.org/10.1542/peds.107.2.423

Barr, R., Lauricella, A., Zack, E., and Calvert, S.L. (2010). Infant and early childhood exposure to adult-directed and child-directed television programming: Relations with cognitive skills at age four. *Merrill-Palmer Q, 56*(1), 21–48. https://doi.org/10.1353/mpq.0.0038

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemleri (23. Baskı*). Pegem Yayınları.

Chang, H. Y., Park, E. J., Yoo, H.J., Lee, J.W., and Shin, Y. (2018). Electronic media exposure and use among toddlers. *Psychiatry Investig, 15*(6), 568-573. https://doi.org/10.30773/pi.2017.11.30.2

Chen, J., Strodl, E., Huang, L., Chen, Y., Yang, G., and Chen, W. (2020). Early electronic screen exposure and autistic-like behaviors among preschoolers: The mediating role of caregiver-child interaction, sleep duration and outdoor activities. *Children, 7*, 200. https://doi.org/10.3390/children7110200

Cillero, I. H., and Jago, R. (2010). Systematic review of correlates of screen-viewing among young children. *Preventive medicine*, *51*(1), 3-10. https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2010.04.012

Common Sense Inc. (2017). T*he common sense census: Media use by kids age zero to eight.* https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/research/report/csm_zerotoeight_fullreport_release_2.pdf

Coyne, S. M., Rogers, A., Holmgren, H. G., Booth, M. A., Van Alfen, M., Harris, H., et. al. (2023). Masters of media: A longitudinal study of parental media efficacy, media monitoring, and child problematic media use across early childhood in the United States. *Journal of Children and Media, 17*(3), 318–335. https://doi.org/10.1080/17482798.2023.2200958

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2022). https://www.csgb.gov.tr/cgm/haberler/16-12-2021/#:~:text=Aralık%202021%2C%20Perşembe-,2022%20yılı%20asgari%20ücreti%20brüt%205.004%20TL,4.253%2C40%20TL%20olarak%20belirlendi&text=Asgari%20Ücret%20Tespit%20Komisyonunun%2016,düzeyi%20tüm%20tarafların%20mutabakatıyla%20belirlendi.

Çelik, E., Özer, Z.Y., ve Özcan, S. (2021). Okul öncesi çocukların ekran kullanım sürelerinin ebeveyn ekran kullanım alışkanlıkları ve aile işlevleri ile ilişkisi. *Cukurova Medical Journal, 46*(1), 343-351. https://doi.org/10.17826/cumj.780582

Diler, F. (2021). *6-36 ay çocuklarda elektronik medya kullanımının uykuya etkisi.* [Yüksek Lisans Tezi]. Pamukkale Üniversitesi.

Durdu, E. (2018). Ekran Kültürünün Dinamikleri. *TRT akademi, 3*(6), 479 – 479.

Durham, K., Wethmar, D., Brandstetter, S., Seelbach-Göbel, B., Apfelbacher, C., Melter, M., et al. (2021). Digital media exposure and predictors for screen time in 12-month-old children: A cross-sectional analysis of data from a German birth cohort. *Frontiers in psychiatry, 12,* 737178. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.737178

Ersoy, Ö., ve Bayraktar, V. (2015). Annelerin öğrenim durumlarına göre çocuklarını kitapla buluşturma konusundaki durumlarının incelenmesi (çalışma kapsamı: 57 il). *İlköğretim Online, 14*(4), 1406-1415. http://dx.doi.org/10.17051/io.2015.42378

Falbe, J., Willett, W. C., Rosner, B., Gortmaker, S. L., Sonneville, K. R., and Field, A. E. (2014). Longitudinal relations of television, electronic games, and digital versatile discs with changes in diet in adolescents. *The American Journal of Clinical Nutrition*, *100*(4), 1173-1181. https://doi.org/10.3945/ajcn.114.088500

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Farangi, M. R., and Mehrpour, S. (2022). Preschool minority Children's Persian vocabulary development: A language sample analysis. *Frontiers in Psychology*, *13*, 761228. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.761228

Fowler Jr, F. J. (2014*). Survey research methods* (5. Baskı). Sage publications.

Fraenkel, R., Wallen, E., and Hyun, H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8. Baskı). The McGraw-Hill Companies.

Geurts, S. M., Koning, I. M., Vossen, H., and Van den Eijnden, R. J. J. M. (2022). A qualitative study on children's digital media use and parents' self-interest. *Journal of Child and Family Studies, 31*(7), 2015–2026. https://doi.org/10.1007/s10826-021-02074-3

Golden, S. L. (2019). *Parental decision-making process regarding the exposure of infants to smartphones for the first time.* [Doctoral Dissertation]. Northeastern University.

Gökçe, A., Arslan, İ., Öz, S. Ü., Mete, U., Taşçı, D., and Yengil Taci, D. (2021). Yedi yaş altı çocuklarda mobil ekran maruziyeti. *Medical Journal of Ankara Training and Research Hospital*, *54*(2). 188-193. https://doi.org/10.20492/aeahtd.543807

Günüç, S. ve Atlı, S. (2018). 18-24 aylık bebeklerde teknolojinin etkisine yönelik ebeveyn görüşleri. *Addicta: The Turkish Journal on Addiction, 5*(2), 205-226. http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2017.5.2.0047

Gündoğdu, Z., Seytepe, Ö., Pelit, B. M., Doğru, H., Güner, B., Arıkız, E., et al. (2016). Media use by preschool-aged children. *Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, *2*(2), 6-10. https://doi.org/10.30934/kusbed.358563

Hu, J., Ding, N., Yang, L., Ma, Y., Gao, M., and Wen, D. (2019). Association between television viewing and early childhood overweight and obesity: a pair-matched case-control study in China. *BMC Pediatrics, 19*, 1-8. https://doi.org/10.1186/s12887-019-1557-9

Işıkoğlu Erdoğan, N. (2017, April). *Digital play for children under three: A Turkish example*. 43rd Annual International Conference the Association for the Study of Play. The Strong National Museum of Play. Rochester, NY.

Işıkoğlu, N. (2019). Dijital oyun popüler mi? Ebeveynlerin çocukları için oyun tercihlerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 46*, 1-17. 10. https://doi.org/9779/pauefd. 446654

Işıkoğlu, N., ve Ergenekon, E. (2021). Bebeklerin teknolojik araçları kullanmalarıyla ilgili anne görüşleri. *Journal of Faculty of Educational Sciences*, *54*(1), 117-140. https://doi.org/10.30964/auebfd.767338

İnci, M., ve Kandır, A. (2017). Okul öncesi eğitimde dijital teknolojinin kullanımıyla ilgili bilimsel çalışmaların değerlendirilmesi, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10*(2), 1705-1724. https://doi.org/10.17218/hititsosbil.335370

Johnson, R. B., and Christensen, L. (2014). *Educational research quantitative, qualitative, and mixed approaches* (5. Baskı). SAGE Publications.

Jusienė, R., Urbonas, V., Laurinaitytė, I., Rakickienė, L., Breidokienė, R., Kuzminskaitė, M., and Praninskienė, R. (2019). Screen use during meals among young children: Exploration of associated variables. *Medicina, 55*(10), 688. https://doi.org/10.3390/medicina55100688

Kardas, Z., Sahin, E., and Kondolot, M. (2023). Media use and attitudes towards screens in children aged 36-72 months; A cross-sectional, descriptive study. *Archivos Argentinos de Pediatria. 122*(3), e202310122. https://doi.org/10.5546/aap.2023-10122.eng

Kostyrka-Allchorne, K., Cooper, N. R., and Simpson, A. (2017). Touchscreen generation: Children's current media use, parental supervision methods and attitudes towards contemporary media. *Acta Paediatrica, 106*(4), 654–662. https://doi.org/10.1111/apa.13707

Kirkorian, H. L., Pempek, T. A., Murphy, L. A., Schmidt, M. E., and Anderson, D. R. (2009). The impact of background television on parent–child interaction. *Child Development*, 80, 1350–1359. https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2009.01337.x

Kucker, S. C, Perry, L. K, and Barr, R. (2024). Variability and patterns in children's media use and links with language development. *Acta Paediatrica*, 113, 1032–1039. https://doi.org/10.1111/apa.17100

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Kulakci-Altintas, H. (2020). Technological device use among 0–3 year old children and attitudes and behaviors of their parents towards technological devices. *Journal of Child and Family Studies, 29*, 55-61. https://doi.org/10.1007/s10826-019-01457-x

Kumalasari, P. I., and Sugito, S. (2021). The role of student's parent in shaping home learning environment (HLE) for early childhood. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 5*(2), 1521-1535. https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i2.881

La Marra, M., Caviglia, G., and Perrella, R. (2020). Using smartphones when eating increases caloric intake in young people: an overview of the literature. *Frontiers in Psychology*, *11*, 587886. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.587886

Lammers, S. M., Woods, R. J., Brotherson, S. E., Deal, J. E., and Platt, C. A. (2022). Explaining adherence to american academy of pediatrics screen time recommendations with caregiver awareness and parental motivation factors: Mixed methods study. *JMIR Pediatrics and Parenting*, *5*(2), e29102. https://doi.org/10.2196/29102

Lapierre, M. A, Piotrowski, J. T, and Linebarger, D. L. (2012). Background television in the homes of US children. *Pediatrics*, *130*(5), 839–846. https://doi.org/10.1542/peds.2011-2581

Levine, L. E., Waite, B. M., and Bowman, L.L., and Kachinsky, K. (2019). Mobile media use by infants and toddlers. *Computers in Human Behavior, 94,* 92-99. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.045

Livingstone, S., and Blum-Ross, A. (2017). Researching children and childhood in the digital age. In P. Christensen and J. Allison (eds.) *Research with children: Perspectives and Practices (*pp. 54-70). Abingdon, UK: Routledge.

Mallawaarachchi, S. R., Hooley, M., Sutherland-Smith, W., and Horwood, S. (2022). "You're damned if you do, you're damned if you don't": a qualitative exploration of parent motives for provision of mobile screen devices in early childhood. *BMC Public Health, 22*(1), 2011. https://doi.org/10.1186/s12889-022-14459-0

Masur, E. F., Flynn, V., and Olson, J. (2016). Infants' background television exposure during play: negative relations to the quantity and quality of mothers' speech and infants' vocabulary acquisition. *First Language,* 36(2), 109-123. https://doi.org/10.1177/0142723716639499

Merdin, E., and Şahin, V. (2023). Young children's electronic media use and parental rules and regulations. *Journal of Learning and Teaching in Digital Age, 8*(2), 187-196. https://doi.org/10.53850/joltida.1138481

Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z., ve Razak Özdinçler, A. (2018). Dijital teknoloji kullanımının çocukların gelişimi ve sağlığı üzerine olumsuz etkileri. *Addicta: The Turkish Journal on Addiction, 5,* 227-247. https://doi.org/10.15805/addicta.2018.5.2.0051

Mutlu, N., and Dinleyici, M. (2024). Evaluation of screen time in children under five years old. *Cureus, 16*(2). e54444. https://doi.org/10.7759/cureus.54444

Nwankwo, F., Daniel Shin, H., Al-Habaibeh, A., and Massoud, H. (2019). Evaluation of children's screen viewing time and parental role in household context. *Global Pediatric Health*, *6,* 1-11. https://doi.org/10.1177/2333794X19878062

Öztürk, N., Sucuoğlu, B., Avci, K. (2025). Home-based parental involvement in young children with and without intellectual disabilities in Turkey. *International Journal of Child, Youth and Family Studies, 16*(1), 67–90. https://doi.org/10.18357/ijcyfs161202522343

Pagani, L.S., Fitzpatrick, C., Barnett, T.A., and Dubow, E. (2010). Prospective associations between early childhood television exposure and academic, psychosocial, and physical well-being by middle childhood. *Arch Pediatr Adolesc Med*, *164*(5), 425–431. https://doi.org/10.1001/archpediatrics.2010.50

Paulus, F. W, Joas, J., Friedmann, A., Fuschlberger, T., Möhler, E., Mall, V. (2024). Familial context influences media usage in 0- to 4-year-old children. *Front Public Health,* 11, 1256287. https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1256287

Pedrouzo, S. B., Peskins, V., Garbocci, A. M., Sastre, S. G., and Wasserman, J. (2020). Screen use among young children and parental concern. *Arch Argent Pediatr, 118*(6), 393-398. https://doi.org/10.5546/aap.2020.eng.393

Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Western Anatolia Journal of Educational Sciences, (2025), 16 (3), 4551-4572.
Araştırma Makalesi / Research Paper

Raman, S., Guerrero-Duby, S., McCullough, J. L., Brown, M., Ostrowski-Delahanty, S., Langkamp, D., et al. (2017). Screen exposure during daily routines and a young child's risk for having social-emotional delay. *Clinical Pediatrics,* 56, 1244–1253. https://doi.org/10.1177/0009922816684600

Rek, M., and Kovačič, A. (2018). Media and Preschool children: The role of parents as role models and educators. *Media Studies*, *9*(18), 27-43. https://doi.org/10.20901/ms.9.18.2

Ribner, A. D., and McHarg, G. (2021). Screens across the pond: Findings from longitudinal screen time research in the US and UK. *Infant Behavior and Development, 63,* 101551. https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2021

Strouse, G. A., and Ganea, P. A. (2021). Learning to learn from video? 30-month-olds benefit from continued use of supportive scaffolding. *Infant Behavior and Developmen*t*, 64.* https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2021.101574

Sugiyama, M., Tsuchiya, K. J., Okubo, Y., Rahman, M. S., Uchiyama, S., Harada, T., ... and Nishimura, T. (2023). Outdoor play as a mitigating factor in the association between screen time for young children and neurodevelopmental outcomes. *JAMA pediatrics, 177*(3), 303-310. https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2022.5356

Supanitayanon, S., Trairatvorakul, P., and Chonchaiya, W. (2020). Screen media exposure in the first 2 years of life and preschool cognitive development: A longitudinal study. *Pediatric Research*, *88*(6), 894–902. https://doi.org/10.1038/s41390-020-0831-8

Tezel, M., Arslan Çiftçi, H., ve Uyanık, G. (2019). Annelerin okul öncesi dönem çocuklarına kitap okuma ve almaya ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15*(3), 741-759. https://doi.org/10.17860/mersinefd.590352

Tomopoulos, S., Dreyer, B.P., Berkule, S., Fierman, A.H., Brockmeyer, C., and Mendelsohn, A. L. (2010). Infant media exposure and toddler development. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine, 164*(12), 1105–1111. https://doi.org/10.1001/archpediatrics.2010.235

TÜİK, (2024a). *Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2024*. https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2024-53638

TÜİK, (2024b). *İstatistiklerle Aile, 2024*. https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Aile-2024-53898

Walter-Laager, C., Brandenberg, K., Tinguely, L., Schwarz, J., Pfiffner, M. R., and Moschner, B. (2017). Media-assisted language learning for young children: Effects of a word-learning app on the vocabulary acquisition of two-year-olds. *British Journal of Educational Technology, 48*(4), 1062–1072. https://doi.org/10.1111/bjet.12472

Wan, M.W., Fitch-Bunce, C., Heron, K., and Lester, E. (2021). Infant screen media usage and social-emotional functioning. *Infant Behavior and Development,* 62. https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2020.101509

Wartella E., Rideout V., Lauricella A. J., and Connell S. L. (2014). Parenting in the age of digital technology: A national survey (revised). http://static1.1.sqspcdn.com/static/f/1083077/22839022/1370380073813/PARENTING_IN_THE_AGE_OF_DIGITAL_TECHNOLOGY.pdf

Yengil, E., Güner, P. D., ve Topakkaya, Ö. K. (2019). Okul öncesi çocuklarda ve ebeveynlerinde teknolojik cihaz kullanımı. *The Medical Journal of Mustafa Kemal University*, *10*(36), 14-19.

Ziemer, C. J., Wyss, S., and Rhinehart, K. (2021). The origins of touchscreen competence: Examining infants' exploration of touchscreens. *Infant Behavior and Development,* 64. https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2021.101609

Zimmerman, F. J., Christakis, D. A., and Meltzoff, A. N. (2007). Television and DVD/video viewing in children younger than 2 years. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 161, 473–479. https://doi.org/10.1001/archpedi.161.5.473

Zimmermann, L., Moser, A., Lee, H., Gerhardstein, P., and Barr, R. (2017). The ghost in the touchscreen: Social scaffolds promote learning by toddlers. *Child Development, 88*(6), 2013–2025. https://doi.org/10.1111/cdev.12683

Xu, H., Wen, L. M., Hardy, L. L., and Rissel, C. (2016). Associations of outdoor play and screen time with nocturnal sleep duration and pattern among young children. *Acta Paediatrica, 105*(3), 297-303. https://doi.org/10.1111/apa.13285.

Öztürk, N., Eroğlu, E. ve Durmuşoğlu, M.C. (2025). Medya araçları ile ilk etkileşim: 11-36 aylık çocukların ev ortamındaki medya deneyimleri. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 16(3), 4551-4572.
DOI. 10.51460/baebd.1756135