

YOUTUBE KIDS'İN OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLARIN YEMEK YEME DAVRANIŞINA ETKİSİ

Kübra AKGÜL BULUT¹

Doç. Dr. Ayşegül Elif ÇAYCI²

ÖZET

Dijital medya kullanımının yaygınlaşması okul öncesi dönemde, çocukların temel alışkanlıklarının şekillenmesinde görsel içeriklerin etkisini gündeme getirmiştir. Ancak YouTube Kids gibi çocuklar için tasarlanmış dijital platformların, özellikle yemek yeme davranışlarına etkisine ilişkin nitel veri temelli çalışmalar sınırlıdır. Bu araştırmanın amacı, YouTube Kids uygulamasının okul öncesi çocukların yemek yeme davranışlarına etkilerini, Albert Bandura'nın sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde incelemektir. Sosyal öğrenme sürecinde model alma ve gözlem gibi mekanizmaların dijital ortamda çocukların yeme tutumlarına nasıl etki ettiği, bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

Araştırma, nitel araştırma yöntemiyle gerçekleştirilmiş olup yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme veri toplama yöntemi olarak kullanılmıştır. Örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemine başvurulmuş ve sosyal çevrede ulaşılabilen, 3–5 yaş aralığında çocuğu bulunan 14 ebeveynle görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Bulgular, YouTube Kids platformunun çocukların yemek yeme davranışları üzerinde olumlu etkiler yarattığını; özellikle çocukların dijital içeriklerde yer alan karakterleri model alarak yeni yiyecekleri denemeye daha istekli olduklarını göstermektedir.

Bu yönüyle çalışma, okul öncesi çocukların dijital medya etkileşimlerinin yemek yeme alışkanlıklarına etkisini sosyal öğrenme kuramı temelinde ve nitel bulgularla ortaya koyarak alanyazına özgün bir katkı sunmaktadır. Aynı zamanda dijital içerik üreticileri, ebeveynler ve erken çocukluk dönemi uzmanları için önemli çıkarımlar barındırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: YouTube Kids, Yemek Yeme Davranışı, Okul Öncesi Dönem, Dijital Medya.

¹ İstanbul Ticaret Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Medya ve İletişim Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, kubra.akgul@istanbulticaret.edu.tr

² İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya ve İletişim Bölümü, aekaragulle@ticaret.edu.tr

THE EFFECT OF YOUTUBE KIDS ON PRESCHOOL CHILDREN'S EATING BEHAVIOUR

ABSTRACT

The widespread use of digital media has brought to the forefront the impact of visual content in shaping children's basic habits during the preschool period. However, qualitative data-based studies on the impact of digital platforms designed for children, such as YouTube Kids, on eating behaviors are limited. The purpose of this research is to examine the effects of the YouTube Kids app on preschool children's eating behaviors within the framework of Albert Bandura's social learning theory. The fundamental question of this study is how mechanisms such as modeling and observation in the social learning process influence children's eating attitudes in the digital environment.

The research was conducted using qualitative research methods, and semi-structured in-depth interviews were used as the data collection method. Purposive sampling was used in the sample selection, and interviews were conducted with 14 parents of children aged 3-5 who were accessible in the social environment. The obtained data were analyzed using content analysis. The findings indicate that the YouTube Kids platform has a positive impact on children's eating behaviors; in particular, children are more willing to try new foods by taking characters in digital content as role models. In this respect, this study offers a unique contribution to the literature by demonstrating the impact of preschool children's digital media interactions on their eating habits, drawing on social learning theory and qualitative findings. It also has important implications for digital content creators, parents, and early childhood professionals.

Keywords: YouTube Kids, Eating Behaviour, Preschool Period, Digital Media.

GİRİŞ

Okul öncesi dönemde çocukların yemek yeme davranışları, sağlıklı büyüme ve gelişim için temel ihtiyaç olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde edinilen beslenme alışkanlıkları, çocukların hayat boyu fiziksel ve ruhsal sağlıklarını etkileyebilecek bir temeldir. Dijital medya kullanımının son yıllarda artması, çocuklarında günlük yaşam alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Özellikle YouTube Kids gibi çocuklara yönelik geliştirilen dijital platformlar, çocukların tüketim biçimlerini değiştirip dönüştürmüştür. Ancak bu dönüşümün çocukların yemek yeme davranışı üzerinde nasıl bir etkisi olduğu henüz tam olarak ortaya konulamamıştır.

Dijital medya kullanımının çocukların gelişimi üzerindeki etkilerine yönelik araştırmalar son yıllarda artış göstermiştir. Jusiene ve diğerlerinin (2019) yapmış olduğu "Screen Use During Meals Among Young Children" adlı çalışmada çocuklarda ekran süresi ile yeme alışkanlıkları arasında anlamlı ilişkiler olduğunu belirtmiş; özellikle ekran karşısında geçirilen sürenin beslenme düzenini etkileyebileceğini vurgulamıştır.

Kamalledine'nin ortak bir çalışmasında (Kamaleddine, ve diğerleri, 2022, s. 226) ise ebeveynlerin medya kullanımının, çocukların dijital içeriklere erişiminde ve bu içeriklerin davranışlara yansımada belirleyici rol oynadığı ortaya konulmuştur. Ayrıca, Lauricella ve arkadaşları (Lauricella, Wartella, & Rideout, 2015, s. 15) dijital medyanın çocuk gelişiminde karmaşık bir rol üstlendiğini, sosyal öğrenme mekanizmalarının bu süreçte önemli olduğunu ifade etmiştir. Ancak, YouTube Kids kullanımının özellikle okul öncesi çocukların yemek yeme davranışlarına etkisini sosyal öğrenme kuramı temelinde nitel yöntemlerle inceleyen çalışmalar hâlâ sınırlıdır.

Bu bağlamda, araştırma 3–5 yaş aralığında çocuğu bulunan ve sosyal çevrede erişilebilen 14 ebeveynle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirmiştir. Örneklem seçimi, bu yaş grubundaki çocukların hem gelişimsel dönemin kritik bir evresi olması hem de ebeveynlerin dijital medya kullanımına yönelik tutumlarının belirleyici olmasından dolayı yapılmıştır. Çalışma, sosyal öğrenme kuramı perspektifinden, YouTube Kids'in çocukların yemek yeme davranışları üzerindeki etkilerini anlamayı amaçlamaktadır.

Bu araştırma, YouTube Kids gibi çocuklara yönelik dijital platformların yemek yeme davranışlarına etkisini sosyal öğrenme kuramı perspektifinden ve nitel yöntemle ele alan sınırlı sayıdaki çalışmalardan biridir. Elde edilen bulgular hem akademik literatüre katkı sağlamakta hem de ebeveynlere, eğitimcilere ve dijital içerik üreticilerine çocukların beslenme alışkanlıklarının geliştirilmesinde yol gösterici bilgiler sunmaktadır.

1. DİJİTAL PLATFORMLARIN OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLARIN BESLENME ALIŞKANLIKLARINA ETKİSİ

1.1. Dijital Medya ve Yeni Medya Kavramı

Dijital medya terimi, bilgi ve iletişim teknolojileri ile bunlarla bağlantılı sosyal bağlamları, iletişim becerilerini arttıran cihazları, bu cihazları kullanılarak geliştirilen iletişim etkinlikleri ile pratiklerini ve bu cihazlarla pratikler etrafında şekillenen sosyal düzenleme veya örgütlenmeleri kapsamaktadır (Binark, 2014, s. 15).

Dijital medya ortamlarında kullanıcılar veri veya bilgi üretebilir, tüketebilir ve etkileşimde bulunabilirler (Wasson & Vold, 2012, s. 257). Bilgi üretimini kolaylaştırarak koordine etmek Web 2.0 teknolojisi ile daha kolay hale getirmekte, bireylerin fikirlerini diğer insanlarla paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Kişiler kendi bilgi ve birikimlerini, tecrübelerini web tabanlı sosyal ağlar aracılığıyla geniş hedef kitlelere ulaştırırken, hedef kitlenin de bu bilgi ve deneyimlere katılarak etkileşim sağlamalarına katkı sağlamıştır. Paylaşılan bilgi ve bilgiye erişim dijital ortamda hızlı bir etkileşim yaratırken beraberinde yeni medya okuryazarlığı kavramının önemini kullanıcılara hissettirmiş; bu sayede sosyal medya mecralarında bireylerin bilinçli bir şekilde hareket etmelerini sağlamıştır.

Dijital medya okuryazarlığı; Temel olarak medya okuryazarlığı çeşitli biçimlerde mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir (Koltay, 2011, s. 211). Medya okuryazarlığı, medya içeriklerinin ayrımcılığa uğramasına ve değerlendirilmesine, medya formlarını eleştirel bir şekilde incelemeye, medya etkilerini ve kullanımlarını araştırmaya, medyayı akıllıca kullanmaya ve alternatif medya oluşturmaya yardımcı olur (Hobbs, 2010, s. 4).

Medya okuryazarı olmak (İlhan & Aydoğdu, 2015, s. 54):

- ❖ Medyayı bilinçli ve aktif bir biçimde kullanmaktır.
- ❖ Medya endüstrilerinin politik eğilimi, gelişmesi, maddi zemini ve idari yapısı hakkında bilgi sahibi olmaktır.
- ❖ Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmektir.
- ❖ Medyanın bireylerin ve toplumun inanç, tavır, davranışlar ve değerler üzerindeki etkisinin bilincinde olmaktır.
- ❖ Demokratik bir biçimde değişik medya kanalları yoluyla etkili iletişim kurmaktır.

Dijital medya ortamlarının sunduğu hızlı bilgi akışı ve etkileşim olanakları, bireylerin medya içeriklerini yalnızca tüketen pasif kullanıcılar olmaktan çıkıp, bu içerikleri üreten ve eleştiren aktif katılımcılar haline gelmelerine olanak sağlamıştır. Bu bağlamda, dijital medya okuryazarlığı, bireylerin dijital ortamda bilinçli ve sorumlu bir şekilde hareket etmelerini mümkün kılarken, medya içeriklerini eleştirel bir perspektifle değerlendirme, doğru bilgiye ulaşma ve bilgi kirliliğinden kaçınma yetilerini geliştirmektedir. Dijital çağın gerekliliklerini karşılamak, bireylerin medya ekosistemindeki rolünü dönüştürerek daha demokratik, katılımcı ve bilinçli bir toplumsal yapı inşa edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, dijital medya okuryazarlığının bireylerin iletişim becerileri ve toplumsal farkındalık düzeyleri üzerindeki etkisi, giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

1.1.1. Dijital Yerliler

Dijital yerliler kavramını ilk olarak Prensky (2001) teknoloji çağında doğan gündelik hayatlarında teknoloji ile gelişimini devam ettiren, ağ ortamında yetişen bireyler için kullanmıştır. Doğdukları andan itibaren internet, bilgisayar ve akıllı telefon gibi teknolojilerle iç içe olan, dijital sosyal ortamları sadece kullanan değil aynı zamanda bu ortamlar içinde iletişim kuran ve kimlik inşa eden ve öğrenen bireylerdir (Prensky, 2001, s. 3).

Teknolojiye doğan ve teknoloji ile büyüyen kuşak olarak ifade edilen dijital yerliler, dünyaya geldikleri an itibari ile telefon, tablet gibi mobil cihazlar ve dijital oyunlar ile vakit geçirirler. Hayatlarının merkezine çevrim içi ortamları ve gelişen teknolojileri oturtan ve tüm günlük hayatlarını teknoloji çerçevesinde şekillendiren 21. Yüzyıl çocukları ve gençleri olarak tanımlanabilir (Seferoğlu & Bilgiç, 2011, s. 258).

Teknolojiyi öğrenme ve özellikle de sosyalleşme için kullanan dijital yerliler, kolayca yeni teknolojilere uyum sağlayan, onu kullanırken bozmaktan ya da yanlış yapmaktan korkmayan ve teknoloji aracının yeniden başlatılması ile her şeyin önceki haline dönebileceğini bilerek teknolojiyi daha rahat bir şekilde kullanan bireylerdir (Gününç, 2011, s. 23).

Dijital Yerlilerin Özellikleri:

- ❖ Sosyal ortamları sanal ortamlardır, mobil cihazlar ile vakit geçirmeyi tercih ederler, (Demirok, 2012)
- ❖ Birkaç işi aynı anda yapabilmeleri en belirgin özellikleri olarak ortaya çıkmaktadır (Gününç, 2011),
- ❖ Sanal dünya ile aktif olarak etkileşim durumundadırlar (Bilim ve Tekno, 2018),
- ❖ Bilgiye hızla ulaşmayı tercih eder, kısa ve net metinler okumayı tercih ederler.

1.1.2. Mobile Parenting

“Dijital ebeveynlik, ebeveynlerin çocuklarının dijital ortamları güvenli ve uygun bir şekilde kullanmalarına destek olmak için sahip olmaları gereken yeterlilikleri ifade etmektedir (Özaydın Aydoğdu, Somyürek, & Yıldız Durak, 2024, s. 1069).

Kişiler ebeveynlik pratikleri geliştirmede dijital ortamlardan faydalanarak ihtiyaçlarına ilişkin bilgi bulmak ya da deneyimler hakkında bilgi almak için dijital araçlar kullanmaya başlamışlardır. Çevrimiçi ortamlarda yer alarak anne ve babalık tecrübelerini paylaşan anne ve babalar aynı zamanda uzmanların ve diğer ailelerin, ebeveynlik hakkındaki bilgilerini kendi tecrübeleriyle kıyaslayabilmektedirler (Ünlü, 2020, s. 50).

Geliştirilen mobil platformlarının kullanımların artmasıyla beraber ebeveyn içeriklere eşit şekilde ulaşarak diğer ebeveynler ile arasındaki sosyo-ekonomik farklar ortadan kalkmış; çocuklarının gelişimleriyle ilgili sağlık bilgilerine de ulaşma olanakları elde etmişlerdir. Ayrıca anne karnındaki gelişimini takip ettikleri uygulamalar sayesinde bebek ile etkileşimlerini devam ettirerek, çocuklarını yetiştirirken yaşamış oldukları deneyim ve tecrübeleri sosyal medya platformlarında paylaşarak diğer ebeveynlerin süreçte karşılaşılabilecekleri durumları gözlemleyebilmelerini sağlamaktadır (Ünlü, 2020, s. 59-60).

Geliştirilen mobil uygulamalar ile aileler çocuğun anne karnındaki gelişimini günden güne takip ederek, beslenme ve egzersiz hareketleri gibi günlük aktivitelere ulaşmaktadır. Dijital ebeveynlik, ebeveynlerin becerilerini geliştirmesine fayda sağlarken, çocukları çevrimiçi ortamlarda oluşabilecek risklere karşı bilinçlendirme ve korumalarını da sağlamaktadır. Bundan dolayı dijital ebeveynlerin çocuk ile iletişimi zaman ve mekandan bağımsız olarak çocuklarıyla ayrı oldukları vakitlerde rollerini devam ettirmektedir (Lim, 2018).

2. ÇOCUK VE MEDYA ETKİLEŞİMİ

2.1. Çocuk Kavramı

Çocuk kavramı, biyolojik, psikolojik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla ele alınan çok yönlü bir olgudur. Biyolojik açıdan çocukluk, doğumdan ergenliğe kadar uzanan büyüme ve gelişme evresini kapsar. Psikolojik olarak ise bu dönem, bilişsel, duygusal ve sosyal becerilerin hızla geliştiği, kişilik ve kimlik oluşumunun temellerinin atıldığı kritik bir süreçtir. Sosyal ve kültürel perspektiften bakıldığında, çocukluk kavramı toplumdan topluma ve zaman içinde farklılık gösterir; her toplum kendi değerleri, normları ve beklentileri doğrultusunda çocukluğu tanımlar ve şekillendirir. Bu farklılıklar nedeniyle, uluslararası düzenlemelerde “çocuk” tanımı tek bir yaş sınırına indirgenmemektedir.

Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’si 18 yaş altındaki tüm bireyleri çocuk olarak tanımlarken, bazı ülkelerin yasal düzenlemeleri belirli koşullarda bu sınırı 21 yaşa kadar genişletebilmektedir. Örneğin eğitim, askerlik ya da bakım yükümlülükleri gibi alanlarda 18–21 yaş arası gençler hâlâ “çocuk” statüsünde değerlendirilebilmektedir (UNICEF).

Dünya Sağlık Örgütü çocukların gelişimsel, fiziksel ve zihinsel ihtiyaçlarının karşılanmasında ve sağlık hizmetlerinin planlanmasında bu yaş aralıklarını referans olarak kullanır. Sonuç olarak, 0–18 yaş aralığındaki bireylerin tamamı çocuk olarak değerlendirilmekte ve çocuk sağlığı politikaları bu çerçeveye göre oluşturulmaktadır (World Health Organization, 2014, s. 5).

Çocuk hakları sözleşmesinde ve kanunen 18 yaşını doldurmamış her birey çocuk olarak tanımlanmakta olup, bu yaş sınırı ülkelerde farklılık gösterebilir. Türk Dil Kurumu (TDK) ise çocuk kelimesini tanımlamakta birden fazla ifade kullanmıştır. Bunlar şu şekildedir (TDK, 2024):

- ❖ Büyükler arasında az yaşlı olan kişi,
- ❖ Bebeklik ile erginlik arasındaki gelişme döneminde bulunan oğlan veya kız,
- ❖ Soy bakımından oğul veya kız,
- ❖ Büyüklere yakışmayacak, daha çok küçüklerin yapabileceği gibi davranan kimse,
- ❖ Belli bir işte yeteri kadar deneyimi ve yeteneği olmayan kimse.

Hukuki açıdan çocuk kavramı, çocuk olmanın sadece biyolojik ya da gelişimsel bir süreç olmadığını, aynı zamanda hukuki bir statü olduğunu belirtir. Hukuki bağlamda çocuk, özel koruma gerektiren bir grup olarak kabul edilmekte, hak ve sorumluluklar açısından yetişkin bireylerden farklı olarak değerlendirilmektedir. Türk hukuk sisteminde de çocuk tanımı benzer şekilde düzenlenmiştir.

Türk Medeni Kanunu ve Türk Ceza Kanunu gibi temel metinlerde, 18 yaşını doldurmamış bireyler çocuk olarak kabul edilir. Ayrıca Çocuk Koruma Kanunu’nda çocuk, “daha önce 18 yaşını doldurmamış birey” olarak tanımlanmakta ve devletin yükümlülüğü ile korunması, eğitilmesi, gelişiminin desteklenmesi gerekmektedir (Çocuk Koruma Kanunu, 2005).

2.2. Okul Öncesi Çocuklarda Medya Kullanımı

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile hayatımızın hemen hemen her alanına teknolojik cihazlar yayılmış ve kullanımı erken çocukluk döneminde yaygınlaşmıştır. Çocuklar birden fazla aplikasyon indirilebilen mobil cihazları, yemek yerken, seyahat halinde ve günlük hayat rutinlerinde oldukça fazla kullanmakta olup; bu cihazların kullanma yaşı her geçen gün düşmektedir (Joy Holloway, Green, & Stevenson, 2015).

Televizyonlar çocukların genel olarak karşı karşıya kaldığı medya aracı olmakla birlikte teknolojinin gelişmesiyle hayatımıza giren tablet, cep telefonu gibi mobil cihazlar ve bilgisayarlar çocukların ilgisini çekmektedir (Akkuş, Yılmaz, Şahinöz, & Sucaklı, 2015, s. 351).

Çocuklara oyun oynama, keşif yapma ve eğitici içeriklere ulaşma gibi imkanlar sunan teknoloji ile çocukların zihinsel ve sosyal gelişmeleri de etkilenmektedir (Linebarger & Piotrowski, 2009, s. 64). Özellikle okul öncesindeki çocukların motor gelişimlerinde teknolojik cihazlara uzun süre boyunca maruz kalması motor gelişimlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Akıllı telefon, bilgisayar ve tablet gibi internet erişiminin olduğu ve okul öncesi dönem olan 3-6 yaş arası çocukların kullanmasında yaygın hale gelen teknoloji, büyüme döneminde olan çocukların zihinsel, fiziksel ve ruhsal gelişimlerine olumsuz etkiler doğurabileceği bilinmektedir.

2.3. Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı

Günümüzde çocuklar dijital bir dünyanın içine doğmakta, teknolojinin geliştirmiş olduğu medya araçlarıyla erken yaşta tanışmaktadırlar. Teknolojinin hayatımıza getirmiş olduğu bu dijital araçlar sayesinde çocukların, öğrenme, iletişim kurma becerileri ve eğlenme anlayışları dönüşmektedir (Gür-Erdoğan & Aral, 2021, s. 183).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2024 yılında yapmış olduğu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması’na göre (TÜİK, 2024);

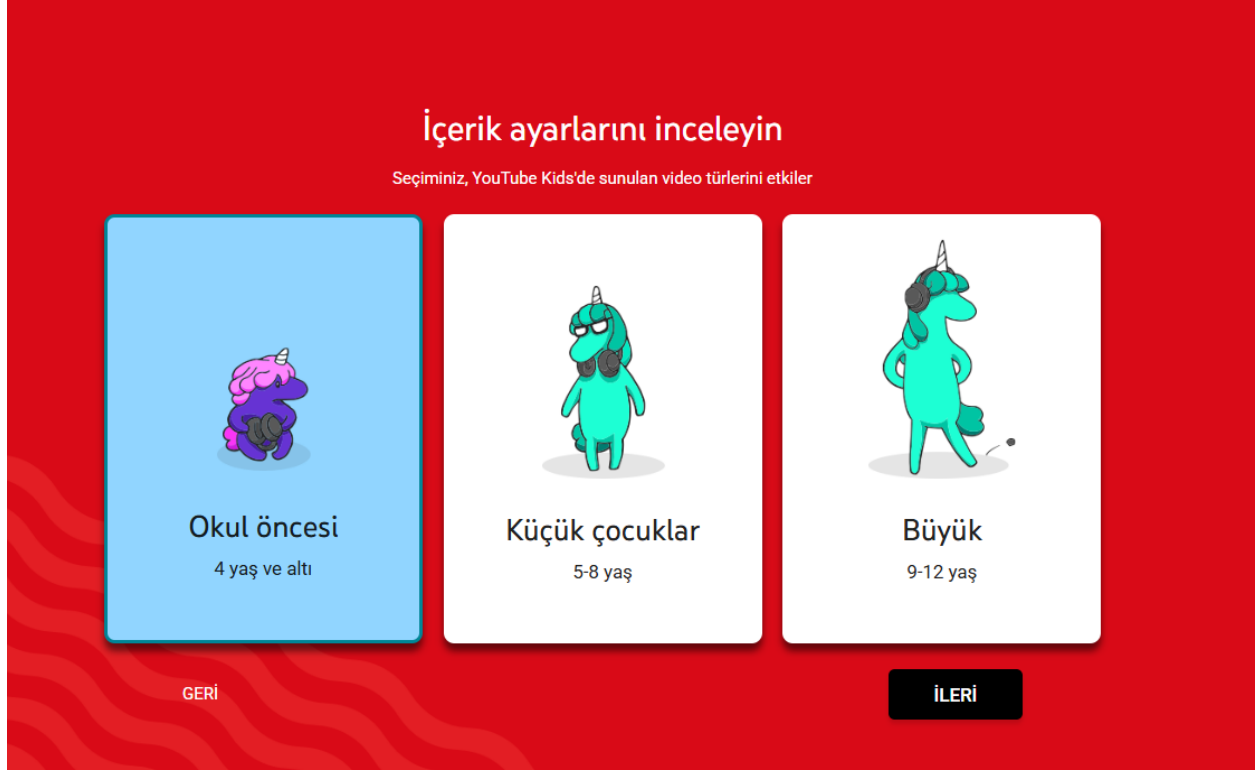
- ❖ 6-15 yaş arasındaki çocukların internet kullanım oranı 2021 yılında %87,7 iken bu oran 2024 yılında %91,3 olmuştur.
- ❖ İnterneti düzenli kullanan 6-15 yaş grubundaki çocuklar, %83,9 oranında video izleme amacıyla, %75,0 ile eğitim, ödev ve öğrenme amacıyla interneti düzenli kullanmıştır.
- ❖ 2024 yılında çocukların sosyal medya kullanım oranı %66,1 olmuştur.
- ❖ Çocuklar %96,3’ünün en fazla kullandığı sosyal medya platformu YouTube olmuştur.

- ❖ 2024 yılında yapılan araştırmaya göre düzenli akıllı telefon/cep telefonu kullanan çocukların oranı %98,2'dir.
- ❖ Çocukların uyumadan önce ve uyandıktan sonra ilk iş ve gün içerisinde 30 dakikada bir telefonlarını kontrol etmektedirler.

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2024 yılında yayınladığı "Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı" araştırması, çocukların medya ve teknoloji ile kurdukları ilişkinin ne denli yoğun olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu veriler çocukların dijital ortamda geçirdiği vaktin alışkanlık olmanın dışında bilişsel, gelişimsel ve davranışsal etkiler doğuran etken olduğu sonucuna da ulaşılmaktadır. Teknolojinin hayatımızın vazgeçilmez haline getirmiş olduğu bu dijital medya araçlarının bilinçli kullanılması, olumsuz etkilerin olumluya dönüştürülmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

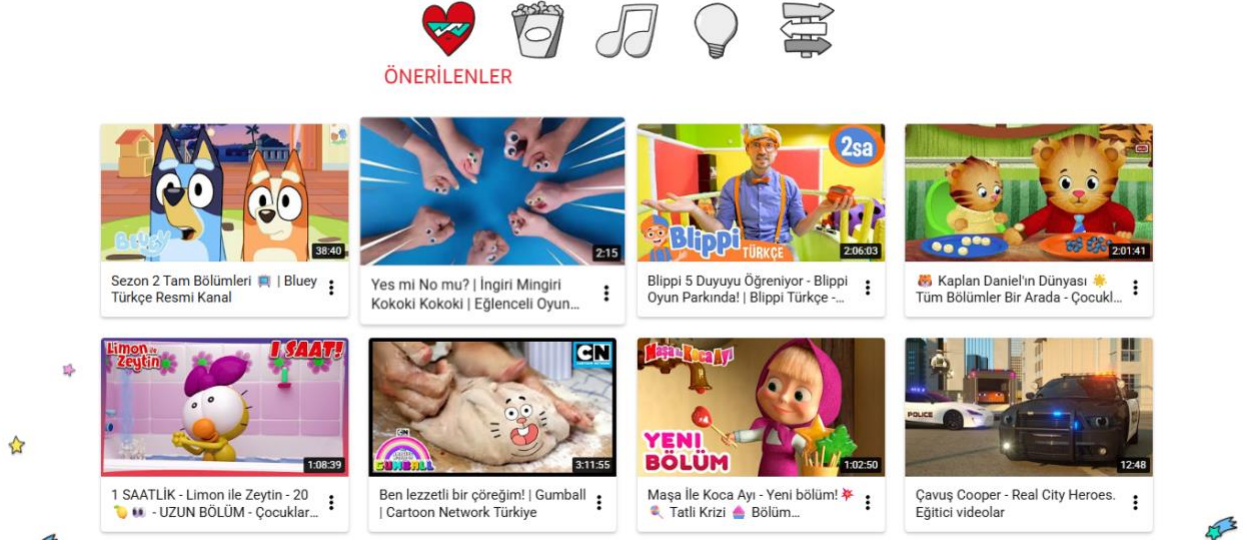
2.4. YouTube Kids

Google şirketinin alt kuruluşu olan ve sınırsız video içerik çeşitliliğine sahip olan, dünyanın en çok tıklanan video paylaşım sitesi YouTube'un, çocukların platformda aktif bir biçimde yer almasıyla çocuklar için özel olarak tasarlanan YouTube Kids uygulamasını 2015 yılında geliştirilmiş projesidir (YouTube Kids, 2024). Okul öncesi çocukların aileleri tarafından en çok tercih edilen uygulama, kolay kullanılabilir olmasıyla da ön plana çıkmaktadır (Atalay, 2019, s. 184). Uygulamanın, çocukların teknolojiyle tanıştığı ilk adım olarak değerlendirildiği ve çocukların, teknolojiyle tanışma deneyimini hedeflediği belirtilmektedir (Koç & Karaman, 2024, s. 178).



Şekil 1: YouTube Kids İçerik Ayarları

YouTube Kids uygulaması, tüm ailelere ücretsiz olarak sunabilmek için uygulama içinde sınırlı sayıda ücretli reklama izin veriyor, aylık 79,99 TL (2024) ödeme planı ile YouTube Premium üyeliği satın alan kullanıcılar ücretli reklam olmadan izleyebilmelerine olanak sağlamaktadır. YouTube Kids yaşları 4 ile 12 arasında değişen çocukların güvenli yayın içeriklerine ulaşmasının dışında birçok çocuğunda kendi içeriklerini paylaştığı ve sponsorlu paylaşımlarla para kazanmalarını sağladıkları bir platform olmuştur. Ebeveynler bu platformu IOS veya Android tabanlı cihazlara aplikasyon olarak indirerek ya da <https://www.youtubekids.com> web adresinden erişebilmektedir.



Şekil 2: YouTube Kids Ara Yüzü

Uygulama içerikleri çocukların mobil cihazlarda kolay bir şekilde dokunabileceği şekilde büyük simgelerden oluşmaktadır. Çocukların izlemesi için uygun görülen içerikler “Şovlar, Müzik, Öğrenme ve Keşfet” olarak 4 kategoriye ayrılmıştır. Uygulamadaki kategoriler; kalp simgesiyle önceden izlenen videoları, mısır kovasıyla şov ve çizgi filmleri, nota simgesiyle müzik içeriklerini, ampul simgesiyle öğrenme ve eğitici içerikleri, oklarla ise keşfetme özelliğini temsil etmektedir. “4 yaş altı, 5-8 yaş ve 9-12yaş” olarak gruplara ayrılarak kullanıcılara yaş gruplarına göre içerik sunmakta, “özel şifre kod” oluştur seçeneğiyle ebeveyn doğrulaması yapmaktadır. Arama yap seçeneğinin off modunda kullanılması arama yapma çubuğunun devre dışı bırakılması ve sınırlı sayıda içerik gösterilmesini sağlamaktadır. Söz konusu bu ayarlarda değişiklik yapılması istendiğinde uygulama yetişkinlerin cevaplayabileceği sorular sorar “Ebeveyn Ayarları” sayfasına yönlendirerek kullanıcıya değişiklik yapabilme imkanı sunmaktadır. Uygulamanın sunmuş olduğu bu hizmet ile ebeveynlerin çocuklara rehberlik etme imkânı sağlayarak çocukların dijital teknoloji tüketiminde daha sağlıklı dijital deneyimler yaşamasına olanak tanımaktadır (Dursun, 2022, s. 331).

Çevrimiçi iletişim ağlarını kullanan kullanıcıların davranışlarını analiz eden medya ve araştırma şirketi Gemius Audience Eylül 2021 ve Ocak 2022 tarihlerini baz alan verilere göre YouTube Kids, Eylül 2021’de 5,3 milyon, Ekim 2021’de 5 milyon ve Kasım 2021’de yeniden 5,3 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Aralık 2021’de erişim 4,5 milyona düşmüş, Ocak 2022’de ise büyük bir artışla 5,5 milyon kullanıcıya yükselmiştir. Platforma erişim sağlayan kullanıcıların büyük bir oranı %27,66 ile 25-34 yaş arasındaki kişilerden oluşturmakta olup, %53,42 ile kadınlar erkeklere oranla daha çok ziyarette bulunmuşlardır.

Temmuz 2024 itibari ile en fazla aboneye sahip YouTube Kids kanalları şu şekildedir (statista, 2024) (AIR Media-Tech, 2024):

- ❖ Cocomelon – 178 Milyon Abone
- ❖ Kids Diana Show – 123 Milyon Abone
- ❖ Vlad ve Niki -120 Milyon Abone
- ❖ ChuChu TV Çocuk Şarkıları ve Çocuk Şarkıları – 91,3 Milyon Abone
- ❖ Pinkfong! Çocuk Şarkıları ve Hikayeleri – 75,2 Milyon Abone
- ❖ El Reino Infantil – 64,3 Milyon Abone
- ❖ Little Baby Bum – 41 Milyon Abone
- ❖ Ryan’s World – 37,1 Milyon Abone

Ocak 2021’de 10 Milyar görüntülemeyi aşan “Baby Shark Dance” videosu ilk olarak 2016 yılında yayınlanmış, şu an ise 11 Milyardan fazla görüntülemeye sahiptir. Mayıs 2022 itibarıyla Android cihaz kullanan dünya genelindeki çocuklar arasında YouTube uygulaması kullanım oranı %31,6 iken, ABD’deki çocuklar 2021’de günde bir saatten fazla zamanlarını YouTube uygulamasında geçirmiştir (statista, 2024).

2.5. Sosyal Öğrenme Perspektifinden Çocukların İzleme Davranışı ve Yemek Yeme Alışkanlıkları

Sosyal öğrenme kuramı Albert Bandura’nın yaptığı çalışmalarla gelişen ve bireylerin nasıl anladıklarını açıklamak üzere ortaya atılmıştır (Bayrakçı M. , 2007, s. 200). Kuramın temelinde bireyin çevresindeki bireyleri taklit etme ve gözleme dayalı bir öğrenme vardır (McLeod S. , 2024). Bireylerin davranışlarını anlayabilmek için tecrübelerini ve çevresinde tepki verdiği uyarıcıları göz önünde tutarak değerlendirmek gerekmektedir (Mearns, 2000-2021).

Sosyal öğrenme, gözlemle, model alma ve taklit süreçleriyle gerçekleşir. Bandura, bireyin çevresindeki diğer bireylerin deneyimlerini gözlemleyerek birçok şeyi model alma yoluyla öğrenebileceğini savunmuştur (Bahar, 2019, s. 239). Özellikle de çocuklar, aile ve akran ortamında gördüğü davranışları gözlemleyerek ve ödül veya sonucuna göre içselleştirir veya reddederler (Bandura, 2001, s. 265). Bobo Doll deneyi, Bandura’nın en bilinen deneylerinden biri olmakla beraber, çocukların agresif davranış sergilemesini sadece izleme yoluyla öğrenebileceğini kanıtlamıştır. Okul öncesi çocuklar, dijital ekranda izledikleri davranışları kolayca model alabilirler. Bilişsel ve duyuşsal gelişimin yoğun bir biçimde devam ettiği bu süreçte kendi kimliğini inşa etmesi, başkalarıyla ilişkilerini düzenlemesi ve sosyal normlara uyum sağlaması açısından önemli rol oynar. Bunun sonucunda sosyal öğrenme, yalnızca bireysel olmayıp sosyal ve kültürel öğrenme süreci anlamına da gelmektedir (Yılmaz & Kara, 2021, s. 114).

Günümüzde çocuklar, teknolojinin geliştirmiş olduğu dijital medya araçları ile iç içe büyümekte olup, gelişim süreçlerini bu teknolojik cihazlarla deneyimlemektedirler. Okul öncesi dönem, çocukların zihinsel ve sosyal becerilerinden elde ettiği deneyimlerle gelecekteki davranışlarının şekillendiği bilinmektedir (Karakaya & Yalçın, 2022, s. 39). Dijital mecralar bilgi veren araçlar olmanın dışında etkin sosyal öğrenme alanı haline gelmiştir. YouTube Kids gibi çocuklar için dijital platformlarda izlenen içeriklerin; rol-model alınan karakterler aracılığıyla onların davranışlarını, tercihlerini ve günlük rutinlerini şekillendirdiği gözlemlenmektedir (Çubukçu & Gündoğdu, 2022, s. 165).

Çocuklar, medya içeriklerinden davranış modelleri de öğrenirler. İzledikleri karakterlerin yemek tercihlerine yönelik davranışlarını gözlemleyerek bu davranışları deneyimlemek isteyebilirler. Sevdikleri karakterlerin olumlu yeme davranışları çocuklarda da bu davranışlara yönelik olumlu eğilim yaratabilir. Aynı şekilde, abur cubur tüketimini özendiren veya yemek seçiciliğini normalleştiren içerikler, çocukta olumsuz öğrenmelere neden olabilir. Sosyal öğrenme kuramı bu süreci açıklamakta oldukça işlevseldir çünkü öğrenme salt taklit değil; duygusal bağ ve pekiştirme unsurlarını da kapsar.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; YouTube Kids’de yayınlanan içeriklerin okul öncesi dönemde bulunan çocukların yemek yeme davranışı ile arasındaki ilişkiyi inceleme araştırmasıdır. Çalışma evreninin sınırlandırılması açısından, çocuklarının yaşları 3 ile 5 arasında değişen ebeveynlerin çocuklarının YouTube Kids izlerken yemek yeme davranışı incelenmiştir. Çocukların YouTube Kids platformunun kullanımı, uygulamada yayınlanan videoların içerikleri, ebeveynlerin platformu kullanması için çocuklara verdiği süre ve kullanım kısıtlaması, çocukların yemek yeme alışkanlıkları ve izleme davranışının yeme sürecine etkileri çeşitlilik göstermiştir. Akıllı telefon ve tablet kullanımı, TV’nin teknoloji ile uyumlu hale gelmesiyle çocuklar için içerik üretilen video platformları artmıştır.

Bundan dolayı literatüre çocukların medya kullanımının beslenme alışkanlıklarına etkisi gibi kavramların girmesine neden olmuştur. Bu nedenle araştırmanın amacı; YouTube Kids’in içeriklerinin okul öncesi çocukların yemek yeme davranışını nasıl etkilediğini araştırmaktır.

Araştırma soruları şu şekilde sıralanmıştır:

1. Soru: YouTube Kids içeriklerinin çocukların yemek yeme davranışına etkileri nelerdir?
2. Soru: Ebeveynlerin çocuklarıyla yemek yeme sürecinde gerçekleştirdiği iletişim şekli nasıldır?
3. Soru: 3-5 yaş arası çocukların yemek yeme motivasyonları nelerdir?

4. Soru: Ebeveynlerin YouTube Kids kullanmasıyla eğitim düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?
5. Soru: YouTube Kids kullanmanın içerikleri kısıtlama ve zaman sınırlaması sağlamasıyla arasında bir ilişki var mıdır?

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada niteliksel araştırma yöntemi olan derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Veri araştırma yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma, çocuklarının yaşları 3-5 arasında değişen ebeveynlerin çocuklarının izleme ve yemek yeme davranışlarındaki gözlemlerini incelemek üzere gerçekleştirilmiştir.

Çalışma, İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Kurulu'ndan gerekli izinler alınarak yürütülmüştür. Katılımcılara gönüllülük esasına dayalı olarak çalışmaya katıldıkları ve istedikleri zaman ayrılacakları açıklanmıştır. Araştırmacı, görüşmeler sırasında yönlendirici olmayan, empatik ve tarafsız bir tutum benimsemiş, katılımcıların mahremiyetine azami düzeyde özen göstermiştir.

3.2.1. Derinlemesine Görüşme Yöntemi

Araştırmada faydalanılan araştırma derinlemesine görüşme yöntemidir. Derinlemesine görüşme yapılacak kişilerin evrenini; okul öncesi yaş grubuna sahip çocukların ebeveynleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; yaşları 3 ile 5 arasında değişen çocukların ebeveynleri oluşturmaktadır. Derinlemesine görüşme 7 anne ve 7 babadan oluşmak üzere 14 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmenin gerçekleştirildiği 13 katılımcıdan 9'u İstanbul'da yaşaması ve yüz yüze görüşmeyi kabul etmeleri sebebiyle 8 katılımcıyla iş yerlerine gidilerek diğer 1 katılımcı ile ev ortamına gidilerek görüşme gerçekleştirilmiştir. Diğer 5 katılımcıdan 4'ü ile uygun zaman ve mekan bulunamaması ve 1 katılımcının Kocaeli'nde yaşaması sebebiyle telefon ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan tüm görüşmeler ses kaydına alınmıştır. Nitel araştırmalarda çok sık kullanılan derinlemesine görüşme yöntemi katılımcıların birincil ağız ile fikirlerinin alınması derinlemesine görüşmenin gerçekleştirilmesi açısından önem taşımaktadır.

Derinlemesine görüşme, araştırılan konunun boyutlarını tümüyle kapsayan az sayıda katılımcıya soruların açık uçlu sorulmasına ve yanıtların ayrıntılı bir biçimde alınmasına olanak tanıyarak gerçekleştirilen yoğun ve bireysel olarak gerçekleştirilen veri toplama tekniğidir (Çaycı, 2019, s. 153). Derinlemesine görüşmede katılımcının bilgi, deneyim ve fikirlerine ulaşılır. Yarı yapılandırılmış görüşmede ise, araştırmacı tarafından açık uçlu soruların belirli bir sistem ile görüşmeciye yönlendirilmesiyle gerçekleşmektedir. Sorularını açık ve net bir şekilde soran araştırmacı katılımcıya yönlendirme yapmadan kaçınılmalıdır. Görüşmeci, görüşmenin gerçekleştiği sırada soruların sırasını değiştirebilir, ayrıntılara değinebilir ve sohbet tarzı bir yöntem belirleyebilir (Yıldırım & Şimşek, 2011).

Sorular, telefonla görüşme, yüz yüze görüşme, görüntülü görüşme yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilirken görüşmecinin sorulan sorulara içtenlikle yanıt vermesi, değerlendirerek yorum yapması beklenir (Uslu & Demir, 2023, s. 292). Teknolojiye doğan çocukların cep telefonu, tablet kullanması kaçınılmaz hale gelmiş, çocuklar geliştirilen uygulamalarla içeriklere kolay ulaşabilmektedir. Yemek yeme davranışında çocuğun yemesini sağlamaya yönelik video izletme eylemlerinden yola çıkarak YouTube Kids'in bu eylem üzerindeki etkisini araştırma amaçlı yaşları 3 ile 5 arasında değişen çocukların ebeveynleri ile görüşülmüştür. Toplamda 14 katılımcı ile yapılan görüşmelerde çocukların YouTube Kids hakkındaki bilgi, düşünce ve yorumlarına ulaşılmış, katılımcıların bu konudaki tutumları anlaşılmaya çalışılmıştır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çocukların yemek yeme davranışına YouTube Kids'in etkisinin araştırıldığı çalışmada derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada örneklem belirlenirken, birtakım sınırlamalar gidilmiştir. Bu sınırlamaya gidilmesinin sebebi, evrene ulaşmanın zaman, mekan ve maliyet gibi durumlardan kaynaklı mümkün olmamasıdır. Çalışmanın evreni okul öncesi çocukların ebeveynleridir. Derinlemesine görüşmenin gerçekleştirileceği ebeveynler belirlenirken çocuklarının yaşları 3 ile 5 arasında değişen ve sosyal çevrede olan ebeveynlerden faydalanılmıştır.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın uygulama sürecinde evrenin genişliği, zaman ve maliyet göz önünde bulundurulduğunda örneklem sınırlamasına gidilmiştir. Sınırlandırmada tüm ebeveynler yerine çocuklarının yaşları 3 ile 5 yaş arasında değişen ebeveynlerle görüşülerek, kişi sayısı sınırlandırılması yapılmış ve örneklem sınırlandırılmıştır. Araştırma verileri ulaşma noktasında kullanılan ses kaydı alma tekniği, bazı kısıtlamalarla karşılaşmıştır. Bunlar; görüşmecilerden birkaçının yüz yüze görüşmeye gelememesinden kaynaklanmaktadır. Bundan dolayı bu katılımcılara derinlemesine görüşme soruları telefon ile görüşme sırasında sorularak sorulara yanıt vermesi istenmiştir. Diğer bir kısıtlama ise; yüz yüze görüşme yapılan görüşmecilere derinlemesine görüşme soruları yöneltilirken ofis ortamın bulunmaları sebebiyle dış seslerin gelmesi ve gürültü olmasına neden olmuştur. 20 ebeveyn ile iletişime geçilmesine rağmen içlerinden bir kısmı ses kaydı alınması sebebiyle araştırmaya katılmayı kabul etmemiştir. Bu kapsamda araştırmada ulaşılan veriler, araştırmaya gönül esaslı katılmayı kabul eden görüşmecilerin ifadeleriyle sınırlıdır.

3.5. Veri Toplama Araçlarının Geliştirilmesi

Araştırma bağlamında veri toplama aracı olarak derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu sebeple; araştırma amacına uygun olarak derinlemesine görüşme formu hazırlanmıştır.

3.6. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formunun Geliştirilmesi

Araştırmada derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmış olup, yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle standartlaştırılmamış, açık uçlu sorular hazırlanırken; araştırmacıya soru formunun dışında soru sorabilme ve görüşülen kişiye göre değişiklik yapabilmesine olanak sunmaktadır.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen veriler betimsel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular, araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıda sunulmuştur. Betimsel içerik analiz yöntemi, bir konu hakkında yapılan araştırmanın derinlemesine incelenerek düzenlenmesidir (Ültay, Akyurt, & Ültay, 2021, s. 189). Araştırmada sorulan sorulardan alınan cevaplar betimsel analiz yöntemiyle birebir aktarılmaktadır (Çaycı, 2019, s. 201). Ebeveynlerden alınan yanıtlar tematik çerçeveye göre işlenerek elde edilen verilerin mantıklı bir biçimde bir arada toplanmıştır. Bundan dolayı katılımcının araştırma konusu hakkındaki eğilimleri belirlenmekte olup, katılımcılardan alınan veriler incelenerek yorumlanmıştır.

Tema 1: YouTube Kids Kullanım Alışkanlıkları

Alt Tema 1.1: Tercih Edilen Dijital Platformlar

Ebeveynlerin büyük çoğunluğu çocuklarının YouTube Kids üzerinden çizgi film izlediğini belirtmiştir.

E2: “İzin veriyoruz yani bu dönemde izin vermemek zaten imkansız. YouTube Kids’i kullanıyor kendisi.”

E13: “Evet genelde şu anda YouTube izliyor.”

Alt Tema 1.2: İçerik Seçiminde Ebeveyn Kontrolü

Bazı ebeveynler içerik denetimini sağladıklarını belirtmiştir.

E1: “YouTube Kids’i içeriği kendimiz seçtiğimiz için kullanıyoruz. İçeriğini zaman süresini belirlediğimiz kendimiz belirlediğimiz için bizim için daha yararlı oluyor.”

E3: “Çocuklara yönelik içeriklerinin olduğu, anne ve babanın onayı dışında görseller videolar olmadığı için bunu tamamen biz belirlediğimiz için YouTube Kids’i daha öncelikli olarak tercih ediyoruz.”

Tema 2: YouTube Kids'in Yemek Yeme Davranışına Etkisi

Alt Tema 2.1: Yeme Davranışında Kolaylaştırıcı Etki

E10: “Tabi daha çok yiyor, istemediği şeyleri azda olsa yiyor.”

E2: “Bazen yemek yemek istemediği zaman bu şekilde çizgi film ile kandırıp yemek yedirebiliyoruz bu noktada destekleyici.”

Alt Tema 2.2: Alışkanlık ve Bağımlılık Endişesi

Bazı ebeveynler bu yöntemin bir alışkanlığa dönüştüğünü ve uzun vadede sakıncalı olabileceğini vurgulamıştır.

E4: “Yemiyor. Yemeği bırak televizyona, tablete veya telefona kitleniyor. Yemek yemesi ağırlaşıyor.”

E3: “Bazen “telefon verin video izleyerek yemek istiyorum” diyor, tabi her zaman olmamak kaydıyla arada bunu tolere ediyoruz.”

Tema 3: Ebeveyn Tutumları ve Müdahaleleri

Alt Tema 3.1: Zaman Kısıtlaması Uygulayan Ebeveynler

Birçok ebeveyn, YouTube Kids'i yemek saatlerinde bilinçli ve sınırlı şekilde kullandıklarını dile getirmiştir.

E8: “Evet, var günde 1 saat. Genelde yemek saatlerinde izlemek istiyor, bazen vermiyoruz bazen de veriyoruz.”

E1: “Kısıtlamamız var genellikle yemek yemediği zamanlarda mecbur kaldığımız zamanlarda.”

Alt Tema 3.2: İçerik İzlemeyi Yasaklayanlar

Bazı ebeveynler, yemek sırasında hiçbir ekran kullanımına izin vermediklerini belirtmiştir.

E5: “Günde 1 saat izliyor, yemek yerken izlemiyor.”

E13: “Yemek saatlerinde izleme yok sadece boş zamanlarında kitap okuma sürecinden sonra.”

Tema 4: Beslenme Alışkanlıkları ve Yeme Davranışları

Alt Tema 4.1: Sebze Reddi ve Seçici Yeme

Ebeveynlerin çoğu çocuklarının sebze yemeği sevmediğini ifade etmiştir.

E6: “Yeşillik olarak yiyecekleri çok sevmiyor ama köfte, mantı, karnıyarık gibi patlıcan yemeklerini seviyor.”

E5: “Sebzeleri sevmiyor genelde. Makarna, çorba tarzı şeyleri daha çok seviyor.”

Alt Tema 4.2: Ebeveynin İkna Yöntemleri

Yemeği reddeden çocuklara karşı ikna edici tutumlar sergilendiği gözlemlenmiştir.

E6: “Yemek vakti geldiğinde yemeğini yemezse telefon ve televizyon gibi araçları kullanıyorum.”

E9: “Renkli tabaklar kullanıyorum.”

Tablo1: Tema Tablosu

Tema	Alt Tema	YouTube Kids Kullanımı
YouTube Kids Kullanım Alışkanlıkları	Tercih Edilen Platformlar	“Evet genelde şu anda YouTube izliyor.” (E13)
	Ebeveyn Kontrolü	“İçeriğini zaman süresini belirlediğimiz kendimiz belirlediğimiz için bizim için daha yararlı oluyor.” (E1)
YouTube Kids’in Yeme Davranışına Etkisi	Kolaylaştırıcı Etki	“Tabi daha çok yiyor, istemediği şeyleri azda olsa yiyor.” (E10)
	Alışkanlık Kaygısı	“Yemiyor. Yemeği bırak televizyona, tablete veya telefona kitleniyor. Yemek yemesi ağırlaşıyor.” (E4)
Ebeveyn Tutumları Kadın	Zaman Kısıtlaması	“Evet, var günde 1 saat.” (E8)
	Ekranı Yasaklayanlar	“Günde 1 saat izliyor, yemek yerken izlemiyor.” (E5)
Beslenme Alışkanlıkları	Sebze Reddi	“Yeşillik olarak yiyecekleri çok sevmiyor ama köfte, mantı, karnıyarık gibi patlıcan yemeklerini seviyor.” (E6)
	İkna Yöntemleri	“Renkli tabaklar kullanıyorum.” (E9)

Araştırmaya katılan ebeveynlerin 7’sinin kadın, 7’sinin erkek olduğu görülmektedir. Bu 14 kişiden 6’sı çocukları için YouTube Kids kullanmadığını belirtmiştir. Görüşmenin gerçekleştiği katılımcıların 1’i yüksek lisans, 4’ü lisans, 4’ü ön lisans, 5’i ise lise mezuniyet derecesine sahiptir.

3-5 yaş arası çocuğu olan ebeveynler ile yapılan derinlemesine görüşme sonucunda YouTube Kids içeriklerinin çocuklarının yemek yemelerini sağlamasında etkili olduğu görülmüştür. 3-5 yaş arası çocukların ebeveynleri ile gerçekleştirilen derinlemesine görüşme neticesinde; çocuğun yemek yeme sürecinde Youtube Kids izlemesi çocukların, yemeği daha iyi yemesini sağladığı sonucunda ulaşılmıştır. Ancak YouTube Kids kullanan ebeveynler yemek yeme saatlerinde uygulamanın kullanımı ile ilgili çocuklarına zaman kısıtlaması uyguladığı ve yemek saatlerinde içerik izletmemeye dikkat ettikleri görülmüştür.

Gözlemler sonucunda, YouTube Kids içeriklerinin yemek yeme sürecine entegre edilmesinin, bazı çocukların yemek yeme davranışlarını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Katılımcı ebeveynlerin büyük çoğunluğu, çocuklarının YouTube Kids içerikleri izledikleri sırada yemek yeme konusunda daha istekli olduklarını ve öğünlerini daha kolay tamamladıklarını ifade etmiştir. Örneğin, bir katılımcı bu durumu şu sözlerle aktarmıştır: “*Yemek yemesini olumlu açıdan etkiliyor ama ben bilinçsizce yediğini düşünüyorum. Bu bir alışkanlık oluyor sürekli onu izlerse yemek yiyor.*” (E10). Bir diğer katılımcı ise “*İzlediği sürede daha güzel yemek yiyebiliyor.*” (E11) diyerek benzer bir durumu vurgulamıştır. Bu bulgular, dijital içeriklerin çocukların dikkatini dağıtarak yemek yeme davranışını sürdürmelerine yardımcı olabildiğini göstermektedir. Nitekim Karakuş ve Demirtaş (2022) ile Özdemir ve Bayraktar (2023) tarafından yapılan araştırmalarda da, dijital medya içeriklerinin okul öncesi çocuklarda dışsal motivasyon kaynağı olarak işlev gördüğü ve bazı davranışların sürdürülmesinde destekleyici rol oynadığı belirtilmiştir.

Çocukların Beslenme Alışkanlıkları ve Ebeveyn Tutumları:

Çocukların yeme ve beslenme davranışlarında tüm gelişim alanlarında olduğu gibi ebeveynlerin etkisi de büyük bir yere sahiptir. Bu nedenle çocuk ve ebeveyn odağında aile için yeme ve beslenme davranışlarının incelenmesi bu alanda yapılacak olan müdahale çalışmaları için önemlidir.

Bu kapsamda yapılmış lisansüstü çalışmaları inceleyen çalışma sonuçlarına göre; bu konu en fazla yüksek lisans tezlerinde ele alınmış olup konunun en fazla Sağlık Bilimleri Enstitülerinde ve Beslenme ve Diyetetik anabilim dalında ele alındığı görülmüştür. Ayrıca çalışmaların büyük bir çoğunluğunda okul öncesi dönem çocukları hedef kitesindedir (Bayhan, 2021, s. 83-84)

Araştırma kapsamında ise 14 ebeveynle gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda 8 çocuğun kendisinin yemeği yediği sonucuna ulaşılmıştır. Yemeğe ailecek oturmanın aile kavramı ve yemek kültürü açısından önemli olduğu gözlemlenmiştir.

Çocukların genel olarak sebze yemeği sevmediği sonucuna varılmıştır. Ebeveynler yemek saatlerinde çocuklarına yemek saatinin geldiğini ifade ettiklerini belirtmişlerdir. Çocuğun yemeği reddetmesi durumunda ise ikna edici davranışlar sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Dijital Medya Tercihleri:

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda ebeveynlerin çocuklarının çizgi film izlemesine izin verdiği sonucuna varılmış, en çok tercih edilen platformun ise YouTube Kids olduğu anlaşılmıştır.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu araştırma, dijital medyanın çocuk gelişimi üzerindeki etkilerini inceleyerek özellikle YouTube Kids platformunun okul öncesi çocukların yeme davranışları üzerindeki etkilerini anlamayı amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak, 3-5 yaş arası çocukların ebeveynleriyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler aracılığıyla ailelerin deneyim ve gözlemleri analiz edilmiştir.

Elde edilen bulgular, dijital medyanın yalnızca eğlence aracı değil, aynı zamanda çocukların model alma ve davranış geliştirme süreçlerinde etkili bir sosyal öğrenme kaynağı olduğunu göstermektedir. Yemek yeme davranışı gibi temel alışkanlıkların, çocukların izlediği içerikler doğrultusunda şekillenebildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu, Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı ile de örtüşmektedir (Bandura, 1986). Aynı zamanda Bakırcı ve Çetingöz'ün (Bakırcı & Çetingöz, 2025, s. 169) okul öncesi çocukların ekran kullanımı ile sosyal becerileri arasındaki ilişkiye dair bulguları da benzer şekilde çocukların izleyerek öğrenme süreçlerinin, sosyal etkileşim ve davranış düzenleme açısından önemli olduğunu göstermektedir.

Görüşmeler sonucunda, ebeveynlerin büyük bir kısmı (8 ebeveyn den 6'sı) çocuklarının yemek sürecinde YouTube Kids izlediğinde daha kolay yemek yediklerini ve normalde yemeyi reddettikleri bazı yiyecekleri tüketmeye başladıklarını ifade eden cümleler kullanmıştır. Bu sonuç, Bakırcı ve Çetingöz'ün (2025) bulgularıyla da uyumludur; onların çalışmasında da dijital içeriklerin çocuklarda olumlu davranış pekiştirme aracı olarak kullanıldığı belirtilmiştir.

Ayrıca, çocuklarının yemek yerken YouTube Kids izlemesine izin veren ebeveynlerin bir kısmı (6 ebeveyn) zaman sınırlamaları uyguladıklarını belirtmiştir. Ebeveynler bu noktada platformun sunduğu ebeveyn denetimi özelliklerini önemsediklerini ve bu sayede istenmeyen içeriklerden korunduklarını ifade etmişlerdir.

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle çalışma İstanbul'da yaşayan 3-5 yaş arası çocuğa sahip 13 ve Kocaeli'nde yaşan 1 ebeveyn ile gerçekleştirilmiş ve bu örneklem daha geniş toplulukları temsil etme konusunda kısıtlı kalmıştır. Ayrıca veri toplama yöntemi olarak sadece nitel yöntem kullanılması, bulguların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Teorik sınırlılık olarak, yalnızca Sosyal Öğrenme Kuramı temel alınmış, diğer gelişimsel kuramlarla karşılaştırma yapılmamıştır. Yöntemsel sınırlılık ise, veri toplama sürecinde zaman ve mekan uygun olmamasından dolayı bazı görüşmelerin telefon ile yapılmasıdır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, ileride yapılacak araştırmalara çeşitli açılardan yol gösterebilir. Öncelikle, yaş gruplarını üzerinde yapılacak araştırmalar yerine, çocukların dijital medya kullanımının sosyal hayattaki davranışlarını nasıl etkilediğine odaklanan araştırma soruları geliştirilmelidir. Özellikle çocukların sosyal öğrenme kuramı perspektifinde dijital içerikleri izleyerek sergiledikleri davranışları hangi koşullarda daha fazla kullandıklarını, hangi türden içeriklerin davranışlarındaki değişimini daha fazla etkilediği gibi konulara yönelik derinlemesine analizler yapılması önerilmektedir.

Bu kapsamda, ileride yapılacak araştırmalarda şu gibi somut araştırma soruları ve hipotezler geliştirilebilir:

- ❖ “Yemek yeme sırasında dijital içerik izleyen çocukların yemek süresi, izlemeyenlere göre anlamlı ölçüde daha kısadır.”
- ❖ “YouTube Kids içerikleri izleyen çocukların, yeni besinleri tüketme konusunda daha isteklidir.”
- ❖ “Ebeveyn kontrol ayarlarını aktif kullanan ebeveynlerin çocuklarında yemek yeme eylemi sırasında ekran bağımlılığı düzeyi daha düşüktür.”

Yukarıda yer alan hipotezler hem nicel araştırmalara zemin hazırlama hem de dijital medya ve çocuk gelişimi alanında uygulamaya dönük çalışmaların geliştirilmesine katkı sunacak niteliktedir. Ayrıca, dijital içerik üreticileri ve dijital uygulama geliştiriciler için, pedagojik içeriklerin artırılması ve yaş grubu odaklı tasarım süreçlerinin geliştirilmesi önerilmektedir. Eğitimciler ve ebeveynler için medya okuryazarlığı eğitimleri, çocukların ekranla etkileşimlerini daha sağlıklı yönetebilmelerine katkı sağlayabilir.

Bulgular, dijital medyanın okul öncesi çocukların yeme davranışları üzerindeki etkilerinin yalnızca olumsuz değil, aynı zamanda olumlu potansiyellere sahip olabileceğini göstermektedir. Özellikle YouTube Kids gibi platformlar, çocukların model alma ve davranış geliştirme süreçlerinde sosyal öğrenme aracı olarak işlev görebilmektedir. Bununla birlikte, bu etkinin sürdürülebilir ve sağlıklı olabilmesi, ebeveynlerin aktif denetimi, zaman sınırlamaları ve içerik filtreleme gibi stratejileri bilinçli şekilde uygulamasına bağlıdır. Ayrıca, dijital içeriklerin pedagojik açıdan zenginleştirilmesi, yaş grubu odaklı tasarım ve davranışsal hedeflerle uyumlu içerik geliştirilmesi, çocukların hem olumlu davranışlar kazanmasını hem de ekran kullanımının olası risklerinden korunmasını destekleyebilir. Bununla birlikte, mevcut çalışmanın sınırlı örneklem ve yalnızca nitel veri toplama yöntemi kullanılması, bulguların genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Gelecek araştırmalarda daha geniş ve çeşitli örneklemle, farklı sosyo-kültürel bağlamlar ve hem nitel hem nicel yöntemlerin bir arada kullanımı, dijital medya kullanımının çocukların sosyal, bilişsel ve davranışsal gelişimi üzerindeki etkilerini daha kapsamlı biçimde ortaya koyacaktır. Bu bağlamda, çalışmanın sonuçları hem akademik araştırmalara hem de dijital içerik tasarımına, ebeveyn rehberliğine ve medya okuryazarlığı uygulamalarına ışık tutabilecek niteliktedir.

KAYNAKÇA

- (2024). 10 23, 2024 tarihinde YouTube Kids: <https://kids.youtube.com> adresinden alındı
- (2024, 07 08). 11 26, 2024 tarihinde statista: <https://www.statista.com/statistics/1240228/leading-youtube-channels-made-for-kids-worldwide-by-subscribers/> adresinden alındı
- (2024, 09 20). 11 15, 2024 tarihinde AIR Media-Tech: <https://air.io/en/youtube-hacks/most-subscribed-youtube-kids-channels> adresinden alındı
- Akkuş, S., Yılmaz, Y., Şahinöz, A., & Sucaklı, İ. (2015). 3-60 Ay Arası Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi. Uluslararası Katılımlı III. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongresi “Erken Müdahale”, (s. 351-360). Ankara.
- Atalay, G. E. (2019). Sosyal Medya ve Çocuk: “Babishko Family Fun TV” İsimli Youtube Kanalının Eleştirel Bir Analizi. Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu (s. 179-202). Erciyes İletişim Dergisi .
- Bahar, B. (2019). Sosyal Öğrenme Kuramı ve Sosyal Değişim Kuramı Perspektifinden Etik Liderlik. Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, 237-242.
- Bakırcı, D., & Çetinöz, D. (2025). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Dijital Medya Ekranını Problemli Kullanımları ve Sosyal Becerilerinin İncelenmesi. Yaşadıkça Eğitim, 39(1), 162-177.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. Media Psychology, 3(3), 265-299.
- Bayhan, P. D. (2021). Çocukların Yeme Davranışlarında Ebeveynlerin Etkisini Ele Alan Lisansüstü Çalışmaların İncelenmesi. Çocuk ve Gelişim Dergisi, 4(8), 74-87.
- Bayrakçı, M. (2007). SOSYAL ÖĞRENME KURAMI VE EĞİTİMDE UYGULANMASI . SAÜ EĞİTİM FAKÜLTESİ DERGİSİ 14, 198-210.
- Bayrakçı, M. (2007). SOSYAL ÖĞRENME KURAMI VE EĞİTİMDE UYGULANMASI . SAÜ EĞİTİM FAKÜLTESİ DERGİSİ 14, 198-210.
- Bekar, P., & Efe, E. (2024). Çocukların Ekran Bağımlılığı ile Yeme Davranışı Arasındaki İlişki: Tanımlayıcı ve Kesitsel Bir Çalışma. Fenerbahçe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 123-133.
- Bilim ve Tekno. (2018, 10 14). 11 20, 2024 tarihinde Dijital yerli Nedir: <https://www.bilimvetekno.com/dijital-yerli-nedir> adresinden alındı
- Binark, M. (2014). Dijital Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri. M. Binark içinde, Dijital Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri, (Der.) (s. 15). İstanbul: Ayrıntı.
- Çaycı, A. E. (2019). A. E. Çaycı içinde, KÜRESELLEŞEN YEMEK KÜLTÜRÜNÜN (s. 153). İstanbul.
- Çobaner, A. A. (2019). Dijital Medyada Çocuklara Yönelik Yiyecek ve İçecek Pazarlaması: Facebook Örneği. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 287-306.
- Çocuk Koruma Kanunu. (2005, 07 15). 2024 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/07/20050715.htm> adresinden alındı
- Çubukçu, Z., & Gündoğdu, S. (2022). Çocukların dijital medya ile etkileşiminde sosyal öğrenme. Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 9(2), 157-170.
- Demirok, G. (2012, 10 9). sosyalmedya.co. 11 20, 2024 tarihinde Türk Gençlerinin 3'te 2'si Bilgisayarların Kendilerini Sosyalleştirdiğini Düşünüyor [Araştırma]: <https://sosyalmedya.co/intel-genc-turkiye-arastirmasi/> adresinden alındı

- Dursun, Z. (2022). Dijital Çocuk Platformları Üzerine Bir İnceleme: Youtube Kids ve Okidokido Örneği. . Uluslararası İletişim Günleri / Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu, 331.
- Erol, A. (2024). Modernleşme Sürecinde Dijital Medyanın Aile Üzerindeki Etkileri . Kaide Dergisi , 1-30.
- Gemius Global. (2022, 02 04). 10 11, 2024 tarihinde Gemius Turkey: <https://www.gemius.com.tr/974/youtube-kidsin-5-aylik-karnesi> adresinden alındı
- Gününç, S. (2011). Dijital Yerlilerde Çalışan Bellek ve Çoklu Görev. 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, 2224 Eylül, Fırat Üniversitesi. Elazığ.
- Gür-Erdoğan, D., & Aral, N. (2021). Okul Öncesi Dönemde Dijital Medya Kullanımı ve Etkileri. Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi, 180-195.
- Hobbs, R. (2010). Digital and Media Literacy: A Plan of Action, The Aspen Institute Washington. Washington.
- İlhan, E., & Aydoğdu, E. (2015). MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİ VE YENİ MEDYA ALGISINA ETKİSİ. Erciyes İletişim Dergisi “akademia”, 52-68.
- Joy Holloway, D., Green, L., & Stevenson, K. (2015). Toddlers, Touch Screens and Australian Family Life. A Journal of Media and Culture, 18. <https://doi.org/10.5204/mcj.1024> adresinden alındı
- Jusienė, R., Urbonas, V., Laurinaitytė, I., Rakickienė, L., Breidokienė, R., Kuzminskaitė, M., & Praninskienė, R. (2019). Screen Use During Meals Among Young Children: Exploration of Associated Variables. first_pagesettingsOrder Article Reprints.
- Kamaleddine, A., Antar, H., Abou Ali, B., Hammoudi, S., Lee, J., Lee, T., . . . Salameh, P. (2022). Effect of Screen Time on Physical and Mental Health and Eating Habits During COVID-19 Lockdown in Lebanon. Psychiatry Investig, 220-228.
- Karakaya, A., & Yalçın, F. (2022). Erken çocuklukta medya kullanımı ve gelişimsel etkiler. Çocuk Gelişimi Dergisi, 8(1), 36-47.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal Bilim Araştırmalarında Paradigma Değişimi: Nitel Yaklaşımın Yükselişi. Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi 1 (1), 68-86.
- Kızıldaş, E., & Ertör, E. (2018). OKUL ÖNCESİ EĞİTİM ALAN ÇOCUKLARIN AKILLI TELEFON KULLANIMI İLE İLGİLİ AİLE GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ. Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi, 1-18.
- Koç, Ç., & Karaman, N. (2024). Tüketim Kültürü Perspektifinden Youtube Kids'in İncelenmesi. Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi, 6(1), 176-194.
- Koltay, T. (2011). T. Koltay içinde, The Media and The Literacy: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy , Media Culture Society (s. 211).
- Lauricella, Wartella, & Rideout . (2015). Young children's screen time: The complex role of parent and child factors. Journal of Applied Developmental Psychology, 11-17.
- Lim, S. S. (2018). Transcendent Parenting in Digitally Connected Families When the Technological Meets the Social. 31-39.
- Linebarger, D., & Piotrowski, J. (2009). TV as storyteller: how exposure to television narratives impacts at-risk preschoolers' story knowledge and narrative skills. British Journal Of Developmental, 47-69.
- McLeod, S. (2024). Social learning theory: <https://www.simplypsychology.org/bandura.html> adresinden alındı
- McLeod, S. (2024, 02 01). 12 15, 2024 tarihinde Social learning theory: <https://www.simplypsychology.org/bandura.html> adresinden alındı

- Mearns, J. (2000-2021, 12 15). The Social Learning Theory of Julian B. Rotter: <https://psych.fullerton.edu/jmearns/rotter.htm> adresinden alındı
- Özaydın Aydoğdu, Y., Somyürek, S., & Yıldız Durak, H. (2024). Mobil Dijital Ebeveynlik veriminin Katılım, İşlevsellik, Estetik ve Bilgi Boyutlarının Değerlendirilmesi. Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, 1069.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, 9(5), 1-6.
- Seferoğlu, S., & Bilgiç, H. (2011). Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrimiçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri. Akademik Bilişim Konferans Bildirileri, (s. 257-263). Malatya.
- Sönmez, B. S. (2019). Okul Öncesi Çocukların Yemek Yeme Davranışları ve Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Nevşehir.
- Şahin, S., Şahin, E., Öz, N., Atav, P., & Kıvanç, R. (2019). Pediatrik Yeme veya Yutma Bozukluğu ve Beslenme Alışkanlığında Aile Rolünün Etkisinin Meta-Analiz Yöntemiyle İncelenmesi. H.Ü. Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi, 200-214.
- TDK. (2024, 23 01). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. 11 03, 2024 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- TÜİK. (2024, 10 24). 11 28, 2024 tarihinde Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2024: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2024-53638> adresinden alındı
- Uslu, F., & Demir, E. (2023). Nitel Bir Veri Toplama Tekniği: Derinlemesine Görüşme. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 289-299.
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. Sosyal Bilimler Dergisi, 188-201.
- Ünlü, D. G. (2020). Dijital Ebeveynlik ve Mobil Uygulamalar: Dijital Ebeveynlerin Mobil Uygulama Kullanım Pratiklerinin İncelenmesi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi , 50.
- Wasson, B., & Vold, V. (2012). Leveraging new media skills in a peer feedback tool. The Internet and Higher Education. V. V. Barbara Wasson içinde, Leveraging new media skills in a peer feedback tool. The Internet and Higher Education (s. 255-264).
- World Health Organization. (2014). Health for the world's adolescents: A second chance in the second decade. World Health Organization.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). H. Ş. Ali Yıldırım içinde, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, A., & Kara, M. (2021). Sosyal öğrenme kuramı ve eğitimdeki uygulamaları. Kuramdan Uygulamaya Eğitim Bilimleri, 110-120.
- Yılmaz, D., & Güney, R. (2021). Medyanın Çocuklar Üzerindeki Etkileri ve Kullanımına İlişkin Öneriler. Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi, 486-494.

EKLER

EK 1: Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme Soruları

1. Çocuğunuzun yaşı nedir?
2. Çocuğunuzun bilinen bir sağlık problemi veya rahatsızlığı var mı?
3. Çocuğunuz şu anda okula devam ediyor mu?
4. Evde çekirdek aileniz dışında sizinle birlikte yaşayan başka biri var mı?
5. Çocuğunuzun kendi odası var mı?
6. Çocuğunuz yemeklerini kendisi mi yiyor, yoksa siz mi yediriyorsunuz? Eğer siz yediriyorsanız, bu tercihinizin arkasındaki sebepler nelerdir?
7. Yemeğe ailecek oturmak sizin için önemli midir? Neden önemli olduğunu ayrıntılı bir biçimde açıkla mısınız?
8. Çocuğunuzun sevdiği ve sevmediği yiyecekler nelerdir?
9. Yemek saatlerinde çocuğunuzla nasıl bir iletişim kuruyorsunuz? Çocuğunuzun ilgisini çekmek için herhangi bir yöntem kullanıyor musunuz (örneğin, renkli tabaklar veya oyuncaklar)?
10. Yemek yeme sürecinde karşılaştığınız zorluklar nelerdir? Bu zorluklarla nasıl başa çıkıyorsunuz?
11. Çocuğunuzun tablet, televizyon veya telefon aracılığıyla çizgi film izlemesine izin veriyor musunuz? Hangi platformları tercih ediyorsunuz (YouTube, Disney, Netflix, vb.)?
12. YouTube Kids hakkında bilgi sahibi misiniz? Bu platformu diğer dijital platformlara tercih etmenizin sebepleri nelerdir?
13. Eğer YouTube Kids'i tercih etmiyorsanız, bunun sebepleri neler olabilir?
14. YouTube Kids hakkında ne kadar bilgi sahibisiniz? Detaylandırır mısınız?
15. YouTube Kids'i ne sıklıkla kullanıyorsunuz?
16. Çocuğunuz yemek yerken genellikle neler yapar? YouTube Kids veya oyun oynama gibi alışkanlıklarının nasıl başladığını açıkla mısınız?
17. Çocuğunuz YouTube Kids izliyorsa, izlediği veya takip ettiği özel bir kanal var mı? Bu kanalın özelliklerini detaylandırır mısınız?
18. Çocuğunuzun YouTube Kids izlemesi yemek yeme alışkanlıklarını nasıl etkiliyor?
19. Çocuğunuzun YouTube Kids izlemesi, yemeyeceği bir yiyeceği yemesine neden oluyor mu?
20. Yemek yeme sürecinde çocuğunuzun ilgisini çeken içerik türleri nelerdir?
21. Evde YouTube Kids izleme konusunda belirlediğiniz bir zaman kuralı veya kısıtlama var mı? Eğer varsa, yemek saatlerinde bu kuralları nasıl uyguluyorsunuz?
22. YouTube Kids izlemenin çocuğunuzun yemek yeme sürecine kısa ve uzun vadede etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 29.11.2024
Kurul Karar No: 11-27

EK 2: Demografik Bilgi Formu

DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

- Yaşınız*
18-24 () 25-34 () 35-44 () 45-54 () 55-64 () 65 ve üstü ()
- Cinsiyetiniz?
Kadın () Erkek ()
- Medeni Durumunuz?
Bekar () Evli () Dul () Diğer ()
- Eğitim Durumunuz?
() Lise ve altı
() Önlisans
() Lisans
() Yüksek Lisans
() Doktora
- Çocuğunuz var mı?
Evet () Hayır ()
- Evet ise kaç tane?
Bir () İki () Üç () Dört () Beş () Daha fazla ()
- Çocuklarınız dışında evde bakmakla yükümlü olduğunuz biri var mı?
Evet () Hayır ()
- Şu anda çalıştığınız düzenli bir işiniz var mı?
Evet () Hayır ()
- Kaç yıldır çalışmaktasınız?
1 yıldan az () 1-5 yıl arası () 5-10 yıl arası () 11 yıl ve üzeri ()
- Çalışma şekliniz nedir?
Tamamen yüz yüze çalışmaktayım () Tamamen çevrimiçi çalışmaktayım ()
Bazen yüz yüze bazen çevrimiçi çalışmaktayım (Hibrit çalışma modeli) ()
- Hangi çalışma düzenini tercih ederdiniz?
Tamamen yüz yüze çalışmak () Tamamen çevrimiçi çalışmak ()
Bazen yüz yüze bazen çevrimiçi çalışmak (Hibrit çalışma modeli) ()
- Günde kaç saat çalışmaktasınız?
1-4 saat () 4-6 saat () 6-8 saat () 8-10 saat () 10 saat ve üzeri ()
- Hangi sektörde çalışmaktasınız?
Özel sektör () Kamu sektörü () Diğer () :
- Aylık geliriniz nedir?
1 – 17.002 TL () 17.003-35.000 TL () 35.001-50.000 TL () More than 50.001 TL ()

*18 yaşından küçük olan katılımcılara anket vb. uygulamak istiyorsanız; “Veli Onam Formunu” çalışmanıza eklemeniz gerekmektedir.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
ETİK KURUL ONAYI ALMIŞTIR
Kurul Tarihi: 29.11.2024
Kurul Karar No: 11-27