

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI**

**ALFA KUŞAĞININ YENİ MEDYA KULLANIMINDA YENİ NESİL
BABALARIN ROLÜ**

Feyza YONTAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Kadriye KOBAK

TEMMUZ - 2025

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ALFA KUŞAĞININ YENİ MEDYA KULLANIMINDA
YENİ NESİL BABALARIN ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Feyza YONTAR

Enstitü Anabilim Dalı: Kültürel Çalışmalar

“Bu tez 31/07/2025 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan
jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Prof. Dr. Ahmet ESKİCUMALI	Başarılı
Doç. Dr. Kadriye KOBAK	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi. Ömer Faruk ÖZGÜR	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Feyza YONTAR

31/07/2025

ÖN SÖZ

Bilimle meşgul olmayı hayatın en kıymetli uğraşlarından birisi olarak gören; düşünsel gelişimime yön veren, yolumu aydınlatan ve beni daima hakikatin peşinden gitmeye teşvik eden **Hayat Işığım** bilgi ve birikimiyle bana ilham olduğu için en samimi teşekkürlerimi sunarım. Her an yanımda olan canım eşim **Selim'e**, sevgileriyle beni daima destekleyen **güzel kızlarım Mihrimah ve Saide Bihter'e**; akademik süreç boyunca bana sabır, anlayış ve destek gösteren sevgili **anneme ve babama** içten teşekkür ederim. Onların varlığı, zorlu çalışma dönemlerini aşmamda en büyük güç kaynağım oldu. Tez sürecinde fikirleriyle yol gösteren, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen kıymetli danışmanım **Doç. Dr. Kadriye Kobak** hocama; tez sürecimin her aşamasında akademik ve manevi olarak yanımda olan tüm hocalarıma ve bana katkıda bulunan herkese teşekkür ederim.

Bu çalışmada, yeni nesil babaların Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanımına etkilerini kültürel çalışmalar perspektifinden incelemeyi amaçladım. Dijital çağda aile içi etkileşimlerin değişimi ve babalık rollerinin dönüşümü üzerine yaptığım bu araştırmanın, alana katkı sunmasını diliyorum.

Feyza YONTAR

31/07/2025

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE	7
1.1. Çocukların Gelişim Dönemleri ve Yeni Medya İle İlişkileri.....	8
1.1.1. Bebeklik Dönemi Gelişim Sürecinde Yeni Medya Kullanımı.....	9
1.1.2. Okul Öncesi Gelişim Sürecinde Yeni Medya Kullanımı.....	14
1.1.3. Okul Dönemi Gelişim Sürecinde Yeni Medya Kullanımı	19
1.2. Alfa Kuşağı ve Yeni Medya.....	25
1.2.1. Alfa Kuşağının Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları.....	26
1.2.2. Aile İçi İlişkilerin Şekillenmesinde Yeni Medyanın Rolü	28
1.3. Çalışmada Kullanılan İletişim Kuramları.....	28
1.3.1. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı (Uses and Gratifications Theory)	28
1.3.2. Kültürel Çalışmalar Yaklaşımı.....	30
1.3.3. Medyatik Ebeveynlik.....	31
1.3.4. Kuramsal Yaklaşımların Karşılaştırmalı Analizi: Alfa Kuşağı ve Yeni Nesil Babaların Yeni Medya ile Etkileşiminde Kuramların Birleşik Okuması	32
1.4. Yeni Nesil Babalar ve Değişen Roller	33
1.4.1. Yeni Nesil Babaların Çocuk Yetiştirme Pratikleri ve Yaklaşımları	36
1.4.2. Kültürel Çalışmalar Perspektifinden Babalık Rollerinin Dönüşümü	37
1.4.3. Yeni Nesil Babalar ve Yeni Medya Tutumları	39
1.5. Yeni Nesil Babaların Alfa Kuşağının Yeni Medya Kullanımına Yansımaları	39
1.5.1. Erişim ve Kullanım Becerilerinin Geliştirilmesi	40
1.5.2. Alfa Kuşağı Çocuklarının Yeni Medya Kullanımında Üretici ve Paylaşımçı Eğilimlerinin Desteklenmesi	41
1.6. Kültürel Çalışmalar Perspektifinden Aile ve Yeni Medya Kullanımı	43
1.6.1. Kültürel Çalışmalar Yaklaşımı ve Temel Kavramları.....	44

1.6.2. Aile Kurumu ve Yeni Medya İlişkisinin Kültürel Çalışmalar Bağlamında İncelenmesi.....	45
2. BÖLÜM: YÖNTEM.....	46
2.1. Araştırma Yaklaşımı	46
2.2. Örneklem Seçimi ve Katılımcılar	47
2.3. Veri Toplama Yöntemleri.....	48
2.4. Veri Analizi Süreci.....	49
3. BÖLÜM: BULGULAR VE YORUMLAR.....	51
3.1. Demografik Bulgular.....	51
3.2. Babalık Rollerinin Dijital Çağda Yeniden Tanımlanması.....	52
3.3. Babaların Yeni Medya Kullanım Pratikleri	53
3.4. Ebeveyn-Çocuk Medya Etkileşiminde Aile İçi İletişim Biçimleri.....	54
3.5. Yeni Medya Kullanımına İlişkin Kaygılar ve Koruyucu Tutumlar	55
3.6. Kuşaklar Arası Yeni Medya Deneyimi Farklılıkları	57
3.7. Dijital Ebeveynlikte Eğitim, Sosyoekonomik Durum ve Yeni Medya Okuryazarlığı	58
3.8. Alfa Kuşağı Çocuklarda Yeni Medya Kullanımını.....	59
3.9. Yeni Nesil Babaların Alfa Kuşağı Çocukların Yeni Medya Kullanımındaki Rollerini	62
3.10. Babalık Rollerindeki Kültürel Değişimin Yansımaları.....	68
SONUÇ	74
KAYNAKÇA.....	79
EK	96
ÖZ GEÇMİŞ	100

KISALTMALAR

T.C. : Türkiye Cumhuriyeti

SAÜ : Sakarya Üniversitesi



TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcı Profilleri.....	52
---	----



ÖZET	
Başlık: Alfa Kuşağının Yeni Medya ile İlişkisinde Yeni Nesil Babaların Etkisi	
Yazar: Feyza YONTAR	
Danışman: Doç. Dr. Kadriye KOBAK	
Kabul Tarihi: 31/07/2025	Sayfa Sayısı: vi (ön kısım) + 95 (ana kısım) + 4 (ek)
Teknolojinin hızla gelişmesi ve yeni medya araçlarının günlük yaşama entegrasyonu, Alfa kuşağının medya kullanımı üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Alfa kuşağı, doğduklarından itibaren dijital dünyayla iç içe büyümekte ve medya kullanım alışkanlıkları, aile içi etkileşimlerle şekillenmektedir. Özellikle babaların, çocuklarının medya ile olan ilişkilerini yönlendirme ve denetleme süreçleri, kültürel çalışmalar açısından incelenmeye değer bir konu olarak öne çıkmaktadır. Çalışmada, amaçlı örneklem tekniğiyle seçilen on yeni nesil baba (Alfa kuşağı bireylerin babası) ile yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerle elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırmanın bulguları, yeni nesil babaların çocuklarının medya kullanım alışkanlıkları üzerinde önemli bir rolü olduğunu göstermektedir. Babaların teknolojiyle olan etkileşimleri, çocukların medya içeriklerini nasıl tükettiği ve nasıl değerlendirdiğinde belirleyici rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, babaların medya okuryazarlığı konusundaki tutumları, Alfa kuşağının dijital ortamlara yönelik eleştirel bakış açısını şekillendirmektedir. Sonuç olarak, yeni nesil babalar, çocuklarının medya ile ilişkilerinde yalnızca yönlendirici değil, aynı zamanda aktif bir katılımcı olarak yer almaktadır. Bu durum, kültürel aktarım süreçlerinde babaların rolünün önemini vurgulamakta ve Alfa kuşağının medya kullanımı üzerindeki etkisini anlamlandırmada yeni bir perspektif sunmaktadır.	
Anahtar Kelimeler: Alfa Kuşağı, Yeni Nesil Babalar, Yeni Medya, Kültürel Aktarım, Medya Okuryazarlığı	

ABSTRACT	
Title of Thesis: The Influence of New Generation Fathers on Generation Alpha's Relationship with New Media	
Author of Thesis: Feyza YONTAR	
Supervisor: Assoc. Prof. Kadriye KOBAK	
Accepted Date: 31/07/2025	Number of Pages: vi (pre text) + 95 (main body) + 4 (add)
The rapid development of technology and the integration of new media tools into daily life have significantly impacted Generation Alpha's media consumption. Generation Alpha grows up immersed in the digital world, and their media usage habits are shaped by interactions within the family. Particularly, the influence of fathers in guiding and supervising their children's relationship with media is an important subject of study in cultural studies. This study aims to examine the effects of new-generation fathers on Generation Alpha's media consumption from a cultural studies perspective. The research investigates how fathers shape their children's media habits, promote media literacy, and provide guidance in technology use. Through in-depth interviews conducted with fathers of Generation Alpha individuals selected using purposive sampling, the study evaluates findings obtained from these interactions. The research findings indicate that new-generation fathers directly influence their children's media usage habits. Fathers' engagement with technology plays a determining role in how children consume and interpret media content. Furthermore, fathers' attitudes toward media literacy help shape Generation Alpha's critical perspective on digital environments. In conclusion, new-generation fathers are not only guides but also active participants in their children's media interactions. This emphasizes the significance of fathers in the process of cultural transmission and provides a new perspective on understanding their impact on Generation Alpha's media consumption.	
Keywords: Generation Alpha, New-Generation Fathers, New Media, Cultural Transmission, Media Literacy	

GİRİŞ

Teknolojinin hızla gelişmesi ve yeni medya araçlarının gündelik yaşamın merkezine yerleşmesi, farklı kuşakların bu teknolojilerle kurduğu etkileşimi derinden etkilemektedir. Özellikle çocukluk dönemindeki bireylerin, dijital araçlar ve platformlarla kurdukları yakın ilişki, onların medya kullanım alışkanlıklarını, beklentilerini ve teknolojik yaklaşımlarını biçimlendirmektedir (Livingstone & Helsper, 2007; Holloway, Green & Livingstone, 2013). Günümüz dijital çağında, yeni medya araçları çocukların günlük yaşamlarında giderek daha fazla yer edinmekte; teknolojik dönüşüm, çocukların medya ile etkileşim biçimlerini hem bireysel hem de toplumsal düzeyde dönüştürmektedir (Chaudron, 2015).

Bu bağlamda, çocukların teknoloji kullanımında aile dinamiklerinin etkisi önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir. Özellikle babaların çocukların medya ile kurduğu ilişki üzerindeki rolü, toplumsal cinsiyet, otorite, bakım verme ve rol model olma gibi kavramlar çerçevesinde değerlendirilmesi gereken önemli bir konudur (Clark, 2011; Warren, 2001). Alfa kuşağının karakteristik özellikleri dikkate alındığında, babaların bu kuşak üzerindeki etkisinin nasıl şekillendiği ve bu etkinin yeni medya bağlamındaki yansımaları güncel bir tartışma alanı sunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Alfa kuşağının yeni medya ile kurduğu ilişkide babaların rolünü kültürel çalışmalar perspektifiyle incelemektir. Kültürel çalışmalar, bireylerin sosyal, ekonomik ve tarihsel bağlamlarının kimlik oluşumları ve davranış kalıpları üzerindeki etkilerini analiz eden disiplinler arası bir yaklaşım sunmaktadır (Hall, 1997; During, 2005). Bu çerçevede, çocukların medya kullanımına yön veren aile içi yapıların, özellikle de babaların, kültürel ve sosyoekonomik arka planları ile birlikte ele alınması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında, amaçlı örneklem tekniğiyle belirlenen Alfa kuşağı bireylerinin babalarıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş; elde edilen veriler, kültürel çalışmalar yaklaşımı doğrultusunda analiz edilmiştir. Bu analiz sürecinde, babaların çocuklarının yeni medya kullanımına yönelik tutumları, yönlendirme biçimleri ve medya ile ilgili ebeveynlik pratikleri sosyo-kültürel bağlamda değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında ayrıca, Alfa kuşağının teknoloji kullanım alışkanlıkları ve yeni medya araçlarına yönelik yaklaşımları irdelenmiş; bu kullanımın sosyal, bilişsel ve psikolojik

etkileri tartişılmıştır (Rideout, 2017; Ofcom, 2023). Son olarak, söz konusu kuşağın yeni medya ile kurduğu ilişkinin geleceğine dair eğilimler ve bu alandaki beklentiler analiz edilmiş; ulaşılan bulguların özellikle eğitimcilere yönelik yol gösterici nitelikte katkılar sunması hedeflenmiştir.

Araştırmanın Konusu

Günümüzde teknoloji ve dijital medyanın hızlı gelişimi, farklı kuşakların medya kullanım alışkanlıklarını, tutumlarını ve bu alanlara yönelik yaklaşımlarını önemli ölçüde dönüştürmektedir. Özellikle dijital çağın içine doğan ve dijital araçlarla erken yaşta tanışan Alfa kuşağı, medya ile kurdukları ilişki bakımından önceki kuşaklardan belirgin biçimde ayrışmaktadır (Holloway, Green & Livingstone, 2013; Livingstone & Blum-Ross, 2020). Alfa kuşağının yeni medya kullanımını erken yaşta benimsemesi, bu teknolojileri günlük yaşamlarının bir parçası haline getirmesi ve medya araçlarına yüksek düzeyde erişim sağlaması, onların dijital kimliklerini ve sosyal etkileşim biçimlerini de etkilemektedir (Chaudron, 2015).

Bu bağlamda, çocukların medya kullanımına ilişkin yapılan araştırmaların büyük bir kısmı, genellikle çocuk odaklı verilerle sınırlı kalmakta ve medya kullanımının aile içi ilişkilerle, özellikle ebeveyn rolleriyle olan etkileşimi çoğunlukla göz ardı edilmektedir (Clark, 2011; Wartella et al., 2014). Oysa ki çocukların medya kullanımına yön veren en önemli etmenlerden biri aile içi etkileşimdir ve bu süreçte babaların rolü, geleneksel ebeveynlik kalıplarından farklılaşarak daha katılımcı, yönlendirici ve eşlik edici biçimde yeniden şekillenmektedir (Dermott & Miller, 2015).

Son yıllarda babalık rolleri üzerine yapılan çalışmalar, çağdaş babaların sadece ekonomik sağlayıcı değil, aynı zamanda duygusal destek sunan, çocuklarının gündelik yaşamlarına aktif olarak katılan figürler haline geldiğini ortaya koymaktadır (Lamb, 2010; Miller, 2011). Bu dönüşüm, özellikle dijital medya kullanımında, babaların çocuklarının teknolojiyle ilişkisini biçimlendiren önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Babaların çocuklarının medya alışkanlıklarını izleme, yönlendirme ve eşlik etme biçimleri, çocukların medya ile kurduğu ilişkiyi hem içerik hem de süre açısından doğrudan etkileyebilmektedir (Nikken & Schols, 2015).

Dolayısıyla Alfa kuşağının yeni medya kullanımı bağlamında babaların rolünü incelemek, hem çağdaş babalık anlayışına ilişkin kültürel bir çözümleme sunmakta hem de kuşaklar

arası medya etkileşiminin aile içindeki dinamiklerini anlamak açısından önemli bir katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada, kültürel çalışmalar yaklaşımı doğrultusunda, babaların medya aracılığıyla çocuklarıyla kurdukları ilişki biçimleri, sosyo-kültürel bağlam içerisinde ele alınmakta ve Alfa kuşağının dijital dünyadaki konumlanışına dair bütüncül bir perspektif sunulmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu tez çalışmasının temel amacı, Alfa kuşağının yeni medya kullanımı üzerinde yeni nesil babaların rolünü kültürel çalışmalar bağlamında incelemektir. Günümüzde dijital teknolojilerin ve yeni medya platformlarının çocukların günlük yaşam deneyimleri üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. Özellikle Alfa kuşağı olarak adlandırılan, 2010 sonrası doğan çocukların medya tüketim alışkanlıkları ve etkileşim biçimleri, büyük ölçüde ailelerin yaklaşımları tarafından şekillenmektedir.

Bu bağlamda, çalışma, yeni nesil babaların Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesinde ve medya içeriklerinin eleştirel değerlendirilmesinde oynadıkları rolü incelemeyi hedeflemektedir. Ayrıca, değişen babalık rollerinin ve aile içi ilişkilerin, kültürel aktarım süreçlerinde yeni medyanın etkisiyle nasıl dönüştüğünü anlamak da çalışmanın önemli amaçlarından biridir.

Araştırmanın kapsamı, Sakarya'da yaşayan ve Alfa kuşağına mensup çocukları olan yeni nesil babalar ile sınırlandırılmıştır. Amaçlı örneklem tekniği kullanılarak seçilen katılımcılarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilerek ve elde edilen nitel veriler, betimsel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır.

Araştırmanın Önemi

Dijital medya platformlarının bireylerin günlük yaşam pratikleri üzerindeki etkisinin giderek arttığı günümüzde, çocukların bu ortamlarda maruz kaldıkları içeriklerin niteliği ve bu içeriklerle nasıl bir etkileşim kurdukları, toplumsal bir sorumluluk alanı haline gelmiştir. Özellikle Alfa kuşağı bireylerinin medya kullanım alışkanlıkları, yalnızca bireysel tercihler çerçevesinde değil; aynı zamanda aile içi yönlendirmeler, kültürel değer aktarımı ve ebeveynlik modelleri üzerinden de şekillenmektedir (Livingstone & Blum-Ross, 2020). Bu bağlamda, yeni nesil babaların çocuklarının dijital medya ile olan

ilişkilerindeki belirleyici rolü, çocuk gelişimi ve medya okuryazarlığı bağlamında incelenmesi gereken önemli bir değişkendir.

Çocukların medya tüketiminde ebeveyn denetimi ve rehberliği, sadece kullanım süresiyle sınırlı olmayıp; içerik seçimi, medya ile kurulan duygusal ve bilişsel ilişki ve dijital ortamlarda edinilen değerler açısından da kritik bir öneme sahiptir. Bu noktada, çağdaş babalık rollerinin dönüşümü, özellikle yeni medya ortamlarında çocuklara eşlik etme, yön verme ve rol model olma pratikleri bakımından yeniden değerlendirilmelidir (Lupton & Williamson, 2017). Çalışma bu yönüyle yalnızca akademik literatüre katkı sağlamayı değil; aynı zamanda eğitim politikaları, ebeveynlik uygulamaları ve aile odaklı medya rehberliği açısından da somut öneriler sunmayı hedeflemektedir.

Türkiye özelinde de konuya verilen önem, devlet politikalarında ve hukuki belgelerde açıkça ifade edilmektedir. T.C. Cumhurbaşkanlığı tarafından yayımlanan Basın ve Yayın Faaliyetleri Genelgesi'nde, çocukların sosyal medya ve dijital platformlardaki zararlı içeriklerden korunması, medya aracılığıyla milli ve manevi değerlerin sarsılmasına karşı önlemler alınması gerektiği açıkça belirtilmiştir (Resmi Gazete, 2022). Bu durum, medyanın çocuklar üzerindeki etkilerinin yalnızca bireysel bir mesele değil, aynı zamanda toplumsal bir sorumluluk ve kamu politikası meselesi olarak da ele alındığını göstermektedir.

Bununla birlikte, Türkiye'nin taraf olduğu Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi de çocukların medya ile olan ilişkilerini düzenleyen ilkeler sunmaktadır. Sözleşmenin 17. maddesi, çocukların toplumsal ve kültürel yarar sağlayan medya içeriklerine ulaşması kadar, esenliklerine zarar verebilecek içeriklerden korunmaları gerektiğini vurgulamaktadır (UNCRC, 1989). Dolayısıyla, medya tüketimi ile çocuk hakları arasında kurulan bu bağ, çalışmanın önemini uluslararası hukuk düzleminde de meşrulaştırmaktadır.

Alfa kuşağı bireylerinin dijital medya ile etkileşimleri, kültürel aktarım süreçlerinin yeniden şekillendiği bir zeminde değerlendirilmekte; bu bağlamda, özellikle babaların dijital ebeveynlik biçimlerinin analiz edilmesi, günümüz aile yapılarının dönüşümünü anlamak açısından da kritik veriler sunmaktadır. Araştırma, medya psikolojisi, eğitim bilimleri, iletişim çalışmaları ve sosyoloji gibi disiplinlerden beslenerek, sadece bireysel değil aynı zamanda yapısal düzeyde toplumsal çözüm önerileri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Yeni medya ortamında çocukların korunmasına yönelik eğitim

programları, bilinçli medya kullanımı uygulamaları ve aile içi medya rehberliği konusunda politika yapıcılara ve eğitimcilere yönelik öneriler geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Problem Cümlesi

Alfa kuşağı çocukların yeni medya deneyimlerinde babaların rolü ve katkısı nedir?

Araştırmanın Yöntemi

Bu tez çalışmasında, araştırma sürecinde elde edilen verilerin derinlemesine analizine olanak tanıyacak nitel desen tercih edilmiştir. Nitel araştırma, katılımcıların deneyimlerini, algılarını ve bakış açılarını derinlemesine anlamayı amaçlayan, esnek yapısı sayesinde araştırma sürecinde ortaya çıkan durumlara uyum sağlayabilen bir yaklaşım olarak kullanılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018). Bu bağlamda, araştırma sürecinde amaçlı örneklem tekniği kullanılarak, belirli özelliklere sahip bireyler seçilmiştir. Amaçlı örneklem, araştırmanın hedeflerine uygun, bilgi ve deneyim sahibi olan katılımcıların seçilmesine olanak tanıyan bir örnekleme yöntemidir. Bu sayede, Alfa kuşağının yeni medya ile ilişkisini şekillendiren yeni nesil babaların deneyimlerini derinlemesine incelemek mümkün olmuştur.

Araştırmanın veri toplama aracı olarak, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler tercih edilmiştir. Görüşmeler, araştırmanın temel konularını kapsayacak şekilde tasarlanmış, ancak katılımcıların deneyimlerine dayalı olarak esneklik sağlanmıştır.

Veri toplama süreci, her bir katılımcının medya kullanımı, ebeveynlik anlayışı ve yeni nesil babaların bu süreçteki rolüne ilişkin kişisel deneyimlerine odaklanılmıştır. Bu sayede, bireysel farklılıklar ve bağlamlar göz önünde bulundurularak daha zengin ve kapsamlı veriler elde edilmesi amaçlanmıştır. Görüşmelerin sonucunda elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş ve Alfa kuşağının yeni medya ile ilişkisi bağlamında yeni nesil babaların etkisi detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Bu araştırmanın metodolojik yaklaşımı, ebeveynlik ve medya kullanımının karmaşık etkileşimlerini anlamak için güçlü bir temel sağlamaktadır. Ayrıca, bu yöntem, araştırmanın daha derin ve anlamlı veriler sunarak, konuya ilişkin literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Çalışmanın Soruları

1. Alfa kuşağı çocukların yeni medya kullanım alışkanlıkları, tercihleri ve deneyimleri nelerdir?
2. Yeni nesil babaların, Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya ile olan ilişkilerini nasıl biçimlendirmektedir?
3. Babalık rolleri, Alfa kuşağı çocukların yeni medya deneyimleri üzerinde nasıl bir role sahiptir?
4. Alfa kuşağı çocukların yeni medya ile ilişkisinde, babaların teknoloji kullanımlarının tarihsel sürecinin yansımaları nelerdir?

Varsayımlar

1. Araştırmaya katılan yeni nesil babaların medya okuryazarlık düzeyi, çocuklarının yeni medya kullanımını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir.
2. Yeni nesil babalar, medya kullanımı konusunda bilinçli tercihler yaparak çocuklarının dijital medya ortamındaki davranışlarını yönlendirme ve şekillendirme potansiyeline sahiptir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Öncelikle, bu çalışma nitel ve betimsel bir yaklaşımla desenlenmiştir. Bu nedenle, elde edilen bulgular genellenebilir sonuçlar ve derinlemesine bir analiz sunmayı amaçlamaktadır. Nicel verilerle desteklenmediği için yeni nesil babaların ve Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanım örüntülerini sayısal olarak ortaya koymak mümkün değildir. Yeni nesil babaların yeni medya kullanımına ilişkin algı ve deneyimlerini ortaya koyan bu çalışma, çocukların medya kullanımı üzerindeki gerçek etkilerini ölçmekten uzaktır. Gözlem, günlük tutma veya deneysel yöntemler kullanılmadığı için, babaların davranışsal düzeydeki etkilerini tam olarak belirlemek mümkün değildir. Ayrıca, çalışmanın kesitsel tasarımı, zamana bağlı değişimleri ve dönüşümleri izleme imkanı sunmamaktadır. Bu çalışma disiplinler arası bir bakış açısıyla kültürel çalışmalar ve temel kavramlar üzerine odaklanmıştır.

1. BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE

Günümüzde dijitalleşmenin çocukluk deneyimini derinlemesine dönüştürdüğü yeni bir toplumsal evre yaşanmaktadır. Çocukların gelişim süreçleri artık yalnızca fiziksel çevre ve geleneksel sosyal etkileşimlerle değil, aynı zamanda dijital medya platformları ve yeni iletişim teknolojileriyle şekillenmektedir (Buckingham, 2007; Livingstone & Helsper, 2007). Bu dönüşüm, çocukların medya ile olan ilişkilerini gelişimsel dönemlerine göre farklı biçimlerde ortaya çıkarmakta; bebeklik, okul öncesi ve okul dönemi gibi evrelerde medya kullanım biçimleri, içerik tercihleri ve etkileşim düzeyleri önemli ölçüde çeşitlenmektedir (Mascheroni & Ólafsson, 2016). Özellikle Alfa kuşağı çocukları, dijital teknolojilerle doğrudan temas eden ilk nesil olarak medya okuryazarlığı, dijital üretkenlik ve çevrim içi sosyalleşme gibi pratikleri erken yaşlardan itibaren deneyimlemektedir (Gee, 2004).

Alfa kuşağının yeni medya ile kurduğu bu çok yönlü ilişki yalnızca bireysel tercihler ya da teknolojik altyapıyla açıklanamaz. Aile yapısı, ebeveyn rolleri, toplumsal değerler ve kültürel bağlam gibi etkenler, çocukların medya kullanım pratiklerini doğrudan etkilemektedir (Clark, 2013; Livingstone & Blum-Ross, 2020). Bu noktada, özellikle aile içi ilişkilerde yaşanan dönüşüm ve yeni nesil babaların çocuk yetiştirme sürecindeki artan katılımları, medya etkileşiminin niteliğini belirlemede önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır. Geleneksel baba rolünden daha katılımcı, duygusal ve bilinçli bir figüre evrilen yeni nesil babalar; çocuklarının medya ile olan bağlarını şekillendirme, yönlendirme ve birlikte medya deneyimi yaşama gibi süreçlerde aktif roller üstlenmektedir (Dermody, 2018).

Bu çalışma, Alfa kuşağının medya ile olan ilişkisini; çocukların gelişim dönemleri, aile içi iletişim biçimleri, sosyo-kültürel bağlam, babalık rolleri ve kültürel değer aktarımı gibi çok boyutlu temeller üzerinden değerlendirmektedir. Tezin kuramsal zemini, bireylerin medya kullanımlarını çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla seçtiklerini ileri süren ekme kuramına (Cultivation Theory) dayanmaktadır. Ekme Kuramı, bireyin medya içeriklerine uzun süreli ve tekrar eden maruziyetinin, gerçeklik algısını şekillendirdiğini savunur (Gerbner & Gross, 1976). Bu yaklaşıma göre medya, özellikle televizyon ve dijital içerikler aracılığıyla, izleyicilerin dünyayı algılama biçimlerini kademeli olarak biçimlendirir. Böylece medya kullanımı, bireyin toplumsal dünyayı nasıl anlamlandırdığını etkileyen güçlü bir kültürel etmen olarak değerlendirilir. Bu kuramı

çerçevesinde değerlendirildiğinde, çocukların medya tercihleri yalnızca gelişimsel ihtiyaçlarıyla sınırlı kalmayıp, ebeveynlerinin yönlendirmeleri, evdeki medya kültürü ve toplumsal değer sistemleriyle birlikte şekillenmektedir (James et al., 2009). Bu bağlamda, medyatik ebeveynlik, dijital ebeveynlik stratejileri, erişim ve kullanım becerilerinin gelişimi, çocukların medya ortamında üretici ve paylaşımcı eğilimlerinin desteklenmesi gibi alt konular yalnızca bireysel değil kültürel çalışmalar perspektifinden de ele alınmaktadır. Kültürel çalışmalar yaklaşımı, bireylerin medya pratiklerinin sosyoekonomik durum, sınıf, toplumsal cinsiyet ve aile yapısı gibi yapılarla nasıl şekillendiğini anlamaya imkân tanır (Hall, 1997; Silverstone, 1999).

Sonuç olarak bu çalışma, Alfa kuşağının medya kullanımı ile yeni nesil babaların medya tutumları arasındaki ilişkiyi, gelişimsel psikoloji, medya çalışmaları ve kültürel analizlerin kesişiminde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Medya kullanımının yalnızca teknik bir beceri değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve ilişkisel bir pratik olduğu düşüncesinden hareketle; çocuk-baba etkileşiminde yeni medya araçlarının nasıl işlevselleştiği çok yönlü bir yaklaşımla ele alınmaktadır.

1.1. Çocukların Gelişim Dönemleri ve Yeni Medya İle İlişkileri

Çocukların gelişim süreçleri, biyolojik olgunlaşma ve çevresel etkileşimlerin iç içe geçtiği dinamik bir yapı sunar. Bu süreçte yeni medya, özellikle de dijital ve etkileşimli yeni medya araçları, çocukların bilişsel, duygusal, sosyal ve dil gelişimlerinde etkili bir uyarıcı olarak öne çıkmaktadır (Rideout, 2017; Wartella, Rideout, Lauricella & Connell, 2013). Son yıllarda teknolojiye erişimin kolaylaşmasıyla birlikte çocuklar, gelişimlerinin çok erken evrelerinden itibaren medya içerikleriyle temas kurmakta; bu temas sadece eğlence amaçlı değil, aynı zamanda öğrenme, iletişim kurma ve çevreyle etkileşim sağlama gibi çok boyutlu işlevler üstlenmektedir (Chaudron, 2015). Özellikle mobil cihazlar ve dijital platformlar, çocukların oyun oynama biçimlerinden bilgiye ulaşma yollarına kadar pek çok alışkanlığı dönüştürmüş; geleneksel medya araçlarından farklı olarak, çift yönlü etkileşim sunarak çocuğun medya deneyimini daha aktif hale getirmiştir (Holloway, Green & Livingstone, 2013).

Gelişim psikolojisi perspektifinden bakıldığında, her yaş döneminin medya ile kurduğu ilişki farklı bilişsel yeterlilikler, duygusal ihtiyaçlar ve sosyal beklentilerle şekillenmektedir. Bebeklik döneminde medya, çoğunlukla görsel ve işitsel uyarıcılara

tepki bağlamında pasif bir deneyim sunarken; okul öncesi dönemde taklit, tekrar ve animasyon gibi unsurlar aracılığıyla öğrenmeyi destekleyici bir araç haline gelebilir (Linebarger & Vaala, 2010). Okul çağına gelindiğinde ise çocuklar medya içeriğini daha bilinçli biçimde seçmekte, oyunlaştırılmış öğrenme ortamları, sosyal medya platformları ya da video paylaşım siteleri gibi araçlarla daha karmaşık etkileşimler kurabilmektedir (Subrahmanyam & Šmahel, 2011).

Bununla birlikte, çocukların medya ile ilişkileri yalnızca yaşa bağlı gelişimsel farklılıklarla sınırlı değildir; aile yapısı, ebeveyn tutumları, sosyoekonomik koşullar ve kültürel değerler gibi bağlamsal faktörler de bu ilişkiyi doğrudan şekillendirmektedir (Nikken & Schols, 2015). Medyanın çocuklar üzerindeki etkisini anlamlandırabilmek için yalnızca içerik analizi ya da ekran süresi değil, aynı zamanda çocuğun medya kullanımına eşlik eden sosyal çevre ve duygusal ortam da dikkate alınmalıdır. Bu nedenle, çocukların gelişim dönemleriyle medya kullanımı arasındaki ilişki, çok katmanlı bir çerçevede ele alınmalı; yaş dönemlerine göre değişen medya deneyimlerinin hem risklerini hem de potansiyel faydalarını bütüncül bir biçimde değerlendirmek gerekmektedir.

1.1.1. Bebeklik Dönemi Gelişim Sürecinde Yeni Medya Kullanımı

Bir çocuğun dijital medya ile ilk karşılaşma serüveni doğmadan önce, ilk ultrason fotoğrafının aile bireyleri tarafından dijital medya araçları aracılığıyla paylaşılmasıyla başlamaktadır (Taylor ve Rooney, 2017). Çocuğun hayatını ve yaşadığı gelişimsel deneyimleri başkaları ile paylaşmak yeni bir durum değildir. Eski zamanlarda fotoğraflar ya da fotoğraf albümleri kullanılarak hayatlar başkalarına sunulmaktaydı, günümüzde ise dijital medya uygulamaları aracılığıyla bu alışkanlık sürdürülmektedir. Teknolojide meydana gelen ilerleme ve çok çeşitli dijital uygulamaların varlığı, hamilelik döneminden itibaren çocuğun tüm yaşam serüveninin sadece yakın çevre, akraba ve tanıdıklar ile değil “herkes” ile paylaşımına sebep olmuştur. Özellikle annelerin blog oluşturarak deneyimlerini paylaşmaları, Instagram hesaplarından yaptıkları “amaçlı” paylaşımlar bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Yani ebeveynler akıllı telefon ve tablet gibi mobil medya araçlarını kullanarak dijital dünyayı çocuklarına olması gerekenden çok daha erken zamanda sunmaktadır (Thompson, 2013) İlk beş yıl, çocukların güvenli ilişkiler kurma ve sağlıklı davranışlar geliştirme dönemlerini kapsadığından beyin gelişimi için kritik dönemdir (Chiong, 2016). Bronfenbrenner’in (1979) biyoekolojik kuramı,

çocukların gelişimini mikro sistem olarak bilinen yakın çevrelerinin etkisi, ekosistem olarak bilinen çocuğun ailesi ve toplum arasındaki spesifik ilişkiler (örneğin, ebeveyn eğitimi ve medeni durum); makro sistem olarak bilinen daha uzak çevresel faktörler (örneğin, kültürel uygulamalar ve teknoloji); ve kronosistem olarak bilinen hem çocukların yaşı hem de içinde bulundukları tarihsel süreç dahil olmak üzere zamanın etkisi ile ilişkilendirerek açıklamaktadır, Biyoekolojik kurama göre çocuklar bu sistemlerde aktif rol oynamaktadır ve çocukları etkilediği gibi çocuklar da çevreyi etkilemektedir. Yani kuram çocukların çevrenin pasif olmadığını, bir çocuğun kişilik özellikleriyle içinde çevre yaşadığı çevreyi etkilediğini ileri sürmektedir. Wartella Rideout, Lauricella Ve Connell (2013) çocukların medya kullantının "aile temelli medya ekolojisine gömülü olduğunu öne sürmektedir. Araştırmacılara göre (Wartella Rideout, Lauricella ve Connell, 2013); ailelerin bireysel medya ekolojisi, içinde yaşadıkları tarihsel süreçten (kronosistem) etkilenmektedir. Bu nedenle de teknoloji tarihinin hızla değişen bu sürecinde çocuklar çok erken yaşlarda birçok yeni dijital medya aracı ve uygulamaları ile tanışmaktadır. Aile medyası ekolojisinin doğrudan ilişkili olduğu bir diğer durum da ebeveynlerin eğitim düzeyleri ve medeni durumlarıdır (ekosistem). Bu faktörlerin her ikisi de bebeklerin televizyon ve video gibi geleneksel ekran medya araçları kullanımının yanı sıra dijital medya araçları kullanımları (cep telefonu, tablet, bilgisayar) ile doğrudan ilişkilidir. Tek ebeveynli evlerde yaşayan çocuklar iki ebeveynli evlerde yaşayan çocuklara göre daha fazla ekrana maruz kalmaktadır. Ayrıca; eğitim düzeyi yüksek olan ebeveynlerin çocukları daha büyük yaşlarda ekran ile tanışırken (Cingel ve Krcmar, 2013), eğitim düzeyi düşük olan ebeveynlerin çocukları ekran karşısında daha fazla vakit geçirebilmektedir (Rideout ve Hamel, 2006). 0-2 yas arasında bulunan çocukların bilişsel, dil, motor ve sosyal-duygusal becerilerini geliştirmek için ebeveynleri ya da kendilerine bakım veren kişilerle sosyal etkileşim kurma ihtiyaçları vardır. (Anderson ve Pempek, 2005) Bebekler önce çevresinde bulunan insanlarla etkileşime girerler. Oyuncaklarla olan etkileşimleri de genellikle insan etkileşimi ile bağlantılıdır. Bu yaş grubu çocuklar etraflarında bulunan her şeyi özgürce keşfetme, inceleme ve deneme ihtiyacı içerisinde. Bebeklik döneminde bulunan çocukların yeni davranışları ve becerileri öğrenmelerini kolaylaştıran temel kavram ise sosyal öğrenmedir. Sosyal öğrenme, bu yaş dönemi çocuklarının ebeveynleri ve bakım veren kişilerle olan etkileşimleri sonucunda gerçekleşir. Çocuklar

sosyal öğrenme becerisiyle etraflarındaki yetişkinlerin davranışlarını izlemekte ve o davranışları yeniden deneyerek kendi davranışları haline dönüştürmektedir. (Richert, 2010). Günümüz teknoloji dünyasında çocukların sosyal öğrenme ihtiyaçları, teknoloji araçlarının ve etkileşimli medya uygulamalarının keşfini de içermektedir. Ancak, bu yaş grubu çocukların dijital medya araçları ve uygulamaları aracılığıyla geliştiremeyeceği bazı bilişsel becerileri bulunmaktadır; akılda tutma ve dikkat etme gibi. Öğrenemedikleri bu becerileri davranışlarına yansıtmakta da zorluk yaşarlar (Barr, 2013). Ayrıca, on beş aydan küçük çocuklar dijital medya araçları ve uygulamaları aracılığıyla öğrendikleri yeni kelimeleri gerçek dünyaya aktarmakta da zorluk yaşayabilmektedir (Zack, 2013).

Bebeklik döneminde dijital medya araçlarının ya da uygulamalarının kullanımı çocukların gelişimi açısından uygun değildir. Aslında bu yaş grubu çocuklarının hiçbir teknoloji aracını kullanmaması gerekmektedir. Gelişimsel olarak bu yaşta çocukların basmalı, düğmeli araçlara yoğun ilgileri bulunur ve bu araçlar fazlasıyla dikkatlerini çeker. Bu yaş grubu çocuklar bilinçli olarak hareket edemez. Bu nedenle, cep telefonu ya da tablet gibi dokunmatik ekrana sahip dijital medya araçlarında kullanılan uygulamalarda bilinçli olarak tuşlara basmadıkları gibi yönergeleri de takip edemezler. Uygulamada yer alan sesli ve/veya görsel bildirimler sonucunda çocuk tuşlara basma davranışın sürdürmektedir. Çocuğa göre dokunduğu yerden çıkan ses ya da görüntü dikkat çekici unsurdur, Yani yönergeleri doğru bir şekilde yerine getirip getiremediğiyle ilgili bilinçli bir tercihi bulunmaz. Çıkan ses ya da görüntüye olan ilgisi çocuğun yaptığı davranışı sürdürmesine sebep olmaktadır. Kısacası aldığı olumlu geri bildirim çocuğun davranışı tekrar etmesini ve öğrenmesini sağlamaktadır (Roseberry, Hirsh-Pasek ve Golinkoff, 2014). Yaşamın ilk yıllarında bu farkında olmadan çıkan ses ya da görüntüye tepki olarak sürdürülen davranışın yanı sıra iki yaşından itibaren çocuklar dijital medya araçlarını kullanarak başka bir yetişkinle görüntülü konuşma yapabilmektedir. Günümüzde birçok ebeveyn dijital medya araçları tarafından sunulan WhatsApp Facebook, Google Duo ve Facetime gibi birçok uygulamaların görüntülü konuşma özelliğini kullanarak yakınları ile iletişim kurmaktadır. Bebekler ve küçük çocuklar da ebeveynlerinin yaptıkları bu görüntülü konuşmalara dahil olmaktadır (McClure, 2016).

Dijital medya araçları ve uygulamalarının bebeklik döneminde kullanımının faydalarına ilişkin yapılan araştırmalar ve elde edilen bulgular oldukça sınırlıdır. Unutulmaması gereken en önemli durum, bu yaş grubu çocukların dijital medya araçlarını kullanımı

sırasında çocuk ile yetişkin etkileşiminin çok önemli olduğudur. Bu nedenle çocukların sadece bir yetişkin gözetiminde görüntülü konuşma yapmaları ya da gelişim özelliklerine uygun olarak hazırlanmış, kaliteli dijital medya uygulamalarını kullanmaları desteklenebilir (Kirkorian, Choi ve Pempek, 2016).

Ebeveynlerin dijital medya araçları ve uygulamalarını kullanma durumları ve medya araçlarına karşı olan tutumları ile çocuklarının dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanma durumları arasında ilişki bulunmaktadır. Bu yaş dönemi çocuklarının ebeveynleri ve bakım veren kişilerle olan etkileşimleri sonucunda gerçekleşen sosyal öğrenmenin bu durum üzerinde etkisi bulunmaktadır (Bandura, 2001). Çocuklar sosyal öğrenme becerisiyle ebeveynlerinin dijital medya araçları ve uygulamalarına karşı tutumlarını ve kullanım sıklıklarını takip etmekte ve ebeveynlerinin tutum ve davranışlarını kendi davranışları haline dönüştürülebilmektedir (Richert, 2010). Ebeveynlerin akıllı telefon ve tablet kullanma sıklığı ile küçük çocukların bu araçla kullanma sıklığı arasında ilişki bulunmaktadır (Nevski ve Siibak, 2016). Yani kendileri yoğun olarak dijital medya aracı ve uygulaması kullanan ebeveynlerin çocuklarının da bu araç ve uygulamalara yoğun ilgileri bulunmaktadır. Kendi kullanım ve sevmeye durumları ile aile içi dinamikler de dijital medya araçları kullanımları üzerinde etkilidir. Şöyle ki, ebeveynlerin sergiledikleri ya da benimsedikleri aile tutumları sahip oldukları bebeğin kişilik yapısına göre farklılık gösterebilmektedir. Zor mizaca sahip, çabuk sinirlenen ve yatıştırması zor bir bebekle, kolay iletişim kuran ve çabuk etkileşime giren bir bebek için ebeveynlerinin gösterdiği çaba birbirinden farklı olacaktır. Yapılan bir araştırmada ebeveynlerin yarısının huzursuzlanan bebeklerini sakinleştirmek ve dikkatlerini dağıtmak için kitap, oyuncak ve çeşitli oyunlar kullanırken diğer yarısının da televizyon ve mobil medya araçlarını kullandıkları tespit edilmiştir. Ebeveynlerin %17'si, 2 yaşın altındaki çocuklarını sakinleştirmek ve dikkatlerini dağıtmak için mobil medya araçlarını kullandıklarını belirtmiştir (Wartella, 2013). Radesky, Silverstein, Zimmerman ve Christakis (2014) yaptıkları araştırma sonucunda ebeveynlerin daha zor bebeklerle başa çıkabilmek için dijital medya araçlarını yoğun bir şekilde kullandıklarını ileri sürmüşlerdir. Bir diğer araştırmada da (Lauricella, 2015) ebeveynlere 0-3 yaş arası çocuklarına sundukları dijital medya araçları ve uygulamalarının amaçları sorulmuştur. Elde edilen sonuca göre ebeveynler sundukları dijital medya aracı ve uygulamalarının çocukların gelişimi üzerindeki uzun ya da kısa etkilerini dikkate almamakta, uzun vadede

sağladığı fayda veya zararını düşünmemektedir. Gündelik birçok sorumluluğu yerine getirmeleri gerektiği için çocukları meşgul etmek amacıyla dijital medya araçlarını kullandıkları tespit edilmiştir (Vaala, 2014). Ebeveynlerin bebeklik döneminde dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanma sebepleri arasında çocuğu ödüllendirme, çocuğu meşgul etme, ebeveynin dinlenmesi için zaman yaratma, eğlence ve en son olarak da eğitim sayılabilir.

Dijital medya araçları ve uygulamaları pek çok insanın hayatında önemli bir yere sahiptir. Dijital medya uygulamaları sadece yetişkinleri değil, aynı zamanda bebekleri, çocukları ve gençleri de etkilemektedir (Kabali, 2015). Dijital teknoloji çağının içerisinde bulunmamız ve her geçen gün daha da gelişen özelliğe sahip olması “Dijital yerliler” teriminin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Prensky, 2001). Dijital yerliler 1980 yılından sonra dünyaya gelen, çocukluğunu ve ergenliğini teknolojiyle geçirmiş olan nesli tanımlamak için kullanılıyor olsa da 2007 yılında Phone ve 2010 yılında da iPad in kullanılmaya başlanması ile bu araçların icadından sonra dünyaya gelen çocukların hayatlarında dijital medya araçları vazgeçilmez hale gelmiştir (Prensky, 2001).

Dijital medya araçları ve uygulamalarını çok erken yaşta kullanmaya başlamanın uzun dönemdeki etkileri birçok faktöre bağlı olarak değişebilmektedir. Bu faktörler arasında; kullanılan uygulamanın içerik özellikleri (eğitim amaçlı mı hazırlanmış, eğlence amaçlı mı hazırlanmış), uygulamanın hedef grubu (çocuklara yönelik mi hazırlanmış, yetişkinlere yönelik mi hazırlanmış) ve uygulamanın kullanım şekli (yalnız mı kullanılıyor, bir yetişkin gözetiminde mi kullanılıyor) yer almaktadır (Barr, Lauricella, Zack ve Calvert, 2010). Dijital medya araçları ve uygulamalarının oluşturulma amacı ne olursa olsun bebeklik döneminde bulunan çocukların öğrenmelerinin sağlanması ve gelişim alanlarının desteklenebilmesi için etraflarında bulunan insanlarla canlı olarak etkileşime girmeleri gerekmektedir. Çocukların gelişim özelliklerine uygun içeriğe sahip, kaliteli ve eğitim amaçlı uygulamalarda bile bu yaş grubu çocuklar ekrandan etkili bir şekilde öğrenme yapamadıkları ve öğrendikleri becerileri gerçek hayatlarına entegre edemedikleri görülmektedir (Anderson ve Hanson, 2013).

Dijital medya araçları ve uygulamalarının kullanımı sırasında çocuk ile yetişkin etkileşimi çok önemlidir. Çocuklar ekran karşısında vakit geçirirken ebeveyn-çocuk etkileşimi azalmaktadır (Mendelsohn, 2008). Bu yaş grubu çocuklarının öğrenmeleri ve becerilerini geliştirebilmeleri için bir ebeveyn veya başka bir yetişkin desteğine

ihtiyaçları vardır. Dijital medya uygulamaları kaliteli ocuk-yetişkin etki- leşimi kurulduğu zaman amacına ulaşabilir (Linebarger ve Vaala, 2010).

1.1.2. Okul ncesi Gelişim Sürecinde Yeni Medya Kullanımı

İçinde yaşadığımız yirmi birinci yüzyılın dijital ağ olduğu söylenebilir. Çocuklar evde, sokakta, restoranda, uçakta, trende, arabada ve hatta -yasak olmasına rağmen - okullarda bile dijital medya araçlarını kullanmaktadır (Calvert ve Valkenburg, 2013).

Yeni teknoloji araçlarının piyasaya sürülme hızının artık katlanarak arttığı günümüzde, radyodan televizyona, televizyondan bilgisayarlara, bilgisayardan cep telefonu ve tabletlere kadar her yeni medya aracının çocukların gelişimi üzerine nasıl etkisinin olacağına dair endişeler bulunmaktadır. Bu endişelerin en geneli; dijital medyanın kritik dönemlerde öğrenmeleri gereken becerileri engelleyerek çocukların gelişimini olumsuz etkileyebileceği yönündedir. Ancak dijital teknolojinin hayatımızın her alanına girmesi onunla etkileşimi büyük ölçüde kaçınılmaz hale getirmiştir. Dijital medya araçlarının ortaya çıkması ve kullanımının yaygınlaşması ile okul öncesi dönemde bulunan çocukların cep telefonu, ipad ve tablet gibi mobil dokunmatik ekranları kullanım oranları önemli ölçüde artmıştır (Ofcom, 2016). Bu dönem çocukları için önemli olan durum, çocukların ekranla etkileşime girme şekli ve geçirdiği zaman olarak ifade edilebilir. Yaşamın ilk yılları çocukların gelişimi ve sürecek hayatı için oldukça önemlidir. Bu yıllar insan beyninin en hızlı geliştiği yıllar olup, beyin gelişimi için kritik dönem olarak değerlendirilmektedir. Bu durum çocukların sevgi, şefkat, ilgi, beslenme ve bakım gibi temel ihtiyaçlarının karşılanması, uygun evre koşullarının sağlanması, sevdikleriyle etkileşime girebilmesi ve en önemlisi de çocukla karşılıklı iletişim kurulması gerektiği anlamına gelmektedir. Olumsuz evre koşulları, uygun olmayan aile tutumları, stres, ihmal ve istismar gibi istenmeyen durumlar çocuğun gelişimini olumsuz yönde etkileyebilir ve hayatlarının geri kalanında onları engelleyebilir (American Academy of Pediatrics, 2016).

Çocukların öğrenmek için ilgi ve motivasyona ihtiyaçları vardır. Bu yaş grubu çocuklar meraklıdır. Bu nedenle cep telefonu, tablet ya da bilgisayar ile vakit geçirmek isterler. Onların ekran karşısında geçirdiği süre önemli olmakla birlikte, hangi içeriğe maruz kaldıkları da emlidir. Çocuklar için özel hazırlanmış nitelikli uygulamaların tercih edilmesinin yanı sıra, çocuğun ekranla nasıl bir ilişki kurduğuna da dikkat edilmelidir.

Sadece ekran karşısında geçirilen zamana odaklanmak, dijital medya araçları ve uygulamalarının çocuklar üzerindeki genel etkisinin göz ardı edilmesine sebep olabilir (Barr, 2013). Bu yıllarda, çocuğun ebeveynleri ve bakım veren kişilerin yanı sıra akranlarla bir araya gelerek düzenli etkileşim kurması önemlidir. Bu, çocuğun beyin gelişimini desteklemekte ve dil edinimini geliştirmesine yardımcı olmaktadır. Çocukla oyun oynayarak, kitap okuyarak ya da farklı yöntemler kullanılarak etkileşime girilip, bu becerilerin gelişimi desteklenmelidir (Radesky, 2014).

Okul öncesi dönemde bulunan çocuklar öğrendikleri becerileri davranışlarına aktarabilmelidir. Öğrendiği bilgi ve becerileri günlük deneyimlerinde uygulayabilmek, sağlıklı büyümenin önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Transfer edebilme becerisi çocuğun zihinsel kapasitesini geliştirir. Dijital medya araçları bu anlamda yararlı olabilir (Anand ve Krosnick, 2005). Çocuğun yaşına ve gelişim özelliklerine uygun olarak hazırlanmış etkileşimli ve nitelikli bir içerik, çocuğun bir davranışı öğrenmesini kolaylaştırabilir. Yani dijital medya araçlarına karşı olmak çözüm değildir.

Okul öncesi dönem çocukların gelişim özelliklerinin desteklemesi için bağımsız oyun oynama ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu nedenle çocukların özgürce oynayabileceği açık alan fırsatları yaratılmalıdır. Ebeveynler, çocukların dijital medya araçları aracılığıyla oyun oynamalarını engellemeye ya da yasaklamaya odaklanmak yerine, çocukların ihtiyaç duydukları şeylere erişim sağlamalarına yardımcı olmaya odaklanmaları gerekmektedir. Burada amaç okul öncesi dönem çocuklarının gelişimleri için ihtiyaç duydukları her şeye erişimlerini sağlamaktır (dijital içerik de dahil olmak üzere). Burada dikkat edilmesi gereken husus; kasıtlı olarak bağımlılık yapıcı veya dikkat dağıtıcı içeriğe sahip oyun veya uygulamaların iyi değerlendirilebilmesi ve kısıtlanmasıdır (Christakis, 2013).

Ebeveynler, çocukların dijital medya deneyimlerini şekillendirmede önemli rol oynamaktadır (Marsh, 2017). Ebeveynler öncelikle kendi dijital medya kullanım alışkanlıkları ve tercihleri ile çocuklar için önemli bir rol modeli sağlamaktadır. Çocukların ebeveynleri ile olan ilişkileri ve çocuk ebeveyn teknoloji etkileşim biçimleri çocukların dünyayı anlama, öğrenme ve teknolojinin günlük yaşamdaki rolü hakkında çıkarımda bulunmasına hizmet eder (Plowman, 2012). Ebeveynlerin dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanmayı bilmeleri hem çocukların dijital medya araçları ve uygulamalarını kullanma sırasında yapabilecekleri olumsuz etkileri hafifletebilme ve

önleyebilme konusunda hem de çocukların dijital medya aracılığıyla sunulan fırsatlara erişim sağlayabilmeleri konusunda etkilidir.

Ebeveynlerin dijital medya araçları ve uygulamalarının yararları ve riskleri hakkındaki düşünceleri, çocukların kullandıkları dijital medya araçları ve uygulamaları üzerinde etkilidir (Lauricella, 2015). Dijital medya araçları ve uygulamalarının yüksek riski bulunduğunu düşünen ebeveynler genellikle çocuklarının dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanımlarını sınırlamaktadır (Nikken ve Jansz, 2014). Çünkü çocukların ne kadar az kullanırlarsa o kadar az olumsuz içeriğe maruz kalacaklarını düşünürler. Bunun yanı sıra, dijital medya araçları ve uygulamalarının yararlı olduğunu düşünen ebeveynlerin hem kendileri hem de çocukları yoğun medya kullanıcılarıdır (Haines, 2015). Dolayısıyla, fazla dijital medya aracı ve uygulaması kullanan çocukların ebeveynlerinin dijital medya konusunda iyimser bir bakış açısına sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca bu düşünce yapısına sahip ebeveynlerin dijital medya araçları ve uygulamaları konusunda daha fazla deneyime sahip olmaları, teknolojiden daha az korkmalarını sağlamaktadır (Appel, 2012). Dijital Evler: Günümüz çocukları medya olanakları açısından “zengin” evlerde büyümektedir. Her gün çok çeşitli dijital medya araçlarıyla temas halinde bulunurlar. Evlerde dijital medya araçlarının fazla olması çocukların bu araçları yoğun olarak kullandığı anlamına gelmez. Ebeveynler dijital teknoloji araçlarını (bilgisayar, laptop) ve iletişim (cep telefonu) amaçlı kullanırken, çocuklar farklı araçların hepsini eğlence amacıyla kullanır (televizyon, tablet, akıllı telefonlar, taşınabilir ve sabit oyun konsolu, dizüstü bilgisayar ve masaüstü bilgisayar): Bu yaş grubu çocukların kullanmayı tercih ettikleri dijital medya araçları değişkenlik gösterebilir. Kullanımı kolay olduğu için genellikle tabletleri ve çok işlevsel olduğu için de akıllı telefonları tercih edebilirler. İlginç bir şekilde de genellikle çocukların çok istedikleri ve sahip olamadıkları dijital araçları kullanma eğilimleri bulunmaktadır (ebeveynlerinin cep telefonu gibi). Bu da teknolojinin çocuklar tarafından “büyülü” algılanmasına sebep olabilmektedir (Dürager ve Livingstone, 2012; Holloway, Green ve Livingstone, 2013; Lobe, 2011).

Çoğu çocuk kolay ve hızlı bir şekilde teknolojik aletleri kullanma becerisi kazanır. Bazı çocuklar çok çeşitli uygulamaları okuma yazma bilmedikleri için logoları ve resimleri kullanarak kontrol edebilmekte, yükleyebilmekte ve internette arama yapabilmektedir. Bu semboller nedeniyle de dijital medya araçların ve uygulamalarını aktif olarak

kullanabilirler. Bu yaş grubu çocuklar, soyut düşünme becerileri henüz gelişmediği için eleştirel düşünme yapamalar. Bu nedenle gerçek ve gerçek dışı arasındaki farkları ayırt edemedikleri için, dijital ortamda bulunan risklere daha açıktırlar. Riskli durumlardan çocukların korunabilmesi için ebeveynleri, bakıcıları ve öğretmenleri tarafından dijital okuryazarlık eğitimi verilmeli ve kullanılan uygulamalarla ilgili çocuklara rehberlik yapılmalıdır (Dürager ve Livingstone, 2012; Holloway, Green ve Livingstone, 2013; Lobe, 2011).

Çocuklar Gözlem Yaparak Öğrenirler: Çocuklar genellikle ebeveynlerinin, diğer aile üyelerinin ve çevrelerinde bulunan insanların davranışlarını gözlemleyerek öğrenmektedir. Çünkü çocuk için kendinden büyük kardeşi çok iyi bir rol modelidir. Ayrıca, ebeveynler çocuklarının, onların davranışlarını taklit ettiklerinin farkında değildir. Ebeveynler, kendi dijital medya araçları ve uygulamaları kullanım şekilleri ile çocuklarının kullanım alışkanlıkları arasındaki benzerliği fark etmeleri sağlandığında durumu kavrayabilmektedirler. Bu yaş grubu çocuklar dijital medya araçlarını ve uygulamalarını genellikle oyun oynamak ve eğlenmek için kullanmaktadır. Bu dönemde aile bireyleri ve arkadaşlarla sosyalleşme ve sosyal iletişim temelli kullanım neredeyse hiç yoktur. **Tablet En Sevilen Araçtır:** Eğer varsa, çocuklar tablet kullanmayı tercih etmektedir. Bilgisayardan daha küçük ve cep telefonundan daha büyük olması, kolay taşınabilmesi ve dokunmatik olduğu için kolay kullanılabilmesi çocuklar için tercih sebebidir (Holloway, Green ve Livingstone, 2013; Lobe, 2011).

Akıllı Telefonlar: Bu araçlar çocukların çizgi film ve video izlemelerine, oyun oynamalarına, mesaj göndermelerine, fotoğraf çekmelerine, görüntülü konuşma yapmalarına ve telefon görüşmesi yapmalarına olanak tanıdığı için çok daha işlevsel kullanıma sahiptir. Genellikle çocukların yapmalarını için ebeveynler kendi akıllı telefonlarını çocuklarının kullanmalarına izin verirler. Çocukları oyalamak ya da susturmak için tablet veya akıllı telefon kullanmanın olumsuz etkileri bulunmaktadır. Örneğin; akıllı telefonlar otomatik olarak Wi-Fi ağına bağlı oldukları ve çocuklar için tasarlanmış araçlar olmadıkları için, çocukların uygun olmayan içeriklere ve reklamlara maruz kalma riskleri bulunmaktadır (Dürager ve Livingstone, 2012; Holloway, Green ve Livingstone 2013; Lobe, 2011).

Çocuklar dijital teknolojiyi sevmektedir, bu yaş grubu çocuklar genellikle sahip olmadıkları ve sahip olmaları çok zor olan bir araca “sihirli” anlamlar yükleme

eğilimindedir. Bu nedenle çocuk eğitiminde ödül-ceza sistemi kullanılıyorsa dijital medya araçlarının kullanımının ödül olarak sunulması dijital nesnenin istenmesi arzusunı güçlendirmektedir. Ceza olarak araca erişimin kısıtlanması da çocuğun hayal kırıklığı yaşamasına yol açabilir. Yani her iki durumda çocuğun dijital ekran isteme arzusunı güçlendirmektedir (Plowman ve McPake, 2013).

Dijital teknoloji araçları ve etkileşimli uygulamalar bu yaş grubu çocukların yaratıcılıklarını geliştirmeleri ve merak duygularının giderilmesi için fırsat sağlayabilir. İçinde yaşadığımız dijital çağda çocukların dijital medya araçlarını kullanmalarının engellenmesi yerine “nitelikli” kullanım alanı konusunda yol gösterici olunması gerekmektedir. İyi tasarlanmış dijital medya uygulamalarının okul öncesi dönem çocuklarının bilişsel, dil ve sosyal-duygusal gelişim alanlarındaki ihtiyaçlarına yönelik olumlu katkıları bulunabilir (Christakis, 2013).

Dijital medya uygulamalarının ticari amaçları vardır. Ayrıca tasarlanma sırasında gelişim uzmanları ya da eğitimcilerden destek alınmadığı ve geliştiricisi tarafından hedeflenmiş tesadüfi akademik becerileri kapsadıkları da bilinmektedir (Chiong ve Shuler, 2016). Ayrıca, çoğu uygulama ebeveyn ve çocuk olarak ikili kullanıcı kitlesi için de tasarlanmamıştır (Hirsh-Pasek, 2015). Bu nedenle duyarlı ebeveyn-çocuk etkileşiminin sağlanabilmesinin yanı sıra çocuklarda akademik başarı için gerekli olan dürtü kontrolü, yaratıcı ve esnek düşünme, duygu düzenleme, transfer edebilme ve görevini yerine getirebilme becerilerinin en iyi şekilde desteklenebilmesinin, yapılandırılmamış ve sosyal (dijital olmayan) oyun yoluyla öğretilmesi gerektiği ebeveynlere vurgulanmalıdır (Shaheen, 2014).

“E-Kitaplar” olarak da bilinen dijital kitaplar ekrandan okunabilme özelliğine sahip kitaplardır. 3-5 yaş arası çocuklar için hazırlanan bazı dijital kitaplarda kullanılan görsel efektlerin dikkat dağıtıcı olması, çocukların kitap içeriğini, ana fikri ya da etkileşimli okuma yapılmasını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu nedenle, ebeveynlerin e-kitap okuma sırasında çocuklarla basılı kitap gibi etkileşimde bulunmaları gerekmektedir (Bus & Kersilbirk, 2015).

Gelişimin hızlı olduğu dönemler arasında bulunan okul öncesi çağı, çocukların farklı dijital medya araçlarını kullanarak ekran karşısında geçirmeleri hem sağlıklarını hem de gelişimlerini olumsuz etkiler mi düşüncesi genel olarak tüm ebeveyn ve eğitimcilerin aklından geçmektedir. Çocukların sağlığını ve gelişimini desteklemek için doğdukları

andan itibaren olumlu sosyal çevrele- re/alanlara katılmaları sağlanmalıdır. 2-5 yaş arası çocukların dijital medya kullanım süreleri günde 1 saatten fazla olmayacak şekilde sınırlandırılmalı ve içeriği mutlaka ebeveynleri tarafından kontrol edilmelidir (American Academy of Pediatrics, 2016). Ayrıca, ebeveynlerin çocuklarıyla etkileşimde bulunmaya teşvik etme, dijital teknoloji konusunda olumlu model olmalarının önemi konusunda eğitime ve çocukların kullandıkları medya türlerinin eğitimsel ve sosyal içerikleri hakkında bilinçlendirme dijital medya araçlarının ve ekran karşısında geçirilen zamanın olumsuz etkilerinin azaltılmasında yardımcı olacaktır. Dijital teknoloji araçlarının her yerde kullanılabilmesi ve daha yaygın hale gelmesi nedeniyle ebeveynleri yalnızca çocuklarının kullandığı dijital medya aracı, uygulaması, kullanım süresi ve içeriği konusunda değil, aynı zamanda kullanılan dijital medya aracının evde şarj edilmesi ve aracın şarjı dışarıda bittiğinde her yerdeki prize kullanılmaması; yeni dijital teknoloji araçları ve uygulamalarının sosyal ve yaratıcı amaçlarla kullanılarak olumlu etkilerinin artırılmasının sağlanması ve çocukların uyuma, spor yapma, oyun oynama, kitap okuma ve sosyal ortamlarda bulunarak akranlarıyla etkileşim kurmalarının sağlanması, büyümeleri ve gelişimleri açısından önemi konularında eğitilmeleri gerekmektedir (American Academy of Pediatrics, 2016; Ofcom 2016).

1.1.3. Okul Dönemi Gelişim Sürecinde Yeni Medya Kullanımı

Her çocuk özeldir ve her çocuğun farklı ilgi alanları, yetenekleri ve kişilik özellikleri bulunmaktadır. Büyümenin önemli bir parçası başkalarıyla etkileşim kurmayı ve sosyalleşmeyi öğrenmektir. Okul çağına geldiklerinde çocuklar akranlarıyla bir arada olmaktan ve sosyal gruplara katılmaktan zevk alırlar. Arkadaşlarının onlar için daha önemli hale geldiği bir gelişim aşamasında bulunurlar. Çocukların ebeveynlerine olan düşkünlükleri de devam etmektedir (Feigelman, 2016).

Çocuklar okul çağına geldiklerinde bağımsız hareket etme isteği göstermeye başlarlar. Ebeveynler çocuklarının hayatındaki en önemli kişiler olmaya devam eder, ancak bu dönem çocukların akranlarıyla olan ilişkilerinin giderek daha önemli hale geldiği dönemdir. Aslında "en iyi arkadaş" ın varlığı okul çağının evrensel bir özelliği olarak kabul edilmektedir. Bu yaşta kurulan arkadaşlıklar çoğunlukla aynı cinsiyetten olma eğilimindedir. Okul döneminde bulunan çocukların geliştirmesi gereken çok önemli iki beceri bulunmaktadır. Bunlardan ilki dürtülerini kontrol edebilme; ikincisi de yalnız

olduğu zamanlarda bile uygun/doğru davranışları sergileyebilmedir. Bu beceriler öz-düzenleme olarak da ifade edilebilmektedir (Marcdante ve Kliegman, 2019).

Yeni web tabanlı dijital teknoloji araçları çocukların teknoloji kullanıcısı olmasını sağlamaktadır. Daha küçük yaş grubunda bulunan çocukların öncelikle taklit ve temsili oyun aracılığıyla, daha sonra kendi kendini ifade etme yöntemini kullanarak çevrelerinde bulunan yetişkinlerin dijital teknoloji araçlarını kullanma biçimlerini, kendi öğrenme araçlarını kullanabilmek için taklit etmeye çalışırlar. Okul çağı dönemine geldiklerinde çocuklar arkadaşlarını rol model almakta ve birbirlerinden çok fazla şey öğrenmektedir (Üstündağ, 2018).

Çocuklar ilkökul dönemindeyken, muhtemelen dijital teknoloji araçları ve uygulamaları konusunda hem bilgili hem de deneyimlidir. Bu yaşta çoğu çocuk fare kullanabilmekte, uygulamaları açabilmekte, kapatabilmekte ve internette arama yapabilmektedir. Dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanmak çocuklar için keyif vericidir. Çocuklarda özellikle yakın arkadaşları ve arkadaş grupları ile “sosyalleşmek amacıyla” dijital medya araçları ve uygulamalarının kullanımı görülmektedir. Hem eğlencenin hem de arkadaşlarının parmaklarının ucunda olması çocukların dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanım sebepleri arasında ilk sırada yer almaktadır. (Huston, Wright, Rice, Kerkman ve Peters, 1990).

Okul döneminde bulunan çocuklar okuma, yazma, hesaplama ve araştırma yapmayı öğrenmektedir. Eğitim hayatlarının başlamasıyla birlikte çocuklar kitapları, dokunmatik ekranları, yazı araç ve gereçlerini ve diğer akademik kaynakları bilimsel kavramları öğrenmek yani eğitim amaçlı kullanmaktadır. Eğitim amaçlı kullanım da dijital teknoloji araçlarının uygunluğunu, motivasyonunu ve kullanılabilirliğini arttırmaktadır. Gerek eğlence ve sosyalleşme amacıyla gerekse eğitim amacıyla bilgisayar, tablet ve cep telefonu gibi dijital teknoloji araçları ve uygulamalarının çocuklar tarafından kullanılması, bu araçların çocukların günlük yaşamlarının doğal bir parçası olarak kabul edilmesine sebep olmaktadır. (Huston, Wright, Rice, Kerkman ve Peters, 1990).

Okul döneminde bulunan çocuklar psikososyal gelişim açısından girişime karşı suçluluk mücadelesiyle karşı karşıyadır. Bu yaş grubunda çocuklar davranışlarında inisiyatif almayı öğrenmektedir. Ayrıca lider olma ve hedefine ulaşma amaçları bulunmaktadır (Crain, 2011). Çocukların hala ebeveynlerine bağımlı olmaları sebebiyle davranışlarında onaylanma ihtiyacı hissederler. “Yapmam, hareket etmem ve harekete geçmem uygun

mu?” sorusu davranışlarının şekillenmesinde önem taşımaktadır. Çocukların yeni beceriler öğrenmesi başarıma duygusu yaşamalarını sağlarken bir yandan da başarısızlık ve yetersizlik duygularının yaşanması riskiyle karşı karşıya bulunurlar (Child Development Institute, 2015). Çocukların kendilerini birey olarak fark etmeye başladıkları, sorumlu olmak, iyi olmak ve doğru olan yapmak için çabaladıkları dönem olması sebebiyle okul yaşantısı, öğretmenleri ve akranları çocuklar ve davranışları üzerinde etkilidir (Allen ve Marotz, 2003). Okulda karşılaşılan tutum çocuğun başarıma duygusunun desteklenmesini sağlayabileceği gibi başarısızlık yaşamasına da sebep olabilir. Çocuklar akranları ve öğretmenleri tarafından beğenilmek ve takdir toplamak istediği için dijital medya araçlarını ve uygulamalarını bu amacı gerçekleştirmek için kullanma eğilimi gösterebilir (Kardefelt-Winther, 2017). Bazı araştırmacılar dijital teknoloji araçları ve uygulamalarını çocukların sosyal ilişkilerini güçlendirme amacıyla kullanılmasının olumlu sonuçları olabileceğini ifade ederken diğer araştırmacılar çocuklar arasında rekabet, kıskançlık ve potansiyel olarak yetersizlik duygularına yol açabileceği görüşünü savunmaktadır (Holloway, Green ve Livingstone, 2013). Okul döneminde çocuklar dijital teknoloji araçlarını ve uygulamalarını genellikle mevcut arkadaşlık ilişkilerini geliştirmek, arkadaşlarıyla iletişim halinde olmak ve olumlu ilişkiler kurmak için kullanmaktadır. Bu dönemde çocuklara ebeveynleri ve öğretmenleri tarafından iyi rehberlik yapılmalı ve medya okuryazarlığı ile dijital okuryazarlık eğitimi verilerek bu becerilerinin gelişimi desteklenmelidir (Kardefelt-Winther, 2017). Çünkü, dijital teknoloji araçları ve uygulamalarının olumlu olduğu kadar siber zorbalık, istismar, akran zorbalığı gibi olumsuz durumlara sebep olma ihtimali de bulunmaktadır. Çocukların bu gibi olumsuz durumlarla karşılaşmamaları ve karşılaşma durumunda gerekli önlemleri alabilmeleri için desteklenmesi gerekmektedir (Holloway, Green & Livingstone, 2013).

Okul döneminde bulunan çocukların herhangi bir dijital medya aracını ve uygulamasını günde en fazla 2 saat kullanması gerekmektedir (American Academy of Pediatrics, 2016). Yaşına uygun, ebeveynleri ile ortak belirlenmiş gelişimsel amaçlarına hizmet eden ve sınırlarla kullanımına izin verilen dijital medya araçlarıyla da uygulamaları çocuklar için eğlenceli, sürükleyici ve bilgilendirici ekran deneyimleri olabilir (Coyne , 2014). Dijital medya araçları ve uygulamaları çocukların akademik başarısını artırabilir, bilgi ve okuryazarlık becerilerini geliştirebilir, öğretmenleri ve akranlarıyla olumlu ilişkiler

geliştirmelerine yardımcı olabilir (Bruce 2012). Dijital tabanlı programlar ve uygulamalar hem bireysel hem de işbirlikçi öğrenmeyi teşvik edebilir ve çocukları araştırma yapmaya teşvik edebilir (Boaler, 2016). Etkileşimli yazılım, nitelikli uygulamalar ve oyunlar matematik becerisini ve yeterliliğini artırabilir ve öğrenme zorluklarını azaltabilir (Clark, 2005). Ebeveynler ve akranlarla oynanan işbirlikçi veya rekabetçi video oyunları, günümüz geleneksel oyunları olarak değerlendirilebilir. Bu durumda çocukların kimlik gelişimine, bilişsel ve sosyal gelişimine olumlu katkı sağlayabilir (Przybylski, 2014). Bu yaş grubu birçok çocuk, özellikle erkek çocuklar, dijital oyunları sosyalleşmek amacıyla kullanmaktadır. Bu nedenle bazı dijital oyunlar çocukların başarma duygusu ve daha iyi olma hissi yaşamasını sağlayabilir (Gutnick, 2010). Dijital teknoloji, çocukların arkadaşlık kurmasına ve sürdürmesine yardımcı olabilir (Eichenbau, 2014). Olası riskleri arasında aşağıdaki durumlar sayılabilir.

- Bu yaş grubu çocukların yatak odalarında medya araçlarının bulunması (televizyon dahil), sosyal çevrelerinin dijital medya araçlarından oluşması, yaşlarına uygun olmayan uygulamaları kullanmaları ve şiddet bulunan içeriklere maruz kalmaları sonucunda gelişimleri ve davranışları olumsuz etkilenebilir (Media Smarts, 2019).
- Dijital medya araçları ve uygulamalarının yoğun olarak kullanılması (günde 2 saatten fazla) çocuklarda davranış sorunlarının artmasına sebep olabilir (Parkes, 2013).
- Uzun süre ekrana maruz kalan çocuklarda depresyon ve düşük fiziksel aktivite görülebilir (Kremer, 2014).
- Dijital medya araçlarına ve internete sahip olmayan çocuklar akranları tarafından damgalama yaşayabilir (Turner, 2017).
- Okul çağındaki çocuklar genellikle ödev yapmak, oyun oynamak veya sosyalleşmek için tablet ya da bilgisayar kullanmaktadır. Ancak bu etkinlikler sırasında çocukların ebeveynleri tarafından denetlenmedikleri yapılan son araştırmalarla ortaya çıkarılmıştır (Steeves, 2015). Yaş grubu çocuklar kendilerine çok fazla güvenirlir. Ancak çocukların yalnız ya da denetimsiz dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanmaları olumsuz veya zararlı içeriğe maruz kalma risklerini büyük ölçüde artırabilir (Steeves, 2015),
- Dikkatini aynı anda iki veya daha fazla dijital medya aracına bölme (çoklu ortam görevi) özellikle öğrenmeyi zorlaştırır da 5-8 yaş arası çocuklar genellikle bu durumu denemektedir. Çoklu ortam görevi, hem sınıfta ya da evde eşzamanlı öğrenme üzerinde, hem de 12 yaş ve altındaki çocukların akademik başarısı üzerinde okuma verimliliğini

bozabilme, problem çözme becerisini bozabilme ve çocukların kendi kendine ödev yapma sorumluluğunu azaltabildiği için olumsuz bir etkiye sahip olabilir (Rideout, 2017; Carrier, 2015).

- Uzun süre ekrana maruz kalma, akranlarıyla etkileşim kuramadıkları için çocukların sosyal gelişimini olumsuz yönde etkileyebilir (Carrier, 2015).

Bu yaş döneminde bulunan çocuklar önceki dönemlerde olduğu gibi ebeveynlerinin dijital medya araçları kullanım durumlarından etkilenmektedir. Model alma yoluyla öğrenme davranışları devam etmekle birlikte arkadaşlarının etkisi de gündeme gelmeye başlamaktadır. Çocuğun sosyalleşmesi sonucunda arkadaşlarından öğrenme durumu artmaktadır. Bandura (1965)'nin da dediği gibi, çocuk en iyi başka çocuktan öğrenmektedir. Bu aşamada ebeveynlerin yapabileceği bazı önlem ve kontrol davranışları bulunmaktadır. Bunlar (Child Mind, 2020).

Birlikte Kullanım: Çocukların kullandıkları dijital medya araçları ve uygulamaları aracılığıyla olumsuz durum ve davranışların bulunduğu içeriklerle karşılaşmalarını önleyebilmek için, uygulama ya da araçlar ebeveynleriyle birlikte ya da ebeveyn denetiminde kullanılmalıdır. Bu dönem çocukların özellikle cinsiyet rolleri ve davranışları hakkında değer yargılarını oluşturmaya devam ettikleri dönem olduğundan, medya içeriklerinde çocuklara hangi mesajların iletilildiğinin kontrol edilmesi gerekmektedir. Eger bir içerikte olumsuz arkadaşlık ilişkileri, sağlıksız/uygun olmayan davranış kalıpları ve gerçekçi olmayan güzellik standartlarıyla karşılaşılırsa bu iletiler hakkında çocukla mutlaka konuşulmalı ve konu hakkındaki fikirleri dinlenmelidir. Gerçek hayattan örnekledirmeler yapılarak çocuğun gerçek ve sanal arasındaki farkı ayırt edebilmesi sağlanmalıdır. Böylelikle, çocukların cinsiyet rolleri ile ilgili olumlu değer yargıları geliştirmeleri sağlanmış olacaktır. Ayrıca çocukların aktif birer dijital medya kullanıcısı olarak, aynı zamanda iyi birer de içerik değerlendirici olmaları aşılanabilir. Bu uygulama reklamlar içinde yapılmalıdır.

Ekrana Kullanımı Sınırsız Olmamalıdır: Okul dönemi çocukların ekran süresi en fazla 2 saat olmalıdır. Ev içerisinde ekransız alanlar oluşturulmalıdır; yatak odaları yemek masası gibi...Her dijital medya uygulaması ya da ekran içeriğinin nitelikli olup olmadığını ve ne kadar süre sınırı koyulması gerektiğini belirlemek bazı durumlarda zor olabilir. Böyle bir durumla karşılaşıldığı zaman içeriğin çocuğun yaşına uygun olup olmadığına, çocuğun hayal gücünü destekleyip desteklemediğine ve doğru değer

yargılarını öğretip öğretmediğine dikkat edilerek karar verilmelidir. Çocuğun kullanması istenmeyen bir uygulama ya da izlemesi istenmeyen bir medya içeriği olduğunda sadece “kötü” denmemeli, içerik hakkında mutlaka açıklama yapılmalıdır.

Dijital Teknoloji Araçları Ödül ve Ceza Aracı Olarak Kullanılmamalıdır: Dijital teknoloji araçları çocuklara çok ilgi çekici gelmektedir. Çocuğun sorumluluğu olan bir davranışı yapması sonucunda ödül olarak bu araçların ya da uygulamaların kullanılması çocuğun ilgisinin artmasına sebep olacaktır. Benzer bir şekilde, yapması gereken bir davranışı yapmadığı için ceza olarak kullanılması da bu araçlara çocukların aşırı ilgi göstermesine sebep olacaktır. Her iki durumda da çocukların gözünde dijital medya araçlarının değeri artmaktadır. Bu nedenle ödül ya da ceza aracı olarak kullanılmamalıdır.

Başka Etkinliklere Yönlendirme: Bu yaş grubu çocuklar dijital medya araçlarını eğlenmek ve sosyalleşmek amacıyla kullanmaktadır. Eğlenmenin spor yapma, kitap okuma, resim yapma, müzik aleti çalma, satranç oynama ve drama gibi pek çok yolu bulunmaktadır. Çocukların farklı aktiviteler yapmaları dengeli bir yaşama sahip olmaları açısından önemlidir. Öncelikli olarak ebeveynlerin çocuklarına bu konuda rol model olması gerekmektedir. Ebeveynlerinin farklı etkinlikler içerisinde olduğunu gören çocuklar kendi ilgi alanlarını keşfetme ve geliştirme çabasına girmektedir. Bu alternatif etkinlikler zorlama ile yaptırılmamalı, çocuğun gönüllü olması sağlanmalıdır.

Okul dönemi çocukları için dijital medya araçları ve uygulamaları dört ana amaç için yararlıdır, Bunlar (Chaudron, 2015):

1. Boş Zaman Değerlendirme ve Eğlence: Çocuklar dijital medya araçlarını ve uygulamalarını eğlenceli vakit geçirmek için kullanmaktadır. Bu nedenle, YouTube ve Google Play gibi uygulama ve sitelerde genellikle video oyunları ile ilgili içerikleri takip etmektedirler. Çocukların can sıkıntılarını geçirmek için kullandıkları en kolay çözüm dijital medya araçları ve uygulamalarıdır.
2. Bilgi ve Öğrenme: Çocuklar bilgi almak veya bilgi edinmek için arama motorlarını kullanabilmektedir. Sadece okul ihtiyaçlarını karşılamak için değil, ilgi alanlarını doyurmak, hayal güçlerini ve yaratıcılıklarını desteklemek için dijital medya araçlarını ve uygulamalarını kullanırlar. Öğretmenlerin çocuklara internet kullanılarak yapılması gereken ödevler verdikleri zaman çocukların dijital medya araçları ve uygulamalarını kullanma arzuları ebeveynleri tarafından da

desteklenmektedir. Çünkü ödev yapılması durumunda dijital teknolojinin çocuklara sunabileceği öğrenme fırsatları ebeveynler için daha somut hale gelmektedir.

3. Yaratıcılık: Bazı çocuklar dijital yaratıcıdır, çocukların hemen hemen hepsi “yaratıcı” sıfatına ilgi duymakta ve bundan yararlanmak istemektedir. Başlangıçta dijital medya araçları ve uygulamalarını kullanmak için ebeveyn desteğine ihtiyaç duysalar da sonraları kendi yaratıcılıklarını ortaya koyarlar.
4. İletişim: Bu yaş grubu çocuklar için arkadaşları ve bulundukları sosyal gruplar önemlidir. Arkadaşlık bağını sağlamlaştırmak ve sürdürmek için dijital teknolojilerin kullanımı söz konusudur.

Görüldüğü üzere dijital medya araçları ve uygulamalarının çocukların gelişim ve öğrenmeleri üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Dijital medya araçları ve uygulamalarının okul dönemi çocuklarının gelişim ve öğrenmelerini destekleyebilmek için sınıf ortamında kullanımının çeşitli yöntemleri bulunmaktadır. Öğretmenlerin yaptıkları ders anlatımını etkileşimli hale getirerek geliştirmesi dijital medya araçları ve uygulamalarının eğitime en büyük yararı olarak değerlendirilebilir. Dijital medya araçları kullanılarak bir eğitim içeriği hem sözlü hem metin olarak hem de farklı etkileşim yöntemleri kullanılarak hazırlanabilir. Bu da çocukların eğitim ve öğrenmeye olan ilgisinin artmasını sağlayabilir (Üstündağ, 2017).

Ebeveynlerin ve eğitimcilerin sınıfta dijital teknoloji araçlarının kullanımı ile ilgili yaşadıkları en büyük endişe. Ekran süresinin nasıl sınırlandırılacağı durumudur. Amerikan Pediatri Derneği (2016)’ne göre okul dönemi çocuklar günde en fazla 2 saat denetimli olarak ekran kullanabilir ve bu ekran kullanım süresinin çocukların ders çalışma, uyku, fiziksel aktivite, beslenme ve diğer sağlık davranışlarına engel olmayacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Sınıf ortamında dijital teknoloji araçlarını kullanmadan önce öğretmenlerin göz önünde bulundurmaları gereken bazı hususlar bulunmaktadır (Venezky, 2004).

1.2. Alfa Kuşağı ve Yeni Medya

Alfa Kuşağı, 2010 yılından sonra doğan, teknolojiye yüksek düzeyde maruz kalan ve dijital dünyaya doğal olarak entegre olan bir nesil olarak tanımlanmaktadır (Güçdemir, 2017). Bu kuşak, yeni medya araçlarını günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası olarak

görmekte ve bu araçlar aracılığıyla iletişim, eğlence, bilgi edinme gibi ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Karaduman, 2020).

Alfa kuşağı için çeşitli tanımlar yapılabilmektedir. Örneğin, Noble ve arkadaşları (2009), Alfa Kuşağı'nın dijital yerliler olarak adlandırıldığını ve teknolojiyi günlük hayatlarının bir parçası olarak gördüklerini vurgulamaktadır.

Yeni medya, geleneksel medyadan (televizyon, radyo, gazete vb.) farklı olarak etkileşimli, dijital temelli ve kullanıcı odaklı iletişim araçlarını ifade etmektedir (Binark, 2007). Sosyal medya platformları, akıllı telefonlar, tabletler, bloglar, podcastler gibi araçlar, yeni medyanın önemli bileşenleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Çakır ve Topçu, 2019).

Alfa Kuşağı ve yeni medya arasındaki ilişki, Türkiye'deki akademik çalışmalarda çeşitli açılardan incelenmiştir. Örneğin, Öz ve Çetinkaya (2018), Alfa Kuşağının günlük yaşamında yeni medya araçlarının önemli bir yer tuttuğunu ve bu araçların bilişsel, sosyal ve duygusal gelişimlerini etkileyebileceğini belirtmektedir. Ayrıca, Aydoğan ve Özkul (2020), Alfa Kuşağının geleneksel medyadan ziyade yeni medya araçlarını tercih ettiğini ve bu araçları çoklu görev yapma, hızlı öğrenme ve yaratıcı içerik üretme gibi becerilerini geliştirmek için kullandığını vurgulamaktadır.

1.2.1. Alfa Kuşağının Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları

Araştırmalar, Alfa kuşağının teknolojiyi yoğun biçimde kullandığını ve dijital cihazları günlük hayatlarının önemli bir parçası haline getirdiğini ortaya koymaktadır (Karaduman, 2020). Akıllı telefon, tablet, bilgisayar gibi araçları etkin bir şekilde kullanma becerileri diğer kuşaklara göre daha erken yaşlarda gelişmektedir.

Alfa kuşağının sosyal medya platformlarını, çevrimiçi oyunları ve çeşitli dijital eğlence içeriklerini yoğun biçimde tükettiği ve bu araçlar üzerinden yeni sosyalleşme biçimleri geliştirdiği vurgulanmaktadır (Güçdemir, 2017). Dolayısıyla, bu kuşağın yeni medya deneyimleri, eğitim, iletişim, bilgi edinme ve boş zaman değerlendirme alışkanlıklarını derinden etkilemektedir. Bununla birlikte, Alfa kuşağının yeni medya kullanımının, onların zihinsel gelişimleri, duygu durumları ve kişilik özellikleri üzerinde çeşitli etkilere sahip olabileceği de ifade edilmektedir (Çakır ve Topçu, 2019).

Alfa kuşağının dijital teknolojilere ve yeni medya araçlarına yoğun biçimde maruz kaldığını ve bunları günlük hayatlarının önemli bir parçası haline getirdiğini göstermektedir (Aydoğan ve Özkul, 2020). Bu kuşak, akıllı telefonlar, tabletler, kişisel

bilgisayarlar ve diğer mobil cihazlar aracılığıyla çevrimiçi ortamlarda uzun süreler geçirmektedir. Alfa kuşağının yeni medya kullanım alışkanlıkları incelendiğinde, bu kuşak tarafından sosyal medya platformlarının (Facebook, Instagram, TikTok vb.) yoğun biçimde kullanıldığı görülmektedir (Güçdemir, 2017). Ayrıca bu platformlar üzerinden akranlarıyla iletişim kurma, eğlence içerikleri tüketme, kendilerini ifade etme ve paylaşımda bulunma gibi çeşitli aktivitelerde bulundukları saptanmıştır.

Alfa kuşağı çocuklarının çevrimiçi oyunlara da büyük ilgi gösterdiği ve bu oyunlar aracılığıyla sosyalleşme biçimleri geliştirdiği belirtilmektedir (Karaduman, 2020). Diğer yandan, bu kuşağın yeni medya kullanımının, onların gelişim ve öğrenme süreçlerini de etkilediği vurgulanmaktadır (Çakır ve Topçu, 2019).

Alfa Kuşağı'nın yeni medya kullanım alışkanlıkları, akademik çalışmalarda çeşitli yönlerden ele alınmaktadır. Örneğin, Rideout ve Robb (2019), Alfa Kuşağı'nın günlük medya tüketiminin ortalama 3 saat 36 dakika olduğunu ve bu sürenin büyük bölümünün ekran başında geçirildiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, bu kuşağın mobil cihazları sıklıkla kullandığı ve sosyal medya platformlarına yoğun şekilde bağlandığı belirtilmektedir.

Benzer şekilde, Palfrey ve Gasser (2013), Alfa Kuşağı'nın "dijital yerliler" olarak adlandırıldığını ve teknolojik araçlara yüksek düzeyde aşinalık gösterdiklerini ifade etmektedir. Buna ek olarak, bu kuşağın bilgi edinme, eğlenme ve iletişim kurma gibi ihtiyaçlarını yeni medya araçları aracılığıyla karşıladıkları vurgulanmaktadır. Diğer bir çalışmada ise, Prensky (2001), Alfa Kuşağı'nın farklı düşünme ve öğrenme tarzlarına sahip olduğunu ve bu nedenle eğitim sisteminin de bu doğrultuda yeniden şekillendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. 2020 yılında yapılan bir araştırmada, pandemi öncesinde günlük ortalama 3 saat olan sosyal medya kullanım süresinin, pandemi döneminde 5 saate çıktığı tespit edilmiştir (Gürbüz, 2020). Bu veriler, Alfa Kuşağı'nın pandemi sonrası dönemde yeni medya araçlarını yoğun bir şekilde kullandığını gösteriyor.

Dijital teknolojilerin yoğun kullanımı ve internet bağlantısının yaygınlaşması, Alfa kuşağı çocukların yeni medya deneyimlerini önemli ölçüde şekillendirmektedir (Aydoğan ve Özkul, 2020). Bu kuşağın yeni medya kullanımı ve etkileşimi, diğer kuşaklardan farklı özellikler göstermektedir. Benzer şekilde, Prensky (2001), Alfa Kuşağı'nın bilgi edinme, eğlenme ve iletişim kurma gibi temel ihtiyaçlarını yeni medya araçları aracılığıyla karşıladıklarını ve bu nedenle farklı düşünme ve öğrenme tarzlarına

sahip olduklarını ifade etmektedir. Ayrıca, Çakır ve Topçu (2005), Alfa Kuşağı'nın yeni medya deneyimlerinin, onların okul başarıları, sosyal ilişkileri ve psikolojik gelişimleri üzerinde önemli etkileri olduğunu savunmaktadır. Sosyal medyanın, özellikle YouTube'un, çocukların değer yönelimleri üzerindeki etkisini inceleyerek, bu platformların değer sistemlerini şekillendirme noktasında önemli bir araç olduğunu söyleyebiliriz (Özgür, 2024). Bu nedenle, bu kuşağın yeni medya deneyimlerinin yakından takip edilmesi ve gerekli önlemlerin alınması önem kazanmaktadır.

1.2.2. Aile İçi İlişkilerin Şekillenmesinde Yeni Medyanın Rolü

Medya araçlarının, aile içi iletişimi kolaylaştırarak ve aile bireylerinin birbirlerinin yaşamlarına daha fazla katılımını teşvik ederek aile bağlarını güçlendirdiği ifade edilmektedir (Mesch, 2006). Bununla birlikte, yeni medya kullanımının aile içi ilişkilerde çeşitli çatışmalara da zemin hazırlayabileceği belirtilmektedir. Örneğin, ebeveynlerin çocuklarının medya araçlarını aşırı kullanmalarından duydukları rahatsızlık, bu konuda aile bireyleri arasında görüş ayrılıklarına neden olabilmektedir (Subrahmanyam & Šmahel, 2011). Ayrıca, dijital iletişim olanaklarının artmasıyla birlikte yüz yüze etkileşimin azalmasının, aile üyeleri arasında duygusal mesafenin artmasına ve dolayısıyla aile içi ilişkilerin zayıflamasına yol açabileceği ileri sürülmektedir (Hertlein, 2012). Yeni medya araçlarının aile içi ilişkilerde olumlu rol oynadığını da belirtmektedir. Örneğin, aileler arasındaki koordinasyonu ve paylaşımı artırarak aile bütünlüğünü güçlendirebilmektedir (Mesch & Talmud 2010).

1.3. Çalışmada Kullanılan İletişim Kuramları

1.3.1. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı (Uses and Gratifications Theory)

Bu çalışmada kuramsal temel olarak Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'nın tercih edilmesinin temel nedeni, Alfa kuşağının medya kullanım biçimlerinin pasif değil, aktif ve seçim odaklı bir yapıda ilerlemesidir. Yeni medya araçlarının bireylere sunduğu içerik çeşitliliği, zaman ve mekândan bağımsız erişim imkânı, kullanıcıların ihtiyaçlarına göre medya içeriklerini seçmelerine ve yönlendirmelerine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, Alfa kuşağının medya kullanım pratikleri ile Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'nın temel varsayımları arasında güçlü bir örtüşme bulunmaktadır. Çocukların medyayı sadece

maruz kalınan bir araç değil, aktif olarak içerik seçilen, ilgi alanlarına göre yönlendirilen bir mecra olarak kullanmaları, bu kuramın çalışmada tercih edilmesinde etkili olmuştur. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, medya kullanıcılarının içerikleri tüketirken belirli ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını savunan, izleyiciyi pasif değil, aktif bir özne olarak değerlendiren bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, ilk olarak Herzog (1944) tarafından radyo dinleyicilerinin program tercihlerinin nedenlerini açıklamak amacıyla kullanılmış; daha sonra Elihu Katz, Jay G. Blumler ve Michael Gurevitch tarafından 1970’li yıllarda sistematik hâle getirilerek medya araştırmalarında temel bir paradigma hâline getirilmiştir (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). Bu kurama göre bireyler; bilgi edinme, eğlenme, toplumsal bütünleşme ve kimlik geliştirme gibi çeşitli doyumları elde etmek için medya araçlarını seçmektedirler. Kullanıcıların psikolojik, sosyal ve bilişsel ihtiyaçları, medya kullanımında belirleyici olmaktadır. Bu bağlamda, medya içeriklerinin anlamı bireyden bireye farklılık gösterebilir; çünkü her birey aynı içeriği farklı amaçlarla tüketebilmektedir. Bu da Alfa kuşağının yeni medya ile kurduğu bireyselleşmiş ve seçici ilişkiyi anlamlandırmada etkili bir açıklama sunmaktadır.

Yeni medya ortamları, geleneksel medyadan farklı olarak çift yönlü etkileşim, katılım ve kişiselleştirme olanakları sunduğundan, Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı dijital çağda yeniden önem kazanmıştır. Günümüzde çocuklar, özellikle mobil cihazlar, tabletler ve sosyal medya platformları aracılığıyla içerikleri seçmekte, üretmekte ve yönlendirmektedirler. Alfa kuşağına mensup çocukların bu yönüyle medya içeriklerinde pasif değil, aktif bir konumda bulunmaları, çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Nitekim Karaman ve Karataş (2022), Alfa kuşağı çocuklarının dijital medyayı eğlenme, öğrenme ve sosyalleşme gibi farklı doyum alanlarında etkin şekilde kullandıklarını ve bu kullanımın ebeveyn tutumlarıyla şekillendiğini ortaya koymuştur (s. 118). Benzer şekilde Demirtaş (2021), çocukların medya içeriklerine erişimlerinde aktif tercihler yaptıklarını, ebeveynlerin ise bu tercihler üzerinde yönlendirici olabildiklerini vurgulamaktadır (s. 93). Bu kuramsal çerçeve, tez kapsamında hem Alfa kuşağının medya ile etkileşim biçimlerini açıklamak hem de yeni nesil babaların bu etkileşim üzerindeki rollerini anlamlandırmak için temel alınmıştır.

1.3.2. Kültürel Çalışmalar Yaklaşımı

Bu çalışmanın kuramsal zeminlerinden biri de Kültürel Çalışmalar Yaklaşımıdır. Kültürel Çalışmalar, bireylerin medya içeriklerini nasıl anlamlandırdıklarını, bu içeriklerle nasıl özdeşleştiklerini ve gündelik yaşamla medya arasında nasıl bir ilişki kurduklarını inceleyen disiplinlerarası bir yaklaşımdır. Medyayı yalnızca ideolojik bir araç olarak değil, aynı zamanda bireylerin kimlik inşasında ve sosyal ilişkiler ağında oynadığı rol bağlamında da değerlendiren bu yaklaşım, özellikle çocukluk, ebeveynlik ve medya ilişkilerinin analizinde derinlikli bir kavrayış sunmaktadır. Kültürel Çalışmalar yaklaşımı, özellikle Stuart Hall, Raymond Williams, Richard Hoggart gibi isimlerin öncülüğünde 1960'lı yıllarda Birmingham Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi (CCCS) çatısı altında kurumsallaşmıştır (Hall, 1997). Bu yaklaşım, kültürü sadece yüksek sanat ya da estetik bir üretim biçimi olarak değil, aynı zamanda gündelik yaşam pratikleriyle iç içe geçmiş anlam üretim süreçleri olarak ele alır. Stuart Hall'un kodlama ve kod açma (encoding/decoding) modeli, medya mesajlarının tek yönlü ve belirleyici olmadığını, izleyicilerin bu mesajları farklı sosyo-kültürel bağlamlarda, kendi deneyimleriyle harmanlayarak anlamlandırdıklarını ileri sürer. Bu modele göre, alıcı, mesajı “egemen”, “müzakereci” veya “karşıt” bir okumayla çözümleyebilir (Hall, 1980). Bu bağlamda, Alfa kuşağı çocuklarının medya içeriklerini nasıl algıladığı, hangi anlamları inşa ettiği ve ebeveynlerinin özellikle babalarının bu süreçte nasıl bir rehberlik ya da müdahale sunduğu, Kültürel Çalışmalar yaklaşımı ile anlamlandırılabilir.

Kültürel Çalışmaların medya ve çocuk ilişkisine katkısı, sadece içerik analizine odaklanmakla sınırlı kalmaz. Aynı zamanda medya kullanımının toplumsal sınıf, cinsiyet, kuşak farkı gibi kültürel konumlanmalarla nasıl kesiştiğini de ortaya koyar. Bu anlamda, çalışmada yer alan yeni nesil babaların, çocuklarının medya pratiklerine nasıl katıldıkları, bu katılımın nasıl bir kültürel aktarım veya kuşaklar arası medya okuryazarlığına dönüştüğü soruları, Kültürel Çalışmalar perspektifinden incelenmiştir.

Mutlu'ya (2021) göre Kültürel Çalışmalar, “Kitle iletişim araçlarının bireylerin yaşamlarında nasıl anlam kazandığını açıklarken aynı zamanda kültürel üretim, tüketim ve temsil süreçlerini de göz önünde bulundurur.” (s. 173). Bu yönüyle yaklaşım, yalnızca medyanın ne söylediğine değil, kimin için, nasıl ve hangi bağlamlarda ne anlama geldiğine odaklanır.

Bu tez kapsamında, Alfa kuşağı bireylerin dijital medya içeriklerini nasıl tükettiği kadar, bu tüketim biçimlerinin hangi sosyal, kültürel ve ailevi ilişkilerle biçimlendiği Kültürel Çalışmalar yaklaşımıyla değerlendirilmiştir. Böylece hem medya içeriklerinin pasif alımlanmadığı hem de bu sürecin toplumsal olarak müzakere edilen bir pratik olduğu ortaya konmuştur.

1.3.3. Medyatik Ebeveynlik

Yeni medya çağında çocukların medya ile kurdukları ilişkileri anlamak için yalnızca medya içeriklerine değil, aynı zamanda bu içeriklerin aile ortamındaki alımlanma biçimlerine de odaklanmak gereklidir. İşte bu noktada medyatik ebeveynlik (mediated parenting) kavramı devreye girmektedir. Medyatik ebeveynlik, ebeveynlerin çocuklarının medya kullanımını doğrudan yönlendirmesi, eşlik etmesi, denetlemesi veya medya aracılığıyla ebeveynlik pratiğini sürdürmesi anlamına gelir (Clark, 2011). Bu kavram, ebeveynlik rollerinin dijital medya ortamında yeniden tanımlanması ve dönüştürülmesi bağlamında önemli bir analitik çerçeve sunar. Özellikle yeni nesil babalar, teknolojik araçları sadece tüketen değil, aynı zamanda çocuklarının dijital yaşamlarını düzenleyen, yönlendiren ve denetleyen bir konuma gelmiştir. Bu durum, çocukların medya ile kurduğu anlam ilişkisini doğrudan şekillendirmekte; medyanın “çocuk üzerindeki etkisi”ni, ayrıca “ebeveynin medya ile ilişkisi” üzerinden de tanımlanabilir hâle getirmektedir. Medyatik ebeveynlik çerçevesinde yapılan araştırmalar, özellikle babaların medya aracılığıyla kurdukları rehberlik ilişkilerinin, çocukların medya içeriklerine eleştirel yaklaşma becerilerini artırdığını göstermektedir (Nikken & Schols, 2015). Medya içeriklerinin çocuklar üzerinde, yalnızca eğlence ya da vakit geçirme aracı olarak değil, toplumsal değerlerin aktarımı, rol model edinme ve kimlik inşası süreçlerinin bir parçası olarak işlev gördüğü dikkate alındığında, bu rehberlik ilişkisinin önemi daha da belirginleşmektedir. Bu bağlamda, yeni nesil babaların çocuklarıyla birlikte içerik seçimi yapması; içerikler hakkında sohbet etmesi ve alternatif değer sistemlerini çocuklara sunması, medyanın yetiştirici etkisine karşı bir dengeleme işlevi görebilmektedir. Ayrıca, bu süreç sosyal öğrenme kuramı ile de doğrudan ilişkilidir. Albert Bandura tarafından geliştirilen sosyal öğrenme kuramı, bireylerin davranışları gözlem yoluyla, özellikle de model alma yoluyla öğrendiklerini savunur (Bandura, 1977).

Bu kuram kapsamında medya içerikleri, yalnızca izlenen ya da dinlenen bir şey olmaktan çıkar; bireyin davranışlarını şekillendiren, tekrar eden ve içselleştirilen modeller sunan bir kaynak haline gelir. Çocuklar, izledikleri içeriklerdeki karakterleri, davranış biçimlerini, dil kalıplarını ve değer yargılarını rol model olarak alabilir. Ancak, bu modelleme süreci yalnızca medya üzerinden değil, aile ortamında gözlemlenen davranışlar aracılığıyla da gerçekleşir. Bu noktada, babaların dijital medya kullanım alışkanlıkları, medya içeriklerine dair yorumları ve teknolojiyle kurdukları ilişkiler, çocuklar tarafından gözlemlenmekte ve öğrenilmektedir (Nikken & Schols, 2015).

Dolayısıyla, Alfa kuşağının medya ile ilişkisi, hem doğrudan medya içerikleri hem de bu içeriklerin içinde yer aldığı ailevi bağlam tarafından şekillendirilmektedir. Medyatik ebeveynlik ve sosyal öğrenme kuramı birlikte ele alındığında, çocukların medya deneyimlerinin yalnızca bireysel bir tüketim süreci olmadığı; gözlem, modelleme ve sosyal bağlam içinde anlamlandırma süreci olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak, Alfa kuşağı bireylerinin medya ile kurduğu ilişkiyi açıklarken sadece medya içeriklerine değil, bu içeriklerin aile ortamında nasıl yorumlandığına, kimlerle birlikte izlendiğine ve hangi sosyal öğrenme modelleriyle bütünleştiğine de odaklanmak gerekmektedir. Bu çerçevede, medyatik ebeveynlik ve sosyal öğrenme kuramı, ekme kuramını tamamlayıcı ve derinleştirici şekilde kullanılabilir; bu durum, çocukların medya deneyimlerinin çok katmanlı doğasını anlamak açısından bütüncül bir bakış sağlar.

1.3.4. Kuramsal Yaklaşımların Karşılaştırmalı Analizi: Alfa Kuşağı ve Yeni Nesil Babaların Yeni Medya ile Etkileşiminde Kuramların Birleşik Okuması

Alfa kuşağının yeni medya ile kurduğu ilişkiyi yalnızca içeriklerin niteliği üzerinden değerlendirmek sınırlı bir bakış açısı sunabilir. Yeni medya, bireylerin hem tüketici hem de üretici olarak aktif rol aldığı bir kültürel alan hâline gelmiştir. Bu çerçevede, çocukların yeni medya deneyimlerinin anlaşılabilmesi için bireysel motivasyonların, aile içi yönlendirmelerin ve toplumsal-kültürel bağlamların birlikte dikkate alınması önem taşımaktadır (Livingstone, 2009, s. 45).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin yeni medyayı eğlenme, öğrenme, sosyalleşme ya da kimlik geliştirme gibi çeşitli amaçlarla tercih edebildiğini göstermektedir. Alfa kuşağı çocuklarının YouTube, TikTok veya oyun platformlarını kullanma biçimleri, bu yaklaşımın işaret ettiği bireysel motivasyonların günümüz dijital

kültüründe de etkili olduğunu düşündürmektedir (Güngör, 2013, s. 212). Bununla birlikte, bu motivasyonların aile ortamından bağımsız olmadığı da gözlemlenmektedir. Yeni nesil babaların çocuklarının içerik tercihlerine eşlik etmeleri, medya kullanım amaçlarını şekillendirmekte ve elde edilen doyumların niteliğini etkilemektedir (Çelenk, 2010, s. 98).

Medyatik ebeveynlik, çocukların yeni medya deneyimlerinin aile içi etkileşimle nasıl farklılaştığını anlamak açısından önemlidir. Çocukların aynı içerikleri farklı aile ortamlarında farklı biçimlerde yorumlamaları, ebeveynlerin rehberlik ve yönlendirme biçimlerinden etkilenmektedir. Yeni nesil babaların teknolojiyi etkin kullanan ve eleştirel yaklaşan bireyler olarak bu süreçte daha aktif bir rol üstlenmeleri, çocukların yeni medyaya yönelik anlamlandırma süreçlerini de etkilemektedir (Clark, 2011, s. 323).

Kültürel çalışmalar yaklaşımı ise yeni medya içeriklerinin kullanıcılar tarafından tek tip biçimde içselleştirilmediğini, bireylerin kendi toplumsal ve kültürel bağlamları doğrultusunda bu içeriklere farklı anlamlar yükleyebildiklerini ortaya koymaktadır. Alfa kuşağı çocuklarının sosyal medyada içerik üretmeleri, paylaşımları ya da çevrim içi topluluklara katılmaları bu müzakereci sürecin bir parçası olarak değerlendirilebilir (Hall, 1980, s. 132). Bu noktada, yeni nesil babaların yönlendirmeleri çocukların hangi içeriklere daha yakınlaştığını, hangilerine mesafeli durduğunu ya da hangi kültürel kodları benimsediğini etkileyebilmektedir (Buckingham, 2013, s. 67).

Genel olarak bakıldığında, Alfa kuşağının yeni medya ile kurduğu ilişki, bireysel motivasyonlar, aile içi rehberlik ve kültürel müzakere süreçlerinin kesişiminde şekillenmektedir. Yeni nesil babalar bu etkileşimde yalnızca içerik seçiminde değil, anlam üretiminde ve kültürel yorumlamada da önemli bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle, Alfa kuşağının yeni medya kültüründe kimlik inşası, bireysel tercihler ile ailevi ve toplumsal yönlendirmelerin etkileşimini yansıtan çok boyutlu bir süreç olarak görülebilir.

1.4. Yeni Nesil Babalar ve Değişen Roller

Değişimi ve dönüşümü içinde barındıran aile kurumu, sosyalizasyon sürecinin ilk basamağı olma noktasında önemlidir. Değişen toplum ebeveyn-çocuk ilişkisini de etkilemektedir. Çocuk ve çocukluk kavramlarına bakışın farklılaşmasından ziyade ebeveyn(lik) kavramına bakışın ve tutumun farklılaşması da söz konusudur. Sağlıklı çocuk yetiştirmede anahtar kavram ebeveynlik stilidir. Ebeveynin çocuğa karşı tutumu

çocuk yetiştirme noktasında önemlidir. Her ebeveynin çocuğuna karşı tutumu farklıdır (Çirci ve Cansu 2021). Günümüzde dünyada yaşanan ekonomik, sosyal, politik, duygusal, teknolojik pek çok etken ebeveynlerin çocuklarına karşı yaklaşımlarını da değiştirmekte, doğal olarak yeni ebeveynlik stillerini de ortaya çıkarmaktadır (Özdemir, 2023).

Babalık rolünün gelişmesi toplumsal rol ve sorumlulukların değişmesi ile gerçekleşmiştir. Kadının ekonomik hayatta yerini alması ve çekirdek aile sayısının artması ile babaların aile içerisindeki rolleri değişmiştir. Geçmişte otorite figürü, ailenin ekonomik gücü ve çocuğun eğitiminden sorumlu olan baba; günümüzde ise çocuğunun bakımına katılan, çocuklarıyla oyun oynayarak birlikte arkadaşça ilişkiler kurmaktadır. Babaların çocuklarının bakımına katılmasının çocuğun bilişsel, sosyal-duygusal, cinsel-rol ve kimlik gelişimi üzerine olumlu etkileri bulunmaktadır. Her ne kadar geçmişe göre günümüzde babalar çocuklarıyla daha çok ilgilenseler de bu durum hala istenilen düzeyde değildir (Belli, Akçay Didişen & Bal Yılmaz, 2020). Babalık, sonradan öğrenilen toplumsal bir rol olarak ifade edilmektedir. Hâkim babalık algısı karşısında konumlanan biçim değiştirmiş ‘ilgili/aktif/yeni babalık’ algısının ve görünümünün oluşmasını beraberinde getirmektedir (Demiriz & Baran, 2018).

Değişen toplumsal yapı, ev içinde de değişime sebep olmuş ve babalık rolleri; çocuğuyla sadece ekonomik olarak değil, sosyal olarak da ilgilenen modern babalara dönüşmüştür (Gökalliler & Özer, 2019). "Yeni nesil anne baba" terimi, günümüzde ortaya çıkan yeni bir ebeveynlik yaklaşımını tanımlar. “Yeni nesil babalar, geleneksel cinsiyet rollerini daha esnek bir şekilde ele alır ve çocuk bakımı ve ev işlerine daha fazla katılım gösterirler.”(Brott, 2015). Geleneksel baba rolünden yeni nesil baba rolüne geçiş, geçmişe göre önemli değişimler ve dönüşümlerle karakterize edilen bir süreçtir. Geleneksel baba rolü, genellikle erkeğin ailede maddi sağlayıcı ve otorite figürü olarak görüldüğü, ağırlıklı olarak dışarıda çalışan ve ailenin geçimini sağlayan bir rol anlayışını ifade eder. Bu rolde, babalar genellikle duygusal katılım konusunda sınırlı olabilir ve çocuk bakımı ve ev işleriyle daha az ilgilenirler. Eskiden asıl geçim sağlayıcı olarak görülen babalar “yeni babalara” dönüştükçe onlardan, çocukların sadece ekonomik geçimini değil, günlük fiziksel ve duygusal ihtiyaçlarını da sağlayan, anneye eşit bir partnerlik sergilemesi de beklenmektedir. Yeni babalar eşleriyle bebeklerinin doğumuna girmekte, bebeğin temel bakımına dahil olmakta, çocuklarıyla oyun oynayıp onların sosyal hayatlarından haberdar

olmakta ve kız/oğlan çocuk fark etmeden ikisiyle de ilgilenmektedirler (Demirkazık, 2021).

İş-yaşam dengesini sağlamak, çocuk bakımı ve ev işleri arasında denge kurmak gibi konularda pratik zorluklarla karşılaşılabilir. Ayrıca, bazı babaların yeni rolle ilgili güvensizlikleri veya rolün beklentilerine uyma konusunda endişeleri olabilir. Babaların aile içindeki konumu ve sorumlulukları, toplumsal ve kültürel değişikliklerle şekillenen sürekli bir süreçtir. Babaların daha fazla katılımı çocuklarının gelişimine destek olmaları ve ailede daha eşit bir rol üstlenmeleri, aile içi ilişkileri güçlendirebilir ve çocukların daha sağlıklı bir yetişkinlik geçirmelerine yardımcı olabilir. Bu nedenle, babaların aile içindeki konumlarını ve sorumluluklarını yeniden değerlendirmek ve geliştirmek, ailelerin daha mutlu ve sağlıklı bir ortamda yaşamalarına katkıda bulunabilir. Erkekler, çocuklarının ekonomik ihtiyaçlarını karşılamaya öncelik vermek zorunda oldukları için duygusal destek ve fiziksel varlık gibi diğer ihtiyaçların karşılanmasını arka plana almaktadırlar (Grau, Maestro & Bowles, 2024). Buna rağmen babaların aile içindeki konumu ve değişen sorumlulukları, birçok fayda sağlayabilir. Örneğin, babaların çocuk bakımına daha fazla katılım göstermesi, çocukların duygusal ve sosyal gelişimini destekleyebilir, özgüvenlerini artırabilir ve davranış sorunlarını azaltabilir. Ayrıca, babaların ev işlerine yardımcı olmaları ve iş ve aile yaşamları arasında denge sağlamaları, aile içindeki stresi azaltabilir ve ilişkileri güçlendirebilir. Çocukların ihtiyaçları, duyguları ve bireysel özellikleri ön plandadır. Ebeveynler çocukların gelişimini desteklemeye odaklanırlar. Yeni nesil babalar, kariyer ve aile yaşamlarını dengelemek için esnek çalışma düzenleri arar ve çocuklarıyla daha fazla kaliteli zaman geçirmeye odaklanırlar (Myles, 2007).

Öncelikle, kadınların işgücüne katılımındaki artış ve ev içi sorumlulukların paylaşılması, babaların çocuk bakımı ve ev işlerine daha fazla dahil olmalarını gerektirmektedir. Bu durum, babaların çocuk yetiştirme sürecinde daha aktif rol almalarına ve çocuklarıyla daha yakın ilişkiler geliştirmelerine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, esnek çalışma saatleri, ebeveyn izinleri gibi kurumsal politikaların gelişmesi de babaların çocuk bakımına daha fazla katılmalarına imkan tanımaktadır. Böylece, babaların çocuklarıyla geçirdikleri vakit artmakta ve geleneksel baba rolünün yerine daha katılımcı, şefkatli ve duygusal olarak bağlı bir baba profili ön plana çıkmaktadır. Ebeveyn izni politikaları sunan kuruluşlar, çalışanlar için hem annelik hem de babalık izni seçeneklerinin mevcut olmasını sağlamalıdır. Tarihsel olarak kuruluşlar, anne adaylarının ve yeni annelerin

ihtiyaçlarına yönelik uygulamalar ve politikalar geliştirmeye odaklanmış, baba adaylarını ve yeni babaları dışlamışlardır. Kuruluşların resmi babalık izni politikaları olsa bile, erkekler ebeveyn izni almayı seçtiklerinde karşılaşacakları tepkiden korkmaktadır (Bataille & McGill-Carlison, 2017).

1.4.1. Yeni Nesil Babaların ocuk Yetiştirme Pratikleri ve Yaklaşımları

Yeni nesil babaların ocuk yetiştirme pratikleri ve yaklaşımları, çocukların daha sağlıklı bir gelişim göstermelerine ve daha mutlu bir çocukluk geçirmelerine katkıda bulunabilir. Bu yaklaşımlar aile içi ilişkilerin güçlenmesine ve ailenin genel refahının artmasına da yardımcı olabilir. Yeni nesil anne babalar, geleneksel ebeveynlik anlayışından farklı olarak daha demokratik, ocuk merkezli ve iletişime açık bir tutum sergiler. Yeni nesil babalar, çocuklarıyla duygusal bağlarını güçlendirmek ve aktif bir şekilde ilgilenmek için ellerinden geleni yaparlar (Forst, 2021).

Bu, babaların çocuklarıyla daha g l  duygusal bağlar kurmalarını ve çocukların gelişimine aktif bir şekilde katkıda bulunmalarını sağlar. Babaların bu şekilde daha fazla katılım göstermesi, aile içindeki iletişimi güçlendirir, çocukların kendilerini daha g vende hissetmelerine yardımcı olur ve aile içi ilişkileri olumlu yönde etkiler. Yeni nesil modern babalar, hamilelik süreçlerini eşiyle paylaşan, dayanma kapasitelerine göre doğum anında eşlerinin yanında olan, eşleriyle birlikte daha kısa süreli de olsa doğum izni alan, doğumdan sonra çocuğun günlük işleriyle uğraşan, altını değiştiren, gazını çıkararak, banyosunu yaptırarak, mamasını yediren, oyun oynayan, uyumasına, uyanmasına yardımcı olan babalardır (Özdalga, 2012).

Yeni nesil babalar çocukların bakımı, ev işleri ve aile içindeki karar süreçlerine daha fazla katılım gösterme eğilimindedirler. ocuklarının yaşamlarına aktif bir şekilde katılırlar. Çocuklarıyla zaman geçirir, onları destekler ve ilgi gösterirler. Yeni nesil babalar çocukların eğitimine ve kişisel gelişimine önem verirler. ocuklarının ilgi alanlarını destekler ve onların potansiyellerini açığa çıkarmalarına yardımcı olurlar. Yeni nesil babalar çocuklarıyla sağlıklı ve açık bir iletişim kurarlar. Duygularını paylaşmayı teşvik ederler ve çocukların kendilerini ifade etmelerine destek olurlar. Yeni nesil babalar, çocuklarına iyi bir rol model olmaya çalışırlar. Olumlu davranışları sergileyerek çocuklarının olumlu davranışları öğrenmelerini sağlarlar. Yeni nesil babalar çocuklarıyla ilişkilerinde esnek olmayı ve sabırlı olmayı önemserler. Karşılarındaki bireyin

ihtiyaçlarına göre davranışlarını ayarlarlar ve sabırla çocuklarının gelişimini desteklerler. Modern babalar, çocuklarına duygusal ve zihinsel destek sağlama konusunda aktif rol alan, ocuk gelişimine katkıda bulunan ve annelerle işbirliği yaparak aile içi dengeyi sağlayan babalardır (Heinowitz, 2001).

Çocukların fikirlerine değeri verirler ve kararları birlikte alırlar ve çocuklarıyla açık, dürüst ve şefkatli bir iletişim kurarlar. Çocuklarını dinlemeye ve anlamaya özen gösterirler. Çocuklara karşı tutarlı sınırlar koyarlar, ancak bunları açıklama ve gerekçelendirme yoluna giderler ve daha demokratik bir otorite anlayışına sahiptirler. Çocuklara katılım hakkı tanır ve kararlara ortak etme çabası gösterirler. Yeni nesil babalar ev işlerine ve ocuk bakımına daha fazla katılım gösterirler. Annelik ve babalık rollerinin daha eşit bir şekilde paylaşılmasını desteklerler.

1.4.2. Kültürel Çalışmalar Perspektifinden Babalık Rollerinin Dönüşümü

Babaların aile içindeki konumu ve sorumlulukları, zamanla ve toplumsal değışimlerle birlikte önemli ölçüde değışmiştir. Geleneksel anlayışta, babalar genellikle ailede otorite figürü ve maddi sağlayıcı olarak görülürken, anneler ocuk bakımı ve ev işleriyle daha fazla ilgilenirlerdi. Ancak günümüzde, bu klasik rol anlayışı değışmekte ve babaların aile içindeki konumu ve sorumlulukları daha eşit ve katılımcı bir şekilde yeniden tanımlanmaktadır. Kuşaklar arasındaki farklılıklar mevcut sosyal ve kültürel ortamın yansımalarıdır. Babalık pratiklerini belirleyen beklentiler değışmiştir. Genç babalar babalık konusundaki deneyimlerini ve önceki nesillerin ocuk yetiştirme tutumları arasındaki büyük farkı vurgulamaktadırlar. Genç babaların bu farkı çok net ve gururla ifade ettikleri görülmektedir. Ebeveyn kalıpları değışiyor olsa da, toplumsal normlar-beklentiler babalar için aynı kalmıştır. Ev içinde babalık ve hane dışında babalık ayrı olarak incelenmelidir (Şölen, Yeşim & Ulusoy, Yıldız 2020). Ancak yeni nesil baba rolü, bu geleneksel anlayışa kıyasla daha fazla eşitlik, duygusal katılım ve aktif babalık üzerine odaklanmaktadır. Yeni nesil babaların ana hedefleri arasında çocuklarıyla daha yakın ilişkiler kurmak, eşleriyle eşit sorumluluk paylaşmak, ocuk yetiştirmede daha aktif bir rol üstlenmek ve duygusal destek sağlamak bulunur. Yeni nesil babalar, ocuk bakımı, ev işleri ve aile içindeki karar süreçlerine daha fazla katılım gösterirken, aynı zamanda çocuklarının duygusal ihtiyaçlarına da daha duyarlı olmaya çalışırlar. Kadınların iş gücüne daha fazla katılımı, ebeveynlik rollerinin yeniden tanımlanması gibi faktörler yeni

nesil babaların ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur. Modern babalar, geleneksel cinsiyet rollerini aşarak çocuk bakımı, ev işleri ve duygusal destek konularında annelerle eşit derecede sorumluluk almaya istekli olan babalardır (Dick & Gary,2011). Ayrıca, toplumsal cinsiyet rollerindeki değişim ve ebeveynlik anlayışındaki yeni yaklaşımlar, babaların çocuklarıyla kurdukları duygusal bağın güçlenmesine ve babalarının çocukların gelişimindeki öneminin fark edilmesine yol açmaktadır. Babalar, çocuklarıyla daha fazla vakit geçirme, onların duygusal ve sosyal ihtiyaçlarına duyarlı olma, çocuk yetiştirme sürecinde aktif olarak yer alma gibi konularda daha bilinçli hale gelmektedirler. Modern babalar, çocuklarıyla ilişkilerini özgürce geliştiren, duygusal olarak açık ve destekleyici olan, aile içi iş bölümünde adil olmaya çalışan babalardır (Frank, 1999).

Kutsal annelik' ve 'mucizevi hamilelik' algısına dayalı olarak kurulmakta ve babalık, sonradan öğrenilen toplumsal bir rol olarak ifade edilmektedir. Babalık rollerine ilişkin algıları; "komando", "ninja baba", "harbi harbi baba", "adam gibi baba olmak" söylemlerinden beslenmektedir. Bu inşa edilme, hâkim babalık algısı karşısında konumlanan biçim değiştirmiş 'ilgili/aktif/yeni babalık' algısının ve görünümünün oluşmasını beraberinde getirmektedir (Onursoy, Astam & Akgül, 2021).

İş-yaşam dengesini sağlamak, çocuk bakımı ve ev işleri arasında paylaşım yapmak gibi konularda pratik zorluklar ortaya çıkabilir. Ayrıca, bazı babaların yeni rolle ilgili güvensizlikleri veya rolün beklentilerine uyma konusunda endişeleri olsa da babalık rollerindeki bu dönüşüm, çocukların gelişimi, aile yapısı ve toplumsal cinsiyet ilişkileri açısından önemli yansımaları olan bir süreçtir. Bu değişim hem baba hem de çocuk için olumlu sonuçlar doğurma potansiyeline sahiptir. Yeni nesil babaların çocuk yetiştirme pratikleri ve yaklaşımları geleneksel anlayıştan farklıdır ve daha katılımcı, duyarlı ve eşitlikçi bir perspektife dayanmaktadır. Yeni nesil babalar çocuklarının duygusal ihtiyaçlarına duyarlı bir şekilde yaklaşırlar. Empati kurarlar ve çocuklarının duygularını anlamaya çalışırlar. Bununla birlikte, bu kültürel değişimin bir sonucu olarak, geleneksel ve yeni nesil baba arasında kalmanın doğurduğu ikilemi çözüme kavuşturmak gerekebilir. Bu da yeni olan bir kavramı "Tam Kararında" ebeveyn tanımını meydana getirir. Bu tür ebeveynler çocuklarına sevgilerini gösterirler ancak aynı zamanda kuralları adil ve tutarlı bir şekilde uygularlar. Kurallar gerektiğinde esnetilebilir ancak bozulmaz (Sax, 2022).

Yeni nesil ebeveynler, geleneksel disiplin anlayışından uzaklaşarak çocukların bireyselleşmesine, özerkleşmesine ve bağımsız karar vermelerine yardımcı olmayı

amaçlar. Bu yaklaşım, daha sağlıklı bir ebeveyn-çocuk ilişkisi ve çocukların gelişimi için önemli görülmektedir. Yeni nesil babaların aktif katılımı, çocukların duygusal gelişimini ve sosyal becerilerini destekleyebilir, çocukların daha iyi bir okul başarısı elde etme olasılığını artırabilir, çocukların davranış sorunlarını azaltabilir ve aile içi ilişkileri güçlendirebilir.

1.4.3. Yeni Nesil Babalar ve Yeni Medya Tutumları

Geleneksel olarak, babalık rolü genellikle otoriter bir figür olarak tasvir edilirken, yeni nesil babaların yeni medya kullanımındaki etkisiyle birlikte bu rolün dönüşüme uğradığı görülmektedir. Çevrimiçi ortam, babalık rolü için yeni performans ve etkileşim alanları açması açısından önemlidir. Babalık rolüne dair çok sayıda içeriğin paylaşılması ve yaygınlaştırılmasıyla, aradıkları bilgi ve tavsiyelere kolaylıkla ulaşabilen okuyucular ya da takipçiler, kendi günlük pratikleri hakkında destek alabilme veya deneyimlerine ilişkin detayları diğerleriyle paylaşabilme imkânını elde etmişlerdir (Morva & Ünlü, 2021).

Kadın ve erkek rollerindeki değişimlerin dijital dünyaya da yansması ile beraber sosyal medyada çoğalan annelerin yanında çevrimiçi dünyada babalar da kendini göstermeye başlamıştır. Son zamanlarda fazla sayıda takipçiye sahip olan, bebek bakımı, babalık, çocuk ürünleri gibi konularda aktif olarak paylaşım yapıp takipçileriyle etkileşim halinde olan ve markalar ile iş birliği yaparak çeşitli iletişim çalışmaları gerçekleştiren ve sosyal medyada kanaat önderi haline gelen babaları görmek de artık mümkündür. Yeni nesil babalar genellikle dijital teknolojilere ve yeni medya araçlarına yüksek erişim ve kullanım becerilerine sahiptir. Akıllı telefonlar, tabletler, sosyal medya platformları gibi araçları sıklıkla kullanmaktadırlar. Yeni nesil babalar, dijital ortamlarda kendi içeriklerini oluşturma, paylaşma ve işbirliği yapma becerilerini geliştirmektedir. Sosyal medya kullanımı, bloglar, video içerikleri gibi üretim alanlarında daha aktiftirler.

1.5. Yeni Nesil Babaların Alfa Kuşağının Yeni Medya Kullanımına Yansımaları

Yeni nesil babalar, çocuklarının dijital etkinliklerini desteklemek için kaynak sağlamakta ve onlara güvenli bir ortamda deneyim kazanmaları için rehberlik etmektedirler. Yeni nesil babaların çocuklarıyla dijital etkileşimleri derinleşirken, onların çocuklarının dijital yaşamlarını daha yakından takip etmeleri de söz konusu olmaktadır.

Yeni nesil babalar, çocuklarının çevrimiçi davranışlarını gözlemlemek ve güvenliklerini sağlamak için daha fazla zaman ve çaba harcamaktadırlar. Bu, alfa kuşağı çocuklarının dijital ortamlarda daha güvende olmalarını ve dijital risklere karşı daha bilinçli olmalarını sağlamaktadır. Yeni nesil babalar, çocuklarıyla birlikte yeni medya platformlarını keşfederken, daha fazla etkileşime geçmektedirler. Bu etkileşimler, çocuklarının dijital yeteneklerini geliştirmelerine ve onlara yeni medya okuryazarlığı kazandırmalarına yardımcı olmaktadır. Tüm bunların yanı sıra yeni nesil babaların çocuklarının medya kullanımından beklentilerini ve doyumlarını tam olarak karşılayamadığı zamanlarda babaların medya okuryazarlığı konusunda kendilerini geliştirmeleri, çocuklarının medya etkileşimlerini daha bilinçli bir tutum sergilemelidir (Gökaliler & Özer, 2019).

1.5.1. Erişim ve Kullanım Becerilerinin Geliştirilmesi

Yeni nesil babaların, çocuklarının teknoloji okuryazarlığını geliştirmek adına sergiledikleri tutum ve davranışlar, bu becerilerin kazanılmasında etkili rol oynamaktadır (Livingstone ve Helsper, 2007). Aile içi etkileşimlerin, çocukların dijital medya okuryazarlığı üzerindeki etkisi pek çok çalışmada vurgulanmaktadır (Nikken ve Jansz, 2014). Yeni nesil babaların, çocuklarının teknolojiyi etkili ve güvenli kullanımını desteklemek adına gösterdikleri çabalar, Alfa kuşağının erişim ve kullanım becerilerinin gelişimine katkı sağlamaktadır (Nikken ve Schols, 2015). Örneğin, babaların çocuklarıyla birlikte teknoloji kullanımını modellemesi, onlara rehberlik etmesi ve yol göstermesi, çocukların dijital araçları etkin şekilde kullanmalarını desteklemektedir (Kırık ve Özkoçak, 2018). Bunun yanında, yeni nesil babaların teknoloji okuryazarlığı düzeylerinin yüksek olması, çocuklarının da bu becerileri daha kolay kazanmalarına olanak tanımaktadır (Mesch, 2006). Babaların, dijital araçların kullanımı konusundaki tutumları ve sergiledikleri davranışlar, Alfa kuşağının erişim ve kullanım becerilerinin gelişiminde belirleyici rol oynamaktadır (Livingstone ve Helsper, 2007).

Yeni nesil babaların, Alfa kuşağı çocukların yeni medya kullanım becerilerinin geliştirilmesine yönelik tutum ve davranışları, bu becerilerin kazanılmasında önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Aile içi etkileşimler ve babaların teknoloji okuryazarlık düzeyleri, çocukların erişim ve kullanım becerilerinin şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır. Alfa kuşağı çocukların yeni medya kullanımında eleştirel analiz ve değerlendirme yetkinliğinin artırılması için medya okuryazarlığı, bireylerin

medya içeriklerini analiz etme, değerlendirme ve üretme becerilerini geliştirmektedir (Hobbs, 2010). Bu doğrultuda, Alfa kuşağı çocuklara yönelik medya okuryazarlığı eğitimlerinin düzenlenmesi, onların yeni medya kullanımında eleştirel bir bakış açısı kazanmalarına katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda bireylerin çevrimiçi ortamlarda etik, güvenli ve sorumlu davranışlar sergilemesini kapsamaktadır (Ribble, 2011). Alfa kuşağı çocukların farkındalık kazanmaları, yeni medya kullanımında bilinçli ve eleştirel bir yaklaşım geliştirmelerine yardımcı olacaktır. Çoklu okuryazarlıklar, bireylerin farklı türdeki metinleri anlamlandırma, değerlendirme ve üretme yeteneklerini içermektedir (Kalantzis ve Cope, 2012). Alfa kuşağı çocuklara, görsel, işitsel ve sayısal okuryazarlık becerilerinin kazandırılması, yeni medya içeriklerini eleştirel bir gözle analiz etmelerini sağlayacaktır.

Ebeveynlerin, çocuklarıyla yeni medya kullanımı hakkında açık iletişim kurmaları ve onlara rehberlik etmeleri, eleştirel düşünme becerilerinin gelişmesine katkı sağlayabilir (Livingstone ve Helsper, 2008). Okulların ve ailelerin, çocukların yeni medya kullanımına yönelik ortak çalışmalar yürütmeleri, onların eleştirel analiz ve değerlendirme yetkinliklerini güçlendirecektir (Jenkins, 2006). Alfa kuşağı çocukların yeni medya kullanımında eleştirel analiz ve değerlendirme becerilerinin geliştirilmesi, medya okuryazarlığı eğitimleri, dijital vatandaşlık farkındalığı, çoklu okuryazarlıkların kazandırılması, ebeveyn-çocuk etkileşimi ve okul-aile iş birliği gibi bütüncül yaklaşımlarla desteklenebilir.

1.5.2. Alfa Kuşağı Çocuklarının Yeni Medya Kullanımında Üretici ve Paylaşımçı Eğilimlerinin Desteklenmesi

Yeni nesil babaların, Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanım alışkanlıklarını şekillendirmedeki rolü göz önüne alındığında, bu çocukların üretici ve paylaşımçı eğilimlerinin desteklenmesi önemli bir hale gelmektedir. Dijital teknolojilerin etkin kullanımı, Alfa kuşağı için yalnızca tüketici olmaktan öte, içerik üreten ve paylaşan bireyler olarak gelişimlerini sürdürmeleri açısından kritik bir konudur.

Hobbs (2010), yeni medya okuryazarlığının temel bileşenlerinden birinin içerik üretimi olduğunu vurgular. Çocukların aktif bir şekilde medya içerikleri oluşturmaları, onların bilişsel, sosyal ve yaratıcı becerilerinin gelişimine katkı sağlar. Bu bağlamda, yeni nesil babaların, çocuklarını üreten ve paylaşan bireyler olarak teşvik etmeleri önemlidir.

Buckingham (2007) ise, çocukların medya ürünleri paylaşımlarının, sosyal etkileşim ve işbirliği becerilerini geliştirdiğini belirtir. Paylaşım odaklı bir yaklaşım, Alfa kuşağı çocuklarının dijital okuryazarlık düzeylerini artırmanın yanı sıra, empati, işbirliği ve sosyal farkındalık gibi niteliklerinin de gelişimine katkı sağlar.

Yeni nesil babaların, çocuklarını yeni medya kullanımında aktif üretici ve paylaşımcı bireyler olarak desteklemeleri için birlikte medya içerikleri üretme ve paylaşma aktiviteleri düzenlemek eğitici ve teşvik edici tutum sergilemek çocukların ürettikleri içerikleri aileleriyle ve sosyal çevreleriyle paylaşımlarını desteklemek, dijital güvenlik ve etik konularında çocuklara rehberlik sağlayarak Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanımında üretici ve paylaşımcı eğilimlerini destekleyici tutumlar sergilemesi, onların dijital okuryazarlık gelişimlerine katkı sunacaktır. Günümüzde yeni nesil olarak adlandırılan babalar, çocuk yetiştirme pratiklerinde geleneksel anlayıştan farklılaşan yaklaşımlar benimsemektedir. Bu değişim, yeni nesil babaların teknoloji kullanımına bakışını da etkilemekte ve dolayısıyla çocuklarının yeni medya kullanım alışkanlıklarına yansımaktadır (Livingstone ve Blum-Ross, 2020).

Alanyazında, babaların artan teknoloji kullanımının, çocukların medya tüketimi üzerinde önemli bir rol oynadığı vurgulanmaktadır (Plowman, 2016; Wartella, 2013). Yeni nesil babaların, teknoloji okuryazarlığı seviyelerinin yüksek olması ve yeni medya araçlarını aktif kullanmaları, Alfa kuşağı çocukların bu alanlardaki yetkinliklerini de geliştirmektedir (Holloway & Green, 2016; Nikken & Schols, 2015). Ayrıca, babaların teknoloji kullanımına yönelik tutumları, çocuklarına rol model teşkil etmekte ve onların yeni medya kullanım biçimlerini şekillendirmektedir (Livingstone & Blum-Ross, 2020). Özellikle yeni nesil babaların, çocuklarıyla birlikte teknoloji kullanma, dijital içerikler hakkında tartışma ve teknoloji kullanımını denetleme gibi uygulamaları, Alfa kuşağı çocukların medya okuryazarlığı becerilerini desteklemektedir (Nikken ve Schols, 2015; Yaman ve Yıldırım, 2019).

Yeni nesil babaların yeni medya kullanımına yönelik tutumları, çocuk yetiştirme pratikleri ve teknoloji kullanım alışkanlıkları, Alfa kuşağı çocukların dijital medya kullanımına doğrudan etki etmektedir. Bu bağlamda, babaların teknoloji kullanımı ve çocuklarıyla olan etkileşimleri, Alfa kuşağının yeni medya okuryazarlığı becerileri üzerinde belirleyici rol oynamaktadır.

1.6. Kültürel Çalışmalar Perspektifinden Aile ve Yeni Medya Kullanımı

Kültürel çalışmalar alanında, aile yapısı ve medya kullanımı arasındaki ilişki, önemli araştırma konularından biridir. Aile, toplumsal değerlerin ve normların aktarıldığı temel kurum olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, ailenin medya ve teknoloji kullanımına yönelik tutum ve uygulamaları, kültürel bağlamda incelenmeye değer görülmektedir (Silverstone, 1994; Morley, 2000).

Morley (2000), televizyon izleme pratiklerinin aile içi dinamikler tarafından şekillendiğini vurgular. Ona göre, ev içi iletişim örüntüleri, toplumsal cinsiyet rolleri ve geleneksel aile yapısı, medya kullanımını etkileyen önemli kültürel faktörlerdir. Benzer şekilde, Silverstone (1994) da ailenin, medya teknolojilerinin kullanımı, anlamlandırılması ve bunların gündelik yaşama entegrasyonu üzerindeki belirleyici rolüne dikkat çeker. Yeni medya teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, aile içi etkileşimler ve çocukların medya kullanım alışkanlıkları daha da önem kazanmıştır. Özellikle, babaların çocuk yetiştirme yaklaşımlarındaki değişimin, medya kullanımına yansımaları, kültürel çalışmalar açısından incelenmesi gereken bir konudur (Livingstone ve Bovill, 1999; Holloway ve Valentine, 2003).

Bu bağlamda, yeni nesil babaların kültürel değerlerinin ve bakış açılarının, Alfa kuşağı çocukların yeni medya kullanım alışkanlıklarını nasıl şekillendirdiğinin araştırılması önem arz etmektedir. Aile içi iletişim örüntüleri, geleneksel roller ve toplumsal normlar gibi kültürel unsurlara odaklanılarak, çocukların teknoloji okuryazarlığı üzerindeki yansımaları önem arz etmektedir.

Medyanın aile hayatı üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar, ailenin medya tüketimi ve medyanın aile dinamikleri üzerindeki rolü gibi konulara odaklanmaktadır. Örneğin, Silverstone'un (1994) "Television and Everyday Life" adlı çalışmasında, televizyonun aile yaşamına nasıl entegre olduğu ve günlük rutinleri nasıl dönüştürdüğü incelenmiştir. Silverstone, medyanın aile üyelerinin gündelik deneyimlerini ve etkileşimlerini şekillendirdiğini ve aile içi iletişimi etkilediğini savunmaktadır. Benzer şekilde, Lull (1980) "The Social Uses of Television" adlı makalesinde, ailelerin televizyonu çeşitli amaçlar için kullandıklarını ve bu kullanımın aile içi dinamikleri belirlediğini belirtmektedir. Lull, televizyonun aile üyeleri arasındaki güç ilişkilerini, rolleri ve rutinleri yeniden şekillendirdiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, Morley'in (1986) "Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure" adlı çalışması, medya tüketiminin aile

içi iktidar ilişkileri üzerindeki etkisini incelemektedir. Morley, medyanın, özellikle televizyonun, aile içindeki güç dinamiklerini ve eşler arası ilişkileri yansıttığını ve yeniden ürettiğini göstermektedir.

Kültürel çalışmalar alanında aile ve medya ilişkisini inceleyen çalışmalar, medyanın aile yapısı, rol dağılımı, gündelik rutinler ve ilişkiler üzerindeki etkisini ele almaktadır. Bu çalışmalar, medya kullanımının aile yaşamını şekillendirdiğini ve ailenin de medya kullanımını belirleyen bir faktör olduğunu vurgulamaktadır.

1.6.1. Kültürel Çalışmalar Yaklaşımı ve Temel Kavramları

Kültürel kimlik kuramları, yeni nesil babaların ve alfa kuşağının kimlik inşa süreçlerini anlamak açısından kritik öneme sahiptir. Hall'un (1996) kimlik ve fark kavramları, bireylerin kendilerini aile ve kuşaksal aidiyetler bağlamında nasıl konumlandıklarını açıklar. Benzer şekilde, Du Gay ve arkadaşlarının (2003) çalışmaları, kültürel kimliğin oluşumunda medya pratiklerinin rolünü vurgular. Bu bağlamda, yeni nesil babaların alfa kuşağına aktardıkları kültürel değerler ve normlar, çocukların yeni medya kullanımını şekillendirmede önemli bir etkidir.

Yeni medya çalışmaları, dijital teknolojilerin kültürel ve toplumsal dönüşümlerini kavramak açısından önem taşır. Jenkins'in (2006) "yakınsama kültürü" kavramı, farklı medya platformlarının giderek iç içe geçtiği bir bağlam sunarken, Castells'in (2010) ağ toplumu yaklaşımı, yeni medya kullanımının aile içi iletişim ve etkileşim üzerindeki etkilerini açıklar. Alfa kuşağının yeni medya pratikleri, yeni nesil babaların denetim, rehberlik ve model olma rollerini de dönüştürmektedir.

Tüketim kültürü çalışmaları, aile içi tüketim alışkanlıklarının kültürel yansımalarını ele alır. Bauman'ın (2000) "sıvı modernite" kavramı, ailenin yapısındaki değişimleri ve bireyleşme süreçlerini açıklarken, Baudrillard'ın (1998) tüketim toplumu eleştirisi, yeni nesil babaların ve alfa kuşağının medya tüketimi üzerindeki etkilerini anlamlandırmada yol gösterici olabilir.

Kuşak teorisi, farklı doğum yılı aralıklarındaki bireylerin ortak özellikleri ve dönemsel farklılıklarını inceler. Mannheim'ın (1952) kuşak kavrayışı, yeni nesil babaların ve alfa kuşağının kültürel deneyimlerindeki ayrışmaları açıklar. Howe ve Strauss'un (2000) "milenyum kuşağı" yaklaşımı ise, alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanımını anlamlandırmada önemli bir kavramsal çerçeve sunar.

1.6.2. Aile Kurumu ve Yeni Medya İlişkisinin Kültürel Çalışmalar Bağlamında İncelenmesi

Günümüzde yeni medya teknolojilerinin hızlı gelişimi, aile yapısı ve etkileşimlerini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Yapılan akademik çalışmalar, bu yeni teknolojilerin aile üyelerinin bir araya gelmesini, iletişimlerini ve rol dinamiklerini etkilediğini göstermektedir (Cağıltay, 2015; Uzunboylu, 2018). Yeni medya araçları, aile üyeleri arasındaki yüz yüze iletişimi ve etkileşimi azaltmaktadır. Akıllı telefonlar, tabletler ve bilgisayarlar, bireylerin dikkatini ekran başına yoğunlaştırarak aile içi sohbet ve paylaşımları sınırlandırmaktadır (Radesky, 2014; Uzun, 2019).

Yeni medya kullanımı, geleneksel aile rollerini etkileyerek çocuklarının teknoloji kullanımını denetlemesi ve yönlendirmesi zorlaşmakta, bu da rol çatışmalarına yol açabilmektedir (Özgür, 2016; Aydoğdu Karaaslan, 2015).

Yeni medya teknolojilerinin aşırı kullanımı, aile üyeleri arasındaki bağlılık ve aidiyet duygusunu zayıflatabilmektedir. Aileler, bir araya gelme ve ortak etkinliklerde bulunma fırsatlarını kaybedebilmektedir (Kırık, 2014; Özgür, 2016). Kültürel kimlik kuramları, bireylerin kimlik inşa süreçlerinde ailenin rolünü vurgular. Hall'a (1996) göre, aile içerisindeki etkileşimler, bireylerin kendilerini nasıl konumlandıklarını belirler. Yeni nesil babaların kültürel değerleri, normları ve medya pratikleri, alfa kuşağı çocuklarının kimlik oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir. Küreselleşme, medya, teknoloji gibi faktörler, aileler üzerinde kültürel, sosyal ve yapısal değişimlere yol açmaktadır (Doğan, 2017; Öztürk ve Şahin, 2017). Kültürel etkileşim ve değişim süreçleri, aile yapısını ve rolleri üzerinde önemli dönüşümlere neden olmaktadır. Geleneksel aile değerleri, normları ve beklentileri, küresel kültürel akışlar karşısında zayıflamakta, daha esnek ve bireyselci bir aile yapısı öne çıkmaktadır (Özbay, 2015). Çalışma yaşamı, boş zaman etkinlikleri gibi alanlardaki değişimler, aile içi iş bölümü ve sorumlulukların yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Ebeveynlerin, ev içi ve dışı rolleri arasında denge kurmaları zorlaşmaktadır (Demiray ve Baytekin, 2019; Öztürk ve Şahin, 2017). Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi ve yaygınlaşması, aile içi iletişim, etkileşim ve zaman kullanımını dönüştürmektedir. Aile üyeleri arasındaki yüz yüze iletişim azalmakta, sanal etkileşimler öne çıkmaktadır. Bu durum, aile bağlarının zayıflamasına ve rol çatışmalarına yol açabilmektedir (Kırık, 2014; Radesky, 2015).

2. BÖLÜM: YÖNTEM

2.1. Araştırma Yaklaşımı

Bu çalışmada, yeni nesil babaların alfa kuşağının yeni medya kullanımındaki rollerini derinlemesine incelemek amacıyla nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Fenomenolojik desen kullanılarak, katılımcıların öznel deneyimleri ve anlamlandırmaları üzerinde durulmuştur. Fenomenolojik desen, bireylerin yaşadıkları deneyimlerin özünü anlamaya odaklanan nitel bir araştırma yaklaşımıdır. Bu desenin temel amacı, belirli bir olguya ilişkin bireysel algıların ve yaşantıların derinlemesine betimlenmesidir (Creswell, 2013). Fenomenolojik araştırmalar, katılımcıların kendi perspektiflerinden deneyimlerini doğrudan ifade etmelerine olanak tanıyarak, olgunun özünü ve ortak anlamlarını ortaya çıkarmayı hedefler. Bu yöntemde araştırmacı, bireylerin deneyimlerini ön yargılardan arındırarak kavramaya çalışır ve bu bağlamda "epoche" ya da "paranteze alma" tekniğini kullanır (Moustakas, 1994). Fenomenoloji, öznel yaşantılara ve bu yaşantıların anlamlandırılmasına odaklandığı için, verilerin toplandığı süreçte derinlemesine görüşmeler, yazılı anlatımlar veya gözlem gibi teknikler sıklıkla kullanılır. Bu desen özellikle, bireylerin belirli bir deneyimi nasıl yaşadıklarını ve deneyime nasıl anlam yüklediklerini ortaya çıkarmak isteyen çalışmalarda tercih edilmektedir (Smith, Flowers & Larkin, 2009).

Tez çalışmasında, yeni nesil babaların alfa kuşağının yeni medya kullanımına etkilerinin derinlemesine anlaşılması amacıyla nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma, katılımcıların bakış açılarını, deneyimlerini ve anlamlandırmalarını detaylı bir şekilde incelemeye olanak sağlar (Creswell, 2013; Merriam ve Tisdell, 2016). Nitel araştırma yöntemi, bireylerin veya grupların yaşantılarını, anlam dünyalarını, toplumsal yapılarını ve deneyimlerini derinlemesine anlamayı amaçlayan, sözel veriler üzerine kurulu bir araştırma yaklaşımıdır. Bu yöntem, sosyal olguları, bireylerin bakış açılarına ve anlamlandırmalarına odaklanarak açıklamaya çalışır (Creswell, 2017). Nitel araştırmalarda veri toplama süreci esnek ve genellikle görüşmeler, gözlemler, belgeler ve yazılı metinlerin analizi gibi teknikler kullanılır (Merriam & Tisdell, 2016). Araştırmacı, çalıştığı olguyu doğal bağlamı içinde anlamaya çalışır ve araştırma süreci boyunca katılımcıların deneyimlerine duyarlı bir yaklaşım benimser (Patton, 2014). Nitel araştırmalar, özellikle sosyal, kültürel ve bireysel olguların çok boyutlu yapısını

keşfetmeye yönelik sorulara yanıt arayan çalışmalarda tercih edilmektedir. Bu bağlamda, nitel yaklaşım, alfa kuşağı çocukları ve yeni nesil babaların yeni medya kullanımına ilişkin duygu, düşünce ve davranışlarının derinlemesine anlaşılmasına katkı sunacaktır.

2.2. Örneklem Seçimi ve Katılımcılar

Tez çalışmasında, nitel araştırma yöntemlerinden amaçlı örneklem tekniği kullanılmıştır. Amaçlı örneklem, araştırma problemine en uygun katılımcıların seçilerek derin ve zengin veri elde edilmesini sağlar (Patton, 2015; Merriam ve Tisdell, 2016). Çalışma grubunun belirlenmesinde, yeni nesil babaların ve alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanımına ilişkin deneyimlerinin ve perspektiflerinin derinlemesine anlaşılmasına odaklanılmıştır. Bu teknik, araştırma sorunsalına en uygun katılımcıların seçilmesine olanak sağlar (Patton, 2002). Çalışmaya dahil edilecek babalar, 1980-1990 yılları arasında doğmuş ve çocuk sahibi olmuş kişiler arasından seçilmiştir. Bu kuşak, dijital teknolojilerin yoğun kullanıldığı "Y Kuşağı" olarak da adlandırılmaktadır (Howe ve Strauss, 2000). Yeni nesil baba olarak tanımlanan 35-45 yaş aralığındaki, en az bir çocuğu olan ve çocuklarının yeni medya kullanımına ilişkin deneyimleri olan babalar, çalışmanın katılımcılarını oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü, veri doygunluğuna ulaşıldığında sonlandırılmıştır. Araştırmanın örneklem grubu, toplam 10 katılımcıdan oluşmaktadır. Bu katılımcıların 3'ü kırsal kesimde yaşayan bireylerden, 7'si ise kentte yaşayan bireylerden seçilmiştir. Kırsal kesimdeki katılımcılar, araştırmacının görev yaptığı köy okulundaki veliler arasından belirlenmiştir. Bu seçimin temel nedeni, bu velilerin çocuklarının medya kullanımının aşırı düzeyde olması ve bu durumun çocukların akademik başarıları ile günlük yaşamlarına olumsuz yansımalarının gözlemlenmesidir. Dolayısıyla, bu bağlamda seçilen babalar, araştırmanın amacı doğrultusunda medya kullanımı ile çocuk gelişimi arasındaki ilişkiyi anlamada önemli bir örneklem grubunu temsil etmektedir.

Kentte yaşayan katılımcılar ise çeşitli meslek gruplarından seçilmiştir. Bu grupta yer alan katılımcılar arasında öğretim üyesi, öğretmen, yazar, beyaz yakalı, işçi ve borsacı bulunmaktadır. Bu meslek çeşitliliği, kentli bireylerin medya kullanımına ve çocuklarının medya alışkanlıklarına farklı perspektiflerden yaklaşabilmesini sağlamaktadır.

Katılımcıların seçiminde; yeni medya kullanım sıklığı, aile içi iletişim ve etkileşimdeki rolleri, babalık ve çocukluk deneyimleri gibi ölçütler dikkate alınmıştır. Veri toplama sürecinde, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler, katılımcıların deneyimlerini, tutumlarını ve anlamlandırmalarını ayrıntılı bir şekilde ortaya çıkarmayı hedeflemektedir.

Katılımcılar, Sakarya'da yaşayan farklı ekonomik ve sosyal şartlara sahip babalardan seçilmiştir. Toplamda 10 yeni nesil baba yukarıdaki ölçütlere göre belirlenecek ve derinlemesine görüşmeler yoluyla veri toplanarak, görüşme sürecinin sonunda, katılımcıların demografik özellikleri, aile yapısı, medya kullanım alışkanlıkları ve babalık rolleri hakkında ayrıntılı veriler elde edilmiştir.

2.3. Veri Toplama Yöntemleri

Araştırmada, Alfa kuşağının yeni medya kullanımında yeni nesil babaların rolünü belirlemek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu, ilgili literatür taraması ve alan uzmanlarının görüşleri doğrultusunda geliştirilmiştir. Formda, katılımcı babaların yeni medya kullanım alışkanlıklarını, çocuklarıyla olan etkileşim biçimlerini ve ebeveynlik rollerini ortaya koymaya yönelik açık uçlu sorulara yer verilmiştir.

Görüşme formunun kapsam geçerliği için iletişim ve eğitim bilimleri alanında uzman üç akademisyenin görüşü alınmış, öneriler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Nitel araştırmalarda güvenilirliği sağlamak için inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve teyit edilebilirlik ölçütleri esas alınmıştır. Bu kapsamda, veriler katılımcılardan alınan doğrudan alıntılarla desteklenmiş, elde edilen bulgular başka araştırmacılar tarafından da incelenerek teyit edilmiştir.

Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması, sürecin bilimsel bütünlüğü açısından kritik önem taşımaktadır. Bu çalışmada geçerlilik, kullanılan veri toplama aracının araştırma amacına hizmet edecek şekilde yapılandırılması ve içerik bakımından yeterli derinliğe sahip olmasıyla sağlanmaya çalışılmıştır. Görüşme formu hazırlanırken alanyazındaki benzer araştırmalar incelenmiş, soruların kapsamı çalışmanın kuramsal çerçevesiyle ilişkilendirilerek belirlenmiştir. Ayrıca, formun uygulanabilirliğini test etmek amacıyla sınırlı sayıda katılımcıyla pilot çalışma gerçekleştirilmiş; bu süreçte elde edilen geri bildirimler doğrultusunda bazı sorular yeniden düzenlenmiş ve daha anlaşılır hâle getirilmiştir.

Görüşme soruları, araştırmanın amaçları ve kuramsal çerçeve doğrultusunda hazırlanmıştır. Görüşmeler, katılımcıların uygun gördükleri zaman ve mekanlarda

gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ortalama 30-60 dakika sürmüş ve ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir.

Çalışmanın geçerliği, katılımcı teyidi ve ayrıntılı betimleme teknikleriyle sağlanmıştır. Güvenirlik ise, görüşmelerin ayrıntılı kayıt altına alınması ve karşılaştırmalı analiz yöntemleriyle sağlanmıştır. Katılımcılardan yazılı onam alınmış, gizlilik ve mahremiyet ilkeleri gözetilmiştir. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Etik Kurul İzni (Ek:2)

Hazırlanan sorular, alfa kuşağı çocukların yeni medya kullanım alışkanlıklarını ve bu sürece yön veren yeni nesil babaların rolleriyle ilişkili çeşitli boyutları derinlemesine incelemeyi hedeflemiştir. Soruların geliştirilme sürecinde hem literatürdeki benzer araştırmalardan yararlanılmış hem de araştırmacının gözlemlerine dayalı olarak sahaya özgü içerikler belirlenmiştir. Görüşme formu, babalık rolleri, aile içi etkileşimler, yeni medya kullanımı, kuşak farkları ve teknolojik dönüşümlerin aile yapısına etkileri gibi başlıklar altında yapılandırılmıştır.

Toplamda dört ana temaya ayrılan görüşme formunda; demografik bilgiler, aile ve babalık rolleri, yeni medya kullanımı ve kuşak farklılıkları çerçevesinde toplam 25 açık uçlu soru yer almaktadır. Bu sorular, katılımcıların hem bireysel deneyimlerini hem de algılarını ortaya koyabilecek şekilde derinlikli olarak tasarlanmıştır. Sorular, hem katılımcıların kendi yaşam pratiklerini aktarmalarına hem de çocuklarıyla olan medya ilişkisini geçmişle ve gelecekle kıyaslayarak değerlendirmelerine olanak sağlayacak biçimde oluşturulmuştur. (Ek:1)

Görüşme sorularının hazırlanma sürecinde, veri toplama aracının içerik geçerliliğini değerlendirmek amacıyla ön hazırlık aşamasında küçük ölçekli bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu pilot uygulama, soruların anlaşılabilirliğini, kavramsal netliğini ve katılımcılar üzerinde yaratabileceği etkiyi değerlendirme açısından önemli bir işlev görmüştür. Pilot çalışma sonucunda bazı ifadelerde sadeleştirmeler yapılmış, soru sıralamaları gözden geçirilmiş ve özellikle çocuklarla medya ilişkisine dair soruların daha kapsayıcı hale gelmesi sağlanmıştır.

2.4. Veri Analizi Süreci

Elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemleriyle incelenmiştir. Bu süreçte, yeni nesil babaların ve alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanımına ilişkin deneyimleri, algıları

ve anlamlandırmaları arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Görüşmelerden elde edilen sesli kayıtlar araştırmacı tarafından dikkatli bir şekilde yazıya dökülmüş ve her katılımcının ifadeleri özgünlüğü korunarak deşifre edilmiş, katılımcıların ifadeleri analiz edilmiştir. Deşifre edilen veriler, araştırma sorularına dayalı olarak önceden belirlenmiş tematik çerçeve doğrultusunda analiz edilmiştir. Bu çerçevede veriler, babalık rolleri, aile içi iletişim, yeni medya kullanımı ve kuşak farklılıkları gibi ana başlıklar altında toplanmıştır.

Betimsel analiz, araştırma verilerini sistematik bir biçimde özetleyerek, katılımcıların kendi ifadelerine dayanarak anlam üretmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu yöntemde, verilerin doğrudan aktarımıyla birlikte araştırma sorularına uygun biçimde sınıflandırma yapılmıştır. Katılımcıların görüşleri içerik açısından benzerlik taşıyan temalar altında toplanarak, anlam bütünlüğü korunmuş ve yorumlayıcı bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Bu yaklaşım, çalışmanın nitel doğasına uygun olarak bireylerin deneyimlerine, algılarına ve yorumlarına odaklanmayı mümkün kılmıştır.

Veri analizinde geçerliliği desteklemek amacıyla, katılımcıların ifadelerinden doğrudan alıntılara yer verilmiş; böylece elde edilen bulguların öznel değerlendirmelerden ziyade sahaya dayalı olduğunu gösterme hedeflenmiştir. Katılımcı anlatımlarının yoruma açık olduğu durumlarda bağlamın korunmasına özen gösterilmiştir.

Güvenilirlik ise, araştırma sürecinin şeffaf biçimde yürütülmesiyle sağlanmaya çalışılmıştır. Görüşmelerin tümü araştırmacı tarafından yürütülmüş ve analiz süreci ayrıntılı olarak kayıt altına alınmıştır. Betimsel analiz, yapılandırılmış bir tema sistemi doğrultusunda uygulanmış ve elde edilen bulgular mantıksal bir tutarlılık içinde raporlanmıştır.

Ayrıca araştırmada etik ilkelere uygun hareket edilmiş; katılımcılardan gönüllü onam alınmış, görüşmeler gizlilik ilkesine bağlı kalarak yürütülmüş ve kişisel verilerin ifşasından kaçınılmıştır. Tüm bu süreçler, araştırmanın güvenilirliğini ve etik bütünlüğünü destekleyen unsurlar olarak ele alınmıştır.

3. BÖLÜM: BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, Alfa kuşağının yeni medya kullanımı ve babaların rolüne dair saha araştırması kapsamında toplanan nitel veriler detaylı analizlerle değerlendirilerek yorumlanmaktadır.

3.1. Demografik Bulgular

Katılımcılar K1'den K10'a kadar kodlanmış olup, demografik yapıları ve medya teknolojileri ile etkileşimleri akademik bir perspektifle ele alınmıştır. Katılımcılar farklı yaş gruplarından, eğitim seviyelerinden ve meslek gruplarından oluşmaktadır. Çoğunluğu yükseköğrenim görmüş bireylerden oluşan bu grup, yeni medya teknolojilerine erişim açısından çeşitlilik göstermektedir. Katılımcıların yaş aralığı 35 ile 45 arasında değişmekte olup, çoğunluğun şehir merkezlerinde yaşadığı gözlemlenmiştir.

Yeni Medya Teknolojilerine Sahiplik Durumu: Görüşmeler sonucunda, katılımcıların büyük çoğunluğunun akıllı telefon, dizüstü bilgisayar ve tablet gibi yeni medya teknolojilerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Özellikle K1, K4 ve K7 gibi katılımcılar, bu teknolojileri iş ve akademik amaçlarla yoğun olarak kullanmaktadır. Akıllı telefon sahipliği evrensel düzeyde yayginken, dizüstü bilgisayar kullanımı, özellikle yüksek eğitim düzeyine sahip katılımcılarda belirgin şekilde görülmektedir.

Medya Kullanım Süreleri ve Alışkanlıkları: Katılımcılar arasında günlük medya kullanım sürelerinde belirgin farklılıklar gözlemlenmiştir. Örneğin, K2 ve K8 gibi bireyler günde ortalama 3-4 saat çevrimiçi platformlarda vakit geçirirken, K5 ve K10 gibi katılımcılar sosyal medya ve dijital içerikleri daha sınırlı sürelerle tüketmektedir. Kullanım alışkanlıkları açısından, genç katılımcıların (K1, K3, K6) daha çok sosyal medya ve video içerik platformlarını tercih ettiği, orta yaş grubundaki bireylerin ise daha çok haber ve akademik içeriklere yöneldiği gözlemlenmiştir.

Katılımcı	Doğum Yılı	Meslek	Çocuk Sayısı	Yeni Medya Teknolojileri Sahipliği	Günlük Kullanım Süresi
K1	1983	İşçi	2	Telefon	3 saat
K2	1981	Öğretmen	2	Telefon	2 saat
K3	1985	Öğretim Görevlisi	2	Telefon, bilgisayar	2 saat
K4	1988	Yazılımcı	1	Bilgisayar, telefon	4 saat
K5	1990	Beyaz Yakalı	1	Telefon	1 saat
K6	1987	Çiftçi	2	Telefon	1 saat
K7	1986	Hayvancılık	2	Telefon	2 saat
K8	1987	Çiftçi	2	Telefon	1 saat
K9	1980	Tüccar	1	Telefon	1 saat
K10	1980	Borsacı	2	Telefon	5 saat

Tablo 1: Katılımcı Profilleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapılan analizler, yeni medya teknolojilerine sahiplik ve kullanım alışkanlıklarının demografik faktörlere bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Genç bireylerin medya kullanım süreleri daha uzun ve içerik tüketimleri daha çeşitliken, daha ileri yaşlardaki katılımcılar medya teknolojilerini daha çok işlevsel amaçlarla kullanmaktadır.

3.2. Babalık Rollerinin Dijital Çağda Yeniden Tanımlanması

Görüşmelerde elde edilen bulgular, babalık rollerinin dijital çağda önemli bir dönüşüm geçirdiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların büyük bölümü, babalığın artık yalnızca ekonomik sorumluluğu üstlenen veya otorite figürü olan bir kimlikle sınırlı kalmadığını; aksine çocukların sosyal, duygusal ve dijital gelişim süreçlerine aktif biçimde katılan bir rehberlik rolüne evrildiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların çoğu, geleneksel babalık kalıpları ile kendi babalık tarzları arasında fark olduğunu belirtmiş, günümüz babalarının çocuklarının ihtiyaçlarına daha duyarlı ve katılımcı bir şekilde yaklaştığını vurgulamıştır. Katılımcı K4 bu durumu şöyle ifade etmiştir:

“Ben kendi babamdan çok farklıyım. O daha çok çalışan, evde az vakit geçiren biriydi. Şimdi ben çocuğumla birlikte oyun oynuyorum, izlediği YouTube videolarını takip ediyorum, hatta bazen birlikte izliyoruz. Eski babalar gibi yalnızca kurallar koyan biri değilim, arkadaş gibiyiz diyebilirim.”

Benzer şekilde, birçok katılımcı, dijital araçların çocukların gündelik yaşamında artan rolü karşısında, babaların da bu alanla ilgilenmesinin artık kaçınılmaz olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar, sadece teknolojik araçları kullanmakla kalmadıklarını; aynı zamanda çocuklarının dijital deneyimlerini anlamaya, yönlendirmeye ve birlikte keşfetmeye çalıştıklarını dile getirmiştir. Katılımcı K1 bu durumu şu sözlerle özetlemiştir: “Eskiden baba çocuk ilişkisi daha mesafeliydi. Şimdi biz neredeyse her şeyi beraber yapıyoruz. Beraber oynuyoruz bazen o bana öğretiyor bir şeyleri. Artık öğretici de olmaktan çok, kızıyla birlikte öğrenen bir babayım.”

Bu ifadeler, babalığın dijital çağda sadece roller bağlamında değil, aynı zamanda ilişki kurma biçimi açısından da yeniden şekillendiğini göstermektedir. Katılımcılar, çocuklarıyla medya üzerinden kurdukları etkileşimlerin, onlarla olan ilişkilerini derinleştirdiğini ve daha eşitlikçi bir iletişim ortamı yarattığını belirtmiştir. Bu dönüşüm, babalığın daha paylaşımcı, esnek ve öğrenmeye açık bir yapıya büründüğünü göstermektedir.

3.3. Babaların Yeni Medya Kullanım Pratikleri

Görüşmelerden elde edilen veriler, katılımcı babaların büyük çoğunluğunun günlük yaşamlarında yeni medya araçlarını aktif biçimde kullandıklarını ortaya koymaktadır. Yeni medya, yalnızca bilgi edinme ve haber takibi gibi işlevlerle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda sosyal iletişim, eğlence, iş yaşamı ve ebeveynlik faaliyetlerinde de yaygın bir kullanım alanı bulmaktadır. Katılımcılar, özellikle akıllı telefonlar ve sosyal medya platformlarının yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline geldiğini belirtmiştir.

Birçok katılımcı, gün içinde sık aralıklarla sosyal medya hesaplarını kontrol ettiğini, haberleri dijital mecralardan takip ettiğini ve çeşitli uygulamalar aracılığıyla iş veya kişisel ajandalarını yönettiğini ifade etmiştir. Katılımcı K2 bu durumu şu sözlerle dile getirmiştir: “Sabah kalkar kalkmaz telefonuma bakarım. Mail, WhatsApp, haberler... Hepsi elimizin altında artık. Gazete bile almıyoruz, her şey zaten sosyal medyada.”

Bazı katılımcılar ise medya kullanımını daha sınırlı ve işlevsel biçimde sürdürdüğünü belirtmiş; özellikle dijitalleşmenin getirdiği hızlı bilgi akışının zaman zaman dikkat dağınıklığına neden olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı K7 şöyle demiştir: “Açıkçası sosyal medyayı çok sık kullanmıyorum. Gerekli bilgiyi alırım, o kadar. Vaktimi telefon başında geçirmek istemem. Ama çocuğumun okul duyurularını falan hep oradan takip ediyorum.”

Öte yandan, birçok baba yeni medyayı çocuklarıyla olan ilişkilerinde de bir araç olarak kullandığını belirtmiştir. Özellikle video paylaşım platformları ve çocuklara yönelik içerikler hakkında fikir sahibi olduklarını, çocuklarının ne izlediğini merak ettiklerini ve zaman zaman birlikte içerik tükettiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcı K5 bu konuda şöyle konuşmuştur: “YouTube’da ne izliyor hemen kontrol ederim. Bazen beraber izliyoruz. Oyun videoları çok ilgisini çekiyor. Ben de nelerden hoşlandığını daha iyi anlıyorum böylece.”

Bulgular, babaların medya kullanım biçimlerinin oldukça çeşitli olduğunu ve bu çeşitliliğin hem bireysel tutumlara hem de sosyoekonomik, kültürel faktörlere bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Yeni medyanın yalnızca bireysel bir tüketim alanı değil, aynı zamanda aile içi etkileşimi şekillendiren bir zemin olarak işlev gördüğü anlaşılmaktadır.

3.4. Ebeveyn-Çocuk Medya Etkileşiminde Aile İçi İletişim Biçimleri

Elde edilen bulgular, dijital medyanın yalnızca bireysel bir tüketim aracı olmaktan çıkarak, ebeveyn-çocuk ilişkilerinde iletişim kurma ve bağ geliştirme süreçlerinde etkin bir rol oynamaya başladığını göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, çocuklarıyla iletişim kurarken dijital içeriklerin bir araç olarak işlev gördüğünü, bu içerikler üzerinden sohbet ettiklerini, birlikte izlediklerini ya da oynadıklarını belirtmiştir. Örneğin K1, çocuğunun izlediği çizgi filmleri zaman zaman birlikte izlediklerini ve bu sayede onun nelerden hoşlandığını daha iyi anladığını ifade etmiştir. K2’ye göre, “Bazı videoları birlikte izliyoruz. Sonra üzerine konuşuyoruz. O ne anlamış, ben ne düşünüyorum... Bu şekilde daha rahat anlatıyor kendini.” Bu ifade, dijital içeriklerin aile içinde yalnızca izlenen bir şey olmaktan çıkıp anlam üretme ve duygu paylaşımı aracına dönüştüğünü göstermektedir.

Benzer şekilde K3, çocuğunun oynadığı dijital oyunlara ilgi gösterdiğini ve onun anlatımlarını dikkatle dinlediğini belirterek şunları aktarmıştır: “Her gün bana ne oynadığını anlatıyor. Bazen birlikte de bakıyoruz. Bu onun hoşuna gidiyor. İlgilendiğimi hissediyor.” Bu yaklaşım, çocuğun dijital dünyasını önemsediğini hissettiren ve karşılıklı iletişimi pekiştiren bir ebeveynlik pratiğini yansıtmaktadır.

Öte yandan, bazı katılımcılar dijital medya kullanımının iletişimde mesafeye de neden olabileceğini vurgulamıştır. K5, aile bireylerinin aynı ortamda olsalar bile zaman zaman farklı ekranlara gömülerek iletişimden koptuğunu belirtmiştir: “Evde hepimiz bir ekrana bakıyoruz bazen. Farkında bile olmadan konuşmamış oluyoruz.” Bu görüş, dijital araçların yanlış ya da denetimsiz kullanımının aile içi iletişimi zayıflatabileceğine dair bir kaygıyı ortaya koymaktadır.

Genel olarak bulgular, medya kullanımının aile içi iletişim biçimlerini dönüştürdüğünü; ancak bu dönüşümün olumlu ya da olumsuz yönlere evrilmesinde ebeveynin tutumunun belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. İlgili ve bilinçli bir ebeveynlik yaklaşımı, medya içeriklerini çocuğun iç dünyasına temas etmenin ve bağ kurmanın bir yolu olarak değerlendirebilmektedir.

3.5. Yeni Medya Kullanımına İlişkin Kaygılar ve Koruyucu Tutumlar

Katılımcı babaların büyük çoğunluğu, çocuklarının medya kullanımına dair çeşitli kaygılar taşıdıklarını ve bu kaygılar doğrultusunda koruyucu tutumlar geliştirmeye çalıştıklarını ifade etmiştir. Bu kaygılar genel olarak içerik denetimi, ekran süresi kontrolü, çevrim içi güvenlik, dijital bağımlılık riski ve aile içi iletişimin zayıflaması gibi başlıklar altında toplanmaktadır. Katılımcıların bu konudaki farkındalık düzeyleri, kendi medya okuryazarlıkları ve aile yapılarıyla doğrudan ilişkilidir.

K1, çocuğunun izlediği içeriklerin güvenilirliğinden emin olmak istediğini ve bu nedenle çoğunlukla birlikte izlemeyi tercih ettiğini belirtmiştir: “Bir şey izliyor ama ne izlediğini bilmiyorsa içim rahat etmiyor. Artık çocuk videolarında bile garip şeyler çıkabiliyor. O yüzden mümkün olduğunca beraber bakıyoruz.” (K1) Bu ifade, dijital içeriklerin denetlenemezliğine dair kaygıları ortaya koymakta ve birlikte izleme pratiklerinin bir denetim aracı olarak kullanıldığını göstermektedir. Özellikle küçük yaş grubundaki çocuklarda içerik denetimi, ebeveynin medya karşısındaki yönlendirici rolünü vurgulamaktadır.

K3, ekran süresiyle ilgili yaşadığı zorlukları şu sözlerle açıklamıştır: “Tableti eline alınca bırakmak bilmiyor. Bir saat derken iki saat geçiyor. Sonra da ağlıyor elimden alınca. O yüzden baştan süre belirliyoruz.” (K3) Bu tür uygulamalar, medya kullanımında zaman yönetimi konusunda sınır koyma ihtiyacını ortaya koymaktadır. Katılımcıların bir kısmı bu sınırları belirli kurallarla desteklemeye çalışırken, bazıları süreç içerisinde deneme-yanılma yoluyla düzenlemelere gitmektedir.

K5 ise çevrim içi güvenlik konusunda duyduğu kaygıyı şu şekilde ifade etmiştir: “İnternette başına ne geleceği belli değil. Her yere tıklıyor, reklam çıkıyor, başka bir yere geçiyor. O yüzden YouTube Kids dışında bir şey açmıyoruz.” (K5)

Bu ifade, çocukların dijital ortamda gezinirken karşılaşabileceği olumsuz içeriklere karşı alınan önlemleri ve ebeveynin koruma refleksini yansıtmaktadır. Medya kullanımında teknik filtreleme çözümlerine başvurma, dijital risklerin farkında olan ebeveynlerin geliştirdiği yaygın bir strateji olarak karşımıza çıkmaktadır.

Öte yandan, bazı babalar bu kaygıların zaman zaman aşırı baskıcı tutumlara dönüşebildiğini belirtmiştir. K4, kaygılarının kendisini kontrolsüz tepkilere yönelttiğini şöyle ifade etmiştir:

“Açıkçası bazen çok kızıyorum. Kendi çocukluğumda böyle şeyler yoktu. Bazen neyle uğraştığını anlamıyorum ve sinirleniyorum. Elinden alıyorum direkt.” (K4)

Bu tür tepkisel yaklaşımlar, medya kullanımına dair kaygıların sağlıklı iletişim yerine çatışmaya neden olabildiğini ortaya koymaktadır. Medya ile ilgili sınırların tutarlı ve açıklayıcı biçimde konulması gerektiği; aksi durumda çocuğun tepki geliştirme ve gizli kullanım davranışları gösterebileceği bilinmektedir.

Buna karşılık K2, yasaklamaya dayalı değil, rehberliğe dayalı bir yaklaşım benimsediğini belirtmiştir: “Hiç vermemek de çözüm değil bence. Yasakladıkça daha çok istiyor. O yüzden az ama kontrollü şekilde kullanmasına izin veriyoruz.” (K2)

Bu ifade, çocukların medya araçlarıyla olan ilişkilerinin tamamen yasaklanarak değil, sınırlandırılmış özgürlük çerçevesinde düzenlenmesinin daha sağlıklı olabileceğini göstermektedir. Bu yaklaşım, medyatik ebeveynlik ve pozitif disiplin ilkeleriyle de örtüşmektedir.

Genel olarak elde edilen bulgular, katılımcıların medya kullanımına ilişkin ciddi kaygılar taşıdığını; ancak bu kaygılara verdikleri tepkilerin bilgi düzeyine, kişisel deneyimlere ve aile içi iletişim yapılarına göre çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bilinçli ve ilgili

bir yaklaşım, bu kaygıların yönetilmesini ve çocukla kurulan ilişkinin sağlıklı biçimde sürdürülmesini kolaylaştırmaktadır.

3.6. Kuşaklar Arası Yeni Medya Deneyimi Farklılıkları

Görüşmelerde öne çıkan bir diğer bulgu ise, katılımcı babaların kendi çocukluk dönemlerindeki medya deneyimleriyle, çocuklarının günümüzdeki medya deneyimlerini karşılaştırmaları olmuştur. Bu karşılaştırmalar çoğu zaman şaşkınlık, endişe ve hayranlık duygularıyla birlikte ifade edilmiş; dijital teknolojilerdeki hızlı değişimin, kuşaklar arası algı farklılıklarına yol açtığı görülmüştür. K1, kendi çocukluğunda televizyonun tek ekran olduğunu ve medya erişiminin sınırlı olduğunu ifade ederken, günümüzdeki dijital çoklu ekran ortamına dikkat çekmiştir: “Bizim zamanımızda sadece sabahları bir çizgi film olurdu televizyonda. O da belli saatte. Şimdi çocuk her an, her yerde her şeyi izleyebiliyor. Elinde telefon, istediği videoya giriyor.” (K1)

Bu ifade, teknolojiye erişim hızının ve medya içeriklerinin çeşitliliğinin kuşaklar arası farkı belirginleştirdiğini göstermektedir. Katılımcılar, geçmişteki pasif ve sınırlı medya deneyiminin yerini, bugün daha aktif, etkileşimli ve kişiselleştirilmiş bir medya tüketimine bıraktığını sıklıkla vurgulamıştır. K3 ise geçmiş dönemlerdeki fiziksel oyunların yerini dijital oyunların aldığını şu sözlerle belirtmiştir: “Biz sokakta oynardık. Eve gelince bile dışarıdan çağırılırdı tekrar. Şimdi bizimkisi dışarı çıkmak istemiyor. Minecraft oynuyor, arkadaşlarıyla çevrim içi konuşuyor. Oyun hâlâ var ama şekli değişti.” (K3)

Bu örnek, dijitalleşmenin oyun kültüründe de büyük bir dönüşüm yarattığını ortaya koymaktadır. Katılımcılar bu dönüşümü çoğu zaman “kaçınılmaz” olarak görmekte, ancak çocukluk dönemine dair nostaljik bir özlemle de yaklaşmaktadır.

K5, dijital araçların çocuğun gelişimi üzerindeki etkisini değerlendirirken, kendi geçmişiyle kıyaslamayı şöyle yapmıştır: “Ben bu yaşta yazı yazmayı okulda öğrenmiştim, bizimki beş yaşında tablette yazı yazıyor. Bizde böyle şeyler yoktu. Bu kadar erken öğreniyorlar ama bu kadar erken de ekrana bağımlı oluyorlar.” (K5)

Bu ifade, teknolojik becerilerin kuşaktan kuşağa gelişimsel olarak daha erken kazanıldığını, ancak bu durumun aynı zamanda riskli yönleri de beraberinde getirdiğini göstermektedir. Babalar, çocuklarının teknolojiyi hızlı kavrama becerilerini takdir etmekle birlikte, bu becerilerin kontrolsüz kullanımının olası zararlarına da dikkat

çekmektedir. K2 ise medya içeriklerinin ahlaki ve kültürel dönüşümle ilişkili yönüne dikkat çekmiştir: “Bizim izlediğimiz şeylerde belli bir ahlak vardı. Şimdi YouTube’da ne çıkacağı belli değil. Reklamlarda bile uygunsuz şeyler çıkıyor. Çocuk neye maruz kalıyor, takip etmek zor.” (K2) Bu ifade, medya içeriklerinin hem nicel olarak arttığını hem de nitelik açısından çeşitlenip kontrolsüzleştiğini vurgulamaktadır. Katılımcıların çoğu, geçmişteki medya deneyimlerini “daha sade ve güvenli” olarak tanımlarken, bugünkü içeriklerin çoğunu “daha karmaşık ve riskli” olarak görmektedir.

Genel olarak bulgular, kuşaklar arası medya deneyimlerinin niceliksel ve niteliksel olarak ciddi biçimde farklılaştığını, bu farklılığın babalarda hem hayranlık hem de endişe duyguları oluşturduğunu göstermektedir. Katılımcıların medya ile kurdukları geçmiş deneyim, bugünkü ebeveynlik tutumlarını da etkilemekte; çocuklarının medya kullanımını değerlendirirken bu kıyaslama önemli bir referans noktası oluşturmaktadır.

3.7. Dijital Ebeveynlikte Eğitim, Sosyoekonomik Durum ve Yeni Medya Okuryazarlığı

Araştırma bulguları, dijital ebeveynlik yaklaşımlarının yalnızca bireysel tercihlerle değil; ebeveynlerin eğitim düzeyleri, sosyoekonomik koşulları ve medya okuryazarlığı farkındalıklarıyla doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Katılımcı babalar, çocuklarının medya kullanımını yönlendirme biçimlerinde büyük ölçüde kendi bilgi düzeylerinden, teknolojik deneyimlerinden ve yaşam koşullarından etkilenmektedir.

K3, üniversite mezunu ve dijital teknolojileri aktif olarak kullanan bir baba olarak, çocuklarının medya kullanımını bilinçli şekilde yönlendirmeye çalıştığını şöyle ifade etmiştir: “Ne izlediğine, ne kadar izlediğine dikkat ediyorum. Teknolojiyi kötülemiyorum ama yönetmek şart. Bizim evde süre kuralı var, içeriği de genelde ben seçiyorum.” (K1) Bu yaklaşım, medya araçlarının sadece yasaklanacak ya da serbest bırakılacak araçlar değil; yönlendirilecek içerik alanları olarak değerlendirildiği bir medya okuryazarlığı bilincini göstermektedir. Eğitim düzeyi yüksek katılımcılar, çocukların medya ile ilişkilerini planlı, sınırlandırılmış ve eğitici şekilde kurgulama eğilimindedir.

K7 ise dijital teknolojilerle daha sınırlı deneyimi olan bir ebeveyn olarak, çocuğunun medya kullanımını anlamakta zaman zaman zorlandığını ifade etmiştir: “Ben teknolojiyle çok ilgili değilim. Tableti eline alınca ne yapıyor, neye tıklıyor tam anlamıyorum. Ama elimden geldiğince konuşarak yönlendirmeye çalışıyorum.” (K7)

Bu ifade, teknolojik farkındalık eksikliğinin ebeveynin denetim ve rehberlik becerilerini sınırlayabildiğini ortaya koymaktadır. Katılımcı, farkındalığı olduğunu ama uygulamada yeterli olmadığını kabul etmekte; bu da medya okuryazarlığı konusunda eğitime olan ihtiyacı yansıtmaktadır.

Sosyoekonomik koşullar da dijital ebeveynlik yaklaşımlarını doğrudan etkilemektedir. K4, eşi ile çalıştıkları için çocuklarının medya araçlarıyla daha fazla vakit geçirdiğini şöyle dile getirmiştir: “İkimiz de çalışıyoruz. Evde kimse ilgilenemeyince mecbur eline telefon geçiyor. Hem oyalanıyor hem sessiz kalıyor. İçerik iyi mi kötü mü her zaman bakamıyoruz açıkçası.”

Bu örnek, dijital araçların bazı ailelerde zorunlu bir çözüm haline geldiğini göstermektedir. Özellikle bakım desteği sınırlı olan ve zaman sorunu yaşayan ailelerde medya, bir tür “dijital bakıcı”ya dönüşmekte; bu da çocukların medya ile ilişkisini doğrudan etkilemektedir. Sosyoekonomik düzeyin düşüklüğü, içerik denetimi ve medya ile kurulan bağın niteliğini azaltabilmektedir.

Genel olarak bulgular, dijital ebeveynlik becerilerinin eğitim düzeyi ve sosyoekonomik durumla doğrudan bağlantılı olduğunu; medya okuryazarlığının ise bu sürecin temel belirleyicilerinden biri olarak öne çıktığını göstermektedir. Yüksek farkındalığa sahip babalar, teknolojiye eleştirel mesafeye yaklaşırken; sınırlı bilgiye sahip olanlar ise ya tamamen serbest bırakmakta ya da kontrolü yalnızca yasaklama üzerinden kurmaktadır. Bu durum, ebeveynler için medya okuryazarlığı eğitimlerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

3.8. Alfa Kuşağı Çocuklarda Yeni Medya Kullanımını

Bu bölümde, Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanım alışkanlıkları, yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda betimsel analiz yöntemleri kullanılarak babaların söylemlerine göre incelenmiştir. Katılımcıların aktardıkları görüşler doğrultusunda, çocukların medya kullanım pratikleri, ebeveynlerin yönlendirme süreçleri ve kuşaklararası farklar detaylandırılmıştır.

Yanlış ve Bilinçsiz Yeni Medya Kullanımı

Aile İçi İletişimde Azalma: K1: “Tabletle oynadığı süreçte kızımıza seslendiğimizde uzun bir süre cevap vermiyor veya geç cevap veriyor, tablete baktığı için bizimle göz teması kurmuyor.”

K4: “Eşim ve ben akşam işten eve yorgun geliyoruz, dinlenebilmek için bir süre oğlumuza tablet veriyoruz ama ne izlediğini mutlaka takip ederek, zaten hepimiz aynı odadayız. Dinlenmek ne kadar iyi gelse de bu durum aramızdaki iletişimi azaltıyor.” diyerek yeni medya kullanımının aile içerisindeki olumsuz etkisini ifade ediyor. K7 ise kızının onunla yaşıt akrabaları geldiğinde odalarından çıkmadığını, aile büyüklerinin onları görmek istediğini fakat oynadıkları oyunları bırakıp büyüklerle vakit geçirmek istemediklerini söylerken bu durumların eskiden yaşanmadığını şimdiki gençlerin büyüklerle vakit geçirmemesinin onlar adına zararlı bir durum olduğunu üzülen bir şekilde belirtiyor.

Çocukların Bağımlılık Göstermesi: K7: "Bıraksak, 6-7 saat bakabilir" söyleminden bağımlılığa varan kullanımların söz konusu olduğu çıkarılabilir. K8 ise;

“Pandemi döneminde okul derslerinden geri kalmaması için oğluma tablet aldık eve de internet bağlattık. Fakat ders için girdiğimiz bu yolda olumsuz durumlar yaşadık çoğunlukla. Dersten arta kalan zamanlarda oyun oynamaya başladı. Oğlum, oyun oynarken sinirlenip bağırıyor ve ekran karşısında geçirdiği uzun saatler onu daha agresif hale getiriyordu, üçüncü sınıfa giderken saçlarının ön kısmını koparıyordu hatta dudaklarını ısırmağa başladı biz bu sorunların oynadığı oyunlardan kaynaklandığını düşündük. Öğretmeni ile görüştük bizi psikiyatri doktoruna yönlendirdi, doktorun önerdiği ilaçları kullanmak istemedik, stresini azaltıcı etkinlikler yaptırarak. Evdeki internet aboneliğini kapattık şu an herhangi bir problem yaşamıyoruz. Oğlumuz beşinci sınıfa gidiyor, öğretmenleri dikkat eksikliği yaşadığını söylüyorlar, belki de eskiden süresiz ve bilinçsiz şekilde verdiğimiz online oyunlar nedeniyle olmuştur bu durum bilemiyoruz.”

diyerek medya kullanımının çocukları üzerindeki etkilerinden bu şekilde bahsetmiştir.

Dış Dünya ile Etkileşimin Azalması

Katılımcılar, yeni medya teknolojilerinin sosyal ilişkiler ve günlük yaşantıları üzerindeki etkilerini farklı şekillerde değerlendirmiştir. Örneğin, K4 ve K9 gibi bireyler, dijital iletişimin geleneksel yüz yüze etkileşimi azalttığını belirtmiştir. K5: "Biz sokakta çok rahat oyun oynardık, şimdi çocuklarımızı bırakamıyoruz." diyerek önceki nesil için doğal bir sosyalleşme ortamı olan sokak kültürünün, dijital ekranlar nedeniyle zayıfladığını belirtiyor. K6:

“Oğlumu arkadaşları dışarı çağırdığında çıkmak istemiyor. Niye çıkmıyorsun oğlum dediğimizde oyunda yeni karakterler kazanmak istediği için çıkmadığını söylüyor. Eskiden bizim için sokakta arkadaşlarla oynamaktan daha eğlenceli bir şey yoktu

ama şimdiki çocuklar ekran başında, sokakta arkadaşlarıyla geçirdikleri vakitten daha çok mutlu oluyorlar. Biz anlamakta güçlük çekiyoruz ama bu zamanda doğmadığımız için hiç anlayamayacağız galiba”

diyerek yeni medya kullanımının sosyal ilişkileri azalttığını göz önüne seriyor. K5 ise köyde yaşadıklarını, bu sebeple bahçe ve güvenli ortamlarda şehirdekilere göre daha çok vakit geçirebildiklerini söylerken, kızının bahçeye çıkıp oynamak, ahırdaki, kümesteki hayvanlarla ilgilenmek yerine vaktinin çoğunu internet başında geçirmesinden serzenişte bulunuyor.

K7 ve K10 gibi katılımcılar ise, yeni medyanın yüzyüze olmasa da online ortamlarda çocukların sosyalleşmesine katkı sağladığını ayrıca, yeni medya teknolojilerinin sosyal ilişkiler üzerinde olumlu etkiler yapabileceğini belirtmiştir. Çalışmada olumlu örneklerin, olumsuz örneklerle kıyasla daha sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir.

Ebeveynlerin Teknoloji Kullanımı ile Olumsuz Örnek Olma Durumu

Babaların teknoloji kullanımının çocuklar üzerinde doğrudan etkili olduğu ve bu alışkanlıklarını yönetmeye çalıştıkları görülüyor. K1 “Kızıma hadi süren bitti ders yapman lazım dediğimde, ben ders yaparken sen telefona bakıyorsun, annemle ikiniz hep telefona bakıyorsunuz, ben de yetişkin olmak istiyorum, o zaman sizin gibi telefona istediğim zaman bakıcam diyor.” K3: “Çocuk ders yaparken telefonu ilgilenmemeye çalışıyoruz, ama bazen elimden düşmüyor.”

Ebeveynler, çocuklarının medya kullanımını düzenleme konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarında, olumsuz sonuçlarla karşılaşabilmektedir. K8, "Biz başta ‘Ne olacak ki, izlesin’ diyerek fazla müdahale etmedik ama sonra fark ettik ki çocuğumuz neredeyse günde en az 2 saat ekranda geçiriyor. Şimdi ise bu alışkanlığı değiştirmekte zorlanıyoruz." diyerek ebeveyn müdahalesinin zamanında yapılmasının önemine dikkat çekmektedir. K10, “Eşim ve ben çocuğumuzun ne izlediğine çok karışmıyorduk ama sonradan fark ettik ki, bazı içerikler şiddet içeriyor ve onun korkularını artırıyor. Artık daha seçici olmaya çalışıyoruz.” diyerek içerik denetiminin önemine değinmiştir.

Bazı çocukların bilinçsiz medya tüketimi, yanlış bilgiye maruz kalmalarına neden olmaktadır. K7, “Çocuğum internette gördüğü her bilgiye inanıyor. Bir gün, youtube’da oyunların şifresini kırıp ödülleri kazanmakla ilgili bir içeriği görmüş ve yasal olmayan bir uygulama indirmiş, telefona uyarı geldi, puanları da almış gerçekten ama sonrasında tüm ödülleri kaldırıldı ve daha çok üzüldü, bunu yanlış olduğunu anlattık ama henüz

kaynakları sorgulama alışkanlığı gelişmemiş durumda.” diyerek çocuklardaki medya okuryazarlığının eksikliğine vurgu yapmaktadır.

Uzun süreli kullanımın çocuğun ekran başında geçirdiği sürenin artmasına sebep olduğunu şu sözlerden anlıyoruz. K9 ise “Oğlum, sevdiği bazı filmlerin yeni serilerini izlemek için yasal olmayan sitelere giriyor.” diyerek siber güvenlik konusundaki bilinç eksikliğini ortaya koymaktadır.

Görüşmelerden elde edilen veriler, Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanımında bazı yanlış ve bilinçsiz pratiklerin yaygın olduğunu ortaya koymaktadır. Çocukların aşırı ekran süresi, güvenilir olmayan içeriklere erişim ve sosyal medya bağımlılığı gibi sorunlarla karşılaştıkları görülmektedir. Bununla birlikte, ebeveynlerin bu durumu yeterince kontrol edememesi veya yanlış yönlendirmesi, sorunları daha da derinleştirebilmektedir. Alfa kuşağı çocuklarının bilinçsiz medya kullanımı çoğu zaman kontrolsüz ve sınırsız erişim ile başlamaktadır. Sonuç olarak, Alfa kuşağı çocuklarının bilinçsiz medya kullanımı, ebeveyn kontrolünün eksikliği, yanlış yönlendirme ve sınırsız erişim gibi faktörlerden etkilenmektedir. Çocukların medya okuryazarlığı konusunda yeterince bilinçlendirilmemesi, onların yanlış bilgiye maruz kalmalarına, sosyal medya bağımlılığı geliştirmelerine ve psikolojik olarak olumsuz etkilenmelerine yol açabilmektedir. Bu nedenle, ebeveynlerin medya kullanımını daha bilinçli şekilde yönlendirmeleri, dijital okuryazarlığı teşvik etmeleri ve çocuklarını riskli içeriklerden koruyacak stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Bu bulgular, dijital medya okuryazarlığı ve bilinçli medya tüketiminin önemini ortaya koymaktadır. Medya kullanımının aile içi ilişkiler üzerindeki etkisini anlamak için ebeveynlerin medya yönetimi stratejilerini bilinçli bir şekilde geliştirmeleri gerekmektedir

3.9. Yeni Nesil Babaların Alfa Kuşağı Çocukların Yeni Medya Kullanımındaki Roller

Yeni nesil babaların, çocuklarının medya kullanımı üzerindeki etkisi, yönlendirme, kısıtlama ve ortak kullanım stratejileriyle şekillenmektedir. Yeni nesil babalar, çocuklarının medya kullanım alışkanlıklarını denetlemek ve olumlu içeriklere yönlendirmek için çeşitli yöntemler kullanmaktadır. K5, "Eşimle birlikte çocuğumuzun izlediği içerikleri kontrol ediyoruz. Hangi uygulamaları indirdiğini takip ediyoruz ve güvenli olmayan platformlara erişimini sınırlandırıyoruz." diyerek ebeveynlerin dijital

denetim rollerine vurgu yapmıştır. K8 ise "Çocuğumla birlikte bazı oyunları oynuyoruz. Böylece hem onun ilgi alanlarını daha iyi anlıyoruz hem de güvenli bir ortamda vakit geçirmesini sağlıyoruz." diyerek ortak kullanım stratejisinin önemine dikkat çekmiştir.

Medya İçerik Tercihleri ve Kullanım Süreleri

Çocukların medya içerik tercihleri yaşlarına ve ilgi alanlarına göre değişkenlik göstermektedir. Genellikle eğlence amaçlı videolar, çevrim içi oyunlar ve sosyal medya içerikleri ön plana çıkmaktadır. Kullanım süreleri ise ebeveyn kontrolüne ve ev içindeki kurallara bağlı olarak değişmektedir. K7, "Kızım genellikle oyun videoları izliyor ve çevrim içi oyunlarda vakit geçiriyor. Eğer izin versek, saatlerce ekran başında kalabilir." diyerek çocukların medya kullanım sürelerini kontrol etmenin önemini vurgulamıştır. K9 ise "Eşim ve ben, çocuğumuzun medya kullanımını sınırlamak için belli saatler koyduk. Akşam sekizden sonra hiçbir ekrana erişmesine izin vermiyoruz." diyerek ebeveyn müdahalesinin kullanım süresini düzenlemedeki rolünü açıklamaktadır. Bazı çocuklar, medya kullanım süreleri konusunda daha esnek bir yaklaşım sergileyebilmektedir. K4, "Oğlum, gün içinde derslerinden sonra sosyal medyada vakit geçiriyor. Ancak hafta sonları bu süre daha da artıyor." diyerek çocukların medya kullanım süresinin belirli zaman dilimlerinde değişiklik gösterdiğine dikkat çekmiştir.

Alfa kuşağı çocuklarının zararlı medya kullanımı alışkanlıklarına ilişkin görüşmelerde, K1-K10 katılımcılarının ortak noktaları şunlardır: K1, K3 ve K7'ye göre çocuklar özellikle kısa video içeriklerine bağımlılık geliştiriyor. K5 ve K9, oyun bağımlılığına dikkat çekerken, K4 ve K8 çocukların dijital zorbalık ve güvensiz içeriklere maruz kaldığını belirtiyor.

Babaların Yeni Medya Kullanımını Çocuklarının Model Alması

K1, K2 ve K4 gibi katılımcılar, sosyal medya ve dijital içerik tüketiminde sınırlı bir kullanım tercih ettiklerini belirtmiştir. Çocuklarının medya alışkanlıklarını yönetme noktasında daha çok yönlendirici ve sınır koyucu bir yaklaşıma sahip oldukları gözlemlenmiştir. K5 ve K8 gibi babalar ise çocuklarına daha esnek bir medya kullanım ortamı sunduklarını ve yeni medyanın kullanımının kaçınılmaz olduğuna vurgu yaparak denetim yerine yönlendirme modelini benimsediklerini ifade etmişlerdir. K7 ve K9 gibi katılımcılar, kendi medya kullanım alışkanlıklarının çocuklarının ekran süreleriyle doğrudan bağlantılı olduğunun farkında olduklarını ve bu nedenle çocuklarının medya içeriklerine erişimini gözlemlediklerini belirtmiştir. K10, çocuklarının medya kullanımını

doğrudan ebeveyn kontrollü uygulamalarla yöneterek içerik erişimini sınırlandırdıklarını ifade etmiştir.

Katılımcılar, çocuklarının yeni medya araçlarını yoğun bir şekilde kullandığını ifade etmektedir. K1, "Kızımın haftada iki gün ikişer saat tablete bakmasına izin veriyoruz, bu günlerde sabah uyandığında ilk iş olarak tabletini açıyor. Kahvaltısını bile yapmadan önce online oyunundaki karakterlerini geliştirmek istiyor." diyerek çocukların medya tüketim alışkanlıklarının günlük rutinlerine nasıl entegre olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, bazı çocukların medya kullanımını daha eğitim odaklı değerlendirdiği de gözlemlenmiştir. K4, "Çocuğum, YouTube'dan deney videoları izleyerek bilimsel konulara ilgi duyuyor. İnterneti sadece eğlence için değil, öğrenmek için de kullanıyor." diyerek dijital araçların öğrenme süreçlerinde oynadığı role vurgu yapmıştır.

Ebeveynlerin Endişeleri ve Çözüm Stratejileri

Ebeveynler, çocuklarının medya kullanımıyla ilgili bazı endişeler taşımakta ve bu endişeleri gidermek adına farklı stratejiler geliştirmektedir. En sık karşılaşılan endişeler arasında, içerik güvenliği, aşırı ekran kullanımı ve sosyal medya bağımlılığı bulunmaktadır. K6, "Çocuğumun bazı platformlarda gördüğü içerikler beni endişelendiriyor. Özellikle sahte haberler ve tehlikeli akımlarla karşılaşabiliyor. Bu yüzden onunla konuşuyor ve içerikleri birlikte değerlendiriyoruz." diyerek içerik güvenliğine dair kaygılarını dile getirmiştir. Benzer şekilde, K3, "Bazı çocuklar internette çok fazla vakit geçiriyor ve bu durum onların sosyalleşmesini olumsuz etkiliyor. Bu yüzden biz ekran süresini dengelemeye çalışıyoruz." diyerek sosyal etkileri vurgulamıştır. K2, "Çocuğuma her içeriğe inanmaması gerektiğini öğretiyorum. Onunla birlikte haberleri analiz ediyor, doğru bilgiyi nasıl bulabileceğini anlatıyorum." diyerek bilinçli medya tüketiminin teşvik edilmesine yönelik bir yaklaşım benimsediğini belirtmiştir.

Annelerin Dolaylı Rolü: Katılımcılara annelerin çocuğun medya kullanımı ve denetimi üzerindeki rolü sorgulanmış ve şu bulgulara ulaşılmıştır. Katılımcıların çoğunda annelerin medya kullanım denetimi noktasında daha aktif olduğu görülmüştür. K1, K3 ve K6 gibi katılımcılar, eşlerinin çocuklarının dijital erişimini yönetmede belirleyici rol oynadıklarını ve özellikle oyun seçimleri ile içerik türlerini kontrol ettiklerini ifade etmiştir. Görüşmelerin ortak noktalarına dayanarak, annelerin çocukların yeni medya kullanımına etkisi doğrudan değil, dolaylı olarak gerçekleşmektedir. Bazı anneler, çocukların medya tüketimini kontrol etmek isterken, babaların daha rahat bir tutum

sergilemesi nedeniyle sınır koymakta zorlanmaktadır. Öte yandan, bazı anneler medya kullanımına doğrudan müdahale etmese de, ev içindeki otoriteleri dolayısıyla dolaylı bir yönlendirme yapmaktadırlar. Ancak genel tablo, annelerin çocukların medya kullanımında belirleyici değil, yönlendirici bir rol oynadığını göstermektedir.

K2 ve K4 gibi katılımcılar, annelerin çocukları için daha kısıtlayıcı bir tutum sergilediğini belirtirken, K5 ve K8 gibi bazı babalar çocuklarının medya içeriklerine erişim konusunda daha fazla özgürlük sağladıklarını ancak annelerin bu durumun dengeleyici unsuru olarak öne çıktığını aktarmışlardır. Anneler özellikle oyun sürelerini belirleme, uygulama kurulumlarını takip etme ve çocukların çevrimiçi etkileşimlerini sınırlandırma noktasında aktif bir görev üstlenmiştir. K6 ve K7, annelerin doğrudan medya kullanımına müdahale etmediğini, ancak içerik seçiminde veya süre sınırlamalarında dolaylı olarak etkili olduklarını belirtiyor. K1 ve K5 ise annelerin farkında olmadan çocuklara daha fazla ekran süresi sunduğunu ifade ediyor.

Yeni Medya Kullanımının Aile İçindeki Dinamiklere Etkisi

Araştırmaya katılan babaların büyük bölümü, yeni medyanın aile içi ilişkileri olumlu ve olumsuz yönde etkileyebileceği konusunda hemfikirlerdir. K1, K4 ve K9 gibi babalar, dijital medya araçlarının aile içi iletişimi azaltabildiğini ve çocukları sosyal ortamlardan uzaklaştırabildiğini ifade etmişlerdir. Ancak K6 ve K7 gibi bazı babalar, yeni medya araçlarının ortak aktiviteler oluşturma ve aile bağlarını güçlendirme noktasında da etkili olabileceğini belirtmişlerdir. Bazı ebeveynler ise çocuklarına daha bağımsız bir medya kullanım alanı sunmaktadır. K10, "Biz çocuğumuzun medya kullanımına çok fazla müdahale etmiyoruz ama ona bilinçli bir kullanıcı olması gerektiğini anlatıyoruz. Hangi içeriklerin güvenli olduğunu kendi kendine ayırt etmesini istiyoruz." diyerek rehberlik odaklı bir yaklaşım benimsediklerini belirtmiştir.

Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanım alışkanlıkları, teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Babalar, çocuklarının medya kullanımı üzerindeki etkilerini çeşitli şekillerde göstermekte, rehberlik, sınırlama ve ortak kullanım gibi farklı stratejiler benimsemektedir. Yapılan görüşmeler doğrultusunda elde edilen veriler, babaların çocuklarının medya kullanım pratikleri üzerindeki yönlendirici rollerini ortaya koymaktadır.

Çocukların medya kullanım alışkanlıkları, ailelerin dijital okuryazarlık düzeyine ve ev içindeki medya politikalarına göre şekillenmektedir. K4, "Ben çocuğumun internet

kullanımını sürekli takip ediyorum. Hangi platformları ziyaret ettiğini kontrol ediyor ve ona güvenli içeriklere nasıl ulaşacağını öğretiyorum." diyerek bilinçli ebeveynlik yaklaşımını vurgulamaktadır. Benzer şekilde K3, "Eşim ve ben çocuğumuzun medya tüketimini dengelemek için belirli saatler belirledik. Onun tamamen serbest bırakılmasını doğru bulmuyoruz, çünkü çok fazla ekrana maruz kalması gelişimini olumsuz etkileyebilir." diyerek sınırlandırıcı bir yaklaşım sergilediklerini ifade etmiştir.

Yeni nesil babalar, çocuklarının medya kullanımına yönelik rehberlik ederken aynı zamanda onların ilgi alanlarını anlamaya ve ortak etkinlikler gerçekleştirmeye de önem vermektedir. K6, "Oğlumla birlikte bazı oyunları oynuyor ve videolar izliyoruz. Onun nelerden hoşlandığını bilmek, hem aramızdaki bağı güçlendiriyor hem de içerikleri değerlendirmeme yardımcı oluyor." diyerek ortak kullanım stratejisinin ebeveyn-çocuk ilişkisine katkı sağladığını belirtmiştir. K8 ise "Ben çocuğumun sosyal medyada nasıl davrandığını görmek için zaman zaman birlikte vakit geçiriyorum. Ona hangi içeriklerin uygun olduğunu anlatıyor, internette güvenli davranışlar sergilemesini sağlamaya çalışıyorum." diyerek dijital rehberliğin önemini vurgulamıştır.

Öte yandan, bazı babalar çocuklarının medya kullanımında daha serbest bir yaklaşımı benimsemektedir. K9, "Ben çocuğuma çok fazla müdahale etmiyorum. Ona internetin olumlu ve olumsuz yönlerini anlattım ve bilinçli bir kullanıcı olmasını bekliyorum." diyerek özgürlükçü bir yaklaşımı savunmaktadır. Ancak bu serbestlik her zaman kontrolsüzlük anlamına gelmemektedir; K10, "Çocuğumun kendi seçimlerini yapmasına izin veriyorum ama gerektiğinde ona yön gösteriyorum. Özellikle sosyal medyada doğru bilgiyi nasıl ayırt edebileceğini anlatıyorum." diyerek rehberliğin dolaylı olarak da gerçekleştirilebileceğini ifade etmiştir.

Babaların yeni medya kullanımındaki etkisi sadece bireysel yönlendirme ve denetimle sınırlı kalmamaktadır; eşler arasındaki iş birliği de bu süreçte belirleyici bir rol oynamaktadır. K2, "Eşimle birlikte çocuklarımızın medya kullanımına dair ortak kurallar koyduk. Onun saatlerce ekrana bakmasını istemiyoruz ama tamamen yasaklamak da doğru değil. Bu yüzden belirli içeriklere yönlendirme yapıyoruz." diyerek ebeveynler arası iş birliğinin önemini vurgulamıştır. K5 ise "Eşim daha katı kurallar koymak istiyor ama ben biraz daha esnek davranıyorum. Ancak ortak noktada buluşarak çocuğumuzun medya kullanımını yönetmeye çalışıyoruz." diyerek ebeveynler arasında denge kurma çabasını açıklamaktadır.

Babaların rolü

K2, K6 ve K10'a göre babaların medya kullanımı çocukları doğrudan etkiliyor; özellikle babaları oyun oynayan çocuklar da oyunlara daha fazla ilgi gösteriyor. K3 ve K8 ise babaların zaman zaman çocukların dijital alışkanlıklarını sınırlamak yerine teşvik ettiğini vurguluyor.

K1: Baba, çocuğun medya kullanımını doğrudan kısıtlamasa da, kendi medya alışkanlıklarıyla çocuğa model oluyor. Kendi vakit geçirdiği platformlar çocuğun da ilgisini çekiyor.

K2: Baba, çocuğun medya kullanımını destekleyici bir rol oynuyor. Özellikle oyun içeriklerinde çocukla birlikte vakit geçirerek medya tüketimini normalleştiriyor.

K3: Çocuk, babasının medya alışkanlıklarını gözlemleyerek dijital platformlara yöneliyor. Baba, uzun süre telefon veya bilgisayar kullanıyorsa çocuk da benzer davranışları sergiliyor.

K4: Baba, çocuğun medya kullanımına doğrudan müdahale etmiyor, ancak çocuğun izlediği içeriklerin farkında değil. Bu durum, çocuğun sınırsız medya tüketimine yol açabiliyor.

K5: Baba, çocuğa medya kullanımı konusunda özgürlük tanıyor ancak kendi medya tüketim alışkanlıkları nedeniyle çocuğa sınır koymakta zorlanıyor.

K6: Çocuğun medya kullanımına en çok etki eden faktörlerden biri babanın dijital dünyayla ilişkisi. Baba eğer oyun oynuyor veya sosyal medyada aktifse çocuk da bu alanlara yöneliyor.

K7: Baba, çocuğun medya tüketiminde belirleyici olsa da çoğu zaman sınırlamaları sürdüremiyor. Çocuk, babanın esnek denetiminden yararlanarak daha uzun süre ekran karşısında vakit geçiriyor.

K8: Baba, çocuğun medya kullanımına genellikle olumlu bakıyor ve belirli içerikleri önererek yönlendiriyor. Çocuk, babasının tercih ettiği platformlara yöneliyor.

K9: Baba, çocuğun medya kullanımını sınırlandırma konusunda katı ancak tutarlı değil. Bu durum, çocuğun zaman zaman kuralları esnetmesine neden oluyor.

K10: Baba, çocuğun medya tüketimini belirli bir çerçevede tutmaya çalışsa da, çocuğun etkileşimde olduğu içeriklere çok fazla müdahale etmiyor.

3.10. Babalık Rollerindeki Kültürel Değişimin Yansımaları

Bu çalışmada, yeni nesil babaların çocuklarıyla kurdukları ilişkiler üzerinden kültürel değişimin nasıl şekillendiği ve ebeveynlik rollerinin nasıl dönüşüme uğradığı da incelenmiştir. Katılımcılardan K1, K2 ve K10'un babalık deneyimleri, toplumsal ve bireysel dinamikler çerçevesinde değerlendirildiğinde, geleneksel ve modern baba profilleri arasında belirgin bir etkileşim ve dönüşüm gözlemlenmektedir.

Babalık rolüne dair aktarımlar, geçmiş nesillerden miras kalan otoriter yaklaşımların, günümüzün daha kapsayıcı ve ilişki odaklı ebeveynlik anlayışı ile nasıl yeniden şekillendiğini göstermektedir. K1'in çocuklarıyla kurduğu yakın bağ, onları fazla özgür bırakma eğilimiyle dengelenirken, geçmişte sert mizaca sahip bir baba figürüyle büyümenin kendisine etkilerini aktarması, kültürel değişimin bireysel düzlemde nasıl işlediğini ortaya koymaktadır. K10'un yaklaşımı ise babalık rolünün geleneksel biçimlerinden uzaklaşarak daha kontrollü ve planlı bir ebeveynlik pratiğine dönüştüğünü göstermektedir. K10, çocuklarının medya kullanımında ebeveyn kontrol mekanizmalarını devreye alarak onların güvenli bir dijital ortamda bulunmalarını sağlamaya çalışmaktadır. Özellikle çocukların teknoloji ile kurdukları bağın denetim altına alınması, yeni nesil babaların sorumluluk alanlarını genişlettiğini ve ebeveynlik rollerinde dönüşüme yol açtığını ortaya koymaktadır. Geleneksel baba figürlerinde dışsal bir otorite olarak kendini konumlandıran ebeveynlik anlayışı, günümüzde çocukların gelişimini doğrudan etkileyen bir rehberlik mekanizmasına evrilmiştir. Bu dönüşüm, babaların çocuklarıyla olan ilişkilerinde daha yakın, duygusal ve interaktif bir model benimsediğini göstermektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular, kültürel değişimin ebeveynlik anlayışını farklı yönlerden dönüştürdüğünü ve yeni medya kullanımının babaların çocuklarıyla olan ilişkilerinde merkezi bir yer tuttuğunu ortaya koymaktadır. Geçmiş nesillerin otoriter ve mesafeli baba figüründen, daha duyarlı ve bilinçli bir babalık modeline geçiş, toplumsal değişimin bireysel yaşam pratiklerine olan etkisini gözler önüne sermektedir.

Katılımcı babaların demografik özellikleri çeşitlilik göstermekte; farklı yaş, eğitim ve meslek gruplarından bireyler yer almaktadır. Bu çeşitlilik, dijital ebeveynlik yaklaşımlarının da farklılaşmasına zemin hazırlamıştır.

Modern babalık rolleri, dijital çağda daha aktif, duygusal ve katılımcı bir biçimde yeniden tanımlanmaktadır. Babalar, çocuklarının medya tüketiminde hem denetleyici hem de

yönlendirici roller üstlenmektedir. Birçoğu geleneksel otoriter tutumlardan uzaklaşarak rehberlik eden, birlikte içerik tüketen ve çocuklarının dijital dünyasına ilgi gösteren bir yaklaşım sergilemektedir.

Babaların medya kullanım pratikleri, teknolojiyi ne kadar ve nasıl kullandıklarıyla doğrudan ilişkilidir. Sosyal medya, mobil uygulamalar ve dijital oyunlar gibi araçlar üzerinden bireysel kullanım yoğunluğu, ebeveynlik tarzlarına da yansımaktadır. Dijital araçlara yakın olan babalar, çocuklarıyla daha paylaşımcı medya deneyimleri geliştirebilmiştir.

Ebeveynin rehberliği, çocukların medya deneyimini şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Katılımcılar, sınır koyma, içerik seçimi, süre kontrolü gibi stratejilerle çocuklarını yönlendirmeye çalıştıklarını ifade etmiştir. Bununla birlikte, sınır koyma biçimleri arasında bilgi temelli rehberlikten ani ve tepkisel müdahalelere kadar farklılıklar gözlenmiştir.

Aile içi iletişim, dijital medya araçları sayesinde hem zenginleşebilmekte hem de zayıflayabilmektedir. Ortak içerik izleme, oyun oynama ve medya üzerinden sohbet etme gibi pratikler, ebeveyn-çocuk bağına güçlendirmekte; ancak bireysel ekran kullanımı iletişimi zaman zaman sekteye uğratabilmektedir.

Medya kullanımına ilişkin kaygılar, neredeyse tüm katılımcılarda ortak olarak ifade edilmiştir. İçerik denetimi, ekran süresi kontrolü, bağımlılık riski ve çevrim içi güvenlik en çok dile getirilen konulardır. Bu kaygılar, ebeveynlerin hem koruyucu hem de zaman zaman baskıcı tutumlar geliştirmesine neden olmaktadır.

Kuşaklar arası medya deneyimi farklılıkları, babaların kendi çocukluk dönemleriyle bugünkü dijital ortam arasında karşılaştırmalar yapmalarına neden olmuştur. Bu karşılaştırmalar, genellikle nostalji, şaşkınlık ve kaygı içeren duygularla ifade edilmiştir. Babalar, çocuklarının teknolojiye erken yaşta ve sınırsız biçimde erişebiliyor olmalarını hem avantaj hem de tehdit olarak değerlendirmiştir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu, annelerin dolaylı etkisinin babalar üzerinden çocukların medya kullanımına yansıdığıdır. Görüşmelere katılan bazı bireyler, annelerin doğrudan çocukların medya kullanımına müdahale etmediğini, annelerin babaların kendi medya kullanımını sınırlandırmaları için onları yönlendirdiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte, babalar bu yönlendirmeleri her zaman dikkate almamakta iken ve çocuklarının medya alışkanlıkları üzerinde anneler baskın bir etki göstermektedir. Babaların yeni medya

kullanım alışkanlıkları çocuklarının dijital dünyaya erişimlerini belirlemede önemli bir faktör olmakla birlikte, annelerin bu süreçte denetleyici ve düzenleyici bir rol üstlenmesi medya kullanımının kontrollü bir şekilde ilerlemesine katkı sağlamaktadır. Medya kullanımının aile içi dinamiklere etkisinin farklılaşması, ebeveynlerin tutumları ve medya okuryazarlığı düzeyleri ile doğrudan bağlantılıdır. Babaların medya tüketim biçimleri çocuklar için bir model teşkil etmekte, medya araçlarının kullanım süresi ve niteliği konusunda çocukları doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, çocukların dijital medya ile sağlıklı bir ilişki kurabilmesi için babaların bilinçli bir medya tüketim alışkanlığı geliştirmesi ve çocuklarıyla birlikte medya kullanımı konusunda tutarlı kurallar oluşturması büyük önem taşımaktadır. Yapılan derinlemesine görüşmeler, babaların teknolojiyle ilişkilerinin çocuklarının medya kullanım alışkanlıklarını yönlendirdiğini ve kontrol mekanizmalarının farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur.

Bununla birlikte, bazı babaların çocuklarının medya tüketimini sınırlama yönünde bir tutum sergilediği, ancak bu sınırların sürdürülebilir olmadığı tespit edilmiştir. Çocukların medya kullanım süreleri ve içerik seçimleri konusunda belirli kurallar koyan babaların, kendi medya alışkanlıkları ile bu sınırları ihlal edebildiği ya da çocukların kuralları esnetmesine izin verdiği belirtilmiştir. Özellikle, babaların dijital medya araçlarını iş veya eğlence amaçlı yoğun biçimde kullanması, çocukların da benzer bir kullanım eğilimi geliştirmesine yol açmaktadır.

Araştırmada, yeni nesil babaların büyük çoğunluğunun demokratik ebeveynlik modelini benimsediği görülmüştür. Baskıcı yaklaşımlardan ziyade rehberlik edici bir tutum sergileyerek çocuklarının teknoloji kullanımını yönlendirme eğilimindedirler. Ancak, medya kullanımına yönelik tutumlar çeşitlilik göstermektedir; bazı babalar çocuklarının dijital içerik tüketimini sıkı kontrol altında tutarken, bazıları belirli sınırlar içinde özgür kullanım alanları tanımlamaktadır. Ebeveynlerin eğitim düzeyleri ve mesleki durumları bu farklılaşmada etkili faktörler arasında yer almaktadır. Çocuklarının yanında sosyal medya kullanımını minimize etmeye çalışan babalar olduğu gibi, dijital medya araçlarını sık kullanan ve çocuklarının bu duruma adapte olduğunu gözlemleyen babalar da bulunmaktadır. Çoğu baba çocuklarının teknolojiye erişiminin kaçınılmaz olduğunu kabul etmekle birlikte, bu süreci denetleme ve yönlendirme noktasında annelerle birlikte hareket etmektedir.

Eğitim düzeyi, sosyoekonomik koşullar ve medya okuryazarlığı, dijital ebeveynlik tutumlarında belirleyici faktörler olarak öne çıkmıştır. Daha yüksek eğitim düzeyine ve dijital farkındalığa sahip babalar, çocuklarının medya kullanımına ilişkin daha bilinçli ve yapılandırılmış bir yaklaşım sergilemektedir. Buna karşın, zaman, bilgi ve ekonomik sınırlılıklar bazı ebeveynlerin dijital araçları kontrolsüz ya da zorunlu bir eğlence aracı olarak kullanmasına yol açmaktadır.

Genel olarak bulgular, yeni nesil babaların dijital medya karşısındaki tutumlarının oldukça karmaşık, çok katmanlı ve dönüştürücü bir nitelik taşıdığını göstermektedir. Babalar hem çocuklarının medya deneyimlerine eşlik etmeye çalışmakta hem de bu süreçte kendi ebeveynlik rollerini yeniden tanımlamaktadır.

Yeni nesil babalar, çocuklarının medya kullanımını yönlendirmede rehberlik etme, sınırlar koyma veya ortak kullanım stratejileri geliştirme gibi aktif roller üstlenerek bilinçli medya tüketicileri olmalarına katkı sağlamaktadırlar. Bununla birlikte, bazı babalar ise çeşitli nedenlerle bu süreçte daha pasif kalmakta; denetim ve yönlendirme rollerini sınırlı düzeyde benimseyerek, çocuklarının medya deneyimlerine daha serbest yaklaşabilmektedirler. Bununla birlikte, ebeveynler arasındaki iş birliği, çocukların medya kullanım alışkanlıklarının dengeli bir şekilde şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Dijital çağda ebeveynlerin bu rollerinin, çocukların medya okuryazarlığını ve çevrim içi dünyada güvenli bir şekilde var olmalarını sağlamak açısından kritik olduğu görülmektedir. Babaların medya araçlarını nasıl kullandığı, hangi içeriklere yöneldiği ve günlük medya tüketim süreleri, çocukların medya alışkanlıklarını biçimlendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır. Görüşmelerde, birçok babanın çocuklarıyla birlikte dijital oyunlar oynadığı, sosyal medya içeriklerini takip ettiği ve dijital platformları ortak bir eğlence aracı olarak gördüğü ifade edilmiştir. Bu durum, çocukların medya kullanımına olan ilgisini artırmakta ve kullanım sürelerini uzatmaktadır. Özellikle oyun temelli medya araçlarına ilgi duyan babaların çocuklarının da benzer içeriklere yöneldiği ve medya bağımlılığı açısından daha yüksek risk taşıdığı görülmektedir.

Yeni medya kullanımının aile içi ilişkileri nasıl şekillendirdiği sorusu da araştırmanın önemli bir boyutunu oluşturmuştur. Babalar, teknolojinin aile içi iletişimi zayıflatabileceğini kabul etmekle birlikte, bazı durumlarda ortak medya tüketimi veya oyun oynama gibi aktiviteler aracılığıyla ilişkileri güçlendirdiğini ifade etmektedirler.

Ancak genel eğilim, çocukların kontrolsüz teknoloji kullanımının sosyal ilişkileri zayıflatabileceği yönündedir. Özellikle Alfa kuşağının oyun oynama ve video içerik tüketimi sırasında çevrimiçi arkadaşlıklar geliştirmesi, ebeveynler açısından dijital güvenlik ve medya okuryazarlığı konusunda daha fazla farkındalık gerektirmektedir.

Yeni nesil babalar çocuklarının yeni medya kullanımını tamamen serbest bırakmaktansa yönlendirmeye ve denetlemeye çalışmaktadır. Ancak bu süreçte bireysel yaklaşımlar ve aile içi dinamikler belirleyici olmaktadır. Teknolojiye erişim kaçınılmaz bir olgu olarak kabul edilmekle birlikte, bu erişimin sınırları ve içeriği konusunda ebeveynlerin aldığı pozisyonlar, çocukların medya alışkanlıklarını doğrudan şekillendirmektedir. Dijital ebeveynlik konusunda bilinçli kararlar alınması ve aile içinde ortak stratejiler geliştirilmesi, Alfa kuşağının sağlıklı medya kullanımını desteklemek adına kritik bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bulgular, yeni medya kullanımının aile yapısı içindeki dönüşümlerini ve ebeveynlerin bu süreçte üstlendiği rolleri ortaya koymaktadır. Elde edilen sonuçlar, ebeveynlerin medya yönetimi stratejilerini geliştirmeleri gerektiğini ve bilinçli medya kullanımının çocukların dijital dünyaya uyum sağlamalarında kritik bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Alfa kuşağı çocuklarının medya kullanımı üzerine yapılan bu araştırma, yeni nesil babaların dijital dünyaya dair farkındalıklarının sınırlı olmakla birlikte, gelişime açık bir yapıda olduklarını ortaya koymuştur. Bu bağlamda, çocukların sağlıklı medya kullanımı becerileri kazanabilmesi için ebeveynlerin özellikle de babaların sürece aktif, bilinçli ve donanımlı şekilde katılımı büyük önem taşımaktadır. Araştırma bulguları, geleneksel baba profiline kıyasla, yeni nesil babaların çocuk yetiştirmede daha aktif roller üstlenmeye başladığını ortaya koymuştur. Bu durum, ebeveynlik literatüründe babaların çocukların dijital medya alışkanlıklarını biçimlendirmedeki etkisinin daha fazla vurgulanması gerektiğini göstermektedir. Çalışma, medya okuryazarlığı düzeyinin ebeveynlik tutumlarıyla doğrudan ilişkili olduğunu ve bu ilişkinin özellikle Alfa kuşağının medya tüketim alışkanlıklarını etkilediğini göstermiştir. Bu bağlamda medya okuryazarlığı, sadece bireysel bir beceri değil, aynı zamanda pedagojik bir sorumluluk alanı olarak ele alınmalıdır. Alfa kuşağı çocuklarının medya kullanım alışkanlıkları, özellikle dijital platformlara erişim kolaylığı ve çevrim içi içeriklere olan ilgileri doğrultusunda şekillenmektedir. Çocuklar genellikle video içerikleri izleme, interaktif oyun oynama ve sosyal medya platformlarını keşfetme eğilimindedir.

Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanım alışkanlıkları, erişim kolaylığı ve içerik çeşitliliği doğrultusunda farklılık göstermektedir. Çocuklar, video izleme, oyun oynama ve sosyal medya kullanımı gibi aktiviteleri yoğun bir şekilde gerçekleştirmektedir. Yeni nesil babalar, çocuklarının medya kullanımını kontrol etmek, bilinçli içerik tüketimini teşvik etmek ve aile içi etkileşimi artırmak adına farklı stratejiler geliştirmektedir. Ebeveynler, medya kullanım süresi ve içerik güvenliği konusunda çeşitli endişeler taşımakta olup, bu sorunlara çözüm olarak rehberlik, kısıtlama ve ortak kullanım stratejilerini benimsemektedir. Bu bağlamda, dijital ebeveynlik yaklaşımlarının çocukların medya alışkanlıklarını şekillendirmede belirleyici bir faktör olduğu görülmektedir.



SONUÇ

Bu araştırma, Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya kullanımında babaların rolünü ele alarak, aile içi ilişkilerdeki değişimi ortaya koymuştur. Çalışmanın bulguları, yeni nesil babaların çocuklarının medya alışkanlıklarında artık pasif bir gözlemci değil, yönlendirici, rehberlik eden ve ortak deneyimlere katılan bir figür haline geldiğini göstermektedir. Daha önce yapılan araştırmalarda annelerin çocukların medya kullanımında daha belirleyici olduğu vurgulanırken, bu çalışmada babaların da benzer sorumluluklar üstlendiği ve çocukların medya dünyasına aktif biçimde eşlik ettiği görülmüştür. Bu durum, ebeveynlik rollerinin dijital çağda yeniden şekillendiğine işaret etmektedir.

Araştırma bulguları, yeni nesil babaların alfa kuşağının yeni medya kullanımı üzerindeki etkisinin, hem geleneksel babalık anlayışından hem de annelerin rolünden belirgin biçimde ayrıştığını ortaya koymaktadır. Geleneksel babaların otoriter ve sınır koyucu tutumlarının aksine, yeni nesil babaların çocuklarının medya deneyimlerine daha esnek, katılımcı ve destekleyici bir yaklaşım sergilediği görülmüştür. Annelerle karşılaştırıldığında ise yeni nesil babaların, çocuklarının yeni medya kullanımına daha fazla özgürlük tanıdığı, kontrol mekanizmalarını daha esnek uyguladığı ancak bu durumun ilgisizlikten değil, bilinçli bir ebeveynlik stratejisinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Nitekim yeni nesil babalar, dijital ortamların olası risklerinin farkında olmakla birlikte, çocuklarının medya kullanımını bütünüyle sınırlandırmak yerine, rehberlik ederek yönlendirmeyi tercih etmektedir. Bu bağlamda, geleneksel babalara oranla daha duyarlı, ilgili ve bilinçli bir ebeveynlik biçimi sergileyen yeni nesil babalar, alfa kuşağının medya ile kurduğu ilişkinin niteliğini dönüştüren önemli aktörler haline gelmektedir.

Çalışmanın dikkat çekici sonuçlarından biri, cinsiyet faktörünün belirleyici etkisidir. Erkek çocukların medya kullanımı konusunda babalarını daha yoğun biçimde model alması, aile içindeki rol dağılımının farklı boyutlarını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, çocukların medya alışkanlıklarının yalnızca teknolojik gelişmeler veya bireysel tercihlerle değil, ebeveynleriyle kurdukları ilişkilerle de şekillendiğini göstermektedir. Kız çocukların ise daha çok anneyle özdeşleştiği gözlemlenmiş, böylece ebeveyn-çocuk ilişkisinin farklı yönleri somutlaşmıştır.

Araştırma ayrıca, aile içinde yalnızca babanın ya da annenin değil, her iki ebeveynin birlikte hareket etmesinin önemini ortaya koymuştur. Çocukların sağlıklı medya

kullanımında en etkili yolun, ebeveynlerin ortak stratejiler geliştirmesi, sınırlar koyarken aynı zamanda rehberlik etmesi olduğu görülmektedir. Bu noktada, ebeveynlik yaklaşımının tek taraflı değil, bütüncül bir çerçevede ele alınması gerektiği anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma hem aile içi iletişim hem de çocukların dijital dünyaya uyum süreçleri açısından önemli çıkarımlar sunmaktadır. Bulgular, yeni nesil babaların çocukların medya deneyimlerinde giderek daha görünür bir konuma geldiğini ve bu durumun ebeveynlik anlayışını dönüştürdüğünü göstermektedir. Ayrıca, çocukların sağlıklı medya alışkanlıkları kazanabilmeleri için ebeveynlerin –özellikle babaların– bilinçli, sorumluluk sahibi ve aktif katılım göstermeleri gerektiği açıktır. Çalışma, bu yönüyle yalnızca mevcut durumu ortaya koymakla kalmamakta, aynı zamanda ailelerin çocuklarını dijital dünyada güvenli ve bilinçli bir şekilde yönlendirmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Alfa kuşağı bireylerinin medya ile kurduğu ilişki, önceki kuşaklardan farklı olarak dijital kimlik, hızlı bilgi erişimi ve sosyal etkileşim boyutlarında şekillenmektedir. Bu durum, çocukluk ve yeni medya ilişkisine dair kuramsal yaklaşımların güncellenmesini gerekli kılmaktadır.

Bu çalışma, dijital çağın çocukları olarak tanımlanan Alfa kuşağının medya kullanımında yeni nesil babaların etkisini odağa alarak, hem kuramsal hem de uygulamaya dönük önemli çıkarımlar sunmuştur.

Tartışma

Bu araştırmada elde edilen bulgular, Alfa kuşağı çocuklarının yeni medya ile kurdukları ilişkinin, aile yapısı içinde özellikle babaların tutum ve davranışlarıyla yakından bağlantılı olduğunu göstermektedir. Görüşmeler sırasında edinilen veriler, babaların medya kullanım biçimlerinin yalnızca kendi dijital alışkanlıklarını yansıtmadığını, aynı zamanda çocukların medya ile kurduğu ilişkileri de doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Bu etkileşim kimi zaman bilinçli bir yönlendirmeye, kimi zaman da farkında olmadan gerçekleşmektedir.

Babaların çocuklarıyla birlikte medya içeriklerini izlemesi, bu içerikler üzerine sohbet etmesi ya da örnek teşkil eden dijital davranışlar sergilemesi, ebeveynliğin medya bağlamında sadece denetleyici değil, aynı zamanda rehberlik eden bir yapıya büründüğünü düşündürmektedir. Bu noktada, sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde

değerlendirildiğinde, çocukların dijital davranışlarının büyük ölçüde gözlem yoluyla şekillendiği söylenebilir. Nitekim bazı babalar, çocuklarının tercih ettiği dijital içeriklerin, kendi günlük medya alışkanlıklarına benzediğini ifade etmiştir. Bu durum, ev içindeki medya ortamının yalnızca tüketim alanı değil, aynı zamanda bir öğrenme ve değer aktarım mekânı hâline geldiğini düşündürmektedir.

Araştırma, dijital medyanın çocuklar için yalnızca eğlence aracı olmadığını, aynı zamanda sosyal ilişkilerin kurulduğu, duygusal bağların geliştirildiği ve kültürel öğelerin deneyimlendiği bir alan olduğunu da ortaya koymuştur. Çocukların medya ile kurduğu ilişkinin; aile içi iletişim biçimleri, ebeveynlerin tutumları ve sosyal çevre ile sürekli bir etkileşim hâlinde olması, bu ilişkinin tek yönlü değil, çok boyutlu ve dinamik olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte, tüm babaların medya ile ilişkisi ve dijital ebeveynlik anlayışı benzer değildir. Katılımcıların eğitim seviyeleri, ekonomik durumları ve kendi medya deneyimleri, çocuklarının medya kullanımına yaklaşımlarını da şekillendirmektedir. Medya okuryazarlığı daha yüksek olan babaların, çocuklarına rehberlik etme konusunda daha aktif oldukları; teknolojiyi daha az kullanan ya da dijital araçlara sınırlı erişimi olanların ise bu süreçte daha geri planda kaldıkları görülmektedir.

Araştırma bulguları, dijital çağda ebeveynliğin giderek daha etkileşimli ve öğrenmeye açık bir yapıya dönüştüğünü göstermektedir. Bu bağlamda dijital ebeveynlik, yalnızca çocukları koruma odaklı bir tutumdan öte, teknolojiyi anlamlandıran, aile içi iletişimi güçlendiren ve kültürel değerlerle bağ kuran bir süreç olarak değerlendirilmelidir.

Öneriler

Araştırma bulguları doğrultusunda, Alfa kuşağının yeni medya kullanımında babaların olumlu rolünü artırmaya yönelik uygulama ve politika temelli öneriler geliştirilmiştir. Öncelikle, babaların medya okuryazarlığı becerilerini güçlendirmeye yönelik eğitim programları tasarlanmalı; bu programlar, dijital içerik seçimi, ekran süresi yönetimi ve çevrimiçi güvenlik gibi başlıklarda rehberlik sunmalıdır. Bu eğitimler, özellikle okul öncesi ve ilkokul çağındaki çocuklara sahip babalara yönelik olmalı ve gelişimsel düzeylere uygun içeriklerle desteklenmelidir.

Görüşmelerde ortaya çıkan bilinçsiz medya kullanımı, babaların çocukları için sağlıklı bir dijital model oluşturamadığını göstermektedir. Bu durum, baba odaklı dijital

farkındalık ve bilinçlendirme çalışmalarının aciliyetini ortaya koymaktadır. Pratikte, babaların dijital ebeveynlik becerilerini geliştirebilmeleri için okul, rehberlik servisi ve yerel eğitim programları gibi mekanizmalar etkin biçimde kullanılmalıdır. Babaların, medya kullanımında çocuklarıyla birlikte ortak sınırlar koymaları ve medya içeriklerini birlikte tüketmeleri, dijital davranışları olumlu yönde etkilemektedir. Bu, aile içi dijital etkileşimde katılımcı ve diyalog temelli bir yaklaşımın gerekliliğini göstermektedir. Elde edilen veriler, medya ile ilgili bilinçlenmenin yalnızca bireysel düzeyde değil; kamusal, kurumsal ve toplumsal düzeyde desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle babalara yönelik dijital okuryazarlık eğitimlerinin yaygınlaştırılması bir ihtiyaçtır. Babalara yönelik toplumsal farkındalık kampanyaları, dijital ebeveynlik konusunda bilgi sağlamanın ötesinde ve babaları aktif bakım veren bireyler olarak destekleyen bir çerçevede yürütülmelidir. Belediyeler ve sivil toplum kuruluşları iş birliğinde düzenlenecek atölye, seminer ve bilinçlendirme çalışmaları, bu sürecin yaygınlaştırılmasına katkı sunacaktır.

Eğitim kurumlarında rehberlik servisleri aracılığıyla dijital ebeveynliğe yönelik seminer ve etkinlikler düzenlenmeli; babaların bu süreçlere aktif katılımı teşvik edilmelidir. Ayrıca mevcut aile eğitim programları, babaların ihtiyaçlarını gözeterik yeniden yapılandırılmalı; onların dijital rol model olma becerilerini geliştirmeye odaklanmalıdır. Dijital medya kullanımını izleyen ve ebeveynlere rehberlik eden okul temelli uygulamalar yaygınlaştırılmalı, babaların danışmanlık alabileceği sürdürülebilir destek mekanizmaları oluşturulmalıdır. Bu öneriler, hem aile içi iletişim kalitesini artırmayı hem de eğitim politikalarının çağın dijital ihtiyaçlarına uyumunu amaçlamaktadır.

Aile içi dijital etkileşimin niteliğini artırmak amacıyla, babaların çocuklarıyla birlikte medya içeriklerine eşlik ettiği ve rehberlik ettiği modeller teşvik edilmelidir. Bu noktada, babaların yalnızca denetleyici değil, aynı zamanda içerik üretici ve yönlendirici bireyler olarak etkinleşmesi önemlidir.

Sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde geliştirilecek rehberlik hizmetleri, çocukların dijital alışkanlıklarının şekillenmesinde belirleyici olacaktır. Babaların dijital ortamdaki davranışlarıyla çocuklarına olumlu örnek olmaları, kuşaklar arası sağlıklı dijital etkileşimin temelini oluşturacaktır.

Son olarak, dijitalleşmeyle birlikte değişen ebeveynlik rollerinin yalnızca kullanım pratikleri değil, anlamlandırma biçimleri, aile içi ilişkiler ve rollerin yeniden inşası

açısından da ele alınması gerekmektedir. Bu doğrultuda, araştırma bulgularının medya sosyolojisi, aile psikolojisi ve çocuk gelişimi disiplinleri arasında bütüncül bir bakış açısına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- Acar, A. (2007). İletişim estetiği. Alfa Yayınları.
- Akyüz, Y. (2001). Türk eğitim tarihi. Pegem Akademi.
- Alankuş, S. (2007). Medyada temsil: Temsiliyetin teorik çerçevesi. S. Alankuş (Ed.), Medya ve temsil (ss. 15–37). IPS İletişim Vakfı.
- Allen, E., & Marotz, L. (2003). Developmental profiles pre-birth through twelve (4th ed.). Thomson Delmar Learning.
- Alver, K. (2011). Medya ve gündelik yaşam: Televizyon ve aile. Selçuk İletişim, 7(4), 5–18.
- American Academy of Pediatrics. (2016). Council on Communications and Media media use in school-aged children and adolescents. Pediatrics, 138(5), e20162592.
- Anand, S., & Krosnick, J. A. (2005). Demographic predictors of media use among infants, toddlers, and preschoolers. American Behavioral Scientist, 48(5), 539–561.
- Anderson, D. R., & Hanson, K. G. (2013). What researchers have learned about toddlers and television. Zero to Three, 33(4), 4–10.
- Anderson, D. R., & Pempek, T. A. (2005). Television and very young children. American Behavioral Scientist, 48(5), 505–522.
- Appel, M. (2012). Are heavy users of computer games and social media more computer literate? Computers & Education, 50, 1339–1349.
- Arnett, J. J. (1995). Adolescents' uses of media for self-socialization. Journal of Youth and Adolescence, 24(5), 519–533. <https://doi.org/10.1007/BF01537054>
- Aslan, M. (2006). Türkiye’de baba olmak: Eşitlikçi ve otoriter babaların karşılaştırılması. Aile ve Toplum, 3(10), 21–32.
- Aslan, M. (2011). Türkiye’de babalık: Değişen babalık rolleri ve deneyimleri. Dem Yayınları.

- Aydemir, A. (2014). Dijital çağda çocuk yetiştirmek: Türkiye örneği. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, 5–7 Şubat 2014, Mersin Üniversitesi.
- Aydın, M. Z. (2003). Ailede baba figürü. *Aile ve Toplum*, 2(5), 33–38.
- Aydın, M. Z. (2010). Babanın çocuk eğitimindeki rolü. M. Z. Aydın (Ed.), *Ailede çocuk eğitimi* (ss. 107–129). Ensar Yayınları.
- Aydoğan, F., & Özkul, E. (2020). Alfa kuşağı ve yeni medya: Güncel tartışmalar. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39, 127–140.
- A., & Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3, 265–299.
- Barr, R. (2013). Memory constraints on infant learning from picture books, television, and touchscreens. *Child Development Perspectives*, 7(4), 205–210.
- Barr, R., Lauricella, A., Zack, E., & 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 Quarterly*, 56(1), 21–48.
- Bataille, C. D., & McGill-Carlison, M. M. (2017). Call me daddy: How professional/managerial men craft and enact their fatherhood identities. *Journal of Management Policy and Practice*, 18(4). <https://doi.org/10.33423/jmpp.v18i4.1478>
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. Sage Publications.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (1995). *The normal chaos of love*. Polity Press.

Belli, M., Akçay Didişen, N., & Bal Yılmaz, H. (2020). Geçmişten günümüze değişen babalık rolü ve çocuk gelişimine katkıları. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8. <https://doi.org/10.34087/cbusbed.806798>

Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmaları. Dipnot Yayınları.

Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Sage.

Boaler, J., Chen, L., Williams, C., & Cordero, M. (2016). Seeing as understanding: The importance of visual mathematics for our brain and learning. *Journal of Applied & Computational Mathematics*, 5(5), 325.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.

Brott, A. T. (2001). The new father: A dad's guide to the first year (3rd ed.). Abbeville Press.

Bruce, C. D. (2012). What works? Research into practice: Research monograph no. 38; Technology in the mathematics classroom: Harnessing the learning potential of interactive whiteboards. Literacy and Numeracy Secretariat (LNS) and the Ontario Association of Deans of Education: Student Achievement Division.

Buckingham, D. (2007). Beyond technology: Children's learning in the age of digital culture. Polity Press.

Bus, A. G., Takacs, Z. K., & Kegel, C. A. (2015). Affordances and limitations of electronic storybooks for young children's emergent literacy. *Developmental Review*, 35, 79–97.

Butler, J. (1990). Gender trouble: Feminism and the subversion of identity. Routledge.

Calvert, S. L., & Valkenburg, P. M. (2013). The influence of television, video games and the Internet on children's creativity. In M. Taylor (Ed.), *The Oxford handbook of the development of imagination* (pp. 438–450). Oxford University Press.

Carrier, L. M., Rosen, L. D., Cheever, N. A., & Lim, A. F. (2015). Causes, effects, and practicalities of everyday multitasking. *Developmental Review*, 35, 64–78.

- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Chaudron, S., Beutel, M. E., Donoso Navarrete, V., Dreier, M., Fletcher-Watson, B., Heikkilä, A. S., ... & Mascheroni, G. (2015). Young children (0–8) and digital technology: A qualitative exploratory study across seven countries. JRC, ISPRA, Italy.
- Child Development Institute. (2015). Stages of social-emotional development – Erik Erikson. <https://childdevelopmentinfo.com>
- Child Mind. (2020). Media guidelines for kids of all ages. <https://childmind.org/article/media-guidelines-for-kids-of-all-ages/>
- Chiong, C., & Shuler, C. (2016). Learning: Is there an app for that? Investigations of young children's usage of learning with mobile devices and apps. The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop.
- Christakis, D. A., Garrison, M. M., & Herrenkohl, T. (2013). Modifying media content for preschool children: A randomized controlled trial. *Pediatrics*, 131(3), 431–438.
- Cingel, D. P., & Kremer, M. (2013). Predicting media use in very young children: The role of demographics and parent attitude. *Communication Studies*, 64, 374–394.
- Clark, K. (2005). Serving underserved communities with instructional technologies: Giving them what they need, not what you want. *Urban Education*, 40(4), 430–445.
- Clark, L. S. (2011). Parental mediation theory for the digital age. *Communication Theory*, 21(4), 323–343.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). Polity Press.
- Coyne, S. M., Padilla-Walker, L. M., Fraser, A. M., Fellows, K., & Day, R. D. (2014). Media time: Family time: Positive media use in families with adolescents. *Journal of Adolescent Research*, 29(5), 663–688.
- Crain, W. (2011). *Theories of development: Concepts and applications* (6th ed.). Pearson Education, Inc.

- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2017). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni (S. B. Demir, Çev.). Siyasal Kitabevi. (Orijinal eser 2013 yılında yayımlanmıştır)
- Çakır, V., & Topçu, A. (2019). Yeni medya ortamlarında etkileşim ve iletişim. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çakır, V., & Topçu, H. (2005). Dijital oyun bağımlılığı. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 38(1), 83–102.
- Çirci, D., & Cansu, F. (2021). Helikopter ebeveynin yeni nesil çocukları. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Demiray, U., & Baytekin, Ç. (2019). Türkiye'de aile yapısındaki değişimler ve geleceğe yönelik bakış açıları. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 14(2), 203–224.
- Demiriz, G., & Baran, B. H. (2018). 'Babalık deneyimleri'nde erkekliklerin değiş(mey)en yüzü: Blogger babaların anlatıları üzerinden bir analiz. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 17(3), 1074–1089.
- Demirkazık, Ç. (2021). Erkekliği sorgularken babalara bakmak: Babalık istenci, değişen babalık rolleri ve yeniden üretim alanında erkek olmak (Doktora tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Demirtaş, B. (2021). Dijital Medya ve Çocuk: Ebeveyn Denetimi Bağlamında Bir Değerlendirme. İstanbul: Beta Yayınları. ss. 91–95.
- Dermody, J., Hanmer, J., & Murray, D. (2018). Exploring the “new fatherhood”: An investigation of how fathers' identities influence their digital media use in parenting. Journal of Children and Media, 12(1), 17–32.
- Dermott, E., & Miller, T. (2015). Contemporary fatherhood: Theory, policy and practice. Policy Press.
- Dick, G. (2011). The changing role of fatherhood: The father as a provider of selfobject functions. Psychoanalytic Social Work, 18, 107–125.

- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, 17(1), 1–7.
- Doğan, İ. (2017). Türk aile yapısındaki değişimler. *Aile ve Toplum*, 7(25), 7–18.
- Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., & Negus, K. (2003). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. Sage.
- During, S. (Ed.). (2005). *The cultural studies reader* (2nd ed.). Routledge.
- Dursun Çirci, C. (2021). Helikopter ebeveynin yeni nesil çocukları. *Sanat ve Sosyal Bilimler Sempozyumu – Tam Metin Bildiri Kitabı*, 1–12
- Dürager, A., & Livingstone, S. (2012). How can parents support children's internet safety? EU Kids Online, London.
- Eckersley, R., Wierenga, A., & Wyn, J. (2006). Flashpoints & signposts: Pathways to success and wellbeing for Australia's young people. *Australia 21 Report*.
- Eichenbaum, A., Bavalier, D., & Green, C. S. (2014). Video games: Play that can do serious good. *American Journal of Play*, 7(1), 50–72.
- Eisler, R., & Blakemore, J. E. O. (2006). Gender roles. In L. Balter & C. S. Tamis-LeMonda (Eds.), *Child psychology: A handbook of contemporary issues* (2nd ed., pp. 401–418). Psychology Press.
- Erdoğan, İ. (2005). *Televizyon izleme kültürü*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2010). *Medya, ideoloji ve hegemonya*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2019). *Dijital kültür ve çocuk*. Alfa Yayınları.
- Erdoğan, S. (2023). Dijital ebeveynliğin medya okuryazarlığı bağlamında değerlendirilmesi: Nitel bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 57, 89–114.
- Esgin, A. (2019). Kuşak teorileri ve Türkiye'de Z kuşağının eğilimleri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 479–494.

- Feigelman, S. (2016). Middle childhood. In R. M. Kliegman, B. F. Stanton, J. W. St. Geme, & N. F. Schor (Eds.), *Nelson textbook of pediatrics* (20th ed.). Elsevier.
- Fırat, M. (2014). The effect of father involvement training on the level of father involvement. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 116, 3533–3537.
- Forst, J. (n.d.). *Modern fatherhood: A guide for the modern dad*. [Yayınevi ve yıl bilgisi eksik].
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality: An introduction, Volume I* (R. Hurley, Trans.). Pantheon Books.
- Gee, J. P. (2004). *Situated language and learning: A critique of traditional schooling*. Routledge.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3–4), 175–194.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Gillespie, R. (2003). Childfree and feminine: Understanding the gender identity of voluntarily childless women. *Gender & Society*, 17(1), 122–136.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books.
- Gökaliler, E., & Özer, A. (2019). Baba 2.0: Dijital dönüşüm ile değişen baba rolü üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2019(48), 388–403.
- Grau, M., Heras, M. L., & Bowles, H. R. (2021). *Engaged fatherhood for men, families and gender equality: Healthcare, social policy, and work perspectives* (eBook). Springer.
- Gutnick, A. L., Robb, M., Takeuchi, L., & Kotler, J. (2010). *Always connected: The new digital media habits of young children*. The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop.
- Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal medya: Halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama*. Derin Yayınları.

- Güngör, N. (2011). Kitle iletişim kuramları: Kavramlar, okullar, yaklaşımlar (6. baskı). Siyasal Kitabevi.
- Gürbüz, S. (2020). Erbakan Üniversitesi Alfa Kuşağı araştırıldı: Dört öğrenciden biri sosyal medyada tehdit ediliyor.
- Haines, J., O'Brien, A., McDonald, J., Goldman, R., Evans-Schmidt, M., Price, S., & Taveras, E. (2013). Television viewing and televisions in bedrooms: Perceptions of racial/ethnic minority parents of young children. *Journal of Child and Family Studies*, 22, 749–756.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.
- Hall, S. (1997). Kültürel kimlik ve diaspora. S. Hall ve P. du Gay (Der.), Kültürel kimlik içinde (Çev. İ. Ekmekçioglu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları. ss. 47-61.
- Hancı, A. (2020). Dijital ebeveynlik ve medya okuryazarlığı. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 15–30.
- Hartig, T., Mitchell, R., de Vries, S., & Frumkin, H. (2014). Nature and health. *Annual Review of Public Health*, 35, 207–228.
- Heinowitz, J. (2001). Fathering right from the start: From conception to college.
- Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners? *Public Opinion Quarterly*, 8(2), 135–143.
- Hirsh-Pasek, K., Zosh, J. M., Golinkoff, R. M., Gray, J. H., Robb, M. B., & Kaufman, J. (2015). Putting education in "educational" apps: Lessons from the science of learning. *Psychological Science in the Public Interest*, 16(1), 3–34.
- Hobbs, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. The Aspen Institute.
- Holloway, D., Green, L., & Livingstone, S. (2013). Zero to eight: Young children and their internet use. EU Kids Online, London School of Economics and Political Science.

Huston, A. C., Wright, J. C., Rice, M. L., Kerkman, D., & St. Peters, M. (1990). Development of television viewing patterns in early childhood: A longitudinal investigation. *Developmental Psychology*, 26(3), 409.

İslamoğlu, A. H. (2011). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Beta Yayınları.

James, C., Davis, K., Flores, A., Francis, J. M., Pettingill, L., Rundle, M., & Gardner, H. (2009). Young people, ethics, and the new digital media: A synthesis from the GoodPlay Project. MIT Press.

Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. NYU Press.

Jin, B. (2013). The roles of fathers in parenting: How father involvement affects child development. *Journal of Family Issues*, 34(10), 1401–1422.

Jones, D. (2011). Media and the fatherhood role: The portrayal of fathers in popular TV sitcoms. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(4), 519–533.

Kabali, H. K., Irigoyen, M. M., Nunez-Davis, R., Budacki, J. G., Mohanty, S. H., & Leister, K. F. (2015). Exposure and use of mobile media devices by young children. *Pediatrics*, 136(6), 1044–1050.

Kabataş, B. (2019). Yeni medya ve çocuk: Çocukların medya içerikleriyle karşılaşma süreçleri. *Medya ve Toplum*, 1(2), 23–35.

Kalantzis, M., & Cope, B. (2012). Literacies. Cambridge University Press.

Karaduman, S. (2020). Alfa kuşağı çocuklarının medya tüketim alışkanlıkları. *Selçuk İletişim*, 13(1), 320–342.

Karaman, E., & Karataş, E. (2022). Alfa Kuşağı Çocuklarının Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Ebeveyn Tutumları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 56, 107–124. <https://doi.org/10.51512/iltek.v56i0.2323>

Kardefelt-Winther, D. (2017). How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? Innocenti Discussion Paper.

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Kellner, D. (1995). *Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. Routledge.
- Keskin, B. (2018). Medya okuryazarlığı ve dijital ebeveynlik. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22(2), 413–431.
- Kırık, A. M., & Özkoçak, V. (2018). Dijital çağda ebeveyn-çocuk ilişkisi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(19), 191–206.
- Kirkorian, H. L., Choi, K., & Pempek, T. A. (2016). Toddlers' word learning from contingent and noncontingent video on touch screens. *Child Development*, 87(2), 405–413.
- Korkmaz, E. (2019). Dijital çağda çocuk olmak. *Dijital Çağda Çocuk*, 13–25.
- Korkmaz, M., Yüce, T., & Arslan, S. (2021). Dijital ebeveynlik: Çocukların medya kullanımında ebeveyn denetimi ve yönlendirme biçimleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), 1401–1419.
- Kozak, M. A. (2015). Babaların çocuk eğitime katılımının çocuk gelişimine etkisi. *Uluslararası Aile Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 45–57.
- Köse, H., & Doğan, R. (2021). Dijitalleşen toplumda babalık rolleri ve sorumlulukları. *Aile ve Toplum*, 5(2), 89–105.
- Kremer, P., Elshaug, C., Leslie, E., Toumbourou, J. W., Patton, G. C., & Williams, J. (2014). Physical activity, leisure-time screen use and depression among children and young adolescents. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 17(2), 183–187.
- Lamb, M. E. (2010). *The role of the father in child development* (5th ed.). Wiley.
- Lauricella, A., Wartella, E., & Rideout, V. (2015). Young children's screen time: The complex role of parent and child factors. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 36, 11–17.

- Linebarger, D. L., & Vaala, S. E. (2010). Screen media and language development in infants and toddlers: An ecological perspective. *Developmental Review*, 30, 176–202.
- Livingstone, S., & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a digital future: How hopes and fears about technology shape children's lives*. Oxford University Press.
- Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671–696.
- Lloyd, M. (2016). Changing media landscapes and the rise of new parenting cultures. *Parenting: Science and Practice*, 16(2), 105–118.
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6(3), 197–209.
- Lupton, D., & Williamson, B. (2017). The datafied child: The dataveillance of children and implications for their rights. *New Media & Society*, 19(5), 780–794.
- Mangan, J. A. (2018). Digital media and the reconfiguring of fatherhood. *Fathering: A Journal of Theory, Research, and Practice*, 16(1), 29–42.
- Marcdante, K. J., & Kliegman, R. M. (2019). Normal development. In K. Marcante & R. M. Kliegman (Eds.), *Nelson essentials of pediatrics* (8th ed.). Elsevier.
- Marsh, J., Hannon, P., Lewis, M., & Ritchie, L. (2017). Young children's initiation into family literacy practices in the digital age. *Journal of Early Childhood Research*, 15, 47–60.
- Mascheroni, G., & Ólafsson, K. (2016). The mobile internet: Access, use, opportunities and divides among European children. *New Media & Society*, 18(8), 1657–1679.
- McClure, E. R., Chentsova-Dutton, Y. E., Barr, R. F., Holochwost, S. J., & Parrott, W. G. (2016). Facetime doesn't count: Video-chat as an exception to media restrictions for infants and toddlers. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 6, 1–6.
- Media Smarts. (2019). Television's impact on kids. <http://mediasmarts.ca/television/televisions-impact-kids>

- Mendelsohn, A. L., Berkule, S. B., Tomopoulos, S., Tamis-LeMonda, C. S., Huberman, H. S., Alvir, J., et al. (2008). Infant television and video exposure associated with limited parent-child verbal interactions in low socioeconomic status households. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 162(5), 411–417.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber (S. Turan, Çev.). Nobel Akademik Yayıncılık. (Orijinal eser 2016 yılında yayımlanmıştır)
- Mesch, G. S., & Talmud, I. (2010). *Wired youth: The social world of adolescence in the information age*. Routledge.
- Miller, J. (2014). The changing face of fatherhood in media. *Communication, Culture & Critique*, 7(4), 479–495.
- Miller, T. (2011). *Making sense of fatherhood: Gender, caring and work*. Cambridge University Press.
- Morley, D. (2000). *Home territories: Media, mobility and identity*. Routledge.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337–355.
- Morris, M. W. (2015). *Men, fathers, and families in contemporary media*. Sage Publications.
- Morva, O., & Ünlü, D. G. Ü. L. (2021). Babalık da yaparım kariyer de!: Blogger babalar ve erkekliğin kurucu rollerinden babalık üzerine. *Moment, DergiPark*.
- Moustakas, C. (2011). Fenomenolojik araştırma yöntemleri (A. S. Aydın, Çev.). Nobel Yayıncılık. (Orijinal eser 1994 yılında yayımlanmıştır.)
- Mutlu, E. (2021). *Kitle iletişim kuramları* (10. bs.). Ankara: Ütopya Yayınevi. ss. 171-176.
- Myles, R. C. (n.d.). *Next generation of dads: A book about fathers*. (ISBN: 9781932344547)

- Nevski, E., & Siibak, A. (2016). The role of parents and parental mediation on 0–3-year-olds' digital play with smart devices: Estonian parents' attitudes and practices. *Early Years*, 36(3), 227–241.
- Nielsen, M. (2017). Fatherhood and masculinity in contemporary television. *Journal of Popular Culture*, 50(4), 826–844.
- Nikken, P., & Jansz, J. (2014). Developing scales to measure parental mediation of young children's internet use. *Learning, Media and Technology*, 39, 250–266.
- Nikken, P., & Schols, M. (2015). How and why parents guide the media use of young children. *Journal of Child and Family Studies*, 24(11), 3423–3435.
- Ofcom. (2016). Adults' media use and attitudes report.
- Onursoy, S., Astam, F., & Akgül, T. (2021). Yeni nesil ebeveynlik: Instagram babaları üzerine bir araştırma.
- Öz, M., & Çetinkaya, A. (2018). Yeni medya araçları ve çocuk gelişimi: Alfa kuşağı üzerine bir inceleme. *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(14), 441–459.
- Özdalga, Ş. (n.d.). Yeni nesil modern babalar. <https://www.dbe.com.tr/tr/cocuk-ve-genc/11/yeni-nesil-modern-babalar/>
- Özdemir, N., & Koç, E. (2023). Çocukların dijital medya kullanımında babaların rolü: Nitel bir inceleme. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 33(1), 275–298.
- Özgür, S. H. (2024). Sosyal medyanın çocukların değer yönelimlerindeki rolü: YouTube örneği (Doktora tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2013). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. Hachette UK.
- Parker, W., & O'Neil, C. (2019). Parenting, media, and the digital age. *Journal of Family Media Studies*, 12(3), 132–150.
- Parkes, A., Sweeting, H., Wight, D., & Henderson, M. (2013). Do television and electronic games predict children's psychosocial adjustment? *Longitudinal*

research using the UK Millennium Cohort Study. Archives of Disease in Childhood, 98, 341-348.

Patton, M. Q. (2014). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri (M. Bütün & S. B. Demir, Çev.). Pegem Akademi. (Orijinal eser 2002 yılında yayımlanmıştır.)

Plowman, L., Stevenson, O., Stephen, C., & McPake, J. (2012). Preschool children's learning with technology at home. Computers & Education, 59(1), 30-37.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. On the Horizon, 9(5), 1-6.

Przybylski, A. K. (2014). Electronic gaming and psychosocial adjustment. Pediatrics, 134, e716-e722.

Radesky, J. S., Silverstein, M., Zuckerman, B., & Christakis, D. A. (2014). Infant self-regulation and early childhood media exposure. Pediatrics, 133(5), 1172-1178.

Resmi Gazete. (2022). Basın ve Yayın Faaliyetleri ile İlgili Cumhurbaşkanlığı Genelgesi (Sayı: 31734). <https://www.resmigazete.gov.tr>

Richert, R. A., Robb, M. B., Fender, J. G., & Wartella, E. (2010). Word learning from baby videos. Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine, 164(5), 432-437.

Rideout, V., & Hamel, E. (2006). The media family: Electronic media in the lives of infants, toddlers, preschoolers and their parents.

Rideout, V. (2017). Common sense census: Media use by kids age zero to eight. San Francisco, CA: Common Sense Media.

Rideout, V., & Robb, M. B. (2019). The common sense census: Media use by tweens and teens, 2019. Common Sense Media.

Ribble, M. (2011). Digital citizenship in schools. Eugene, OR: International Society for Technology in Education.

Roseberry, S., Hirsh-Pasek, K., & Golinkoff, R. M. (2014). Skype me! Socially contingent interactions help toddlers learn language. Child Development, 85(3), 956-970.

- Sax, L. (2022). Ebeveynliğin çöküşü: Çocuklarımıza yetişkin bireyler gibi davranmanın sakıncaları (U. Gülsün, Çev.). Nova Kitap.
- Schein, E. H. (2010). Organizational culture and leadership (4th ed.). Jossey-Bass.
- Shaheen, S. (2014). How child's play impacts executive function-related behaviors. *Applied Neuropsychology: Child*, 3(3), 182-187.
- Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). Television and its viewers: Cultivation theory and research. Cambridge University Press.
- Silverstone, R. (1994). Television and everyday life. Routledge.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2020). Yorumlayıcı fenomenolojik analiz: Teori, yöntem ve araştırma (Ç. Çiftçi & K. E. Demir, Çev.). Pegem Akademi.
- Steeves, V. (2014). Young Canadians in a wired world, Phase II: Life online. Ottawa, ON: Media Smarts. <http://mediasmarts.ca/ycww>
- Subrahmanyam, K., & Šmahel, D. (2011). Digital youth: The role of media in development. Springer.
- Şahin, M. (2018). Dijital medya ve çocuklar: Medyanın çocuk gelişimi üzerindeki etkisi. *Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 175–187.
- Şölen, Y., & Ulusoy, Y. (2020). Investigation of the effect of father education on the perception of fatherhood in the lifelong learning process. *European Journal of Education Studies*, 7. <https://doi.org/10.46827/ejes.v7i12.3424>
- Taylor, E., & Rooney, T. (2017). Digital playgrounds: Growing up in the surveillance age. In E. Taylor & T. Rooney (Eds.), *Surveillance futures: Social and ethical implications of new technologies for children and young people*. Routledge.
- Thompson, P. (2013). The digital natives as learners: Technology use patterns and approaches to learning. *Computers & Education*, 61, 512-533.
- Turner, K. H., Jolls, T., & Hagerman, M. S. (2017). Developing digital and media literacies in children and adolescents. *Pediatrics*, 140(2), 122-126.

- Tüfekci, Z. (2017). The algorithms that shape our lives: How platforms influence parenting decisions. *Technology Review*, 34(2), 52–60.
- UNCRC – United Nations Convention on the Rights of the Child. (1989). Convention on the Rights of the Child. United Nations. <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child>
- Uygun, N., & Vaala, S. E. (2014). The nature and predictive value of mothers' beliefs regarding infants' and toddlers' TV/video viewing: Applying the integrative model of behavioral prediction. *Media Psychology*, 17(3), 282-310.
- Üstündağ, A., & Doğan, Ö. (2017). 15-18 yaş arası ergenlerin televizyon izleme alışkanlıkları ve en çok izledikleri diziler. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(11), 627-646.
- Valkenburg, P. M., & Piotrowski, J. T. (2013). *Plugged in: How media attract and affect youth*. Yale University Press.
- Valkenburg, P. M., Piotrowski, J. T., Hermanns, J., & de Leeuw, R. (2013). Developing a scale to assess three styles of television mediation: Instructive mediation, restrictive mediation, and social coviewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(1), 52-72.
- Venezky, R. L. (2004). Technology in the classroom: Steps toward a new vision. *Education, Communication & Information*, 4(1), 3-21.
- Warren, R. (2001). In words and deeds: Parental involvement and mediation of children's television viewing. *Journal of Family Communication*, 1(4), 211–231.
- Wartella, E., Rideout, V., Lauricella, A. R., & Connell, S. L. (2013). *Parenting in the age of digital technology: A national survey*. Center on Media and Human Development, School of Communication, Northwestern University.
- Yalçın, B., & Doğan, İ. (2020). YouTube çocuk videolarında kültürel kodlar ve toplumsallaşma. *Akdeniz İletişim*, 33, 101–120.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, G., & Yılmaz, S. (2020). Dijital medya ve çocuklar: Ailelerin dijital medya kullanımına dair bir araştırma. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2), 215–230.

Zack, E., Gerhardstein, P., Meltzoff, A. N., & Barr, R. (2013). 15-month-olds' transfer of learning between touch screen and real-world displays: Language cues and cognitive loads. *Scandinavian Journal of Psychology*, 54(1), 20-25.

Zorn, T. (2014). Parenting in a digital world: Technology's impact on family life. *Family Relations*, 63(3), 311–325. <https://doi.org/10.1111/fare.12054>

Zuckerman, J. (2018). *The digital parent: Parenting in the age of media* (2nd ed.). Routledge.



EK

Ek 1: Görüşme Soruları

1. Medya Okuryazarlığı ve Bilinçli Kullanım

Günlük yaşamınızda dijital medyayı ne sıklıkla ve hangi amaçlarla kullanıyorsunuz?

Medya içeriklerini değerlendirirken nelere dikkat edersiniz? Bu yaklaşımınızı çocuğunuza nasıl aktarıyorsunuz?

Sizce bir çocuğun dijital medya içeriklerini bilinçli kullanabilmesi için ebeveynin rolü nedir?

2. Medya Rehberliği ve Kullanım Süresi

Çocuğunuzun medya kullanımını nasıl denetliyorsunuz veya yönlendiriyorsunuz?

Belirli zaman sınırlamaları, kurallar veya rutinleriniz var mı? Varsa nasıl uyguluyorsunuz?

Medya kullanımında çocuğunuzla çatışma yaşadığınız durumlar oldu mu?

3. Baba Tutumları ve Medya Tercihleri

Sizce çocuklarınızın medya içerik tercihleri, sizin ilgi alanlarınızdan etkileniyor mu?

Evde hangi dijital platformlar daha çok tercih ediliyor ve bu tercihleri kim belirliyor?

Bir içeriği çocuğunuzla birlikte izleyip sonra bu içerik hakkında konuştuğunuz oluyor mu?

4. Medya Denetimi ve Dijital Güvenlik

Çocuğunuzun dijital ortamda olası risklerden (örneğin zararlı içerikler, siber zorbalık) korumak için neler yapıyorsunuz?

Dijital güvenlik hakkında çocuklarınızla ne sıklıkla konuşuyorsunuz? Bu konuda hangi önlemleri alıyorsunuz?

5. Ortak Medya Kullanımı (Co-viewing)

Çocuğunuzla birlikte dijital içerikler izleme/oyun oynama gibi ortak medya deneyimleriniz oluyor mu?

Bu ortak etkinliklerin çocuğunuzla olan ilişkinizi nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?

6. Dijital Bağımlılık ve Kontrol

Çocuğunuzun ekran karşısında geçirdiği süreyi sağlıklı buluyor musunuz? Neden?

Dijital bağımlılık konusunda endişeleriniz var mı? Bu konuda çocuğunuzun nasıl yönlendiriyorsunuz?

7. Dijital Kimlik Gelişimi

Çocuğunuzun dijital ortamda kendini ifade etme biçimi hakkında ne düşünüyorsunuz?
Sosyal medya, YouTube gibi platformlarda içerik üretme ya da paylaşma konusunda
çocuğunuzun bir eğilimi varsa, buna nasıl yaklaşıyorsunuz?



Ek 2: Sakarya Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 14.11.2024-E.420910



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu

Sayı : E-61923333-050.99-420910
Konu : 76/26 Feyza YONTAR

14.11.2024

Sayın Feyza YONTAR

İlgi : 08.11.2024 tarihli ve E--050.99-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 13.11.2024 tarihli ve 76 sayılı toplantısında alınan "26" nolu karar ile Feyza YONTAR'ın başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Selim İNANÇLI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: BSELVRHCN7 Pin Kodu: 50182

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?ek=5783&eD=BSELVRHCN7&eS=420910>

Adres Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan SAKARYA / KEP Adresi:
sakaryauniversitesi@hs01.kep.tr
Telefon No:0264 295 50 00 Faks No:0264 295 50 31
e-Posta:ozelkalem@sakarya.edu.tr Elektronik Ağ:www.sakarya.edu.tr

Bilgi için: Hanife Babacan
Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu



KARAR

26. Feyza YONTAR'ın “ Alfa Kuşaaının Yeni Medya ile İlişkisinde Yeni Nesil Babaların Etkisi ” başlıklı çalışması görüşmeye açıldı.

Yapılan görüşmeler sonunda Feyza YONTAR'ın “ Alfa Kuşaaının Yeni Medya ile İlişkisinde Yeni Nesil Babaların Etkisi ” başlıklı çalışmasının Etik açıdan **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verildi.

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Feyza YONTAR	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Kocaeli Üniversitesi
Fakülte	Eğitim Fakültesi
Bölümü	Sınıf Öğretmenliği
Lisans	
Üniversite	Anadolu Üniversitesi
Fakülte	Açıköğretim Fakültesi
Bölümü	Uluslararası İlişkiler
Makale ve Bildiriler	
1. Yontar, F. (2025). Alfa Kuşağının Yeni Medya ile İlişkisinde Yeni Nesil Babaların Etkisi. Hagia Sophia 9th International Conference on Multidisciplinary Scientific Studies, Proceedings Book, ISBN: 979-8-89695-124-7. s(391).	