



Okul Öncesi Dönem Çocuğu Olan Annelerin Medya Araçlarını Kullanım Düzeylerinin İncelenmesi

Araştırma Makalesi / Research Article

 Neriman ARAL, Ankara Üniversitesi
 Gül KADAN, Çankırı Karatekin Üniversitesi

Öz

Medya, her yaş ve kesimden bireyleri kısa sürede etkisi altına almakta, medyadan verilen iletiler de bu kapsamda bireyler üzerinde derin etkiler bırakmaktadır. Özellikle gelişim alanlarının olgunlaşmamışlıkları nedeniyle çocukları da bu durum olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu kapsamda annelerin medya araçlarının kullanım düzeylerinin incelenmesi önemli hale gelmektedir. Bu önemden hareketle araştırmada, okul öncesi dönemde çocuğu olan annelerin medya araçlarını kullanım düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Tanımlayıcı olarak gerçekleştirilen araştırmada Çankırı İl Millî Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı olan bağımsız anaokullarında 2017-2018 eğitim-öğretim yılında öğrenim gören üç- altı yaş arasında çocuğu olan annelerle çalışılmıştır. Araştırmada annelerin sosyodemografik özelliklerini belirlemek üzere araştırmacılar tarafından geliştirilen "Genel Bilgi Formu", annelerin medya araçlarının kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla hazırlanan ve alanında uzman öğretim üyelerinin görüşleri ile son şekli verilen "Medya Kullanım Düzeyi Anne Görüşme Formu" kullanılmıştır. Araştırma sonucunda annelerin %40,9'unun 31-35 yaş grubunda, %38'inin üniversite mezunu olduğu, %27,8'inin aylık gelirinin 1001-2000 lira aralığında bulunduğu belirlenmiştir. Annelerin çocuklarının %50,4'ünün erkek, %41,4'ünün altı yaşında, %40,9'unun yedi- on bir aydır okul öncesi eğitim almakta oldukları saptanmıştır. Annelerin %54,8'inin evinde bir televizyon olduğu, %48,1'inin günde bir- iki saat televizyon izledikleri, %61,4'ünün bilgisayar/tablet kullandıkları, %51,6'sının günde bir-iki saat bilgisayar/tablet kullandıkları, %93,3'ünün cep telefonu ile internete bağlandıkları, %40'mın günde bir-iki saat cep telefonu ile internete bağlandıkları, %76,2'sinin günlük gazete, %88,1'inin dergi takip etmediği belirlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara dayanarak, annelerin yüksek oranda medya araçlarını kullandıkları belirlenmiştir. Bu sonuca dayanarak, annelere özellikle medya araçlarının kullanımının çocukları tarafından örnek alındığı ve bunun içinde medya araçlarını denetimli kullanmaları konusunda bilgilendirici çalışmaların yapılması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler

Medya,
Medya Araçları,
Okul Öncesi Dönem

Makale Hakkında

Gönderim Tarihi: 17.06.2021
Kabul Tarihi: 18.06.2021
E-Yayın Tarihi:
25.06.2021

Examining The Levels Of The Mothers With Preschool Children To Use The Media Tools

Abstract

The media influences individuals of all ages and walks of life in a short time, and messages from the media leave a deep impact on individuals in this context. Especially due to the immaturity of their developmental areas, this can negatively affect children. In this context, it becomes important to examine the level of use of media tools by mothers. Based on this importance, the aim of this study is to examine the media use levels of mothers who have children in the pre-school period. In the descriptive study, mothers with children between the ages of three and six who were educated in independent kindergartens affiliated to the Çankırı Provincial Directorate of National Education were studied in the 2017-2018 academic year. In the study, the "General Information Form" developed by the researchers to determine the sociodemographic characteristics of the mothers, and the "Mother Interview Form for the Level of Media Use", which was prepared to determine the level of use of the media tools of the mothers and was finalized with the opinions of the experts in the field, were used. As a result of the research, it was determined that 40.9% of the mothers were in the 31-35 age group, 38% were university graduates, and 27.8% of them had a monthly income of 1001-2000 TL. It was determined that 50.4% of the children of the mothers were boys, 41.4% were six years old, and 40.9% had been receiving pre-school education for seven-eleven months. It was determined that 54.8% of the mothers have a television at home, 48.1% watch television for one or two hours a day, 61.4% use a computer/tablet, 51.6% use a computer/tablet for one or two hours a day, they use tablets, 93.3% of them connect to the internet with their mobile phones, 40% of them connect to the internet with a mobile phone for one or two hours a day, 76.2% do not follow daily newspapers and 88.1% do not read magazines. Based on the findings obtained as a result of the research, it was determined that mothers used media tools at a high rate. Based on this result, it can be recommended to carry out informative studies on mothers, especially the use of media tools by their children, and their use of media tools in a controlled manner.

Keywords

Media,
Media tool,
Preschool Period

Article Info

Received: 06.17.2021
Accepted: 06.18.2021
Online Published:
06.25.2021

Giriş

İnsanlar üzerinde oldukça büyük etkileri olan ve dördüncü güç olarak ifade edilen medya (Genel, 2014), bu gücünü çok kısa süre içinde insanları bilgilendirme, eğlendirme, kamuoyu yaratma, kültürel geçişi ve sosyalleşmeyi sağlama özelliklerinden almakta (Akbiyık ve Karadüz, 2014; Balcı ve Gergin, 2018), 1950'li yıllardan itibaren oldukça yaygın kullanılmaktadır. Yaygın olarak kullanılan ve geleneksel medya araçları arasında yer alan televizyon, radyo ve gazete gibi yazılı ve görsel medya araçları günümüzde yerini internet ve internetin getirdiği teknolojilere bırakmıştır (Kuzu, 2011). Her yaş grubundan birey, çok kısa süre içinde çok sayıda insana ulaşabilme, bilgi alabilme, boş zamanlarını eğlenerek doldurabilme gibi özelliklerinden dolayı interneti sıklıkla kullanmaktadır (Tufan-Yeniçktı, 2014; Vural ve Bat, 2010). İnterneti çok sık kullanan bireyler arasında yer alan anneler, medyanın aktif kullanıcısı pozisyonundadır (Aral ve Kadan, 2018; Çimke vd. 2018; Djafarova ve Trafimenko, 2017; Doub vd. 2016; Gürçayır- Teke, 2014; Kaya, 2018; Lopez, 2009; Masullo-Chen, 2013). Anneler özellikle sosyal medyayı kullanarak kısa sürede çocuklara yönelik bilgiler almakta, deneyimli annelerle bir araya gelerek öğrenmekte ya da kendi deneyimlerini paylaşabilmektedir (Masullo- Chen, 2013). Annelerin medya araçlarını sıklıkla kullanmaları, çocukların ebeveynlerini rol-model olarak almaları nedeniyle, özellikle erken çocukluk dönemindeki çocukların zamanlarının çoğunu medya araçlarıyla geçirmelerine neden olabilmektedir (Kandır ve Alpan, 2008).

Medya araçları üzerinde yapılan araştırmalarda ise medyanın hem anne hem çocuk açısından birtakım istenmeyen sonuçları ortaya çıkarabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Annelerin özellikle internet ortamında yaptıkları paylaşımlar sonucunda, hukuki sorunlarla karşılaşabilecekleri, özel hayatlarının açığa çıkabileceği ve siber zorbalık mağduru olabilecekleri belirtilmektedir (Ayas ve Horzum, 2013; Dönmez ve Akbulut, 2016; Kuzu, 2011; Yazıcı ve Özel, 2017). Çocuklar için durumun daha da problemlili olduğu belirtilmektedir. Çocukların hem kendi gelişim seviyelerindeki olgunlaşmamışlık, hem de ebeveynleri tarafından yapılan ve bilinçli olmayan davranışlar sonucunda istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Çocuklarda medya araçlarına yönelik takınılan olumsuz tavır ve davranışlar sonucunda obezite (Doub vd., 2016; Ertunç, 2011; Karaca vd., 2007; Şentürk ve Turgut, 2011), duygusal, sosyal ve davranışsal problemler (Cesur ve Paker, 2007; Devenci vd., 2008; Snapp vd. 2012), göz ve eklem rahatsızlıklarının yaşanabileceği (Adak- Özdemir ve Ramazan, 2012; Christakis vd. 2004; Hofferth, 2010; Sapsağlam, 2018) belirtilmektedir. Tüm bunların ortadan kalkabilmesi ise çocukların hayatında en önemli rol-model olarak gördükleri annelerin medya araçlarına yönelik tutumlarıyla yakından ilgilidir (Gander ve Gardiner, 2010; Lepicnik- Vodopivec, 2011). Bu bilgilerden yola çıkılarak araştırmada, çocuğu okul öncesi eğitim kurumuna devam eden annelerin medya kullanım düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Okul öncesi dönemde çocuğu olan annelerin medya kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırma, Çankırı İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı olan bağımsız anaokullarına 2017- 2018 eğitim-öğretim yılında devam eden çocukların anneleriyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada sınırlılık olarak 36- 72 aylık çocuğa sahip olma ve çocuğun okul öncesi eğitim kurumuna devam ediyor olması ele alınmıştır. Araştırmada örneklem seçimine gidilmemiş, çocuğu okul öncesi eğitim kurumuna devam eden ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden annelerle çalışılmıştır. Bu kapsamda 345 anne ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya dahil edilen annelerin %40,9'unun 31-35, %25,2'sinin 26-30, %23,5'inin 36-40, %10,4'ünün 41 ve üstü yaş grubunda, %38'inin üniversite, %33,6'sının lise, %15,7'sinin ortaokul, %9'unun ilkokul, %3,8'inin lisansüstü eğitim mezunu olduğu, %27,8'inin 1001-2000, %23,2'sinin 2001- 3000, %21,7'sinin 4001 ve üstü, %21,2'sinin 3001-4000, %6,1'inin 1000 lira ve altı aylık gelire sahip olduğu saptanmıştır. Annelerin %50,4'ünün erkek, %49,6'sının kız çocuğa sahip olduğu, çocukların %41,4'ü altı, %38'i beş, %17,1'i dört, %3,5'i üç yaşında olup, %40,9'u 7-11 ay, %35,7'si 17 ay ve üstü, %12,8'i altı ay, %10,7'si 12- 16 aydır okul öncesi eğitim kurumuna devam ettiği belirlenmiştir. Çalışma grubunu oluşturan tüm annelerin çekirdek aile yapısına sahip olduğu ve çalışmadığı belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada annelerin sosyodemografik özelliklerini belirlemek amacıyla "Genel Bilgi Formu", annelerin medya kullanım düzeylerini belirlemek üzere "Medya Kullanım Düzeyi Anne Görüşme Formu" kullanılmıştır.

Demografik Bilgi Formu

Annelerin yaş, öğrenim durumu, aylık geliri, çocuklarının cinsiyeti, yaşı ve ne kadar süredir okul öncesi eğitim aldıklarını belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan formdur.

Medya Kullanım Düzeyi Anne Görüşme Formu

Annelerin medya kullanım düzeyini belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından geliştirilen ve alanında uzman (çocuk gelişimi alanında 2 profesör, 1 doçent, ölçme ve değerlendirme alanında 1 profesör, 1 doçent) görüşleri ile son şekli verilen formdur. Formda annelerin televizyon, cep telefonu, tablet, bilgisayar, gazete ve dergi kullanma düzeylerini belirleyen sekiz soru bulunmaktadır.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırma için gerekli olan etik kurul izni ve kurum izni alındıktan sonra okullara gidilmiş, okul yönetici ve öğretmenlerine çalışmanın amacı anlatılarak sözlü izinler alınmıştır. Okullar aracılığıyla annelere ulaşılmış, annelere çalışmanın amacı anlatılmıştır. Annelerden de gönüllü onam formu alındıktan sonra Mayıs 2018 tarihinde okul idaresi tarafından belirlenen toplantı alanlarında annelerle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Annelerle yapılan görüşmelerde, her bir anne ile beş dakikalık bir süreçte görüşme tamamlanmıştır.

Verilerin Analizi

Annelere yönelik cevaplar için SPSS 21 paket programında betimleyici istatistik tekniğiyle frekans ve yüzdeler şeklinde analizler tamamlanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Çocuğu okul öncesi dönemde olan annelerin medya kullanım düzeylerini incelemek amacıyla yapılan araştırma sonucunda ulaşılan bulgulara Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Annelerin Medya Kullanım Düzeylerinin Dağılımı

Özellikler	f	%
Evdeki televizyon sayısı		
1	189	54,8
2	114	33
3	36	10,4
4 ve üzeri	6	1,7
Günde televizyon izleme süresi		
1-2 saat	166	48,1
3-4 saat	135	39,1
5 saat ve üzeri	44	12,7
Bilgisayar/tablet kullanma		
Evet	212	61,4
Hayır	133	38,6
Bilgisayar/tableti günde kullanma süresi		
30 dakika	117	33,9
1-2 saat	178	51,6
3-4 saat	32	9,3
5 saat ve üzeri	18	5,2
Cep telefonuyla internete bağlanma		
Evet	322	93,3
Hayır	23	6,7
İnternete günde bağlanma süresi		
30 dakika	111	32,2
1-2 saat	138	40
3-4 saat	48	13,9
5 saat ve üzeri	48	13,9
Günlük gazete takip etme		
Evet	82	23,8
Hayır	263	76,2
Takip edilen dergi		
Evet	41	11,9
Hayır	304	88,1

Tablo 1’de görüldüğü gibi annelerin %54,8’inin bir televizyonu varken, %33’ünün iki, %10,4’ünün üç, %1,7’sinin dört ve üzerinde televizyona sahip olduğu, %48,1’inin bir- iki saat, %39,1’inin üç- dört saat, %12,7’sinin beş saat ve üzeri televizyon izledikleri belirlenmiştir. Annelerin %61,4’ü bilgisayar/tablet kullanırken, %38,6’sının kullanmadığı, bilgisayar/tablet kullanan annelerin %51,6’sının bir- iki saat, %33,9’unun 30 dakika, %9,3’ünün üç- dört saat, %5,2’sinin beş saat ve üzerinde kullandıkları saptanmıştır. Annelerin %93,3’ü cep telefonu ile internete bağlanırken, %6,7’si bağlanmamakta, internete bağlanan annelerin %40’ının bir-iki saat, %32,2’sinin 30 dakika, %13,9’unun üç- dört saat, %13,9’unun beş saat ve üzerinde kullandıkları, %23,8’inin günlük gazete takip ederken, %76,2’sinin takip etmediği, %11,9’unun dergi takip ederken, %88,1’inin takip etmediği saptanmıştır. Annelerin medya araçları olarak ifade edilen televizyon, bilgisayar/tablet, cep telefonunu yüksek oranda kullanmalarını, medya araçlarının işlevlerine bağlı olarak açıklamak mümkündür. Medya araçlarının insanları bilgilendirme işlevleri, annelerin özellikle çocuk gelişimi konusunda, çocuk sağlığına yönelik bilgileri bu araçlar vasıtasıyla almak istemeleri (Duggan vd. 2015; Kaufmann ve Buckner, 2014; McDaniel vd. 2012; Tomfohtde ve Reinke, 2016) ve sonuçta da bu araçları kullanmaları ile sonuçlanabilir. Annelerin tüm medya araçları ile bir gün içinde bir- iki saat zaman

geçirdikleri bulunmuştur. Ancak toplamda ise oldukça uzun süre medya araçlarıyla bir arada oldukları saptanmıştır. Bu durumu insan hayatının vazgeçilmezleri haline gelen ve günlük yaşamda sık kullanılmalarına bağlayarak açıklamak mümkün görülmektedir (Birsen, 2011; Hazar, 2011; Okazaki ve Hirose, 2009; Wirth vd., 2008). Medya araçlarının sadece bilgilendirici olmaması, insanlara sıkıntılı anlarında eğlenme olanağı vermesi bireylerin hem psikolojik olarak rahatlamlarına, hem de özgüven duygularını desteklemelerine, yalnız olmadıkları düşüncesini geliştirmelerine neden olmaktadır (Bartholomew vd. 2012; Chua ve Chang, 2016; Fox ve Vendemia, 2016; Jane ve Dwarkin, 2014; Sanderson, 2008; Tomforthde ve Reinke, 2016). Yapılan araştırmalarda da annelerin günün dörtte üçünü medya araçlarıyla geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır (Duggan vd. 2015; Kaufmann ve Buckner, 2014).

Araştırma sonucunda annelerin yazılı basın araçlarından olan gazete ve dergiyi takip etmedikleri bulunmuştur. İlk medya araçları arasında sayılabilecek olan gazete ve dergiler, teknolojik gelişmelerinde etkisiyle günümüzde varlığını devam ettirmekte zorlanmakta, online sürümleri daha fazla tercih edilmektedir (Vural ve Bat, 2010). Gazete ve dergilere annelerin ilgisinin daha az olmasını, genelde ebeveynlerin özelde ise annelerin basılı materyali eline alıp okumak yerine online sürümlerini tercih etmelerine (Saracho ve Spodek, 2008) bağlamanın mümkün olduğu düşünülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Çocuğu okul öncesi dönemde olan annelerin medya kullanım düzeylerini incelemek amacıyla yapılan araştırma sonucunda, annelerin bir televizyona sahip oldukları, günde bir- iki saat televizyon izledikleri, günde bir-iki saat bilgisayar/tablet kullandıkları, günde bir- iki saat cep telefonu ile internete bağlandıkları, günlük gazete ve dergileri takip etmedikleri belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara dayanarak;

- Annelere medya araçlarını doğru ve etkin kullanma hakkında bilgilendirici çalışmalar yapılması,
- Yapılacak çalışmaların öncelikle ailelerin yakın çevresi olan okulla başlaması okullarda medya ve aileye yönelik aile eğitim çalışmalarının öğretmen ve okul yönetimi tarafından verilmesi ve giderek toplumsal farkındalık çalışmalarına doğru evrilmesi amacıyla basın yayın organlarından yararlanılması,
- Medya araçlarının çocuk ve aile üzerindeki etkileri konusunda eğitimlerin verilmesi,
- Anne-çocuk ilişkisini ve annelerin yeterliliklerini geliştirecek çalışmaların yapılması önerilebilir.

Atıf için (How to cite)

Aral, N. ve Kadan, G. (2021). Okul Öncesi Dönem Çocuğu Olan Annelerin Medya Araçlarını Kullanım Düzeylerinin İncelenmesi. *Çocuk ve Gelişim Dergisi*, 4(7), 50-56.

Kaynakça

- Adak- Özdemir, A. & Ramazan, O. (2012). Çizgi filmlerin çocukların davranışı üzerindeki etkisinin anne görüşlerine göre incelenmesi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 35, 157-173.
- Akbıyık, C. & Karadüz, A. (2014). Beşinci sınıf öğrencilerinin televizyon reklamlarına yönelik alımlamalarının eleştirel düşünme düzeylerine göre karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(25), 159-190.
- Aral, N. & Kadan, G. (2018). Internet mothers. E. Alexandrova, N.L. Shapekova, B. Ak & F. Özcanaslan (Ed.). *Health sciences research in the globalizing World*. In (p. 575-579). Sofia St: Kliment Ohridski University Press.
- Ayas, T. & Horzum, M.B. (2013). İlköğretim öğrencilerinin internet bağımlılığı ve aile internet tutumu. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 46-57.
- Balcı, F. & Gergin, N. (2008). Medya ve çocuk. Medyadaki şiddetin çocuklara etkisi Y.G. İncoğlu & N. Akıner (Ed.). *Medya ve çocuk rehberi*. İçinde (s. 145-170). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Bartholomew, M.K., Schoppe- Sullivan, S.J., Glassman, M., Kamp- Dush, C.M. & Sullivan, J.M. (2012). New parents' face book use at the transition to parenthood. *Family Relations*, 61(3), 455-469.
- Birsen, Ö. (2011). Eğitim düzeyi ve medya kullanım tercihleri ilişkisi: Eskişehir izler kitlesi üzerine bir anket çalışması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(2), 132-144.
- Cesur, S. & Paker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: Çocukların TV programlarına ilişkin tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 106-125.
- Christakis, D.A., Zimmerman, F.J., Diguesspe, D.L. & McCarthy, C.A. (2004). Early television exposure and subsequent attentional problems in children. *Pediatrics*, 113, 708-713.
- Chua, T.H.H. & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self- presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197.
- Çimke, S., Yıldırım- Gürkan, D. & Polat, S. (2018). Sosyal medyada çocuk hakkı ihlali: Sharenting. *Güncel Pediatri*, 16(2), 261-267.
- Deveci, H., Karadağ, R. & Yılmaz, F. (2008). İlköğretim öğrencilerinin şiddet algıları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(24), 351-368.
- Djafarova, E. & Trofimenko, O. (2017). Exploring the relationships between self- presentation and self- esteem of mothers in social media in Russia. *Computers in Human Behavior*, 73, 20-27.
- Doub, A.E., Small, M. & Birch, L.L. (2016). A call for research exploring social media influences on mothers' child feeding practices and childhood obesity risk. *Appetite*, 99, 298-305.
- Dönmez, O. & Akbulut, Y. (2016). Siber zorbalık çalışmalarında sosyal beğenirlik etmeni. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 6(2), 1-18.
- Duggan, M., Lenhart, A., Lampe, C. & Ellison, N.B. (2015). *Parents and social media*. <http://www.pewinternet.org/2015/07/16/parents-and-social-media/>.
- Ertunç, F. (2011). *Çocuk dünyasında reklamın rolü: Televizyon reklamlarında çocuklara yönelik düzenlemeler*. Ankara: RTUK Yayınları.
- Fox, J & Vendemia, M.A. (2016). Selective self- presentation and social comparison thorough photographs on social networking sites. *Cyber Psychology, Behavior and Social Networking*, 19(10), 593-600.
- Gander, M.J. & Gardiner, H.W. (2010). *Çocuk ve ergen gelişimi*. (Çev. B. Onur). Ankara: İmge Kitabevi.
- Genel, M.G. (2014). Etkili bir propaganda aracı olarak medyanın bireylerin siyasal tercihine etkisi: Yalova ili örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 45-60.
- Gürçayır- Teke, S. (2014). Dönüşen anneliğe yönelik netnografik bir analiz: Blogger anneler. *Milli Folklor Dergisi*, 26(103), 32-47.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan araştırması. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi. *Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.
- Hofferth, S.L. (2010). Home media and children's achievement and behavior. *Child Development*, 81, 1598-1619.

- Jane, J. & Dwarkin, J. (2014). Does social network site use matter for mothers? Implications for bonding and bridging capital. *Computers in Human Behavior*, 35, 489-495.
- Kandır, A. & Alpan, Y. (2008). Okul öncesi dönemde sosyal-duygusal gelişime anne-baba davranışının etkisi. *Aile ve toplum*, 10(4), 33-38.
- Karaca, Y., Pekiyan, A. & Güney, H. (2007). Ebeveynlerin televizyon reklam içeriklerinin çocuklar üzerindeki etkilerini etik açıdan algılamalarına yönelik bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 233-250.
- Kaufmann R. & Buckner, M.M. (2014). To connect or promote? An exploratory examination of face book pages dedicated to moms. *Computer in Human Behavior*, 35, 479-482.
- Kaya, Ş. (2018). Kadın ve sosyal medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(2), 563-576.
- Kuzu, A. (2011). İnternet ve aile. *Aile ve toplum*, 7(27), 9-31.
- Lepicnik- Vodopivec, J. (2011). Some aspects of teaching media literacy to preschool children in Slovenia from a perception standpoint of teachers and parents. *Acto Didacto Napocesnais*, 4(2-3), 69-78.
- Lopez, L.K. (2009). The radical act of “mommy blogging” redefining motherhood through the blogosphere. *New Media & Society*, 11(5), 729-747.
- Masullo- Chen, G. (2013). Don’t call me that: A techno- feminist critique of the term mommy blogger. *Mass Communication and Society*, 16, 510-532.
- McDaniel, T., Coyne, S.M. & Holmes, E.K. (2012). New mothers and media use: Associations between blogging, social networking, and maternal well-being. *Maternal and Child Health Journal*, 16(7), 1509-1517.
- Okazaki, S. & Hirose, M. (2009). Effects of displacement reinforcement between traditional media, PC internet and mobile internet. *International Journal of Advertising*, 28(1), 77-104.
- Sanderson, J. (2008). The blog is serving its purpose: Self presentation strategies on 38 pitches.com. *Journal of Computer- Mediated Communication*, 13, 912-936.
- Sapsağlam, Ö. (2018). Social media awareness and usage in preschool children. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 9(31), 728-746.
- Saracho, O.N. & Spodek, B. (2008). A future research agenda for early childhood science and technology. O.N. Saracho & B. Spodek (Ed.). *Contemporary perspectives on science and technology in early childhood education*. In (p. 167-181). Charlotte, NC: Information Age Publishing Inc.
- Snapp, S., Hensley- Choate, L. & Ryu, E. (2012). A body image resilience model for first year college women. *Sex Roles*, 67(3-4). 211-221.
- Şentürk, M. & Turgut, M. (2011). Televizyonun programları, reklamlar ve çocuklar. *Aile ve Toplum*, 12(7), 63-64.
- Tomfohtde, O.J. & Reinke, J.S. (2016). Breast feeding mothers’ use of technology while breastfeeding. *Computers in Human Behavior*, 64, 556-561.
- Tufan- Yeniçıkıtı, N. (2014). İletişimsel eylem ve facebook: Gezi Parkı olaylarında sosyal medyanın gücü. *Selçuk İletişim*, 8(2), 263-284.
- Vural, B.A. & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi’ne yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.
- Wirth, W., VonPape, T. & Karnowski, V. (2008). An integrative model of mobile phone appropriation. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 593-617.
- Yazıcı, T. & Özel, M. (2017). Sosyal medyada anneliğin eğitim ve etkileşim boyutu: Instagram üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(5), 1715-1730.